

Harangi László

Digitális kompetencia és vállalkozói készség Japánban

Az Amerikai Egyesült Államok után a világ második legnagyobb gazdasági nagyhatalma Japán. Évi termelése meghaladja a 4,5 ezer milliárd dollárt (!), és ez nem csökkent a recesszió idején sem. Az egy főre eső nemzeti jövedelme közel 40 ezer dollár évente, amely messze meghaladja a legfejlettebb európai és ázsiai országok átlagát. A termelés technikai színvonalja is rendkívül magas, ezt mi sem bizonyítja jobban, hogy a globálisan mintegy 720 ezer termelő folyamatban működtetett robotgépeknek több mint a fele Japánban található. Informatikában pedig első a világon. (Internet 1.)

A „japán csoda” a több mint kétezeréves hagyományokból táplálkozó és a globális fejlődéssel lépést tartó japán *társadalmi tőke* (social capital) magas minőségének és értékének köszönhető, annak minden kognitív és morális attribútumaival együtt. Napjainkban a fiatal generáció majdnem minden tagja középfokú végzettséggel rendelkezik, és háromnegyede egyetemen vagy főiskolán továbbtanul. Az egész életen tartó tanulás éthosza és valósága átszövi az egész társadalmat nemre, korra, társadalmi hovatartozásra és földrajzi helyzetre való tekintet nélkül, amelyben a tanulás öröme és az iránta érzett felelősség szinte vallási erővel hat. A Felkelő Nap Országában, más társadalomban ilyen mértékben nem tapasztalható, *tanulási kultúra* létezik és hat, amely az egyén és a nemzet boldogulásának nélkülözhetetlen hajtóereje. (Internet 2.)

Cikkünkben arra vállalkoztunk, hogy bemutassuk az egyéni és a társadalmi érvényesüléshez, fejlődéshez egyaránt szükséges két kulcs kompetenciát: *digitális kompetenciát* és a *vállalkozói készséget*. Annak helyzetét, problémáit és eredményeit Japánban. Mint ismeretes, ez a kétfajta tudás az Európai Unió által felállított és a tagok elé követelményként támasztott nyolc kulcskompetenciának része, így számunkra is tanulságosak lehetnek a japán tapasztalatok.

Két „e-Japán Stratégia”

A 2000-es évek végén bekövetkezett informatikai világelsőséghez két „e-stratégia” megvalósítása vezetett (e-Japan Strategy I.; e-Japan Strategy II).

A japán információs társadalom korábban meghaladottabb fejlesztését „Az elektronikus Japán Stratégiája I.” címmel (e-Japan Strategy I.) 2001. januárjában hirdette meg a japán kormány és parlament. A Stratégia egy olyan társadalmat vázolt fel, „amelyben minden személy és szervezet a korábban aktívabban és eredményesebben használja az elektronikát, és élvezzi annak előnyeit.” A cél elérése érdekében a Stratégia kimondja, hogy a kormánynak és az önkormányzatoknak egy olyan környezetet kell teremteni, amelynek segítségével az egyének, a gazdasági és társadalmi szervezetek teljes potenciáljukat ki tudják fejteni, és Japánt néhány éven belül a világ legfejlettebb IT (Információs Technológia) országgá tudják tenni. Hogy ez megvalósuljon, - olvashatjuk a dokumentumban - *ki kell építeni az egész országban az internet ultra-szélessávú rendszerét, és ennek hozzáférhetőségét a legrövidebb időn belül biztosítani kell*. Fel kell állítani az elektronika tervezésének, irányításának szilárd és

hatékony országos és helyi szervezetrendszerét és *gondoskodni kell egy informatikailag jól képzett társadalomról az új korszak számára.*

A Stratégia második lépcsőjét 2003-ban hirdette meg a kormány, amely egy még aktívabb, produktívabb társadalom vízióját állította az ország elé, az elektronikus eszközök használata által. Az új stratégia hathatós intézkedéseket javasolt a mindennapi élethez kapcsolódó hét területen: az egészségügyben, oktatásban, az élelmiszerkereskedelemben, a kis- és középvállalkozásokban, a foglalkoztatásban, a közigazgatásban és a mindennapi életben. A stratégia továbbá kereste a lehetőségét annak, hogyan lehet alkalmazni az információs technikát a *szociális munkában*, amely – a stratégia szerint – meghatározó jelentőségű és kifinomult használata az információs technológiának. (Consensus Document, 2008).

