

KUBINSZKI István

A tanulási egységek fejlődése és megjelenési formái a bankszektorban

Bevezetés

A bankrendszerre mindenkor jellemző volt a folyamatos változás, tekintettel arra, hogy a banki folyamatokat szabályozó jogszabályi környezet állandó változásban van, emellett a kereskedelmi bankok technológiailag is a robbanásszerű, innovatív digitális fejlesztésekre törekednek, lévén folyamatos- és éles piaci versenyhelyzetben vannak. Ezek a változások minden esetben megkövetelik a humán erőforrás szintjén is a megújulást, a technológiai, belső szabályozói változások okozta folyamatos képzések szükségességét.

A digitális folyamatok változását vizsgálva nem mehetünk el szó nélkül a COVID 19 okozta hatás mellett. A vírushelyzettel járó változás felgyorsított a bankszektor digitális átalakulását, egyúttal egyértelművé tette, hogy nem csak gyártási- és irodai munkafolyamatokat, de magában az oktatás során alkalmazott folyamatokat is fejleszteni szükséges.

A teljes digitális térben újabb evolúciós változást hozott 2022. november 30-a, amikor is a mesterséges intelligencia alapokon futó ChatGPT platform chatbot szolgáltatását ingyenessé és elérhetővé tették a felhasználók számára. Ezt követően ugrásszerűen növekedett meg ezen technológiai alapokon nyugvó, illetve ezen lehetőségeket kihasználó alkalmazások száma, amely a mai napra szinte alapkövetelménnyé fejlődött minden szoftver és szervezeti organizáció számára.

A fent leírtakat figyelembe véve jelen publikáció során vizsgáltam meg a bankrendszerrel összefüggő mikro-tartalom egységeket, azok korai megjelenésétől kezdődően napjainkig.

A tanulási egységek kialakulása, történelmi áttekintés

Mikro-tartalmak

Mielőtt a történelmi visszatekintésével foglalkoznánk, fontosnak tartom meghatározni, hogy a mai modern társadalmunkban, ezen belül is az oktatási szférában mit is tekintünk mikro-tartalmaknak, és mit tanulási egységeknek. A mikro-tartalmak külön szerepeltetését és bemutatását azért is tartom fontosnak, mert ezek, mint a tanulási egység építő kövei, ahogyan később is látni fogjuk a kezdetek óta jelen vannak a tanítási folyamatokban.

Mit is tekintünk mikro-tartalmaknak, angol nevén microcontent-eknek? A mikro-tartalom maga egy rövid, tömör információt, kisebb információ halmazt jelent, amely gyorsan és egyszerűen befogadható. A mikro-tartalom példái általánosságban lehetnek a közösségi média bejegyzések, tweetek, meta leírások, címek, ikonok, push értesítések, valamint rövid videók vagy GIF-ek. Azonban a társadalmi szerepükön felül fontos kiemelnünk az oktatásban való használatukat, amelyek lehetővé teszik, hogy a diákok rövid ideig tartó koncentrált figyelemmel elsajátítsák a közvetítendő információt. A mai felgyorsult világban például a „Z” generációba tartozó diákok a tanulásra koncentráltan 8-12 percet fordítanak, mielőtt a figyelmük elterelődik. (Szőke-Milinte, 2020)

Az oktatásban a mikro-tartalmak megjelenése és használata megkerülhetetlen, tekintettel arra, hogy ezek a tananyag tartalmak alkalmasak a leginkább arra, hogy a mai kor digitális lehetőségeit teljesen kiaknázva közvetítsék a tudást a tanulók részére.

A mikro-tartalmak, noha nem a klasszikus, jelenlegi értelmezésében, de „szigorúan véve, annak definíciója alapján – rövid, tömör üzenetek, amelyek gyorsan átadják az információt – már az őskorban is léteztek ilyen típusú kommunikációs formák. Az emberek, noha kezdetleges formákban, de már akkor is törekedtek arra, hogy hatékonyan, gyorsan közvetítsenek információkat, például vizuális jelek és képi ábrázolások révén. Gondoljunk csak bele, több mint 36 ezer évvel ezelőtt is fontosnak tartották az infor-

mációk rögzítését, és azok átadását egymás, a közösség tagjai számára. A legrégebbiről származó ilyen emlékeink a **barlangrajzok**, amelyek legtöbbször Európában található, többek között a mai Franciaország és Spanyolország területén.

