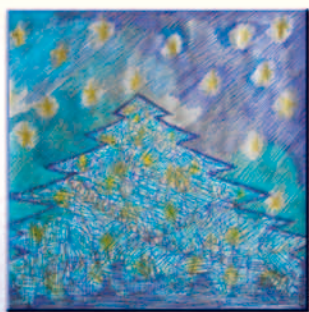


*CONSUMERS FOGYASZTÓK*  
*AND ÉS*  
*FESTIVALS ÜNNEPEK*



**THIS PROJECT HAS BEEN  
FUNDED WITH SUPPORT FROM  
THE EUROPEAN COMMISSION.  
THIS PUBLICATION REFLECTS  
THE VIEWS ONLY OF THE AUTHORS, AND  
THE COMMISSION CANNOT BE HELD  
RESPONSIBLE FOR ANY USE WHICH  
MAY BE MADE OF THE INFORMATION  
CONTAINED THEREIN.**

**EZ A PROJEKT AZ „EGÉSZ ÉLETEN ÁT  
TARTÓ TANULÁSI” PROGRAM  
KERETEIN BELÜL AZ EURÓPAI  
BIZOTTSÁG TÁMOGATÁSÁVAL VALÓSULT MEG.  
A KIADVÁNY KIZÁRÓLAG A SZERZŐK  
NÉZETEIT TÜKRÖZI,  
A BIZOTTSÁG NEM VÁLLAL  
FELELŐSÉGET SEMMILYEN BENNE  
TALÁLHATÓ INFORMÁCIÓÉRT.**

*This project has been funded with support from  
**the European Comission.***

*In the 3<sup>rd</sup> year of a Comenius project:  
**Consumers and Festivals,**  
this booklet has been written by students from classes:  
**9a, 10a, 10b, 11b, 12b of S.J.P.G.**  
with the collaboration of:  
**Katalin Buru** (English teacher)  
**Nora Iselstöger** (Hungarian-Portuguese teacher)  
**Andrea Huszák-Vendégh** (Hungarian-English teacher)  
**Luca Madarassy** (English-Drama teacher)*

# Introduction

**“Consumers and Festivals”** is a **Comenius 1 project** developed by our school in partnership with **“GYMNAZIUM FRANTISKA PALACKÉHO”** (Czech Republic), **“ZESPÓL SZKÓL ZAWODOWYCHW NASIELSKU”** (Poland) and **“ESCOLA SECUNDÁRIA DE ALVIDE”** (Portugal) in the framework of a **European School Partnership** project funded by the **European Commission’s Socrates Lifelong Learning Programme**.

Within this project, one of our aims was to conclude the study carried out by our students in the form of a brochure/booklet. The festivals dealt with in the third year of this project, by all four partner schools, were Christmas and Carnival. The studies focus on today’s consumer driven society and contrasts old, traditional ways of celebrating with modern, recently formed consumer habits. Students also made research on how these festivities are celebrated in their schools and compared each other’s customs.

This brochure contains the summary of four research topics. The first one is **“FAIR TRADE”**, where Hungarian students made a survey about how much young people know about Fair Trade and about Fair Trade products that can be used instead of usual products during festivity periods to prepare food and drinks. The second research topic is **“ADVERTISEMENTS”**, where the students studied the relation between consuming habits at festivals and advertisements. They analysed how advertisements change before/during festivals and how companies try to influence people to consume more and more...

The third field of study is the traditions of the festivity **“CARNIVAL”** in Hungary and also about how Carnival is celebrated in our school. Students documented how we celebrated School Carnival this year.

The last chapter of the brochure deals with **TRADITIONAL HUNGARIAN GASTRONOMY**. The students of this group made a survey with parents, grandparents, relatives and friends about what food was typically consumed by their families before and how this has changed until today. They also included the recipes of the **MOST FAMOUS CHRISTMAS AND CARNIVAL DESSERTS** eaten in Hungary.

We hope that our analysis and comparison of these festivals and consumer habits will highlight some of our good and bad habits and help ourselves, and also the readers of this booklet, to become more conscious consumers and citizens of Europe.

# FAIR TRADE

*The point of Fair Trade as an international movement is to create ideal circumstances for farmers/manufacturers, traders and consumers. It aims at eliminating or at least minimizing child labour and slavery in developing countries, improving the chances of employees at a disadvantage (e.g. women, native inhabitants), securing living standards of poor farmers and increasing consumer awareness in developed countries, but most of all securing equal human rights for everybody.*

*It began in the 19<sup>th</sup> century, when the first British and Italian trade unions were formed and when some religious groups in the US started buying directly from farmers and manufacturers.*



*If a farmer or manufacturer wants to join a Fair Trade union, he has to meet certain requirements, such as not using child labour and slavery, and improving the education, the running water and the medical system.*

*It is the FLO (Fair Trade Labelling Organisation) that is appointed to examine if it really happens. If a product has the FLO label on it, it means that the farmer or manufacturer has met the criteria mentioned above.*

*Although Fair Trade was founded to improve economy, it cannot help every participant of it, only that it doesn't create competition on local products, e.g. – in the*

*case of Hungary – honey and wine. Fair Trade is only one thousandth of the world's trade.*

# a méltányos kereskedelem

A Fair Trade lényege, hogy ideális helyzetet teremtsen a termelők, a kereskedők, valamint a fogyasztók számára egyaránt. Célja, hogy megszüntesse vagy legalább csökkentse a gyermek- és rabszolgamunkát a fejlődő országokban, javítsa a hátrányos helyzetű munkavállalók (nők, öslakosok) esélyeit, biztosítsa a szegény termelők megélhetését és hogy növelje a fejlett országokban élő emberek tudatosságát a vásárlásban, de legfőképpen, hogy mindenki élhessen alapvető emberi jogaival.

A mozgalom kialakulása visszanyúlik a XIX. századra, amikor megalakultak az első angol és olasz termelészövetkezetek, és amikor amerikai vallási csoportok elkezdtek közvetlenül a termelőtől vásárolni.

Ha egy termelő be akar lépni egy Fair Trade termelészövetkezetbe, akkor teljesítenie kell bizonyos feltételeket, pl. hogy nem alkalmazhat gyermek- és rabszolgamunkát, a befolyó profitból fejleszti az oktatást, az ivó-

víz- és az egészségügyi hálózatot. Azt, hogy ez tényleg megvalósul, az FLO (Fair Trade Labelling Organisation – Fair Trade Minőségellenőrző Szervezet) nevű nemzetközi szervezet ellenőrzi. Ha egy terméken szerepel az FLO címkéje, az azt jelenti, hogy a termelő teljesítette a fent említett kikötéseket.



Bár a Fair Trade a gazdaságok fejlesztésére jött létre, nem tud mindenkinek segíteni, így pl. a magyar gazdáknak sem, legfeljebb úgy, hogy nem teremt konkurenciát a helyi termékekből, Magyarország esetében pl. mézből és borból.

A Fair Trade a nemzetközi kereskedelem mindössze egy ezrelékét teszi ki.

# A VISIT to the Fair Trade Center in Budapest



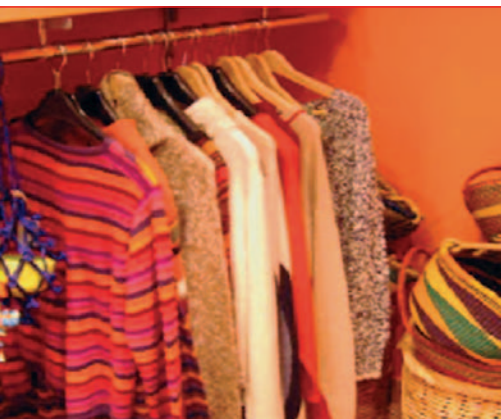
*In a nice afternoon we visited the Fair Trade Center in the Bécsi utca. While we were waiting for the salesperson, we looked at the products and read the brochures in the shop window. The shop from inside was very pleasant. The salesperson showed us around the shop. These products we saw first: chocolate, cacao, spices, coffee, rice and tea. Besides we saw pieces of jewelry, which were made of recycled material. After that we looked at the musical instruments, we found drums and different rattle instruments. Among these objects we found textile products too. There were pullovers, purses, bags, belts and some objects for everyday use. These were all made of natural or recycled material. At last we looked at the fripperies, which were all individually handmade. These products aren't cheap, but good quality, individual and made of natural material.*





de Center

# A budapesti Fair Trade Center



Egy kellemes márciusi délutánon meglátogattuk a Bécsi utcában található **FAIR TRADE CENTERT**.

Amíg az eladóra vártunk, megnéztük az árukat és az ismertető plakátot olvastuk. A bolt belülről kellemes látványt nyújtott. Az eladó köszöntése után körbesétáltunk a helyiségben. Elsőként a következő termékeket pillantottuk meg: csoki, kakaó, fűszerek, kávé, rizs és tea.

Továbbhaladva az ékszereket néztük meg, amikről kiderült, hogy újrahasznosított anyagokból készültek. Ezután jutottunk a hangszerek sorához, ahol dob, különböző rázó és zörgő hangszereket vettünk szemügyre. A hangszerek között rábukkantunk a textilárúkra. Ezek között voltak pulóverek, táskák, pénztárcák, övek és hasonló használati tárgyak. Ezek is mind természetes vagy újrahasznosított anyagokból kézzel készültek. Legvégül a dísz tárgyakat pillantottuk meg, melyeknek darabjai egyediek. A látott árúk ugyan nem olcsók, de jó minőségűek, különlegesek és 100%-ban természetesek.