A kormány azt is fontosnak tartotta, hogy kidolgozza és bevezesse az IT szociális stratégiáját, az úgynevezett *„információs társadalom szociálisan támogatott rendszerét”*. A döntéshozók ugyanis felismerték, hogy az ultra szélessávú hálózat kiépítésének előfizetési díja a társadalom egy részét kirekesztené az információs technika használatából, amelyet kompenzálni szükséges. Ez vezetett lényegében az ingyenes internet használathoz (Internet 3.).

Irányelvek, javaslatok a digitális írástudás fejlesztésére

Mivel Japán kivívta világelsőbbségét az informatikában, most a cél az, hogy ezt a pozícióját biztonsággal meg is tartsa. Ehhez pedig az szükséges – állapítják meg az erre vonatkozó dokumentumok, - hogy a digitális kompetencia oly annyira társadalmi méretűvé váljék, mint annak idején az írás-olvasás képessége volt a 20. század elején. Otthonokban, munkahelyen és a közéletben egyaránt. Ugyanakkor a Mext (Ministry of Education, Science, Sport and Technology) jelentések, azaz az Oktatási Minisztérium irányelvei (White Paper on Education, 2005), valamint maga az UNESCO is rámutatnak arra, hogy a digitális kompetencia általános érvényűvé tétele még sok kívánni valót hagy maga után. Nem csak mennyiségileg, hanem minőségileg is. Egyfelől az ultraszéles internet még nem érte el a százszázalékos telítettséget, másfelől *a tudás mértéke is sokszor megreked az egyszerű szövegszerkesztési szintnél*, nem párosul kellőképpen a logikai és kritikai gondolkodás képességével, a kreativitással, az Internet hálózatokban való kommunikációs készséggel, részvétellel. Mindez nagy feladatot ró a pedagógusképzésre, továbbképzésre (ICT in education in Japan, 2005).

Ezért az országban számtalan iskolai, iskolán kívüli, munkahelyi projekt, tanfolyam indult, hogy az arra rászorultak informatikai műveltségét, digitális tudását magasabb szintre emeljék. Érdekes megfigyelni, hogy ebből a tanulási mozgalomból különösen ki vették részüket a könyvtárak, amelyek éppen úgy, mint a kominkanok (művelődési otthonok), mindenhol megtalálhatók. Ami a célcsoportokat illeti, *különös figyelem fordult az időskorúakra és a fogyatékosokra* („with due consideration to senior and the disabled”). (ICT in education in Japan)

Ahhoz, hogy ez a grandiózus terv megvalósuljon megfelelő számú és *jól képzett e-oktatókra, mentorokra, szakemberekre, kutatókra volt és van szükség*, még Japánban is, amely pedig az elektronika „Mekkája”. Hihetetlen, de igaz, hogy van még egy másik informatikai nagyhatalom, csak keveset beszélünk róla. Ez pedig Szingapúr (M. Valance, 2008). Ezért azt tervezik, hogy az elektronikus szakemberhiány pótlására, mintegy 30 ezer külföldi „vendégmunkást” hívnak be az országba (e-Japan Strategy II.), főképpen Szingapúrból. Ezzel párhuzamosan a MEXT irányelvek értelmében fejleszteni kívánják a felső szintű informatikai képzést az egyetemeken és főiskolákon, egészen a mester és doktor fokozatokig. Új fejlemény, hogy a felsőoktatás integráns része lett az e-learning specialisták mesterfokozatú kép-

zése, akiknek kutató hallgatói az internet útján történő tanulás pedagógiai, andragógiai, tananyagtervezési, tanfolyamszervezési portál megjelenítési készségeit kutatják és sajátítják el (K. Suzuki 2009).