A történelem korai szakaszában az egymásnak adott üzenetek tömörek voltak, az egyszerűsége és a lényegre koncentráltak – amely szintén a mai mikro-tartalmak egyik fontos jellemzője –, alapvetően a vizualitásra koncentrálnak, képeken, szimbólumokon keresztül, figyelembe véve, hogy írott nyelv nem létezett.

Az elsődleges írásos jelek megjelenésével a tudásátadás- és az információ közlése is új szintre lépett. Történelmi visszatekintéseink alapján az **első írásos jelek** az ókorban jelentek meg, szimbólumok, hieroglifák és az ékírás formájában. Míg a hieroglifák Egyiptomban, addig az ékírás az akkori Mezopotámia területén terjedt el. Mindkettő esetében elmondható, hogy rövid, tömör üzeneteket közvetítettek, amelyek gyakran információt adtak át a vallási, politikai vagy gazdasági életről. Talán nem véletlen, hogy ebben a korban ezek a birodalmak játszottak meghatározó szerepet, hiszen ahol a tudás megosztása megjelenik, ott mind a társadalmi- mind a gazdasági élet területén biztosítható a fejlődés.

Az első, banki szempontból relevánsnak tekinthető megjelenési formák szintén az egyiptomi időkhöz köthetők. Az ókori banki rendszerek (például a mezopotámiai, egyiptomi, görög és római kultúrákban) használtak egyszerű és lényegre törő formákat az üzenetek és a tranzakciók dokumentálására.

Kereskedelmi jegyzékként Egyiptomban papiruszokat és egyéb feljegyzéseket használtak az adósságok, kereskedelmi ügyletek és a banki tevékenységek rögzítésére. Ezek a rövid feljegyzések tartalmazták a tranzakció legfontosabb elemeit, például az áru típusát, a mennyiséget és az árat, hasonlóan ahhoz, ahogyan a mai számlák és pénzügyi jegyzékek működnek.

Az ókori Görögországban és Rómában léteztek váltók és kölcsönszerződések, amelyek röviden, tömören rögzítették a pénzügyi megállapodásokat. Ezeket az írásos dokumentumokat használták a pénzforgalom szabályozására, ahol rövid szövegek és számadatok biztosították az információk átadását. (Czettler J., 1939)

A kereskedelmi tevékenységek során a különböző szimbólumokat és jeleket használták az áruk és pénzek egyszerű azonosítására. A pénzérmék is gyakran hordoztak rövid, vizuális információkat a királyról, birodalomról vagy épp a pénznem értékéről. Az ókori érméken látható jelek és ikonográfia például gyorsan információt közöltek a pénz értékéről vagy annak eredetéről. Az írásos és szimbolikus formák garantálták a tranzakciók hitelességét, hasonlóan ahhoz, ahogyan ma a banki rendszerek nyilvántartásai is működnek.

A jelenlegi banki tevékenységek közül az egyik, korabeli funkcionalitásával nagyon hasonlatosan működő folyamat a pénzváltási tevékenység. Az ókorban a pénzváltók (a Római Birodalomban "nummularius" vagy "argentarius"), vagyis a pénzérmék különböző típusainak átváltásával foglalkozók, jelentős szerepet játszottak a gazdasági életben, főként a nagy kereskedelmi központokban, templomokban és piacokon. Mivel a különböző városállamok és birodalmak saját érméket használtak, a pénzváltás alapvető fontosságúvá vált a kereskedelem számára. A pénzváltók – hasonlóan a mai banki működéshez, ahol is „Hirdetmények” formájában teszik közzé a bankok a valutaváltási árfolyamaikat – pl. agyagtáblák segítségével rögzíthették az adott pénzek értékarányait, amelyek a különféle városok és birodalmak között eltérőek lehettek. A táblákon sokszor feltüntették az egyes érmék arany, ezüst vagy más nemesfém tartalmát, ami segítette a szabványosítást és megkönnyítette a cserét.

Figyelembe véve, hogy egészen az újkorig visszatekintve az emberiség jelentős része analfabétának volt tekinthető, az üzenetek átadási formáiban a vizualitás mellett fontos szerepet játszottak az egyéb kommunikációs eszközök is. A mikro-tartalmakra jellemző, rövid, tömör üzeneti jelleg megjelent tanmesék, morális példák formájában is. Elég, ha csak a bibliai újszövetségben található evangéliumokra

gondolunk, a prédikációkban és vallási szövegekben használt rövid történetek vagy tanmesék gyakran szolgáltak példaként a keresztény hit tanítására.