## *Fair Trade food at the Carnival*      *Fair Trade ételek farsangkor*

Most of the ingredients of typical Carnival dishes you can find in the Fair Trade Shops. You can eat doughnuts (which come in many variations: doughnut with stripe, called berliner, doughnut with ring, doughnut with cottage cheese, rose shaped doughnut) with various types of jam or with cocoa. You can drink tea, chocolate milk, hot chocolate or coffee with your doughnuts for a better and more complete taste.      *JUDIT BOTLIK 10/A*

*A farsangi ételek (pl. a fánk) alapanyagainak nagy része megtalálható a Fair Trade üzleteiben.*

*Sokfajta lekvár és kakaó(por) kapható, amelyeket a fánkhoz fogyaszthatunk. A farsangi menüt ezen kívül teával, kakaóval vagy kávéval egészíthetjük ki, melyek a Fair Trade legtipikusabb termékei.*

*BOTLIK JUDIT 10/A*



### *Fair Trade kérdőív diákoknak*

- 1. Hallottál már a Fair Trade-ről?*
- 2. Tudtad, hogy a nagy transznacionális vállalatok, amelyek élelmiszerekkel (pl. kávéval) kereskednek, rendkívül alacsony árat fizetnek a fejletlen országokban élő gazdáknak?*
- 3. Szerinted fontos ez a mozgalom?*
- 4. Szerinted a Fair Trade tényleg segít a gazdákon?*
- 5. Szerinted a Fair Trade termékek minősége ugyanolyan, mint a hagyományos termékeké?*
- 6. Hol kaphatók Fair Trade termékek a környéketeken?*
- 7. Ki alapította a Fair Trade-et?*
- 8. Melyik ország indította el azt a mozgalmat?*
- 9. Milyen termékeket forgalmaznak?*

## A FAIR TRADE ÉS A KARÁCSONY

### Marcipános szaloncukor

**HOZZÁVALÓK:** 50 dkg cukor,  
10 evőkanál víz, marcipán.

**ELKÉSZÍTÉS:** Egy lábasba teszünk 50 dkg cukrot és 10 evőkanál vizet. Folyamatos keverés közben a forrástól számítva 8 percig főzzük. Közben 6-7 perc után tányérra teszünk egy kanál masszát, és gyorsan elsimitjük: ha sűrűsödik és keményedik, akkor elkészült a massa. Ekkor levesszük a tűzről, és belekeverjük az ízesítőket. Az így elkészített masszát porcelántálon vagy márványlapon nedves kézzel tetszés szerinti vastagságú rúddá sodorjuk. Kihűlés előtt megfelelő nagyságú darabokra vágjuk, majd csokimázzal bevonjuk. Ha elkészült, selyempapírba csomagoljuk, és tetszés szerint díszíthetjük. / A Fair Trade boltban a szaloncukorhoz a csokijába való kakaó szerezhető be.

SOÓS ESZTER 10. A.  
BALLA ÁGNES, 10. A.  
KATONA ÁGNES 10. A.



## FAIR TRADE AND CHRISTMAS

### Hungarian Marzipan Fondant Candy ('szaloncukor')

**INGREDIENTS:** 50 dkg sugar,  
10 tablespoons water, Marzipan

**PREPARATION:** Put the sugar and the water in a pot. Boil it for 8 minutes, constantly stirring. After 6-7 minutes try to spread a spoonful of the mousse on a plate. If it thickens, it is ready. Now take it off the heat and add the Marzipan. Cream it together and form a 1,5 cm thick stick.

Cut 3 cm long pieces before it completely chills out. Cover them with chocolate. Then wrap them in colourful paper as shown in the picture. You can decorate

your Christmas tree with them or you can serve them in a bowl.

/ You can buy any of these ingredients, especially the chocolate at Fair Trade shops.

ESZTER SOÓS 10. A  
ÁGNES BALLA 10. A  
ÁGNES KATONA 10. A

### Student questionnaire on Fair Trade

1. Have you ever heard about Fair Trade?
2. Did you know that big transnational companies which turn over food buy raw material (e.g. coffee) for very small amounts of money from farmers who grow crops in undeveloped countries?
3. Do you think this movement is necessary?
4. Do you think Fair Trade really helps poor farmers?
5. Do you think Fair Trade products are as good in quality as traditional ones?
6. Do you know where you can buy these products near your home?
7. Who founded Fair Trade?
8. Which country started it?
9. What products do they trade?

# Results of the student questionnaire

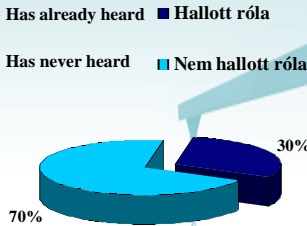
# A Fair Trade teszt eredményei

WE ASKED 50 STUDENTS FROM THE SCHOOL ABOUT FAIR TRADE.

AZ ISKOLÁBAN 50 DIÁKNAK TETTÜNK FEL KÉRDÉSEKET.

The first question was if they had ever heard about Fair Trade. The result is shown on this diagram.

Az első kérdés az volt, hogy egyáltalán hallottak-e a Fair Trade-ről. Az eredmény a kör-diagramról olvasható le.

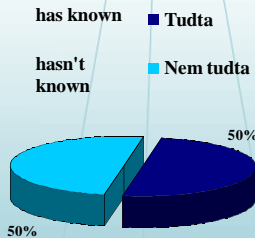


## Exploitation of farmers in undeveloped countries

25 out of 50 people has already knew that transnational companies which turn over food buy raw material for very small amounts of money from farmers who grow crops in undeveloped countries. 25 has never heard about this before.

## A fejletlen országok gazdáinak kizsákmányolása

Az előbb említett 50 személyből 25 tudta, hogy a fejletlenebb országokban működő gazdáktól a terményeiket fillérékért vásárolják fel a nagy transznacionális/multinacionális cégek, 25 személy még sohasem hallott erről.



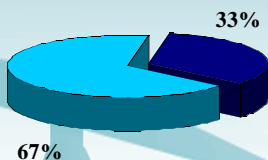
## Opinions

The 15 people (30%) who have heard about Fair Trade were asked more questions.

1. Do you think this movement is important?
2. Do you think it really helps those in need?

Not necessary  
Necessary

■ Nem szükséges  
■ Szükséges

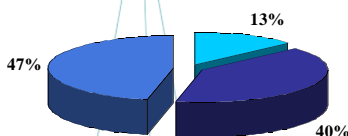


## Quality

At the question about quality we wanted to if in the students' opinion there is any difference between the quality of the traditional and the Fair Trade products.

Better  
Good  
Worse

■ Jobb  
■ Jó  
■ Rosszabb



## Last Questions

Finally we asked if they knew where Fair Trade products can be bought in Budapest, who founded the movement and which country started it.

2 people knew that you can find a Fair Trade shop at Deák tér, a third one thought these products can be bought at Kossuth tér.

(The address: Budapest 1052 Deák Ferenc utca 10., entrance from Bécsi utca.)

Among the 15 who have heard about Fair Trade nobody knew who founded it or which country started it.

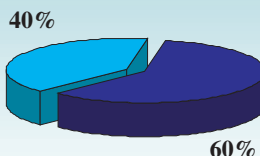
## Vélemények

Az a 15 személy (30%), akik hallottak a Fair Trade-ről további kérdéseket kaptak.

1. Fontosnak tartják-e a mozgalmat?
2. Segít-e a Fair Trade a rászorulókon?

Doesn't help  
Does help

■ Nem segít  
■ Segít



## Minőség

A minőséggel kapcsolatos kérdésnél arra voltunk kíváncsiak, hogy észre-vehető-e valamilyen különbség a hagyományos és a Fair Trade termékek között.

## Utolsó kérdések

Végül megkérdeztük azt is, hogy Budapesten hol lehet megvenni a Fair Trade termékeket, ki alapította a Fair Trade-t valamint azt, hogy melyik ország indította el a mozgalmat.

Két személy tudta, hogy pl. a Deák téren van Fair Trade bolt, egy harmadik szerint a Kossuth téren vásárolhatóak meg ezek a termékek.

(A pontos cím: Budapest, 1052 Deák Ferenc utca 10., bejárat a Bécsi utca felől)

A 15 személy közül, akik valaha már hallottak a Fair Trade-ről senki sem tudta, hogy ki alapította a Fair Trade-t és azt sem tudták, hogy melyik ország indította el a mozgalmat.

# Advertisements, Festivals and Consumerism

Our two groups from classes: 9. a. and 10. b., decided to deal with advertisements. We wanted to study the connection of consumer patterns and advertisements around festivity periods. We wanted to find out how advertisements effect us and if there is any significant link between our shopping habits and the way products are advertised or not. We focused on the periods around two festivals: Christmas and Carnival.

Firstly, all of us answered 10 questions about advertisements in general to see how much ads are a part of our lives, then we started searching for specific ads that we would analyse individually. After that, we formed 15 questions to help us analyse our chosen ad. We also asked our classmates about their opinions. Based on these findings, here we will conclude how we think shopping and consuming habits change before and during Christmas and Carnival (mainly in Hungary, but also in our partner EU countries)

So, during our "Comenius" lessons, we spent a lot of time looking for and collecting ads on the internet, and this proved to be a very entertaining and sometimes surprising experience. We started seeing ads with a different "eye", from a different view and realized how much advertisements are effecting us without us even knowing about it.

We were first of all, looking for ads that were in connection with our festivities somehow. For example: which were advertising products that

were mainly food and drinks consumed during festivals or typical gifts given at these celebrations and also products that we usually consume throughout the whole year but which have a really big advertisement campaign before festivals.

We found many ads about chocolate, beer, champaingne, mobiles, MP3 players, sportswear, jeans, perfumes etc. However we only selected two

from the finished writings. *We thought that these two are products well-known by our partner countries as well: hamburgers and cola*, so everyone will be able to express their own ideas regarding these products.

