

Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar
Nyelvtudományi Doktori Iskola
Kommunikáció Ph.D. Program

Ferencz Angéla

Helyi kulturális események prezentációs gyakorlata a Csíki medencében

Doktori disszertáció

Témavezető: Dr. Horányi Özséb

2011

Tartalomjegyzék

| | |
|---|----|
| Bevezetés | 3 |
| Módszertan | 6 |
| I. Térségi kultúrakutatások | 8 |
| Kulturális intézmények kisebbségi léthelyzetben | 8 |
| A térségi kulturális intézmények jellemzői 1989 után..... | 11 |
| A térségi kulturális intézmények jellemzői 1989 előtt..... | 12 |
| A KAM kulturális-intézmény kutatásai | 16 |
| Kulturális intézmények képzési és informálódási igénye..... | 17 |
| Kapcsolati kultúra és lokális beágyazottság..... | 19 |
| A HMKK kulturális-intézmény kutatásai | 21 |
| Kulturális intézményrendszer a Csíki medencében..... | 22 |
| A falusi közművelődés terei: a kultúrotthonok..... | 22 |
| Civil szervezetek..... | 26 |
| Kultúrafogyasztást célzó vizsgálatok a térségben | 29 |
| Kultúrafogyasztás a Pogányhavas kistérségben..... | 30 |
| Leglátogatottabb rendezvények a Pogányhavas kistérségben..... | 36 |
| Vallási rendezvények..... | 37 |
| Hagyományörző rendezvények..... | 38 |
| II. Térségi médiakutatások | 42 |
| A kisebbségi médiakutatásról..... | 42 |
| A romániai magyar média kutatása..... | 47 |
| Kisebbség, média és lokalitás..... | 49 |
| Helyi napilapok: a Hargita Népe és a Csíki Hírlap..... | 50 |
| A romániai magyarok médiafogyasztását mérő kutatások..... | 51 |
| Újságolvasás a Pogányhavas kistérségben..... | 52 |
| III. A térségi kultúra és média szereplői | 58 |
| Kulturális szereplők: lámpások, kultúrázók és menedzserek..... | 58 |
| A kisebbségi és helyi újságíró..... | 65 |
| Szakmai szocializáció..... | 66 |
| Ismertség..... | 67 |
| A helyi sajtó térségi szerepe..... | 67 |
| A helyi újságíró térségi szerepe..... | 68 |
| A kisebbségi újságíró szerepe..... | 69 |
| Témaszelekció..... | 70 |
| IV. A térségi média és kultúra kapcsolata | 72 |
| Események médiareprezentációja. Az etnikai prezentációs praxis..... | 72 |
| Kulturális tartalmak a helyi lapokban..... | 74 |
| Összehasonlító tartalomelemzés..... | 78 |
| A Csíki medence kulturális intézményeinek sajtókapcsolatai..... | 86 |

| | |
|--|------------|
| V. Kihívások a térségi média és kulturális intézmények számára..... | 101 |
| Vidéki térség a globalizáció kontextusában | 101 |
| A kultúragazdaság elmélete..... | 106 |
| Kulturális örökség: identitás és piac | 108 |
| Hagyományok és megalkotott hagyományok | 109 |
| VI. A prezentációs praxis pragmatizálódása..... | 112 |
| A helybeliség konstrukciója: falunapok, fesztiválok..... | 112 |
| Esettanulmány: hogyan örökségesíthető Szent László?..... | 116 |
| VII. Összefoglalás..... | 121 |
| VIII. Irodalomjegyzék..... | 127 |
| IX. Mellékletek | 137 |
| Adatlap tartalomelemzéshez..... | 138 |
| Kérdőív eseményszervezőknek | 139 |
| Interjúvezetők és interjúalanyok..... | 144 |

Bevezetés

Egy évtizede dolgozom egy megyei közművelődési intézménynél, mely szoros és sokszínű kapcsolatot tart fenn falusi kulturális intézményekkel, szervezőkkel, eseményekkel.¹ Azt tapasztaltam, hogy a közművelődési feladatellátás és az ehhez kapcsolódó intézményrendszer mind helyi, mind pedig megyei, térségi szinten sajátos és folklorisztikus, alacsony fokú intézményesültség jellemzi, nem illeszkedik egységes szakmai keretbe, a rendszerváltást megelőző korszakok különböző kultúrpolitikáinak és a helyi közösségek szokásainak közösségi emlékezetben megőrzött rutinjai működtetik, lehetőségei szerint alkalmazkodik a rendszerváltást követő új jelenségekhez, diskurzusokhoz.

Egy ideje a „kulturális ágazathoz” kapcsolódó legtöbb megoldandó kérdés fejlesztési kérdésként konstituálódik. A kulturális érték, kulturális esemény fogalmak új kontextusban kezdenek előfordulni a vizsgált térségben: míg korábban (a rendszerváltást követően) az etnikai identitásról szóló diskurzus tematizálta, manapság a fejlesztés, a turizmus fogalmi rendszerében keresik helyüket. A vidékfejlesztési diskurzus megjelenését óhatatlanul hozza magával az EU csatlakozás vagy a globalizációs folyamatok. Ugyanakkor nem lehet eltekinteni attól a vidékfejlesztési diskurzust teremtő szereptől sem, amelynek a megjelenése a térségben a csíkszeredai KAM-Regionális és Antropológiai Kutatások Központja kutatásainak tulajdonítható, az ő szövegeik, kutatási programjaik ilyen értelemben diskurzust teremtő szövegek.

A vidékről és annak fejlesztéséről szóló diskurzusban egy sor külső elvárás jelenik meg, amelynek meg kell felelni, eleget kell tenni: versenyképesség, fejlesztés, készségek elsajátítása, a saját társadalom önmegjelenítésének képessége, a saját társadalomról való tudás átértelmezése, és artikulálási képessége. A vidékkutatások terén újabban előtérbe került elméleti és fejlesztéspolitikai elképzelések szerint arra kell számítani, hogy a kulturális intézmények működése, illetve működési módja kulcsszerepbe kerülhet, ha úgy tekintünk a lokális kulturális intézményekre, mint amelyek szerepet játszanak a vidékimázs termelésében. (Biró 2008, Boda-Kovách-György 2007, Csíks-Kovách 2002)

Dolgozatomban ezeknek a kihívásoknak a perspektívájából szemlélem a kulturális intézmények, kulturális szereplők működését, prezentációs praxisát, és ezzel párhuzamosan vizsgálom a helyi

¹ Hargita Megyei Kulturális Központ, Csíkszereda, Románia (HMKK)

média szerepét és lehetőségeit, mint a vidék imázsának megteremtésében fontos térségi szereplőt. Kérdéseim olyan kutatói megállapításokból kiindulva fogalmazódtak meg, amelyek az 1989-es romániai rendszerváltást követően a romániai magyarság, azon belül a Székelyföld társadalmi-gazdasági-kulturális változásainak elemzését követően láttak napvilágot. Ezek a megállapítások a következők:

1. A társadalmi nyilvánosság szerkezetének átalakulása, a magyar nyelvű helyi sajtó megerősödése. A kutatások azt hangsúlyozzák, hogy bár a rendszerváltást követő időszakban számos médium létrejött, nem épült ki országos magyar nyelvű nyilvánosság, ezzel szemben viszont számos helyi, térségi sajtóorgánium jött létre, ezen belül kiemelt szerepet kap a nyomtatott helyi sajtó. (Papp Z. 2005.)

2. A lokális kulturális események és intézmények megsokasodása, ugyanakkor a kulturális intézmények, szervezetek alacsony fokú formalizáltsága. A lokális és etnikai identitás “visszafoglalását” és megerősítését célzó szimbolikus helyfoglalások és események hosszú sora. (Blénesi– Mandel– Szarka 2005, Bodó– Biró 1997)

3. A lokális kulturális események figyelemreméltó jelenléte a helyi magyar nyelvű nyomtatott sajtóban, a média kiemelt szerepe az események prezentálásában, az etnikai és lokális önreprezentáció megjelenítésében. (Bodó 1999, 2004)

A fenti megállapításokból kiindulva, két intézménytípus és azok szereplői irányába fogalmazódnak meg kérdéseim. Az egyik a falusi kulturális életre, kulturális intézményeire és szereplőire vonatkozik. Milyen intézmények keretében szerveződnek a falvak kulturális eseményei? Mit tudunk a térség falusi kulturális intézményeiről? Hogyan jelennek meg a társadalmi nyilvánosságban? Milyen az eseményszervezők társadalma? Milyen eszközeik, tudáskészletük, felkészültségeik vannak ahhoz, hogy tevékenységüket a nyilvánosság különböző szinterein megjelenítsék? Milyen médiatudatosság és kapcsolati kultúra jellemzi őket?

Ha a vidékimázs termelése szempontjából vizsgáljuk a helyi kulturális intézmények működését, ennek a vizsgálatnak része kell legyen tevékenységük megjelenítése a helyi írott sajtóban is. Ebben az esetben a helyi média tekinthető úgy, mint amely szintén szerepet játszik a vidékimázs megalkotásában, mint egy olyan közvetítő, mely a lokális eseményeket tematizálja, különböző módon megjeleníti, kódolja, és visszajuttatja a közönség számára. Elsősorban ezért találok fontosnak feltenni a kérdést: hogyan tematizálnak a helyi médiumok, milyen jelentéstermelés zajlik a helyi nyilvánosságban? Milyen társadalmi szerepe van a kisebbségi és lokális

médiumnak? Az említett két intézménytípus működésén és térségi szerepén túl érdekel a köztük levő viszony. Milyen kommunikációs stratégiákat működtetnek a viszony létrehozására és fenntartására?

Másképp fogalmazva: a dolgozat központi témája vidéki kulturális események/szervezetek és a helyi írott sajtó prezentációs gyakorlatának vizsgálata, vagyis a térségre jellemző prezentációs praxis elemzése a helyi eseményszervezők és a helyi írott sajtó kapcsolatának tükrében.

A dolgozat kérdésfeltevései, a téma megközelítése, módszerei, fogalomtára az etnográfia, a kulturális antropológia, médiaelmélet/kommunikációtudomány, és a vidékkutatások tárgyköréhez kapcsolhatók. Inspiráló elméleti megközelítésnek a nyolcvanas évek ún. "kulturális fordulatát" tekintem, amely során megnőtt az érdeklődés a társadalmi cselekvés szimbolikussága, a reprezentáció folyamata iránt, a társadalomkutatás homlokterébe a mindennapi élet, a társadalmi jelentésképzés került, fő kategóriájaként a diskurzus tekinthető. A médiakutatásban ennek köszönhetően nyert teret a kommunikáció rituális felfogása, és az a kutatói szempont, hogy a média vizsgálata a médiahasználat vizsgálatát is jelenti, ennek következtében a médiára úgy lehet tekinteni, mint közösségi színtérre, ahol önteremtő munka folyik. A vidékkutatásban is beszélhetünk kulturális fordulatról: ez a szemlélet a vidékkutató figyelmét azokra a társadalmi gyakorlatokra (és egyben értelmezésekre) irányítja, amelyek során a vidék jelentése, és a vidékhez kapcsolt legitim cselekvési formák létrejönnek.

Az általam vizsgált régióknak is sajátos problémája, Kovács Évát idézve, hogy egyszerre három projektet kénytelen „menedzselni”, melyek egymásra is folytonosan hatnak: a demokratikus átmenetet, a modernizációt globális környezetben és az európai integrációt. (Kovács 2002:10) A dolgozat célja, hogy rámutasson arra, hogy a csíki falvak kulturális szereplői és a helyi média milyen válaszokat adnak ezekre a kihívásokra.

Módszertan

Az empirikus kutatás során mind kvantitatív, mind pedig kvalitatív társadalomkutatói módszereket alkalmazok. A vizsgált célcsoport egyfelől a térség vidéki (falusi), helyi kulturális szereplői (eseményszervezők, kulturális intézményvezetők, civil szervezetek képviselői, polgármesteri hivatalok alkalmazottai), másfelől a Csíki medence két térségi napilapjának, a Hargita Népe megyei napilap és a Csíki Hírlap újságírói.

A dolgozatban egyaránt támaszkodom a térségben korábban elvégzett kutatások bemutatására és másodelemzésére, valamint a téma tárgyalásához elvégzett saját empirikus kutatási eredményeim bemutatására.

Vizsgálataim a Csíki medencére terjednek ki, mely Romániában található, a mai adminisztratív határoknak megfelelően Hargita megyének egy régiója. A Csíki-medence a Keleti-Kárpátok középső övezetében, a Hargita-hegylánc és a Csíki-havasok között húzódik; északról délre az Olt folyó völgye húzódik. A Csíki-medence természetföldrajzi szempontból hármas tagoltságú: a csíkrákosi és a zsögödi szoros a medencét a Felcsíki-, a Középcsíki- és Alcsíki-medencére tagolja. A történeti Csíkszékhez tartozik a Kászoni medencében található öt falu, és a Gyimesek völgyében található települések, ún. patakok. Ezen a területen összesen 24 községhez 71 település tartozik, körülbelül 110 000 a lakosság száma. Három kistérségi társulás működik a vizsgált régióban: Alcsík, Felcsík és a Pogányhavas kistérségek.

A helyi kulturális szereplők körében egy online kérdőíves lekérdezés zajlott 2010 szeptember-októberében. A Hargita Megyei Kulturális Központ adatbázisában szereplő 80 kulturális szereplőhöz eljuttatott kérdőívből 41 válasz érkezett. A kérdőív a helyi kulturális szereplők médiatudatosságát és a kapcsolati kultúráját vizsgálja. A feldolgozás SPSS adatfeldolgozó program segítségével történt. A kérdőívet mellékeltem a dolgozathoz. Az eredményeket összehasonlítom egy korábbi térségi kutatással, a KAM – Regionális és Antropológiai Kutatások Központja Székelyföldi kulturális intézmények és szervezetek kapcsolati kultúráját vizsgáló kutatási összeggel. (KAM 2006)

Ugyebben az időszakban strukturált interjúk készültek helyi kulturális intézmények vezetőivel, összesen 7 darab. Az interjúk fő kérdései az eseményszervező társadalom megismerésére, a szakmai szerepfelfogásra, a sajtónyilvánosságról alkotott elképzelésekre, a nyilvánosságba kerülés eszközeire vonatkoztak. Továbbá felhasználtam a Hargita Megyei Kulturális Központ korábbi kutatási programjain belül készült interjúszövegeket is, szám szerint 12 darabot,

így összesen 19 interjúszövegre támaszkodom a kulturális szereplőket illetően. Ezeket HMKK felméréseket és eredményeiket a dolgozatban szintén ismertetem.

A média oldalát vizsgálándó, strukturált interjúkat készítettem 6 helyi újságíróval. Az interjúk fő vezérvonalát a helyi újságíró társadalom megismerésére, a helyi és kisebbségi média feladatára, a hírszelekcióra vonatkozó kérdések képezték.

Adatlapos kvantitatív tartalomelemzést végeztem két helyi napilap, a Csíki Hírlap és a Hargita Népe cikkei alapján. Az elemzésre a 2009-es esztendő eseményekben leggazdagabb négy hónapját választottam. A tartalomelemzés célja az volt, hogy mennyiségi képet kapjunk az események számáról és típusáról, azok megjelenítésének a módjáról, továbbá összehasonlító tartalomelemzést lehessen végezni egy korábbi, hasonló felmérés alapján, amelyet Benes Sarolta végzett el 2005-ben, „Kulturális jellegű újságcikkek a Hargita Népe című napilapban” témával. (Benes 2008) Összesen 153 adatlap került kitöltésre, a 2009-es évfolyam négy hónapot felölelő periódusában, a már említett két helyi napilap kulturális témájú cikkei alapján, az adatokat szintén SPSS adatfeldolgozó program összegezte. Az adatlapot mellékeltem a dolgozathoz.

Mindvégig támaszkodom a Hargita Megyei Kulturális Központban szerzett tapasztalataimra, kapcsolataimra, és azokra az adatokra, amelyek az intézmény különböző kutatási programjai során kerültek feldolgozásra, ezekben valamiképpen mindig részem volt munkatárs, szerző, szerkesztő, munkacsoportvezető vagy koordináló szerepben. Ezért fektetek hangsúlyt azoknak a felméréseknek a bemutatására és másodelemzésére, amelyek a Hargita Megyei Kulturális Központ égisze alatt folytak. A Csíki medence egy kistérségére kiterjedő kultúrafogyasztást és médiafogyasztást vizsgáló kérdőíves felmérés eredményeit is bekapcsolom a dolgozatba, hiszen ilyen jellegű felmérés ezidáig nem született a térségben. Továbbá ismertetem egy recens felmérésnek, a Csíki medence kulturális intézményrendszerének felmérésére vonatkozó, a téma szempontjából releváns eredményeit.

Végül egy esettanulmányt mutatok be, melyben sajtószövegek elemzésén keresztül értelmezek egy olyan esetet, amelyben magam is résztvevő megfigyelő voltam. A résztvevő megfigyelői pozíció háromszorosan is érvényes rám: a térség lakójaként, a közművelődésben dolgozóként és az újságok olvasójaként (ha a szöveget mint kultúrát fogjuk fel). Mindezekkel együtt tudatában vagyok annak, hogy értelmezési kísérleteimben ez éppúgy hátrány, mint amennyire előny.

I. Térségi kultúrakutatások

Kulturális intézmények kisebbségi léthelyzetben

Kisebbségi helyzetben a kultúra és közművelődési intézmények kérdésköre óhatatlanul összekapcsolódik a megmaradás és az etnikai identitás diskurzusaival. Gyakori, hogy a diskurzusnak támogatáspolitikai vonatkozásai vannak, ilyenkor elsősorban anyaországi feladatként tétéleződik. A Magyarország határain kívül élő magyar közösségek kulturális intézményrendszerének feltárása, mint kutatási feladat már a '90-es években megfogalmazódott, de ezen és hasonló kezdeményezések nem jutottak tovább a névjegyzékek, címtárak létrehozásánál. (Szarka 2005:6) Romániai viszonylatban sem tudunk olyan kezdeményezésről, amely a kulturális és közművelődési szervezetek átfogó vizsgálatát célul tűzte volna ki, és elvégezte volna, ezért a 2002-ben, a Magyar Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumának Nemzeti-Etnikai Kisebbségi Főosztálya (NEKF) által kezdeményezett kutatása és annak eredményei mérföldkőnek számítnak e téren. Ez volt az első átfogó, valamennyi kisebbségi közösségre és szervezeti típusra kiterjedő vizsgálat a határon túli magyar kultúra és közművelődés vonatkozásában. Az MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézete (ENKI) által koordinált Határon túli magyar kulturális és közművelődési szervezetek katasztervizsgálata (2003–2004) c. kutatás kiterjedt a hét Magyarországgal szomszédos ország kisebbségi magyar kulturális és közművelődési intézményhálózatára, a helyi tudományos műhelyek bevonásával, amelyekre a konceptualizálás és terepmunka során a “kulturális fordító” szerepe is hárult. Hiszen a kutatás számtalan osztályozási, besorolási problémát felvetett, s bár számítani lehetett rá, kiderült, hogy a magyar közművelődés leírására kidolgozott fogalmi rendszer nem alkalmazható kisebbségi kulturális intézményekre. A kutatóintézmények tevékenységi területek szerinti behatárolása előre meghatározott tevékenység-kategóriák alapján történt. Négy főbb intézménytípust (ezeken belül tizenhat altípust) neveztek meg: közgyűjtemények (könyvtárak, levéltárak, múzeumok és egyéb gyűjtemények), kiadók, írott és elektronikus sajtó (könyvkiadók, sajtó, elektronikus média, internetes portálok), művészeti intézmények (színház-opera-bábszínház, zeneművészeti csoportok, táncművészeti csoportok, irodalmi körök, képző-, ipar-, fotó-, népművészeti alkotóműhelyek, filmművészeti alkotóműhelyek, ismeretterjesztő, honismereti /helytörténeti szervezetek) valamint komplex kulturális szervezetek (több kulturális tevékenységet gondozó szervezetek, mint kultúrházak, művelődési házak és egyesületek, ifjúsági

szervezetek, rendezvényszervezők). Szarka László megjegyzi, hogy habár hasonló kutatás indult 2003-ban a magyarországi kulturális állapotok felmérésére a NKÖM megbízásából, az MTA Szociológiai Kutatóintézete és a Politikatudományi Intézettel közös „Kultúrakutató műhely” bevonásával, a két kutatás csupán időben volt összehangolva. (Szarka 2005:7) De ugyanitt idézi egy 1996-os magyarországra vonatkozó kutatás eredményeiről Vitányi Iván² összefoglalóját, mely a magyarországi kultúrafogyasztás ellentmondó tendenciáira hívja fel a figyelmet. (Szarka 2005:18) Vitányi Iván hat modellt javasol párhuzamosan működtetni: „Az első három centrumában a közösség, a második hároméban a piac áll. Az első sorozatban találjuk 1. a kultúra megőrzését szolgáló, 2. a felvilágosító és 3. az identitásteremtő művelődési stratégiát. A második sorozatban 4. a klasszikus piaci stratégiát, 5. a jóléti állam kulturális modelljét, és 6. a modern (vagy posztmodern) tömegkommunikációs, infotainment, McWorld modellt.” (Szarka 2005:19 idézi Vitányit) A fenti hat modell ötvözésével Vitányi a civil társadalomra alapozott „hetedik modell” megvalósítását tartja az új magyar művelődéspolitikai eszmény alapvetésének. „A civil társadalom szférája a korábbi évszázadokban nem tudta megteremteni a maga autonómiáját, alávetett helyzetben maradt az establishmenttel szemben. Most olyan korfordulóhoz érkeztünk, amelyben ez válik elsődleges problémává. A kultúra és az érték, a demokrácia és a jog akkor tud a társadalomban megerősödni, ha a civil társadalom aktív erővel lép fel. A viszony azonban kölcsönös: a civil társadalom csak akkor lehet erre képes, ha megfelelő kulturális erővel rendelkezik.” (Szarka 2005:19 idézi Vitányit)

Szarka László szerint a kisebbségi magyar közösségek számára szintén a civil szféra erősítésének modellje a járható út, hiszen a rendszerváltást követő időszak egyik legfontosabb jelensége, hogy nőtt a civil kezdeményezések, az állami szférától független finanszírozású és irányítású intézmények, szervezetek száma és szerepe: “A befogadó államok és az anyaország által egyaránt saját erőire utalt magyar kisebbségi közösségek kulturális önszerveződése, önkormányzó, autonóm fellépése megalapozhatja a kisebbségi közösségépítésnek azt az új modelljét, amely elzárkózás és szegregálódás, illetve elvagyódás és migráció nélkül válhat képessé megélhető létformák, léhelyzetek megteremtésére és fenntartására.” (Szarka 2005:20)

Az ismertetett nagyvolumenű felmérés eredményeként megfogalmazott ajánlások elsősorban stratégiai, kultúrpolitikai, támogatáspolitikai természetűek, további tudományos kutatásokat

² Vitányi Iván: Az életmód, az életvitel, a kultúra és a tudat átalakulása. Összefoglalás a Magyar Tudományos Akadémia Stratégiai kutatások Programja keretében végzett munkáról.

ösztönző javaslatokkal. Az általam vizsgált székelyföldi térség jelenségei szempontjából a kutatás alábbi eredményei igen lényegesek:

1. Létezik a helyi viszonyoknak megfelelő és az igényeket kielégítő intézményrendszer, melyhez infrastrukturális beruházások, rendszeres képzési programok szükségesek. A falusi alapintézmények közül a művelődési házakat, könyvtárakat meg kell menteni a bezárástól, ugyanakkor arra kell törekedni, hogy a helyi civil szervezetek egyre önállóbbak legyenek.

2. A központi, módszertani, képzési funkciókat ellátó intézmények mellett a regionális alközpontokat is tudatosan ki kell építeni, mert a kisebbségi magyar világok nem alkalmasak a centralizált modellek működtetésére.

3. A határon túli magyar kultúra és közművelődés a magyarországihoz hasonlóan egyre inkább fesztivál- és rendezvényközpontúvá kezd válni. Ebből a szempontból volna fontos a határon túli magyar kultúra országos, regionális, kistérségi rendezvényeit számba venni, egyrészt a támogatási igények felmérése, másrészt a rendezvények népszerűsítése, a magyar közösségek, régiók, magyarországi érdeklődők közötti kapcsolatok fejlesztése érdekében. (Szarka 2005:20-21)

Mindhárom következtetés utal a kisebbségi helyzetben levő közösségek esetében a lokalitás és belső erőforrások kiaknázásának fontosságára.

A térségi kulturális intézmények jellemzői 1989 után

A fennebb bemutatott nagyszabású kutatás külön régióként kezelte Székelyföldet.³ A már említett, az intézményi besorolással kapcsolatos nehézségek erre a térségre vonatkozóan is érvényesek, ezzel is magyarázható a „komplex” kulturális intézményként besoroltak magas aránya, hiszen a lekérdezett 776 szervezet közel 40 százaléka komplex kulturális intézmény. (Miklós 2005:79). Ezek mögött tulajdonképpen a falusi kultúrotthonok állnak, mint szinte minden településen jelen levő intézménytípus. Sajnos a felmérés jellegéből adódóan nem árnyalhatók ennek az intézménytípusnak a működési jellemzői, azt viszont jelzi a szerző, hogy a komplex kulturális intézmények ilyen magas arányú jelenléte a kulturális élet aprofesszionális, differenciálatlan jellegére utal. A komplex kulturális intézmények egynegyede működik költségvetési formában, ezek lényegében az önkormányzatokhoz tartozó kultúrotthonok, ezesetben az intézményi költségvetés fogalmát gyakran az alkalmazott fizetése kimeríti.

A vizsgált szervezetek/intézmények 28,9 százaléka egyesület. A be nem jegyzett szervezetek az összes szervezet 13 százalékát teszik ki, ez az érték a vártnál valamivel alacsonyabb érték. Mindez arra utal, hogy a régióban a kulturális tevékenység elindult az intézményesülés útján, ami többek közt a támogatási és pályázati rendszerek működésével indokolható, hiszen az abban való részvétel alapvető feltétele a szervezeti/jogi státusz. (Az intézmények bejegyzését tekintve megfigyelhető, hogy 1996-2000 közti időszakra tehető a legtöbb bejegyzés, összesen 155, ami a bejegyzett intézmények egyötödét teszi ki.)

Az adatok alapján Miklós arra a következtetésre jut, hogy alacsony specializálódás, professzionalizálódás jellemzi a térség kulturális intézményrendszerét, ezzel párhuzamosan viszont kiépült egy olyan kulturális szervezeti rendszer, amely egyre inkább formalizálódik. Ez egyben a stabilizálódást jelenti és a forrásbevonásra való felkészülést, másrészt pedig kiindulási alap a specializálódás fele. Hogy elindul-e valóban ebbe az irányba, nagymértékben függ a külső tényezőktől, jogi környezettől, forrásbevonási/pályázási lehetőségektől, feltételektől, emberi potenciáltól, a befogadó közeg viszonyulásától.

³Székelyföld régióban a kutatás a KAM – Regionális és Antropológiai Kutatások Központja keretében zajlott, Miklós István szociológus koordinálásával, a program bonyolítása a Hargita Megyei Kulturális Központtal közösen zajlott.

A térségi intézményeknek egy másik nagyon fontos jellemzője a közösségi jellegű önkéntes munka hangsúlyos jelenléte. Ezek a lokális léptékű informális együttműködések sok esetben magasabb fokon formalizáltak, mint a professzionális intézmények.

A kutatás által képviselt formalizáltsági kritériumok miatt ezek a jelentős informális csoportok nem kerülhettek be az adatbázisba, ez a kutatás jellegéből fakadó módszertani hiányosságnak tulajdonítható – jelzi a szerző. Hiszen ezek a formációk mikrotársadalmi léptékben vizsgálva, kvalitatív módszerekkel sokkal jobban leírhatók. A felmérés intézményszociológiai megközelítése okán kimaradtak a fontos ünnepek, hagyományos rendezvények, fesztiválok, alkalmi rendezvények, holott ezek is intézmény szerepet töltenek be. „...a térségben az úgynevezett kulturális élet jelentősebb részét a kisebb formalizáltságú lokális intézmények és csoportok működtetik. Ezt a problémakört – megítélésünk szerint – alig-alig lehet egy keretben tárgyalni a jóval magasabb fokon formalizált állami/önkormányzati intézmények szolgáltató szerepkörének vizsgálatával. Ez a két szféra a térségi kulturális élet két különböző dimenziója”.(Miklós 2005)

A térségi kulturális intézmények jellemzői 1989 előtt

Nem érthetjük meg a mai kulturális intézmények működését és a működtetők társadalmát, világát, ha nem szemléljük történeti távlatból azokat. „A térségi kutatások megállapítják, hogy térségi intézményi szerkezet meglehetősen diverzifikált, minőségileg sokféle, alacsony formalizáltságú, így külső tényezőknek kiszolgáltatott és efemer jellegű. A mai kulturális intézmények típusai: állami, önkormányzati támogatottságú, egyesületek és alapítványok, továbbá a jogilag be nem jegyzett, de „intézményként” működő csoportok, ezen túlmenően “intézményként” határozhatjuk meg a működő lokális vagy regionális rendezvényeket is. Mielőtt egy minőség-mércével mérve kiderülne, hogy alacsony színvonalon működnek ezek a lokális intézmények, meg kell vizsgálni az előzményeket.” (Biró-Bálint-Miklós 2004)

A kulturális intézményrendszerek 1989 előtti működésére vonatkozóan az elmúlt időben számos adat és információ látott napvilágot, szétszórtan jelentek meg helytörténeti írásokban, monografikus igényű publikációkban a rendszerváltást követő esztendőkből. Helytörténeteszek, helyi értelmiségiek vették elő addig fiókban tartott írásaikat, vagy épp a rendszerváltást követően kaptak kutató kedvet, avagy éppen helyi önkormányzatok jelentettek meg településükről

hiánypótló ismereteket tartalmazó kiadványokat. Ezeknek a kiadványoknak a tartalmi szerkezetében helyet kapnak az egykori szervezetek, egyletek ismertetése, a település közművelődési alkalmi és alakjai is. A kommunista rendszer kulturális intézményeiről, kultúrpolitikájáról is kevés feltáró munka született. Példaként meg kell említeni a történeti-antropológiai mélyfúrást, amelyet Mihály János történész végzett szülőfaluja, Lövete kapcsán. Írásában helyi dokumentumok alapján és az oral history módszerét alkalmazva rekonstruálta a falu közművelődési életét az 1900-as évektől napjainkig. (Mihály 2006)

Tanulmányában kitér arra, hogy a XX. század elején, a Magyar Földművelésügyi Minisztérium „székely akciójának” keretében épültek az ún. Népházak. A székely akció és népház küldetését dr. Koós Mihály, a marosvásárhelyi miniszteri kirendeltség vezetője így foglalta össze: „Körülbelül tíz év óta egy nagyjelentőségű szociális munka van a Székelyföldön folyamatban. A földművelésügyi minisztérium székely akciója ez, amely akciónak alap gondolata: a haladás apostolaivá avatni a székely falusi társadalom vezető tagjait s ezek köré csoportosítva, a társadalmi öntudat és közös munka révén a gazdasági fejlődés útjára terelni a székely nép ezreit. Társadalmi intézmények alakulnak így a rendre támadt apostolok vezetése alatt, gazdakörök, különböző kulturális és szociális célú egyesületek s különböző gazdasági célú szövetkezetek. A falu temploma, iskolája, a földesúr kúriája s az elmaradhatatlan korcsma mellett még egy nagy épület emelkedik a székely-kapus, galambbúgos kicsiny házak felé: a falu társadalmi intézményeinek otthona, művelődésének iskolája és társadalmi életének színhelye. Népház a neve ennek az épületnek, mert magában foglalja a falusi nép összes társadalmi intézményeit. Benne van a falu kaszinója gazdakör név alatt, benne van a szövetkezeti bolt helyisége, a tejszövetkezet berendezése és a különböző szövetkezetek irodája. Nem hivatalok ezek, hanem a falusi nép saját intézményei.”⁴ Lövete kulturális élete a korabeli székely községekhez hasonló a XX. század első felében: önszerveződő legény- és leányegyletek, olvasókörök működnek, 1911-től „műkedvelő társulat”, az 1920-as évektől rezesbanda, 1934-től egyházi vegyeskar alakul és ismeretterjesztő, tudományt népszerűsítő előadásokat tartanak vasárnap esténként. A polgárosodó falu közművelődésének modellje tárul elénk, egészen a második világháborúig.

Az ötvenes évek gyökeresen változtatják meg a korábbi állapotokat: az egységes pártállami irányítás, a központosítás kiterjed a kulturális életre is, és ezzel egyidőben elkezdődik egy intenzív közművelődési kampány. Lázok Klára tanulmányában (Lázok 2006) azokat a

4 Művészet. 1912. XI. évf. 5. sz., 189–194

folyamatokat írja le, amelyek a kulturális élet ellenőrzését voltak hivatottak végrehajtani, más szóval azt vizsgálja, hogy ebben az totális államosító igyekezetben hogyan államosították a kultúrát. Elsőként megyei szintű népművelési egyesületeket hoztak létre, amelyek az RKP megyei Propaganda és Agitációs Osztályainak alárendelve működtek. „A megyei Népművelődési Bizottság kiküldöttje az illető járásban/faluban felmérte a létező kulturális és civil szerveződések (gazdakörök, kulturális egyletek, dalárdák, iskolák, felekezeti, egyleti, iskolai könyvtárak), megalakította a kultúrotthont és előirányozta annak költségvetését, amit majd az alapító okirattal együtt a helyi kultúrotthon-vezetés beküldött a központi irodába.” (Lázók 2006) „A bálókra, előadásokra azonban az engedélyt már a pártbizottság adta ki, amelyet a Székelyudvarhelyen lévő orosz parancsnok, Macarov kapitánnyal is alá kellett írni, hogy érvényes legyen” –mondja Mihály Jánosnak adatközlője. (Mihály 2006:44) A rendelkezések szerint a kultúrotthonok kizárólagos joggal rendelkeztek a kulturális rendezvényszervezés terén, iskolákban, egyházi intézményeknél, magánkezdemenyezés alapján szigorúan tilos volt bármilyen rendezvényt szervezni. A meglévő szervezeteknek át kellett adniuk könyvtáraikat a kultúrotthonoknak, és rendezvényeiket csakis a kultúrotthon keretein belül szervezhették meg. Az új művelődési koncepció magyar nyelvű szócsöve a Művészet és Tájékoztatásügyi Minisztérium által kiadott Művelődési Útmutató volt, egy hasonló román lap testvérkiadványa, melynek első száma 1948-ban jelent meg, és programadó írását Balogh Edgár jegyzi a „Népi kultúránk megújulásáról van szó” címmel. A kultúra új felfogásába a népi kultúra elemei beleillettek, így Petőfi, Arany, József Attila, Bartók Béla és Kodály Zoltán neve és munkássága beemelhető volt ebbe a képbe. A lövétei példát idézve: a népház „demokratizálódását” új neve is jelezte, Petőfi Sándor Művelődési Otthon.

A Művelődési Útmutató anyagokat is közölt (vers, színdarab, kotta stb.), vasárnapi programokat állított össze, tanácsokkal szolgált a kultúrotthonok megalakításához (alaprajz, színpad). Lövétén például a gyerekek szereplését kötelezővé tették, és ezeket rendszeresen „a nagy mise alatt tartották a népházban, hogy a szülők oda menjenek és ne a templomba. Az előadások alatt az iskolásoknak nem vót szabad a templomba menni. Erre a tanítók felügyeltek, s ha kellett erőszakkal is bevitték a gyermeket Népházba.”- idézi adatközlőjét Mihály János. (Mihály 2006:45)

A rendszerváltást követően a „módszertani kiadványok” is megszűntek, viszont ezekben gyökereznek a művelődésszervező praxisban ma is fellelhető elemek.

A falusi művelődési élet szervezése az értelmiségi feladata. Ennek ellentmondásosságára Hermann Bausinger is utal: a hagyományos kultúra horizontjának felbomlását és újraszerveződését látja a kulturális javak illetően terjedésében. (Bausinger 1995:53-88) Az 1950-60-as évek során a földek kollektivizálása és “a kultúra államosítása” is jelentős akkulturációs tényezőnek, folyamatnak tekinthető – írja Keszeg Vilmos néprajzkutató. Arra hívja fel a figyelmet, hogy az eltulajdonított földekkel együtt nemcsak a magángazdálkodás számolódik fel, hanem a közösség együttlétének alkalmai is, ahol a hagyományos tudás megannyi eleme funkcionált. Az oktatási intézményekben képzett értelmiségi által felelősséggel kezdeményezett “horizonttágítás” tulajdonképpen megbontotta és kikezdte a közösségeknek a környezettel összhangban levő kultúráját. (Keszeg 2004)

Míg az ötvenes évek a „kultúragitáció” korszakaként jellemezhetők, a 1960-as években előtérbe került a közművelődés, a szórakoztatás és az összetett kulturális szolgáltatás, nagyobb színházak turnéja, a filmvetítések. A pedagógusoknak kötelező volt az iskolán kívül is pluszmunkát végezni, úgynevezett „kulturális munkát”, és a „községi dolgozók” nevelésében részt venni. A párt által rájuk rótt feladatuk volt ugyanakkor, hogy az általuk vezetett műkedvelő csoportok tevékenységét bekapcsolják a Megéneklünk Románia fesztivál és a Daciada mozgalom minden szakaszába. “A nagy, országos fesztiválokon kívül, még számos olyan, megyei vagy helyi rendezvény volt a nyolcvanas évek végén, hol a művelődési otthon keretén belül működő műkedvelő csoportok (elsősorban a táncsoport és a fúvószenekar), szinte kötelező módon jelen voltak, mint pl. a bányásznapi Lövétebányán, a vasas nap a Székely Szeltersz völgyében, a Szejke Fesztivál a Székelyudvarhely melletti Szejkefürdőn, Nárcisz Fesztivál Vlahicán stb. Végezetül leszögezhetjük, hogy a lövétei Népház a második világháború után Petőfi Sándor Művelődési Otthon néven, főleg 1970-1989. közötti időszakban a szocialista „tömegkultúra” igazi, jól működő intézménye volt.” (Mihály 2006:47)

A fenti példák éppen csak felvillantják azt a társadalmi-kulturális kontextust, amelyben az 1989 előtti kulturális intézmények léteztek és működtek: állami keretben, központi finanszírozással, szoros ideológiai ellenőrzés alatt. A pedagógusok mellett a falvakban a „kultúrigazgató” által vezetett községi művelődési ház jelentette a művelődési tevékenység számára a hivatalos és elfogadott keretet. A korábbi egyleti és egyesületi formák megszűntek, a helyi kezdeményezéseket, az önszerveződés minden formáját gátolta a rendszer. Ennek az “örökségnek” tudható be, hogy a helyi kezdeményezések és igények artikulálásának képessége

hiányzik a térségi kultúra szereplőinek eszköztárából. “Az intézményi, ideológiai kontextus (amelyhez még kapcsolódott a kisebbségi helyzetből adódó tiltások és korlátozások skálája) nem tette lehetővé és nem alakíthatta ki ezeket a gyakorlatokat, nem termelte és nem termelhette ki az ezekre a gyakorlatokra irányuló igényeket. Nagyon fontos tisztázni ezt a kiindulópontot, hiszen megmagyaráz egy sor, látszólag érthetetlen 1989 utáni jelenséget. Többek között azt, hogy a térségi kulturális szereplők egy jelentős része 1989 után sem tartotta fontosnak a képzést. De ez az előzmény magyarázza sok esetben azt a máig tartó tehetetlenséget, kivárást is, amelyet a lokális léptékű kulturális menedzsment terén, vagy az úgynevezett állami intézményekben lépten-nyomon tapasztalhatunk”. (Biró 2008:30)

A KAM kulturális-intézmény kutatásai

A térségi kulturális intézményekre vonatkozó adatokat, szakirodalmi támpontokat keresve folyamatosan a feltáró kutatások hiányába ütközünk. Mondhatni egyedüli kutatóműhely, mely a témával foglalkozik, a csíkszeredai Kommunikációs Antropológiai Munkacsoport, mely a nyolcvanas évektől fogva, kezdetben kulturális antropológiai megközelítésben, majd szociológiai módszerekkel a Székelyföld kulturális patternjeit vizsgálva kitér a hagyományok változásának értelmezésére, a folklorizmus jelenségének, a nyilvános és privát ünnepek, kulturális rendezvények, kulturális elit szélesebb társadalmi kontextusban való vizsgálatára. A kutatócsoport figyelt fel arra a jelenségre, hogy 1989-es változás után jelentős mértékben megnövekedett a térségben a kulturális szereplők és események száma. Ennek a kutatási érdeklődésnek az eredményeit két részre osztanám. Egyik kutatási irány a rendszerváltást követően megsokasodó kulturális események vizsgálata, a szimbolikus térfoglalás, melyeket mint etnikai és lokális identitás rehabilitációs praxist elemeznek írásaikban. (Bodó–Biró 1997). A másik irány a térség kulturális intézményrendszerének feltárására, működési sajátosságuk értelmezésére kísérletet tevő kvantitatív és kvalitatív módszereken alapuló kutatások. Ezek, a problémák, hiányosságok és lehetőségek feltárása mellett, döntéshozók számára alkalmas információkat hordozó anyagok is egyben. A KAM az elmúlt évek során több olyan kutatást vitezett ki, melyek a térségi kulturális intézményekre, szereplőkre irányultak. Az intézmény 2003-ban részt vett a Kárpát-medencei Kulturális Kataszter című kutatásban, mely eredményei

mellett számtalan kérdést felszínre hozott. Két további fontos kutatást is megalapoztak ezek a kérdések, az egyik 2004-ben Székelyföldi léptékben vizsgálta a kulturális intézmények és csoportok információszerzési és szakmai tanácsadási igényeit (Biró–Bálint–Miklós 2004), a másik pedig az intézmények kapcsolati kultúráját tárta fel.⁵

Meg kell említeni a Székelyföldön működő legfontosabb kulturális intézményeket és azok vezetőit megcélzó interjúkutatást (Oláh 2006). Ennek eredményeként a térség kulturális folyamatairól, az intézménytörténetekről, életpályákról, tapasztalatokról kapunk képet. A kutató az interjúk mellé írt összefoglaló tanulmányában megállapítja, hogy egyre markánsabb professzionalizálódás, pragmatikusabb intézményépítés tapasztalható a vezető kulturális intézmények részéről.

Kulturális intézmények képzési és informálódási igénye

Az 1989-es rendszerváltás a lokális kulturális elit számára mondhatni egyik napról a másikra változtatta meg a körülményeket: már nem esett tiltás alá (etnikai vagy helyi) ünnepek megszervezése, megnyíltak a lehetőségek az önszerveződés előtt. Ebben az új, szervezkedéssel, eszméléssel teli időszakban nem mutatkozik a saját kompetenciák feletti kétkedés. „Kész szakembernek tekintik magukat, akiknek – saját felfogásuk szerint – csak résztvevőkre és anyagi eszközökre van szükségük ahhoz, hogy eredményesek legyenek. A kilencvenes években a térségben sok eseményt, ünnepet, egyesületet szerveznek, de mindebben gyakorlatilag föl sem merül a szakmai tanulás, az információszerzés – egyszóval: a professzionalizálódás – igénye.” (Biró–Bálint–Miklós 2004)

A KAM képzési és információs igényeket felmérő kutatási eredményei⁶ szerint a térségi kulturális szereplők számára a legfontosabb hírforrást az újságok jelentették. A válaszolók 71,7

⁵ Székelyföldi kulturális intézmények és szervezetek kapcsolati kultúrája- kutatási összegzés-2006) (Mindkét kutatás a Hargita Megyei Kulturális Központ közreműködésével zajlott, ezért az intézményi adattárban levő kutatási jelentéseket használom a dolgozatban.