A nyomda megjelenése forradalmi változást hozott az írásos kommunikációban, az ismeretek terjesztésében és a kultúra fejlődésében. A nyomdászati eljárás lehetővé tette a könyvek elterjedését és a társadalom olvasás-írás tudásának bővülését. (Fitz J., 1940) Erre alapozva jelenhettek meg a különböző politikai- és vallási – mikro-tartalomként is értelmezhető – **kiáltványok, szórólapok**, amelyek közül talán a legnagyobb társadalmi hatást a Luther Márton által

1517. október 31-én a wittenbergi vártemplom kapujára kitűzött

kiáltványa érte el, amelyekben a búcsúcédulák árusítása és a katolikus egyház egyéb gyakorlatai ellen tiltakozott. Ezek gyorsan elterjedtek Európában, részben a nyomda fejlődésének köszönhetően, és megalapozták a reformációt. Természetesen ebbe a körbe sorolhatjuk a Márciusi Ifjak által megfogalmazott, 1848. március 15-én „publikált” 12. pontos követelést is.

Mikro-tartalmak megjelenési formái napjainkban

Az újkorban a mikro-tartalmak formái egyre inkább bővültek és változatosabbá váltak, különösen a nyomtatás és a média fejlődésének köszönhetően. Bár a modern értelemben vett digitális mikro-tartalmak ekkor még nem léteztek, az újkor új kommunikációs technológiai és társadalmi változásai elősegítették a rövid, hatékony üzenetek terjedését.

Az újságok és hírlevelek már a modern kor megjelenési formái. Az újságcikkek, különösen a rövid hírek és véleménycikkek, a tömör információközlés hatékony formáivá váltak. Ezek az írások sokszor politikai vagy gazdasági híreket közvetítettek, és gyorsan terjedtek az iparosodó városokban. Ezen felül a postai rendszerek fejlődésével a levelek egyre rövidebbek és lényegre törőbbek lettek. Később a táviratok elterjedése (amely a 19. század második felére tehető) tovább rövidítette a kommunikációs formákat, hiszen a táviratokat szavakra vagy karakterekre korlátozták, így az üzenetek tömörsége kiemelt fontosságú lett. Amint az előzőekből láthatjuk, az üzenetek rövidülése, tömörsége a kor előre haladtával egyre markánsabban volt jelen a mindennapokban.

Napjainkban a rövid, tömör tartalmak különösen népszerűek lettek a közösségi média platformokon, mint az Instagram, TikTok, Twitter, és Facebook, ahol a felhasználók rövid idő alatt szeretnék minél több információhoz jutni. A modern mikro-tartalmak többféle formában jelennek meg, mindegyik az egyszerű befogadhatóságot és az azonnali érzelmi reakciót célozza meg. (Benedek A. 2016).

Rövid videók

A TikTok, YouTube Shorts és Instagram Reels népszerűsége azt mutatja, hogy a rövid videók váltak a legnépszerűbb mikro-tartalom-típusokká. Ezek a videók általában 15-60 másodperc hosszúak, és gyorsan közvetítenek egy ötletet, szórakoztatnak vagy oktatnak. Ezeknek a videóknak lényege, hogy az első pár másodpercben megragadják a néző figyelmét, és egy lényeges, emlékeztető üzenetet közvetítsenek. Kijelenthetjük, amennyiben az első pár másodpercben nem kelti fel a figyelmet, az ezen tartalmakat előtérbe helyező korosztály tagjai nem fogják megtekinteni a későbbi részeket, függetlenül annak érdemi tartalmától.

Rövid szöveges tartalmak

A rövid blogbejegyzések, idézetek és hírlevélrészletek a hosszabb tartalmak kompakt változatai, amelyek gyorsan fogyaszthatók és könnyen emészthetők. A Twitter bejegyzések, hírösszefoglalók vagy inspiráló idézetek mind olyan formák, amelyek rövid szöveges tartalomként segítenek az információ gyors közvetítésében.