The first product is the hamburger which can be bought at famous fast-food restaurants and small stalls as well, there are many various types and the prices also vary a lot from very cheap to quite expensive compared to what it can offer. We couldn't find ads specifically in con-

nection with festivals but still it is interesting to think about how much "junk-food" has become a part of our lives.

The second product is also consumed globally and its advertisements are always in strong connection with the current festivals. The ads that have been chosen by the students who wrote her comments are Christmas advertisements that are familiar perhaps to all EU citizens.

"South Park Christmas", a parody of what Christmas as a celebration has become to many.

## **Questions about Advertisements in General**

1. *Do you like looking at advertisements or TV commercials?*
2. *Do you have a favourite ad?*
3. *Do you think advertisements have a big effect on you?*
4. *Has any advertisement actually made you buy a product?*
5. *Has any advertisement made feel you angry?*
6. *Has any advertisements made you feel disgusted?*
7. *Has any advertisement made you feel happy and/or laugh?*
8. *In Budapest where can you see adverts?*
9. *Are there any adverts in your school?*
10. *Do you think adverts have a good effect on people? Why?*

# Reklámok, ünnepek és fogyasztás

Két csoportunk, a 9/a. és 10/b. osztályokból, úgy döntött, hogy reklámokkal fog foglalkozni. Tanulmányozni szeretttük volna az ünnepek időpontjaihoz közeli reklámozás és a fogyasztási szokásaink kapcsolatát. Meg akartuk tudni, hogy milyen hatással vannak ránk a reklámok, hogy van-e valami jelentős kapocs egy termék reklámozási módja és vásárlási szokásaink között. Külföldi partnereinkkel való meg-egyezésünk alapján két nagyobb ünne-  
pünkre koncentráltunk: a karácsonyra és a farsangra. Először is mindannyian megválasztottuk azt a 10 kérdést, amit közösen írtunk össze a reklámokról általában, hogy megvizsgáljuk, mennyire van fontos helyük a reklámoknak életünkben, majd elkezdtünk keresni és gyűjteni konkrét reklámokat a témának megfelelően. Ezután megfogalmaztunk 15 kérdést, amely segített a változott reklámok elemzésében. Az osztálytársainkat is megkérdeztük véleményükről és mindezek után összesítést készítettünk az eredményekről, melyek elmondják, hogy mit gondolunk, mi diákok, arról, hogy a vásárlási és fogyasztási szokásaink mennyiben és hogyan változnak a karácsony és farsang időszakában (elsősorban Magyarországon és a partner EU-országokban).

Tehát, a „Comenius” órákon sok időt töltöttünk azzal, hogy reklámokat kerestünk interneten keresztül. Ez sokszor nagyon szórakoztató és egyben

meglepő is volt. Elkezdtük más szemmel, új perspektívából szemlélni a reklámokat és rádöbben-tünk arra, hogy milyen nagy hatással vannak ránk anélkül, hogy sokszor erről tudomásunk lenne.

Elsősorban olyan reklámokat kerestünk, melyek valamilyen módon kapcsolatban vannak ünnepe-  
inkkel, olyan termékeket reklámoznak, melyeket többnyire ünnepnapo-  
kon szokás fogyasztani vagy ajándékozni, illetve olyan termékekről szólnak, melyeket egész évben fogyasztunk, de jellemzően kiterjedt reklámkampányuk van ünnepek előtt.

Sok reklámot találunk csokoládé termékekről, sörről, pezsgőről, mobilokról, MP3-lejátszókról, sportruházati termékekről, farmerekről, kölnikről stb. Ezek közül azonban csak kettőnek az elemzését tesszük itt közzé. Azért választottuk ezt a két írást, mert olyan termékekről szólnak, melyeket mind a 3 partner országban jól ismernek és fogyasztanak, így külföldi barátaink is könnyen el tudják mondani saját véleményüket a szóban forgó termékekről.

*Az egyik a „hamburger”, a másik pedig a „kóla”.*

A hamburgerről nem találtunk könnyen hozzáférhető „ünnepi” reklámképeket, úgy hogy az ünnepektől eltekintve 3 képet elemez a szöveg, mindenki okulására.

A kóla reklámoknál azonban, szoros összefüggésben van a reklámok képvilága a karácsony ünnepeivel.

## **Kérdések a reklámokról általában**

1. Szeretsz reklámokat vagy hirdetéseket nézni/nézegetni?
2. Van kedvenc reklámod?
3. Véleményed szerint nagy hatással vannak rád a reklámok?
4. Volt olyan reklám, melynek közvetlen hatására vettél meg egy terméket?
5. Volt-e már olyan reklám, amely feldühített?
6. Volt-e olyan reklám, melyet izléstelennek vagy gusztustalannak találtál?
7. Volt-e olyan reklám, amely megnevetteget?
8. Budapesten hol lehet reklámokkal, hirdetésekkel találkozni?
9. Az iskolában vannak reklámok, hirdetések?
10. Véleményed szerint a reklámok milyen hatással vannak az emberekre? Miért?

### **Summary of our analysis**

- before festivals people do more shopping, so companies try to sell even more...they do everything to sell as many products as possible with the help of ads.
- Advertisements show special offers and promotions e.g. double amount for the price of one.
- Adverts show the most typical symbols of the festival (Eggs, Bunnies, Santa Claus)
- Adverts try to tell people what their festivals are about e.g. Christmas was about love. It used to be about being together with your family and now it is about buying more and more presents.
- Ads try to persuade people that festivals are about consuming
- Ads try's to make people consume more than they need
- Ads try to make people believe that they will only be happy, they will only have a perfect celebration, if they buy the product being advertised.
- Even after big-festivals people do more shopping than at other times of the year, because of "sales". During SALES low prices attract consumers to spend even more money.

**Main Conclusion:** We buy more than we need. →

We consume more than our basic needs would demand → Buying things doesn't bring happiness → We can be happy simply if we are loved and be with our loved ones → Happiness and love is free! 😊

### **Summary of students opinion about ads**

- Most students like adverts that are funny
- Most students have a favourite ad
- Most students think TV commercials are very irritating when they interrupt an exciting film
- Most students think there are too many ads (all around them)
- Most students meet ads on TV or on the internet
- Most students think ads don't have a very big effect on them (well, they may be wrong about this... who knows!?)



### **A popular food product in Hungary: "Túró Rudi"**

Turo Rudi: This seems to be a uniquely Hungarian confection. It is like a candy bar but made of a sweetened compressed cottage cheese dipped in chocolate. We always get one as a treat when we go grocery shopping. Look for them in the dairy case of the supermarket or convenience store (price about 40 cents). They come in flavors, but we like plain (natur) best. The name is pronounced "two-row rue-dee." Note that Turo Rudies are perishable – they keep for about two weeks in the refrigerator. If you want to keep them longer the freezer seems to do them little harm.

Not only children but adults also love this special Hungarian dessert. We think its consumption during festivals definitely doubles or even triples...at least in our households :



## Eredményeink összefoglalása

- Az ünnepeink előtt az emberek többet vásárolnak, ezért a cégek, vállalatok (ezt kihasználva) mindent megtesznek, hogy még többet adjanak el... a reklámozás segítségével a lehető legtöbbet helyezzenek el a piacon.
- Az ünnepek időszakában a hirdetések, reklámok különleges kedvezményekről, engedményekről, akcióról szólnak, pl. Egyet fizet, kettőt kap!
- A reklámokban jellemző az ünnepek szimbólumainak használata, pl. mikulás, nyuszi, tojások stb.
- A reklámok megpróbálják meghatározni ill. átfogalmazni ünnepeink lényegét. Pl. a karácsony régen arról szólt, hogy együtt van a család szeretetben, békességben, manapság pedig a korlátlan ajándékvásárlásról és fogyasztásról szól...
- A reklámok megpróbálják meggyőzni az embereket, hogy az ünnepek a fogyasztásról szólnak.
- A reklámok arra ösztönzik az embereket, hogy fogyasszanak többet, mint amennyire szükségük van.
- A reklámok elhitetik az emberekkel, hogy csak akkor lehetnek boldogok, ill. lehet teljes az ünnepük, ha a reklámozott terméket megveszik és fogyasztják az ünnepek alatt.
- Az ünnepek után folytatódik a vásárlási örület, amikor a reklámokban az óriási árleszállításokról hallhatunk.

**Téhat:** Többet vásárolunk, mint amire szükségünk van → Többet fogyasztunk, mint amit az alapvető szükségleteink diktálnak → A vásárlás nem eredményez boldogságot → Boldogok lehetünk, csupán ha szerethetünk, szeretve vagyunk, és együtt lehetünk családjainkkal, barátainkkal → A boldogság és a szeretet ingyen van! ☺



## Összefoglalás a diákok véleményéről

- A legtöbb diáknak a vicces vagy szórakoztató reklámok tetszenek.
- A legtöbb diáknak van kedvenc reklámja.
- A legtöbb diák egyetért abban, hogy idegesítő, amikor egy reklám megszakít egy izgalmas filmet.
- A legtöbb diák úgy gondolja, túl sok reklám veszi körül.
- A legtöbb diák a tv-ben illetve az interneten találkozik reklámokkal.
- A legtöbb diák meg van győződve arról, hogy a reklámok nem befolyásolják (mi nem lennének ebben ennyire biztosak! és Te?)



*A legtöbb diáknak a vicces, meglepő és kreatív reklámok tetszenek... / Most young people seem to like funny, surprising and creative advertisements...*

## Egy népszerű édességipari termék Magyarországon: A „Túró Rudi”

Túró Rudi: Úgy tűnik ez egy egyedülállóan magyar édesség. Olyan, mint egy csoki-szelet, de igazából édesített, finomított túróból készül csokoládé bevonattal. Jellemző ránk, magyarokra, hogy bevásárláskor meglepjük magunkat egy-egy Túró Rudival. A Túró Rudit a tejtermékeknél keresd, különböző ízesítésekben kapható (kb. 70 Ft-ért), de a legjobban mindenki a natúr szereti! Ne felejtset el, hogy a Túró Rudi romlandó, tartsd hűtőszekrényben!