⁶Térség és kultúra. Képzési, szaktanácsadási, információs igények a kelet-erdélyi többségi térség kulturális intézményei, szervezetei körében. Kutatási jelentés – Biró A. Zoltán-Bálint Blanka-Miklós István, KAM – Regionális és Antropológiai Kutatások Központja-Hargita Megyei Kulturális Központ, Csíkszereda, 2004.

százaléka állította, hogy az újságok révén jut hozzá a munkájához szükséges szakmai információkhoz. Ezt az adatot a kutatók elgondolkodtatónak találták, arra utalva, hogy nem tapasztalható a térségben megjelenő sajtónak programszerű, rendszeres tájékoztató tevékenysége. Azt gondolom, hogy a sajtó egy fontos funkciót lát el ezesetben, nevezetesen egy szakmai úrt tölt be, hisz nem beszélhetünk kiépült szakmai hálózatról, sőt még szakmáról sem. Ezt a megállapítást az előzmények magyarázzák, hiszen Romániában népművelő szak nem működött, képzés nélkül a közművelődés nem alakult szakmává, az azt művelők pedig nem alkottak, és ma sem alkotnak szakmai közösséget. A második világháborút megelőző szervezeti formákat (már ami megmaradt) az ötvenes évek kommunista kultúrpolitikája kebelezte be, a lokális kultúrélet pártaktivisták és pedagógusok kezében összpontosult. Mindezzel az eseményszervezők mai szerepmegvalósítása körüli bizonytalanságok is magyarázhatók: míg a rendezvények, kulturális események társadalmi támogatottsága igen nagy, addig a mögötte álló szakmai szerep bizonytalan, feltöltetlen avagy ingadozó és presztízs híján van. Amikor azt mondom, hogy szakmai úrt tölt be a helyi írott sajtó, többre gondolok, mint ami kulturális tájékoztatásnak nevezhető, a kulturális eseményekről, rendezvényekről való híradás, transzmisszió. Az események vagy szervezők és a helyi írott sajtó között egy sajátos viszonyt feltételezek, amelyet rituálisnak nevezek, és azt gondolom, hogy ennek a kisebbségi léthelyzet és a lokalitás a társadalmi kontextusa. Magyarai Tivadar is családiasnak, rituálisnak nevezi a kolozsvári Szabadság napilap olvasó-lap kapcsolatát, arra a megfigyelésre támaszkodva, hogy a szűkös, sokszor nem kielégítő információk ellenére is vásárolják, használják a lapot. (Magyarai 2000) Erről ír Biró Zoltán is a kommunista média beszédmódját és a médiahasználatot elemző írásában (Biró 1993), de a téma legrészletesebb kifejtésére Bodó Julianna vállalkozik, aki a rendezvények és azok médiareprezentációját vizsgálja és elemzi több írásában. (Bodó 1999, 2004, 2007)

A sajtó szerepét hangsúlyozza az említett képzési igényeket felmérő kutatási eredmény, miszerint a válaszadóknak a sikeres kulturális munkához a legfontosabb információkat a készülő rendezvényekről, eseményekről szóló híradások jelentik. Több mint kétötöd arányban említik a sikeres kulturális rendezvényekről szóló beszámolókat, illetve új képzési programok indulásáról való híradásokat, mint munkájuk sikerességéhez szükséges információkat. Mindezek együttesen arra utalnak, hogy a legnagyobb értéke a térségben zajló kulturális eseményekkel kapcsolatos információknak van. Ezt úgy is le lehet fordítani, hogy a térségi kulturális szereplők között nem működik szakmai tájékoztatás, többnyire csak utólag, a média hírek révén szereznek tudomást

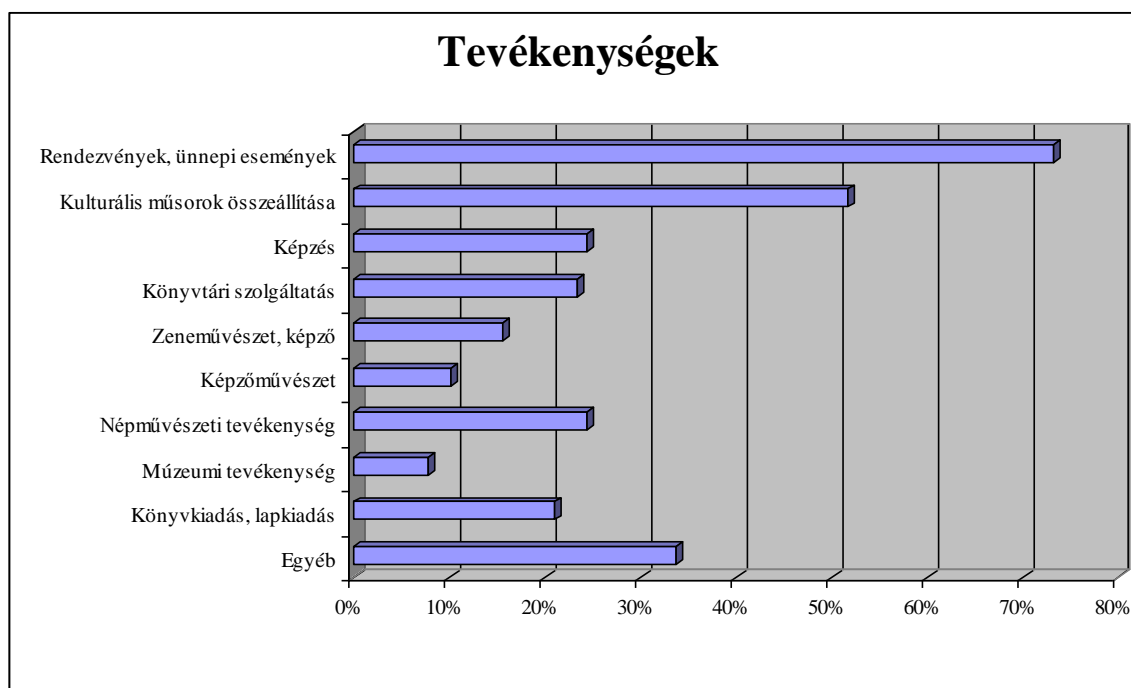
egymás munkájáról. A képzési igényekre összpontosító kutatás az írott média szerepén túl a „szakmai” informális kapcsolatokat hangsúlyozza. Ennek a két szegmensnek a dominanciája tulajdonképpen a szervezett, formális tájékoztatási gyakorlat hiányára vall. Kulturális szaktanácsadást inkább a vidéki válaszolók igényelnének, 85,5%, a megkérdezettek több, mint 60%-a pályázatkészítéshez és forrásszerzéshez szeretne konzultációt, ami az általános térségi forráshiányos helyzetre utal egyben. Közel felük a szervezésben kérne tanácsot, a reklámozás, marketing ugyan megjelenik, de alig 20%-al szerepel az igények között. A kutatás rámutat arra, hogy míg a kilencvenes évek első felében a forrásbevonás, menedzsment ismeretlen fogalmak voltak, igényként való megfogalmazásuk, artikulálásuk már a térségi kulturális intézmények és szervezetek professzionalizálódásának kétségbevonhatatlan jele.

Kapcsolati kultúra és lokális beágyazottság

Egy másik fontos térségi kutatás a székelyföldi kulturális intézmények és szervezetek kapcsolati kultúráját vizsgálja, és számos olyan tényezőre rámutat, amely a székelyföldi kulturális intézményrendszer lokális beágyazottságára utal. A kutatás 2006-ban zajlott, a KAM és HMKK közös kutatási projektjének keretében, postai úton, önkitöltős kérdőívekkel a NKÖM által végzett, korábban említett kutatás során létrehozott adatbázist véve alapul, Brassó, Kovászna, Hargita és Maros megyékben. A 205 kitöltött kérdőív hozzávetőleg fele falusi adatokat tartalmaz. Az intézmények több mint fele bejegyzett civil szervezet, jelentős a nem bejegyzett csoportok száma is.

A válaszokból körvonalazódik, hogy a csoportok, intézmények tevékenységei közül a rendezvények, ünnepi események vannak a legnagyobb számban.

Az intézmények/csoportok tevékenységének típusa az említések százalékában



Forrás: KAM 2006

A kutatás megállapítja, hogy igen hangsúlyos a szakmai, professzionális tartalommal szemben az intézményekbe és szervezetekbe bevitt személyes tartalom, ezt pedig az intézményesített kapcsolatcultúra kialakításához szükséges tudás hiányaként értelmezhető. (KAM 2006). A kutatás rámutat az ebből a lokális beágyazottságból adódó sajátos ambivalenciára. Egyfelől a lokális beágyazottság a helyi társadalomban előny, hiszen a helyi közösség nem igényli a formalizáltságot. Másfelől a külső igények intézményesített adminisztrációt, formalizáltságot várnak el. Ez a személyes tartalmak háttérbe hagyásával is jár, de továbbgondolva, a fennebb említett folklorisztikus ügyintézés is kiveszi addigi környezetéből, a közösségi szabályozás és kontroll alól. A kutatás leszögezi, hogy e kétféle, egymással ellentétesen működő igény együttes kezeléséhez szükséges kompetenciák még hiányoznak a térségből. Ezért tapasztaljuk a térségi kulturális szervezetekben és intézményekben a lokalitás nagyon erős, túlhangsúlyozott jelenlétét, és ennek egyik legfontosabb következménye, hogy gátolja a hatékony kapcsolatépítést. „Ennek az ellentmondásos kettőségek az elemzésével és értelmezésével még adós a térségi társadalomtudomány.”- olvashatjuk.

A dolgozatotnak egyik célja, hogy többet megtudhassunk azokról a praxisokról, amelyekkel a térségi kulturális szereplők ezt a belsőnek és külsőnek nevezhető igényt, elvárást, kényszert kezelni próbálják. Azt lehet látni, és a jelenleg feltárt működési jellemzők arra mutatnak rá, hogy a lokális beágyazottság szerepe ebben a térségben továbbra is kiemelten fontos marad (helyi részvétel, helyi támogatások, helyi közösségi legitimáció stb. okán), a formalizálást előtérbe helyező külső igények pedig erősödnek, egyre nagyobb szerepet kapnak a médiakapcsolatok, a reklám, az imázs, a helymarketing. „Amennyiben a térségi kulturális intézmények hatékonyabbá és versenyképesebbé akarnak válni, akkor a jelenlegi kapcsolati kultúrán változtatniuk kell. Mégpedig abba az irányba, hogy a belső és a külső igényeknek minél jobban tudjanak megfelelni, s ezt a kétféle – gyakran egymás ellenében is ható – gyakorlatot komplementer módon kell működtetniük.” –összegez a tanulmány. (KAM 2006)

A HMKK kulturális-intézmény kutatásai

Romániában a kulturális élet számos szegmenséről nincsenek statisztikai adatok. Az Országos Statisztikai Hivatal éves jelentéséhez csupán a nagyobb közművelődési intézményektől (múzeumok, könyvtárak, folyóirat- és lapkiadók, rádió- és tévétársaságok, hivatásos színházak, újságok stb.) gyűjt információkat. Ezért is nevezhetők hiánypótlónak a Hargita Megyei Kulturális Központ 2003-2009 között végzett kutatási programjai, hiszen a vidéki közművelődés formáit vizsgálva lényegében alapfelmérések készültek. Az 1989-es rendszerváltást követő közművelődési decentralizáció után kevés információnk van arról, hogy falvakon milyen folyamatok indultak el. Interjúrészesletek tanúskodnak a közművelődési feladatellátás esetlegességéről: “Amikor engem megszavaztak, egy kulcsot adtak, de feladatot se adtak. Nem volt az, hogy most te ezt csináld, nem volt akivel megbeszélni a dolgokat, akkor a tanács felé hiába fordultál ilyen szemszögből, saját magad kellett találgasd, hogy mi kéne, hogy legyen, mit tudjál ahhoz, hogy valami legyen, valami mozgás, az embereket valahogy kiszerezni, olyan nehéz kiszerezni, de akkor már lehetett tudni, hogy a faluban es, bizonyos napokhoz bizonyos események fűződtek, amik el voltak komplett halva, s ezeket...

De végülis engemet felelősségre senki nem vont, szidtak, ha véletlenségből nem volt színdarab, de ha egy színdarabot bétanítottál, akkor egy fél évig a világ tetején jártál, mert akkor kulturális tevékenység volt, azt jelenti.” (K.K.)

2004-ben egy közművelődési adatbázis elkészítése céljából zajlott egy Hargita megyére kiterjedő felmérés, mely a településeken fellelhető összes kulturális formációt, intézményt, gyűjteményt, formális és informális szervezetet terepmunka során igyekezett összegyűjteni. 2006-ban került sor Hargita megyei falusi kultúrotthonok és vezetőik kutatására, adatlapos statisztikai és interjúmódszerekkel. 2008-ban a Csíki medence egyik kistérsége, a Pogányhavas kistérség, kérdőíves kultúrafogyasztási vizsgálatára, 2009-ben pedig a Csíki-medence kulturális intézményeinek adatlapos és interjú felmérésére került sor, ide sorolva a kultúrotthonokat, civil szervezeteket, önkormányzatokat, tájházakat is. Ezeknek a kutatásoknak az eredményeit felhasználva fontosnak találok a dolgozatban röviden ismertetni a Csíki medence falvai kulturális intézményeit és azok működésébe vázlatosan betekintés nyújtani.⁷

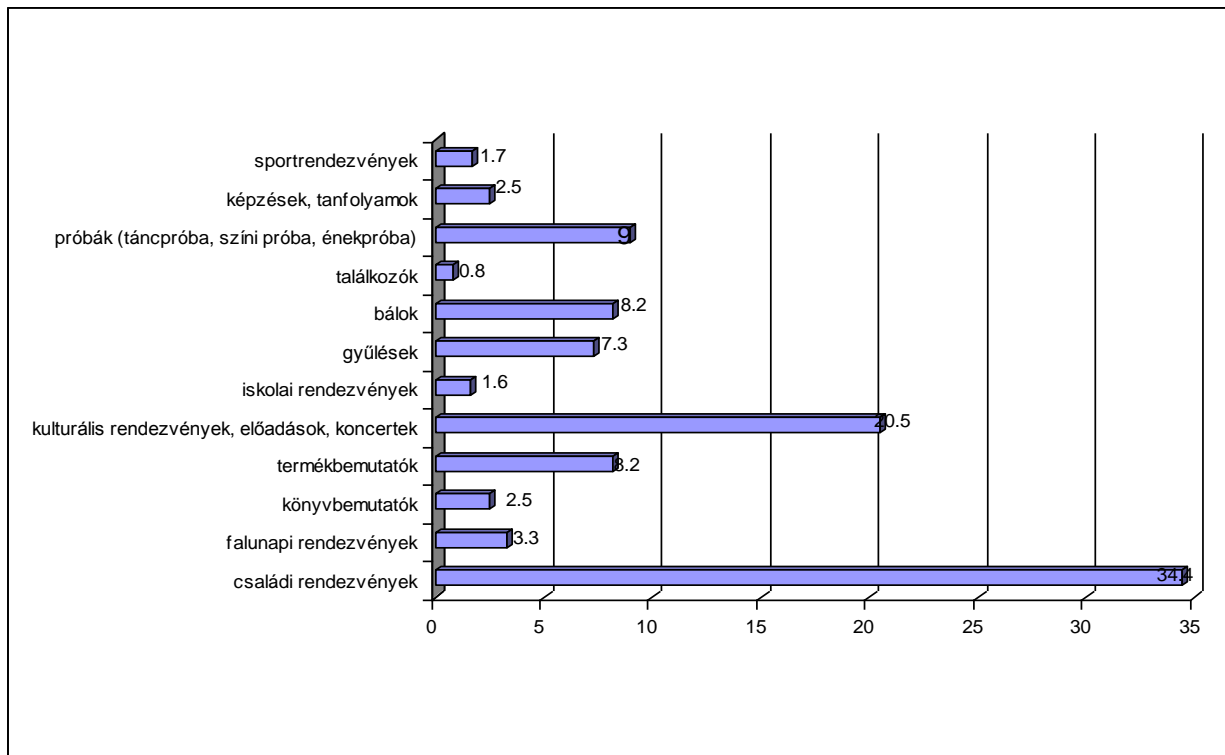
Kulturális intézményrendszer a Csíki medencében

A falusi közművelődés terei: a kultúrotthonok

A kultúrotthonok funkcióját illetően látható, hogy leggyakrabban családi rendezvények színhelyül használják, ez a kisebb és nem közszékhelyen található települések esetében kizárólagos használat. A második leggyakoribb használatot az előadások, koncertek helyszínéül említették. Ezen kívül próbák (tánc, színjátszócsoporthat, kórusok, fúvósok, népdalcsoporthat számára), termékbemutatók, bálók, gyűlések megszervezésének helyszínéül szolgál.

⁷ A 2009-es Csíki medence kulturális intézményeinek felmérése 24 községben 47 kultúrotthonot vizsgált. Ezeknek kb. fele a XX. század elején épült, másik fele az ötvenes években épült.

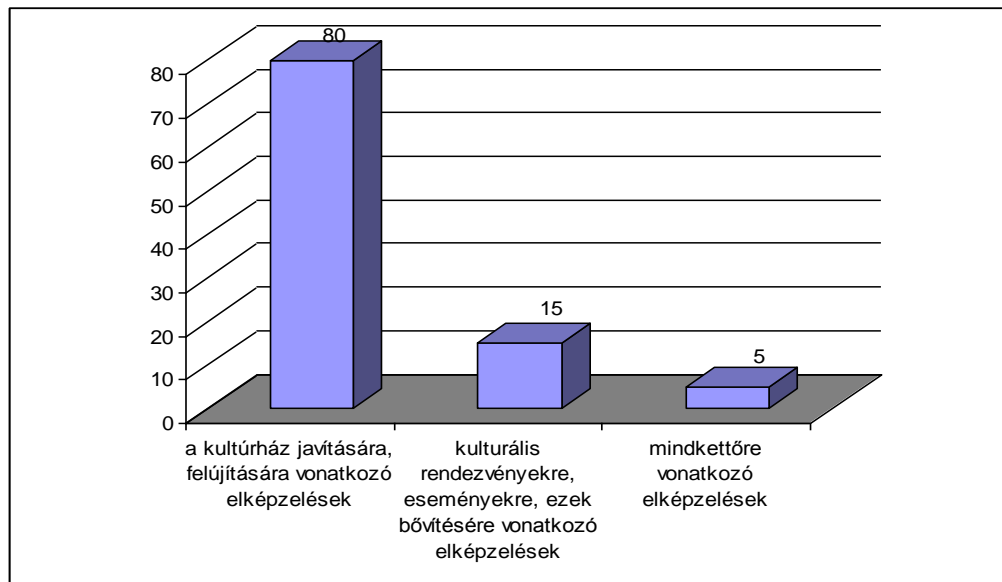
Mire használják a kultúrházat?-emléítési gyakoriság szerinti százalékos megoszlás



Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ 2009

A települések felében van még olyan épület, amely hasonló funkció tölt be, mint a kultúrházak, ezeknek a szerepe jelentős, hiszen a kultúrház valamelyik, vagy ritkább esetekben mindenik funkcióját helyettesíthetik. Ilyen épületek a panziók, vendégházak, vendéglők, magántulajdonban lévő lakodalmas termek, iskolákban található dísztermek, közbirtokossági épületek, sportcsarnokok, egyháztermek. Az elmúlt években a csíki falvakban egy kultúrház felújítási hullámról beszélhetünk, kormányzati, pályázati és különböző fejlesztési források hatására. A kultúrházak 60%-a önkormányzati pénzből újult meg, 12%-a kormánypénzből. A jövőre vonatkozó elképzelések is az infrastruktúra jobbítására vonatkoznak, legnagyobb arányban (80%) a vizsgált kultúrházakkal kapcsolatosan az épület konkrét felújítására, javítására, bővítésére és az eköré kapcsolódó tervekhez kapcsolódóan fogalmaztak meg elképzeléseket. Ez azzal is magyarázható, hogy a vizsgált kultúrházak legtöbbszörénél épp a felújítás, bővítés, javítás folyik, így érthető, hogy elsősorban a rendbetételre összpontosítanak. Jóval kevesebb ötlet született tartalmi vonatkozásban, (15%)-ban a kultúrházhoz kapcsolódó események, rendezvények bővítésére, új események szervezésére gondoltak.

A vizsgált kultúrházak jövőbeni elképzelések szerinti százalékos megoszlása



Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ 2009

1989 után a kultúrházak átkerültek az önkormányzatok hatáskörébe. Az akkor nagyon rossz állapotban levő épületek felújítása a rendszerváltást követő első évtized után kezdődött el lényegében. A Hargita Megyei Kulturális Központ által végzett falusi kultúrotthonokra vonatkozó felmérés (Ferencz 2006) során kiderült, hogy az önkormányzatok jelentős része nem alkalmaz a kultúrotthon igazgatására személyt.

Ha összevetjük a 2009-es eredményekkel, kiderül, hogy a két felmérés közt eltelt 4 esztendőben nem javul a kultúrházakért felelős személyek helyzete, nincs minden községben legalább egy önkormányzat által fizetett kultúrigazgató, a foglalkozás presztízse nem nőtt. A legnagyobb változások a kultúrházak épületeit érintik. A legtöbb kultúrház felújítása, módosítása 2007-2009 időszakra tehető. A vizsgált kultúrházak mindenikében történt/történik valamilyen jellegű felújítás, átalakítás, változtatás vagy csak állagmegőrzés céljából történő karbantartás.

A kultúrházak majdnem felében (45%) külső-belső felújítás egyaránt történt vagy történik. Mintegy 21%-nyi azon kultúrházak aránya, ahol a felújítás mellett bővítés, toldás is történt a korábbi kultúrház épületéhez. Ezek többsége a belső illemhelyek, konyhák, illetve tetőtéri kialakítás céljából történt. A kultúrházak 20%-ában belső átalakítás történt. Ezek a munkálatok többnyire a belső meszelést, festést, új padló létrehozását, konyha felújítását, belső illemhelyek kialakítását, termék kialakítását, színpad átalakítását, villanyhálózat kicserélését, központi fűtés

bevezetését, bútorok, kellékek kicserélését tartalmazza. Kétféle átépítési koncepciót lehet tetten érni: az egyik a régi szerkezetet megőrzi (nagyterem, előtér, illemhelyiségek, konyha, raktár, öltözők) a felújítást követően is, a másikhoz új formát és funkciót is rendelnek (színházterem, elszállásolás, oktatás stb.) A kultúrházak körüli jelenlegi problémák és a jövőbeli elképzeléseik is legtöbb esetben az épület felújítása, bővítése, újjáépítése körül illetve az erre vonatkozó anyagi költségek körül fogalmazódtak meg. A változások azt jelzik, hogy a kultúrotthonok, mint a település közösségi életében központi szerepet betöltő színteret az utóbbi időben, a helyi vezetők igyekeztek pontra tenni, de a tartalomra kevesebb figyelmet fordítottak.

A lakosságnak a kultúrotthonhoz való viszonyulása behatóan tanulmányozható a HMKK Pogányhavas kistérségben zajlott kultúrafogyasztási kutatásának eredményeképpen. A Pogányhavas kistérség lakosságát tekintve a Csíki medence negyede, 25 000 fő körüli. A válaszadók több célból is látogatják a kultúrotthonok: leggyakrabban (92,7% említi) lakodalom, keresztelő, temetési tor, ballagási ebéd, illetve közel fele (42,4%) valamilyen műsoros, színdarabos est, filmvetítés céljából, közel ugyanannyian (39,3%) bálba járnak ide. „S akkor tudják, hogy a szép nagy kultúrház megvan, s azt meg kell tölteni. A túlnyomó többség azt látja, hogy aragázkályha van, edények kellnek, padok kellnek, asztal kell azért, hogy lehessen teríteni jó nyugodtan. S pedig a kultúrház nem erről kéne szólnon.” (F.Z.)

Az egyes kultúrotthonok felújítását követően, számos lehetőség mutatkozik újabb funkciók, például különböző képzések, tanfolyamok, klubok, szakkörök ellátására is. A válaszadók körében viszont feltűnően alacsony ezeknek a céloknak az említése.

„A kultúrháznak ebben olyan szerepe lehet, hogy innen indulnának el a szálak, tehát ha egyszer rendezvény van, az indulásból a kultúrház. Hova híjuk, hova megyünk, hol az előadás, mindenféle? A kultúrház. Volt egy elképzelés. Ott van a hatalmas nagy tetőtér, akkora tetőtér van, hogy le a kalappal. Oda öt-hat szobát lehetne, s egy busz népe, külföldi, s ott fejfel valahol elszállásolni.” (B.L)

A kultúrotthonok, mint helyi kulturális intézmények új formát kaptak, amelyhez nincs egyelőre még tartalom rendelve. Az intézmény nem jelenik meg, mint önálló entitás, csupán az önkormányzat függeléke, ezért információk is csak az önkormányzati összefüggésben jelennek meg róla.

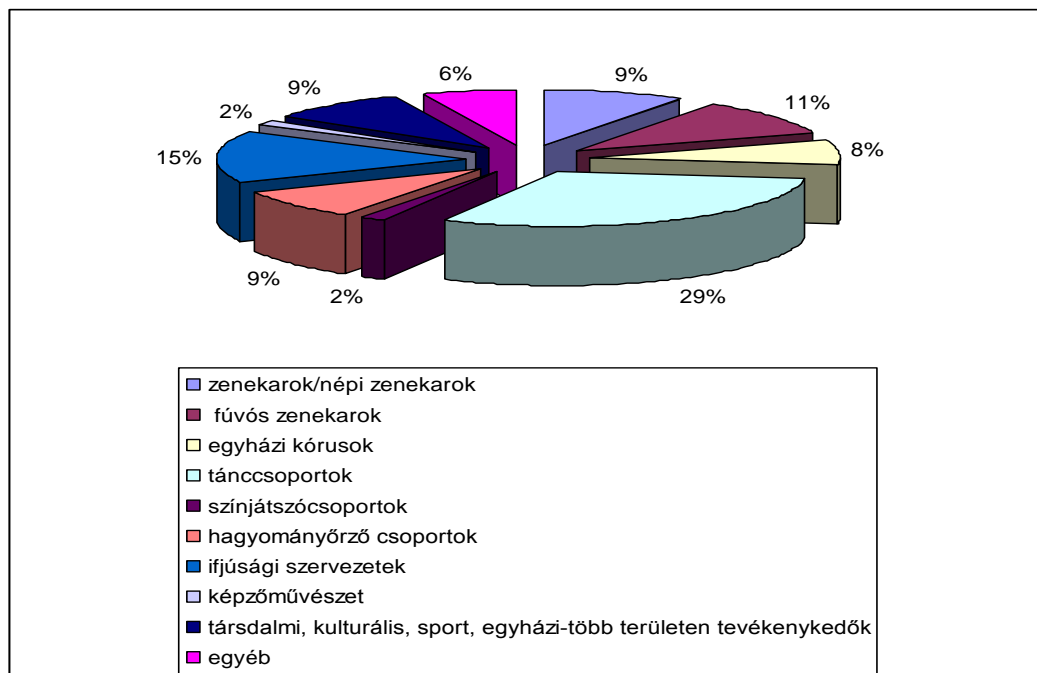
Civil szervezetek

A HMKK 2009-es felmérése 24 településen 65 kulturális/ifjúsági szervezetet/intézményt/csoportot vizsgált a Csíki medencében. A vizsgált civilek többnyire ifjúsági szervezetek, hagyományőrző csoportok, népitánc csoportok, fúvószenekarok, népi zenekarok, egyházi kórusok, több mint felük nem bejegyzett csoportként működik. A legtöbb vizsgált, jelenleg is működő kulturális/ifjúsági szervezet/csoport/egyesület 2000 után alakult, ebből többen az évtized második felében.

A szervezetek legnagyobb része, (29%) néptáncscsoport, a vizsgált időszakban 20 csoport működött. A táncscsoportok műsorai képezik a település kulturális alapkinálatát, ünnepek, előadások, szomszéd avagy testvértelépülésen való fellépéskor. Ezeket a táncscsoportokat különböző táncoktatók tanítják, Alcsíkon több esetben is a Hargita Nemzeti Székely Népi Együttes valamelyik táncosa az oktató, fizetett alkalmazottként. Több esetben olyan helyi oktató tanítja a gyerekeket, aki korábbi tagja volt a Hargita Együttesnek. A táncoktatás több esetben önkéntes alapon zajlik.

Az ifjúsági szervezetek tevékenysége összetett: hagyományőrzés, alkalmankénti színjátszás, sport, környezetvédelem, rendezvényszervezés tartoznak az alaptevékenységeik közé. Vannak viszont olyan ifjúsági szervezetek is, amelyek gyakorlatilag nem működnek. A hagyományőrző csoportok közé azok a szervezetek/csoportok sorolhatók, amelyek helyi hagyományok megőrzésére, népi táncok, népszokások felújítására vállalkoznak.

Civil szervezetek tevékenység szerinti százalékos aránya a Csíki medencében

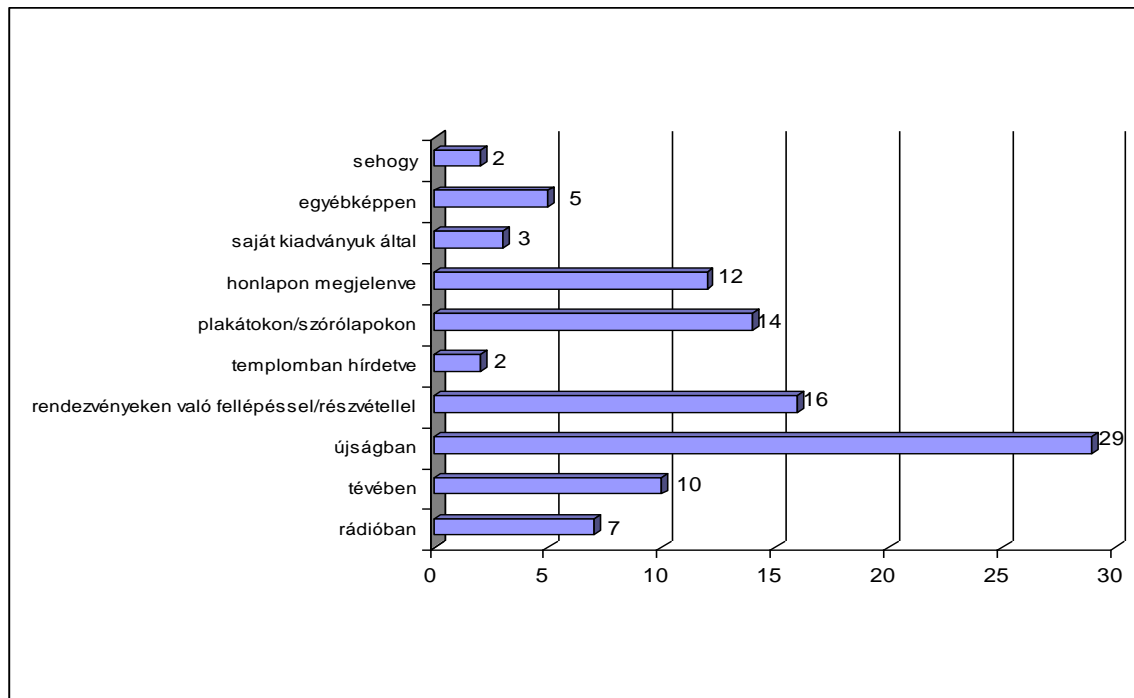


Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ 2009

A legtöbb szervezetnek (37%) nincsenek saját kiadványa, 15%-uk rendelkezik szórólappal, 11% pedig saját CD/DVD kiadvánnyal. Ezek többsége valamilyen népi vagy fúvós zenekar, illetve néptánc csoport.

Legkisebb arányban (9%) azok a vizsgált szervezetek/csoportok vannak, amelyeknek van saját kiadványuk könyv vagy album, monográfia. Az alábbi ábrán látható említési gyakoriság szerinti százalékos megoszlása arra a kérdésre, hogy hogyan népszerűsítik magukat. Legnagyobb arányban (29%) az írott sajtó, a helyi (saját település újságja) vagy megyei, térségi (Csíki Hírlap, Hargita Népe), ritkábban regionális (Krónika, Új Magyar Szó) lapokban jelennek meg hírek, újságcikkek, beszámolók.

Hogyan népszerűsíti magát? Civil szervezetek, százalékos megoszlás



Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ 2009

A Csíki medence legfontosabb kulturális intézményei a rendszerváltást követően megváltoznak, a korábbi kötelező intenzív kultúrmunka megszűnik. Az új vezetés nem a pragmatikus oldaláról közelít a helyi kulturális élethez, elsősorban a szimbolikus etnikai identitásépítésnek vagyunk tanúi: emlékműállítás, iskolanévadások. A kultúrotthonok megújulása a rendszerváltás után 10 évvel kezdődik. Ennek oka a lokális identitásépítés, a településkép fontosságának előtérbe kerülése, és a pályázati lehetőségek megjelenése.

Egyelőre a lokális és családi események nélkülözhetetlen szinterei, és nagyon kevés az elképzelés arra vonatkozóan, hogy milyen tartalommal lehetne feltölteni. A helyi önkormányzattól való függés és a kulturális elit hiánya a két legmarkánsabb jellemzője.

A civil szervezetek dinamikusan fejlődnek az utóbbi időben, gazdagodó kapcsolatrendszerrel, pályázati tapasztalattal, és arculatteremtési igyekezettel.

Kultúrafogyasztást célzó vizsgálatok a térségben

A kultúrafogyasztást mérő szociológiai vizsgálatok száma elenyésző a térségben. Két olyan Kárpát-medence léptékű felmérésről tudunk, amelyek Székelyföldet is bevették a kutatásba. Az első, egy 1991 májusában, mintegy 1100 kérdőíves felmérés Székelyföldön (Románia) és Csallóközben (Szlovákia) valamint Magyarországon Hatvan, Hort, Rózsaszentmárton és Jászberény településeken. A kutatás során alapvetően három réteget vizsgáltak: a felnőtt lakosságot, a leendő pedagógusokat (tanítóképzős hallgatókat) és a középiskolásokat. A sajtó- és könyvolvasási szokásokon kívül vizsgálták a művelődési, könyvbeszerzési szokásokat, valamint a nyelvhasználat, a nemzeti identitástudat kérdését és az értékrendet is. (Gereben 1993) A felnőtt lakosságra vonatkozó eredmények azt mutatják, hogy a három régió művelődési tevékenység- struktúrája elég jelentősen különbözik. A magyarországi felnőtt lakosság a szabadidejében leginkább tévét néz, rádiót hallgat, esetükben a szépirodalom olvasása a negyedik helyre szorul. A csallóköziek elsősorban újságot olvasnak és a szépirodalom olvasása az említési gyakoriság alapján a második helyre kerül. Székelyföldön a szépirodalom szerepel első helyen, azt követi a televízió, az újságolvasás majd a színházlátogatás. A felmérés idején Székelyföldön még nem sugároz a Duna Televízió, sem más magyar nyelvű tévé- illetve rádióadó. Láthatjuk tehát, hogy a székelyföldi és a csallóközi eredmények az olvasás magas presztízséről árulkodnak, míg a magyarországiak az audiovizuális kultúra dominanciáját példázzák.

Rá egy évtizedre a Mozaik2001 Magyar Fiatalok a Kárpát-medencében című nagymintás kutatás a határon túli magyar fiatalok anyagi és kulturális erőforrásairól, életmódjáról és értékrendszeréről nyújt átfogó képet. A felmérést négy ország öt kutatóműhelye végezte, majd az adatok összegzése és az összehasonlító elemzések eredményeképpen egy átfogó kép rajzolódott ki a felvidéki, kárpátaljai, belső erdélyi, székelyföldi és vajdasági fiatalok kulturális fogyasztásáról, ezen belül pedig a médiafogyasztásukról, olvasási szokásaikról és az egyes kulturális intézmények, szórakozási helyek látogatásáról. Kulturális intézmények, helyek látogatását tekintve a székelyföldi ifjúságkutatás adatai szerint a 15-29 évesek leggyakrabban diszkóba járnak. Magas a könyvesboltot és könyvtárat látogatók aránya is (28% illetve 20%), de a házibuli (25%), a bál (25%) és a művelődési ház (20%) is gyakran látogatott eseményeknek illetve helyeknek minősülnek. A legkevésbé látogatott kulturális rendezvény a hangverseny, a

kiállítás és a könnyűzenei koncert. Ennek legfontosabb oka e rendezvények térségben való elérhetőségének korlátozott volta – állítják a kutatók. (Bálint-Demeter 2002)

Kérdés, hogy a kisebbségek kultúrafogyasztási szokásai milyen országos léptékű elemzésekben lelhetők fel. Romániában a Kulturális Minisztérium finanszírozásával a Kultúrakutatások és Képzések Központja évente végez országos kultúrafogyasztási vizsgálatot⁸, de a kutatásnak nincs az ország egyik kisebbségére vonatkozó almintája sem, a térségi felosztást az országos nagyrégiók képviselik. Erdélyi adatok így a Közép régió jellemzőihez járulnak hozzá.

Magyarországon 2003-ban, az MTA Szociológiai Kutatóintézete által végzett országos kultúrafelmérést a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztérium megbízásából Magyarország kulturális állapota az EU csatlakozás küszöbén címmel. Ez a kutatás egyidőben zajlott a határontúli magyar kulturális intézményrendszer felmérésével.

Kultúrafogyasztás a Pogányhavas kistérségben

A 2008-ban lezajlott kistérségi léptékű kutatási program a térségi kultúrakutatások körében hiánypótló jelleggel bír a témaválasztást és a vizsgálat átfogó jellegét tekintve egyaránt. A szociológiai kultúrafogyasztás kutatására irányuló felméréseket urbánus környezetre szabva, olyan műfajok, színterek, termékek és szokások a vizsgálat tárgya, amely hagyományosan a professzionális, ún. magas kulturális termékekre vonatkozik. Ilyen értelemben a kultúra, a művelődés fogalmát „szűk” értelemben használják. (Hunyadi 2000) Ez a gyakorlat egyrészt a módszerrel magyarázható, hiszen mennyiségi adatfelvételen alapuló kérdőíves módszerekkel a számszerűsíthető adatok kerülnek előtérbe, másrészt ennek talán szemléleti oka is van. A rurális térség, pontosabban falusi emberek kultúrafogyasztásáról általában a néprajz, kulturális antropológia puha módszereivel feltárt jelenségek interpretálásán keresztül szerzünk információt. A népi vallásosság, a folklór és folklorizmuskutatás, az ünnepek és ezek vizsgálata enged betekintést a rurális „kulturális” életvilágba, amelyet csak a kultúra fogalmának „tág” értelmezésével érdemes vizsgálni.

Az alább ismertetendő kutatás kvantitatív, rurális környezetre összeállított kérdőív alapján próbál képet alkotni a kulturális életről. A Pogány-havas Kistérségi Társulás 1999-ben, hét község összefogásából jött létre: Csíksomlyó, Csíkpálfalva, Csíkszentmihály, Csíkszépvíz,

⁸ Barometrul de Consum Cultural, www.culturadata.ro

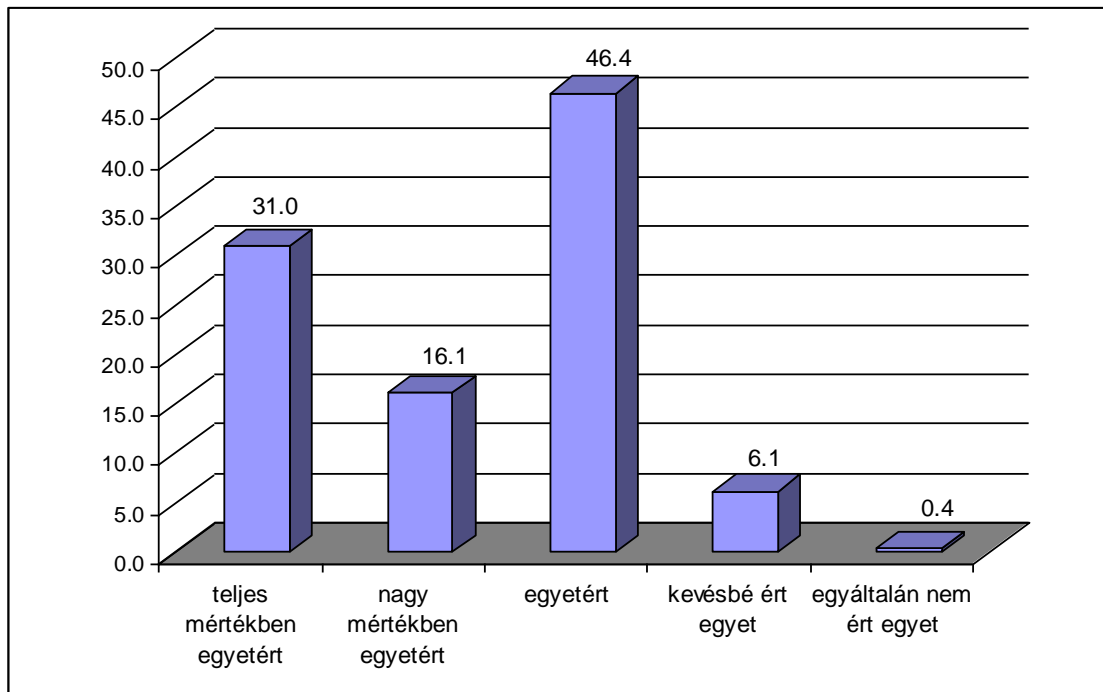
Gyimesfelsőlok, Gyimesközéplak, és Gyimesbükk. Egy község több falut is felölel, így összesen 33 kistelepülés, illetve településrész tartozik a térségbe, lakóinak száma 23.000 fő. A lakosság 36%-a székely, míg 64%-uk a gyimesi csángókhoz tartozik. A térség települései között szerepel Csíksomlyó, Erdély szakrális központja, valamint a rendkívül izgalmas Gyimesek vidéke. Megemlítendő még Csíkszépvíz, mely egykor jelentős örmény központ volt, máig őrzi ennek építészeti, kulturális emlékeit. ⁹A kutatás alapvető célja volt feltárni a térségben jellemző kulturális és szabadidős tevékenységeket, az iskolai végzettség, az anyagi helyzet szerint. A mintába bekerült lakosság 58,1 százaléka nő, 41,9 százaléka férfi; 27,3 százalékuk fiatal, azaz 18-30 év közötti, 58,5 százalékuk középkorú, 14,2 százaléka pedig idős, azaz a nyugdíjkorhatárt elért személy, az átlagéletkor 44 év. A legmagasabb befejezett iskolai végzettség szerint a megkérdezettek legnagyobb arányban (34,4%) általános vagy ennél kevesebb iskolával rendelkeznek. Ezt követi a szakiskolát végzettek aránya (24,2%), majd az elméleti líceummal rendelkezők aránya (15%) valamint a szakközépiskolával rendelkezők aránya (14,2%). Jóval kisebb arányban vannak képviselve a technikumot, posztlíceumot illetve a főiskolát, egyetemet végzettek aránya (4,1%). A megkérdezettek foglalkozását tekintve legnagyobb arányban nyugdíjasok (22,2%), ezt követi az alkalmazásban lévő szakmunkások aránya (21%), valamint a háztartásbeliek aránya (16%). A többi foglalkozások már kevesebb arányban vannak képviselve, amint az alábbi ábrán is látható. A válaszadók legtöbben római katolikusoknak vallották magukat (98%), 0,8% református, 0,4% pedig mindenik esetben azok aránya, akik unitáriusnak, ortodoxnak vagy más vallásúnak vallotta magát.

Mindennapi tapasztalat, hogy a kisebbségi lét egyik alapszava a kultúra. Bár tudományos kultúrameghatározás több tucattal áll rendelkezésre, arra a nyílt kérdésre, hogy mit értenek a kultúra szó alatt, a mintegy 257 válasz között kiemelkedő a kultúra és identitás összefüggésére való utalás. A válaszadók legnagyobb arányban (28,5%) kultúra kifejezés alatt a hagyományok megőrzését, ápolását, gyakorlását, továbbadását, fennmaradását, tiszteletét, népszokások, népviselet, viselkedés megőrzését értették. Ezt követi azok aránya (13,6%), akik művelődést értenek a kultúra kifejezés alatt vagy a művelődéssel kapcsolatos meghatározást fogalmaztak meg, ilyen pl. a művelődés fokmérője, művelődési élet, az emberek művelődése. Harmadik

⁹ Az 509 fős komplex felmérés a Hargita Megyei Kulturális Központ és a Pogány-havas Kistérségi Társulás együttműködésében valósult meg, a kutatási eredmények a Hargita Megyei Kulturális Központ kutatási adatbázisában találhatóak.

leggyakrabban (7,3%) használt meghatározás a műveltséggel kapcsolatos, ilyenek mint: a kultúra a műveltség alapja, megszerzése, a nép műveltségi színvonala. A válaszadók (6,1%), nem gondolt semmit a kultúra meghatározásával kapcsolatosan. Volt aki civilizációs fokmérőt értett alatta (3,9%), mások eseményekhez kötik, mint tánc, zene, bálók, stb., (3,7%) számára szórakozást, kikapcsolódást jelent. Az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők többnyire a hagyományőrzést, hagyományok ápolását, tiszteletét, továbbadását jelölték. Az iskolai végzettség növekedésével a különböző meghatározások megoszlanak. A magasabb iskolai végzettségűek már eltérően vélekednek a kultúra meghatározásáról, illetve körükben fogalmazódnak meg „elvontabb” értelmezések is. Azzal a kijelentéssel, hogy népi kultúránk megőrzése identitásunk megőrzését és fennmaradásunkat is jelenti, a válaszadók közel fele (46,4%) egyetért, ugyancsak közel fele (47,1%) teljes mértékben illetve nagy mértékben ért egyet. Foglalkozás szerint az alkalmazásban lévő vezetők (78,6%) és értelmiségiek (62,1%) azok, akik egyértelműen teljes mértékben egyetértenek a kijelentéssel. A válaszadók közül csak nagyon kevesen nem értettek egyet a kijelentéssel. Igaz, a kérdés nem túl eredeti. Ez a mondat a levegőben is benne van. Az iskola, a média, a közbeszéd talán leggyakrabban emlegetett kijelentése, amellyel nem nehéz egyetérteni, de amivel nehéz ellenkezni.