Hangos mikro-tartalmak

A podcastok rövidített változatai, hangüzenetek és audio snippetek is egyre népszerűbbek. Ezek lehetnek rövid, 1-2 perces gondolatok, amelyek gyorsan informálnak vagy szórakoztatnak, főleg olyan platformokon, ahol az emberek szeretnek multitaskingolni. Ezek a formátumokra jellemző, hogy bárki

könnyen elkészítheti- és közzé teheti őket, azok megtekintése és platformtól függő „felkapottsága” révén jutnak el egyre szélesebb hallgatói bázishoz.

Mikro-tartalmak és a bankrendszer

Fontos figyelembe vennünk, hogy a bankok, mint pénzügyi szolgáltató intézmények az ügyfelek felé történő kommunikációi során kiemelt figyelmet szükséges fordítaniuk a fogyasztóvédelmi előírásokra is, amelyek be nem tartása komoly szankcionális következményeket vonhatnak maguk után. (Szóka K. 2021). Mindezen jogszabályi keretrendszeren felül minden pénzintézet felelős az adott ország pénzügyi kultúrájának a fejlesztéséért, hiszen a társadalmi érdeken felül önös érdeküket szolgálja ha az őket körülvevő mikrokörnyezet magas szintű pénzügyi tudatossággal rendelkezik.

Speciális jogszabályi környezet

A pénzintézetekre vonatkozó jogszabályi környezet sokrétűségét figyelembe véve, az alábbiakban, a teljes jogszabályi környezet teljességének az igénye nélkül, fókuszáltan pénzintézetek által publikált mikro-tartalmak előállítását meghatározó előírások kerülnek bemutatásra.

Magyarországon a pénzügyi fogyasztóvédelem szabályozása több jogszabályon alapul, amelyek célja a fogyasztók érdekeinek védelme a pénzügyi szolgáltatások terén. A legfontosabb jogszabályok közé tartozik az 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről, amely általános keretet biztosít a fogyasztói jogok védelmére.

Az aktív üzletági, hitelezési folyamatokat figyelembe véve a banki hirdetések és kommunikáció során a Fogyasztói hitelről szóló 2009. évi CLXII. törvény, valamint a *83/2010. (III. 25.) Korm. rendelet a teljes hiteldíj mutató meghatározásáról, számításáról és közzétételéről* szóló jogszabályi előírások betartására kell kiemelt figyelmet fordítani. A hitelezési folyamatok mellett a fogyasztókkal való üzleti kapcsolat másik alappillére a passzív oldali, pénzforgalmi műveletek ellátását is biztosító pénz- és betétkezelési tevékenység elvégzése, amelyhez kapcsolódóan a *82/2010. (III. 25.) Korm. rendelet a betéti kamat és az értékpapírok hozama számításáról és közzétételéről* jogszabály előírásai a mérvadóak.

A nevezett jogszabályon felül a Magyar Nemzeti Bank saját felügyeleti honlapján a jogszabály gyakorlati megvalósításával kapcsolatosan saját felügyeleti ajánlásokat, előírásokat fogalmaz meg, amelyek betartását, figyelembe vételét szintén felügyeleti szervként ellenőrzi.

A pénzügyi szektor specifikus szabályozását hivatali jogköréből eljárva a Magyar Nemzeti Bank (MNB) felügyeli, amely különös figyelmet fordít a pénzügyi szolgáltatók fogyasztóvédelmi tevékenységére. A pénzügyi piacok felügyelete során rendszeresen ellenőrzi a pénzügyi szolgáltatók tevékenységét, és szükség esetén fogyasztóvédelmi bírságokat szab ki a jogszabályok megsértése miatt. Ezek a bírságok a fogyasztók érdekeinek védelmét szolgálják, és a pénzügyi szolgáltatók jogszerű működésének biztosítását célozzák.

Az MNB határozatait és végzéseit nyilvánosan elérhetővé teszi, amelyek között a fogyasztóvédelmi bírságokkal kapcsolatos döntések is megtalálhatók. Ezek a dokumentumok részletesen tartalmazzák a bírságok indoklását és mértékét, valamint évente publikálja Pénzügyi Fogyasztóvédelmi Jelentését, amelyben összefoglalja a pénzügyi fogyasztóvédelem aktuális kérdéseit és azonosítja a fogyasztóvédelmi szempontból jelentős kockázatokat. Az esetleges MNB által kiszabott bírság, annak közvetlen anyagi hatásain túlmutatóan komoly reputációs kockázatot hordoz minden pénzintézet számára, figyelembe véve azt a tényt, hogy komoly ügyfél bizalom veszteség fakadhat egy-egy MNB által közzétett megállapítás következtében.