Nemcsak a gyerekek, de a felnőttek is nagyon szeretik ezt a különleges magyar desszertet. Szerintünk az ünnepek alkalmával egyértelműen megnövekszik a fogyasztása kb. duplájára, triplájára (legalábbis a mi háztartásainkban:).

### Questions about a Specific Advertisement(s)

1. The exact name/category of the product?
2. Is this product available for purchase in all the EU Countries?
3. Do our Portuguese, Polish and Czech partners know this product, and if so, do they purchase it?
4. Do you often see adverts of this product?
5. Is this product for casual purchase or for special occasions?
6. Does the advert have any special atmosphere of Festivals?
7. How do Hungarian consumer habits change during event periods?
8. In your opinion, what "message" does the selected advert transmit to viewers?
9. Do you like this advert? Please explain your opinion!
10. Who/what is the main character of the advert? What is in the central focus of the picture?
11. What does the background look like?
12. Do you know about the price of the product? Would you consider it as a cheap or more likely an expensive product?
13. How popular is this product among your friends?
14. Is it healthy? Please explain why or why not?
15. Can you buy this product in the buffet of your school or near the school?

### THE HAMBURGER by: Dániel Varga (class 10b.)

1. The product I have chosen to describe is the hamburger, which is advertised and sold by many fast-food restaurants, but it is not only sold by big companies but small, "no-name" street buffets/snack-bars and restaurants as well. I think this makes the product dangerous, because we never know exactly what it's made of.
2. You can buy it in all EU countries. If not from the big, well-known fast-food restaurant systems then from little, street stalls.
3. Our partners also know and consume this product.
4. We can see the ads of this product very often not only on TV but on big posters as well.

5. Some restaurants try to popularize their company by advertising student-jobs.
5. Its consumption doesn't have to be in connection with any festival. We can eat it whenever we like. During a walk or if we don't have time to cook at home we can easily buy some hamburgers or "junk-food". But of course, not everyone trusts this product. Myself, for example, I like it even though I don't know what exactly its made of.
6. The adverts I have chosen don't show any sign of festivity periods.
7. This depends on what promotions/sales the producer makes for the special occasion. Usually, more people go to restaurants in



### **Kérdések egy kiválasztott reklámról**

1. Mi a termék pontos neve/meghatározása?
2. Lehet ezt a terméket minden Európai Unió országban kapni?
3. A portugál, cseh és lengyel partnereink ismerik és fogyasztják ezt a terméket?
4. Gyakran találkozol olyan reklámmal, ami ezt a terméket hirdeti?
5. Mindennap fogyasztható vagy csak különleges alkalmakkor jellemző a fogyasztása?
6. A reklámban van valami, ami csak az ünnepek hangulatára jellemző?
7. Mennyiben változnak véleményed szerint az ünnepek előtt/alatt a magyar emberek fogyasztási szokásai?
8. Véleményed szerint a kiválasztott reklám milyen üzenetet sugall a nézőknek?
9. Tetszik neked ez a reklám? Miért?
10. Milyen a reklám háttere?
11. Mi/ki a főszereplő? Mi/ki van a kép középpontjában?
12. Tudsz valamit ennek a terméknek az áráról? Drága/olcsó?
13. Mennyire népszerű ez termék a barátaid körében?
14. Egészséges? Miért?
15. Az iskola büfében vagy az iskolához legközelebbi boltokban kapható?

### **A HAMBURGER** Varga Dániel 10. b.

1. A termék a hamburger, amelyet több gyorséte-rem lánc is reklámoz és elad. De nem csak világhírű, hanem kisebb névtelen utcai éttermek is vannak, ame-

lyek árulják ezt a terméket. Ez az, ami ezt a terméket veszélyessé teszi. Soha nem tudjuk, hogy milyen trutyiból készül.



Big Baron Classic  
HAMBURGERS IN ADDS  
WHOPPR



Big Baron Classic  
HAMBURGERS IN REALITY?  
WHOPPER



Hungary during holidays and festivity periods especially before Christmas when they are doing their Christmas shopping.

8. I think most of the ads suggest that we will become really happy and healthy if we consume this product.
9. I don't like the ads that I have chosen. I think they are not very creative and the figures used are a bit irritating. ( except the ironic, critical picture which is not really an ad, but an "anti-ad", which is humorous)
10. This is very different in all their ads. The main focus is usually on symbolic characters of the company and the colours used are the logo-colours of the product.
11. One of the companies uses a clown in their ads. I think this isn't always liked by children. I personally don't like it, because a clown reminds me of death. Clowns have symbolized death since the middle ages, when they were used in a theatric genre called the "Dance of death".
12. The product is not expensive. The price is provided by constant promotions, discounts e.g (two for the price of one).
13. The product is popular. There are many promotions when you can get little gifts and discounts. Everybody likes to get presents (e.g little spheres with glowing lights if you press the button on the top), so this makes the product very popular.
14. This depends on where they keep the ingredients and what exactly the product contains. Big companies keep this a secret, so we don't really know if the product is healthy or not.
15. We cannot buy it in school, only in shops near to our school.



The "old" ad  
A régi reklám

The advert "face" / A reklámarc



The result of unhealthy things



A káros dolgok hatása

## COCA-COLA by: Julia Heltai (class 10 b.)

1. *The exact name/category of the product?*  
Coca-Cola.
2. *Is this product available for purchase in all the EU Countries?* Yes, it is.
3. *Do our Portuguese, Polish and Czech partners know this product, and if so, do they purchase it?*  
Yes, they do.
4. *Do you often see adverts of this product?* Yes, many times.
5. *Is this product for casual purchase or for special occasions?* It depends. There are children who are only allowed to drink it on special occasions, but it can be consumed anytime.
6. *Does the advert have any special atmosphere of Festivals?* Yes, it does. Santa Claus is in close connection to the atmosphere of Christmas. In Hungary Santa Claus comes at the beginning of December and brings gifts for the children, in

2. Lehet kapni minden országban. Ha nem a hatalmas gyorsétterem láncoktól, akkor utcai árusoktól.
3. Ismerik és fogyasztják.
4. Gyakran lehet találkozni reklámokkal, amelyek ezt a terméket reklámozzák. Nemcsak TV-ben, de nagy utcai plakátokon is hirdetik. Egyes, ilyen láncok még diák munkával is népszerűsítik is magát.
5. Fogyasztása nem függ alkalmaktól. Szinte bármikor fogyasztható. Egy séta közben vagy, ha nincs időnk főzni valamit otthon, akkor lehet ezt is fogyasztani. De persze nem minden ember bízik meg ebben a termékben. Én például szeretem, pedig nem tudom, hogy miből készül. Ez így nem pontos. Azt nem tudom, hogy a benne lévő? dolgokat honnan hozzák és ezeket milyen körülmények között tárolják.
6. Az általam választott reklámok nincsenek kapcsolatban ünnepekkel.
7. Ez attól függ, hogy a termékeket valamilyen akció kerületében próbálják eladni, vagy ezzel nem foglalkoznak. Általában, sokkal több magyar ember megy gyorséttermekbe ünnepek előtt és alatt, különösen karácsonykor, miközben az ünnepi bevásárlást intézik.
8. Azt gondolom, hogy e termék legtöbb reklámja azt sugallja, hogy akkor leszünk igazán boldogok, és egészségesek, ha fogyasztjuk ezt a terméket.
9. Nem nagyon tetszenek az általam kiválasztott reklámok. Szerintem nem szépek, unalmasak és a figurák egy kicsit idegesítők. (kivéve az ironikus, kritikának szánt kép, ami igazából "ellen-reklám")
10. Ez nagyon változó az összes reklámjában, de általában azok a karakterek vannak középpontban melyek, szimbolizálják a céget/gyártót és olyan színeket használnak melyek a termék színei.
11. Az egyik cég egy bohócot használ, hogy eladja e terméket. Ez a gyerekeknél nem mindig jön be. Én személy szerint nem olyan figurát használnék, amit régen és most az emberek a hullák kifigurázására használtak. Mert a bohóc a hullát személyesíti meg. A középkorban egy műfajra volt ez jellemző. A haláltáncra.
12. A termék nem drága. Ezt a folyamatos akciók is biztosítják (Egyet fizet, kettőt kap stb.).
13. Népszerű a termék. Vannak akciói, amikor ajándék játékot adnak a termék mellé. Nincs olyan ember, aki ne venne a kezébe egy ilyen játékot (Kicsi gomb, amit ha megnyomsz, akkor kigyullad a maci feje. stb.).
14. Ez attól függ, hogy milyen helyen tárolják az alapanyagokat és, hogy miből készítik ezeket. A nagy cégek ezekről nem nagyon szoktak nyilatkozni. Ezeket ipari titoknak minősítik.
15. Az iskolában nem kapható, de a közeli boltokban igen.