Digitális kompetencia az iskolákban

A digitális írástudás elterjesztésére, társadalmi méretűvé tételére a legfőbb garancia Japánban (részben már nálunk is), hogy *a felnövekvő nemzedék már az iskoláskorban elsajátítsa az informatikai műveltség alapjait*. Az iskolák nagy részében a tantárgyak bizonyos hányada Japánban máris internet segítségével történik (I. Sakurako, 2002). Ez eleve feltételezi, hogy a tanulók informatikai alapismeretekkel rendelkezzenek, amely évről-évre előre haladva fejlődik, gyarapszik, és mire a tanuló elvégzi a felsőfokú középiskolát már digitális írástudóvá válik, amelyre a későbbiekben számítani, építeni lehet. Ezért nagyon fontos fejleszteni a gyermekek digitális kompetenciáját, hogy számítógépen és interneten keresztül megfelelően képesek legyenek ismereteket szerezni és információs és kommunikációs megalapozottsággal önállóan tudjanak válaszolni. (M. Vallance, 2008.)

A vita inkább azon folyik, hogy mit lehet, és mit nem lehet on-line keresztül oktatni, és ez az e-learning oktatás, hogyan épüljön be szervesen a tanulási folyamat egészébe. Ezért nagyon fontos a pedagógusok állandó képzése, továbbképzése, olvashatjuk „Az Információs Technológia az Oktatásban” c. dokumentumban: *„szerte az országban továbbképző tanfolyamokat kell rendezni a pedagógusok számára, hogy hatékonyan tudják felhasználni az internetet tantárgyuk oktatásában”*. Ennek tudományos biztosítéka, hogy 2008-tól több egyetemen bevezették az e-learning specialisták mesterfokú képzését (ld. előzőekben).

A Janus arcú japán vállalkozás: a síró arc

Míg az anyanyelvi kultúra, a kommunikációs készség, a matematikai tudás és most már az idegen nyelv ismerete is az átlagosnál fejlettebb az országban, és különösen kimagasló a tanulás megtanulásának képessége, ugyanezt nem mondhatjuk el a vállalkozási attitűdről, magatartásról, mint amely kívánatosan, szintén a nemzeti karakter része lenne. A japán társadalom hagyományosan egy *konzervatív társadalom*, amely nem annyira a kockázatvállalást, a kezdeményező készséget tekintette és tekinti értéknek, követendő erénynek, hanem sokkal inkább a fokozatos, céltudatos aktivitással elért eredményt. Nagyon leegyszerűsítve a kérdést, a japán átlagember fél a vállalkozástól, mert ha az nem sikerül, nehezen tudja elviselni a kudarcot, az esetleges megbélyegzést, szégyent. (Tinbergen Institute, 2007).

Különösen nehéz megtenni Japánban az első próbálkozást, amely legtöbbször nagyon gyorsan összeomlik. A másodszori nekirugaszkodás már eredményesebb, és fokozatosan kialakul a biztonságérzés és önbizalom, és hála a tapasztalati tanulásnak, sikeres lesz a vállalkozás. Az európai ember, beleértve az amerikai is, „könnyelműbb”, ha úgy tetszik, és vállalja az ismeretlen veszélyeket. A japánember *meggondoltabb*, és a maga módján *etikusabb*. A másik oka a kirobbanó akarat és kezdeményező készség hiányának a japánember és társadalom *közösségisége, kollektivitása*, amelyben az egyén része a munkaszervezetnek, ahol évek óta dolgozik és a nagycsaládnak, amelynek hagyományait örzi, és ebből nehéz kitörés, kockázatot vállalva önállósodni (Kan-Ichiro Suzuki et al, 2002).