Fontos megjegyezni, hogy a pénzügyi fogyasztóvédelem területén folyamatosan történnek jogszabályi változások és reformok, amelyek célja a fogyasztók jogainak erősítése és a pénzügyi szolgáltatások átláthatóságának növelése. Ennek következtében a pénzintézeteknek a mikro-tartalom gyártási folyamatai során is naprakész információkkal szükséges rendelkezniük, kiemelt figyelmet kell fordítaniuk a jogszabályok figyelésére és az abból fakadó belső oktatási folyamatok üzemeltetésére egyaránt.

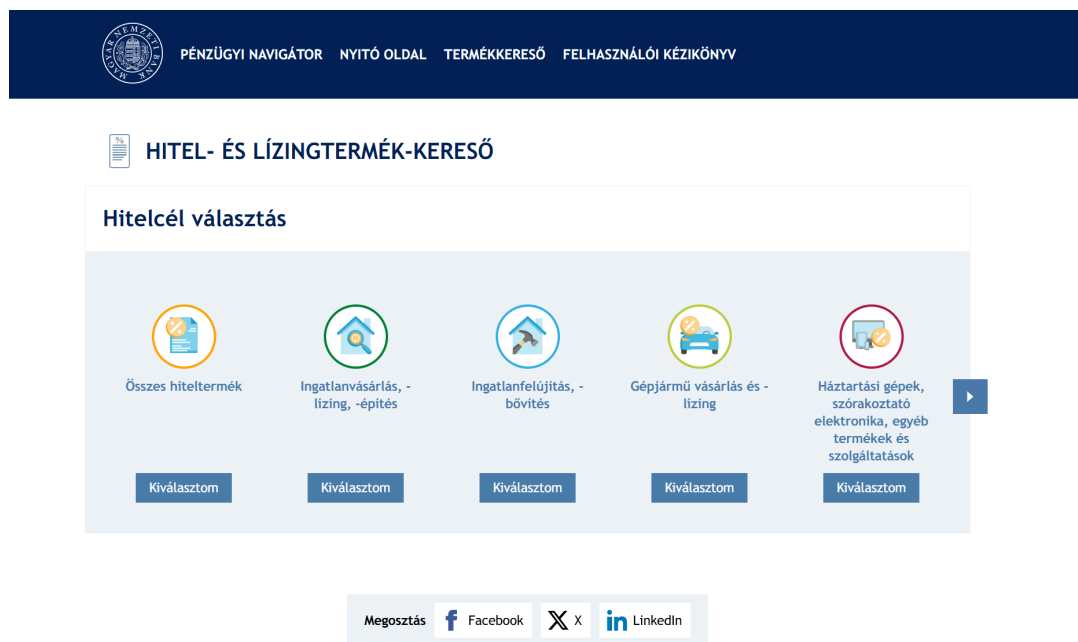
Mikro-tartalmak banki megjelenési formái

Az MMB a korábban említett jogszabályi keretek figyelembe vétele alapján mind a fogyasztókat érintő hitelezési-, mind pedig a számlavezetéssel kapcsolatos termékek vonatkozásában az egyes pénzügyintézetek által forgalmazott, és nyújtott szolgáltatások összehasonlítására alkalmas website-ot üzemeltet. Mikro-tartalmi szempontból rendkívül érdekes, hogy egy konkrét szabályozói- és adattartalmi környezet mellett milyen megvalósítási lehetőséget alkalmaznak az MNB részéről.

MNB hiteltermék összehasonlító alkalmazás

Az alábbiakban az MNB üzemeltetése alatt álló *hitel- és lízingtermék kereső* (<https://hitelvalaszto.mnb.hu/termekkereso>) működésén keresztül szemléltetem annak működését.

1. ábra — MNB Hitel- és lízingtermék kereső



Forrás: www.mnb.hu

Mikro-tartalmi szempontból megvizsgálva láthatjuk, milyen vizualizációs elemeket alkalmaztak a tartalmak rövid, gyors és hatékony szemléltetése érdekében, és azt, hogy milyen célokat kívántak elérni.