### A COCA-COLA Heltai Júlia 10. b.

1. Mi a termék pontos neve / meghatározása? Coca-Cola.
2. Lehet ezt a terméket minden Európai Uniós országban venni? Igen.
3. A portugál, cseh és lengyel partnereink ismerik és fogyasztják ezt a terméket? Igen.
4. Gyakran találkozol olyan reklámmal, ami ezt a terméket hirdeti? Igen, sokszor.
5. Mindennap fogyasztható vagy csak különleges alkalmakkor jellemző a fogyasztása? Attól függ. Vannak gyerekek, akik csak különleges alkalmankor ihatnak, de amúgy bármikor fogyasztható

- other EU countries he usually comes at Christmas time. In the ad he is bringing coke!
7. *How do Hungarian consumer habits change during event periods?* I think they change a lot, because then the whole family is together and for us this is a very special occasion. The food that we eat is more delicious and we eat and drink much more than usual.
  8. *In your opinion, what "message" does the selected advert transmit to viewers?* It tells us to drink much more of it. Anyway, I think Cola ads are very imaginative.
  9. *Do you like this advert? Please explain your opinion!* Yes, I do very much. I think it is very creative, the music is also nice and the images are beautiful.
  10. *Who/what is the main character of the advert? What is in the central focus of the picture?* The coke bottle/can (in all the 3 ads above)
  11. *What does the background look like?* In the background of the first image we can see the red logo of the company. The red colour dominates in all 3 ads.
  12. *Do you know about the price of the product? Would you consider it as a cheap or more likely an expensive product?* This is relative. For some people its expensive, for some people its cheap. I think it costs as much as any other soft drink.
  13. *How popular is this product among your friends?* My friends don't really like to drink this soft-drink, only one or two of them do.
  14. *Is it healthy? Please explain why or why not?* No, its not. I think it's very unhealthy, because its mainly "plastic"/artificial. I mean nothing is natural in it.
  15. *Can you buy this product in the buffet of your school or near the school?* We cannot buy it in school, but we can in shops near to our school.

## Carnival in Hungary *A farsangról általában*

(BETTI)

*Carnival starts at Epiphany/Twelfth-night and terminates at the beginning of the Lent (Ash Wednesday).*

*In this time gents are attentive to with ladies. This is also the time of evil-chasing, according to the folk. Nowadays these popular customs are not alive any longer, maybe only in the country. For example, there is a special tradition: the Bacchus-walk. In this course of habit, the gents put on goatskin, and they frighten the girls. At the end of the carnival, villagers set a strawman on fire to bury the bad weather and welcome the blooming.*

*In this period many other people go out to masked balls, put on funny costumes like corsair dresses etc. The ballrooms are decorated with colourful sets, so as to banish the winter.*

*One of my favourite customs is when grandmothers make donuts. They can create the donuts in many ways, for example with raisins. And when these delicacies are cool we put marmalade on the top.*

*The other typical Hungarian carnival food is the meat jelly. It's made of pork. First it is like a soup, then it is cooled and becomes a jelly.*

A farsang vízkereszt napjától hamvazó szerdáig tart.

Ebben az időszakban a férfiak udvariasabbak a nőkkel, de ez az ördög elkergetésének ideje is a néphit szerint. Ma már ezek a népszokások nem élnek, csak elvétve találkozunk velük vidéken, ilyen például a felvidéki Bacchus-felvonulás, amikor is a férfiak kecskebőrbe öltöznek, és így ijesztgetik a lányokat. A farsang végén a falusiak szalmabábut égetnek a rossz idő elmúltát és az eljövendő tavasz köszöntését szimbolizálva ezzel.

A farsangi időszakban sokan mások vicces álarcokat, jelmezeket viseltek. A báltermeket nagyon színesen díszítették fel mintegy kizárva onnan a telt. Számomra az egyik legkedveltebb szokás, amikor a nagymamám fánkot süt, ami többféleképpen elkészíthető, például mazsolával. Amikor pedig a fánk kihűlt, lekvárt tehetünk a tetejére.

A másik tipikus magyar farsangi étel a kocsonya, amit disznóhúsból készítenek. Ez az étel eleinte úgy néz ki, mint egy leves, és csak amikor kihűlt, kocsonyásodik meg.

6. A reklámban van valami, ami csak az ünnepek hangulatára jellemző? Igen. A Mikulás szoros összefüggésben van a karácsonyi hangulattal. Magyarországon már december elején megérkezik és hoz a gyerekeknek ajándékot, a többi országban, pedig általában karácsony napján érkezik meg. A reklámban kólát iszik!
7. Mennyiben változnak véleményed szerint az ünnepek előtt/alatt a magyar emberek fogyasztási szokásai? Szerintem sokban, mert akkor a család együtt van, ami nálunk már eleve különleges alkalom. Az ételek finomabbak és többet eszünk, iszunk.
8. A kiválasztott reklám milyen üzenetet sugall véleményed szerint a nézőknek? Hogy igyunk még többet. Amúgy, véleményem szerint nagyon ötletesek a Cola reklámjai.
9. Tetszik neked ez a reklám? Miért? Igen, nagyon, mert sokoldalú és mert ötletes, jó zene van hozzá. Szép a képi világa is.
10. Milyen a háttér? A háttérben egy piros kólalogó látható. A piros szín dominál minden kóla reklámban.
11. Mi/ki a főszereplő? Mi/ki van a kép középpontjában? A kólás üveg/doboz van mind a 3 reklám középpontjában.
12. Tudsz valamit ennek a terméknek az áráról? Drága/olcsó? Ez relatív; kinek olcsó, kinek drága. Azt gondolom, annyi, mint más üdítőtál.
13. Mennyire népszerű ez termék a barátaid körében? A baráti körömben sokan nem szeretik a kólát, egy-két barátom kivétel azonban.
14. Egészséges? Miért? Nem. Nagyon nem, mert az egész szinte műanyag/mesterséges. Semmi természetes dolog nincs benne.
15. Az iskola büfében vagy az iskolához legközelebbi boltokban kapható? Az iskolában nem, de közeli boltokban igen.

## The 'Mohácsi Busójárás' A mohácsi Busójárás

(BY GÁBOR)

*The 'Mohácsi Busójárás' (=marching/procession of the buso's in the town of Mohács) is one of the biggest, most famous and for sure the oldest traditional folk-party of Hungary. 'Sokác' (Serbian) men dress up in sheep-fur and masks (they are the 'buso's), they frighten the girls - and drink...*

*Originally it is about driving away the winter and greeting the spring, but now it is basically about having fun on the street and in pubs, with some help of hot wine. The official programme includes a folkart market, folkdances, several activities of the busos like crossing the river by boat, a procession, dances, and kindling a bonfire. They are absolute Hungaricums.*

*Unfortunately it happens only at Mohács. In Budapest, the capital of Hungary, usually the clubs do partys to greet the spring. The biggest happening here is the Spring Festival of Budapest, and stars from all over the world come to this event.*

*But that's a cultural fest, and in my opinion it's not only high culture what most of the people want at the begging of the spring.*

A mohácsi busójárás az egyik legnagyobb, leghíresebb és minden bizonnyal a legrégebbi magyar népi hagyomány. A mohácsi sokácok messze földön ismert népszokásának, a busójárásnak az idejét a tavaszi napfordulót követő első holdtölte határozza meg.

A busójárás a télbúcsúztató, tavaszköszöntő, olthalmazó, termékenységet varázsló ünnepek családjába tartozik. Éppúgy rokonságot mutat a riói és a velencei karnevállal, mint az afrikai népek szokásaival.

Mohácson a hagyomány eredetét a törökűzés legendájával is magyarázzák, de a mondának aligha van történeti alapja. Minden bizonnyal a balkáni eredet? sokácok korábbi hazájukból hozták magukkal a szokást, mely aztán Mohácson formálódott tovább és nyerte el mai alakját. A népszokás megjelenéséről a XVIII. század végéről vannak az első adatok.

A busó öltözete régen is olyan volt, mint ma: szűrével kifordított rövid bunda, szalmával kitömött gatya, amelyre színes, gyapjuból kötött cifra női bütykös harisnyát húztak, lábukon bocskort vi-



seltek. A bundát az öv vagy marhakötél fogta össze derekukon, erre akasztották a marhakolompot. Közükben az elmaradhatatlan kereplő vagy a soktollú, fából összeállított buzogány volt. A leglényegesebb azonban, ami a busót busóvá teszi: a fűzfából faragott, hagyományosan állatvérrel festett birkabőr-csuklyás álarc.

Régen a tülkölő, kereplő, kolompot rázó és bobaot ordító busó csoportok tulajdonképpeni célja az volt, hogy házról-házra járva jókívánságaikat kifejezve, varázslatait elvégezze és részesüljön azok-

ban az étel-ital adományokban, miket sehol sem tagdtak meg tőlük.

Mára az idegenforgalom medrébe terelt népszokás sokat veszített az eredeti hagyományokból, de látványosság szempontjából sokat nyert.

Ez sajnos csak Mohácson van így. Budapesten a szórakozóhelyek általában tavaszköszöntő bulikat rendeznek. Fontos esemény még a Tavaszi Fesztivál, de ez egy kulturális esemény, és szerintem nem mindenki erre vágyik ebben az időszakban.

## About school carnivals

(BY ERIKA)

*Usually every school organises a carnival. Our school usually celebrates it on a Friday in February.*

*Some weeks before the carnival, teachers advertise the date of the carnival and every class starts preparations for it: make masks, rehearse a performance or dance, and decorate the classroom with colourful paper and drawings.*

*In primary schools they organise a mask or a fancy dress competition too. A jury announces the results of the competitions and give awards to the winners. In secondary schools there is party too.*



## Az iskolai farsang

(ERIKA)

Minden iskola szokott farsangi bált rendezni. A mi iskolánkban rendszerint február egyik péntekén van. Néhány héttel a farsang előtt a tanárok meghirdetik az időpontot, és az osztályok elkezdnek készülni: álarcokat készítenek, előadásokat, táncokat próbálnak, és színes papírokkal, rajzokkal dekorálják a termeket.

Az általános iskolák jelmez- és maszkverseny is szoktak rendezni, ahol egy zsűri pontozza a látottakat, majd pedig díjakat oszt a legjobbaknak. A középiskolákban farsangi bál, esetleg „buli” társul még a farsanghoz.