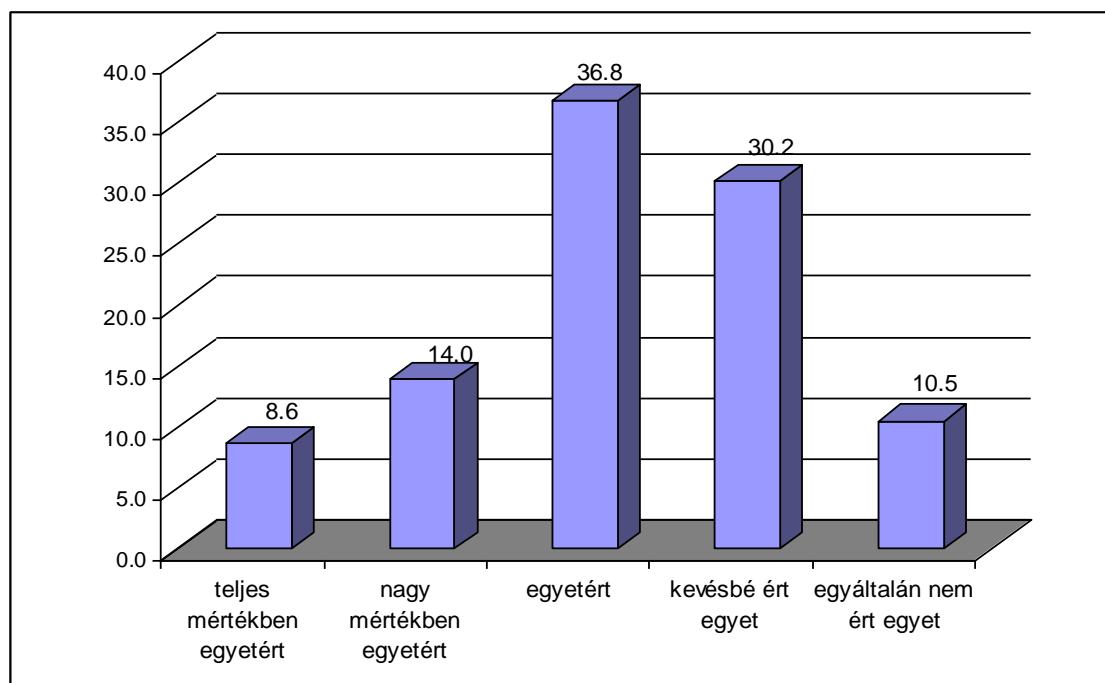
Népi kultúránk megőrzése identitásunk megőrzését és fennmaradásunkat is jelenti.



Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ, Benes-Balló 2009

A népi kultúra a turizmussal kapcsolódik össze leggyakrabban, ez pedig a vidékfejlesztési diskurzusban nyer teret, mint olyan lehetőség, adottság, amelyre a térség lakossága jó eséllyel építhet, a saját belső kulturális értékeit állítva annak a szolgálatába. A válaszadók kevesebb mint egyharmada (36,8%) egyetért a kijelentéssel, ezt követi a kevésbé egyetértők aránya, amely 30,2% tesz ki. A teljes mértékben illetve nagy mértékben egyetértők aránya majdnem egynegyedet tesz ki (22,6%). Ezeket a válaszokat úgy értékelem, hogy a válaszadók egynegyede bízik a turizmusban. A válaszadók 40%-a pedig azzal a válasszal, hogy nem csak a faluturizmus szempontjából fontosak a népi hagyományok, tulajdonképpen azt jelzi, hogy ezek identitásának úgy része, hogy turisztikai szolgáltatás formájában számára nehezen elképzelhető. Ezek a válaszok a kultúragazdaság esélyeinek taglalásakor is értelmezhetőek, erre a későbbiekben lesz mód kitérni.

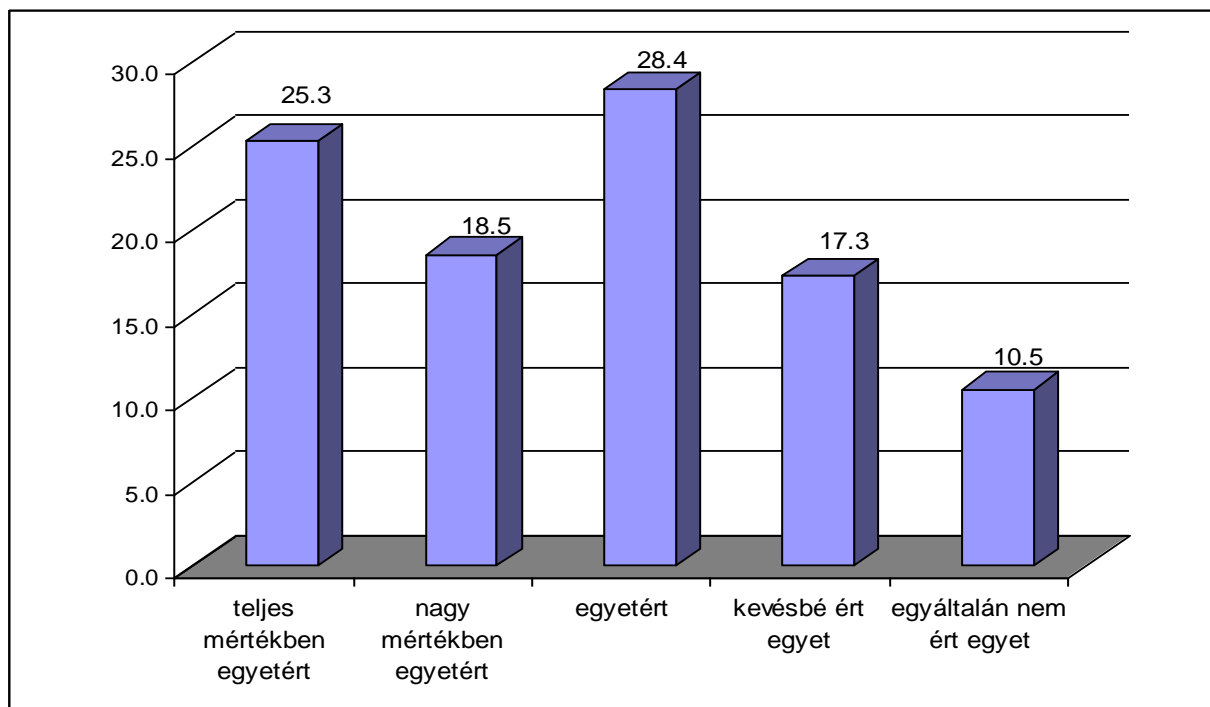
A népi kultúránk, szokásaink, hagyományaink ma már egyre inkább csak a faluturizmus szempontjából fontosak.



Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ, Benes-Balló 2009

A kulturális intézményeket vizsgáló kutatások megállapítják, hogy a térségben nőtt a kulturális intézmények és rendezvények száma, és ezeknek jelentős része a rendszerváltás után, az elmúlt 15 évben jött létre. (Miklós 2005). Arról a kijelentésről, miszerint régebben több lehetőség volt a művelődésre, több kulturális rendezvény, esemény volt, mint manapság, megoszlanak a vélemények ugyanis valamivel több mint negyede egyetért (28,4%), negyede (25,3%) teljes mértékben egyetért. 27,8 % azok aránya, akik kevésbé vagy egyáltalán nem értenek egyet a fenti kijelentéssel. Ez azzal magyarázható, hogy a falusi környezetben a rendszerváltás előtt a kulturális tevékenységek a kultúrotthonok és vállalatok, gyárak műkedvelő klubjai révén rendszeresen bevonták és működtették a csoportokat, ami egy pezsgő életet ugyanakkor annak látszatát eredményezett. A kérdésben a lehetőséget úgy is lehet értelmezni, mint aki a saját lehetőségeit veszi figyelembe, vagy úgy hogy nincs ideje, vagy módja részt venni, amint ezt a kérdést firtató válaszokban meg is jelenik.

Régebben több lehetőség volt a művelődésre, több kulturális rendezvény, esemény volt, mint manapság



Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ, Benes-Balló 2009

A kulturális rendezvények szervezése csak az arra hivatott intézmények, szervezetek feladata. A fenti kijelentéssel kapcsolatosan megoszlanak a vélemények. Legnagyobb mértékben (39,8%) kevésbé értenek egyet ezzel a kijelentéssel, viszont az egyáltalán nem egyet értők aránya sem hanyagolható el (23,3%). Negyede (25,8%) a válaszadóknak egyetért a kijelentéssel. Legmagasabb befejezett iskolai végzettség szerint vizsgálva megállapítható, hogy a technikumot/posztliceumot végzettek majdnem fele (47,6%) egyáltalán nem ért egyet azzal, hogy a kulturális rendezvények szervezése csak az arra hivatott intézmények, szervezetek feladata lenne. Ugyancsak körükben a legtöbben, mintegy negyede (23,8%) teljes mértékben egyetért. Lényegében ez pozitív hozzáállás abból a szempontból, hogy nem várják el, hogy szolgáltatásszerűen készen kapják a rendezvényeket, van ebben részvételen alapuló tartalék. Tulajdonképpen kibontakozik az a kettősség, amelyet a NKÖM kutatás kapcsán a székelyföldi térség adatai alapján megállapítanak: alacsony formalizáltságú intézmények, magas formalizáltságú önkéntesség. (Miklós 2005)

Leglátogatottabb rendezvények a Pogányhavas kistérségben

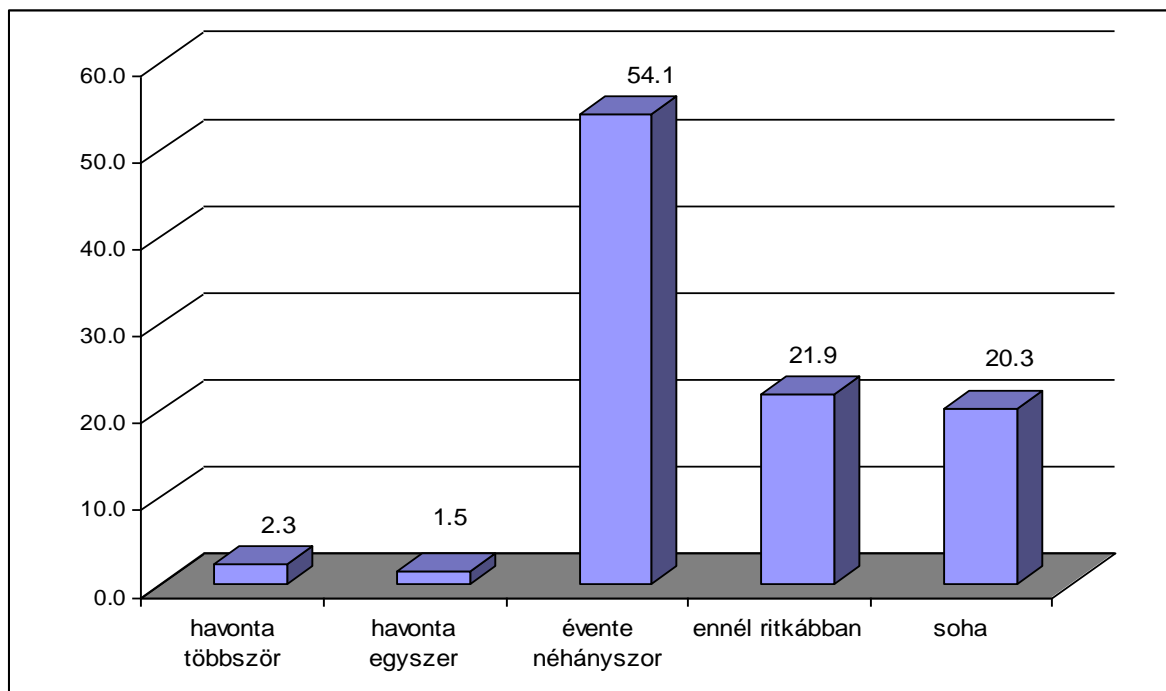
Utalni szeretnék a Határon túli magyar kulturális és közművelődési szervezetek katasztervizsgálata (2003–2004) c. kutatás egyik zárógondolatára, miszerint “a határon túli magyar kultúra és közművelődés a magyarországihoz hasonlóan egyre inkább fesztivál- és rendezvényközpontú. Ebből a szempontból érdemes lenne a határon túli magyar kultúra országos, regionális, kistérségi rendezvényeit számba venni (...)” (Szarka 2005: 20)

Ezt a jelenséget az MTA Szociológiai Kutatóintézetének 2003-as magyarországi vizsgálati eredménye is megerősíti, ugyanis a sokféle művészeti- és nem művészeti-, országos- és helyi szintű fesztivál közül a helyi fesztiválok, rendezvények (városnapok, falunapok, búcsú, különféle főző versenyek, stb.) a leglátogatottabbak: a 14-70 évesek közel fele (47%) legalább egyszer részt vett az elmúlt év során ilyen jellegű helyi rendezvényen. (Hunyadi 2000). Az is feltételezhető, hogy ez az új típusú kulturális rendezvény éppen Magyarországról érkező hatás, a média és a testvértelepülési kapcsolatok eredményeképpen. Romániai tekintetben a 2007-es romániai kultúrafogyasztás eredményeiben ugyanez figyelhető meg, a leglátogatottabb kulturális rendezvénynek/helynek a helyi ünnepek, események bizonyultak, legtöbb válaszadó, mintegy 50% havonta egyszer vagy ritkábban ellátogat ilyen jellegű rendezvényekre.¹⁰

A vizsgált kistérségben a válaszadók több mint fele (54,1%) ellátogat falunapi rendezvényekre. Bár ezek a rendezvények csupán az elmúlt években kezdtek teret hódítani itt a térségünkben, a kiemelkedő látogatottsági eredmények alapján úgy ítélni, hogy valóban népszerűségnek örvendenek. Életkor szerint a látogatók, résztvevők többsége fiatal, illetve középkorú. A nyugdíjasok majdnem fele (48%) soha nem látogatja ezeket a jellegű rendezvényeket. Települések szerint vizsgálva, többségük évente néhányszor ellátogat ezekre a rendezvényekre, Szépvízen kiemelkedő ezek aránya (75,9%), Gyimesközéplokon pedig több mint negyede (25,7%) soha nem látogatja ezeket a rendezvényeket. Csíkszépvíz egykori örmény, polgáriassult község, Gyimesközéplok földrajzi adottságai okán, a nagy távolságok és a viszonylag zárt jellege miatt lehet így.

¹⁰ <http://culturadata.ro/PDF-uri/12%20barometru%202007.pdf>

Milyen gyakran jár falunapra/városnapra?

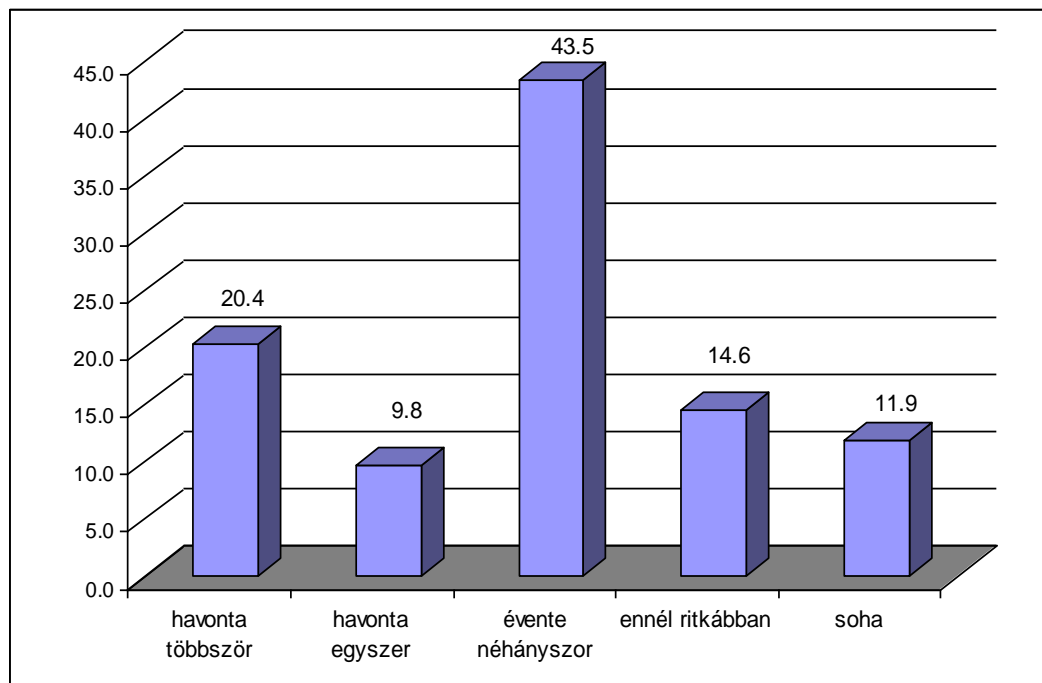


Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ, Benes-Balló 2009

Vallási rendezvények

A válaszadók majdnem fele (43,5%) évente többször is ellátogat vallási rendezvényekre, falubúcsúkra. Majdnem negyede (20,4%) havonta többször is ellátogat vallási rendezvényekre. A válaszok alapján is a harmadik leglátogatottabb rendezvények, helyek a vallási rendezvények, s ez azt jelzi, hogy a vizsgált közösség erősen vallásos. Települések szerint vizsgálva a gyimesiek azok, akik gyakrabban járnak vallási rendezvényekre. Anyagi helyzet szerint viszont nincs szignifikáns összefüggés, és valóban anyagi helyzettől függetlenül a legnagyobb arányban itt oszlik meg a látogatottság gyakorisága. Foglalkozás szerint vizsgálva pedig legtöbben a tanulók (34,3%-a), nyugdíjasok (27,9%-a) és betegnyugdíjasok (27,8%-a) valamint az alkalmazásban lévő értelmiségiek (27,6%-a) azok, akik gyakrabban, havonta többször is járnak vallási rendezvényekre.

Milyen gyakran jár vallási rendezvényekre?



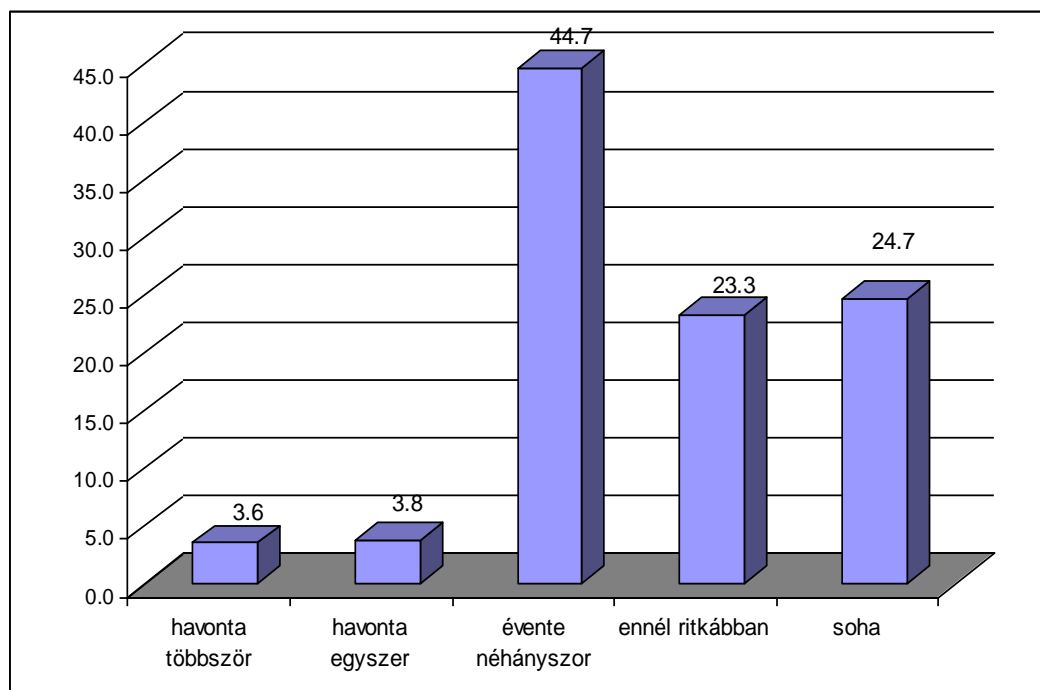
Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ, Benes-Balló 2009

Hagyományőrző rendezvények

Mit értünk hagyományőrző rendezvényen? Problémás a megnevezés, mert a hagyományos báltól elkezdve, hagyományt őrző amatőr színjátszásig széles körben sok minden belefér a fogalomba. Ebben az értelemben azt is mondhatnánk, hogy a hagyomány fogalmához nyitottan állnak a válaszadók. Hagyomány mindaz, ami az életvilág része már egy ideje. A hagyomány fogalmát sokan és sokféleképpen csiszolják: szakavatott tudósok, média, intézmények és csoportok, animátorok, és maga a lakosság is, amely válaszaival jelzi, hogy ha megkérdezik, gondol róla valamit. Ezek a rendezvények a településen megtalálhatók, zömmel a helyi elit szervezi, könnyen elérhető, ingyenes, elsősorban népi hagyományokat felelevenítő események (Csángó Fesztivál, farsangtemetés, gyermeklakodalom, népzene- és néptáncelőadás, Kenderfesztivál, betlehemezés, történelmi események rekonstruálása stb.) A falunapi és a vallási jellegű rendezvények mellett a hagyományőrző rendezvények az egyik leglátogatottabbak a vizsgáltak

körében. Foglalkozás szerint vizsgálva pedig a tanulók és a nyugdíjasok azok, akik leggyakrabban látogatják a hagyományőrző rendezvényeket.

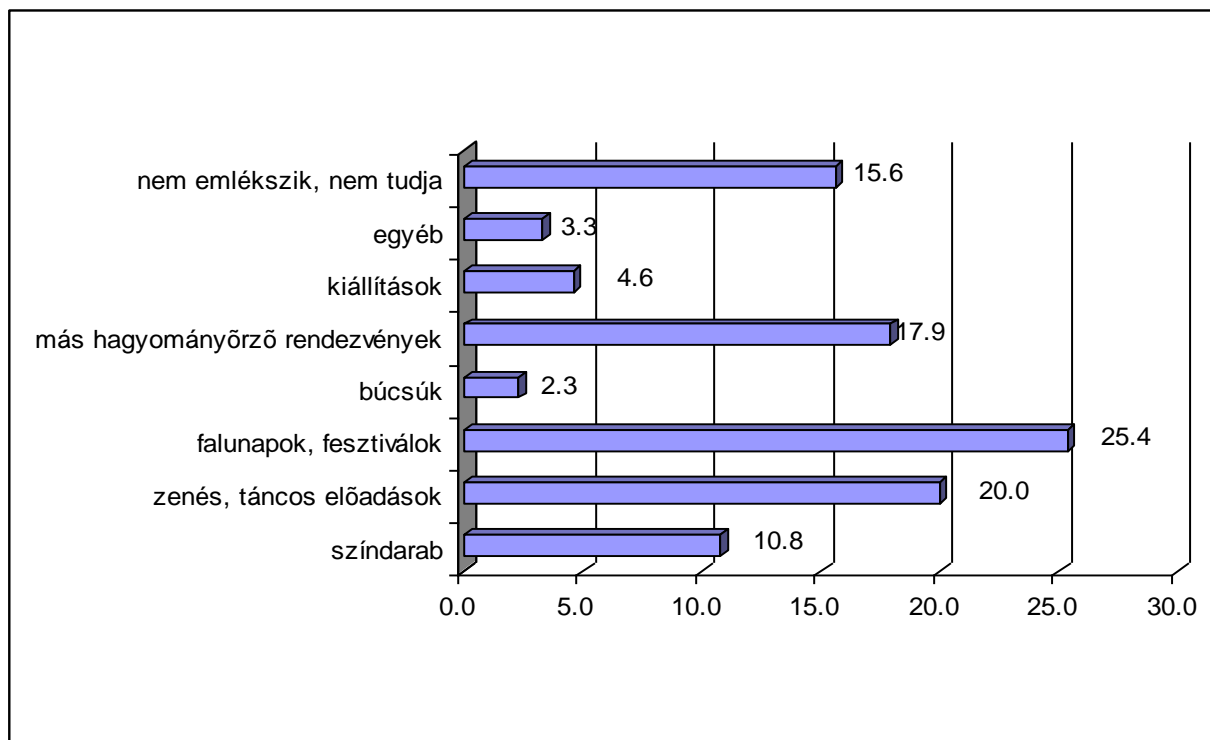
Milyen gyakran jár hagyományőrző rendezvényekre?



Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ, Benes-Balló 2009

Kulturális élménnyel kapcsolatosan többnyire valamilyen helyi vagy környékbeli kulturális rendezvényen való részvételt említettek. Legemlékezetesebb kulturális élmény a falunapokon, különböző fesztiválokon való részvétel, ezt a zenés, táncos előadások említési aránya (20%) követi. Kiemelkedő még 18% említési aránnyal a más hagyományőrző rendezvények, amelyek tartalmazzák az egyes települések vagy csoportosulások évi rendszerességgel megszervezett kulturális eseményeit.

Mi volt a legutóbbi kulturális élménye, amelyre a legszívesebben emlékszik vissza?



Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ, Benes-Balló 2009

A vizsgált kistérség lakossága vallásos és hagyományőrző közösség. Jellemzően saját településen, közösségi-vallásos-hagyományőrző rendezvényeken vesznek részt. A leginkább látogatott események/helyszínek a falunapok/városnapok, vallási rendezvények és a hagyományőrző rendezvények, a legkevésbé látogatottak pedig a komolyzenei hangversenyek (a válaszadók 80,6 százaléka soha nem járt ilyen jellegű rendezvényre), színházak (75 százalék soha nem járt) és a diszkó (72,8 százalék soha nem járt). Ez utóbbi esetében a fiatal korosztály kivételt képez. Meglepő, hogy a válaszadók közel kétharmada (64%) könyvtárban sem járt soha. Itt meg kell jegyeznünk, hogy a távolmaradás nagyon sok esetben nem az érdeklődés hiányával, hanem az adott esemény/helyszín térségen belüli elérhetetlenségével magyarázható.

A legkedveltebb zenei műfajok a válaszadók körében: a népzene, magyar nótá és mulatós zene valamint a könnyűzene is, amit alátámasztanak a kedvenc zenei előadók is. A legnépszerűbb zenei előadó Tamás Gábor. A válaszadók több mint fele naponta hallgat zenét és legtöbbször otthon teszik.

Akik valamilyen igényt, elvárást fogalmaztak meg a település kulturális életéről arra vonatkozóan, hogy mire lenne szükség a településen, azok színházi előadásokat, színjátszó csoportot, falumúzeumot, táncházat, kiállítást neveztek meg.

A kutatás arra is rákérdezett, hogy a válaszadók havonta átlagosan mennyit költenek kultúrára, beleértve ebbe az egyes szórakozáshoz, kikapcsolódáshoz kötődő kiadásokat is: 26,6% nem költ semmit, összességében is alacsony a kultúrára költött összeg. Ez részben azzal is összefügg, hogy a kulturális élet terén nagyon sok dolog ingyen van a térségben, ünnepek, események formájában közösségi rendezvények dominálnak.

II. Térségi médiakutatások

A kisebbségi médiakutatásról

A kisebbségek médiájával foglalkozó szakirodalomban csupán részlegesen lelhető fel a romániai magyar kisebbség sajátos helyzetét, jellemzőit is magába foglaló elmélet. Ez abból is adódhat, hogy a romániai magyar média egyszerre viseli magán a kisebbségre vonatkozó média jellegzetességeit, és egyszerre tudja felmutatni a többségi médiára jellemzőket. Ennek a sajátosságnak a jegyeit foglalta össze Magyar Tivadar szociológus (Magyar 2000): viszonylag nagy létszámú kisebbség, származását tekintve történelmi (nem bevándorló) közösség, teljes társadalomként jelenik meg, vagyis rétegzett, létszámához képest viszonylag nagy területen él, a regionális különbségek folytán médiarendszere is alrendszerekre oszlik. Alapvetően anyanyelvi médiát fogyaszt, míg más, erőteljesen asszimilálódott vagy viszonylag csekély lélekszámú kisebbségek a mindennapok során a többségi nyelvet használják, és az anyanyelvükön szóló médiának elsősorban hagyományápoló, identitás-felidéző szerepe van.

A kisebbségi médiakutatások szakirodalma elsősorban nyelvpolitikai indíttatású, a vizsgált kisebbségek között ott találjuk a baszkokat, skótokat, íreket, finnországi svédeket. (Vincze 2008) A médiakutatások meglehetősen elhanyagolták a kisebbségi média vizsgálatát, a romániai magyar kisebbségi média működését kutató Papp Z. Attila valóságos bozótvágo munkát végzett, amikor feltárta a témával foglalkozó szakirodalmat (Papp Z. 2005). A romániai magyar írott sajtót és azon belül az újságírók társadalmát vizsgáló szociológus célja az volt, hogy a romániai magyar média működését a működtetőkön keresztül értelmezze. Papp Z. maga is megjegyzi, hogy hasonló nemzetközi kutatások és publikációk híján nehéz elméleti fogódzókat, hipotéziseket felállítani. S bár bizonyára hasonló módszerekkel kutatható a kisebbségi sajtó, mint a többségi, a témával foglalkozó kutatónak célja a sajátos meghatározó vonások feltárása. Ezek előfeltevésszerűen a nyelvi és etnikai identitás megőrzése, a beolvadás elleni politikai és szimbolikus ellenállás. Hogy milyen a kisebbségi újságíró, azt így foglalta össze egyik interjúalanyom: „A kisebbségi újságíró nemcsak a hiteles tájékoztatást és a műfaji szokszínűséget kell biztosítsa a lehető legnagyobb szakmaisággal, hanem tökéletesen kell ismernie a magyar nyelvet, a tájnyelvet és a normatív magyar nyelvhasználatot egyaránt, fenn

kell tartania olvasóiban a szép beszéd, szép írás iránti igényt, tanítania kell a példa erejével, az általa alkalmazott stílus által olvasóit.” (S.I)

A média kisebbségi meghatározottsága sajátos médialogikával jár együtt, ezt kisebbségi médialogikának is nevezhetjük. A médialogika fogalma a hírek szelekciójára és gyártására, az információk hírformába öntésének módjára, az ezeket meghatározó vezérelvekre vonatkozik. (Papp Z. hivatkozik Altheide – Snow 1976 munkásságára.)¹¹ Ez a vezérelv egy saját maga működése hatékonyságának növelésére vonatkozó elv, eszerint azt, hogy milyen hírek és milyen módon jelennek meg, azt az újságíró illetve a szerkesztőség határozza meg. Ez a vezérelv a kisebbségi társadalomban forgalomban lévő témák és diskurzusok által meghatározott, és ennek a beszédmódnak része úgy az újságíró, mint a közönség. A média (sajtó) és a nemzeti identitás megerősítésének összefüggései meglehetősen ismert témakörök, leggyakrabban hivatkozott irodalma a Benedict Anderson által meghatározott nemzetfogalom, melynek, mint képzelt közösségnek a megkonstruálásában hatalmas szerepe volt a sajtónak. (Anderson 1989). Sajátosságából adódóan következik, hogy a kisebbségi sajtó hatásmechanizmusai is annak megfelelően működnek. “Ennek fő oka a kisebbségi sajtó egyfajta „előzetes lehatároltságából”, sajátos funkciójából fakad. A kisebbségi (etnikai) média ugyanis nem csak informál, hanem a közösségiség (a képzelt etnikai közösség) kifejezője is ugyanakkor. Társadalmi funkciója nem merül ki watchdog-szerű szerepében (feltételezhetően ez kisebb mértékben érvényesül), hanem kulturális, identitásközvetítő és megerősítő célokat is ellát.”(Papp Z. 2005)

Papp Z. a kultiváció, témameghatározás, médiakeret működése és a kapuőr-effektus médiahatás-elméleteit tartotta magyarázóknak a kisebbségi média működésének értelmezésében. A témameghatározás elmélete szerint a média/sajtó nem azt mondja meg mit gondoljunk, hanem azt, hogy miről gondolkodunk. (Papp Z. idézi McCombs – Shaw 1972).¹² Kisebbségi kontextusban ez úgy is lefordítható, hogy az, amiről gondolkodunk, az lényegében megadja azt a keretet, amelyben a jelentéseket értelmezni fogjuk. Papp azt állítja, hogy egy olyan “médiakeret” jön létre, mely úgy működik, mint egy szervező elv, amely a híryanagy kiválasztásában, hangsúlyozásában, kifejtésében vagy éppen elhallgatásában érhető tetten, és ezeknek a segítségével helyezi kontextusba és fogalmazza meg a média a központi kérdést. A témameghatározásnak két szintje van: első lépésben a sajtó fontossági sorrendet állít fel a témák

¹¹ Altheide, David L – Snow, Robert P. 1976. Media Logic. Beverly Hills, Sage

¹² McCombs – Shaw 1972. The agenda setting function of mass media. In Public Opinion Quarterly. No. 36, 176-187

között, és ezt közvetíti is a közvélemény irányába, a második szinten pedig bizonyos hangsúlyok és jellemző szempontok kiemelésével sajátos látásmódot, értelmezési kereteket is közvetít. A sajtónyilvánosság működésében fontos szerepet betöltő médiakeret az újságírók hírszelekciójára és az olvasók "hírolvasataira" is egyaránt kihat. Valójában ez a keret szabja meg az események értelmét, és azt is, melyek ezek az események. Az újságírók sem passzívan fogadják el a kereteket, hanem aktívan hozzájárulnak a környezet (társadalom) kultúrájának alakításához.

1992-ben jelent meg szöveggyűjtemény Stephen Harold Riggins szerkesztésében az etnikai kisebbségek médiájáról. Papp Z. alaposan ismerteti Riggins elméletét, ez alapján emelek ki néhány témám szempontjából továbbgondolandó megállapítást.

Riggins az asszimilációval összefüggésben tárgyalja a kisebbségi média szerepét. Arra hívja fel a figyelmet, hogy a többséghez tartozó elit kulturális, bekebelező ideológiája ellenében kitermelődhet a kisebbség saját ellenideológiája, azzal a céllal, hogy megelőzze vagy legalábbis késleltesse a többségi kultúrába való beolvadást. Az asszimiláció ellenében hat a kisebbségi nyelv használata, a kisebbségi hírválaszték a témameghatározásban, közösségi események propagálása, kisebbségi média szimbolikus erőssége, hirdetések etnikai jellege, kisebbségi médiainstítmények és újságírók aktivizmusa. A kisebbségi ellenideológia egyik következménye az lehet, hogy maga a kisebbség és eseményei kimaradnak a többségi sajtóból, annak és közönségének számára nem léteznek. Saját médiájára vonatkozóan pedig a túlzott odafigyelés a kisebbségi témákra, ennek pedig részrehajló és etnikai öncenzúrát eredményező tálalása lehet a következménye. Ez a magatartás az amatőrizmus, elitizmus, intellektuális gettósodás veszélyét hordozza. Felfedezhető egy sajátos, a sajtó informáló funkciójának ellenében ható jelenség, a hírek újszerűségének megkérdőjelezése, ez részben arra utal, hogy kisebbségi közösségekben nehezebb újszerűséget sajtóban megjeleníteni (sokszor már a megjelenés előtt tudott dologról van szó). Mindezek a közönség elvesztésének veszélyével járhatnak, ha kisebbségi sajtó professzionalitása nem tud lépést tartani a többségi médiával, illetve, ha működése során nem veszi figyelembe a közönség reális igényeit, akár önmagát is felszámolhatja. Riggins szerint a kisebbségi etnikai sajtó legnagyobb paradoxona, hogy bár célja a kulturális és nyelvi identitás megőrzése „bizonyos feltételek mellett a kisebbségi média trójai falóként működhet, és hosszú távon ő maga szüntetheti meg azokat az értékeket, amelyek megőrzésére létrejött” (Papp Z. idézi

Riggins 1992:287)¹³ Például, hogyha a romániai magyar kisebbségi sajtó elzárkózik a populáris kultúrától, akkor a fiatalok a többségi média fele fordulhatnak.

A romániai magyar sajtó jellegzetes vonásait elemző Magyar Tivadar is alapoz Riggins gondolataira. A romániai magyar sajtó esetében is jellemző az a Riggins által is említett téma- és hírszelekcións gyakorlat, amelyben a téma nem újszerű, viszont a kisebbségnek az alakja jelenik meg, mint nem mindennapi figura, annak okán, hogy a többségitől eltérő, más.

Magyar kifejt, hogy a romániai magyar újságírást a szakmai szabályok be nem tartása jellemzi, itt sorolható az érzelmi túlfűtöttség, a távolságtartás mellőzése, a hírszelekción előbb említett gyakorlata stb. Ezt a magatartást aprofesszionálisnak nevezi. A romániai magyar médiára is jellemző a korábban már kisebbségi média jellemzőjeként említett elitizmus. Ennek számos oka és magyarázata van: nagyarányú irodalmári jelenlét a sajtóban, a sajtó korábbi irodalmi beágyazottsága, a „magas” kulturális tradíció érvényesülése. Az elitizmusnak az a következménye, hogy a saját közösség, mint művelt vagy könnyen művelhető közösségként jelenik meg, „amely tömegesen (tízezres nagyságrendben) olvassa a bevett szépirodalmi alkotásokat, érti meg a bonyolult politikai fejtegetéseket.” (Magyar 2000) Vagyis az elit nem érzi, hogyan gondolkodik és „milyen értékek mentén szerveződik” (D.Lőrincz 1997) a társadalomnak az eliten kívüli része, a „nép”. „A magyar közösség társadalomként nyilvánul meg abban az értelemben is, hogy gazdaságilag és kulturálisan rétegzett, így – bizonyos szempontból – „elitje” és „tömege” is van. Létezik tehát egy majdnem kizárólag népi, illetve tömegkultúra, amely valóban „tömeges” méretű. Az elitista szemlélet – és számos újságíró ezen alapuló szakmai tudata és „közönségérzéke” – azonban ritkán fedezi fel ezeket a tényeket.” (Magyar 2000) Ezért nevezi Magyar a romániai magyar médiát literaturizáltnak. Az elitizmus egyik velejárója (amint ezt Riggins is tárgyalja), hogy kerül a szórakoztató műfajt. Magyar szerint a romániai magyar sajtó ezt a funkciót nem tölti ki, ezért a romániai magyar olvasó vagy az országos román nyelvű, vagy a magyarországi sajtóhoz fordul. Harmadik sajátosságként Magyar az üzleti szellem hiányát nevezi meg, mely nagyrészt az elitizmusból fakadó.

“A romániai magyar sajtóban kevés az üzleti szellem, a vállalkozószellem, a profitorientáltság: a modern racionalitás.(...) Egy tipikus sajtóvállalkozás a megfigyelő számára nem annyira

¹³ Riggins, Stephen H.: *Ethnic Minority Media: An International Perspective*. London, Newbury Park, Sage Publications, 1992.

gazdasági vállalat képét nyújtja, mint egy agitatív civil szervezetét. Ez pedig olyan, mintha része volna annak a három-négyszáz civil szervezetnek, amely így vagy úgy a magyar kisebbségi érdekeket képviseli és védi.” Ilyen értelemben, a politikus partnerként tekinthet az újságíróra, sőt megegyezhetnek abban, hogy mit hogyan írjon meg. Arra a kérdésre, hogy a piac miért nem reagál erre az akommerciális magatartásra, a válasz abban keresendő, hogy a modern, tömegszintű köztájékoztatás megjelenése óta csak ilyen típusú sajtója volt a romániai magyarságnak, az olvasó egyszerűen erre szocializálódott, továbbá ezek a lapok (főleg a megyei lapokról van itt szó) a maguk nemében és régiójában monopolhelyzetben vannak, az olvasóknak nincs más választásuk. A médiaszereplők és az értelmiségi elit körében tapasztalható közhangulat inkább a konzervatív (értsd: elitista, akommerciális, globalizáció-ellenes) médiapolitikának kedvez. (Magyari 2000).

Magyari szerint a romániai magyar sajtóban uralkodó médiadiskurzus két legfontosabb sajátossága az „igenlő” diskurzus és a kisebbségi neurózis. A „igenlő” diskurzus Biró A. Zoltántól kölcsönzött fogalma (Biró 1995:37-39) azt jelenti, hogy a romániai magyar sajtó a kisebbségi közéletet lényegében egyféle, homogén diskurzussal közelíti meg, és ennek a diskurzusnak egyik fő jegye a magyar közélet „egészének igenlése”.

A kisebbségi neurózis fogalma azzal kapcsolatos, hogy a sajtó dramatizálja a kisebbségi létet, fokozza az etnikai viszonyok problémás voltának érzetét, azt a hétköznapi élet egyik fő problémájaként tematizálja. „Emellett a romániai magyar sajtó nem nacionalista vagy xenofób, vagyis nem fordul elő a román nemzetet vagy kultúrát egészében lekicsinylő, lekezelő, elítélő szöveg – habár ez a sajtó néha magyar felsőbbrendűségi érzetet sugall, az összmagyar közbeszédhez hasonlóan. Ezért e sajtó jellemzésére inkább a kisebbségi neurózis fogalma, mintsem a kisebbségi nacionalizmus fogalma alkalmas.”(Magyari 2000)

A romániai magyar média kutatása

A romániai magyar nyelvű médiumokkal szociológusok, antropológusok, médiaszakemberek foglalkoztak az elmúlt két évtizedben. Nem túlzás ezeket hiánypótlónak nevezni, egyrészt, mert korábban nem születtek felmérések, értelmezések a médiarendszer működését, a működtetők világát illetően. Kvantitatív szociológiai kutatások jórészt a kolozsvári szociológia iskola keretében születtek. A magyar nyelvű erdélyi médiáról Magyarai Tivadar közölt tanulmányt. (Magyarai 2000) Az írott sajtó és az azt működtető újságíróársadalomról doktori dolgozatot írt Papp Z. Attila. (Papp Z. 2005) A médiafogyasztást több nézőpontból is vizsgálták, vagy kutatások részét képezte (Lampl 1999, Magyarai 2003, 2005). A szocialista médiarendszer működésére vonatkozó Biró A. Zoltán pragmatikai elemzése (Biró 1993) és Györffy Gábor (Györffy 2009) neodurkheimiánus megközelítése.