A japánember nem annyira individuális, mint egy amerikai, aki az akadályoktól kevésbé fél, mint szigetországbeli megfelelője. A japán mentalitásból sokkal inkább hiányzik a „próba sze-

rencse” attitűd, mint egy magyar vagy egy német fiatalból. A Felkelő Nap Országában erős a „társadalmi nyomás” a döntések meghozatalában, ami meggondolásra készíti az egyént, hogy kilépjen közösséger köréből. Az alkotó kedv, a kreativitás nem hiányzik, de ez az aktivitás a munkahelyen manifesztálódik, mint alkalmazotti felelősség, együtt a főnökséggel, és a kollektívával. (Entrepreneurship in Japan, 2004)

A másik tulajdonsága a japán munkavállalónak, legyen az vállalkozó vagy alkalmazott, a szinte határtalan *munkaszeretet*, a végtelen nagy *szorgalom*. A japán emberre jellemző, hogy a munkát önmagáért szereti, mint általában a műélvező a művészetet. Ott jártamkor megkérdeztem japán barátaimat, hogy „mit csináltak ti munka után, szabadidőtökben”. Értetlenül néztek rám. „Hát azt csináljuk, hogy munka után egy csésze szake (könnyű rizsbor) mellett összeülünk, és megbeszéljük, hogy mit, hogyan dolgozhatnánk holnap jobban”. Lehet, hogy van ebben némi túlzás, de azt tudni kell, hogy a végtelen nagy szorgalom és a munkával való teljes azonosulás olyan *erkölcsi tőke*, amelyből a japán társadalom haszonnal táplálkozik vállalkozás nélkül. Legyen az gyári munkás, menedzser vagy tanár. Kissé tréfásan: a japánok idült alkoholisták, munkaalkoholisták. Ez versenyképes tulajdonság, egy olyan hozzáadott érték, amely növeli a produktivitást, de visszafogja az önálló kezdeményezést.

Amikor egy japán egyéni vállalkozó (férfi) kölcsönt akar felvenni, ehhez személyi garancia szükséges. Jellemző a japán kultúrára és a szamuráj erkölcsök továbbélésére azoknak a japán férfiaknak a nagyszámú öngyilkossági rátája, akik képtelenek voltak visszafizetni a személyi kölcsönt (Entrepreneurship in Japan, 2004). Ezeknek a tragédiáknak az oka a *szégyenérzet*, amikor a vállalkozás csődbe jut, és a vállalkozó nem képes visszafizetni a kölcsönt. Ilyenkor az életbiztosítás felhasználására van szükség, hogy a bank ne zaklassa a rokonokat és barátokat, akik a banki kölcsönökra a személyes garanciát adták. Az ősi tradíció az „arc megőrzését” mindennél fontosabb értéknek tartja. Végletes eset, de jellemzi a japán vállalkozási attitűdöt. Ezzel ellentétben a nagyvállalat, az *egész életen át tartó foglalkoztatottság*, és az érdem szerinti anyagi és erkölcsi előrehaladás biztonságát nyújtja. A kreativitás és kezdeményező készség pedig a megszervezetten belül működik. A kockázattól való félelem, az úgynevezett „*keiretsu*” (entrepreneurship difficulties, 2004).

Ennek tudatában joggal megkérdezhetnénk, hogy milyen a nagy gyárak, a multinacionális cégek menedzsmentjének vállalkozási magatartása, attitűdje. Átlagon felülinek kell lenni, hiszen globálisan is versenyképesek. A nemzetközi szakirodalomból (Kan-Ichiro Suzuki et al, 2002) úgy tűnik, hogy a japán menedzsment vállalkozók motiváltsága inkább *társadalmi*, mint egyéni, a kockázatvállalás inkább globalizációs irányultságú, mint fianaciális, és magasra értékeli a *stratégiaalkotást* és az *R&D-t* (Research and Development), ellentétben az amerikai nagyvállalatok „top menedzsmentjeivel”, akik a fogyasztókra, a növekedésre és az idődimenzióra fókuszálnak.