## Our preparations

(BY GERGŐ)

*One English lesson we got a task about the festival which is in February. In that lesson we thought about the project and we collected ideas and wrote them up in Hungarian. Our teacher helped us.*

*The first ideas were:*

- a public opinion survey
- a message board
- a video/photos
- statistics

*We ruled out the public opinion survey because it seemed too complicated.*

*The message board seemed a good idea, we made 8-10 questions and wrote them up in Hungarian 1 questions/leaf. These questions were the following:*

*What carnival traditions do you know?*

*What does Carnival mean to you?*

*Have you been to a Carnival in this school before?*

*Have you been to a Carnival in another school before?*

*Did you get dressed because you wanted to or because you had to?*

*What fancy dress(es) have you ever worn?*

*What do you think of this ball?*

*What would you change about this ball?*

*Would you come next year too?*

*What do you think of the buffet?*

*One of us volunteered to make a video and one of us to take photos.*

*The statistics:* We wanted to know how many people were here and for how long. There were about 8 of us for this task and we made a table about the people who came in and went out. We changed guards every half an hour.

*In the last lesson before the ball we wrote the questions on to sheets in English and also made a poster size notice about the project which we put out at the entrance.*

## Hogyan készültünk?

GERGŐ

Angol órán azt a feladatot kaptuk, hogy a farsangi szokásokat dolgozzuk fel. Ezen az órán gondolkodtunk azon, hogy milyen is legyen a projekt, ötleteket gyűjtöttünk, majd összeirtuk ezeket magyarul. Angoltanárnunk segített ebben.

Ezek voltak az első ötletek:

- közvélemény-kutatás
- üzenő fal
- videó és fénykép készítése
- statisztikák

Az üzenő fal létrehozása jó ötletnek tűnt. Megfogalmaztunk 8-10 kérdést, kiírtuk őket úgy, hogy egy lapra egy kérdés került. Ezek a következők voltak:

Milyen farsangi népszokásokat ismersz?

Mit jelent neked ma a farsang?

Voltál már a Sylvesterben farsangon?

Voltál már más suliban farsangon?

Önszántából öltöztél be?

Mikor minek öltöztél már be?

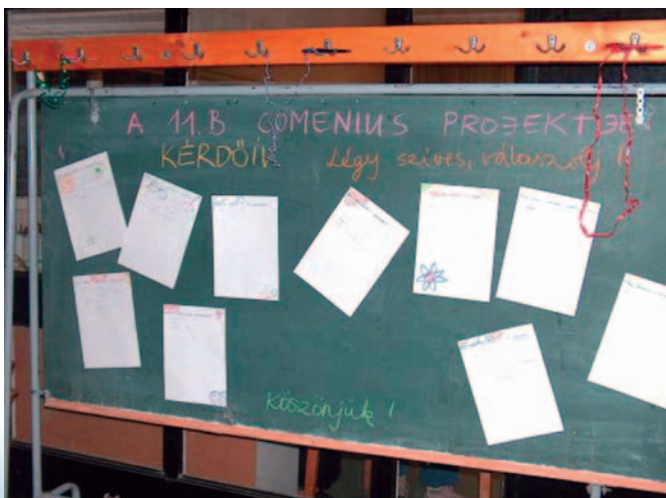
Milyennek találd ezt a farsangot?

Mit változtatnál rajta?

Jönnél jövőre is?

Milyen a büfé?

Egyikünk azzal a feladattal volt megbízva, hogy készítsen videót, míg csoportunk másik tagjának fényképeznie kellett.



A statisztika: Szeretjük volna megtudni, hogy hányan vesznek részt az iskolai farsangi rendezvényen, és azt is, hogy ki mennyi ideig marad itt. Nyolcan a csoportunkból - félóránkénti váltással - ezzel foglalkoztak: táblázat készült arról, hogy hányan jöttek, és mikor mentek el.

A farsangi bál előtti utolsó órán felírtuk kérdéseinket angolul egy papírra, és készítettünk egy posztert arról, hogy milyen projekttel foglalkozunk. Ez utóbbit kifüggesztettük a bejárathoz, jól látható helyre.

## The official programme

(BY CSILLA)

*Every class of the school was asked by the organisers (class 9. b.) to perform something at the carnival ball. These performances entered a competition.*

*The carnival was opened by the waltz of class 9. b.*

*The girls wore beautiful dresses and the boys wore dark suits.*

*After that class 7 danced.*

*The class 8a danced to the music of 'Chicago'.*

*Two girls and two boys from 8b danced rock'n'roll.*

*The class 10a danced hip-hop.*

*The class 10b performed a part of a Shakespeare play.*

*Then the girls from 11a danced a belly dance.*

*The carnival finished with the performance of 11b.*

*The results of the competition were: the winner was 9a, the second was 8.a, and the third was 10b. After these shows there was a dance and the students and teachers danced together.*

## A hivatalos program

(CSILLA)

A rendező 9/b minden osztályt felkért, hogy adjanak valamit elő a bálon. Ezek az előadások versenyben vettek részt, a zsűri tanárokból állt.

A farsangot a 9/b. keringője nyitotta meg. A lányok gyönyörű estélyi ruhát, a fiúk frakkot viseltek. Ezután a 7/b. tánca következett.

A 8/a. a Chicago zenéjére táncolt.



Két pár rockyzott a 8/b-ből.

A 10/a-sok hip-hopot táncoltak.

A 10/b egy Shakespeare dráma részletét adták elő.

A 11/a-s lányok hastánca következett.

A műsort a 11. b előadása zárta.

A versenyt a 9/b. nyerte, második lett a 8/a, harmadik a 10/b.

Ezután „össztánc” következett, tanárok, diákok együtt szórakoztak.

## The results

(BY ANITA AND BENCE)

*In the school carnival our class (the English group of 11.b) did the documentations and I want to talk about the questions from the message board.*

*We wrote them on sheets of paper, and they were put out on a notice board with pens, so anybody who wanted to could answer these questions.*

*Unfortunately the students weren't interested in these questions.*

*From the answerers it turned out that most of them had already been to a carnival at this school.*

*We asked what they would change about it. Most of the answers said that they want more a disco and they don't want a ball.*

*What the positive side of the carnival is that they think it was good and maybe they will come in the next year too. They enjoyed the performances.*

*But some people said that the snackbar was expensive and the negative side is that a lot of people went home as early as they could.*

*The answers are not representative, this is what the some students of S.J.P.G. think about their carnival.*

## Az eredmények

(ANITA ÉS BENCE)

Az iskolai farsangon az osztályunk (a 11. b angol csoportja) vállalta a dokumentációt.

Én az üzenő fal kérdéseiről szeretnék beszélni.

A kérdéseket A/4-es lapokra írtuk és tollakkal együtt felszereltük egy hirdető táblára, így bárki, aki akart, írhatott rá.

Sajnos nem sok érdeklődő akadt.

A válaszokból kiderült, hogy a legtöbben már voltak itt az iskolában ilyen bálon.

Arra, hogy mit változtatnának meg, legtöbben azt írták, inkább diszkót szeretnének, mint hagyományos bált.

Az embereknek általában tetszett a farsang és jönnének jövőre is. Élvezték az előadásokat.

Néhányan panaszkodtak, hogy a büfé drága, és hogy sokan korán hazamentek.

A válaszok persze nem reprezentatívak, ez néhány diákunk véleménye.

## A personal reflection

(BY ESZTER)

*This year the carnival was on one Friday of February. It started at five o'clock and finished around nine o'clock. In the first part of it every class had some sort of performance, where some teachers were the jury. In general, the performances were dances, but some classes dressed up as something, for example my class. We wore sheets and big showls and dressed up as terrorists and kidnapped the Mathematics teacher.*

*When the classes finished the performances, there was a little break and after that the head teacher announced the results of the shows. /.../ Later the people danced or talked in the classrooms or the buffet. In the diner there were a lot of food and drink. /.../ Most people went home at six o'clock or half past six. After seven o'clock few students stayed here, so in the diner everything was free!*

## Egy személyes vélemény

(ESZTER)

Idén egy péntek délután volt az iskolai farsang. Ötkor kezdődött és 9 körül ért véget. Az első részben minden osztály előadott valamit, amit egy tanárból álló zsűri értékelt. Ezek az előadások általában táncok voltak, de volt olyan osztály, pl. a mienk, aki testületileg beöltözött valaminek. Lepedőbe tekertük magunkat és sálakat viseltünk, és mint arab terroristák, elraboltuk a matektanárt. Amikor az előadásoknál vége volt, kis szünet után az igazgató úr kihirdette az eredményeket. /.../ Az emberek az osztályokban meg a büfében beszélgettek. Az ebédlőben rengeteg ennivaló volt. /.../ A legtöbben 6 körül hazamentek. 7 óra körül már csak kevesen voltak és a büfében a kaja ingyen volt!

# Eating habits in Hungary

## Christmas

About the history of gastronomy in books one can find these sentences about Christmas: "There is a lent period before the celebration. On 24 December people have the lent soup of wine, mákosguba (a poppy seed pudding) and food without meat. For dinner people used to eat various kinds of fishfoods and stuffed cabbage..."

Is there anything among these foods which is still alive? As we wanted to answer this question, a questionnaire was compiled. We gave them to the students, their sisters and brothers, parents and grandparents. Four age group were made:

1. people over 56
2. people between 36-55
3. people between 21-35
4. people between 14-20.