Az általam vizsgált térségben a KAM által végzett kulturális antropológiai szemléletű médiakutatások módszertanilag gazdag, a térségi folyamatoknak lényeges mozzanatait kiemelő és elemző írásai állnak rendelkezésre, ezekről összefoglaló tanulmány is született. (Bodó 2008) A rendszerváltást követően jelennek meg a munkacsoport tagjainak a nyilvánosság termelésére, a médiatermékek elemzésére vonatkozó kutatásai. Szemléletük a média működésének valóságkonstituáló szerepére épül. Számos olyan megállapításra jutnak, amelyek figyelembe vétele nélkül nem tudjuk a térségben zajló jelenségeket a helyükön kezelni. Például a kommunista média működésének elemzése során válik érthetővé, hogy amikor a nyilvánosság szerkezetváltása látványosan bekövetkezik, miért rendeződnek mégis újra korábbi modellek? A centralizált hatalmi beszédmodot elemző tanulmányában Biró A. Zoltán (Biró 1993) egy olyan elemzést végez el, amely a hatalmi beszédként működő nyilvános beszédmod pragmatikai dimenzióját célozza meg. A média és a befogadói oldal 1989 előtti viszonyát vizsgálva, megállapítja, hogy a befogadók számára a média jelen volt a mindennapokban, az utólagos átbeszéléseken, közös olvasatokon keresztül. Ezek a beszédesemények a "lenti" kisközösségek egyetértődési hálózatok legfontosabb fenntartóivá váltak, míg a média figyelmen kívül hagyja a mindennapokat. A média és a befogadói oldalt találkozásukkor lényegében, mint a hatalom (első nyilvánosság) és a mindennapi élet társadalma (második nyilvánosság) működtek. A szövegek elemzése négy pragmatikai fogást azonosít (a periodicitást, a műfaji, formai jegyek ritualizálását, poétizációs gyakorlatot és a folytonos aktualitás érvényesítését, mint az előbbi három

függvényét.) Ez a négy tényező olyan belső struktúrát alkotott, mely rácsként működött, melyet folyamatosan fel lehetett tölteni olvasnivalóval. Ezt a rácsot építi újra lényegében hasonló technikákkal a rendszerváltást követően a kisebbségi magyar elit. Biró A. Zoltán kutatásaira támaszkodva azt állapítja meg, hogy a vizsgált régióban (Székelyföld) a “fent” és a “lent” közötti viszony működött a média megjelenése előtt is. “Amennyiben ma is hasonló technikákat és stratégiai szabályokat tapasztalunk, de ezúttal a média és fogyasztó viszonyában, akkor azt kell mondanunk, hogy a régebben kialakított, a hatalmi személyek kezelését szolgáló technikákat a lenti oldalon egyszerűen átvitték a médiákkal kialakított viszonyra, míg a médiák a maguk során élni kezdtek a korábban csak fizikai személyek által játszott szerepekkel.” (Biró 1993) Ez a jelenség a kelet- és közép-európai társadalmak sajátja: létezik egy hallgatóságos társadalmi szerződés, amelyet a hatalom és mindennapi életvilág köt egymással: nem kooperálva, nem egymás ellenében, hanem egymás mellett, különböző együttélési és átjárási technikák segítségével. Biró A. Zoltánt idézve (Biró 1999) a rendszerváltást követően egyre nagyobb lett a távolság az értelmiségi világa és a “tömeg” mindennapi élete között, az általa forgalmazott nemzettudat kívül rekedt a mindennapi élet világán. Az elit diskurzusa egyre ideologikusabb lett, a közös cselekvés csak deklaráltan létezik, és nem rendelkezik mozgósító erővel, befolyása a társadalomra egyre csökken. Összegezve a fentieket: a “köznémák” sem gazdasági, sem kulturális tőkével nem rendelkeztek, hogy pozícióba kerüljenek, a társadalomformáló elit pedig reprodukálta önmagát. Azt a nyilvános teret, ahol létrejöhet a kommunikáció a két szereplő között, az elit kisajátította, és többek közt az orientáció hiánya miatt is, a pragmatikus társadalomalakítás helyett a nemzeti, etnikai diskurzus útját választotta. A KAM munkái rendszeresen utalnak a nyilvánosság és az elit rendszerváltás után betöltött szerepére, és állítják, hogy közösen teremtett etnikai burok gátolja a modernizálódást, vagyis a pragmatikus társadalomalakítás gátja. (Biró 1993, 1998) Nagyon fontos tanulmány továbbá az 1968-as megyésítést követő új regionális identitás konstruálását vizsgáló írás (Bodó- Biró 1991), mely az új megyei napilap, a Hargita pragmatikai elemzésén keresztül világít rá arra, hogy a média, mint a nemzeti identitás konstruálásának hatékony eszköze, szerepet játszik a kollektív identitás alkotásában annak okán, hogy egy közösség számára a közös vonatkozási pontok a médiában teremthetnek meg. A „hargitaiság építése” is hasonló eszközökkel zajlott, viszont mára már kiderült, hogy ez csak részben sikerült, a rendszerváltást követő visszarendeződés során újra a lokális identitások megerősödésének lehetünk tanúi.

Kisebbség, média és lokalitás

A kisebbségi sajtó gyakran valamely lokalitás kifejeződésének tekinthető. Regionális és horizontális szerveződését tekintve a romániai magyar médiarendszer is a lokális, helyi sajtó fogalomkörével ragadható meg leginkább. Annál is inkább, mert a rendszerváltást követő médiaszerkezeti változásoknak egyik eredménye volt a helyi lapok megerősödése és újak megjelenése. Általában a helyi újságok megjelenése felfogható olyan mozgalomként is, amely a globalitás ellenében jön létre, és ez illeszkedik is abba az összefüggésrendszerbe, miszerint a globális hatására felerősödik a lokalitás. A romániai magyar sajtó lokális jellege a többségi román környezet ellenében is formálódhat, és bármikor képes az etnicitás kommunikálására, etnikai határok meghúzására.

Ezek az újságok többek, mint a helyi kultúra kritikátlan ünneplése, és a helyi hatalmasságok dicsőítése, a kollektív önbezárkozásnak érdekes, akár természetellenes fórumai (Papp idézi Franklin – Murphy 1991:2)¹⁴ Az angol szerzőpáros szerint azért is érdemes kutatni a helyi újságokat, mert fontosak egyrészt a befolyásolási potenciáljuk, másrészt a helyi vélemények plurális megjelenése miatt (ellentétben az országos lapokkal). Papp Z. Attila a romániai magyar újságírást konfliktuskerülőnek nevezi, és az újságírók egyik meghatározó attitűdjére, a tabusításra is rákérdez. Mindez az elit rendszerváltást követő nyilvánosságműködtetési gyakorlatával magyarázható: etnikai témameghatározását folyamatosan megerősítette és legitímálta a sajtó, ennek az eredménye az önkorlátozó nyilvánosság lett. “Az egység eszményének forgalmazása normává tette a konfliktuskerülést, amelynek többek között, főleg a kilencvenes évek első felében a gazdasági önállótlanág, illetve egy kiforrott, pragmatikus technokrata sajtóelit hiánya (Magyari 1996), egyszersmind az elemző, értelmező diskurzusok háttérbe szorulása is oka (KAM 1995).” (Papp Z. 2005:88)

Papp Z. a romániai magyar nyilvánosság két dimenzióját különíti el: a szétterjedő és a helyi nyilvánosságot. Szétterjedő sajtónyilvánosságnak nevezi az elsősorban megyei és országos terjesztésű lapok által termelt nyilvánosságot. Jellemzője, hogy etnikai és reprezentatív, főbb agendája a megmaradás kérdésköre, ezért homogén és túlpolitizált, az egység eszméje a különbözőség megjelenítését és konfliktusok kerülését eredményezi. A helyi sajtónyilvánosság

¹⁴ Franklin, Bob – Murphy, David 1991. What news? The market, Politics and the Local Press. London – New York, Routledges.

szigetszerű entitásokból tevődik össze, hatókörük, célkitűzéseik, gondjaik egy-egy vidékhez kapcsolódnak, ahol testközelbe kerülnek az emberek mindennapi gondjai. Az etnikai, szimbolikus szféra itt is jelen van, de arányait tekintve korántsem olyan nagy, mint a másik nyilvánosságban: az egység eszméje itt nem tör kizárólagosságra, hanem többé-kevésbé spontán módon beépül a helyi identitás valamelyik szintjére. Az előbbi a politikába való begubózást, utóbbi pedig lokalitásba való elzárkozást eredményezi. (Papp 2005: 91)

Helyi napilapok: a Hargita Népe és a Csíki Hírlap

A helyi lapok elemzésével, a helyi közösség életében betöltött szerepével nem nagyon foglalkoznak a médiakutatók. Pedig sok olvasó szocializálódik a helyi lapokra/lapokon és válik az a mindennapok részévé. Tény, hogy bizonyos helyi tartalmakat csak a helyi lapok tudnak közvetíteni, például otthonosság megteremtése az ismerős helyek, nevek, események a közérdekű tudnivalók, apróhirdetések, vagy akár a gyászjelentés és köszönetnyilvánítás által (Magyari 2003:120) Hivatkoztam már Magyarai tanulmányaira (2000, 2003), melyekben utal arra, hogy a romániai magyar médiapiacra helyi (regionális) napilapoknak van a legstabilabb helye. (Helyi lapok alatt a megyei napilapokat érti. Ezek tulajdonképpen az 1989 előtti megyei magyar „pártlapok” utódai.)

A Hargita megyei napilap a Román Kommunista Párt Hargita megyei Bizottsága és a Megyei Néptanács kiadványa volt. Első száma 1968. február 23-án jelent meg. 1974. május 4-től 1976. május 29-ig hetilapként működött. Példányszáma a nyolcvanas években meghaladta a 30 000 – et, jelenleg 8000 körüli a példányszáma. 1990-től önellátóvá válik, de a szomszéd megyei Háromszékkal ellentétben, amelyet magánosítanak, a Hargita Népe néven tovább működő napilap a megyei tanács kötelékében marad. Monopolhelyzetét a helyi lapok piacán a kilencvenes évek végén a lokális lapok megjelenése töri meg a Gyergyói medencében és Udvarhelyszéken. 2006-ig tartja magát Csíkban, amikor is az Udvarhelyi Híradó kiadói köre elindítja a Csíki Hírlapot, az előző lappal hasonló lapstruktúrával. Három új jellemzője van: helyi jelleg (nem etnikus), a piaci szemlélet (nem akkomerciális) és a szórakoztatás (nem elitista).

Az új napilap úgy határozta meg induláskor a céljait, mint amely a szűk régió lapja kíván lenni „A Csíki Hírlap a Csíki-medence napilapja, így a régióban lakó összes emberhez szólni kívánunk.”

A helyi lap széles skálán szándékszik kielégíteni a különböző generációk, rétegek igényeit. Szemléletükben helyet kap és felértékelődik a lokalitás: a város és a régió múltjával kiemelten foglalkoznak. „A helyi jelleg a mi erősségünk, és ezzel szeretnénk az olvasók figyelmét is felkelteni. Mivel itt, a szűk környéken van egy olyan potenciális olvasóréteg, amely még egy lapot el tud tartani.„, Másik új jellemző, a szórakoztatás szándéka, ami nyitást jelent a tömegkultúra fele, s bár ez a korábbi olvasók és a másik lap felől gyakran kritikaként fogalmazódik meg, mégis sokan lecserélték a Hargita napilap előfizetést, így a csíki napilap napi tízezer körüli példányban jelenik meg.

A romániai magyarok médiafogyasztását mérő kutatások

A romániai magyarság körében végzett médiafogyasztás kutatások azt mutatják ki, hogy az alapvetően anyanyelvű. Főleg magyar nyelvű újságot olvasnak, magyar nyelvű rádiót hallgatnak, a televíziózás mutat vegyesebb képet. Ha megnézzük korábbi, olvasásszociológiai témájú kutatások eredményeit, látható, hogy az 1991-1995-ben Erdélyben végzett kutatás (Gereben Ferenc: Identitás, kultúra, kisebbség, 1999) szerint az újságolvasók aránya közel 87%-a olvas napilapot. A kolozsvári magyarok (Kiss Dénes – Miklós Tünde: Olvasási szokások és médiahasználat Kolozsváron, kutatási jelentés, 2000) háromnegyede olvas napilapot.

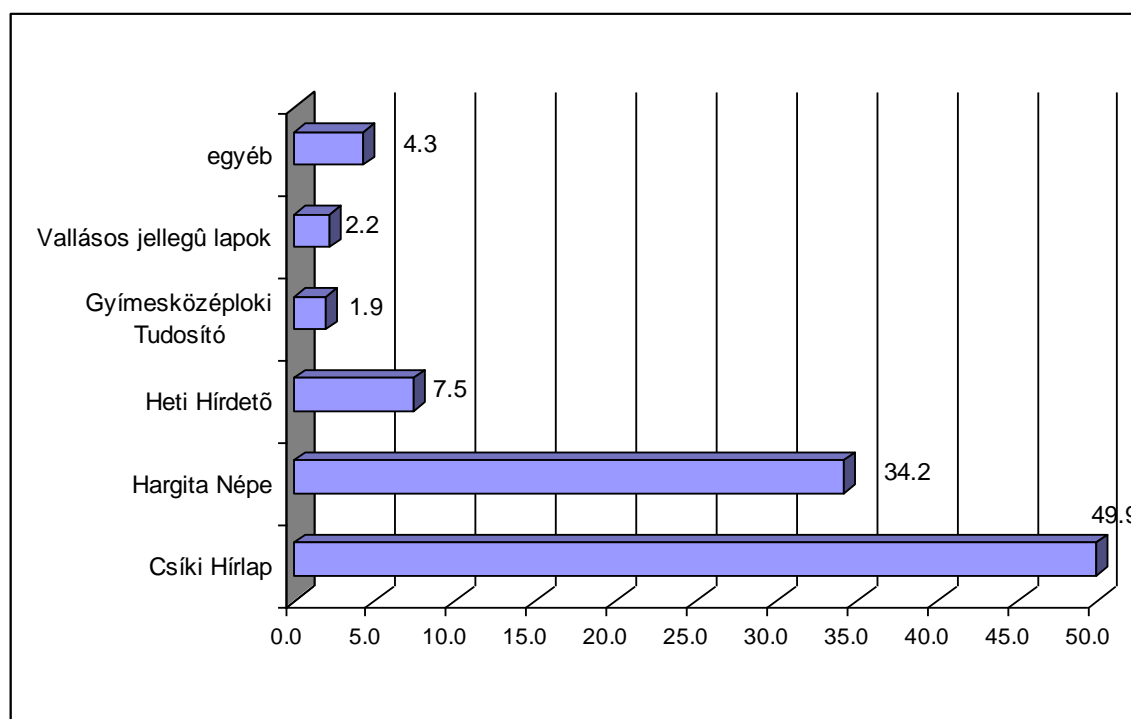
Magyari Tivadar a romániai magyar média három sajátos vonását nevezi meg: piaca behatárolt (ez az etnikai-nyelvi létből, létszámból fakadó sajátosság), változatos és összetett, mert ahhoz elég népes a közönsége; harmadsorban pedig, hogy elitista. Tanulmányában (Magyari 2003) a romániai magyarok lapolvasási jellemzőit foglalja össze, célja a laphasználat alaptípusainak és főbb trendjeinek elemzése. Két sajtóolvasási szokást különít el, amelyeket: a „habituális” és „nem habituális” lapolvasásnak nevez. A habituális a rendszeres és tartós laphasználat, előfizető vagy a lap minden számát megvásárlókra vonatkozik. Nem habituális lapolvasásnál az olvasó bevallottan nem olvassa a kiadvány (majdnem) minden számát, vagy csak kevés és bizonyos típusú rovatot olvas. (Magyari 2003:115) A magyar nyelvű lapilapokon belül a „helyi napilap” olvasása az egyik legjobban beépült, meggyökeresedett szokása az erdélyi magyar közösségnek – írja Magyari - több évtizedes tradíció, része a mindennapoknak. Lényegében ezek a rendszerváltás előtti pártlapok „rendszerváltozását” követően továbbélő, a megyei lapok szerkesztőségei.

Újságolvasás a Pogányhavas kistérségben

A HMKK és a Pogányhavas kistérség közös kutatási programjában, amelyben a kistérség kultúrafogyasztását vizsgálták, a médifogyasztás felmérésére is vonatkozott egy fejezet.

A válaszadók felsorolhatták az öt leginkább olvasott újságot. Az alábbi ábrán az elsőként megnevezett újságok eloszlása látható. A válaszadók fele elsőként a Csíki Hírlapot olvassa, egyharmad körüli a Hargita Népet olvasók aránya. Mintegy 7,5%-a a válaszadóknak elsőként a Heti Hirdetőt jelölte meg.

Milyen újságokat olvas?



Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ, Balló-Benes 2009

Életkori kategóriák szerint kimutatható, hogy az idősek körében a Hargita Népe a kedveltebb sajtótermék, ugyanis legtöbben azt olvassák és a többi életkori kategóriákhoz viszonyítva (ahol viszont a Csíki Hírlap olvasása a gyakoribb) is jóval többen olvassák. Ugyancsak az időseknél figyelhető meg a vallási jellegű lapok olvasásának gyakorisága (10,2%), amely például a fiatalok esetében hiányzik. Foglalkozás szerint a munkanélküliek kiemelkedő aránya olvassa a Heti

Hirdetőt, ugyanakkor a saját területen mezőgazdasági munkát végzők ugyanannyian olvassák a Heti Hirdetőt, mint a Hargita Népét (26,7%). A nyugdíjasok pedig nagyobb arányban olvassák a Hargita Népét, mint a Csíki Hírlapot, amint azt a korábbiakban az idős életkori kategóriánál is láthattunk.

A másodikként megnevezett újságok esetében pedig legtöbben (40,5%) a Hargita Népét jelölték másodikként, egyharmada (33,3%) a Csíki Hírlapot jelölte. Ezen kívül, bár kisebb arányban, az egyéb kategórián belül jelölt újságok aránya (11,4%) is megemlíthető, amely a következő lapok említését tartalmazta: Európai Idő, Gazdaélet, Krónika, Szabadság, Új Magyar Szó. Másodikként még mintegy 7,2% említette a különböző vallási jellegű folyóiratok olvasását (Vasárnap, Krisztus Világossága, stb.) valamint a Heti Hirdetőt (6,8%).

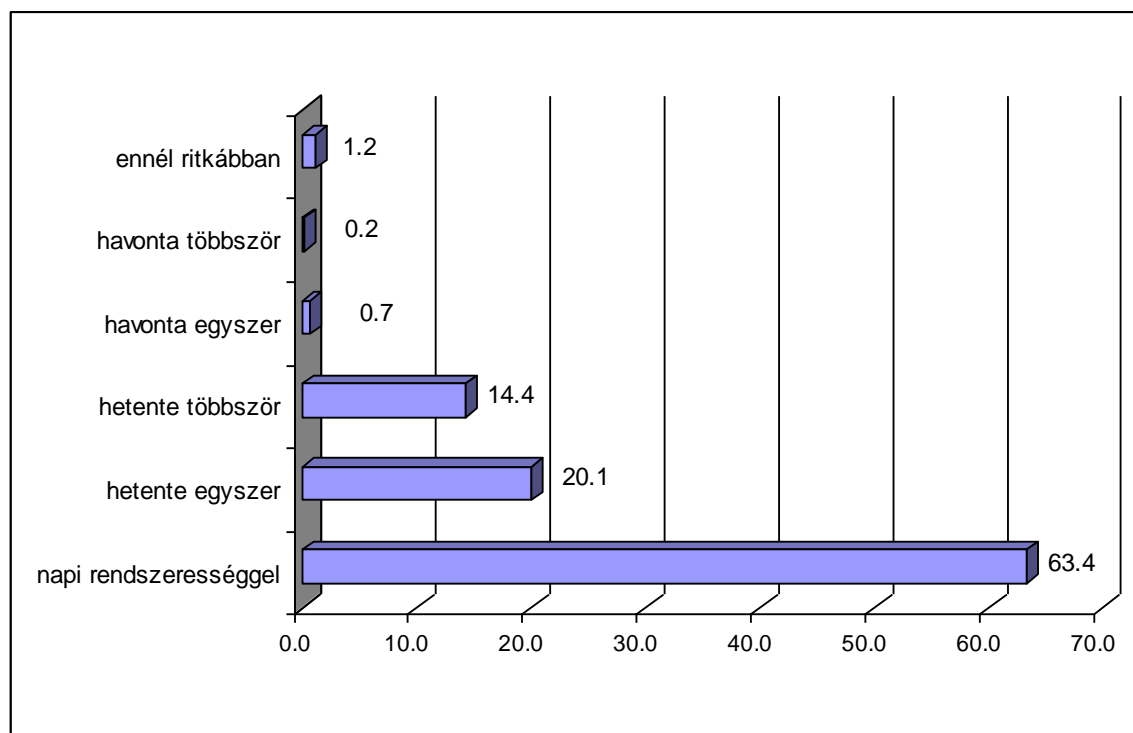
Harmadikként említett újságok majdnem negyede (24,3%) az egyéb kategórián belüli újságokat említi, mint a Libertatea, Adevarul, Bűntény, Egészség, Evenimentul Zilei, Európai Idő, Informatia Harghitei, stb. Valamivel kevesebben, 22,5% a Heti Hirdetőt említi, majd ugyanolyan arányban (13,5%) a Hargita Népét, helyi újságokat (ezalatt a saját településének újságját értjük, mint pl. Delnei Kisújság, Gyimesközéplaki Tudósító, stb.) vallási jellegű lapokat említették. Legtöbben általában egy-két, ritkábban három féle sajtóterméket olvasnak. Összesítve az alábbi táblázatban látható, hogy melyik újságot olvassák a legtöbben.

| Újság | Darabszám | százalék (%) |
|------------------------------------|-----------|--------------|
| Csíki Hírlap | 297 | 37,35 |
| Hargita Népe | 255 | 32,37 |
| Heti Hirdető | 77 | 9,68 |
| vallásos jellegű lapok | 50 | 6,28 |
| Krónika | 29 | 3,64 |
| Gyimesközéploki Tudósító | 22 | 2,76 |
| Új Magyar Szó | 19 | 2,38 |
| helyi újságok (településen belüli) | 13 | 1,63 |
| Evenimentul Zilei | 6 | 0,75 |
| Európai Idő | 5 | 0,62 |
| Egészség | 4 | 0,5 |
| Adevarul | 3 | 0,37 |
| Gazdaélet | 3 | 0,37 |
| Libertatea | 3 | 0,37 |
| Büntény | 1 | 0,1 |
| Informatia Harghitei | 1 | 0,1 |
| Észak Magyarország | 1 | 0,1 |
| Szaklapok | 1 | 0,1 |
| Szabadság | 1 | 0,1 |
| Hivatalos Közlöny | 1 | 0,1 |
| Capital | 1 | 0,1 |
| Jurnalul National | 1 | 0,1 |
| Új Kelet | 1 | 0,1 |
| Összesen | 795 | 100 |

Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ, Balló-Benes 2009

Az újságolvasással kapcsolatos szokások vizsgálatának fontos kérdése az, hogy milyen gyakran olvasnak újságot. Amint az alábbi ábra szemlélteti, a válaszadók legtöbben napi rendszerességgel olvasnak újságot, ezen kívül egy jelentős arány hetente egyszer vagy többször is olvas újságot.

Milyen gyakran olvas újságot?



Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ, Balló-Benes 2009

Életkori kategóriák szerint a fiatalok ritkábban olvasnak újságot, több mint negyede (27,4%) hetente egyszer, mintegy 20,4% hetente többször .

Egy másik, az újságolvasással kapcsolatos szokások szempontjából fontos információ a „mit olvas” kérdésre adott válaszok, itt több választ is bejelölhettek. A leggyakrabban elolvasott témakörök: legtöbben (60%) érdekességeket, hasznos tudnivalókat, hirdetéseket (56,3%), közel fele (48,6%) helyi jellegű információkat, valamivel kevesebben pedig (36,3%) országos vagy nemzetközi szintű eseményekről is olvas. A vallásos, gazdasági, politikai, kulturális jellegű témakörök olvasása ugyan kisebb arányban, de jelen van.

A harmadik leggyakrabban említett téma a helyi rendezvényekről, eseményekről szóló információkról összefüggést mutat a jövedelemmel és végzettséggel. Minél nagyobb a havi jövedelme és iskolai végzettsége, annál inkább olvassa ezeket az információkat az újságból. Az újságot olvasók válaszai alapján kiderült, hogy kevéssel több mint fele (54,3%) megrendelője a lapoknak. Azok, akik megrendelői valamelyik lapnak, nyílt kérdés formájában válaszolhattak, hogy melyik újságot rendelik meg. A válaszok alapján az alábbi táblázatban láthatóak azok az újságok, amelyeket megrendelnek. A válaszok alapján több mint fele azoknak a megrendelőknek (56,5%), akik bejelöltek valamilyen újságot, a Csíki Hírlapot rendelik meg. Ezt követi mintegy 31,2%-al a Hargita Népe napilap megrendelőinek aránya. A többi sajtótermékek megrendelése jóval kisebb arányban jellemző.

Összességében úgy az újságolvasás, mind a megrendelés tekintetében megállapítható, hogy a helyi, térségben legnépszerűbb a Csíki Hírlap és a Hargita Népe, ezek olvasása is, illetve megrendelése is a leggyakoribb.

| Megrendelője-e valamelyik lap(ok)nak? | Gyakoriság | Százalékos megoszlás (%) |
|---------------------------------------|------------|--------------------------|
| Csíki Hírlap | 143 | 56,5 |
| Hargita Népe | 79 | 31,2 |
| Vallási jellegű lapok | 8 | 3,2 |
| Új Magyar Szó | 6 | 2,4 |
| Egyéb | 6 | 2,3 |
| Heti Hirdető | 5 | 2,0 |
| Egészség Infó | 4 | 1,6 |
| Gazdaélet | 2 | 0,8 |
| Összesen | 253 | 100 |

Forrás: Hargita Megyei Kulturális Központ, Balló-Benes 2009

Az újságolvasással kapcsolatosan összességében megállapítható, hogy a válaszadók kiemelkedő arányban (83%-a) és napi rendszerességgel (63,4%) olvasnak valamilyen sajtóterméket. Legnagyobb népszerűségnek pedig a helyi, térségi sajtótermékek örvendenek, vagyis a Csíki Hírlap és a Hargita Népe a leggyakrabban olvasott újságok.

Leginkább érdekességeket, hasznos tudnivalókat (rendezvények, események időpontja, helyszíne, időjárás előrejelzés, stb.) és hirdetéseket olvasnak el az újságokból. Ugyanakkor a válaszadók több mint fele (54,3%-a) megrendelője valamelyik lapnak. Legtöbben a Csíki Hírlapot (56,5%) és a Hargita Népet (31,2%) rendelik meg. Az a kevés százalék (17%) amelyik nem olvas újságot azzal indokolta leginkább (63,6%-a), hogy nincs ideje rá. A vallásos jellegű lapok olvasása is jellemzi a sajtóolvasók egy jelentős arányát (6,2%). Ezt követi a Krónika népszerűsége (3,64%) a megkérdezettek körében. A román nyelvű sajtótermékek olvasása nem jellemző a válaszadók körében, összesen 15-ön jelöltek be valamilyen román nyelvű sajtóterméket. Ezek közül legtöbben az Evenimentul Zilei-t olvassák. Az a kevés százalék (17%), amelyik nem olvas újságot többnyire idő hiányával indokolja. A válaszadók közel háromnegyede (73,4%) megvásárolja az általa olvasott újságot/folyóiratot. Kisebb arányban (15,6%) kölcsönkérlik. Elenyésző azok aránya, akik a munkahelyen illetve interneten olvassák el.

III. A térségi kultúra és média szereplői

Kulturális szereplők: lámpások, kultúrázók és menedzserek

A rendszerváltást követően megszűnt a kötelező kultúrmunka, a vidéki kultúrotthonok sorsa fölötti aggodalom gyakran előtérbe került a médiában és a közbeszédben: kinek a feladata a művelődési otthonok rendeltetészerű működtetése, és mi lenne a dolga, kérdezték. De ezen a tematizációs törekvésen túl nem indult el szakmai párbeszéd, nem indultak el helyzetfeltáró munkák, amelyek ismeretekkel szolgáltak volna a jelenségek magyarázatához. Azt is látni kell, hogy a közművelődés jelenéről nem is indulhatott szakmai párbeszéd, mert nincs ilyen szakma. Ennek ellenére létre lehet hozni egy olyan beszédteret, amely a különböző társadalomtudományok diszkurzusainak keresztmetszetében próbálja értelmezni a jobb híján „közművelődésnek”, vagy „kulturális életnek” nevezett jelenségeket, miközben tudjuk, hogy a kultúra fogalmának tisztázása igen összetett kérdés. (Bár a kultúra szó alatt a kulturális antropológia által is felfogott és használt fogalmat értjük, a „kulturális élet” szintagma mégiscsak jelzi, hogy ezek a kultúra kiemelkedő eseményeire vonatkozó alkalmak, úgyhogy ennek tudatában fogom használni, és nem kerülni a „kulturális szereplő”, „kulturális rendezvény”, „kulturális érték” stb. szintagmákat.) Hiányosak az ismereteink az 1989-es rendszerváltást megelőző, a központi irányítás alatt zajló kulturális intézmények működéséről, a rendszerváltást követően sem indultak el e téren kutatások. A népművelés szakirodalma igen gazdag Magyarországon, viszont az intézményesültség magasabb fokán álló magyarországi művelődési házak működése, a népművelő szakma és az évtizedek óta zajló főiskolai, egyetemi képzés jelenléte okán az összehasonlítás nem releváns abban az értelemben, hogy a térségre nézve következtetéseket vonjunk le. Azt is lehet mondani, hogy a kisebbségi léthelyzetben egy más fejlődési utat járt be a közművelődés.

Hogyan, milyen eszközökkel, milyen módszerekkel lehet témát nyitni a vidéki közművelődés, szerveződési formák megismerése és megértése felé? Hogyan lehet helyzetképet nyújtani a falusi kultúrotthonok helyi közösségekben betöltött szerepéről, a helyi közművelődési élet szereplőiről, sajátos problémáiról? Az elsősorban falusi közösségeket vizsgáló néprajztudomány a közösségi alkalmak, ünnepek szerveződését a szokáskutatás és társadalomnéprajz keretében tárgyalták. Az elmúlt években indultak olyan kutatások, amelyek a „paraszti kultúra” vizsgálatának szemléletén túllépve, más társadalmi kategóriákat is vizsgáltak. A néprajztudomány mindig is nagyra

értékelte a hagyományok ápolásában, a gyűjtőmunkában jeleskedő pedagógusi tevékenységet, de az értelmiség, lelkészek, népi specialisták, néptanítók életpályájának kutatása betekintést enged a korszak működésébe és hozzásegít annak megértéséhez. A kolozsvári néprajz tanszék Keszeg Vilmos által vezetett kutatási programja, meg az általa vezetett szakdolgozatok sok anyaggal szolgálnak a falusi értelmiség szerepéről.¹⁵ A szocialista korszak történéseinek megértéséhez nagymértékben hozzájárul az Ozsváth Imola által szerkesztett *Lámpások voltunk...* című kötet, mely három udvarhelyszéki pedagógus élettörténetét teszi közzé. (Ozsváth 2009). A falusi tanítók mindennapjaiba betekintést engedő élettörténetek forrásértékűek. “Mondhatom, tanítás után jött a napi munkánk neheze. Szervezés és próbák. Sokszor éjfélig. Télen elég hűvösben. Talán nem volt olyan nap, hogy ne kényszerített volna engem a kultúrotthonba.” (B.D. tanítót idézi Ozsváth 2004:146) Ozsváth Imola tanulmányában összegzi a pedagógusi életpályákat kutató és feltáró munkákat is, ezek nagyon sok információval szolgálnak a falusi kántortanítók, néptanítók kulturális tevékenységét illetően is. A 20. századi tanítói szerepkör változásait vizsgálja részletesen. Már a század elején megfogalmazódnak panaszok a tanítóság túlterheltségéről. A kisebbségi helyzetbe kerülő erdélyi magyarság esetében az iskola és tanítói kitüntetett szerepet kapnak a nemzeti identitás megőrzésében. Az államosítást követően pedig a párt központosító intézkedései határozzák meg a feladatokat, kötelezővé téve a kultúrmunkát, a heti 18 órás tanításon felül még 22 óra közmunka végzésére. A hatalom felhasználja a pedagógusokat ideológiája terjesztésére, a műsorok előtt mozgósító szövegeket ún. „referátokat” olvastattak fel velük a közönség előtt. A pedagógus egyszerre szembesült a saját közössége ellenállásával és a hatalmi kényszerrel. “Nyomott a párt, örölt a falu. Szembe állítottak a néppel. Bármiért bárki feljelenthetett.” (B. D. tanítót idézi Ozsváth 2009:452) A pedagógus élettörténetek megrázóan ecsetelik a megalázó helyzeteket, mely egyben pozitív élményekkel is társul: jó látni a szereplő, szórakozó műkedvelő falusfeleket. Az is kiderül, hogy a fiatalabb generáció kellemes emlékeket őriz ezekből az időkből. Egy ilyen „lámpásra” emlékszik vissza egyik beszélgetőtársam is: ”Aztán a háború után, úgymond a felszabadulás után, ahogy annak idején mi tanultuk, itt beindult egy elég jó kulturális élet, főleg, ami jelentős volt az 50-es években. A falunak volt olyan vegyes kórusa, hogy 100-on felül volt a tagszáma, és abba az időben az 50-es évek vége-60-as évek eleje, Bukurestig eljutottak, tehát tekintélyes csoport volt.

15 A Keszeg Vilmos egyetemi tanár által vezetett kutatócsoport 2003-2004-ben végez kutatást 20. századi néptanítók életpályájának és élettörténetének elemzése témában. Megjelent: *Néptanítók. Életpályák és élettörténetek*. Scientia kiadó, Kolozsvár, 2008, idézi Ozsváth 2009

Ennek a szervezője és vezetője annak idején H.G. tanító volt, aki haláláig visszajárt, nyugdíjas korában is Középkora, mert itt szerette, itt élte a fiatal életét, hát betegesen is visszajárt, és mindig próbált valahol valamit segíteni. Az ilyen emberek, azok hiányoznak.” (M.GY.)

A szocializmus és az azt követő időszak falusi elitjét vizsgálta Kiss Dénes, aki öt erdélyi településen végzett 1998-2003 között terepmunkát (Mezőcsávás, Mezőpanit, Nagykapus, Lövéte, Gyergyóalfalu.) (Kiss 2004) Kiss a '80-as évek falusi elitjének két markáns csoportját különíti el, ezek egyikét adminisztratív-gazdasági elitcsoportnak, másikat kulturális elitcsoportnak nevezi. A kulturális elitcsoportot a helyi tanárok, magasabb presztízsű tanítók és helyben lakó orvosok, fogorvosok, ritkábban mérnökök alkották. A kutatás megállapította, hogy a csoport tagjai felsőfokú végzettséggel rendelkeztek, kapcsolathálójuk az oktatási intézményrendszer mentén szerveződött, pártvonalon kapcsolataik ritkábbak voltak mint az adminisztratív csoport esetében, de annál magasabb szintűek. “A falusi lakosságétől eltérő, sajátos értelmiségi életmód jellemző rájuk. Jövedelmük ekkor még relatív magas, amely elfogadható életszínvonalat biztosít. A falusi lakosságnál mobilisabbak, és ez az egyetlen csoport, amely nem foglalkozik gazdálkodással. Az életmódbeli elkülönülést elősegítette, hogy a csoport jelentős része nem szülőfalujában élt, így a lokális rokoni-szomszédi kapcsolathálóikba nem volt beépülve.”(Kiss 2004) A kulturális elitcsoport a rendszerváltást követően kicserélődött. Az a tanári gárda, amely az ötvenes-hatvanas évek után került a rendszerbe, nyugdíjba vonul, a megüresedő helyeket egy fiatal, helyi lakhelyű réteg foglalja el, akiknek a végzettsége általában a korábbi tanári réteg végzettségénél alacsonyabb szintű. Az új tanügyi réteg habitusában, életmódjában közelebb áll a falusi lakossághoz, mint a szocialista évtizedek falusi "értelmisége". E folyamatok általános következménye a falusi tanügyi réteg presztízsének csökkenése. Általában azonban a kulturális elitcsoport presztízse a poszt-szocialista időszakban hanyatlott – állítja a szerző. (Kiss 2004)

Biró A. Zoltán a romániai magyar elit rendszerváltás előtti és utáni domináns diskurzusait elemző írása keretét szolgáltat az empirikus adatok értelmezéséhez. (Biró 1998) Az ő fogalmai, az általa leírt elit viselkedésminták a falusi kulturális eliteire is vonatkoztathatók. A rendszerváltás után megsokasodó szimbolikus térfoglalások, helyi ünnepek, iskolanévadások a helyi elit kiteljesedési, önmegvalósítási aspirációjaként és a nyolvanas évek felfokozott etnikai diskurzusának következményeként is értelmezhetők. Ez a falusi elit főképp pedagógusokból áll. Gyakran történik utalás a szocialista rendszer sűrű rendszerességgel előforduló ünnepeire és a versenyeken való részvétel kötelező jellegére, de alábbi idézet rávilágít arra, hogy miért is

lehetett elviselni, esetleg szeretni ezeken részt venni. A szocialista kultúrversenyek identitásépítő funkciója abban rejlett, hogy a saját értékekkel büszkélkedni lehetett, és amellet jól beleillett a kisebbségi elit által forgalmazott etnikai diskurzusba. A gyimesközéploki iskola igazgatója jegyzi naplójában: “1987. december. Nagyszabású kultúrverseny a Köztársaság kikiáltásának évfordulójára. Iskolánknak van egy hagyományörző táncsoportja és népdal énekeseink is sikeresek. Csakhogy valaki a megyétől jön „vizionálni”, aki majd eldönti, mehetünk-e vagy sem Csíkszeredába szerepelni. Nagy baj van, mert legalább fele a műsornak nem román. Minden magyar népdal mellé egy román népdal dukál! De itt ki tud ilyent? Aztán megmentett minket a csángó népviselet, a kieresztett ing. Jól szerepeltünk, magyarul!” (Tankó 2005) A példa azért is érdekes, mert a kieresztett gyimesi csángó ing, amely „magyaros” a saját közösség számára, a külső szemlélőnek „romános”, (a külső szemlélő lehet román, de akár székely-magyar káder is, akinek a románságról szóló alapvető sztereotípiáinak egyike a kieresztett ing), tehát az elvárásoknak megfeleltethető, ebben az „átverési” helyzetben nem sérül a saját identitás (értsd: magyarságunkat a csángóságunk mentette meg.) A hatalmi diskurzusnak teljes mértékben megfelelt, miközben az ellenállás technikái is jól működtek. Fontosnak találok megjegyezni, hogy ezek a versenyek lehetőséget teremtettek a kimozdulásra, utazásra, ismerkedésre. Ma is erős motiváló tényező hagyományörző csoportok számára az utazás. Az interjúk, a korabeli történetek folyamatosan utalnak olyan technikákra, amellyel a cenzúra, a hatalom figyelme kijátszható volt. „K. aki akkor volt a párttitkár, ugye sokszor elmondta, hogy ez nem volt olyan könnyű, úgyhogy sokan a megyénél osztán olyan bécsapódottnak érezték magukat a románság vagy az ilyen meghitt párt aktivisták, hogy hát ezt, ezt nem kellett volna megengedni, hogy magyarul csinálják. Na még olyan is volt, hogy a meghívót elküldték Ágosba, hogy jöjjenek a Csángó Fesztiválra, hogy legyen románság is. De úgy, hogy megbeszélték velük, hogy ne gyertek el, nem kell elgyertek, csak írjatok egy választ, hogy nagyon köszönjük a meghívásokat, de nem tudunk résztvenni. Hogy amikor a Megyei Pártbizottságtól ugye kijöttek a Csángó Fesztiválra, s hogy ott még nincs román csoport, azt mondja, ne nézd meg. Hát ilyen is volt. Erről mi elég sokat elbeszélgettünk K.Gy.-val is, B.B.-val is, kultúrigazgató volt valamikor. Úgyhogy voltak ilyen turpisságok, hogy eztet meg lehessen szervezni és meg lehessen tartani. És mondom, hogy akkor a gyárnak is volt táncsoportja, a Csítera, csángó táncok. Tehát erre jó volt, hogy azt kötelezték, hogy azon muszály volt részt venni, hogy ez tiszta, ez így igaz, hogy nagyon sokan nem vettek volna részt, ha ne lett volna kötelező.” (M.GY.)

A pedagógusi élettörténetek sok adalékkal szolgálnak a korszak rekonstruálásához. Keveset tudunk a gyárakban, kultúrotthonokban zajló tevékenységekről, de az világos, hogy az erősen központosított és ellenőrzött, megszervezett népművelői munkában résztvevő szereplők általában sikeresen egyensúlyoztak a kényszer és a közösség között, társadalmi megbecsültségre tettek szert. Biró A. Zoltán hangsúlyozza a mai térségi kulturális szereplők szakmai szerepének és társadalmi tudásának újragondolását. Olyan lokális vagy regionális szerep fokozatos kiépítésére van szükség- írja- amely a kulturális menedzsert a korábbi kivitelező, elnöki és párttitkári utasításokat végrehajtó szerepből döntéshozóvá teszi, a lokális vagy regionális elit meghatározó tagjává emelheti. (Biró 2006).

Kary József, a VI. Közművelődési Nyári Egyetemen elhangzott előadásában (Kary 2004) utal Vercseg Ilona tanulmányára, mely a húsz évvel ezelőtt magyarországi nagyközségekben dolgozó 26–44 év közötti, gyakorlati tapasztalattal rendelkező 70 népművelő körében végzett vizsgálat eredményeit mutatja be.¹⁶ A felmérés kérdése arra vonatkozott, hogy miben áll a népművelői szerep, hogyan határozzák meg a szakma képviselői, és szerepértelmezésük milyen szakmai tevékenységet mozgat? A tanulmány szerzője megállapítja, hogy ma is létezik az igény, hogy valaki fogalmazza meg, hogy mi a népművelés, közművelődés, művelődésszervezés, és ez a „szakma” dolga. Hiszen szakmai műhelyekben érlelődik a közművelődési fogalomtár, a szakmai etikai kódex. A szakképző felsőoktatási intézmények folyamatosan változó tantárgystruktúrája, az ajánlott és kötelező szakirodalom orientálja a hallgatót a szakmai szerephez kapcsolódó kívánatos cselekvésekre – írja Kary József (uo.)

Ha a szakmai szerepfelfogást elemezzük, azt is meg kell vizsgálni, milyen a jelenlegi kulturális szereplőnek a rendelkezésre álló kutatások alapján kirajzolódó képe? A HMKK és KAM már idézett felméréseiből eléggé összetett képet kapunk azokról a személyekről, akiket ún. kulturális szereplőknek nevezhetünk. Kikből verbuválódnak a falusi kulturális intézményeket működtetők?. Ha a kultúrotthonokat nézzük, már a „felelősök” is több típusba sorolhatók: kultúrigazgató (helyi tanácsnál fél vagy egész állásban alkalmazott), kultúrfelelős (tanácsosok, pedagógusok, önkéntesek), kulcsos ember. (Szócs 2006) A népművelői (vagy kulturális menedzseri) szakma most körvonalazódik térségükben, 2006-ban végzett és kapott a román állam által akkreditált kulturális intézményvezetői képzést az első évfolyam. Míg Magyarországon a szakmai szerep definiálása, (újra)értelmezése tematizálódik a szakmai

16 Vercseg Ilona: Szocializáció, szerep, érték a népművelői pályán, Múzsák Kiadó, Budapest, 1988

fórumokon, addig térségünkben csupán egy betöltetlen társadalmi szerepről beszélhetünk. Amit pedig terepmunka alkalmával vagy az interjúk lapján meg tudunk határozni, az egy olyan szerep, amely a lokalitásban gyökerezik, abból építkezik és oda csatol vissza.

Az alábbiakban a térség kulturális szereplőivel végzett interjúk alapján vizsgálom a falusi kulturális élet szereplőinek szerepfelfogását.¹⁷ Az interjúszövegekből kirajzolódik a szerepbe való „belebonyolódás” esetlegessége (véletlen belesodródás, belenevelődés, néptáncos, színjátszó múlt stb.). A példaképek és modellek meghatározó szerepe emelkedik ki: egy helyi tanító, a család, a kultúrigazgató-előd, a Hargita Állami Néptáncegyüttes. „Nekem például Szélyes Sándor bácsi volt az ideál. Például a búcsúzó vagy békőszöntő szövegek egy pár darab le es van írva, annyira gyönyörűek.” (K.K.) A státus megnevezése egyértelműen jelzi a kulturális tevékenységek formalizáltságának és intézményességének alacsony fokát, a szerepkör egyszemélyes voltát. „Egyszemélyes kultúrafelelős vagyok – mindent én csinállok.” (B.L.) „Én nem vagyok kultúrházfelelős, én a kultúráért felelek.”(M.GY.) „Félnormás vagyok.” (K.K.) „„Kultúrigazgató vagyok, jövedelem nélkül.”(K.V.)

A „kultúrmunka” a mindennapi életvilág valamelyik szegletében kap helyet. A rurális társadalomban a szerepek összetettek és meghatározottak. Azok a szerepek, amelyeket az ember kivív, vagy elnyer, azok is a meghatározott szerepektől függenek. „Meg kell tanulni azt, hogy az emberekkel bánni, az emberekkel beszélgetni. És nem szabad feljebb emelkedni, mint ahova tartozol. (...) Én úgy érzem, hogy még most is bennem nem az én személyemet tisztelik, hanem a nagyapámét.” (Gy.L.)