Piktogramok használata: a piktogramok használatával a készítő vizuálisan is szemléltetni kívánta a választási lehetőségeket, egyúttal áttekinthető, rendezett formába helyezte el a fogyasztók számára az információkat. A hiteltípusokkal kapcsolatos rendező elv nem csupán a későbbi könnyebb kereshetőséget biztosított szolgálni, hanem egyértelműen edukációs jelleggel is megfigyelhető, amelyben a felhasználókat szinte észrevétlenül oktatja a hiteltermékekkel kapcsolatosan, jelezve feléjük, hogy konkrét hitelcél ismerete szükséges a körültekintő hiteldöntés meghozatalához.

A hiteltermék kiválasztási folyamaton tovább haladva, különböző szűrési lehetőségeket biztosít a felület a könnyebb áttekinthetőség érdekében. A vizsgált folyamatban mintaként egy 5.000.000.- Ft összegű, 60 hónapos futamidejű személyi kölcsön termék hitelfelvételi lehetőségeire kerestem rá.

A megfelelő adatok megadását követően a 2. ábrán található információkat jelenítette meg a felület, amelyről megállapítható, hogy célirányosan, kifejezetten az esetleges hiteldöntéshez szükséges adatokat, információkat kaptuk vissza. Mikro-tartalmi szempontból vizsgálva kiválóan alkalmas a különböző ajánlatok összehasonlítására jelen formátumában is, eltekintve az erre irányuló kifejezett funkcionálitástól. Megtalálhatjuk a hitelt nyújtó intézmény nevét, a megnevezett hitelkonstrukciót, amely megkönnyíti a pénzügyintézet felkeresését követően a konkrét hiteligénylési folyamat elindítását. Kellően

informatív a megfelelő pénzügyi érettséggel rendelkező fogyasztók számára a különböző THM adatok ismertetése, amely ténylegesen összehasonlíthatóvá teszi a hitelajánlatok várható költség alapú összehasonlítását.

A felület rendezett, letisztult, kellően és gyorsan áttekinthető, mikro-tartalmi szempontokat figyelembe véve vezeti a fogyasztó szemét és az átadandó információkra fókuszáltan készült el.

2. ábra — MNB Hitel- és lízingtermék kereső – szűrés megjelenítése

Személyi kölcsön INTRUM Zártkörűen Működő Részvénytársaság Restruktúráló fedezetlen kölcsön ▶			☐ Kijelölés összehasonlításra
Devizanem HUF	Kamatváltozás gyakorisága futamidő alatt nem változhat	Kamat éves mértéke min. (%) 6,99	
Kamat éves mértéke max. (%) 9,49	Igényelhető kölcsönösszeg min. (Ft) 100 000	Igényelhető kölcsönösszeg max. (Ft) 7 500 000	
A ker. kommunikációban szereplő THM (%) 10,06	THM min. (%) 7,32	THM max. (%) 10,06	

Személyi kölcsön Cofidis Magyarországi Fióktelepe Cofidis Minősített Fogyasztóbarát Személyi Hitel ▶			☐ Kijelölés összehasonlításra
Devizanem HUF	Kamatváltozás gyakorisága futamidő alatt nem változhat	Kamat éves mértéke min. (%) 9,90	
Kamat éves mértéke max. (%) 13,99	Igényelhető kölcsönösszeg min. (Ft) 3 000 000	Igényelhető kölcsönösszeg max. (Ft) 10 000 000	
A ker. kommunikációban szereplő THM (%) 10,36	THM min. (%) 10,36	THM max. (%) 14,92	

Forrás: www.mnb.hu

Qvik

A hitelezési területet túlmutatva vizsgáljuk meg, hogy pénzforgalmi oldalról milyen oktatási jellegű tartalmak találhatóak az MNB oldalán. Napjainkban a leginnovatívabb megoldásnak a *qvik* által történő fizetés tekinthető, amely ötvözi a mobil eszközök által nyújtott digitális biztonságot- és rugalmasságot az AFR által nyújtott, azonnali átutalási élménnyel, amely során az átutalás indítását követő 10 másodpercen belül a címzett számláján jóváírásra is került az elszámolandó összeg. Ezen *qvik* fizetési mód népszerűsítésére és használatának megismertetésére hozták létre a <https://www.mnb.hu/qvik> weboldalt, ahol tömör, lényegre törő információkat találunk mind a fogyasztók, mind a vállalkozások számára.