A nevető arc

Japánban a vállalatoknak 99 százaléka kis és középvállalat (SMEs). Ez a több mint egy millió (!) jogilag regisztrált, üzleti jellegű aktívias, a munkapiacon lévőknek 72.7 százalékát foglalkoztatja, a nemzeti össztermék 50 százalékát állítja elő, 60 százalékos hozzáadott értékkel. Tehát az ország az előző fejezetben kifejtett ellenmondásokkal szemben a kis- és középvállalatok (SMEs) birodalma. A kis és középvállalatok nemcsak a foglalkoztatásnak kimeríthetetlen forrása, hanem a kiterjedt alvállalkozási hálózaton keresztül a japán-amerikai termelési rendszer alapvető komponensei, nélkülözhetetlen ellátói a hazai és a nemzetközi

multinacionális vállalatoknak. A nemzetközi produktív szférában betöltött aktivitásuknak a minőségét jelzi: az innovációk többsége általuk születik. (Tinbergen Institute, 2007)

Annak ellenére, hogy a japán vállalkozási kultúrát sok kritika és bírálat éri, az *SMEs-ek megalapítását és eredményes működését egy kiterjedt állami, üzleti és társadalmi szervezet-hálózat jogi, anyagi és szakmai eszközökkel segíti*, amellett, hogy egymás között is intenzív a tapasztalatcsere. Ennek eredményeképpen kialakulóban van mind „fent”, mind „lent” egy új életszemlélet és értékrend, amely kedvező feltételeket teremt főképpen a kis- és törpevállalatok megalakulásának, és ellensúlyozza a *keiretsu*-t, a kockázattól való félelmet, *erősíti a kreatív, innovatív önállóság életeszményét*, az egész életen át egy helyen végzett munka biztonságával szemben. Bizonyítja, hogy az utóbbi években már is több japán nő és férfi kezdeményezett, keresett újat, önálló és független élethelyzetekben, mint korábban. Vállalva ennek veszélyeit, élvezve örömeit és hasznát. A folyamat lassú, de megállíthatatlan áramlat, megtartva ami jó volt a régiben, és újat alkotva a 21. századi viszonyok között. Teljes energiával vagy részidőben. (Turning Japanese; Entrepreneurial, 2003).

A legfőbb szereplő ebben a scenáróban az *állam, amely máris több olyan jogi, adó és eljárásbeli intézkedést hozott, amely megkönnyíti a vállalatalapítást* Valamennyi ismerős téma. (Entrepreneurship in Japan, 2004). Egyesek még így is türelmetlenek. Noriko Kameda, egy japán-amerikai vállalat tulajdonosa szerint „már az üzleti bürokrata is vállalkozók legyenek” („Even business bureaucrats become entrepreneurs”). Ő megjárta nő léte, kitartással, és tanulással kijárta, a kisvállalkozás nehéz útját, és lett belőle egy húsz főt foglalkoztató közép-vállalkozó. Kálváriáját megírta az *„Alkosd meg saját jövődet”* („Create Your Own Future”) című könyvét, mely tankönyv lett a vállalkozói szféra számára az országban, Hokkaidótól Okinawáig. (Ajánlom e könyvet Borsi Árpád barátomnak, a Felnőttképzési Vállalatok Szövetsége főtítkárnak figyelmébe). Egy szó, mint száz, Tókió megmozdult, és segíteni kezdi a vállalkozást, *új légkört teremtve* az anyagi és szellemi kezdeményezések és az alkotó munka számára. (Entrepreneurship in Japan, 2004).