A munkavégzésre, szervezésre jellemző az improvizáció, és egyfajta szinkretizmus, a családi, szomszédsági, vagyis a szoros kapcsolatokra alapozó munka. Az interjúkból kiderül, hogy a helyi közösségek különböző konfliktusai megnehezítik a szervezőmunkát. A lokális társadalom viszonyainak ismeretében, a helyi közösség tagjaként nemcsak kapcsolati tőkével rendelkezik, hanem bele is van ágyazódva ezekbe a kapcsolatokba, melyek óvatos, meggondolt cselekvésekre készítetik. A interjúkban visszatérő téák a szaktanácsadás, információs ellátottság hiánya, a helyi közigazgatási egységek vezetőségétől való függés és kiszolgáltatottság.

¹⁷ Az interjúk a Hargita Megyei Kulturális Központ által kiadott Kultúrázók interjúkötetben találhatóak. A kötet 13 interjút tartalmaz, amely a HMKK által végzett kutatás során készült Hargita megyei kultúrotthon felelősökkel.

A jövő kihívásairól beszélgetve pedig megfogalmazódik az időkezelés megváltozása, hosszútávú tervezés szükségessége. A források bevonása, településen kívüli hálózat- és kapcsolatépítés, szakképzés, tanulás, a falusi turizmusba való bekapcsolódás mentalitásváltást igényel.

A Hargita Megyei Kulturális Központ adatbázisa alapján 2009-ben a Csíki térség 24 községében 47 kultúrotthonért 38 személy felel. Legtöbben (52%, vagyis 18 személy) „kulturifelelősök”, ez azt jelenti, hogy a tevékenységekhez szükséges nyitvatartásról gondoskodnak, vagy annak okán, hogy közel laknak, vagy azért, mert a polgármesteri hivatalnál dolgoznak. A vizsgált személyek egyharmada csupán egész állást betöltő önkormányzati alkalmazott, helyi szóhasználattal élve „kulturigazgató”. Az önkormányzatnál megosztott könyvtáros-kulturigazgató állásban a vizsgált személyek 14%-a van. A kultúrotthonnal foglalkozók száma a korábbi évek felméréseihez hasonlóan lényegében stagnál, elmozdulás az alkalmazottak rovására történt, több lesz a kulcsos ill. felelős, ami arra utal, hogy a kultúrotthon egyre kevésbé nyújt fizetett állást és egyre inkább működik fizikai helyszínként.

Megvizsgálva a rendszerváltás óta bekövetkezett személyi változásokat, mondhatni, hogy teljes egészében kicserélődött: nagytöbbségük (25 személy) 2000-től, míg a többiek nagy része a 90-es években került ebbe a szerepbe. A csíki térségben kultúrházakért felelős személyek legmagasabb befejezett iskolai végzettségüket tekintve legtöbben (72%, vagyis 25 személy) középfokú iskolai végzettséggel (érettségi) rendelkeznek, 5 személy (14%) szakiskolai, 4 személy (11%) főiskolai, 1 személy (3%) egyetemi végzettséggel rendelkezik. Ismereteit, előképzettségét tekintve valamennyi kulturigazgató kötődik a kulturális tevékenységek, rendezvények világához, legtöbb esetben korábbi közművelődési tevékenység, amatőr színjátszásban való részvétel okán, vagy többen is táncosai voltak korábban a Hargita Nemzeti Székely Népi Együttesnek, így jelenlegi szerepükben is a táncoktatás a fő tevékenységük. Szakirányú képzéssel hat fő rendelkezik, a Hargita Megyei Kulturális Központ kulturális intézményvezetői képzését végezték el. Civil szervezetek száma növekvő tendenciát mutat (55-ről 65-re nőtt Csík térségében.), ezeknek több, mint fele nem bejegyzett szervezett. A civilek legnagyobb része népi táncsoport (29%), ez megegyezik a korábban mért megyei átlaggal. Azt lehet látni, hogy a civil szervezetek dinamikusabban működnek, míg az önkormányzatoktól függő kultúrházi tevékenység stagnál, mellette pedig intenzív infrastrukturális építkezés zajlik.

A térségi kulturális szereplőinek három típusa különböztethető meg.

Néptanítónak (vagy lámpásnak) nevezem azt a pedagógus végzettségű helyi falusi értelmiségit, aki az ötvenes-hatvanas-hetvenes években tevékenykedik főleg. Jellemző a magas kulturális tőke, problémamegoldásra azt használja.

Kultúrázóknak nevezem a nyolcvanas-kilencvenes évek kulturális szereplőit, aki nem pedagógus végzettséggel, valamilyen amatőr csoportot vezetve vettek részt a kulturális életben, végrehajtó szerep. Jellemző rá, hogy inkább a társadalmi tőke birtokosa, mint a kulturálisé, problémamegoldásra a társadalmi tőkét használja.

Kulturális menedzsernek, szakembernek nevezem azokat, akinek ezen a téren képzettsége és/vagy tapasztalata van, legyen szó menedzsmentről, pályázatírásról, forrásbeszerzésről, médiakapcsolatokról. Nem rendelkezik annyi kulturális tőkével, mint a "lámpások", talán annyi társadalmi tőkével sem, mint a "kultúrázók". Lokálisan beágyazott a tevékenysége, de a globális kihívások előtt nem menekülhet.

A kisebbségi és helyi újságíró

A dolgozat a helyi média jelentésalkotó szerepére kérdez rá, azt vizsgálja, hogy hogyan tematizál a helyi sajtó és milyen jelentéstermelés zajlik a helyi nyilvánosságban? Hogyan járul hozzá a saját társadalomról való tudás, önkép megkonstruálásához? Az alábbiakban az általam vizsgált két helyi lap újságíróival készült interjúk alapján szeretném összegezni azokat a fontosabb témaköröket, amelyek a témám szempontjából relevánsak. Azt gondolom, hogy a válaszokat kereshetjük úgy, ha az újságírók szerepfelfogása felől közelítünk. Azokkal az újságírókkal készítettem interjút, akik kulturális témákkal foglalkoznak. A félig strukturált interjúk kérdései arra vonatkoztak, hogy hogyan látja a helyi médiumok szerepét és abban saját helyét, hogyan látja az olvasókat, mi módon jut el hozzá az esemény híre, és hogyan működik a hírszelekció?

Kérdéseim lokális kontextusban relevánsak, és az ebből a helyzetből adódó viszonyok között próbálom kijelölni a kisebbségi és helyi újságíró szerepét. A helyi újságírónak kapcsolatrendszere az olvasók, az eseményszervezők, a saját szerkesztőség, a konkurrens szerkesztőség újságírója. A legtöbbször valamelyik országos médium tudósítói is egyben, van, aki a Duna tévével van munkaviszonyban. Tehát más-más szerkesztőségi elvárás és időnként más olvasótábor, amely meghatározza a munkájukat. Az újságírókkal készített interjúszövegek

alapján a következő témacsoportokat alkottam: szakmai szocializáció-végzettség, ismertség-kapcsolatok, szerepfelfogás (kisebbségi és helyi), témamegjelölés-hírszelekció, kulturális tartalmakról alkotott vélemények, a hírekhez való hozzáférés.

Szakmai szocializáció

A rendszerváltás állapotához viszonyítva azt látjuk, hogy megtörtént a nemzedékváltás, míg a kilencvenes évek végén az elidősödött újságírók és férfiak dominálnak (Papp Z. 2005), mára kicserélődtek az újságírók, megfiatalodott és megújult az újságírók helyi köre. Szakmai képzésük már a rendszerváltás követő években zajlott, újságíró, társadalomtudomány, bölcsész szakokon. Ezek a szakok nem működtek a rendszerváltás előtt, úgyhogy látványos és lendületes a magyar nyelvű egyetemi szakok elindítása 1989 után. Az újságíróképzésnek három módja alakult ki: a kolozsvári egyetemen, a nagyváradai sajtókollégiumban, továbbá magyarországi szakemberek által oktatott tanfolyamok formájában. Interjúalanyaim közül mindegyikre van példa. „2003-ban államvizsgáztam a Babes-Bolyai Tudományegyetem újságírói szakán, Kolozsváron. Mondhatnám, hogy akkortól vagyok újságíró, de valójában ez is úgy működik, mint a hajtási jogosítvány megszerzése és a sofőrség...Eleinte egy katolikus hetilap és folyóirat (Vasárnap, Keresztény Szó) szerkesztőségében dolgoztam, szoktam a szerkesztéssel járó munkát, interjúzást, de tudtam: a szakma sűrűjét a napilap és az azzal járó hajtás jelenti.”(A.I.)

Az újságíró a szerkesztőségben is szocializálódhat, végzettségéből adódó szakmai tudására támaszkodva: „A szakmát az idősebb kollegáktól sajátítottam el, igazi szellemi műhely működött akkoriban a Hargitánál, majd a rendszerváltás utáni Hargita Népénél. 1990 után, miután létrejött a Magyar Újságírók Romániai Egyesülete (MÚRE), illetve annak felnőttképzési műhelyei, magyarországi, többnyire a Magyar Újságírók Országos Szövetsége (MÚOSZ) Bálint György újságíró-iskolájában tanító oktatók vezetésével több képzésen, szakmai gyakorlaton vettem részt” (S.I.)

„Ezen gondolkodtam, lássuk csak, '96-ban költöztem Szeredába, 98-ban mentem az Antena 1-hez versenyvizsgázni. Emlékszem, a városi könyvtárba is akkor hirdettek állást. Mivel könyvtáros voltam, gondoltam, hogy könyvtáros még lehetek, de újságíró nem. Korábban az Udvarhelyi Híradó-nál voltam korrektor, olvasószerkesztő, az első kalendáriumot is én szerkesztettem. Közben, jut eszembe, 91-ben végeztem egy gyorsalpaló újságírói tanfolyamot

Udvarhelyen, magyarországiak tartották, van róla papírom, mert azzal van bejegyezve a vállalkozói engedélyem is., (D.K.)

Ismertség

Mondhatni egyik legsajátságosabb vonása a helyi sajtómunkásnak az ismertség. Egyszerre könnyíti és nehezíti a helyi témákkal foglalkozó újságíró helyzetét.

„Tehát van nekem igazolványom, de jóformán nem használom, tehát évente kétszer-háromszor, ha előveszem” (Sz. L.)

Az ismertség a nagyvárosi újságírással összehasonlításban is megjelenik: „ha... érted, hogy mit akarok mondani, itt a személyes kapcsolatok sokkal többet számítanak s az emberek inkább erre próbálnak rámenni. Van nyomás is, de ez inkább személyes. De nekem..., tehát az elvem mindig az, hogy bármilyen eseményről, tehát ami művelődési, kulturális, nevezzük bárhogy, legalább egy rövid hírt adjak, érted-e.” (Sz. L.)

„Helyi újságírónak lenni sokkal fontosabb. Hiába dolgoztam a Dunának, senki nem tudja ki vagy. A nevedet jobban ismerik.”(D.K.)

A helyi sajtó térségi szerepe

Azt valamennyi újságíró kijelenti, hogy a helyi sajtóorgánumok szerepe, akár az országosé, elsősorban a naprakész és hiteles tájékoztatás. A közéleti, politikai, gazdasági, sport- és kulturális élet terén való tájékoztatás, a közelgő rendezvények beharangozása, illetve a már lezajlottakra való reflektálás. Ez a terület, amit az objektív hangvételű cikkek fednek le többnyire. Ezen kívül kiemelik a szubjektív, véleményeket tükröző írások pl. vezércikkek, jegyzetek, tárcák, glosszák fontosságát is. „Egy helyi lap csak akkor tesz eleget a feladatának, ha olyan újságírói csapattal dolgozik, amely mindkét műfajt képviselni tudja.” (A.I.)

A Csíki Hírlaposok explicitebben kötik a szerepüket a lokalitáshoz. Szerintük a helyi lapok fontos feladata a közösségerősítés, értékformálás is. Egy helyi lapnak nem annyira az úgynevezett nagypolitikai eseményekkel, mint az adott régiót érintő kérdésekkel kell foglalkoznia, hiszen a helyi eseményekről szólnak, a helyieknek. Egy helyi lapban olyan, az adott közösség életében fontos eseményről is hírt kell adni, ami meglehet, hogy egy országos lapban nem bír hírértékkel.

A Hargitások kiemelik az igényes olvasmány nyújtásának fontosságát, a magyar sajtó hagyományainak tiszteletben tartását, a bulvárosodás, felületesség ellen pedig szót emelnek.

A helyi újságíró térségi szerepe

A Hargitások a helyi újságíró szerepét is az „újságíró” szereppel azonosítják, nem tesznek szakmai szempontból különbséget és ezt alá is húzzák. Újságírónak lenni pedig szakmai elkötelezettséget, hivatástudatot, professzionalizmust és a szakma iránti alázatot jelent. Utalnak a szakma becsületét lejárató bulvármédiára, ami miatt egyöntetűen negatív előjellel illetik az olvasók az újságíró szakmát és az újságírót is.

A helyi újságíró szerepmegvalósítása természetesen személyfüggő. Az alábbi típust gyakorlatias-részrtvevő-nek nevezném, aki maga is elkötelezett bizonyos helyi ügyek, kérdések iránt.

„Attól függ, hogy az ember mire vágyik. Lehet, hogy többet nem oldasz meg. (helyben, mint máshol, szerk.) Lehet, hogy helyi szinten tudod befolyásolni a kultúrát. Legtöbbször az is a céloom. Igenis gyakran azzal a céllal írom, hogy változzon. Meg akarom leckéztetni, rákérdezek kényes dolgokra.”(D.K.)

Egy másik példa az objektív hozzáállás, mely azt mondja, íme, ez történt, és leggyakoribb megjelenítési technikája az idézet vagy a téma alanyára való hivatkozás. „Hát az újságcikk az magát az eseményt közli, meg amit mondanak. Most azt, hogy ők... persze senki se fog negatívan interpretálni egy eseményt, tehát mondtam, egy újságíró nem a saját véleményét írja le a legtöbbször. Tehát kivétel a publicisztika, tehát a jegyzet, de máskor az újságíró az eseményről tudósít, s akkor az esemény szereplői amit mondanak, abból vág ki egy részletet és azt teszi be, azt foglalja be a cikkbe..., egy cikket egészszé formál, legyen egy eleje, legyen egy vége, legyen olvasható s lényegretörő. Tehát ilyenkor nincsen minősítés, tehát pozitív vagy negatív minősítés nem történik meg, hogy aztán... mi itt nem minősítünk. „

Az újságírók egyetértenek abban, hogy az országos sajtóhoz mérten jobb helyzetben van egy kisebb régió újságírója, mert személyes kapcsolatrendszer tud kialakítani az intézményvezetőkkel és a témakörében kulcsfiguráknak számító személyekkel, így emberközelibbé válik a munkája. Munkáját megkönnyíti az, hogy tudja kihez szól. Jobban behatárolható egy helyi lap olvasótáborra, az adott közösségben élve jobban ismerik az elvárásokat, könnyebb a kapcsolatrendszer kialakítása, és nem utolsó sorban egy helyi újságíró

könnyebben „elérhető” az olvasó számára, ami teher is lehet. Ezt mindkét lap újságírói megfogalmazzák. „...minden apró esemény szervezője igényt tart a sajtó jelenlétére, a sajtóvisszhangra, és kellemetlen a magyarázkodás, ha egy-egy téma megírása nem indokolt. Mégis fölkeresi az újságírót, számon kéri, miért nem jelent meg a rendezvénye a lapban, így a sértődöttséggel vagy elégedetlenséggel való találkozás is benne van ezekben a helyi újságírók szerepeiben. Minél nagyobb régiót fed le egy orgánus, annál inkább belátással van az esemény szervezője, hogy nem feltétlenül jár neki a nyilvánosság.” (A.I.)

A kisebbségi újságíró szerep

A dolgozatban tárgyalom a kisebbségi sajtó működésének sajátosságait, utalok a kisebbségi médialogikára, az önkorlátozó gyakorlatra illetve a média szerepvállalására az etnikai önreprezentációban. Az interjúkból kiderül, mit gondolnak a kisebbségi újságíró feladatáról, szerepéről a két lap újságírói. Az újságírók azt mondják, hogy a kisebbségi újságíró státus többlet-felelősséggel jár. Elsősorban a szakmai követelményeket említik (hiteles tájékoztatás és a műfaji sokszínűség). Feladata hogy kialakítsa és tanítsa a helyes magyar nyelv, szép beszéd és írás iránti igényt. Emellett tisztában kell lennie azzal, hogy a nyomtatott szó erejével az újságíró jelentős közvélemény befolyásoló tényező, ezzel a helyzettel pedig nem szabad visszaélni.

„Kényes ügy, különleges helyzet. Olvastam már olyant, hogy nem létezik csak jó és rossz újságírás, de ha kisebbségben élünk, akkor bizony van kisebbségi újságírás is. Esetünkben természetesen az erdélyi magyarság ügyének felvállalását, a közösséget érintő kérdésekkel, témákkal való foglalkozást jelent. A témaválasztás, témafeldolgozás terén természetesen más szerep hárul egy kisebbségi újságíróra. Kisebbségi újságíróként a jó érzés határain belül lehetünk elkötelezettjei a köz érdekének, de semmiképpen sem szabad elhallgatni a közösségen belüli problémákat. Márpedig erre sajnos van példa, inkább a: bántanak eleget mások, ne ártsunk a sajátjainknak - elve érvényesül.” (B.I.)

Témaszelekció

Hogy miből lesz naponta újság, milyen egyéni és szerkesztőségi szűrőkön megy keresztül, milyen felkínált és elfogadott vagy el nem fogadott értelmezések látnak napvilágot, mire kerül a hangsúly, az igen összetett kérdés. Egyik része csupán ennek az összetett kérdésnek, hogy mit gondolnak, mit tapasztalnak és hogyan oldják meg ezt a problémát maguk az újságírók.

Az újságírók az idővel futnak versenyt. Nehézséget okoz, ha egymásra szerveznek eseményeket a térségben. Előfordul az interjúkban, hogy szerintük a nevelő, értékekre figyelmet felhívó események szerepe fontos. De nem lehet azt állítani, hogy a témaválasztás valamiféle stratégia mentén működne, azon túlmenően, hogy napi rendszerességgel kell tudósítani.

„A napi újságírástól már szívesen elszakadnék, nem kívánom a Duna tévés napit, egy csomó minden nem érdekel. Ami mélyebb, az érdekelne, két hétig egyetlen témával foglalkozni. Nincs időm rá, mert ha valamiről írok, egyik nap igaz, s másik nap már nem igaz...egy csomószor hírt adunk olyanról, ami csak elképzelés, s aztán nem valósul meg, s nem is kérjük számon, hogy tájház fog nyílni, például...” (D.K.)

A hagyomány a médiumok egyik leggyakrabban tematizált eleme, fogalma. (A hagyomány fogalma sikerrel vett részt a mindenkori kisebbségi identitásépítési gyakorlatban, de sikerrel kamatoztatja a média a régióból ki- és felmutatott imázs részeként, az öndefiníció elmaradhatatlan állandó jelzője, sőt a globális diskurzusban is nagy remények fűzhetők hozzá az örökségésítés és az ahhoz kapcsolódó turizmus kapcsán.)

„Voltam MÚRE (Magyar Újságírók Romániai Egyesülete) tag is, de kikoptam belőle, tulajdonképpen nem foglalkoztat. A hagyományápolás, a megmaradás foglalkoztat, mert olyan vagyok. Ha többségi lennék is ugyanezek foglalkoztatnának. A nyelvünk, viseletünk megőrzése.” (D.K.)

Ebben az interjúrészletben a hagyomány pragmatikus oldalának megközelítését vélem felfedezni, a korábban sokszor emlegetett szimbolikussal szemben. Viszont az interjúkban és az elemzett sajtószövegekben nem mutatható ki a régió értékeinek tervszerűen bemutatására tett törekvés.

Egy másik érdekes kérdés, hogy a kisebbségi téma és a helyi jellegű téma között mi a viszony. Míg a helyi közönséggel való viszonyában az újságíró a helyi rendezvények minél szélesebb körű ismertetését tűzi ki célul, addig látható, hogy a régióról kintről „megrendelt” kép mennyire ragaszkodik a saját maga alkotott imázs folyamatos alátámasztására, megerősítésére.

„A kimondottan kisebbségi téma, ha politika szempontjából nézem, az addig érdekelt, mikor a Duna tévének tudósítottam: nagyon unalmasak... Például a csángó témát mindig megjelentették. Sokat tudósítottunk, de valahogy az nekem sok volt. Voltak rendezvények, miket évről évre megrendeltek. Minden évben ugyanarról tudósítani, a Madéfalvi gac...én abból éltem, de nem értettem, miért ez érdekl, és miért nem más...nagyobb bajok. Betettem a témaajánlóba az egyházi műsorba, hogy csökkent a katolikus népesség, amiben az okokat elmondta az alany, új vallások megjelenése..., nem ment be adásba, mert negatív dolgokról nem adunk hírt. Millió egy dologgal voltam így....Régi témaajánlók, amiket nem rendeltek meg. Én pedig nem a kisebbségi témával akartam csak műsorba kerülni.” (D.K.)

IV. A térségi média és kultúra kapcsolata

Események médiareprezentációja. Az etnikai prezentációs praxis

A korrábbiakban többször utaltam arra, hogy a KAM munkatársai kifejtik, miszerint a rendszerváltást követően a kisebbségi magyar média szerepet vállal egyfajta etnikai önreprezentációs burok megteremtésében. Bodó Julianna (Bodó 2007, 2002) ezt a jelenséget a sajtóanyagok tükrében elemzi. A KAM és munkatársai kiemelt figyelmet szenteltek a rendszerváltást követő szimbolikus térfoglalások kutatásának. (Bodó-Biró 1997) Ezek az események (szoboravatások, emlékműállítások, emléktábla-avatások, intézményi névadások, kereszt-és kopjafaállítások, alapkövetételek), mint írják, a lokális kereteken túlmutató közösségi ünnepek. Azt is vizsgálják, hogy hogyan jeleníti meg a lokális, kisebbségi, de tömbmagyar térségben a szimbolikus térfoglalási gyakorlatot a térség magyar nyelvű írott sajtója (Bodó 2007) A tartalomelemzés módszerét követő vizsgálat a székelyföldi régió három megyei napilapjának 1990-1998 időszakában megjelent szimbolikus térfoglalásról megjelent eseményeiket vizsgálja. A módszer következtében összeállt adatbázis tekintélyes sajtóanyagot tartalmaz: közel kétezer szöveg mögött majdnem ezer ünnepi esemény áll, gyakoriságuk szerint minden második napra jut ünnep-tárgyú cikk. (Bodó 2007) Az események nagy száma egyértelműen jelzi az etnikai és szimbolikus események fontosságát. A kutatókat ugyanakkor felhívják a figyelmet, hogy a média meglepően hű kísérelje és tükre az eseményeknek, mindegyikről ad jelzést, és nagyszámban beszámolót. Az ünnepi eseményekről szóló cikkek presztízsét jelzi az a tény, hogy a cikkek fele elsőoldalas anyag, s további 20%-a a harmadik oldalon, az úgynevezett belső főoldalon jelenik meg. Az ünnepi eseményekről tudósító, azokra reflektáló cikkek aránya: rövid hír (42%), tudósítás egy-két gépelt oldal terjedelemben (18%), két-három gépelt oldal terjedelmű beszámoló (27%), terjedelmesebb elemzés (13%). A szerző amellett érvel, hogy a médiaanyagok legitimáló szerepe érhető tetten abban a gyakorlatban, hogy egy eseményről több anyag jelenik meg utólag, mint előtte, informatív jelleggel. A sajtóanyagok tartalmi üzeneteik révén egy lokális léptékű etnikai önreprezentációnak lesznek cselekvő részesei, ugyanakkor ezen keresztül történik meg az etnikai „egészhez” való mentális/szimbolikus igazodás. Bodó szerint a két szereplő különböző érdekek mentén tartja fontosnak a média utólagos tudósításait.

A helyi újság sajátvilágot termelő, még rendszerváltás előtti gyakorlatáról két alapos elemzést is olvashatunk a KAM kutató műhelyéből, az egyik a centralizált beszédmódot vizsgáló, a másik a „hargitaiságot” megkonstruálásának szimbolikus-nyelvi és pragmatikai eszközeit ismerteti. Ezt a gyakorlatot folytatja a média, amikor az ünnepi eseményeket bemutatva etnikai burokból termeli a helyi magyar társadalmat, etnikus elemekkel építkezvén, és az etnikai határokat is megjelenítve egyúttal. A szerző szerint az ilyen ünnepek résztvevői nem tételeződnek közösségként, a szimbolikus térfoglalási ünnepei éppen hogy nem a potenciálisan létező helyi közösség megmutatkozásának eseményei. Ezt a látszatot a média utólagos legitimációja fogja kelteni, így „ezek a rendezvények így nem többek és nem kevesebbek, mint a társadalmi összetartozás kisebb-nagyobb köreinek öndeficiós és/vagy legitimációs kísérletei.” (Bodó 2007:208) Ezeket a látszatközösségeket termelő látszatvalóságokat nevezi burkoknak a szerző, és rávilágít, hogy a burok megteremtésével a média tulajdonképpen a helyi elit érdekeit érvényesítő szimbolikus játékban vállal szerepet. (uo.) Ez az érdek pedig nem más, mint az etnikai önreprezentáció gyakorlatának következetes művelése, erre jó „alapanyag” a helyi ünnep eseménye.

A korábbiakban már utaltam a térségi médiahasználat jellemzőire. A média és fogyasztók viszonyában szerepet játszik az, hogy az emberek támogatólag olvassák és fogyasztják a rendezvényekről való híradásokat. Az ünnepi eseményen való részvételen túl szükség van a médiában való visszaellenőrzésre. „Ez a törekvés olyan magatartásra, beállítódásra utal, amely szereti/kedveli, ha minden nyilvános megjelenési formához külső/felső legitimitás kapcsolódik. A nyilvános legitimáció így lesz a közszereplés úgynevezett biztonsági garanciája, „szimbolikus jóváhagyása”. Csak a médiában megjelenő rábólintás adja meg a „befejezettség”, a teljesség érzését.” (uo.) A szerzőnek a dolgozat szempontjából nagyon fontos megállapítása az, hogy az ünnepi események sorozata és ebben a média részvétele felemésztí a társadalomalakító erőket, ráadásul eltakarhatja más prezentációs kísérletek lehetőségét, amelyben a média szintén sikerrel volna használható. Ezzel a megállapítással a lényegében egy paradigmaváltást javasol, mely az etnikai diskurzusból egy pragmatikai diskurzusba helyezi a problémát. Ez pedig a kultúragazdaság-vidékimázs-örökségesítés diszkurzív terében képzelhető el, és ebben pontosan azok a szereplők érintettek, amelyek bemutatására az előző oldalakon sor került. Olyan térségi kulturális szereplőkké kell tudni válniuk, akik a térségi értékeket kifele is artikulálni tudják, és globális kontextusba tudják helyezni.

Kulturális tartalmak a helyi lapokban

Kvantitatív adatlapos tartalomelemzés módszerével vizsgálta a helyi sajtóban a kulturális vonatkozású információk megjelenését Benes Sarolta (Benes 2008) Előzményként a már említett Székelyföldi kulturális intézmények, szervezetek képzési és információs igényeivel kapcsolatos, 2005-ben végzett felmérés szolgált. Benes abból a kutatási eredményből indul ki, miszerint a térségi kulturális szereplők számára a legfontosabb hírforrást az írott sajtó jelenti, a megkérdezettek 71,7 százaléka az újságok révén jut hozzá a munkájához szükséges szakmai információkhoz. (Biró-Bálint-Miklós 2004) A felmérés eredményei arra engednek következtetni, hogy bár a média hűségesen hírt ad az eseményekről, mind a kulturális szereplők, mind az újságírók részéről elmarad ennek az adottságnak a kihasználása. Ez alatt azt értem, hogy a kulturális szereplők elfogadják a média által kínált információkat, holott felismerhetnék, hogy ezt a szakmai csatornák hiánya nélkül jobban kiaknázhathaták (a lokalitásból eredő adottságok révén), a média részéről pedig nem mutatkozik annak felismerése, szerepe más is lehet, mint az eddigi informálás, legitimálás és “burokteremtés”.

Lássuk, hogyan jelennek meg a kultúrával kapcsolatos témák és információk a Hargita Népe megyei napilapban, hogyan jellemezhető a kulturális jellegű tájékoztatás a helyi sajtóban? A napilap 2005-ös évfolyamát vizsgáló kutatás során 2100 adatlap kitöltésére és feldolgozására került sor. A legtöbb szöveg február (9,7%), március (10,8%), április (10,1%) május (11%), június (9%) hónapokban jelent meg, az évnek ebben a periódusában a kulturális élet a legmozgalmasabb, a legtöbb kulturális esemény, rendezvény ebben az időszakban történik. A vizsgált cikkek valamivel több, mint fele az újság hátoldalán található, majdnem kizárólag hír. A címlapon megjelenő újságcikkek nagyjából fele-fele arányban hír és beszámoló. Az összes cikknek közel háromnegyede terjedelem szempontjából hír-méretnek felel meg, a kulturális hírek pedig az utolsó oldalon találhatóak.

A vizsgált megyei napilap a megye három kisebb térségét nem arányosan jeleníti meg, a Csíkszeredai székhelyű lap fele arányban közöl csíki információkat, az udvarhelyi régióban történő események 16%, a gyergyói 12,4%-os arányban jelennek meg. A településtípusonkénti eloszlást megfigyelve megállapítható, hogy a vizsgált cikkek több mint kétharmada (67,3%) városi területekre vonatkozik, 21,6% pedig vidéki területekre.

A vizsgált cikkek műfaji megoszlása: 70,4%-a hír jellegű tájékoztatás, terjedelmét tekintve rövid, 21,7%-a pedig beszámoló. Megemlíthetők a kulturális témával kapcsolatos olvasói levelek (4,4%), amelyek az olvasók beszámolóit, tájékoztatását, mondanivalóját közlik. A többi kategóriába besorolható cikkek aránya lényegesen kisebb, amint azt az alábbi táblázat adatai is mutatják.

A vizsgált újságcikkek műfaji meghatározása

| A cikk műfaja | Abszolút gyakoriság | Relatív gyakoriság (%) |
|---------------------|---------------------|------------------------|
| hír (tájékoztatás) | 1478 | 70,4 |
| beszámoló | 455 | 21,7 |
| olvasói levél | 92 | 4,4 |
| interjú | 26 | 1,2 |
| átvett anyag | 26 | 1,2 |
| kommentár | 9 | 0,4 |
| hirdetés, felhívás | 7 | 0,4 |
| ünnepi forgatókönyv | 4 | 0,2 |
| elemzés | 3 | 0,1 |
| Összesen | 2100 | 100 |

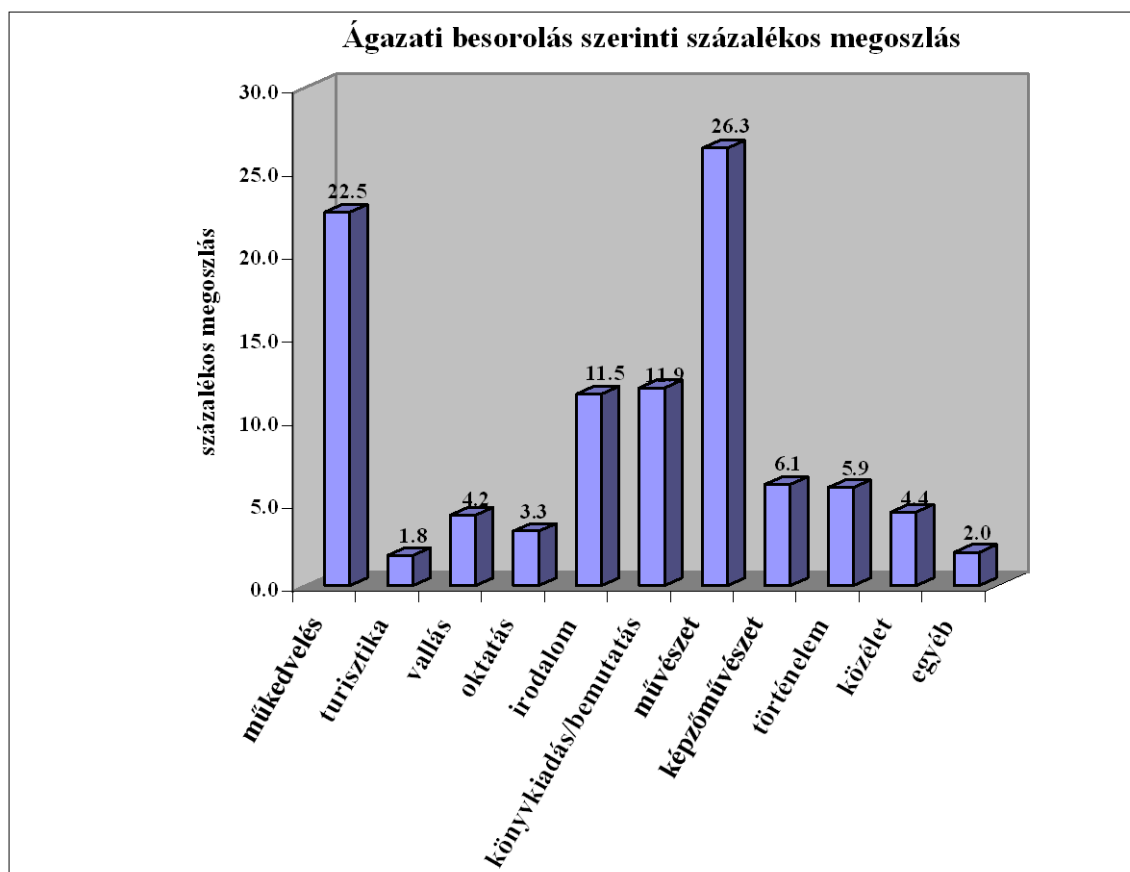
Forrás: Benes 2009

Ezek az adatok megerősítik a korábbi kutatások eredményeit, miszerint a kulturális események száma kiemelkedő a térségben. Alátámasztja azt is, hogy az utólagos megerősítő gyakorlat még mindig nagyon erős a média részéről, ehhez kapcsolnám az olvasói leveleket is, amelyek általában olyan vidéki eseményekről való beszámolók, amely nem kapott helyet az aktuális megyei szintű nyilvánosságban. A Levélbontás című rovat ezt a funkciót látja el többek között: helyt ad a falusi eseményszervezők beszámolóinak.

Ágazati besorolás szerint a művészettel (26,3%), amelybe a zene-, tánc-, film-és színművészeti kategóriák tartoznak illetve a műkedveléssel (tradíció, hagyományörzés) (22,5%) kapcsolatos újságcikkek előfordulása a leggyakoribb. A könyvkiadással, könyvbemutatóval kapcsolatos cikkek jelenléte (11,9%), irodalommal kapcsolatos tájékoztatás (11,5%) ill. a képzőművészet

kiemelkedő jelenléte a kisebbségi elitizmust támasztja alá. Tulajdonképpen két erős irány körvonalazódik: az egyik egy kisvárosi (kisebbségi) elitista kultúrafogyasztást mutat, a másik egy, a hagyományait őrző falusi társadalomra, ahol a műkedvelés, amatőr színjátszás, népzene, néptánc az uralkodó műfajok. Nem lehet nem észrevenni a kultúra és oktatás, turizmus közötti csekély összefüggést. Ezt úgy értelmezem, hogy egyrészt a kulturális események még mindig a szimbolikus szféra részei, egy jól, de üresben működő események sorozata (lásd Bodó, Bíró). A térség belső kulturális értékei megjelenítődnek, városon az irodalom és képzőművészet és falvakon a hagyomány, de nem kötődnek gyakorlatias témákhoz (pl. turizmus).

A vizsgált újságcikkek ágazati besorolás szerinti százalékos megoszlása



Forrás: Benes 2009

A fenti gondolatmenetbe illeszkednek a következő adatok, melyek a cikkek tartalmára vonatkoznak. Legtöbb cikk híradás, azt követően az események bemutatása, illetve személyek

bemutatása következik. Látható, hogy a sajtó kismértékben fordít figyelmet arra, hogy azontúl, hogy informál, a térség kulturális adottságait bemutassa.

Az újságcikkek tartalmi megoszlása

| Tartalmi elem | százalékos megoszlás |
|-----------------------------------|----------------------|
| híradás | 77,7 |
| események bemutatása | 10,4 |
| személyek bemutatása | 5,1 |
| könyvek bemutatása | 2,1 |
| szervezetek, csoportok bemutatása | 1,7 |
| épületek bemutatása | 1,1 |
| helyzetkép bemutatása | 1 |
| intézmények bemutatása | 0,5 |
| elemzés, kritika | 0,3 |
| egyéb | 0,1 |
| összesen | 100 |

Forrás: Benes 2009

A tartalomelemzés alapján megállapítható, hogy a lap betölti informáló feladatát, de főleg városi eseményekre, rendezvényekre fókuszál, kultúraszemlélete elitista.

A térség sajátos gondjai felől nézve azt lehet látni, hogy adottak a feltételek ahhoz, hogy a helyi média felismerje azt a médiaszerepet, amely a lokális és etnikai önreprezentáción túl a térségi öndefinícióban partner. Megérett az idő a kulturális fordulathoz, amely szemlélet következtében a térség kulturális adottságait szélesebb értelemben láttatná, illetve tudatosítaná a saját szerepét a vidékimázs építésében.

Ennek még feltétele a kulturális szereplők és a média közötti kapcsolat jobbítása, hisz bár a térségi sajtóban kellő mennyiségű kulturális jellegű írás jelenik meg, a sajtóelemzés eredményei nem engednek arra következtetni, hogy a térségi sajtóból a kulturális élet működtetéséhez elégséges szakmai információkhoz hozzá lehetne jutni.

Összehasonlító tartalomelemzés

A Hargita Népe 2005-ben elvégzett sajtóelemzéséből (Benes 2008) kiindulva végeztem adatlapos tartalomelemzést a térség két legolvasottabb napilapját, a Csíki Hírlapot és a Hargita Népet véve alapul. A vizsgálat célja az volt, hogy összehasonlítva a 2005-ös eredményekkel, megnézzem, az elmúlt 5 évben történt-e változás a kulturális témák prezentációját illetően. Tekintettel arra, hogy egy évvel a Benes felmérése után még egy napilap jelent meg a helyi, kistérségi piacon, az is érdekelt, hogy egyúttal lássuk, hogy a két lap prezentációs praxisában létezik-e eltérés, és ha igen, az miben áll?

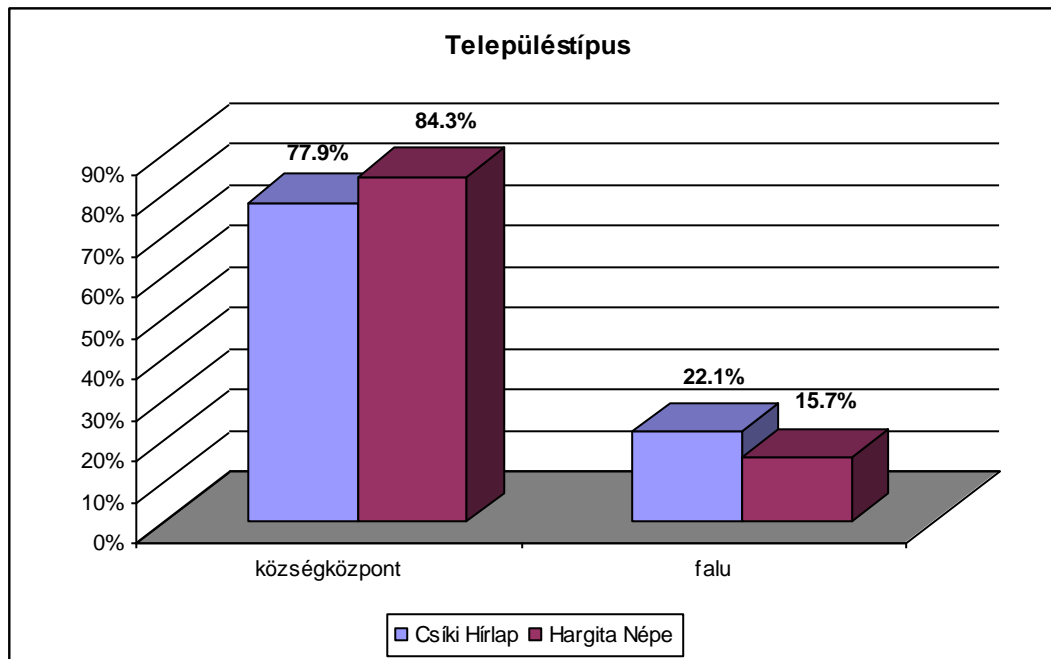
Ennek érdekében hasonló adatlapos módszerrel történt az adatok gyűjtése, a két említett napilap ugyanazon meghatározott periódusában. Eredetileg 3 hónapon keresztül szerettem volna követni a csíki medence falvairól szóló kulturális témájú cikkeket, kiindulva Benes adataiból, melyek szerint a megjelenítések az április, március, május hónapokban voltak a legkiemelkedőbbek, utólag még az augusztusi hónapot azért tettem be, mert az eseménynaptárak szerint az elmúlt időszakban egyre több az események száma ebben a hónapban. A két napilap négy hónapjának 2009-es számait végiglapozva, az így kitöltött 153 adatlap 54%-a a Csíki Hírlapban jelent meg. Az adatok értelmezéséhez használtam az újságírókkal készült interjúkat.

Látható, hogy Csíki medencét lefedő Csíki Hírlap nagyobb arányban közöl a térségéből kulturális híreket, mint a megyei napilap. Az adatokat a következőképpen értelmezem.

Az áprilisi hasonló és alacsony értékek a húsvétot megelőző böjttel kapcsolatosak. Kimutathatóan kevesebb az esemény ebben az időszakban, inkább vallási, néprajzi témájú írások jelennek meg. Augusztusban falunapok dominálnak, míg márciusban a szabadságharchoz kapcsolódó lokális események gazdagítják a palettát. Legérdekesebb a május, hiszen a megyei lap kiemeltebben kezeli az adatok szerint az eseményeket, mint a lokális ez az esztendő legjelentősebb csíki medencei eseményéhez, a csíksomlyói búcsúhoz, és annak „profán”, társított a Hargitai Megyenapok rendezvénysorozatához kapcsolható.