Az oldal tematikája rendkívül letisztult, a *qvik* működését bemutató leírásokat, kisfilmeket az egyes rövid infografikákra kattintva érhetjük el. Maguk az infografikák is beszédesek és oktató jellegűek, hiszen vizuálisan mutatja be a felhasználók számára mit is jelent például az „NFC” alapú működés. A mindennapi szóhasználatban biztosan mondható, hogy nem elterjedt az, hogy „NFC-vel fizetek”, de az igen, hogy „Mobillal fizetek”. Az „NFC” fizetési mód feltűntetése kellően szakmai, de egyúttal edukációs jellegű is.

Az információt átadó kisfilmet megtekintve megállapíthatjuk, hogy a felhasználók számára legrelevánsabbnak tartott információkat tartalmazza, kisebb részekre tagolva. Oktatási szempontból vizsgálva

törekszik arra, hogy több érzékszerven keresztül adja át az információt, hiszen a hang mellett felirat is található, valamint a grafikai ábrázolás - amely esetében kifejezetten követendő példának találok, hogy nem élőszereplős filmet láthatunk – is tömör, a közvetítendő információkra fókuszál. A film maga rövid, nyolcvan másodperc hosszú, amely teljesen megfelel a mikro-tartalom követelményének, ezen túlmutatva pedig a felgyorsult társadalmunk információs igényének. A felütése jó, végig lendületes, így a nézők figyelme nem lankad, nem fullad unalomba a megtekintése. Saját megítélésem szerint eléri a célját, ösztönzi a fogyasztót arra, hogy keresse ezen fizetési megoldás lehetőségét, kérje a szolgáltatójánál ennek használatának biztosítását.

3. ábra — Qvik infografikák a webes felületen



Forrás: <https://mnbb.hu/qvik>

Kiberpajzs

A kereskedelmi bankok számára a banki visszaélések komoly problémát jelentenek világszerte, hiszen alapvetően az ügyfelek bizalmára és pénzügyi stabilitására vannak hatással. A visszaélések több formában is megjelenhetnek, ideértve a csalást, a pénzmosást, a bennfentes kereskedelmet és a jogosulatlan költségterheléseket. Magyarországon, a világ többi országához hasonlóan jelenleg a legnagyobb kihívást a kiberbiztonság megteremtése, a különböző formában megjelenő, az ügyfelek bankoknál elhelyezett pénzeiket támadó csapások megfékezése jelenti.

A magyarországi pénzintézetek mindegyikének a banki felületein megtalálható a www.kiberpajzs.hu internetes oldal elérhetősége, ahol összefoglaltan, komplexen kaphatnak az érintettek információkat a csalás típusokkal kapcsolatosan. Ez, a kereskedelmi bankok támogatásával üzemelő website egy teljes körű, naprakész információkat tartalmazó felület, ahol strukturáltan, a mikrotartalmak kritériumainak megfelelően tájékozódhatunk csapási formákkal és megelőzésükkel kapcsolatosan.

A felület maga teljesen letisztult, minden hirdetés és elterelő információktól mentes, ezzel is elősegítve a fókuszált, céltudatos információ átadást. Felépítését tekintve a főbb visszaélés típusokra fókuszáltan – Telefonos, Számítógépes, SMS-es, E-mailes – kategorizálja az információkat.

4. ábra — Kiberpajzs internetes oldal mikro-tartalmi része

Telefonos	Számítógépes	SMS-es	E-mailes
Hamis banki telefonhívás (vishing)	Lándzsás adathalászat (spear phishing)	Hamis banki SMS (smishing)	Adathalászat banki e-mail (phishing)
Nem banki szolgáltatók nevével történő visszaélés	Hamis befektetési lehetőségek	Nem banki szolgáltatók nevével történő visszaélés	Nem banki szolgáltatók nevével történő visszaélés
Visszahívásos telefonos csalás (wangiri)	Hamis online webáruházak, ajánlatok		"Nigériai típusú" csalások
Hívószám-hamisítás (spoofing)	Eladók átverése az online piactereken		Hamis befektetési lehetőségek
Munkahelyi csalás: hamis vezetői utasítás e-mailben vagy telefonon	Személyesadat-lopás a közösségi médiában		Munkahelyi csalás: hamis vezetői utasítás e-mailben vagy telefonon

Forrás: www.kiberpajzs.hu

Az egyes típusok mellé nem csak a magyar leírását, hanem rögtön feltűntetve az angol, nemzetközi megnevezését megtaláljuk a csalási eseménynek. Tehát egyrészt segít felismerni a visszaélés típusokat, másrészt edukálja az olvasót, megkönnyítve neki a mindennapi életben való felhasználását, elősegítve egy-egy komplexebb szakmai beszélgetésbe való bekapcsolódását.