A másik „aktor” a vállalati mozgalomban az *oktatás*. A SMEs-ek hazai és a nemzetközi gazdaságban betöltött szerepüket felismerve, megindult a japán oktatási gépezet. Az állami és az üzleti alapon működő képzési intézmények a vállalkozási ismereteknek széles skáláját nyújtják. *Mintegy 40-50 egyetemen, főiskolán működik vállalatismereti tanszék*, önállóan vagy a menidzsmen fakultáson belül, ahol posztszekunderi vagy magasabb végzettséget lehet szerezni vállalati ismeretekből. A korábban említett Noriko Kaneda egy *5 hónapos kyotói tanfolyamon* sajátította el a hatékony vállalkozás jogi, pénzügyi, marketing, menidzsmen és kommunikációs ismereteit. Nagyon népszerűek az úgynevezett *„week-end vállalkozási tanfolyamok”*. Így nevezik azokat az embereket, akik a főfoglalkozásuk és hobbyjuk során nyert ismereteiket és tapasztalataikat hétvégi elfoglaltsággal akarják kamatoztatni profitszerző vállalkozás céljára. Számos nagyvállalatnak van *inkubátor* gyakorlóléhelye, ahol a szükséges védőszárnyak alatt lehet biztonságosan vállalkozásba kezdeni.

Kimeríthetetlen forrása a vállalkozói tudás megszerzésének és továbbfejlesztésének, minden szinten és témakörben a *média*. A legtöbb új és már „bejáratiott” vállalkozó innen meríti legfőképpen ismereteit. Az angol nyelvű tanulmányi *on-line anyagok* közül hirtelenjében hatvan riportot, útmutatást, tételes ismereteket tartalmazó dokumentumot számoltam meg. (Entrepreneurship in Japan, 2004). Mennyi lehet japán nyelven? Csak néhány cím a sok közül: Vállalkozási inkubátor Japánban a nyitott a világ számára; A japán vállalkozás rögzös útjai; Sikeres vállalkozási történetek; Tehetséges emberek a modern Japánért; Egy új innová-

ciós rendszer felé. Ezenkívül tudomásunk van arról is, hogy *szakfolyóiratok* is vannak bőven. (Entrepreneurship in Japan, 2004). Míg az előző médiák célcsoportjai maguk a vállalkozók, addig a *központi és a helyi* televíziók kifelé, nagyközönséghez szólnak és egy vállalkozásbarát társadalom kialakulását kívánják elősegíteni, megszólaltatva, bemutatva sikeres vállalkozókat (Turning Japanese Entrepreneurial, 2003).

Nők a japán vállalkozásokban

Japán hagyományosan egy *férfiuralmú társadalmi rendszer*. A nőkkel szemben az elvárás az volt és részben ma is az, hogy maradjanak otthon, és gondozzák a családjukat, az időseket. Ez a közfelfogás még a legutóbbi időkig is, valójában *kizárta őket, hogy elsajátítsák azt a technikai műveltséget és tudást, amelyet korunk megkövetel minden tagjától a társadalomnak*. Nem lehettek részesei az üzletiéletnek sem, beleértve annak szakmai, társadalmi, közösségi vonatkozásait is. Az úgynevezett „Nemek Öntudatszintjének Mérési Indexe” (Gender Empowerment Measure Index) nemzetközi tesztrendszer szerint, amely arra kíváncsi, hogy a nők az egyes országokban mennyire képesek aktívan részt venni a gazdasági, társadalmi, politikai aktivitásokban, döntéshozatali folyamataiban, a *japán nők a 80 ország közül a 43-dikok voltak*. Összehasonlításképpen: az amerikai nők a 12-ik helyet foglalták el, míg az elsőeknek, tehát a legönálóbb nőknek, a norvég nők bizonyultak. Még a 70-es, 80-as évekig is az volt a helyzet Japánban, hogy azok a nők, akik tanultak, rövid munka után férjhez mentek, gyereket szültek, és utána, ha úgy döntöttek, hogy dolgozni fognak, csak adminisztrációs munkakörökben helyezkedhettek el, és ugyanabban a munkakörben *alacsonyabb fizetést kaptak, mint a férfiak, tekintet nélkül iskolai végzettségükre* (C. Griffy-Brown et al, 2007).

Mindez, úgy tűnik, gyökeres változáson megy át. *A politikusok és a gazdasági élet szereplői kezdik felismerni, hogy a tehetséges és a foglalkoztatásból eddig kimaradt nők milliói milyen segítséget nyújthatnak a munkaerőhiány csökkentéséhez és új lendületet adhatnak a produktívitás növeléséhez, az ipar és a szolgáltatás legkülönbözőbb területein* (M. Helms, 2009).