A települések típusa szerint vizsgálva a megjelenítéseket, várható volt, hogy a Csíki Hírlap nagyobb arányban tudósít nem községközpontból, eldugott településekről is. Ezzel természetesen összefügg az is, hogy a községközpontokban több minden zajlik, a helyi elit, vagy kulturális szereplők, civil szervezetek is jobban működnek, egy sor olyan adottsággal rendelkeznek,

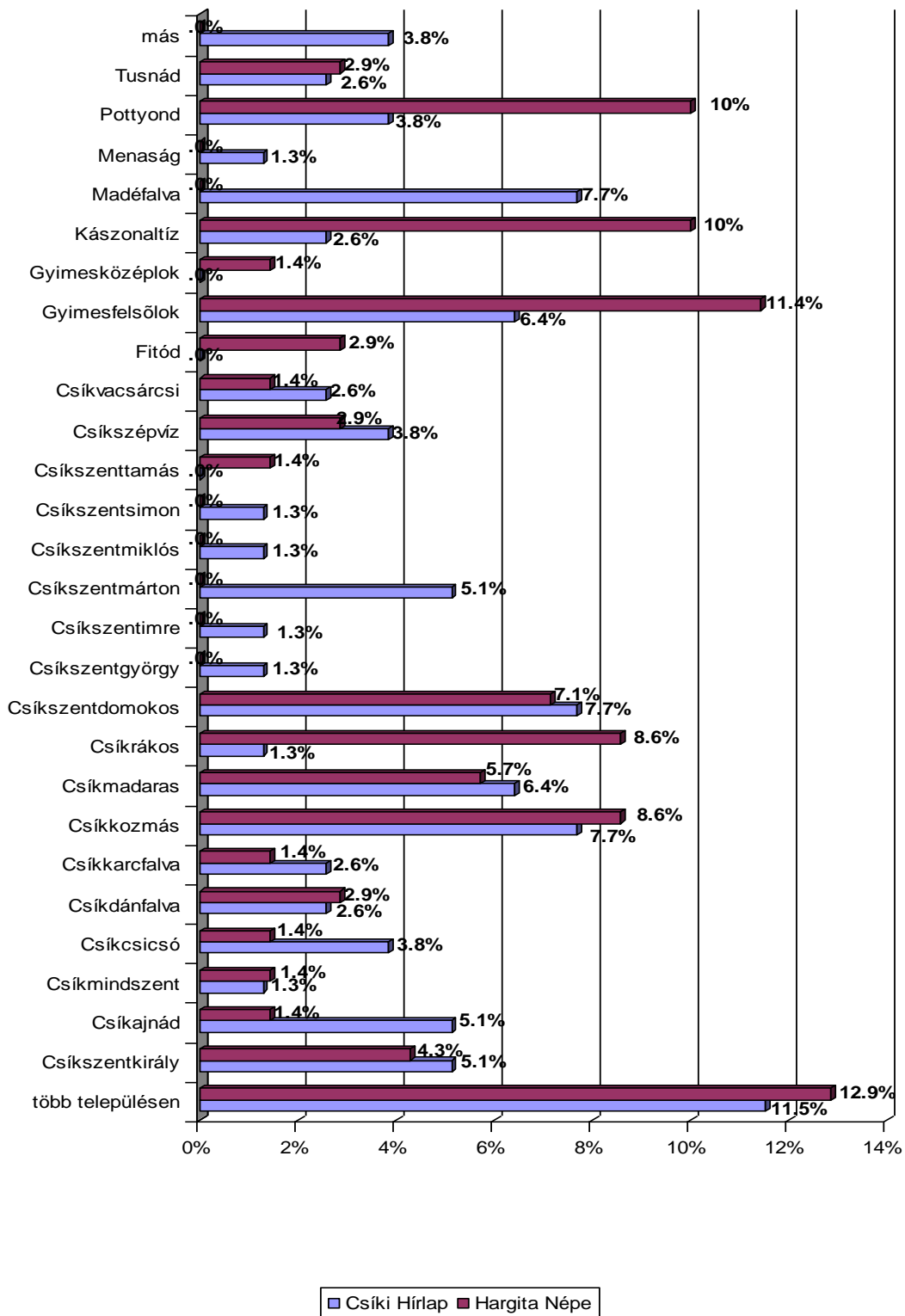
amelynek következtében kifeje is artikulálják az eseményeket. (ez kiderül a dolgozat korábbi fejezetében bemutatott kérdőíves felmérésem eredményeiből).



A vizsgált négy hónap alatt nem is történhet minden településen valami fontos, és a vizsgálat célja sem az, hogy erre kérdezzen rá. Ami az alábbi ábrából érdekes, az az, hogy ahol viszont történik valami, milyen érdeklődésre tart számot a sajtó részéről, másképp fogalmazva, tetten érhető-e valamiféle kiegyensúlyozott prezentáció, amely a sajtó és szervező közti kapcsolatról, az esemény fontosságáról, a település ismertségéről is szól. Alább látható, hogy vannak olyan települések, amelyeket a Hargita Népe többször említ, mint a másik lap. Vannak olyan települések, amelyekről a két lap hasonló arányban tudósít. És vannak olyan települések, amelyek csak a Csíki Hírlap tudósítására tartanak számot. Mindez ugyanúgy érvényes az eseményszervező oldalon is: feltételezhető, eleve a lapok egyikével ápolnak különlegesen jó kapcsolatot csupán.

Az, hogy egy eseményről hír megjelenik-e a sajtóban, több mindentől függ: a kapcsolat, a téma milyensége, az újságíró érdeklődése, a távolság, a szabad autó, egymásra szervezett események, mind mind közrejátszanak.

Település



A Hargita Népe adatait összehasonlítva látható, hogy nőtt a hátoldalon közölt információk száma, tehát több a hír, viszont a címlapon és harmadik oldalon közölt cikkek száma csökkent.

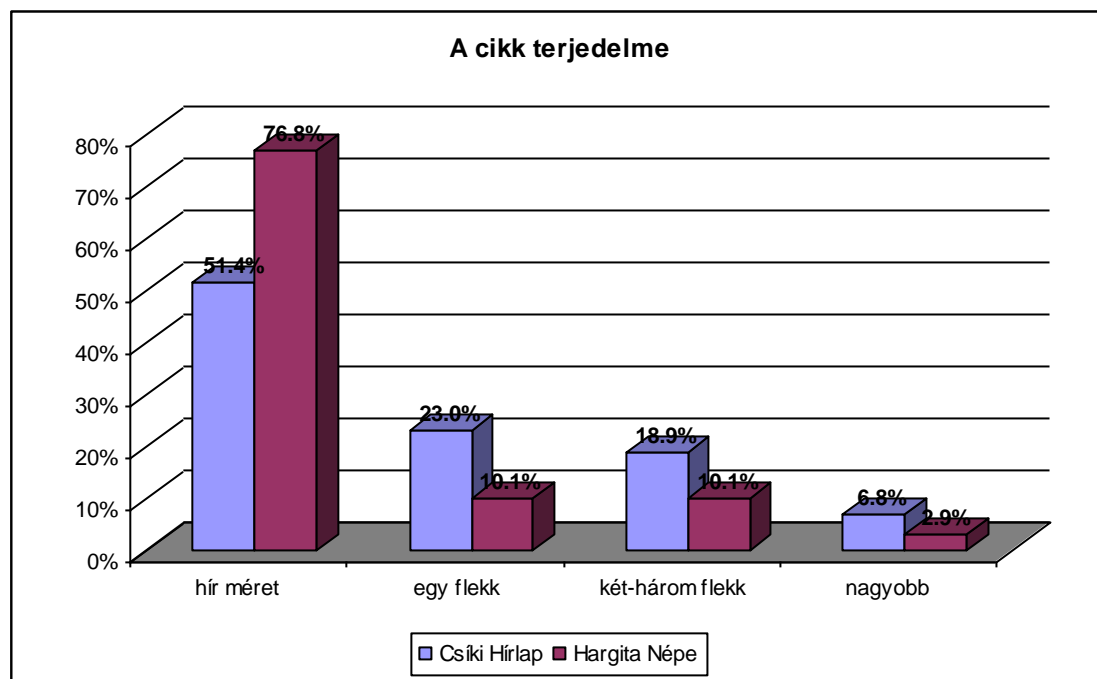
A vizsgált újságcikkek elhelyezésének összehasonlítása

| a cikk elhelyezése | százalékos megoszlás | százalékos megoszlás |
|--------------------|----------------------|----------------------|
| | 2005 | 2009 |
| címlap | 17,1 | 4,3 |
| harmadik oldal | 14,4 | 4 |
| hátoldal | 55,6 | 71,4 |
| máshol | 12,9 | 22,9 |
| összesen | 100 | 100 |

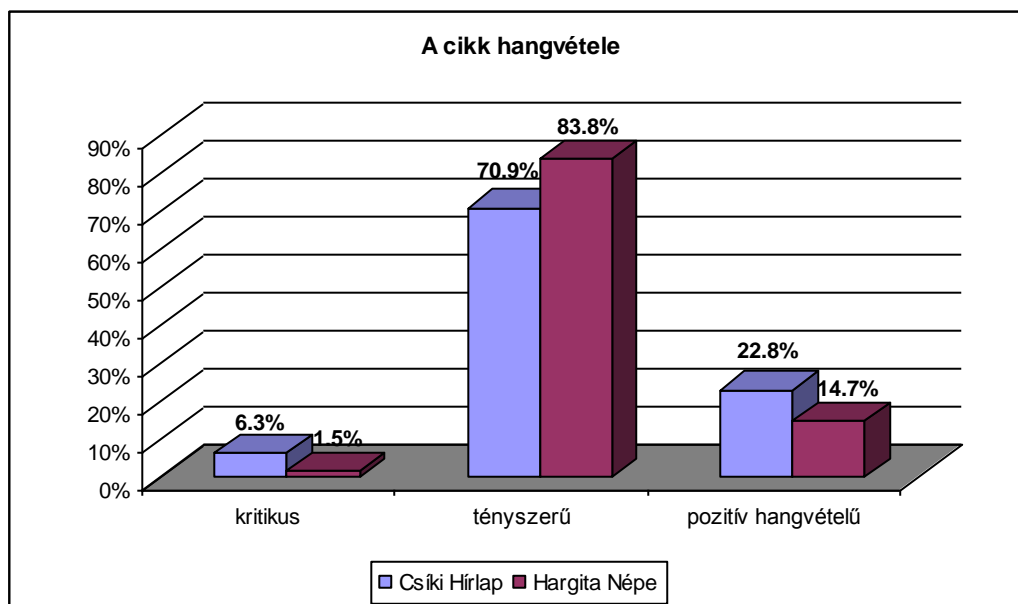
A szerkesztési elvek különbözők a lapoknál, de érdekes képet mutatnak egymással összehasonlítva. A Hargita Népe rendszeresen az utolsó oldalon közli a híreket, eseményeket, ide kerülnek a kulturális hírek. A “hátsó vagy utolsó oldal” a lapnak egy nagyon lényeges öröksége a rendszerváltás előtti időszakból, erre szocializálódtak az olvasók. (lásd Biró 1993, Magyarai 2003). A lap hétfői mellékletben foglalkozik kulturális témákkal. A “Műhely” hétfői művelődési melléklet igényes összeállítás a megyében történt kiemelkedő eseményekről, riport, portré, interjú műfajában, az újság művelődési témákért felelős újságírója szerkeszti. A Csíki Hírlap a Művelődés rovata két hét alatt öt oldalt jelentet meg. (felváltva egyik héten 2, másik héten 3). A rovatokban való megoszlást tekintve a Csíki Hírlap nagyobb rugalmassággal kezeli a kulturális témákat. Megjelennek a Magazin rovatban, Faluszerte, Aktuális, hírrovatban stb. Mindkét lap ad lehetőséget az interaktivitásra, a Hargita Népe a Levélbontás, a Csíki Hírlap az utolsó lapon megjelenő sms üzenetrovat (ez az rovat időközben kitermelt még egy hétfői Vélemény mellékletet) melyekben a megadott műfajok szerint az olvasónak lehetősége van hangot adni véleményének. Rovatok szerint a legnagyobb arányban a Hargita Népe említett hátoldalán, a szabadidő rovatban jelennek meg, hírek (27%), azt követi a Csíki Hírlap Aktuális (13%), Magazin (11%), Művelődés (11%) és Faluszerte rovatokai.

A Hargita Népe Műhely rovata elenyésző arányban közöl csíki, falusi eseményekről rá jellemzően alapos anyagot, ezt viszont az olvasói levelek rendszeres jelentkezése, a Levélbontás kárpótolja (4%).

Kulturális téma reklámokban a két újságból összesen 2,6%-köszön vissza és ugyanennyi az sms-ben véleményt nyilvánítók aránya is.



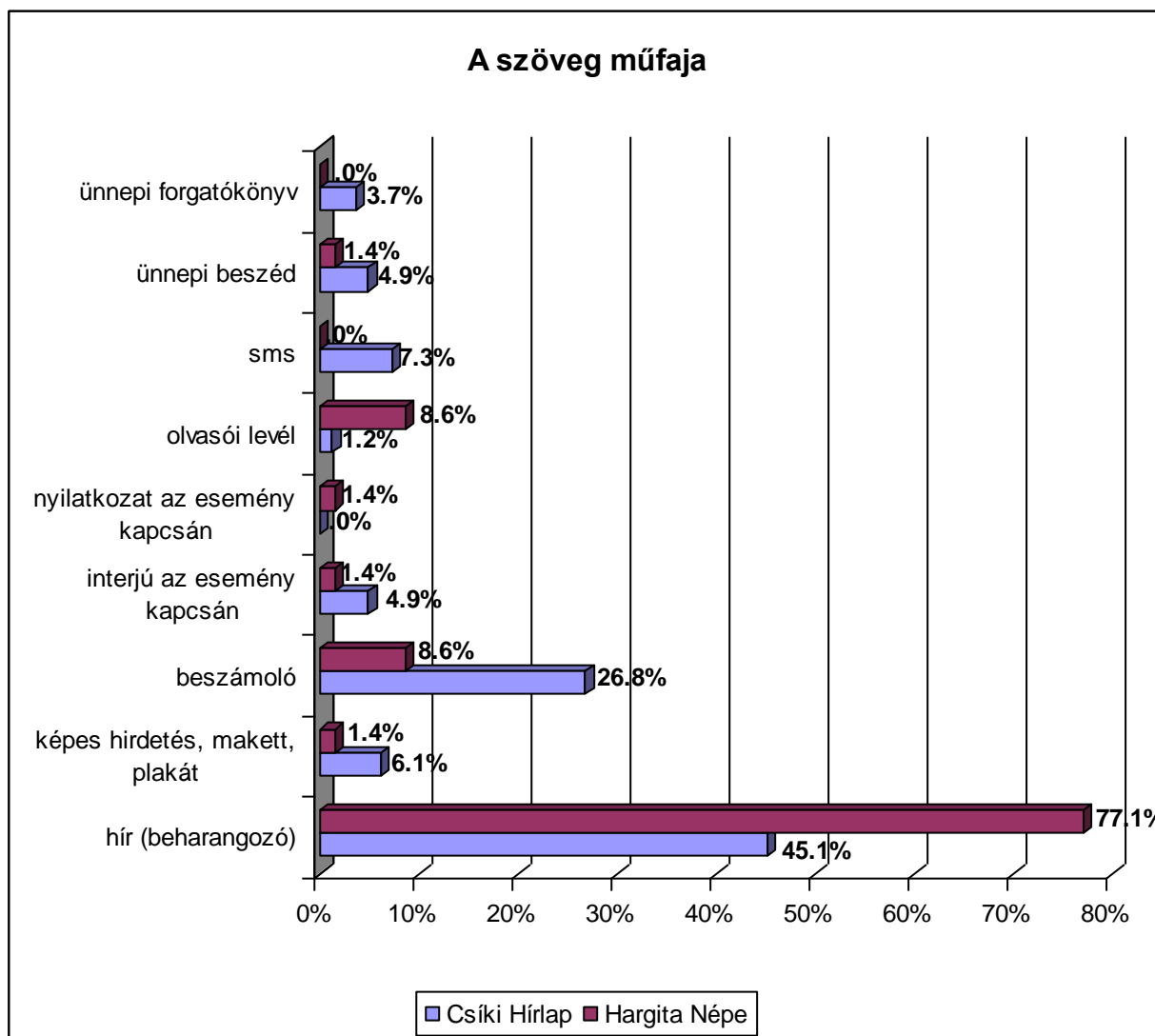
Az újságokban a vizsgált periódusban megjelenő szövegek közt a hírek dominálnak. Az összes szöveg több, mint fele hír a Csíki Hírlap esetében, és több, mint háromnegyede a Hargita Népe esetében. A Csíki Hírlap terjedelmesebben számol be, 1-3 flekk erejéig 42% arányban, míg a Hargita Népe-nél az összes cikk alig több, mint 20%-a terjedelmesebb. Az ennél is nagyobb lélegzetvételi szövegek igen ritkák, a Csíki Hírlap az összes alig 7%-a esetében közöl bővebben szöveget.



Abból kiindulva, hogy a kisebbségi sajtóra jellemző egyfajta önkorlátozás, amelyet Magyarai Tivadar "alternatív professzionalizmusnak", de aprofesszionista attitűdnek is nevez, kíváncsi voltam, hogy milyen arányban jelenik meg kritikus ill. pozitív hangvételű szöveg. Megállapítható, hogy legnagyobb arányban mindkét újság esetében a tényyszerű szövegek a jellemzők. A Hargita Népe alig kritikus, viszont a pozitív hangvétel is kisebb arányban jelentkezik az ő szövegeiben, mint a másik lapében. A Csiki Hírlapban megjelenő kritikai hang az sms rovatnak tudható be.

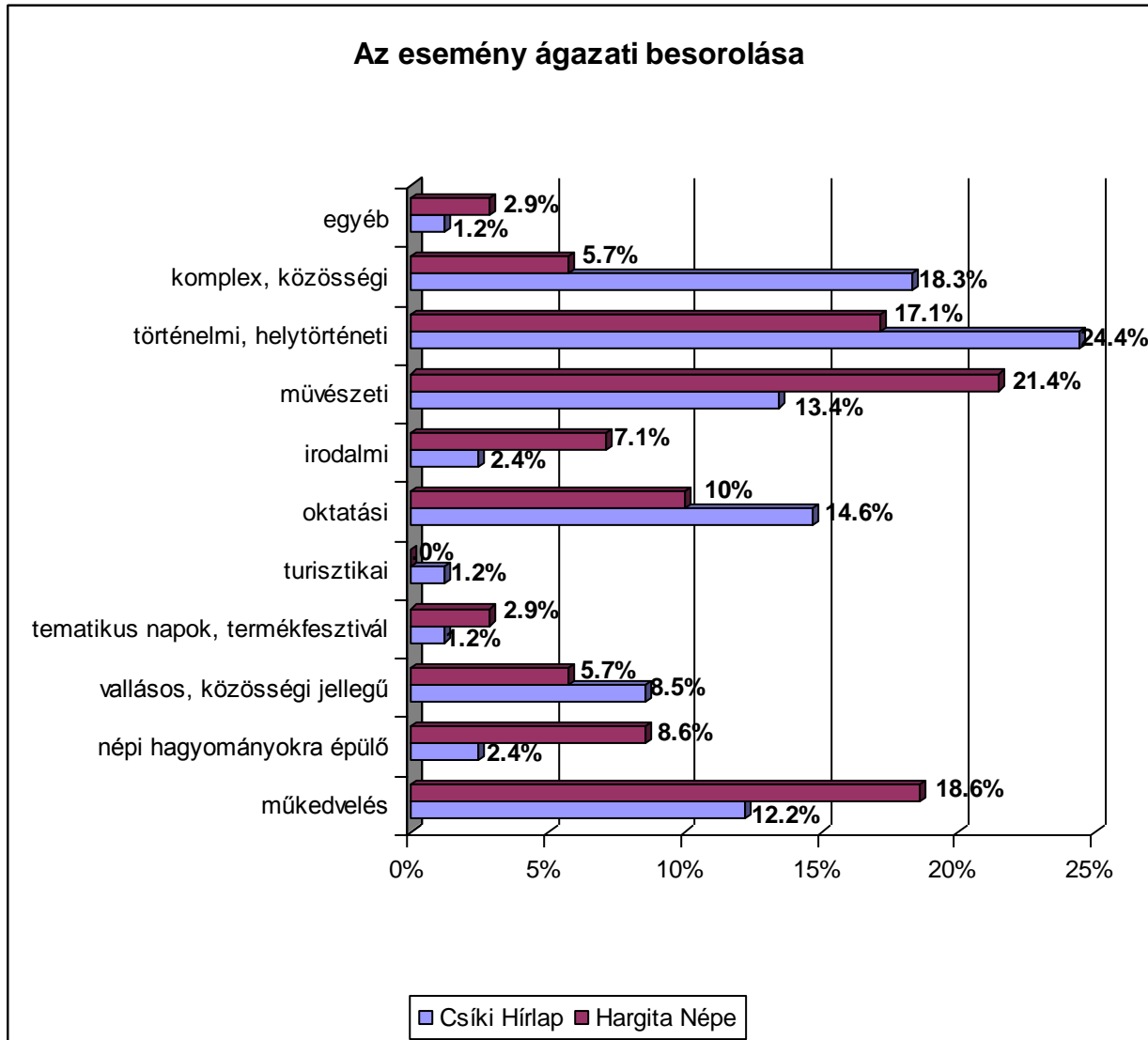
A Hargita Népében megjelent különböző műfajú cikkeket összehasonlítva azt látjuk, hogy nőtt a hírek száma, a beszámoló aránya is. Növekvő tendenciát mutat a hirdetések, felhívások, reklámok megjelenése.

| A cikk műfaja | 2005 | 2009 |
|--------------------|------|-------|
| hír (tájékoztatás) | 70,4 | 77, 1 |
| Beszámoló | 21,7 | 26,8 |
| olvasói levél | 4,4 | 8,6 |
| Interjú | 1,2 | 1,4 |
| hirdetés, felhívás | 0,4 | 1,4 |



A két lapot összehasonlítva látható, hogy a Hargita Népe gyakorlatában a hírmegjelenítés a hangsúlyosabb, de kisebb arányban tér vissza az eseményre. Az olvasói levelek aránya azt mutatja, hogy az újság nem igyekszik tudósítani a falusi eseményekről, így átengedi az önlegitimálás lehetőségét a helyi szervezőknek.

Az alábbi ábra azért lehet érdekes, mert rámutat a vizsgált időszak témáira, rendezvényeire, azt is látni lehet, hogy újságok szintjén melyik témával foglalkoznak többen. Látni lehet, hogy a helyi közösségeket érintő, helytörténeti kérdéseket feszegető, műkedvelést, vallásosságot tárgyaló témák a Csíki Hírlap asztala. Indulásakor is tett ígéretet a helytörténet kiemelt kezelésére a lap. A Hargita Népe továbbra is a művészeteket tematizálja.



Összegezve a helyi lapok eseménybemutatói gyakorlatát, azt láthatjuk, eseményközpontúak, rövid ideig, érzelmi telítettséggel és felszínesen foglalkoznak a témával. A társadalmi szereplők pedig ennek következtében úgy tekintenek egy adott intézmény működésére mint a tévéműsorra, és nem olyan közösségi tevékenységi formára, amely egyidőben az adott közösség működésének megjelenési módja is (Biró 2008) Ez a gyakorlat a térségi kulturális identitás erősödése ellen dolgozik, hiszen az esemény és társadalmi környezete funkcionálisan egyre jobban eltávolodik egymástól. Ez a folyamat rontja a feltételeit annak, hogy a térségben hatékony kultúragazdasági gyakorlat épülhessen ki.

A Csíki medence kulturális intézményeinek sajtókapcsolatai

Az előző fejezetekben áttekintettem és ismertettem a térség kulturális intézményeiről szóló kutatások eredményeit. Képet alkothattunk a lakosság kultúrafogyasztásáról. Történeti kontextusba helyezve próbáltam értelmezni a kulturális intézményrendszer változásait, a mai jelenségek mögöttes okait.

Az előzőekben már említett, de nagyon fontos megállapításra térek vissza: a KAM által végzett kapcsolatkultúra kutatás során kihangsúlyozott lokális beágyazottság ambivalens jelenségére. A kérdés az, hogyan fog a két egymásnak ellentmondó jelenség működni: a zömmel informális módon működő intézmények formalizálódásának ellenálló lokalitás, illetve a mindinkább külső kényszerként jelentkező intézményesülési elvárás.

Ennek a kérdésnek a megválaszolásához talán közelebb visz az a kérdőíves kutatás, amelyben a térség falusi kulturális szereplőinek a médiához való viszonyát vizsgálom. A kérdés körülményeiben megszerkesztett két kérdéskört tartalmaz: az első a médiatudatosságra kérdez rá, míg a második a kapcsolati kultúrára. A kapcsolati kultúra részben bizonyos kérdéseket megismétel a KAM korábbi hasonló célú kutatásából, összehasonlításképpen. Az általam vizsgált térség, a Csíki medence 24 községében 90 „kulturális szereplőt” azonosított a HMKK 2009-es felmérésében. Ezekből 80-at került a kutatási mintába, a közös bennük, hogy településükön kulturális események, rendezvények szervezésével foglalkoznak, polgármesteri hivatalok, falusi kultúrotthonok, civil szervezetek és be nem jegyzett csoportok vezetői vagy képviselői.

A 80 személynek elküldött online kérdőív két kérdéskört tartalmazott. A kérdőívet kitöltő 41 személy 60%-a férfi, a többi nő. A válaszadók legmagasabb befejezett iskolai végzettsége szerint a legtöbben felsőfokú képzésben részesültek (50 %), ezt követi a középfokú végzettség (47,5), csupán 2,5% rendelkezik alacsony fokú képzéssel. Foglalkozás szerint két típus ugrik ki, majdnem fele, 48, 7% alkalmazásban levő értelmiségi, valamivel több, mint negyede, 28,2 % pedig alkalmazásban levő vezető. Életkori kategóriák szerint a 36-55 év közötti korosztály dominál (46, 2%), közelít ehhez a 25-35 évesek aránya (40%), csupán 12, 8% az idősebbek aránya. A válaszok intézményi forma szerinti százalékos megoszlása: civil szervezetek 60,5%, azt követi 31,6%-al az önkormányzati, végül a kultúrotthonok, 7,9 % .

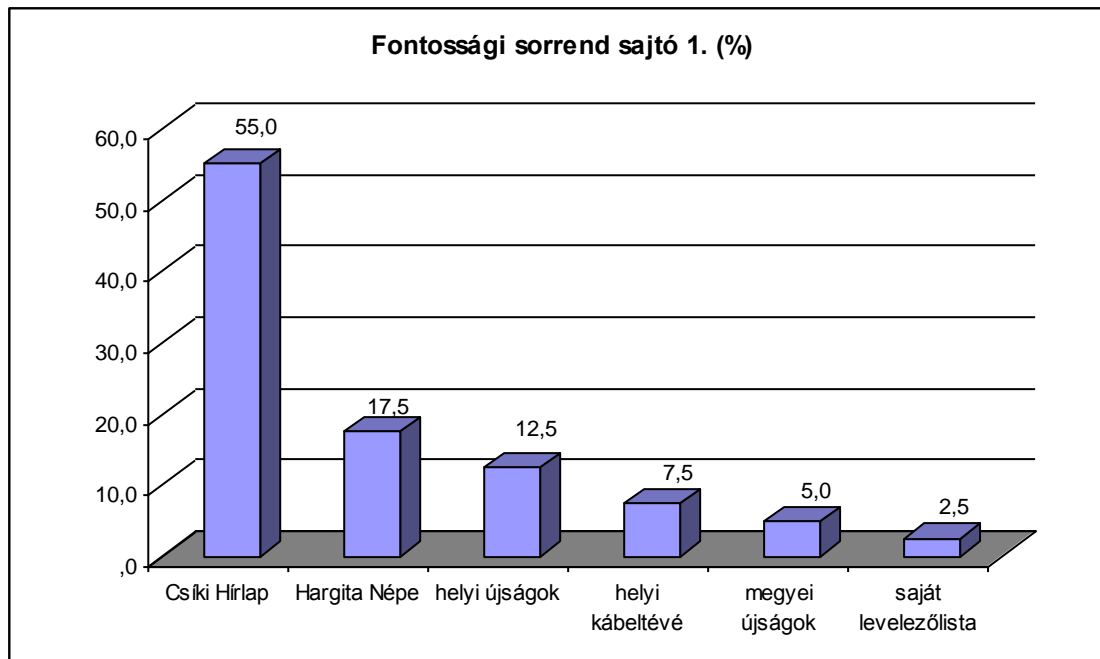
A válaszadók intézményben betöltött szerepe szerint 42% civil szervezeti vezető, 13,3% önkormányzati alkalmazott, 10,5% polgármester, 7% kultúrotthon igazgató, előfordul még kis

számban könyvtáros, igazgató, titkár, alpolgármester. Az intézmény székhelye szerint 72,5% községközpont, tevékenység gyakorisága szerint 70,7 % állandó működésű intézmény.

A lokális beágyozottság a kapcsolatok sajátos meglétének a jele. Minden kapcsolat valamilyen szinten feltételezi a benne levők identitásának artikulálását és kommunikálását. A médiával való kapcsolattartás, a médiához való viszony annak is fokmérője, hogy ezt mennyire ismerték fel a térség kulturális szereplői. A médiatudatosság alatt azt értem, hogy az illető intézmény felismerte, hogy a saját, lokális nyilvánosságon túl a nyilvánosság más színterei is fontosak lehetnek számára, és ezt ő is alakíthatja. Ugyanezt a problémát érzékelteti az egyik újságíró interjúalany, aki a vele kapcsolatba kerülő kulturális szereplőkkel kapcsolatban mondja:

„(Az eseményt) kifele nem tálalják, ők egy belső rendezvénynek tartják, viszont hogyha írsz róla, tehát megpróbálnak persze, felveszik a kapcsolatot, hogy gyere el, de nincs egy ilyen megfogalmazott stratégiájuk, hogy na most akkor én mit is akarok kezdeni azzal az újsággal. Viszont utólag jönnek és elmondják neked, hogy azért jó lett volna, hogyha erről írtál volna vagy arról írtál volna, érted-e?” (Sz. L.)

A médiatudatosságot, sajtókapcsolatokat vizsgáló kérdőív első kérdése arra kérte a válaszadót, hogy sorolja fel a szervezete és rendezvénye számára fontos médiumokat. A legkiemelkedőbb arányban, mint ahogy előre gondolni lehetett, egyöntetűen a Csíki Hírlapot jelölték. A 2006-ban indult térségi lap a Csíki medencére szabott kereskedelmi napilap, a Csíki medence 115 000 főnyi lakosságát 10-11000 példányban látja el friss lokális hírekkel. Másodikként a Hargita Népe megyei napilap szerepel. Ez megerősíti a már említett Pogányhavas kistérségben kapott médiafogyasztási eredményeket is.

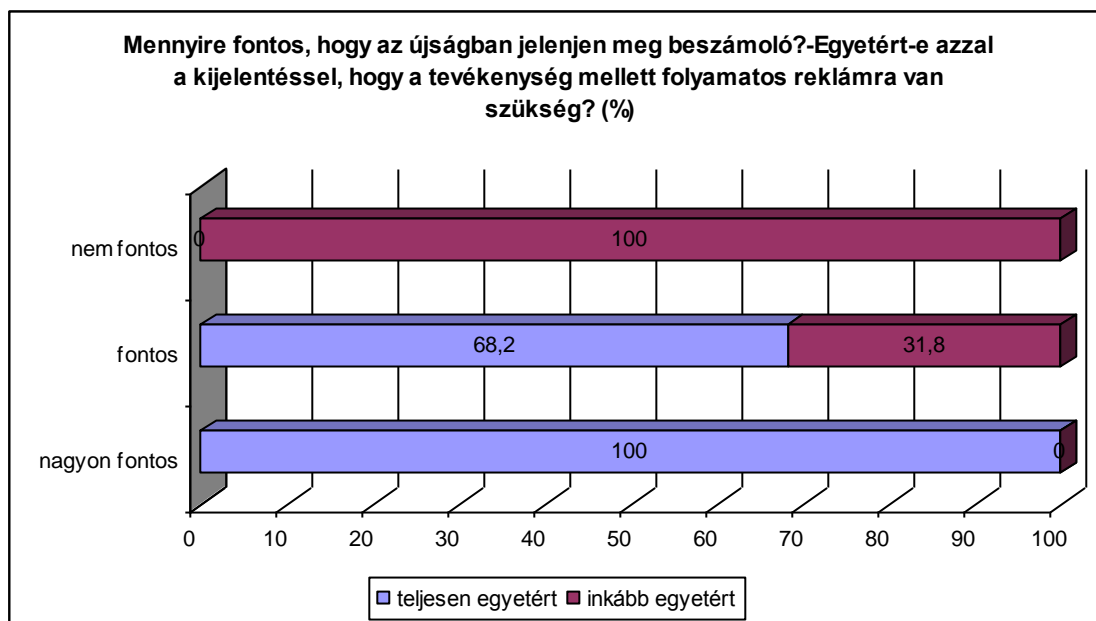


A fontossági sorrendet számba véve látható, hogy a térség legfontosabb lapja a Csíki Hírlap és a Hargita Népe. A válaszadók a helyi újságokat, helyi csatornákat, rádiókat, levelezőlistákat jelölik még, a harmadik fontossági sorrendben pedig kiemelten hangsúlyt kap a Marosvásárhelyi regionális magyar nyelvű rádióadó.

„A Csíki Hírlapra fizetek elő, a többi újságot az interneten el tudom olvasni. De azért az az egy újság, az kell, hogy elolvassam, a többi... a maszol, honline, ... Mindig nyitott füllel vagyok otthon: a Kossuth rádióban reggel meghallgatom fél hatkor a határok nélkült, aztán a vásárhelyi és a bukaresti magyar adást.” (Sz. M.)

Arra a kérdésre, hogy a mennyire fontos a szervezete, rendezvénye szempontjából a helyi sajtóban való megjelenés, csupán a válaszadók 2,4 százaléka mondta azt, hogy nem fontos, fele – fele arányban pedig a nagyon fontosnak illetve fontosnak (10% -al több eltéréssel) tartják. Az eredmények alapján megállapítható, hogy azok, akik nagyon fontosnak tartják, hogy beszámoló jelenjen meg a sajtóban a rendezvényükről, azok fele minden rendezvény esetében tartja a kapcsolatot a helyi sajtóval, azok, akik fontosnak tartják, azoknak több mint fele (54,5%) a nagyobb rendezvények esetében tartják a kapcsolatot a helyi sajtóval.

Azok, akik nagyon fontosnak tartják, hogy az újságban jelenjen meg beszámoló a rendezvényeikről, azok mindegyike (100%) teljesen egyetért azzal a kijelentéssel, hogy a tevékenység mellett folyamatos reklámra van szükség, azok pedig, akik fontosnak tartják, azoknak 68,2%-a teljesen egyetért a reklámozás szükségességével.



De miért is fontos benne lenni az újságban? Az események közül melyik lesz az, amely nyomdafestéket lát, másképpen: mi alakítja a helyi témameghatározást? Ha szabad parafrázálni Geertzet, akkor azt mondanám, hogy ha a lokális sajtó működését megróbáljuk modellezni, olyan elemei volnának a modellnek, mint sűrű leírás és sűrű olvasás (befogadás). Az újságíró is úgy látja, hogy „a sajtóban való szereplés ma már nagyon sok intézmény számára szükséges. Meglehet, hogy szükséges rossz, de szükséges. Ha nem hallat magáról egy intézmény, ha nem közelít a sajtón keresztül a lakossághoz, akkor szinte nem is létezik. Mert nem fognak róla beszélni, nem fogják tudni, milyen tevékenység zajlik a falai közt, és az rosszabb a sajtóval való dőcögő kapcsolattartásnál is.” (A.I.)

A sajtóval szemben négy magatartástípus írható le, ezek mindegyike értelmezhető a lokalitásból adódó sűrűségéből.

1. Egyfajta tartózkodó magatartás okán a szervező várja, hogy a sajtó felfedezze. A helyi szervezőt legitimáló szerepe világos, viszont a helyi közösség megítélésében az öndicséret látszatát kerülni kell.

„A sajtó fontosságát mondjuk a tanfolyam folyamán, amit végeztünk, úgy értettem meg, hogy mennyire fontos. A valóság az, hogy kisebb dologból is a sajtó komolyabbá tudja tenni az egészet, ereje, hatalma van. Meggyőződésem, hogy nagyon fontos. Azonba van egy olyan, hogy de: van az emberbe egy olyan érzés, ami visszatart: nem akarok dicsekedni, ezért nem erőltetem, hogy én hívjam meg az újságírót. Nem is azt kéne megírja az újságíró, hogy én mit csináltam. Amit csináltam az nem magamért van, az fog kelleni az utódoknak. Ha odajön a sajtó, én nagyon szívesen szóbaállok.” (M.GY.)

Az újságíró szintén találkozik ezzel az attitűddel. Azt lehet látni, hogy a két fél kétféleképpen gondolkodik, nem ismerik vagy nem érzékelik a különböző logikák mentén működő rendszerek közti eltérést. Mindkét fél érdeke természetesen a hír megjelentetése, de másképpen. Abból, hogy az újságírók gyakran arra utalnak, hogy sok a rendezvény, a szorosán egymás után vagy akár egymásra szervezett esemény, van miből válogatni, kiderül, hogy igazán az eseményszervezőnek az érdeke az események mediatisálásának versenyéből nyertesén kikerülni. „Mindenkinek névjegykártyát adtam, hogy ha valamit szervez, akkor küldje el nekem, tehát az információt, hogy ekkor ez s az lesz és a beérkező információk alapján döntöm el persze, hogy mit írok, tehát eseménycentrikus vagyok inkább (...) Volt olyan, aki azt szerette volna, hogy minden nap felhívom (a falu nevét mondja) és megkérdezem, hogy valamit szerveznek-e, na de ez lehetetlen egy újságírónak. Volt ilyen is, hogy felhívott...A rendezvény már a második napja zajlott és akkor második nap engem felhívott, hogy miért nem jövünk ki, hát már két napja itt van. És ezt úgy, hogy nem küldtek előtte hírt.” (Sz. L.) Ide sorolnám még azokat az eseteket, amikor az újságíró hivatlanul kopog be egy téma kapcsán. Az is lehet, hogy ”felfedezte” az intézményt, eseményt, de megtörténhet, hogy negatív vagy kellemetlen oldalról közelít. Megtörténhetne, de nem szokott. Arról számolnak be a kutatások is, hogy itt a tabusító és a pozitívan értékelő kisebbségi médialogika lép érvénybe, amint Papp Z. Attila a romániai magyar újságírotársadalmat vizsgálva megállapította. (Papp Z. 2005)

2. A másik magatartás, a sajtó elébe menni, alaposan informálni, aztán rábízni, hogy mi lesz. „Az biztos, hogy hírt kell adni, ha valamit csinálsz. Nem vagyok tolaodó, inkább megadom a szervezés módját. A szervezést jól elő kell készíteni, mert ha nem, ügyet sem vetnek.(...) A közösség a mindenem, nem is tudom azt elképzelni, hogy másnak nem az. A nyilvánosság aztán visszahat pozitívan, közösségépítő hatású.” (Sz. M.)

3. A harmadik magatartási típus a tolakodó, számonkérő. Itt közrejátszik a személyes kapcsolat, esetleg közös származási hely, valamiféle közös hivatkozási alap. „Jaj és még van egy ilyen érdekes, tehát tendencia, hogy néha úgy érzi az ember, hogy akarják iratni az újságot vele.” (Sz.L.) Helyi újságírónak lenni „negatívummal is jár: minden apró esemény szervezője igényt tart a sajtó jelenlétére, a sajtóvisszhangra, és kellemetlen a magyarázkodás, ha egy-egy téma megírása nem indokolt pl. a megyei lap esetében. Mégis fölkeresi az újságírót, számon kéri, miért nem jelent meg a rendezvénye a lapban, így a sértődöttséggel vagy elégedetlenséggel való találkozás is benne van ezekben a helyi újságírók szerepeiben. Minél nagyobb régiót fed le egy orgánium, annál inkább belátással van az esemény szervezője, hogy nem feltétlenül jár neki a nyilvánosság.” (A.I.)

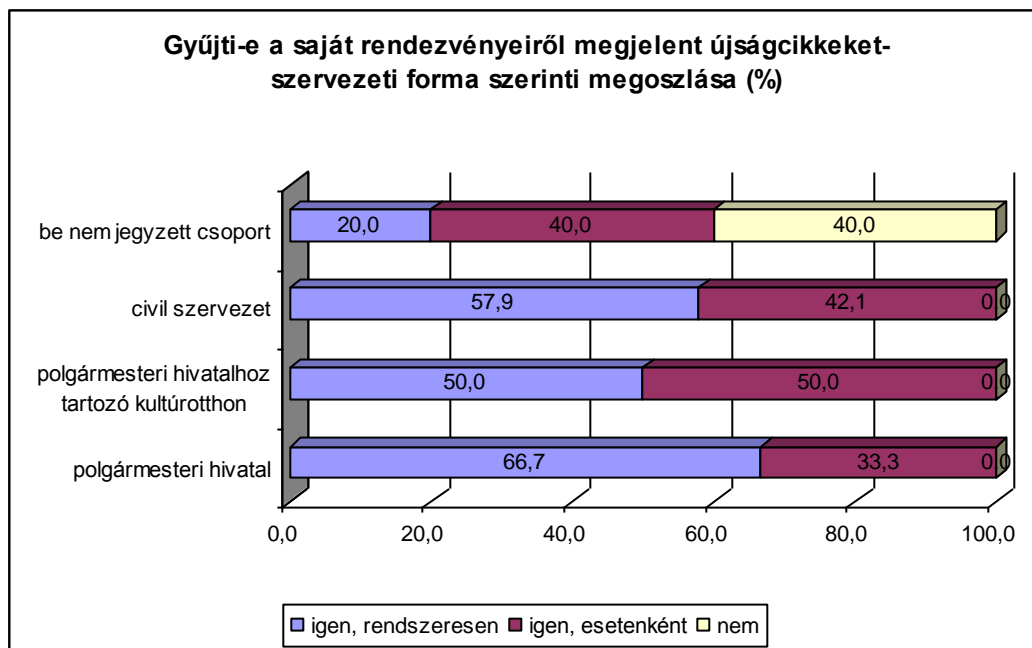
4. A negyedik, amikor az olvasó maga kerül az író szerepbe, erre két mód is van a vizsgált lapok esetében: az olvasói levél a Hargita Népe Levélbontás című rovatában, a Csíki Hírlap hátoldalán a napi sms-rovat és a hétvégi Vélemény rovat (most csak a nyomtatott változatokat említem, mert azt olvassák többen, de tudni kell, hogy az online változatok interaktív lehetőségei adottak és elég „sűrűn” használtak, erre még később visszatérek.) „Sokan olvassák a Csíki Hírlapot az sms miatt, de név nélkül szerintem nem hiteles. Hátral megnézik, hogy van-e valami a faluról? Lényegében ez a borítékbontásnak egy másik formája. Én is írtam már be sms-t de csak a nevemmel.”(Sz. M)

Összegzésképpen: „Személye válogatja, hogy a sajtóval mit kezd. Van aki él vele, van aki nem. Van aki túlságosan meg akar jelenni, s akkor az újságíró felteszi a kérdést, hogy valóban a falunak szervezi-e azt az eseményt? Mert sokan rád akarják tukmálni magukat. Mi általában pozitívan viszonyulunk. Próbálunk elmenni, de sokszor eszükbe sem jut meghívni. Vagy nincs autó. Sokszor esetleges, hogy mit írunk meg, de a személyes kapcsolatokon sok múlik.” (D.K.)

Napi tapasztalat, hogy a helyi lakosság, főleg, ha településükről valaminek kapcsán cikk jelenik az újságban, kitüntetett figyelemmel bánik az újsággal és a hírrel: érdeklődve figyelik, átbeszélnek, kölcsönadják, ünnepélyesen elteszik. A szervezőnek hatványozottan fontos: egy jól megírt újságcikk megerősítheti a pozícióját a helyi közösségben, egy újságcikk visszajelent, legitimál, értékkel, különösen, ha az érintettség okán kitüntetett figyelem övezi a hírt, a szervezőt, a települést és általa a lakókat. „Hát nem tudom, hogy hogy használják. Általában az a tapasztalat, magát az olvasási folyamatot azt nem mértem, de mindenesetre nagyon becsülik. Tehát hogyha megjelenik valami róluk, akkor azt nagyon becsülik és általában az újságot

félreteszik vagy bejönnek a szerkesztőségbe és kérnek több példányt és az ismerősöknek elviszik, tehát nagy becsben tartják.” (Sz. L.)

A kérdőívre adott válaszok alapján is elmondható, hogy az újságcikkekhez ragaszkodnak: több, mint felük rendszeresen gyűjti a rendezvényeiről, szervezetéről megjelent újságcikkeket, közel annyian esetenként gyűjtik, és még azok is, akik különben nem tartják a kapcsolatot az újságírókkal, hiszen csupán a válaszadók 5% nem teszi félre a cikkeket. A rendezvényekről megjelent újságcikkek gyűjtése különbözik intézményi szerkezeti forma szerint, az önkormányzatok több mint fele (66,7%), a civilek kevéssel több mint fele (57,9%), a kulturházak fele (50%) rendszeresen gyűjti a rendezvényeiről megjelent újságcikkeket.