The answers of the oldest group are almost the same as those we read in the books of gastronomy. Before the holiday there was a period of lent. They wrote about the same types of food for 24 December but two cakes were mentioned: the home made "beigli" and "zserbó". Most members of this group did not experience a lot of changes in traditions between their childhood and nowadays. They think that it is because this is a family celebration. Some of them wrote that nowadays a lot of people choose an easier solution: ready-made food can be bought at shops - beigli, fish etc.

The members of the second group did not mention the lent but they wrote that in their families the meal on 24 december is the same year after year: fish dishes, vegetables or potatoes with onion. "Beigli" and

"zserbó" are significant cakes. For them Christmas table is very important.

People of this age experienced a very serious change between the traditions of their childhood and nowadays. Mainly the ready-made foods cause a problem for them. Buying a "beigli", "zserbó" or fish in the supermarket is much easier than making them at home, but in that way Christmas loses its intimacy.

According to the members of the third group a nicely decorated Christmas table and the family gathering are very important. Their gastronomical traditions are a bit different: they like cooking and trying new kinds of food. They find recipes in different newspapers and on the internet. Although most of them like cooking, the rest of this group buy ready-made food in supermarkets.

The youngest group wrote about various types of foods, big dinners on 24 December of fish, turkey, chicken, chips, salads and so on. "Beigli", "zserbó" and other sweets are also usual. The most surprising thing is that children of this age thought that the most important part of this celebration is giving presents each other. They do not mind if their parents bought ready-made food in the supermarkets: for them it does not influence the intimacy of Christmas.

As a conclusion we can say that there are some similarities between the Christmas gastronomical traditions of older and the younger generations, but there are a lot more differences. It is very hard for families to keep the intimacy of the celebration. They

cannot stop those tendencies which are about comfort, for example buying a ready-made "beigli" is much easier than spending hours making them at home.



# Étkezési szokások Magyarországon

## Karácsony

A gasztronómiatörténettel foglalkozó könyvekben sok minden megtalálható országunk étkezési szokásairól. A karácsonyról ezt írják: „Az ünnepet megelőző időszakot a szegényesebb, böjtös ételek jellemezték. December 24-én ebédre böjti bablevest, mákosgubát, hústalan ételeket ettek. Szentesen halászlé, borleves, rántott hal, töltött káposzta került az asztalra. A karácsonyestét és az utána következő napokat a feldíszített karácsonyfa teszi még színesebbé. A magyar családoknál igencsak tisztelt bútordarab volt az asztal, amelyet piros abrosszal terítettek meg, ami az öröm színe. Az asztal alá szalmát tettek, a betlehemi jászolra emlékezve, majd később ezt a szalmát a lábasjózággal ettették meg, hogy az állatvérszt elkerüljék. Gabonával teli kosarat is tettek ide, hogy jó legyen a termés. Szinte valamennyi karácsonyi ételnek volt szimbolikus jelentése: a mák, a bab, a borsó a bőséget biztosította, a méz édessé tette az életet, a fokhagyma védte az egészséget. Az alma az egység, az egészség, a szépség és a szerelem szimbóluma volt.”

Vajon mi maradt meg napjainkban mindebből? Egyáltalán meddig voltak élők ezek a szokások?

Hogy ezekre a kérdésekre válaszolhassunk, megkértük iskolánk tanulóit, hogy ők maguk, illetve testvéreik, szüleik, nagyszüleik is töltsenek ki egy kérdőívet. Ezeket a feldolgozás során négy csoportba osztottuk attól függően, hogy a válaszadó melyik korosztályhoz tartozik.

Az első csoportba az 56 év felettiak tartoznak.

(A legidősebb válaszadónk 87 éves volt!)

A másodikba a szülők korosztályát soroltuk:

a 36–55 év közöttieket.

A harmadik a 21–35 éves korosztály,

a negyedik pedig a 14–20 éves fiatalokat foglalja magába.

A legidősebbek válaszaik állnak legközelebb az említett könyvből kiemelt karácsonyi szokásokhoz. Az ünnepet megelőző időszakot és december 24-i ebédét náluk is a böjtös ételek jellemezték, vacsorá-

ra pedig halételeket ettek (halászlé, sült/rántott hal). A karácsony különleges süteményeihez tartozott a mákos/diós beigli és a zserbó. Az ünnephez tartozott a különleges gonddal terített asztal gyertyával és fenyőággal díszítve. A korosztály képviselőinek többsége azt tapasztalta, hogy gyermekkoruk óta nem történt sok változás a karácsonyi étkezési szokásokban köszönhetően annak, hogy ez kiemelt családi ünnep, és amennyire csak lehet mindenki próbálta/próbálja óvni a tradíciókat. Csak néhányan írták, hogy igenis történt változás: hal helyett pulyka, házi beigli és zserbó helyett bolti sütemény kerül az asztalokra. Magyaráztul erre azt írták, hogy könnyebb előkészülni úgy az ünnepre, hogy megveszik a boltban a félig vagy teljesen kész ételleket, bár tisztában vannak azzal, hogy ez sérti az ünnep bensőségeségét.

A 35–55 év közötti korosztály válaszadói abban egységesek voltak, hogy a karácsonyi ételek náluk évről-évre hagyományosan ismétlődtek. Az ünnep előtti böjtös ételekről senki nem tett említést, de a december 24-i vacsora csakúgy, mint az előző korosztálynál hallevesből, főtt/sült halból állt. Többen írták még, hogy köreteként zöldséget, hagymás krumplisalátát ettek. A beigli és a zserbó továbbra is a hagyományos karácsonyi édességként szerepelt. Mindenki lényegesnek tartotta az ünnepi asztalt, díszítésként a gyertyákat és a fenyőágot említették. A korosztály szerint érzékelhető különbség gyermekkoruk és a mai karácsonyok között, hiszen egyre inkább boltban kapható készételek, édességek kerülnek az asztalra. A legtöbben azzal magarázták ezt, hogy általános lett a nők munkába állása, így jóval kevesebb idejük és energiájuk marad az ünnep előkészítésére.

A 21–35 év közötti válaszadók (ők általában régi tanítványaink ill. jelenlegi diákjaink testvérei) mindegyike fontosnak tartotta a gondosan megterített asztalt és a december 24-i családi együttléteket. Az étkezési szokások valamelyest módosultak az előző generációikéhoz képest, mert már a 24-i ebéd tartalmazza azokat a fogásokat, amelyeket az eddigiekben a vacsoránál láttunk: halleves, hal, bőséges

zöldségköret, beigli. Megjelennek az új típusú főételek és édességek: pulyka, csirke, „fecskefészek”, mézes keksz, hókifli. Ez a generáció jellegzetes karácsonyi italként említi a tojáslikórt. Saját gyermekkori emlékeikhez képest abban látták a legnagyobb változást, hogy ők már igyekeznek kipróbálni olyan ételeket, amelyeknek receptjeit különféle magazिनokban, internetes oldalakon találták.

A legfiatalabbak (iskolánk jelenlegi diákjai) közül többen írták, hogy nincs különleges karácsonyi ebéd vagy vacsora, bár december 24-én a család együtt étkezik, az ételek széles skálájáról számoltak be: sült hús (pulyka, csirke), hal, sült krumpli, különleges saláták, tészták... A beigli az a sütemény, amit az ünnephez tartozónak gondoltak, de ezt már többnyire szüleik a boltban veszik meg készen.

A karácsony legfontosabb részének az ajándékozást tartják.

Összegzőként megállapíthatjuk, hogy a karácsony és a hozzá kapcsolódó étkezési és egyéb szokások generációról generációra változnak, és bár a legidősebb generáció gyermekkori emlékei és jelenlegi diákjaink beszámolóí között van hasonlóság (halételek, beigli), sajnos egyre inkább eltűnőben vannak a hagyományok. Úgy tűnik, a családok hiába akarják megőrizni az ünnep bensőségségét, nehezen vagy nem is tudnak megálljt parancsolni azoknak az egyre terjedő tendenciáknak, amelyek a minél kényelmesebb életmódról szólnak. Hiszen mennyivel könnyebb megvenni a már kész ételeket a boltban, mint otthon pepecselni az elkészítésükkel órák hosszat

## Gerbeoud Squares Zserbó szelet

**INGREDIENTS:** 4 cups flour,  
1 and 1/3 cups butter,  
2 egg yolks, 1/4 teasp. salt,  
1 Tablespoon sugar,  
1 cake yeast-(does not state  
large or small cake) substitute  
1 pkg dry yeast,  
1/2 teasp. baking soda,  
1/2 cup sour cream,  
1/2 pound ground walnuts,  
1 cup sugar,  
Fruit preserves, any flavor.

Combine walnuts and sugar and set aside. Sift flour, baking soda, 1 T sugar and salt together into bowl. Cut in butter as for pie crust. Add egg yolks, crumbled yeast, and sour cream. Knead together well.

Divide dough into 4 pieces. Roll 1 piece to fit 12x14-inch pan. Place in bottom of pan; spread a thin layer of preserves on dough. Sprinkle on 1/3 of nut mixture. Repeat layers ending with dough for top layer. Let rise in warm place for 1 hour. Bake at 350 degrees for 45 min. Cool and spread with chocolate icing. Slice.



**HOZZÁVALÓK:**  
40 dkg liszt,  
0,5 csomag sütőpor,  
15 dkg zsír, 2 dl tejföl, kis só,  
5 dkg porcukor,  
baracklekvár,  
10 dkg darált dió;  
csokoládémáz

A lisztet a sütőporral, a zsírral, 1 tojással és egy tojássárgájával, a cukorral és a tejföllel összegyúrjuk. Három részre osztjuk, és vékonyra kinyújtjuk. Tepsit kizsírozunk, kilisztezzük, és egy lapot beletezzük. Megkenjük baracklekvárral, meghintjük darált dióval. Erre helyezzük a második lapot, melyet szintén megkenünk, megszórunk. A harmadikkal befedjük. Előmelegített sütőben lassan megsütjük. ha elkészült, bevonjuk csokoládémázzal.