Ennek eredményeként nagy volumenű és átfogó támogatási és képzési programok kezdődtek. Önkormányzatok és társadalmi intézmények tízezerei szerveztek tanfolyamokat, programokat a vállalkozásalapítás teeműiről, a sikeres vállalkozás tudnivalóiról. A hatóságok, a képzési intézmények és a társadalmi szervezetek azonban nemcsak szakmai ismeretek, tanácsokat szolgáltatottak, hanem a *kisvállalkozásokat segítő bank* (Japan Finance Corporation for Small Business), kizárólag a nő kisvállalkozások számára egy speciális akciót hirdetett meg, amelynek igénybe vételével 1 százalékos évi kamattal kaphattak kölcsönt az érdekeltek. A vállalat alapításokat segítő kölcsön átlagösszege 16 millió forintnak megfelelő támogatás volt (M. Helms, 2009).

A leggyakoribb vállalkozások a következők voltak: kisvendéglő, utcai büfé (take out food stores), betegápolás, masszázsszalón, oktatás, magánóvoda, nyelvoktatás, idegenvezetés, szociális munka, kertápolás, kozmetika stb. Az erre vonatkozó szociológiai vizsgálatok azt mutatják, hogy a vállalat alapítások legfőbb motívumai a *függetlenség iránti vágy, a flexibilitás és az önmegvalósítás iránti igény* voltak. Ugyanakkor az is bizonyossá vált, hogy a vállalat alapításhoz szükséges kockázatvállalás és merészség sokkal erősebb volt a nőknél, mint a férfiaknál, mivel új helyzetükben a férfiakkal ellentétben, nem mint családfők vettek részt, hanem mint kevesebb felelőséget vállaló családtagok (M. Helms, 2009).

Tanulásként levonható az a következtetés, hogy a kormányzat által támogatott vállalkozó nők mozgalma a *férfiuralmú társadalmi paradigmát is megingatta*, mert bizonyította: a nők

egyenértékű kreativitási készséggel és innovációs hajlammal rendelkeznek, mint a férfiak, és a gazdasági élet, a japán társadalmi erőforrás versenyképességének nélkülözhetetlen szereplői. Ezért nagyon öröndetes és figyelemre méltó adat, hogy az 1997 és 2002 közötti eltelt öt esztendő alatt *több új nőivállalkozás alakult, mint férfi*, amely bizonyítja a régi és az új harmóniájának tömegméretű támogatottságát (Ch. Grifit-Brown, 2007).

Összegezés

Bár a digitális kompetencia és a vállalkozás távolabb állnak egymástól, mint a korábban tárgyalt anyanyelvi és kommunikációs készség, Japánban mégis tapasztalhatók közös vonások a két kompetencia között, amelyet érdemes fontolóra vennünk.

Az egyik az *állam felelősségvállalása* mindkét kulcsfontosságú tudás kiterjesztése és elmélyítése érdekében. Ez abban jut kifejezésre, hogy a japán kormányzat mindkét kompetencia esetében felismerte ezek jelentőségét az ország javára, éppen úgy, mint az egyének hasznára. Ezért a digitális kompetencia megerősítésére meghirdette az *e-Japán Stratégiát*, és a *vállalkozási kedv növelésére pedig jogi, adó és eljárásbeli intézkedést hozott*. A kormányzatnak ez az egyértelmű – a piacgazdaságban szinte szokatlan - erkölcsi és anyagi szerepvállalása a modernizációs gazdasági, technikai cél érdekében azért jelentős, mert mozgósító erővel hat mind az üzleti szférára, mind az egész társadalomra (ld. banki támogatás a vállalkozó nők számára).