Kérdés volt számomra, hogy a szervező és az újságíró agendája mennyiben tér el egymástól? A kérdőív azon kérdésére, hogy elégedett-e a rendezvényeivel kapcsolatos újságcikkekkel, senki nem felelte, hogy nem, legfennebb azt, hogy nincs, nem is jelenik meg (közel 10%). A megkérdezettek 53,7%-a részben elégedett, 36,6 százaléka meg elégedett. Az újságírók gyakran említik, hogy visszajelzéseikben a szervezők elégedetlenek, a pontatlanságok, félrehallások előfordulása miatt, bármilyen kritika érzékenyen érinti őket, és gyakran mást tartottak volna fontosnak kiemelni az eseményből. Egyes újságírók azon bosszankodnak, hogy van intézmény, amely nem akar hallani újságírói véleményről, csupán a saját maga által megfogalmazott „pr

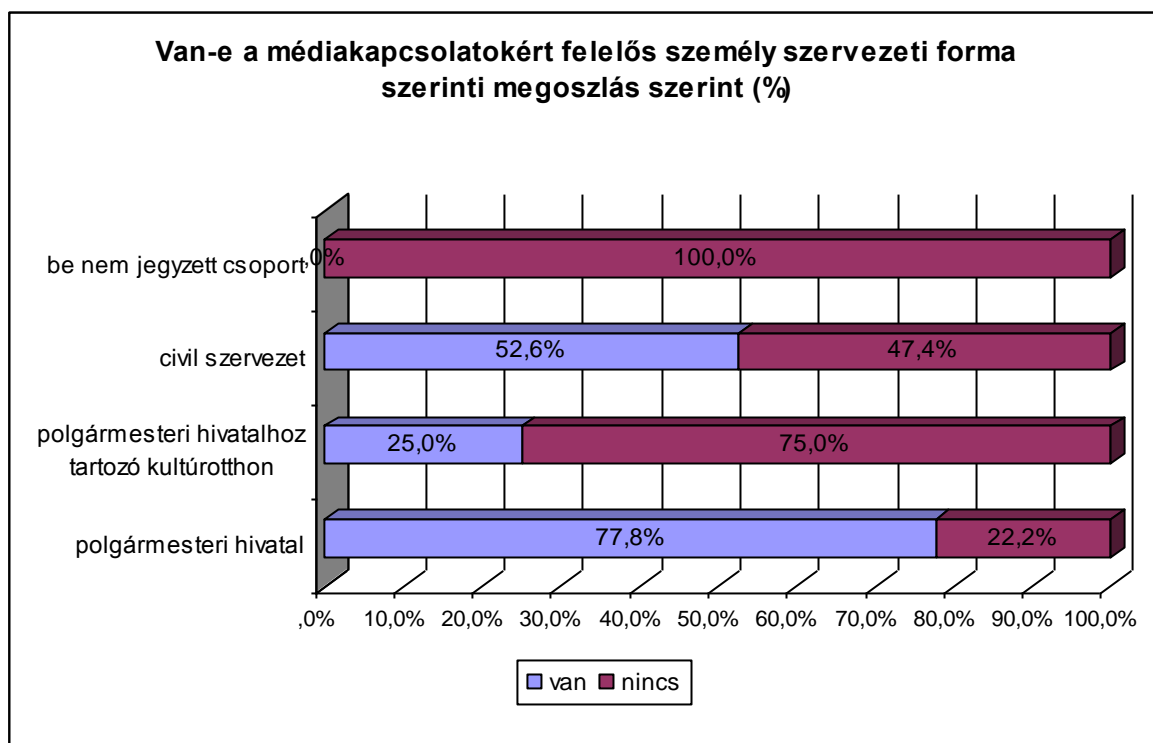
szöveget” szeretné nyilvánosságra hozni. Másrészt bejáratott gyakorlat, hogy a szervezők előkészített, gondosan megfogalmazott szövegeit szívesen veszik, mert könnyít a napi munkán, illetve csökkenti a tévedési lehetőségeket. A kevésbé formalizált és falusi intézmények elégedettebbek. Az alábbi részletben az interjúalany arra a kérdésre válaszol, hogy szerinte hogyan olvassák az eseményszervezők az újságot, és mennyire elégedettek. „Csak és kizárólag a maguk rendezvényére fókuszálnak. Hogy hányszor, mikor jelent meg a beharangozó, illetve mi hiányzott a beszámolóból. Az a szomorú tapasztalatom, hogy a tetszetős tálalást sokszor előbbre helyezik a tartalmában többet mondó cikknél. Volt olyan esemény, (...) ami a két napilapban más és más visszhangot kapott. Hiába volt tartalmasabb a beszámoló, a másik napilappal példázódott az esemény szervezője, mert abban nagyobb, színesebb, szóval tetszetősebb volt a fénykép, a szöveg hiányosságai elsikkadtak a szép tálalás mellett. Szerencsére olyan eseményszervező is van, aki ismeri a lap struktúráját, sokszor még szerkesztési elképzelései is vannak, a tartalomról nem is beszélve. És nem lenne ilyen szakszerű rálátása, ha nem ismerné, nem olvasná a lapot. Úgyhogy szervezője válogatja, ki hogyan olvas újságot.” (A.I.)

Az újságírók világosan érzékelik, hogy a rendezvényszervezők között van, aki ismeri a média rendszerének működését, és van, aki kevésbé. Kérdés, hogy a sajtó mennyire ismeri fel a másik oldal működésének törvényszerűségeit? Ezt az egyik újságíró is megfogalmazta: „A megjelenítési gyakorlatot elemezve kitűnik, hogy a lapok nem rendelkeznek sem programmal, sem koncepcióval e témákkal kapcsolatban, a megjelenítés többnyire ad-hoc jellegű, az jelenik meg a lapban, amit készen kapnak, amibe belebotlottak, vagy amihez valamelyik újságírónak érdeke fűződik. Így jelentős események sikkadnak el sajtónyilvánosság nélkül, ugyanakkor kétes értékű rendezvények kapnak nagy sajtónyilvánosságot.” (S.I.)

Érdekes lenne megtudni, hogy mióta szerepel a médiakapcsolat a munkaköri leírásokban, de az bizonyos, hogy az elmúlt évtizedben igencsak elterjedt a térségben is. Az első pályázati tapasztalatokkal kezdődhetett, amikor is a mediatizálással el kellett számolni. A korábban intézményvezetői feladatként felfogott tevékenység egyre inkább önállósodik, ezt a kérdőívre adott válaszok is visszaigazolják.

Az intézmények 46,3 százalékában van médiakapcsolatokért felelős személy, ez több, mint amennyi feltételezhető volt, ugyanilyen arányban minden rendezvény szervezésekor kapcsolatot tartanak a sajtóval. Ugyanennyi azok száma, akik csak a nagyobb események alkalmából tartják a sajtóval a kapcsolatot, a válaszadók 12,2 %-a pedig nem tart kapcsolatot a sajtóval.

A kultúrházak esetében a válaszadók több mint fele (62,5%) minden rendezvény esetében kapcsolatot tart a helyi sajtó képviselőivel. Összefüggés van a szervezeti forma és aközött, hogy van-e a médiakapcsolatokért felelős személy az intézményben/szervezetben. A válaszadó önkormányzatok több mint háromnegyedénél (77,8%) van médiakapcsolatokért felelős személy, a civil szervezetek több mint felénél (52,6%) szintén.



Azok az intézmények, ahol van médiakapcsolatokért felelős személy gyakrabban küldenek sajtóközleményt a szerkesztőségekbe, gyakrabban, havonta (18%) illetve évente (82,4%) tartják a kapcsolatot az újságírókkal és gyakrabban, havonta (23,5%) illetve évente (76,5%), tartják telefonon a kapcsolatot az újságírókkal. Elmondható, hogy ez a feladat beépül az intézmények tevékenységébe, és bár nem kiemelkedő, úgy tekinthető, mint egy alap az intézményi imázs alakításához.

A kérdőívben vizsgált intézmények közül sajtótájékoztatót legtöbb intézmény nem tart. Évente többször egyötödük, és annál kevesebben évente egyszer. A leginkább bevett gyakorlat a meghívók, sajtóközlemény, hírlevél küldése a szerkesztőségekbe, vagy levelezőlistákra, az kb. a felénél többre jellemző.

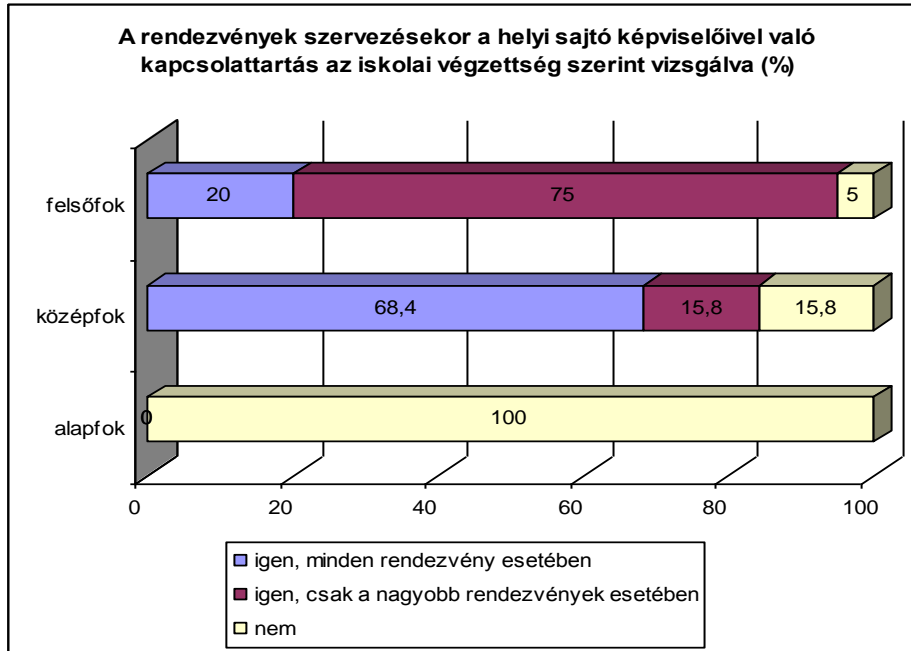
Az önkormányzatok járnak elől ezen a téren, több mint felük (62,5%) évente többször is szervez sajtótájékoztatót a rendezvényei kapcsán.

Érdekelt az újságírókkal való kapcsolattartás módja is. Kisebb térségben, kisebbségben feltételezhetően sűrűsödik a helyi kulturális szereplő és a helyi újságíró viszonya. A várakozás ellenére az újságíróval való személyes kapcsolattartás majdnem ugyanannyi, mint a telefonos: évente többször a válaszadók jóval több, mint fele, és 20% körüli azok száma, akik nem tartják a kapcsolatot az újságírókkal.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy az önkormányzatnál tevékenykedő válaszadók kétharmada (66,7%) évente többször szervez sajtótájékoztatót rendezvényei kapcsán, civil szervezetek több mint háromnegyede (75,6%) ennél ritkábban, a kultúrigazgatók kétharmada (66,7%) szintén ritkábban szervez sajtótájékoztatót.

A kisebbségi média egyik jellegzetessége, hogy olyan híreket hoz, amit már mindenki tud - állítják a témával foglalkozó kutatók. Valóban, azok a rendezvények, amelyek a helyi közösséget érintik és érdeklik elsősorban, nem is kellene föltétlenül számot tartsanak a nyilvánosságra. A fenti válaszokból az derül ki, hogy világos, hogy a médiának több a szerepe, mint informálni, az üzenet átadásánál több történik. Elsősorban legitimizál. Ha megkérdezzük a rendezvény utáni cikknek milyen hatása volt a településen, mindenki pozitívan nyilatkozik. „A cikk megjelenése után sokan gratuláltak, megállítottak, hogy olvasták, s jelezték, hogy vasárnap a mise után legyen nyitva, mert bejönnének megnézni.”(M.GY.)

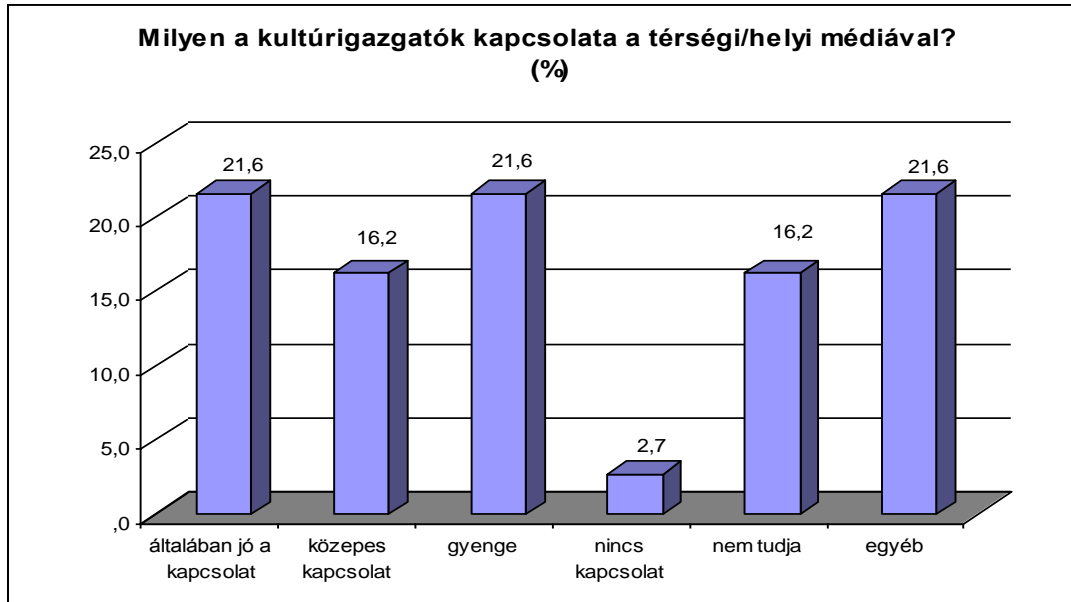
Érdekelt, hogy a rendezvények szervezésekor a sajtóval való kapcsolattartás és az iskolai végzettség között milyen összefüggés van. A felsőfokú iskolai végzettséggel rendelkezők háromnegyede (75%) csak a nagyobb rendezvények esetében tartja a kapcsolatot a helyi sajtóval, a középfokú iskolai végzettséggel rendelkezők több mint kétharmada (68,4%) minden rendezvény esetében kapcsolatot tart a sajtó képviselőivel.



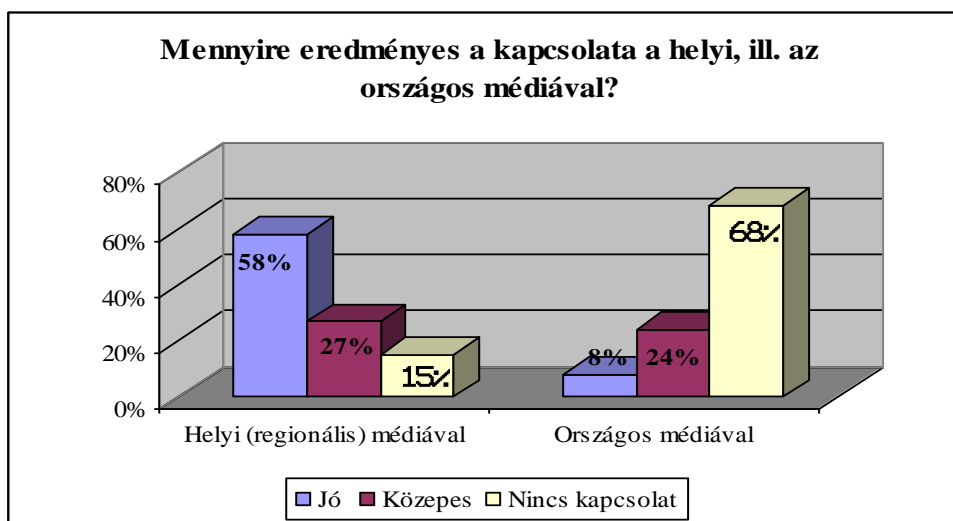
Végezetül nyílt kérdés formájában kérdezett rá a kérdőív arra, hogy mit gondolnak, milyen a helyi önkormányzatok, kultúrotthonok és civil szervezetek kapcsolata a helyi médiával?

A kapott eredmények fényében azt mondhatjuk, hogy az összes megkérdezett a polgármesteri hivatal tartja a legjobb kapcsolattartónak, azt követik a civilek, majd a kultúrotthon. Meg kell figyelni, hogy a civilek esetében úgy fogalmaznak, hogy rendszeres, jó kapcsolatuk van, a polgármesteri hivatal általában jó megnevezéssel szemben. A helyi közigazgatással kapcsolatban megjelenik a média és a politika kapcsolatára való utalás.

A kultúrotthonok médiakapcsolatairól a válaszadókban egyértelműen az a kép él, hogy főleg közepes és gyenge kapcsolatokat ápol a médiával. Ezt a benyomást erősíti az is, hogy nagy arányban szerepel a „nem tudja” válasz. Ez azt jelzi, hogy a polgármesteri hivatalokhoz tartozó intézmények nem mutatkoznak meg markánsan, legalábbis a településeiken működő többi kulturális szereplő nem érzékeli. Mindenképpen tetten lehet érní a kultúrotthonok jelentéktelenedést. Ez nem jelenti azt, hogy a közösségben nem töltik be azokat a szerepeket, amelyeket a helyi közösség szán neki. A rendszerváltást követően veszített a presztízséből, és úgy tűnik, hogy a civil szervezetek dinamikusabban jelentkeznek.



A civil szférára vonatkozó válaszok szerint a médiával rendszeres, jó kapcsolata a válaszadók 31 százaléka szerint, közepes a válaszadók 14%-a szerint. A válaszadók megjegyzik, hogy a nagyobbaké jó, a kisebbeké gyenge, de kiemelten, többször jelzik, hogy fontos a kapcsolattartás. Az előző oldalakon már ismertetett kapcsolati kultúra kutatás a médiával való kapcsolat tekintetében is lokális beágyazottságról beszél: a rendezvényekről, tevékenységről, az intézmény létezéséről a helyi vagy regionális média szerez tudomást. Az intézmények túlnyomó többsége kapcsolatban áll (85%), és ennek kétharmada jónak minősítette ezt a kapcsolatot. Az országos médiával való kapcsolattartásról kiderül, hogy egynegyedük közepesnek ítéli, de az intézmények legnagyobb része a egyáltalán nincs kapcsolatban velük.



Forrás: KAM 2006

Joggal tevődik fel a kérdés, hogy a helyi híreknek meddig tart a nyilvánosságban a hírértéke, a mikronyilvánoságból a mezonnyilvánosságba mitől lesz helye? Itt utalni kell a kisebbségi léthelyzetre, és az ebből adódó anyanyelvű országos intézményi struktúrákra, például a romániai magyar társadalom makronyilvánosságára. (Erről részletesebben a média fejezetnél). Röviden azt mondhatjuk, hogy országos lefedés struktúrája létezik (napilapok, rádió, tévéműsor, lokális hírek fogadására nyitott web portálok), az országos nyilvánosság kiépülése helyett a lokális média megerősödését tapasztaljuk.

Úgy tűnik, hogy a lokális médiával kiépülnek a kapcsolatok, az beszippantja a helyi híreket, kisebbeket nagyobbakat egyaránt (legfennebb online változata lesz elérhetőbb, hogy kinek, ezt érdekes volna vizsgálni). Az országos média ha hírt ad, akkor véletlenszerűen teszi, láthatóan nincsenek eszközeik és módszertanaik ahhoz, hogy programszerűen és szisztematikusan elérjék a helyi kulturális intézményeket és programjaikat, utóbbiak pedig – kevés kivételtől eltekintve – nem találják meg az országos médiához a kommunikációs csatornákat. (KAM 2006)

A KAM által végzett kutatás arra a következtetésre jut, hogy az egymásra találás érdekében a kulturális intézményeknek kellene lépni, de ezt valamilyen oknál fogva nem tudják megtenni és/vagy egyelőre nem tartják fontosnak.

Összehasonlítva az általam végzett kérdőíves felmérés eredményeivel a KAM kapcsolati kultúra kutatási eredményeit, pozitív elmozdulást lehet megállapítani. A helyi médiával való kapcsolattartásra 78%-ban mondták azt, hogy eredményes, ez 20%-al több, mint az 5 évvel ezelőtti elvégzett kapcsolati kultúra kutatás, s míg akkor 15%-uk nem rendelkezett kapcsolattal a helyi médiával, addig itt csupán 2% az arány. Egyértelműen megállapítható, hogy a szervezetek lassan felismerik a média, és ezen belül a makronyilvánosság szerepét. Míg a KAM kapcsolati felmérésénél az országos média 8%-ban volt elérhető a szervezeteknek, ez a csíki eredmények szerint 10%, növekedés tapasztalható, nőtt „a van, de gyenge” típusú kapcsolatok száma (24-ről 45-re), a nemleges válasz százalékos aránya pedig 68-ról 45-re csökkent.

A romániai román média elsősorban etnikai témák kapcsán foglalkozik a magyar kisebbséggel. A 2009-ben országos hírértéke volt annak, hogy az év egy bizonyos időszakában Harghita megyében rendezték ország szinten a legtöbb kulturális rendezvényt. A cikkek természetesen a költségekre, a közpénzek arányára és a vezetők felelősségére kérdeztek rá. A Csíki Hírlap újságírója így reagál erre¹⁸ „

¹⁸ Buli van Fesztiválmegyében, Csíki Hírlap, D.K. 2009. 09. 04

„Mert valóban, nálunkfelé a fúvóstalálkozóknak, a motorostalálkozóknak, a falu- és városnapoknak, a pityóka- és áfonyafesztiváloknak, szüreti báloknak se vége, se hossza. Hazavárjuk az idegenbe szakadtakat, meghívjuk a testvértelepülések küldötteit, s mindent lehetőleg nyárra tervezünk, még akkor is, ha egyébként a falu legjelentősebb hagyományos ünnepe, mondjuk, őszre esne. Szóval fesztiválózunk – természetesen általában közpénzből (hogy milyen ötletesen és változatosan, arra most hadd ne térjek ki). ...Már csak az a kérdés, hogy hol vannak? Mert a turisták számának tekintetében valahogy mégsem vezetjük a hazai statisztikákat....,,

Arra kérdésre, hogy sokallja-e a kulturális rendezvényeket, a Hargita Népe újságírója így válaszolt: „Kultúrából, oktatásból soha sem lehet elég. Kisebbségi létben csak a kultúra révén lehet kitörni a perifériára való szorítottságból, nyelvi különbözőségünk mellett kulturális különbözőségünket kell minduntalan felmutatnunk, hangsúlyoznunk. Többek közt azt, hogy mi, magyarok a nyugati keresztény kultúra részei vagyunk.”(S.I.)

Az egyik újságíró praktikus, a másik etnikus szempontból ítéli meg a dolgot, de azzal egyetértenek, hogy a falu életéről szóló beszámolók felszínesek. Ezt azzal magyarázzák, hogy a sajtómunkások nem rendelkeznek kellő szakmai ismeretekkel, nincs meg bennük sem a terepismeret, sem a bemutatott téma megismerésének igénye, a közölt beszámolók többnyire a politikusok, hatóságok sajtóirodái által kibocsátott pr-szövegek kritika nélküli átvételén alapulnak, gyakran az újságíró meg sem fordul a helyszínen, csak a fotóst küldik ki az eseményre. Ugyanakkor nem annyira a kulturális rendezvények számát, hanem az egyre gyakoribb egymásra szervezést, az össze nem hangolást sérelemezik.

Mindkét sajtóorgánum igyekszik megfelelni úgy a szervezők mint az olvasótábor elvárásainak. Lépéselőnyben van a Csíki Hírlap, amelynek hasábjain gyakrabban találni vidéki kulturális eseményekről tudósítást. A Hargita Népe heti egy alkalommal megjelenő, a kultúrával foglalkozó mellékletében elsősorban interjúk, háttéranyagok, elemzések látnak napvilágot, nem annyira a beszámolók. A Csíki Hírlapnál egy újságíró foglalkozik kimondottan kulturális eseményekkel, neki kell mérlegelnie, döntenie hová jut el, miről számol be. Ha egy vidéki esemény egy időpontba esik egy városival nagy a valószínűsége annak, hogy a városi kulturális eseményről születik beszámoló.

Jelen van a sajtóban az az intézmény vagy esemény, amelynek vezetője vagy felelőse jó személyes kapcsolatot ápol az újságírókkal, aki a szervezésbe, akár baráti tanács-kérés révén bevonja az újságírót, felkelti érdeklődését a téma iránt, emellett ellátja hasznos háttérinformációkkal, megkönnyítve munkáját. A megjelenítési gyakorlatot elemezve kitűnik, hogy a lapok nem rendelkeznek sem programmal, sem koncepcióval e témákkal kapcsolatban, a megjelenítés többnyire ad-hoc jellegű, az jelenik meg a lapban, amit készen kapnak, amibe belebotlottak, vagy amihez valamelyik újságírónak érdeke fűződik.

Az előző oldalakon bemutatott, az eseményszervezőket vizsgáló kérdőíves vizsgálatból kiderült, hogy változó rendszerességgel és intenzitással, de javuló kapcsolatot áplonak a helyi sajtóval, többnyire interneten, nyomtatott meghívók elküldésével, telefon és személyes megkeresés, ritkán sajtótájékoztató szervezésével. Legtöbbszö elektronikus formában juttatják el meghívóikat a sajtó részére a szervezők. Gyakori a telefonos megerősítés, a nyomtatott meghívók, plakátok, mégis a személyes megszólítást tartják a leghatásosabbnak. Az újságíró arról számol be, hogy gyakran érkezik olyan szöveg a szerkesztőségbe, amely hiányos információkban.

„És például van olyan is, hogy az öt alapvető kérdés, amire egy cikkben választ kell adni, hogy ki, mit, mikor s hol s miért az nem mindig jön be, tehát nem fogalmazzák meg, tehát valami hiányzik belőle. És akkor ilyenkor felhívom, tehát általában az önkormányzattal tartjuk a kapcsolatot. Vagy azért mert ő az esemény szervezője, attól függ, hogyha van kiemelt szervezője, akkor vele.” (Sz. L.)

Az újságírók tapasztalják, hogy a szervezők egy része egyre inkább tudatában van a sajtó hatalmának, szerintük még sokat kell tanulniuk a rendezvénynépszerűsítés terén. Az újságírók úgy gondolják, hogy a sajtó lényegében kiegészíti a szervező munkáját, hírt ad az eseményről, így egy igen lényeges kapocs a szervezők és a lakosság között. Az, hogy bekerül-e valami a sajtóba, elsősorban attól függ, hogy a szervezők mennyire tudják „eladni” a rendezvényt. Attól, hogy rendelkeznek-e kellő ismerettel ahhoz, hogy népszerűsítsék a rendezvényt, felkeltsék iránta a sajtó érdeklődését. Ehhez ismerniük kellene a média világát, működését, szerepét, ismerniük kell újságírókat – lehetőleg olyanokat, akik otthonosan mozognak az adott szakterületen –, s tudniuk kell mit akarnak közölni és hogyan.

V. Kihívások a térségi média és kulturális intézmények számára

Vidéki térség a globalizáció kontextusában

“Ma a sztereotípiákat két nagy tényező termeli a Székelyföldre vonatkozóan: az egyik a turizmus, és ebben inkább a magyarországi turisztikai szereplők a meghatározók, a másik a közéleti-politikai szféra, amely a térségi identitáshoz, vagy az autonómia bizonyos formájához kapcsolatosan termel székelyföldi sztereotípiákat. A turisztikai jellegű sztereotípiák szerint kedves vidék a miénk, amelynek ugyan sok hiányossága van még, de több a lehetősége, az adottsága, az emberek közötti kapcsolatok pedig közvetlenebbek. Ez kicsit muzeális, kicsit bájos, lehetne jobb, de így se rossz. A közélet, a politika által termelt sztereotípiák szerint itt olyan emberek élnek, akik azonosulnak a vidékkel, büszkék rá, ugyanakkor önállóak akarnak lenni, autonómiát szeretnének, ki akarják fejezni magukat. Ebben természetesen politikai vágykép, egy felpörgetett politikai akarat is van, tudni kell azonban, hogy maga a székelyföldi térség, amelyben itt élünk sokkal pragmatikusabb, mint ezek a sztereotípiák.” – állítja szakértőként Biró A. Zoltán egy interjúban. (Ferencz 2009)

A falusi világhoz szorosan kötött “hagyomány” fogalma legitimációs eszközzé válik kisebbségi helyzetben, és a közbeszéd, média, politikum kiemelt témájaként ideologizált lesz, ám az ideológiailag terhelt megközelítések nem alkalmasak a falu megértésére. A problémákról beszél Oláh Sándor is (Oláh 2008), amikor azt mondja, hogy a rendtartó székely falu ma már csak a történeti hagyomány része, és hogy a falvaknak egyre több problémával kell szembesülniük, elemzésekre van szükség, hogy a falu problémáit megértsük. Az idealizált falukép nem engedi meglátni a települési, társadalmi, gazdasági hátrányokkal, intézmények hiányával küszködő falut, azt, hogy a falusi társadalom rivalizációs feszültségek, státusharcok színtere is. Oláh Sándor szerint falvakon hiány van a konszenzusereső, konszenzusokat kikényszerítő intézményekben, szervezetekben, és az ilyen beállítódású véleményformálóknak, vezetőknak is.

A rurális környezet intézményekben alapvetően szegény társadalom. A nagyobb lélekszámú településeken három-négy intézmény működik állami és közösségi erőforrásokból: a polgármesteri hivatal, iskola, egyház, közbirtokosság. Néhány nagyobb községben civil szerveződések alakultak, ezek célkitűzései változatosak: termelői érdekvédelem, környezetvédelem, kulturális tevékenység, falufejlesztés. A községközpontokhoz csatolt kisebb

falvakban nincsenek formális helyi intézmények, és a civil szerveződések is általában hiányoznak. Az önellátó családi háztartások több évszázados modellje és az önellátó települések modellje olyan kulturális mintákat, magatartásokat tartalmaz, amelyek nem kifejezetten a kooperációt és az egyeztetéseket támogatják. Az uniós felzárkózáshoz kapcsolódó folyamatok, a fejlesztési lehetőségek azonban egyre nagyobb mértékben kikényszerítik az együttműködéseket. A helyi társadalmi, gazdasági életben megfigyelhető tendenciák alapján individualizálódó falusi társadalomról beszélhetünk. Csökken a családok közötti kooperációs formák jelentősége, a szükséghelyzetben mozgósítható kapcsolatok köre összeszűkül.

Különbség van a közérdekű ügyek iránti fogékonyság terén a falvak közt, a közösségi részvétel azzal hozható összefüggésbe, hogy mennyire sikerül a szereplőket bevonni, érintetté tenni. A közművelődés szférája is társadalmi részvételt igényel. Van falu például, ahol élénk közösségi élet zajlik néhány tevékeny értelmiségi vezetésével. Itt jelentős az együttműködési készség, míg a néhány kilométerre lévő szomszéd faluban a legcsekélyebb közös akciót is szinte lehetetlen összehozni. Azt aligha kell hangsúlyoznunk, hogy nem anyagi természetűek az akadályok. Feltehetően arról is szó van, hogy a két falu lakói eltérő megnyilvánulási, önreprezentációs formákat választanak. (Oláh 2008)

A falvak legtöbbet emlegetett kitörési pontja a turizmus. A turizmus, amellet, hogy az a hiedelem tartja magát, hogy a falu társadalmi és gazdasági helyzetén lendít, egész biztosan annyiban érezteti hatását, hogy azoknak, akik ebbe bekapcsolódnak, az önképét átalakítja. (Szabó 2005) Nyilvánvalóan a rendszerváltás, az EU csatlakozás, még messzébről szemlélve a globalizálódás következményeit a kvázi hagyományos társadalom érzékeli és azokra válaszokat keres. A kiterjedő világ, a kapcsolatok, az új médiatér, a mobilitás növekedése megannyi kihívást jelent számára. Ebben a helyzetben az önmeghatározás és az önreflexivitás kulcsfontosságúvá válik. A globalizáció kulturális aspektusaival kapcsolatban Ulrich Beck (2005:57) utal Roland Robertson "glokalizáció" elméletére, mely azt hangsúlyozza, hogy a globalizáció egyszerre jelent a globalitás iránt keletkező figyelem és tudatosság értelmében delokalizációt, és relokalizációt, mint erre való reakciót. A relokalizációt nem úgy kell felfogni, mint „úgy, mint eddig” típusú tradicionalizmust, hanem mint a saját helynek a delokalizáció által megváltoztatott, új értelmét. Beck utal arra, hogy a helyi kultúrák nem tarthatják fenn és sikeresen nem újíthatják meg sündisznóállásaikat a világgal szemben. Tehát a lokalitás és globalitás nem egymást kizáró fogalmak, a lokalitásba beszivárognak a globalizáció elemei. Arjun Appadurai (2001) a

globalizációval kapcsolatban külön "tájokról" beszél, ilyenek a médiában keringő, elsősorban nyugati, jóléti kulturális képek "tájai", amelyek az egészen más körülmények között élő emberek életének is a részévé válnak. Az elképzelt életek hatalma beágyazódik a lokalitásba, mondja Appadurai, így a globalizációt helyben zajló folyamatként foghatjuk fel.

A rendszerváltás-globalizáció-EU csatlakozás kontextusában megannyi társadalmi folyamat jelzi a lokalitás megerősödését. Ebben pedig az egyik érintett szereplő a „kulturális menedzser” (Biró 2006c), akinek a munkája lényegében a „relokációból” táplálkozik. A pályázati támogatási rendszerek, a média (elsősorban a megyei lapok és a Duna tévé) eseménybemutatói gyakorlata és a „kulturális menedzser” lényegében ugyanazt a diskurzust építik és legitimálják kölcsönösen. Ennek a szókincse a hagyomány megőrzése, felújítása, ápolása, tulajdonképpen kiemelt kulturális elemek visszaemelését hivatott elvégezni egy korábbi, eredeti állapotuknak megfelelően. (hagyományos falukép, népszokások, hagyományos mesterségek stb.) Miközben ezek nagyon pozitív törekvések, és identitásrehabilitációs funkcióval is bírnak, arra hívja fel a kutató a figyelmet, hogy ez egyben a világtól való elfordulás is (Biró 2006c:187), mely megakadályozza a kulturális szereplőt abban, hogy a lokális kulturális értékeket a globalitás kontextusában is el tudja helyezni, hogy az transzlokális cserére alkalmassá váljon, külső környezettel sikeres dialogikus viszonyt tartson fenn, képes legyen a belső változást is magába foglaló újradefiniálódásra, továbbá, hogy képes legyen kilépni a hasonló lokális értékek piacára. Említettem korábban, hogy a gazdag eseménykínálat ellenére az derül ki, hogy a „kulturális menedzser” szerepköre nincs feltöltve, holott a szerep körvonalazódik. Biró tanulmányában a szakmai képzés fontossága mellett érvel, mikor körbejárja a szerep és társadalmi kontextusai témáját. „Kulturális menedzsement kifejezés alatt ebben a térségben olyan szakmai tudást kell (érdemes) érteni, amely egyfelől alapvetően fontosnak tartja a térségi kulturális értékekre és programokra való ráfigyelést, másfelől pedig ezt az állandó és hangsúlyos ráfigyelést össze tudja kapcsolni a helyi fejlesztés kérdéskörével. Ennek az összekapcsolásnak egyben tartalmi és funkcionális összekapcsolásnak kell lennie. Egy ilyen tartalmú képzést számos tényező indokol: a vidéki térség állapota, a vidékfejlesztési politikák előtérbe kerülése, a nem materiális értékek szerepe a térségi fejlesztésben, a lokális identitás mai megerősödése, térségi kulturális adottságok nagy száma és kiemelkedő értéke, sok civil kezdeményezés szerepe, a helyi kezdeményezés hagyományosan nagy szerepe. Mindehhez még hozzá kell tennünk a kisebbségi társadalom működéséből adódó sajátosságokat, s nem utolsósorban az Európai Unióhoz való csatlakozásból

származó, ezen a területen is jelentkező kihívásokat és lehetőségeket.”(Biró 2006c:196) Az Európa Unióba való belépés egyik következménye a regionalizáció, amikor is a makro-és mikrorégiók kooperációi átlépik az állami politika szintjét, és különféle erőforrásokért szállnak versenybe, és ebben a versenyben az önmeghatározás és a imázs megteremtése kulcsfontosságú. Ezen a ponton azok az új szemléletű vidékkutatások vonhatók be a vizsgálatba, amelyek a makroszerkezeti változások hagyományos leírása és elemzése mellett a vidéki valóság más elemeinek (a vidék reprezentációja, hatalmi kérdések, hálózat elemzés) interdiszciplináris kutatásával foglalkoznak. A vidékkutatásokban a diskurzus és reprezentáció kérdését felvető Pierre Bourdieu¹⁹, vagy Marc Mormont²⁰ kifejti: nem az a kérdés, mi a vidék, hanem, hogy ki hogyan érzékeli a vidéket, a különböző szereplők hogyan értelmezik a vidéket és ez mit mond el a társadalom társadalmi tagolódásáról, hatalmi viszonyairól.(Mormont idézi Csicsvari 1999). Ezt nevezik a vidékkutatások kulturális fordulatának. Az 1980-as évek második felében jelent meg az exogén megközelítésekkel szemben az endogén fejlesztési mód, mely a helyben meghatározott fejlesztési stratégiák, a helyi termelési és fogyasztási kultúrák, valamint a helyi szereplők és tudáskészletükre alapoz. Az elmúlt másfél-két évtizedben az európai vidékkutatások fő témája vidékfejlesztés endogén megközelítése. (Nagy 2007)

A Magyarországon Kovách Imre nevével fémjelvezhető poszt-strukturalista vidékszociológia a vidék megteremtésének diszkurzív felfogása a kultúratudományok szemléletmódjához hasonlítható. Kovách a vidék fogalmának alakulását vizsgálva, megállapítja, hogy úgy a társadalomtudományban, mint a közbeszédben, a vidék reprezentációjában sokfajta vidékfogalom és vidékkép van forgalomban. A vidék meghatározásáért diszkurzív verseny zajlik, hiszen a fogyasztókért és a fejlesztési forrásokért folytatott versenyt a megfelelő diszkurzív stratégiák és az egyes termékekről, régiókról és rurális településekről kialakított imázsok döntik el. A vidékimázsok a fejlesztési források megszerzésekor nagy szerephez jutnak, hiszen a politikai döntéshozók mind a fejlesztési irányokról, mind a konkrét projektekről tervezetek és imázsok alapján döntenek. (Kovács 2007)

¹⁹ Bourdieu, Pierre (1985) Az identitás és reprezentáció. A régió fogalmának kritikai elemzéséhez. Szociológiai Figyelő, 7-22.

²⁰ Mormont, M. 1987. Rural nature and urban natures. In: Sociologia Ruralis (Vol. 27) 1, 3-20.

Aszerint, hogy ki termeli a diskurzust, Csurgó (2007 idézi Jones 1995²¹) a vidékdiskurzusok négy típusa különböztethető meg, aszerint, hogy kinek van hatalma megállapítani egy adott helyről, hogy az értékes vagy értéktelen, versenyképes vagy sem, és hogy mindez milyen következményekkel jár. Ezek a következők:

1. Laikus diskurzus, a vidéket lakó és belakó emberek kommunikációja
2. Populáris diskurzus, amelyben a kulturális produktumokon keresztül konstruálódik a vidék (irodalom, a média, művészet stb.)
3. Professzionális diskurzus, a politikai és adminisztratív döntéshozók vidékdiskurzusa
4. Tudományos diskurzus, a vidékkutatók vidék-konstrukcióit.

A diszkurzív stratégiák felértékelődése az EU rurális fejlesztési politikájának a következménye is. Az EU vidékfejlesztési rendszere és a posztproduktív korszak gyökeresen új rurális fejlesztési technikákat és stratégiákat eredményezett mind a fejlesztők, mind a felhasználók oldalán. A felhasználók lokalizálni igyekeznek a gazdaság fejlesztésének kontrollját elsősorban új kulturális identitás teremtésével településük, régiójuk számára. (Ray 1998) Ennek a folyamatnak része a természet, a hagyományok és a ruralitás újraértékelése, a fogyasztási és táplálkozási kultúra átfogalmazása és új, a fejlesztés szempontjából értékelhető helyi értékek teremtése. Megnö az új helyi identitások kialakításának, a lokális kulturális tradíciónak, a helyi fejlesztési forrásoknak, a lokális tudásnak a szerepe, újraértékelődik a helyi kulturális örökség szerepe, a tradicionális konyha és élelmiszer, a helyi látványosságok, múzeumok, ásatások, természeti nevezetességek, épületek, népszokások és hagyományok a fejlesztés (az EU tervezeteinek és rendszereinek való megfelelés) szempontjai szerint konstruálódnak újjá. (Csite-Kovács 2002)

A fejlesztési forrásokért folyó versenyben felértékelődnek azok a szakértők, akik képesek e stratégiák megfogalmazására, új - a fejlesztés centrumainak döntéshozói és a fogyasztók számára egyaránt vonzó - imázsok kidolgozására. A kultúragazdaság az intellektuális tőkét hatalmi tényezővé változtatta. (Csite-Kovács 2002)

²¹ Jones, O. (1995) Lay discourses of the rural: developments and implications for rural studies. *Journal of Rural Studies* 11 (1) 35-49.

A kultúragazdaság elmélete

A vidékfejlesztés kultúragazdasági megközelítése Christopher Ray nevéhez fűződik, és arra a meglátásra épül, hogy a vidéki térségekben a helyi gazdasági kontroll növelhető, amikor a helyi társadalom szereplőinek hatalmában áll a helyi gazdaság alakulását befolyásolni, és ha a hely (place) az ahhoz kötődő kulturális identitás révén felértékelődik.

Azt az átalakulási folyamatot próbálja megragadni, melynek során a térhez kötődő helyi kultúra gazdasági jelentőségre tesz szert. Ray felfogásában a kultúra-gazdaság megközelítés elsősorban a termeléssel foglalkozik: az adott térséghez kötődő kulturális rendszerrel, s azzal, hogy a társadalmi aktorok különböző hálózataiban miként jönnek létre olyan új források, melyek kiaknázása az adott térség gazdasági érdekeit szolgálja. A helyi, specifikus kulturális rendszerek jelkészleteinek megtalálása jelentheti a kulcsot a vidéki területek társadalmi és gazdasági felemelkedéséhez (Ray 1998). Ray a kultúra-gazdaság négy típusát ill. fokozatát különböztette meg:

1. Első fokozat: olyan meglévő források értékesítése, melyek egy adott helyhez, térséghez kötődnek, s mely forrásokat közvetlenül értékesítik, avagy a térség marketingjében alkalmazzák.
2. Második fokozat: új térségi identitás konstruálása, mely új térségi termékek (pl. turisztikai látványosságok) létrehozását és a térségen kívülieknek való eladását jelenti.
3. Harmadik fokozat: a kezdeményezések már nem csupán a térségen kívülieket, hanem a térségben működő szereplőket is megcélazzák. A helyi üzleti csoportok, hivatalos és nonprofit szervezetek közös stratégiájának célja a termékek egymásnak való eladása (selling itself to itself). Ez a típus különösen azokban a térségekben gyakori, ahol a közösségtudat egyik legfőbb eleme a közös külső elnyomás (pl. a centrumtól távol eső, nemzetiségileg, nyelviileg különböző térségekben).
4. A negyedik fokozat a térségi önállóság minőségileg magasabb fokát jelenti: a közös stratégia lényege, hogy a domináns fejlesztési gyakorlatoktól különböző helyi fejlesztési utat dolgozzanak ki és valósítsanak meg.

A kultúra-gazdaság így nem egyéb mint olyan stratégiák összessége, melyek a lokális tudás átalakításával új forrásokat teremtenek az adott térség aktorai számára, azaz a lokális tudás felismerése, konstruálása és értékesítése. A modell feltételezi, hogy a helyi kultúra termékként jelenik meg a piacon, új funkciót kölcsönözve de nem felülírva a kultúra eredeti funkcióját.

Látható, hogy a piaci megjelenés szerepet vállalhat a helyi kulturális identitás megerősödésében, a helyi kultúra, a helyi tudás olyan intellektuális tulajdon, mely gazdasági haszonra átváltható. Az általam vizsgált rurális térség legnagyobb kihívása a tradíciók hiteles értékesítése. Turisztikai szempontból azok a települések vonzóak, amelyben érezhető, hogy a helyi közösség valóban együtt él kulturális örökségével, egyszerre képes megőrizni és hasznosítani azt. Ezeket a folyamatokat helyi vagy regionális szinten lehet kezelni úgy, hogy a hagyományt, örökséget a helyi közösségek érdekeinek megfelelően teszik versenyképpessé. Az endogén fejlesztés esetében a belső erőforrásoknak, az ún. kulturális jegyeknek (cultural markers) a helyi szereplők által megfogalmazott területi repertoárja. A kultúra-gazdaság megvalósulását és a helyi kulturális identitás megerősödését elősegíti a helyi szereplők tudatosságának növelése, amely a helyi erőforrások tudatos felhasználását és a külső erőforrások tudatos kihasználását jelenti. A múltban gyökerező, helyi tradíciókba ágyazott helyi erőforrások extralokális fogyasztói formákhoz való illeszkedésénél az innováció makacs gátja lehet a tradicionális jelleg, ezért hangsúlyos a tanulás és az innováció, amelyet az extralokálishoz több szállal kötődő helyiek képviselhetnek (Ray 1998). Erre utalnak azok az idézett újságcikkek, és az interjúk során is kiderül: a térségi szereplők tisztában vannak azzal, hogy a hagyományos vendégfogadás a fogyasztói logikát nem ismeri, ez a fizetőturizmusnak komoly gátja. Erre hoz példát Benedek H. János, aki székelyföldi „hagyományos” vendégfogadói kulturális modellt ismertetve rámutat arra, hogy milyen akadályai vannak a falusi turizmus fejlődésének hagyományos közegben. (Benedek H. 2000). Akárcsak más paraszti, falusi táradalmakban érvényes modell a vendég kiszolgálása – de csak egy-két napig. Ha több időt tart a vendégfogadás, akkor ütközik a másik modellel: a gazdálkodásával: az állattartás, mezei munka ritmusával – ez mentálisan sokkal fontosabb, noha gazdaságilag esetleg a vendégfogadás lenne előnyösebb. A helyi kultúra árucikként való megjelenése és a termékek piaci értékesítése új gazdasági kihívások elő állítják a szereplőket, de annak sikeressége függ az extralokális fogyasztói magatartásától is. A vidéki területek termékei és szolgáltatásai iránti kereslet posztmodern fogyasztói igényként írható le, melynek során megjelenik az autentikus iránti vágy, felértékelődik a tradicionális, az eredeti, és annak hordozója, a lokalitás.