A korábban bemutatott banki platformokhoz hasonlóan ezen a site-on is elérhetően rövid, tömör videók, amelyek egy-egy csalási eseményt szemléltetnek, ezúttal élő szereplős formában. Az összességében 30 másodperces kisfilmek kiválóan érzékeltetik az egyes csalási típus eseteket és a követendő fogyasztói magatartást a visszaélések elkerülése érdekében.

Összefoglalás

Összefoglalóan elmondható, hogy mind a felügyeleti, mind pedig a kereskedelmi bankok ügyfelek felé megjelenítendő mikro-tartalmi kellően informatívak, hatásosak és célratörőek, egyúttal az MNB fogyasztóvédelmi elvárásainak is megfelelnek. Egyértelműen megjelenik a modern kor által megkövetelt digitális tartalomkészítés a bankok részéről, legyen szó infografikáról, vagy még inkább a rövid videó alapú tartalmakról. A vizsgált banki tartalmak oktatási szempontból tudományosan felépítettek, azok készítése során vélelmezhetően oktatásméleti szempontok is figyelembe vételre kerültek. Megítélésem szerint nem csak üzleti-, hanem a társadalom egészére vonatkozóan hasznos oktatási célokat szolgálnak, lehetőséget teremtve egy fejlettebb pénzügyi kultúra elérésére.

Felhasznált szakirodalom

- Attwell, G. (2007). Personal Learning Environments – the Future of eLearning?, *eLearning Papers*, 2(1), 1-8.
- Benedek A. (2016). *Új tartalomfejlesztési paradigma a szakmai tanárképzésben*. In: Tóth Péter- Hollik Ildikó (szerk.) Budapest, ELTE Eötvös Kiadó
- Benedek A. (2020). *Új módszerek a szakképzésben - Kollaboratív online tartalomfejlesztés* ISBN, 978-963-508-949-9
- Benedek, A. & Horváth, J. C. (2025). Online Collaborative Training Tools and Practice in Engineering Pedagogy and Teachers' Training. In: Auer, M.E., Rüttmann, T. (eds) *Futureproofing Engineering Education for Global Responsibility*. ICL 2024. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 1281. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-83520-9_20
- Borbély B. & Földi P. (2022). Ügyfélélegedtség a bankszektor digitális környezetében, *Vállalkozás-fejlesztés a XXI. században* 2022/2. kötet
- Czettler J. (1939). *Az emberi gazdálkodás története*, Franklin-társulat, Budapest

- Dobozy Gy. & Horváth J. C. & Kölmöczy, Kutasi, Molnár (2019). Mikro-tartalmak alkalmazása – módszerek iskolai szemmel –, MTA-BME Nyitott Tananyagfejlesztés Kutatócsoport közlemények VIII. 8. sz.
- Fitz J. (1940). Gutenberg, Hungária könyvek, Budapest
- K. Clements & R. Edward West & E. Hunsaker (2020). Getting Started With Open Badges and Open Microcredentials, *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, DOI: <https://doi.org/10.19173/irrodl.v21i1.4529>
- OEPASS (2018). *OEPass: Open Education Passport*. <https://www.oepass.eu>
- Siemens, G. (2004). Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age, https://jotamac.typepad.com/jotamacs_weblog/files/connectivism.pdf
- Szóka K. (2021). A pénzügyi kultúra és tudatosság meghatározása és magyarországi helyzete, *Economica*, 12. évf. 3-4. szám <https://doi.org/10.47282/economica/2021/12/3-4/10417>
- Szőke-Milinte E. (2020). *A „Z” generáció kognitív sajátosságai*, Hungarovox kiadó

Internetes források

- <https://hitelvalaszto.mnb.hu/termekkereso>
- www.mnb.hu
- www.otpbank.hu
- www.kiberpajzs.hu
- www.mbhbank.hu