A CSOKOLÁDÉMÁZ ELKÉSZÍTÉSE: 20 dkg szitált porcukrot elkeverünk 2 tojássárgájával, hozzáadunk 10 dkg olvasztott étcsokoládét, és gőz felett sűrűre főzzük.

# Christmas Nut Roll

Hungarian recipe known as Beigli.

## INGREDIENTS:

**PASTRY,** 300 g plain flour, 200 g butter, 25 g yeast,  
2 egg yolks, 4 tablespoons milk, pinch of salt

**FILLING,** 300-375 g ground walnuts, 5 tablespoons milk,  
250 g sugar, 4 tablespoons sultanas, 75 g butter

1. Crumble flour and butter together in a bowl.
2. Make a well in the centre, add to it the sugar, salt and yolks.
3. Dissolve yeast in 4 tablespoons of warm milk, add to mixture in bowl. Work the dough well until smooth.
4. Shape it into 2 loaves and let them rest for 30 minutes. In the meantime prepare filling;
5. Heat sugar and milk, add nuts, stir over low heat for a few minutes. Take it off the heat, beat in the butter and sultanas and let it cool.
6. Roll out the two leaves of pastry to knife blade thickness into a rectangular shape. Spread half the filling on each rectangle.
7. Roll up each piece like a swiss roll. 8. Place them on a greased baking sheet and let them stand for 10 minutes.
9. Brush them over with egg white.
10. Bake in hot oven for 30-40 minutes.
11. Cool rolls and store.
12. Serve sliced into 1 cm thickness.

## HOZZÁVALÓK:

**A TÉSztÁHOZ:** 50 dkg RAMA margarin, 1 kg liszt,  
3 dkg élesztő, 2 db tojás,  
6 dkg finom minőségi kristálycukor,  
1 csipet só, 4 dl tej

**A DIÓTÖLTÉLEKHEZ:** 40 dkg darált dió,  
20 dkg finom minőségi kristálycukor,  
2 dl tej, 1 evőkanál méz, 8 dkg mazsola,  
1 kávéskanál fahéj, 1 db citrom reszelt héja

**A MÁKTÖLTÉLEKHEZ:** 40 dkg darált mák,  
2,5 dl tej, 20 dkg finom minőségi kristálycukor,  
2 evőkanál méz, 8 dkg mazsola  
1 db citrom reszelt héja,  
1-1 kávéskanál fahéj és őrölt szegfűszeg,

A lisztet átszitáljuk, az élesztőt kevés, enyhén cukros langyos tejbe morzsoljuk. A lisztet a lágy margarinnal, a cukorral és a sóval, valamint a megkelt kovással és a megmaradt tejjel sima tésztává gyúrjuk. Letakarva, kb. 30 percig pihentetjük. A tésztát 6 egyforma részre osztjuk és téglalapokká nyújtjuk. Dió- vagy máktöltelékkel kenünk rá és összesodorjuk. A rudakat margarinnal kikent sütőlapra, egymástól kis távolságra elhelyezzük és mindegyiket 3-3 helyen megszurjuk. Egy egész tojást és egy tojássárgáját felverünk, bekenjük vele a tésztarudakat és hagyjuk meleg helyen megszáradni. Ismét bekenjük és hagyjuk megszáradni. Előmelegített sütőben, mérsékelt hőmérsékleten megsütjük. Szép repedezett kell, hogy legyen.

**DIÓTÖLTÉLEK KÉSZÍTÉSE:** A tejet felforraljuk a cukorral és leforrázzuk vele a darált diót. Belekeverjük a mazsolát, a mézet és a reszelt citromhéjat. Állandó keverék közben átforraljuk. 1-2 evőkanál lekvárral gazdagíthatjuk.

**MÁKTÖLTÉLEK KÉSZÍTÉSE:** A tejet felforraljuk és leforrázzuk vele a darált mákot. Belekeverjük a mazsolát, a mézet és a fűszereket. Állandó keverés közben felforraljuk. Ízés szerint 1-2 evőkanál lekvárral gazdagíthatjuk.



# Carnival Farsang

In a book of gastronomy the following sentences were found in connection with carnival: "There are a lot of traditions at that time: people wear masques, play magic to have a rich harvest and make processions. The cookie most well-known in this period is the doughnut which has various types.

First we wanted to put the answers in four groups again, but reading the answers it became clear that because of the similarity of them there was no point in doing that. Almost nobody could mention a traditional food of this festival. Only a few people wrote about a feast of pork (a rich dish of various sausages) or pork jelly. The result was - without any doubt - that it is not a family celebration, and that is one of the reasons why the traditions are disappearing. Knowing the 20th century Hungarian history, we think that in the last 40 years a lot of small communities (villages, small towns) have been lost.

There was only one kind of food that was mentioned: the doughnut, but not as a home made speciality of the period, but as a cake which has a standard adjective 'carnival'. And this became a very popular food and every shop and supermarket sells it.



*"Carnival" Doughnuts*



Egy gasztronómiai szakkönyvben találtuk a farsangról a következőket:

„Magyarországon a farsanghoz gazdag szokás-hagyomány kapcsolódik. Ilyenkor vannak az álarcos, jelmezes batusz bálok, de számos termésvárászló, gonoszúzó cselekmény, hiedelem is kötődik hozzá. Hosszú tésztát főztek a levesbe, hogy nagyra nőjön a kender. Sokfelé a vetnivaló kukoricát húshagyó kedden morzsolták, a szőlő négy sarkán egy-egy tőke szőlőt megmetszettek stb. A farsangi alakoskodó szokások közül legismertebb a mohácsi busójárás. Ez az ünnep a telet, a hideget, sötétet legyőző tavasz egyik örömmünnepe. A farsang idején bőségesen étkeztek, kiadós húskételeket fogyasztottak. Elterjedt a kocsonya készítése sertés-körömből, sertéshúsból, és a farsangi fánk is. A fánknek vidékenként más-más változatát sütötték, így ismert volt a túrófánk, az almáfánk, a csörögefánk stb.”

Eredetileg ebben az esetben is négy korcsoportot akartunk felállítani, de a kérdőívekre adott válaszokat végigolvasva rájöttünk, hogy nem érdemes ezt tennünk. Ezzel az ünneppel kapcsolatban ugyanis alig néhányan tudtak étkezési tradíciókról beszámolni: ők a kocsonyát, a disznótoros ételeket említették meg. A legtöbben azonban egyértelműen azt a választ adták, hogy családjuk körében a far-

sangnak semmiféle hagyománya nincs, a farsangi bál vagy a jelmezkészítés pedig többnyire attól függ, hogy a mindenkori óvodás, iskolás korosztálytól kérik-e az óvodában, az iskolában, hogy beöltözzenek.

A megkérdezettek véleménye szerint ez azért alakulhatott így, mert ez nem volt családi ünnep, azok a közösségek pedig, ahol hagyománya volt a farsangolásnak, a XX. század történelmi eseményeinek köszönhetően felbomlottak, átalakultak. (Azért azt meg kell említenünk, hogy van néhány olyan kisebb település, ahol az önkormányzatok igyekeznek feltámasztani a kihalófélben lévő hagyományokat, pl. a mohácsi busójárást)

Ami a farsangi ételekkel kapcsolatban még mindenképpen itt kell, hogy álljon az az, hogy minden válaszadónk az időszak jellegzetességének tartja a fánkot, már csak azért is, mert a fánk szó jelzőként gyakran használjuk a „farsangi” szót. Hogy ez a sütemény ennyire a köztudatban maradt, annak talán az az oka, hogy napjainkban bármely boltba, pékségbe térjünk is be, szinte biztos, hogy polcaik valamelyikén rátalálunk a fánkra, ami már nem egy ünnep gasztronómiai kelléke, nincs semmilyen szimbolikus jelentése, hanem mindennapjaink egyik igen kedvelt csemegéje.



## Fánk (szalagos)

**HOZZÁVALÓK:** 0,5 kg liszt, 3 tojás sárgája, 3 dl tej, 0,5 csomag (2,5 dkg élesztő), 5 dkg ráma, só, cukor (negyed marék), pici rum kb. 1,5 kanál).

Mindezt összegyúrni, kb. 1 óra múlva újra gyúrni, 1/2 óra múlva újra gyúrni, és kisujjnyi vastagra, vagy vékonyabbra sodorni, kiszaggatni, konyharuhával letakarni, ha szépen megdagadt, forró olajban sütni! Először fedő alatt, majd - megfordítás után - fedő nélkül! Nem kell sok olaj! (En kb. 1 cm-es magasságig töltöm fel az edényt olajjal, ami-ben sütöm.)



Csörögefánk



*THIS PROJECT HAS BEEN FUNDED WITH SUPPORT FROM THE EUROPEAN COMMISSION. THIS PUBLICATION REFLECTS THE VIEWS ONLY OF THE AUTHORS, AND THE COMMISSION CANNOT BE HELD RESPONSIBLE FOR ANY USE WHICH MAY BE MADE OF THE INFORMATION CONTAINED THEREIN.*

*EZ A PROJEKT AZ „EGÉSZ ÉLETEN ÁT TARTÓ TANULÁSI” PROGRAM KERETEIN BELÜL AZ EURÓPAI BIZOTTSÁG TÁMOGATÁSÁVAL VALÓSULT MEG. A KIADVÁNY KIZÁRÓLAG A SZERZŐK NÉZETEIT TÜKRÖZI, A BIZOTTSÁG NEM VÁLLAL FELELŐSÉGET SEMMILYEN BENNE TALÁLHATÓ INFORMÁCIÓÉRT.*

**Socrates**