A másik tanulság az *esélyegyenlőség* érvényesülésének elősegítése mind két esetben A digitális kompetencia általánossá tételében két módon. Egyrészt úgy hogy a stratégia valóra váltása során *különös figyelmet fordítanak az idősekre és fogyatékosokra*, másrészt, hogy mérséklék az anyagi akadályokat, azokat a magas előfizetési díjakat, amelyek megnezzítik az ultraszéles sávú internet általánossá tételét. *Így mindenki egyenrangú módon részesülhet az elektronika „áldásából”*. A vállalkozási kultúra kiterjesztése a nők számára a konzervatív férfiuralmú Japánban pedig azért szinte forradalmi jelentőségű, mert *ez jelentős lépést jelent a nők teljes egyenjogosítása felé*.

A harmadik üzenet, hogy *az egész élet át tartó tanulásnak* itt is, mint mindhol és mindenkor, milyen nagy a szerepe egy adott ismeretanyag, készség társadalmi méretűvé tételében, elményítésében. Az alsó és középfokú iskolákban, Japánban, a tantárgyaknak bizonyos hányadát már interneten keresztül oktatják. *Így a fiatalok a digitális írástudást már a középiskolákban elsajátítják. Az gyetemeken pedig mesterfokozaton e-learninges szakembereket képeznek*. Ugyanígy igen szélesörű az üzleti célú vállalkozásképzés is.

Források

Internet, 1.: <http://www.economywatch.com/world> economy/Japan

Internet, 2.: <http://www.edcation> in japan. info

e-japan strategy I.: <http://www.kantei.go.jp/foreign/it/network/0122full> e.html-35k-

e-Japan strategy II.: <http://www.cic.org.sg/Seminar/Japan's> IT Strategy.pdf

Consensus Document, November 2008; CETC ICT, Digital Literacy Initiative

<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpan002771.pdf>

Internet, 3.: <http://www.apricot.net/apricot2005/slides/C3-4> 3.pdf

White Paper on Education (2005); <http://www.mext.go.jp/b>

ICT Education in Japan (2005) with Focus on ICT In-Service Teacher Training

http://www2.unesobbk.org/elib/publications/ICT_Classroom/country-Japan.pdf

- M. Vallance (2008): Beyond policy: Strategic actions to support ICT integration in Japanese schools. 275-293 p. In. Australian Journal of Educational Technology, Sidney
- K. Suzuki (2009): From Competency List to Curriculum Implmentation: A Case Study of Japan's First Online Master's Program for e-Learning Specialist Training
<http://www.editlib.org/p/30502>
- L. Sakurako (2002): Information literacy: A review of information literacy education in Japan. Information Technology Center, Tokyo. <http://www.infosta.or.jp/journal/200211e.html#2>
- Tinbergen Instirute (2007):The Relationship between Entrepreneurship and Ubemployment Japan. Amsterdam; <http://www.tinbergen.nl/discussionpapers/07080.pdf>
- Kan-Ichiro Suzuki et al (2002): Entrepreneurdhip in Japan and Silicon Valley: a comparative study; http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B...
- Entrepreneurship in Japan (2004): International Preneurship in Japan. The Entrepreneurship School. Paper.[http://www.internationalentrepreneurship.com/asia_entrepreneur/ Japan](http://www.internationalentrepreneurship.com/asia_entrepreneur/Japan)
- Entrepreneurship Difficulties (2004):
<http://www.albusiness.com/management/608472-l.html>
- Turning Japanese. Entrepreneural (2003):
<http://www.inc.com/magazine/20030601/25505.html>
- C. Griffy-Brown et al (2007): Women Entrepreneurship in Japan. In.Graziadio Business Report 1-6 p. 2007, Vol.10, Issue 1. <http://gbr.prepperdine.edu/071/japan.html>
- M.Helms, (2009): How one female entrepreneur made it work forher. 1-5 p. In.Japan Inc. Magazie, No 85, March 6, 2009; <http://www.Japanic.ccom/mgz85/female-entrepreneur>
- Anna pivovarova: An Entrepreneurial Experience in Japan – Differen than in Amerika 5-10 p. In. Hawaii Reporter March 11, 2005, Honolulu;