Kulturális örökség: identitás és piac

A lokális termelés és az extralokális fogyasztás számára közös platformot biztosít a kulturális örökség intézménye, amely az 1970-es években artikulálódott és bár eredetileg az épített örökségre vonatkozott, jelentését kiterjesztették az emberi tevékenységek nem anyagi természetű tartalmaira, a szellemi örökségre is, amely magába foglalja többek között a lokális kultúrákat, tudásokat, világképeket, normarendszereket. Az örökség-irodalom rámutat arra, hogy az örökség nem más, mint a múlt újrakonstruálása a jelen számára (Sonkoly 2000). Másrészt az örökségesítés rugalmas, azt intézményesíti, amit az aktuális identitás diktál, és ami egyben piacképes, hiszen gazdasági erőforrásként kezelhető. Az örökségesítés jelenségének elsőszámú terepe az örökségturizmus, amely az eladható tárgyi és szellemi örökséget a piacon értékesíti (Sonkoly 2000).

A helyi kulturális örökség „megszerkesztése” az örökségvédő munka egyik legalapvetőbb eleme. Ez magába foglalja a helyi kultúra elemeinek számbavételét, beazonosítását, és értékesítését. Kérdés, hogy birtokában van-e azoknak az eszközöknek és képességeknek, amellyekkel az örökségesítési folyamatokat elindíthat. A rurális értékek gazdasági funkciót kaptak a terület- és vidékfejlesztés új rendszerében, a vidékkel kapcsolatba kerülő fogyasztói osztályok, a turisták és más látogatók felfedezik annak rurális értékeit és kincseit. Kérdés, hogy a helyi társadalom mely szereplői, csoportjai képesek a korábbi tradicionális mentalitás mellett kialakítani egy-egy turisztikai vállalkozás irányításához szükséges készségeket és kapcsolatokat. E folyamatban bukkan fel a kulturális bróker figurája, aki a turisták számára a helyi kultúrát közvetíti. Smith saját és más, nem modern társadalmakban folytatott kutatások alapján úgy véli, kulturális brókerekké a hagyományos közösségtől már részben eltávolodott, s ezért valamennyire marginális szerepű személyek válnak (Bódi 2007 idézi Smith 2001).²²

Bódi Jenő a Káli-medencében folytatott kutatások alapján állítja, hogy a modern társadalomban sokkal inkább „szakértők” látják el ezt a feladatot, többnyire értelmiségiek, amatőr helytörténészek, művészek, helyi civil szervezetek vezetői, (nyugdíjas) pedagógusok, nem egyszer maguk is e közösségek kulturális katalizátorai. Azt lehet látni, hogy a tradícióteremtésben az eddigi kutatások szerint a kívülálló, a rurális elitcsoportok, a

²² Smith, Valene L. (2001): The Culture Brokers, in Smith, Valene L. – Brent, Maryann eds.: Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of The 21st Century, New York, Cognizant, 275–282.

betelepülők, a szakértői osztályok aktívabbak voltak a vidék kulturális újrafogalmazásában, mint a jelenlegi vidéki települések lakói. Ugyanezt fogalmazza meg Nagy Kalamász Ildikó, aki Gyimesekben vizsgálja az endogén fejlesztési lehetőségeket és a kulturális örökségítés jelenségeit. A premodernnek tekinthető társadalmi és gazdasági elemeket is őrző Gyimesek nem csupán a néprajzkutatók, folkloristák, antropológusok népszerű kutatási területe, és a turisták kedvelt desztinációja, hanem a határon túli magyar vonatkozású politikai - és kulturális diskurzus gyakori témája-írja a szerző. A Gyimesek fejlesztési stratégiáját alapvetően meghatározza a térségre irányuló külső, elsősorban magyarországi érdeklődés, ennek legfontosabb komponense a magyar kulturális örökséghez tartozás. A Gyimesek két helyi termék, a népi kultúra és az ezeréves határ örökségítése indult el. Mindkettő a rendszerváltást követően került tömeges „értékesítésre“. Ennek kezdetekben a kívülről jött kezdeményezések, biztosítottak keretet, és csak később jelentek meg a helyi kezdeményezések. (Nagy 2007)

Hagyományok és megalkotott hagyományok

A térségünkről szóló diskurzusoknak kiemelt szereplője a hagyomány. Ezt támasztja alá a média nyelvhasználatának, a kulturális eseménynaptárak tüzetes elemzése, a pályázati kiírások és indoklások megannyi szófordulata. A „célunk a hagyomány megőrzése, identitásunk megőrzése” szintagmák szorosan összeforrott érvrendszert alkotnak. A hagyomány a népi kultúra szinonimájaként jelenik meg a közbeszédben, az ezzel kapcsolatos leggyakrabban használt szókapcsolat az őrzés, ápolás, mely legtöbbször etnikus és idillikus dimenzióval bővül.

A népi kultúra felfedezése az elit kultúra szemszögéből, az iparosodó, modernizálódó társadalmakban a 18. századtól indul meg. Azelőtt a népi műveltség, népköltészet, népzene stb. értéként, rendszerként, kultúraként való megnevezéséhez nem voltak fogalmak. A 18.-19. század fordulójától írók, művészek, tudósok, politikusok alkották meg azt a fogalomrendszert, mellyel a népi kultúra elemei felismerhetővé váltak. A népi kultúrák modelljei mindenütt nemzeti illetve etnikus látószögből készültek. A nemzeti kultúrák 19.századi kialakulásakor jelent meg a „tömeges hagyománytermelés” (Hobsbawm 1997), mint a modern társadalmak sajátja. A kitalált hagyományok a nemzetállamok alakulásakor új identitások megjelenését eredményezték. A sokféle helyi, regionális tradícióból, régi és új formákból az egyes “népi kultúrák”összképének összeállítása válogatást, szintetizálást kívánt, így mai olvasatban képes visszatükrözni az egyes korszakok nemzetfelfogását és esztétikai beállítódását is, ezért érdemes a

népi kultúrákról alkotott képekre, mint modellekre tekinteni.. A népi kultúra-kép egy hagyományokat őrző és alkotó, régi etnikus tradíciókat továbbörökítő falusi lakosságra épült, és ezekből a kiragadott elemekből konstruálja meg a tipikusát.

A népi kultúrának a közgondolkodásban egységes, homogén, a színes népművészettel és a korábbi évszázadok paraszti kultúrájával azonosított képét az a nosztalgikus, romantikus szemlélet hozta létre, mely az eredetit a szép, igaz és hagyományos mítoszával köti össze. Ez a Max Weber-i értelemben vett “elképzelt azonosság” a népi kultúra megteremtésének szimbolikus aktusára utal. Így a népi kultúra szimbolikus koncepciója maga lett a valóság. A társadalom számára a népi kultúra az, amit annak neveznek azok, akiknek a feladata a dolgok megnevezése. “Egyetemünkön mi képezzük azokat, akik végül is meg fogják mondani (egy generációnak), mi is a lényege a népi kultúrának, folklórnak - írja Voigt Vilmos folklórkutató. Ahogy csökkent a népi műveltség ideológiai, nemzeti fontossága, megnőtt elemeinek lokális és regionális szimbólumként való felhasználása. Részben a turizmushoz kapcsolódva, a népi kulturális örökség hatalmas arányú kommercializálása indult meg (emléktárgy-ipar, helyi ünnepek, felvonulások szervezése.) Ez pedig megteremti annak a feltételeit, hogy kis csoportok ismét a népi kultúra régi formáihoz forduljanak, hogy abban a maguk igényei szerint új “tisztá forrást” keressenek.

A hagyományt fogyasztásra felkínáló két gyakorlatot a folklorizmus illetve örökségesítés néven emlegetik. A nyolcvanas évek végén a folklorizmus jelenségét vizsgáló tanulmánykötetben megjelent írásában Mihai Pop (Mihai 1987:15-25) a kulturális fogyasztás gondolatát emeli be annak a jelenségnek a magyarázatához, hogy a folklór kiemelve a saját kontextusából, fogyasztási cikké válik, utalva itt a különböző folklórversenyek, színpadi fellépések, a média folklórműsoraira. Míg a hagyományos folklóralkotások saját maguknak, vagy a közösség velük egyenrangú tagjainak szól, a folklór fogyasztási értéként való megjelenítése egy nagyobb, kinti közönségnek szól. Ugyanabban a kötetben Biró A. Zoltán (Biró 1997:26) azt a kérdést teszi fel, hogy hogyan épülnek be a népi kultúra elemei a mindennapokba és mi az oka ennek. A folklorizmus kifejezést arra a kommunikációs folyamatra vonatkoztatja, melynek során a népi kultúra valamely eleme új kontextusba kerül és maga a folyamat önmagán túlmutató másodlagos társadalmi jelentéssel bír. Ha jelképpé emeljük a népi kultúra valamely elemét, megváltozik, még akkor is, ha vigyázunk a „forrás tisztaságára”. A tisztaság jegyei ettől fogva a forgalmazhatóság, eladhatóság lesznek. A folklorizmus háttéréről szóló tanulmányukban vizsgálják, milyen

társadalmi háttere van, mi található a folklorizmus jelenségek aktivizálódása mögött a hatvanas évektől errefelé. Egyrészt az iparosítás következtében a faluról tömegesen városra költöztek igényének kielégítésére megfeleltek a tömegkommunikációs eszközök: népművészeti rovatok, folklórműsorok rádióban, tévében. A tömegkommunikációs eszközök hamar kitermelték a népi kultúráról való beszélés játékszabályait, ennek következtében alakult ki egy sajátos címkézési stílus: a hagyományos, eredeti címkéje. Az első generációs értelmiséginek a népi kultúrához való kötődését vizsgálva, tulajdonképpen a távolságtartás mechanizmusait fedezzük fel: aki a népi kultúrával foglalkozik, az már attól elszakadt. (Biró-Gagyi 1987:66-70) A kulturális intézmények szakértője pedig a kívülálló szemével rendszerez, válogat, szervez, szűr, tudása egy értelmezői háló. Ez a tudás intézményesítve volt: a Népi Alkotások Háza szakértőinek rituálisan gyakorolt joga volt a megnevezés, megbélyegzés gyakorlata, ahogy a népi kultúráról beszélni kellett, ahogy a tárgyaknak az autentikus népi örökös identitást kölcsönöztek a pecsételés, zsúriztetés gesztusával. (Biró-Gagyi 1987:74)

Kérdésem az, hogy a térség belső kulturális értékeit el tudják-e a vizsgált kulturális szereplők helyezni a globális kontextusban? „Népünnepélyek sora köszönt ránk kora tavasztól egészen késő őszig, de még a Mindenszentek után is találunk magunknak okot a szabadtéri mulatozásokra. A gazdag programkínálat pedig önmagában már vonzerőt kellene jelentsen azoknak, akik ilyen jellegű kikapcsolódásra vágnak turistaként. Mégsem gyúródnak a turisták. Miközben konferenciákat hallgathatunk arról, hogy milyen megélhetést biztosíthatna számunkra a turizmusból származó bevétel, mégsem tudunk élni a lehetőséggel. A konferencián felszólalók pedig rá is világítanak egyik legnagyobb bajunkra: nem vagyunk képesek eladni magunkat. Mindenkit vendégként fogadunk, és az üvegből kitöltött szilvapálinkát, a kemencéből frissen kivett pityókás kenyeret még mindig vendégszeretetből, és nem szolgáltatásként kínáljuk fel a betérő idegennek.”²³

²³ Csíki Hírlap, Erdélyi nosztalgia hétvége, 2007. 10. 02, D.D.

VI. A prezentációs praxis pragmatizálódása

A helybeliség konstrukciója: falunapok, fesztiválok

Az 1990-es évek második felében lokális ünnepek rendkívüli médiavisszhangja okán tette fel a kérdést Pusztai Bertalan és kutatócsoportja: hogyan magyarázhatóak a helyi fesztiválok a rendszerváltás utáni Magyarországon és Közép-Európában, illetve a későmodern komplex társadalmak kontextusában. 2001-2003 között a Szegedi Tudományegyetem Néprajzi Tanszékén folytatott Megalkotott hagyományok, falusi turizmus, helyi identitás című nemzetközi kutatási program keretében Pusztamérgest vizsgálták sikeres településfejlesztési és arculatépítési tevékenysége kapcsán. 2003-tól a Ünnepek, hagyományalkotás, turizmus címmel a bajai halászléfőző népünnepély vizsgálták. (Pusztai 2007). A pusztamérgesi kutatás kapcsán a kutatók azt a kérdést teszik fel, hogy a Magyarországon gombamód elszaporodó helyi fesztiválok milyen értelmezési keretben lehet vizsgálni. A rendszerváltás után számos helyi közösség igyekezett új önképét az autenticitás jegyében, a paraszti kultúra eltűnt elemeinek felhasználásával megfogalmazni. Terepmunkájuk egyik kiindulópontját a faluban történő események sikeres kommunikációja és a kreatív hagyományteremtés, mint sajátos településfejlesztési helyi gondolkodás jelentették. „Ahol történeti, természeti vagy kulturális sajátosság nem volt, ezen egyediséget kognitív „építéssel”, ritualizációval, megalkotott ünnepekkel lehetett gyorsan megvalósítani. Nyilvánvalóan a visszakapott önkormányzatiság nagy felelősséget hárított a települések vezetőire: immáron helyben kellett megfogalmazni, mi is egy adott település sajátossága, melyek azok az okok, amelyek miatt érdemes helyben maradni illetve idelátogatni. Ez egy újfajta vagy újrafogalmazott érzelmi kötődés, valahová tartozás kimunkálását, artikulálását befelé és egy határozott kép kommunikálását kifelé.” (Pusztai 2007:15) Pusztaiék kutatási eredményei azt mutatják, hogy ezt a képet tulajdonképpen egymással versengő személyek illetve érdek-, hatalom-, dominancia- és célközösségek hozzák létre, ilyen értelemben a közösség rituális, ünnepi megnyilvánulásaira, kommunikációjára mint megalkotott, valamely konkrét célt szimbolikus módon szolgáló jelenségekre kell tekinteni. A ‘90-es évek falunapjai, ünnepei a megalkotott hagyomány fogalmával írhatók le, melyek szabadon emelnek be korábbi letűnt kulturális elemeket új kulturális jelenségek létrehozásához. „A hagyományokat mindig a jelenben definiálják, és akik ezt megteszik, azokat nem érdekli, hogy a kutatók eredetinek találnak-e egy adott fesztivált vagy művészeti alkotást vagy sem, hanem csak

az érdeklő, hogy ezekkel elérjük-e azt, amit el akartak érni.” (Pusztai 2007:16 idézi Regina Bendix²⁴.) A vidéki fesztiválok zömmel kulináris jellegűek, ez tájjellegű, helyi tradícióval bíró étek szimbolikus lefoglalását, kisajátítását jelenti. Az ötletgazdák, szervezők felismerik a turizmus globális trendjeit és azt, hogy abból helyben mi valósítható meg: az egynapos menekülést valamilyen képzeletbeli ellen-világba. Ezt a konstruált ellen-világot kínálják ezek a helyi fesztiválok, a bensőségességet, lokalitást, az eredetit, múltat, természetközelséget hangsúlyozó diskurzus segítségével.

Míg Székelyföldön a kilencvenes években az identitás megjelenítésének és megélésének etnikus önreprezentációja dominált a közösségi események szervezésekor, az elmúlt tíz évben olyan folyamatok indultak el, amelyeket inkább a helybéliség konstrukciójával írhatunk le. Egy országos magyar nyelvű napilap egy terjedelmes cikkben mutatja be az új jelenséget, Falunapok egy kaptafára címmel.²⁵

„A hétköznapi egyhangúságát kívánják ellensúlyozni az önkormányzatok a néhány évvel ezelőtt divattá vált falunapi rendezvényekkel, melyek programjai túlzás nélkül egy kaptafára készülnek. Értékmegőrző, saját arculattal rendelkező rendezvényekről sajnos még nem beszélhetünk.” „Akár ki is lehetne cserélni a település nevét egy-egy falunapi program címében, annyira egy kaptafára készülnek ezek a műsortervek, hogy senki észre sem venné”. A cikk szövege az általánosítás és a sztereotipizálás eszközével élve az események tömegkulturalizálását bírálja, s miközben felhívja a figyelmet egy új jelenségre, az értelmetlen szórakozás idejét állítja opozícióba az „ősi”, munkával töltött idővel. „Ha az első falunapi rendezvények idején sokan ódzkodtak az ilyen jellegű ünnepektől – hiszen a székely ember évszázadok óta ahhoz szokott, hogy a rövid nyári „dologidőben” a földjét műveli –, mára már megszűnt minden ősi zsigerből feltörekvő ellenszegülés.”

Az újságíró a falunapokon az értékek-hagyományok-minőség hármasságát kéri számon, és azzal záródik a cikk, hogy megszűnne az egyhangúság, ha a falunapok programjában arra erősítenének rá, aminek a községben mélyen gyökerező hagyománya van. Ugyanerre a következtetésre jut a helyi sajtó is:

„Turkálós, szedett-vedett székely ruháinkban, amelyekből a kommunizmus éveinek köszönhetően kikopott a zöld, kék, barna csík, s amelyek már szabásban is alig emlékeztetnek

²⁴ Regina Bendix: Tourism and Cultural Displays. Inventing Traditions for Whom? Journal of American Folklore 1989 (vol 102.) 132

²⁵ Krónika 2009. augusztus 26, J.A.

nagyanyáink gúnyájára, járjuk a táncot közpénzen. Napközben sportvetélkedők (mintha a focibajnokság elválaszthatatlan lenne a védőszent ünnepétől), főzőversenyek, ünnepi tanácsülés, szoborleleplezés, (ha már van szobor, úgy koszorúzás), jó esetben néptáncosok fellépése, humorest, szabadtéri koncert, buli dizsi X-szel, vagy dizsi Y-nal, s persze mindvégig folyik a sör... Ritka a sajátos, nem a szomszédtól majmolt rendezvény, kevés a fantázia, alig fordul elő olyan, valóban a helyi hagyományokból merítő különlegesség(...) ²⁶

A falunapok a magyarországi tévécsatornák és testvértelepülési kapcsolatok hatására, általában a falu templombúcsújának napjához kapcsolódva jelentek meg. Programjaik három nagyobb részre oszthatók: vallásos rész, hivatalos rész, (ez az elit számára a testvértelepülések fogadása, ide sorolhatók a kulturális tevékenységek, szoboravatások, avatások-átadások, mindez egy etnikai dimenzióban), harmadrészt a szabadprogramok különböző korosztályok számára.(sport, vetélkedő, koncert, tűzijáték).

A Csíki medence 71 településének hasonló jellegű eseményeit eseménynaptárba szedve az derül ki, hogy a 71 település évente közel 50 darab többnapos eseményt rendez. Ezeket falunapokra, falubúcsúkra és tematikus napokra lehet osztani. Három településen rendeznek Szent László Napokat, a Csángó fesztivál, Hagymafesztivál, Lovasnap, Káposztaszüret két településen is, Borvíznapok, Szóttések Vasárnapja, Kenderfesztivál, Puliszkafesztivál. Ezek az események felvonultatják a falunapok elmúlt években kialakult programsorozatát, de innovatív elemként megjelenik egy bizonyos helyi adottságra építő rendezvény kiépítése. Ez egyfelől azt jelenti, hogy a település önképének megalkotásának kezdeti fázisában van, lényegében a „valahova tartozás” újfajta kimunkálása zajlik, ennek a kifele való kommunikálása várat magára. Ha azt a kérdést tesszük fel, hogy a globalitás kontextusában elhelyezhető-e, először azt kell megértenünk, hogy elsősorban a kulturális identitásépítés zajlik, a saját világ megalkotása, „ahol jó lenni.” A „jó idejönni” hívószó beazonosítható sem a plakátokon, sem a meghívókon, sem az invitatív vagy informatív szövegeken. „Noha a kulturális események zömét a falu búcsúünnepé köré szervezik, a „kötelező” szentmise mellett nem igazán helyeznek hangsúlyt az ünnepi vallási, egyházi töltetére. Túlsúlyban vannak a népinek szánt, de gyakran népieschre sikeredett előadások, szereplések, s közpénzből finanszíroznak szubkultúrát: hahnizenekarok, lakodalmas bandák fellépését. De vajmi kevés a falu valódi értékeit felmutató rendezvény – üde kivétel Csíkszentdomokos, a maga kender-ünnepével, határkerülésével –, ritkák, mint a fehér holló a

²⁶ Csíki Hírlap, 2009. 06. 23. Székely kánkán, D.K.

könyvbemutatók, képzőművészeti tárlatok, autentikus népzenei és komlyzenei előadások. A sikeres és valóban értékes rendezvényeket ott szervezik, ahol felkészült, elkötelezett „művelődésszervezők” tevékenykednek, s a minőség ott a legsilányabb, ahol pénzszerzésre szakosodott, ifjúsági szervezeteknek kikiáltott baráti társaságok határozzák meg a falu „kulturális” életét. (S.I.)

A tematikus napok lényegében egy kiválasztott, autentikusnak kinevezett kulturális elemre épülő konstrukció, így lesz a madéfalviság a hagymához, a domokosiság a kenderhez köthető. Ezt helybeliség konstrukciójának nevezi Pusztai Bertalan (Pusztai 2007:13), mely egy vonzó és márkázható erőforrás. A megalkotott hagyományoknál, e lokalitás-termelő jelenségeknél a nem mindennapi alkalom nemcsak lehetőséget kínál, de egyenesen indukál bizonyos kanonizációs tevékenységet. A rendelkezésre álló kulturális “nyersanyagból” kell megtalálni az akár turisztikai látványosságként is felfuttatható jelenséget. Kanonizációnak nevezi a szelekciót, a legitim és használható elemek kiválogatását és jelentéssel feltöltését.

Pusztai Bertalan utal arra, hogy az általuk vizsgált események a lokális és regionális szimbolikus rivalizálás terepeivé válnak a labdarúgó bajnokságok helyett. A rivalizálás sajátos formában a térségben is megjelenik. Míg a rendszerváltást követően szimbolikus térfoglalások formájában az etnikai identitás megjelenítése volt nagyon fontos, úgy tűnik most szimbolikus értékfoglalásról és lokális identitásépítésről beszélünk.

A Gál napi káposztaszüretet felújító és a falunapok fő rendezvényévé tett csicsói káposztáról így ír egyik olvasó a helyi újságba: „A csicsói káposztát kiszorította a háromszéki, a töltöttkáposztafőző verseny pedig Parajd hagyománya lett” – írja Pomjánék Béla Beszélő kövek című könyvében. A hétfégi falunapok alkalmával igyekeztünk felvillantani egy szeletet a dicső káposztás múltból.”²⁷ A térség a kulturális értékek azonosításának, szelektálásának fázisánál tart. Az artikulálás készsége sem a sajtó sem a kulturális szereplők részéről nem állítható hogy megvan. A sajtó nem ismeri fel saját erejét, vagy nem hisz benne.

„Miért romboljuk saját kultúránkat, saját múltunkat? Rózsaszínű házakban, műanyag zokniban, coca-colával akarunk szép lassan öngyilkosok lenni? A sajtó is hiába szajkózza, mit, miért, hogyan kellene tenni örökségünk megóvása érdekében, amikor számadatok bizonyítják, hogy míg egy szemétkerakó körüli vita több mint tizenötezer olvasót, egy halálos baleset több mint tízezer székelgyföldi internethasználót érdekel, addig ugyanazon a honlapon a rekordot tartó

²⁷ Olvasói levél, Csíki Hírlap, Visszaköszöntő dicső káposztás múlt, 2005.10.18 Sz. M

műemlékvédelmi hír megtekintése valószínűleg csak azért érthette el az ezret, mert a SRI szó szerepelt a címében... Így talán a végtelenségig sorolhatnánk a gondokat, a kérdéseket, de kit érdekel?”²⁸

Esettanulmány: hogyan örökségesíthető Szent László?

Míg a megalkotott hagyományok a Pusztamérgesi vagy bajai vizsgálatok alapján “problémamentes karriert” futnak be, addig Csíkban az eredetiség lokális és professzionális örei a nyilvánosságban tesznek rendet. Pusztai (2007:18) idézi Pargacot, aki “néprajzi fundamentalistáknak nevezi” az eredetiség fölötti örökösöket.²⁹ Az alábbi esettanulmányban két, Szent László emlékét ápoló település rivalizálását mutatom be.

Az egyik település védőszentje Szent László, hozzá kötődik a falu templombúcsúja. Pár éve egy 3 méter magas bronzszobrot állíttatott a polgármester, egy új teret alakítva ki a település központja mellett. A polgármesternek tervei vannak a falusi turizmust illetően, ebben a Szent László hagyományra is alapoz, hiszen számos legenda fűzi a falut a szenthez: a falu neve, a szent lovának nyoma a határban stb. A néhány éve a templombúcsú köré szervezett Szent László Napokon is egyfajta apró lépésekkel kialakítandó Szent László kultusz építése érhető tetten: régizene együttes meghívása, régészeti ásatások végzése a határban stb. A Szent László napok eseményei viszont jelenleg nem értékesíthetők turizmus szempontjából, hiszen ez a falunak és elszármazottainak ünnepe, idegenekre senki nem tudna figyelni.

A másik település szomszédos az előzővel. Jól működő falusi turizmus öregbíti hírnevét, mindez egy vállalkozó kezében összpontosul, aki hálózatot tart fenn a faluban a szállás ügyében, az étkezést saját vendéglőben bonyolítja, a kulturális programkínálatot is ő állítja össze.

A konfliktus akkor kezdődött, mikor a vállalkozó, széles magyarországi sajtótámogatottsággal és az országban is jól előkészített médiamegjelenéssel előállt egy Szent László nevéhez fűződő programsorozattal. A júniusra tervezett esemény már áprilisban kész forgatókönyvvel forgalomban volt a különböző levelezőlistákon. A forgatókönyv egy nagyon mozgalmas, turisták és a falubeliek részvételére épülő, számos történelmi eseményt eklektikusan, mitikus elemeket

²⁸Mit teszünk önmagunkért? Csíki Hírlap, 2010. 05. 26, D.K.

²⁹ Jan Pargac: Folk Festivities as a Factor in Ethnic, Regional and Local Identity and Integrity. In: Pargac (ed.): Cultural Symbols and Ethnic Consciousness. Inst. of Ethnology, Prague, 1998. 44.

gazdagon felvonultató mozzanatokból állt. Történészek egészen biztosan kijavítanák minden sorát, de most másként vizsgáljuk a szöveget. Napokon belül a Csíki Hírlapban jelent meg egy olvasói levélen alapuló cikk, melynek a címe: Én is mondom, más is mondja (2010. 04. 21) A cikk leleplező hangnemben íródik: „Szent László Király Napjai Erdélyben címmel június végére hirdet fergeteges rendezvénysorozatot – elsősorban (hiszékeny) turistáknak.”

Azok a problémák, amelyeket a cikk írója nehezményez, (és az olvasókat is ugyanerre biztatja), arra enged következtetni, hogy elutasítják azt a kitalált hagyományt, mely a helyi tudást, helyi identitást nem veszi figyelembe.

Az egyik probléma: kié Szent László? Milyen alapon rendez egy olyan település Szent Lászlóhoz köthető eseményt, ha tudvalevőleg nincs kötődése, érvelése pedig mosolyognivalóan erőltetett. A rendező is fontosnak érezte igazolni, hogy miért Szent Lászlót választotta az esemény témajaként. „Szent Lászlót a Boldogságos Szűz választott vitézének nevezik a középkori templomi himnuszban, a mi falunk pedig Kisboldogasszony népe.” A gazdag forgatókönyv és program része volt a szomszédos település Szent Lászlóhoz fűződő helyeinek meglátogatása is, világosan látszik, hogy egy ki nem aknázott turisztikai potenciált fedez fel a környéken. „Ne akarjon idegen tollakkal ékeskedni!”-szól a cikkben idézett olvasói levél, amelyből a cikk olvasása közben kiderül (de csak annak, aki nevééről ismeri), hogy a szomszéd település polgármesterének felesége a szerzője.

A másik probléma egy új Szent László alak kreálása, a Szent király deszakralizálása: „Szent László sem Szent László többé, hanem bajnok, egy inkább vicces, mint nehéz lovas ügyességi verseny győztese”-hangzik a kifogás.

A hitelesség kérdése és féltése. Az újságíró felteszi a kérdést: milyen hiteles képet nyújt mindez a helyi hagyományokról, a történelemlről, a székelyekről.

Az üzleti logika kritikája: „Semmi sem szent, ha üzleti érdekről van szó “

A vállalkozó kulturális hozzáértésének megkérdőjelezése: „Egy vendégfogadó csalogassa azzal a vendéget, amiben tényleg jó (ha jó): jó étellel-itallal, kényelmes, tiszta szállással, érdekes kirándulások szervezésével, de ne húzza le Szent Lászlót a „sült miccs” szintjére!!!” Egyúttal világossá válik az is, hogy egy helyi érték nem tehető a tömegkultúra prédájává.

Az újságcikk azt érte el, hogy a vállalkozó rugalmasan változtatott a rendezvény címén, rendezvény megtartatott, Árpádházi Királyok címmel, az eredeti eklektikus forgatókönyv szerint, magyarországi vendégek részvételével.

A Csíki Hírlap még egyszer visszatért a témára: „Ünnepekért nem szokás a szomszédba menni”- címmel jelent meg cikk. „Szükségünk van kölcsönként öntudatra, szimbólumokra, értékekre? – gondolkodás nélkül tagadóan válaszolna erre a kérdésre mindenki, s tenné ezt jogosan.(...) Minden falunak megvan a saját ünnepe, ami éppen attól lett ünnep, mert helyi. Hozzátartozik helyi értékeinkhez akár a természet, akár az épített örökség. Azzal tiszteled igazán a szomszédot, hogy tiszteletben tartod ünnepét. Mert nem a távolban, a szomszédban kell keresni az értéket, hanem helyben. Helyben emelni értéké az, ami tegnap még roskadozó volt, helyben tisztelni azt, amit ránk hagytak. Helyben kell visszaállítani kapuink előtt padjainkat, és onnan kell szétnézni, mielőtt a templomtorony magasságával vetélkedő házak tetejéről látottakat próbálnánk helyben meghonosítani, csak azért, mert azok a távolból esetleg pompásabbnak tűntek. Ünnepeink, falunapjaink nem a szomszédból hozott értékektől lesznek értékesebbek.,³⁰

Két típusú szereplő figurája körvonalazódik a fenti példa alapján: a helyi vállalkozó, aki felismerve az ellenvilágot kereső turistát, keresi annak a módját, hogy milyen képet kínáljon fel fogyasztásra, az élményre és szórakoztatásra épít. A másik a helyi hatalom, helyi elit képviselője, a hitelességre, és a helyi identitáskomponensekre épít.

Az a mód, ahogyan a helyi sajtó ebben a rivalizálásban állást foglal, ahogy rendet rak a különböző jelenségek, értékek között értelmezhető a rituális kommunikáció elmélete segítségével.

A kultúra, a kommunikáció és a média kapcsolatát vizsgáló törekvések számára az elmúlt egy-két évtizedben a neodurkheimi társadalomelmélet bizonyult alkalmasnak - írja egy tanulmányában Császi Lajos (Császi 2001) Ez összefügg azzal a nyolcvanas években a társadalomelméletben bekövetkezett változással, amelyet gyakran "kulturális fordulatnak" is neveznek, és amelynek köszönhetően megnőtt az érdeklődés a társadalmi cselekvés szimbolikus aspektusai iránt. A kulturális fordulat hatására tágabban értelmezték a strukturalista-funkcionalista Durkheimi munkásságát, a megújult durkheimi elmélet a médiakutatásban hódított látványosan teret, állapítja meg Császi. A durkheimi ontológia szerint a rítus az a kollektív szimbolikus ceremóniális forma, amelynek a segítségével a közösség a káoszából rendet teremt, és az értékek konstrukciója során nemcsak kifejezi érdekeit, igényeit és vágyait, de fel is ismeri bennük saját magát, és morálisan azonosul is azokkal. A neodurkheimiánusok Parsons

³⁰ Csíki Hírlap, 2009. 05. 28, D.D.

tanítványai közül kerültek ki zömmel, de ide sorolhatók azok a kutatók, aki a rituális kommunikációnak központi szerepet tulajdonítottak a vizsgált közösség életében (Jeffrey Alexander, Clifford Geertz, Victor Turner.) A kommunikációkutatásban is megkülönböztethető a neodurkheimi irányzathoz tartozók akik a kommunikáció szimbolikus aspektusának az elemzését tartják a médiakutatás középponti feladatának (Becker 1995; Carey 1989; Katz 1998; 1993; Rothenbuhler 1998). James Carey nevéhez fűződő elmélet a kommunikáció rituális modellje. Ennek kidolgozása során Carey arra törekedett, hogy a transzmissziós modellekkel szemben kultúrába ágyazottan írja le a kommunikációt. „A kommunikáció egy szimbolikus folyamat, ami által létrehozuk, fenntartjuk, módosítjuk és átalakítjuk a valóságot.” (Carey 1992: 23.) James W. Carey, *Communication as Culture* című könyvében a hírek példáján mutatja be a transzmissziós és rituális modell közötti különbséget. Szembeállítja a transzmissziós modell hírszemléletét a rituális modellel. (Carey 1992) Carey alapvetően fenomenológiai megközelítésben tárgyalja a kommunikáció kérdéskörét, miszerint a valóságra nem mint valami eleve adottra kell tekintenünk, hanem úgy, mint a kommunikáció által létrehozott társadalmi jelenségre.

Míg a transzmissziós modell azzal foglalkozik, hogy miként ad át információkat, tudást a hírműfaj, ezzel szemben a rituális modell szerint hírt írni vagy olvasni egyfajta rituális cselekvés, drámai aktus. Ebben az aktusban pedig nem az információ megszerzésének a folyamata a fontos, hanem az a drámai cselekvés, mely során a hírekben az olvasó találkozik a világgal, és ezáltal része lesz, beépül az olvasó életébe. A rituális szemlélet szerint a hírek nem pusztán informálnak, hanem a világot formáló nagy erők drámáját mutatják be, amiben a hírek fogyasztói is részt vesznek helyeslésükkel vagy tiltakozásukkal, miközben a káoszból rend jön létre. Carey elméletében Durkheim *A vallásos élet elemi formái* című könyvére alapoz. A rítuselméletet Durkheimen kívül kapcsolhatjuk Levi-Strauss, Victor Turner, Radcliffe-Brown nevéhez is, de Durkheim jelentősége – különösen a kommunikációs megközelítésben – az, hogy a rítust összekapcsolta a kollektív identitással és a közösségi szolidaritással. Ebben a késői művében fejtette ki, hogy a rítus, mint szimbolikus cselekvés, mely elválasztható a racionális cselekvéstől nemcsak a tradicionális társadalmakban van jelen mint a szimbolikus rend fenntartója, megújítója és a társadalmi integráció legfontosabb formája, hanem a modern társadalomban is. A neodurkheimi társadalomkutatásban ezek a rítusok nem vallásiak, hanem szekulárisak, viszont ez nem jelenti a szentség hiányát: itt inkább egyes, a közösség számára vitathatatlan szimbólumokat

értünk rajtuk. Ilyen kulcsszimbólumok például azok az ellentétpárok, amelyek alapján a neodurkheimi kulturális szociológia értelmezi a világot: a szent és a profán, a jó és a rossz, a tiszta és a tisztátalan, a rend és a káosz (Császi 2002:60). Ezek mellett ide tartoznak a közösség evilági szimbólumai (például a nemzet, a demokrácia) és bizonyos intézmények (például a művészet, a tudomány, a politika. (Császi 2002:70). A szent és a profán kategóriájához hasonló ellentétpárok alkalmazásával alkotjuk meg narratíváinkat a társadalomról, annak folyamatairól. A neodurkheimi médiaelmélet állítása az, hogy a média érzelmi azonosulást kiváltó narratívái éppolyan szükséges részei a modern demokrácia nyilvánosság-struktúrájának, mint a racionális vita. A neodurkheimi téziseket elősorban a szórakoztató médiával kapcsolatosan alkalmazzák a kutatók, azt állítván, hogy az abban működő „melodramatikus képzelőerő” úgy működik a szekuláris világban, mint a vallás a tradicionálisban: megteremti azokat a közös érzelmi, morális vonatkoztatási pontokat, amelyek nélkül nem létezne társadalmi kohézió. A média lehetővé, sőt kötelezővé teszi a közösség életében való morális állásfoglalást, s közben a káoszból valamilyen rendet teremt.

Azt gondolom, hogy a kisebbségi és lokális média esetében is alkalmazható elmélet. A kisebbségi és lokális média a társadalmi közelség, a viszonyok sűrűsége okán, részt vesz a helyi társadalom jelentés- és közösségteremtő rituális tevékenységében, társadalomintegráló szerepet tölt be. A média nemcsak egyszerűen közvetít, hanem maga is kreatívan részt vesz a társadalom értékrendjének a kialakításában, az embereket foglalkoztató normatív problémák megnevezésében, értelmezésében, mint ahogy a fenti esetben is láttuk. A kritikai kultúrákutatók képviselői az interpretatív fordulat jegyében feltételezik, hogy a médiumok feladata a kulturális jelentéstartalmak köröztetése, köztudatban tartása, a médiumok ezért működhetnek jelentős társadalmi integráló erőként. Mivel a társadalom tagjai a különböző médiumokon keresztül egy általános kommunikáció részesei, ez segíti őket kulturális identitásuk kialakításában, a társadalomba való integrálódásukban is (Belinszki 2000:72).

VII. Összefoglalás

Dolgozatomban azt a kérdést jártam körül, hogy milyen eséllyel vesznek részt a vidék imázsának alakításában a helyi kulturális szereplők és a média szereplői az általam vizsgált rurális térségben, a Csíki medencében.

A kérdésfelvetést meghatározza a vidékfejlesztési politikák előtérbe kerülése, a nem materiális értékek szerepe a térségi fejlesztésben, a lokális identitás megerősödése, a térségi kulturális adottságok nagy száma és kiemelkedő értéke, a sok civil kezdeményezés, továbbá a kisebbségi társadalom működéséből adódó sajátosságok, az Európai Unióhoz való csatlakozásból származó, ezen a területen is jelentkező kihívások és lehetőségek.

Szerkezetét tekintve három pilléren nyugszik a dolgozat. Az első részben ismertetem a kultúra témakörében végzett térségi kutatások eredményeit. Áttekintem a térség kulturális intézményeire vonatkozó kutatásokat, és összegezem azok működésének jellemzőit a romániai rendszerváltás előtti és utáni időszakban. Megállapítható, hogy a térségi intézményi szerkezet alacsony formalizáltságú, külső tényezőknek kiszolgáltatott és efemer jellegű. A mai kulturális intézmények típusai a következők: állami, önkormányzati támogatottságú, egyesületek és alapítványok, továbbá a jogilag be nem jegyzett, de „intézményként” működő csoportok, ezen túlmenően “intézményként” határozhatjuk meg a működő lokális vagy regionális rendezvényeket is. A kulturális intézmények működését tekintve ambivalens jelenségek figyelhetők meg: erős lokális beágyazottság és ezzel egyidőben extralokális elvárások. A kulturális szereplők tekintetében olyan elvárások támadnak, amelyekre a korábbi tudások és gyakorlatok nem hasznosíthatók érdemben.

A rendszerváltást megelőző kommunista rendszer a korábbi egyleti és egyesületi formákat megszüntette, és ezzel az önszerveződés formáit is. Ennek tudható be, hogy a helyi kezdeményezések és igények artikulálásának képessége hiányzik a térségi kultúra szereplőinek eszköztárából. Az eseményszervezőkkel készített interjúk alapján azt látjuk, hogy ez egy olyan szerepmegvalósítás, amely a lokalitásban gyökerezik, abból építkezik és oda csatol vissza. Látható továbbá, hogy szükséges a mai térségi kulturális szereplők szakmai szerepének és társadalmi tudásának újragondolása. Olyan lokális vagy regionális szerep fokozatos kiépítésére van szükség, amely a kulturális menedzsment döntéshozóvá, a lokális vagy regionális elit meghatározó tagjává teszi. Kulturális menedzsment kifejezés alatt ebben a térségben olyan szakmai tudást kell érteni, amely egyfelől alapvetően fontosnak tartja a térségi kulturális

értékekre és programokra való ráfigyelést, másfelől pedig ezt össze tudja kapcsolni a helyi fejlesztés kérdéskörével. A kulturális szereplő „kulturális menedzsernek” nevezhető társadalmi szerepe feltötletlen. Körvonalazódik az, hogy mivel és hogyan volna feltölthető ez a társadalmi szerep, de ennek megvalósulása még várat magára.

A második pillér a romániai magyar és a térségi médiakutatások bemutatását tartalmazza. A rendszerváltás állapotához viszonyítva azt látjuk, hogy megtörtént a nemzedékváltás, míg a kilencvenes évek végén az elidősödött újságírók és férfiak dominálnak, mára kicserélődtek az újságírók, megfiatalodott és megújult az újságírók helyi köre. Szakmai képzésük már a rendszerváltás követő években zajlott, újságíró, társadalomtudományi, bölcsész szakokon, vagy különböző tanfolyamokon. Megerősödött a helyi nyilvánosság, mely szigetszerű entitásokból tevődik össze, hatóköre, célkitűzései, gondjai egy-egy vidékhez kapcsolódnak, ahol testközelbe kerülnek az emberek mindennapi gondjai. A helyi lapok jellemzői a megyei avagy országos magyar nyelvű sajtóval szemben: helyi jelleg (és nem etnikus), a piaci szemlélet (nem akkomerciális) és a szórakoztatás (nem elitista). A magyar nyelvű napilapokon belül a „helyi napilap” olvasása az egyik legjobban beépült, meggyökeresedett szokása az erdélyi magyar közösségnek. Az újságírókkal készített interjúszövegek elemzése során a következő témacsoportokat alkottam: szakmai szocializáció-végzettség, ismertség-kapcsolatok, szerepfelfogás (kisebbségi és helyi), témamegjelölés-hírselekción, kulturális tartalmakról alkotott vélemények, a hírekhez való hozzáférés. Ezek mentén rajzolódik ki a helyi és kisebbségi újságírói szerep. A dolgozatban tárgyalom a kisebbségi sajtó működésének sajátosságait, utalok a kisebbségi médialogikára, az önkorlátozó gyakorlatra illetve a média szerepvállalására az etnikai önreprezentációban. Az interjúkból kiderül, mit gondolnak a kisebbségi újságíró feladatáról, szerepéről a vizsgált két lap újságírói. Az újságírók azt mondják, hogy a kisebbségi újságíró státus többlet-felelősséggel jár. Elsősorban a szakmai követelményeket említik (hiteles tájékoztatás és a műfaji sokszínűség). Feladata hogy kialakítsa és tanítsa a helyes magyar nyelv, szép beszéd iránti igényt.

A média és kultúra kapcsolatát az események médiareprezentációján keresztül vizsgálom.

A kutatások azt hangsúlyozzák, hogy a médiaanyagok legitimáló szerepe érhető tetten abban a gyakorlatban, hogy egy eseményről több anyag jelenik meg utólag, mint előtte, informatív jelleggel. A sajtóanyagok tartalmi üzeneteik révén egy lokális léptékű etnikai önreprezentációnak

lesznek cselekvő részesei, ugyanakkor ezen keresztül történik meg az etnikai „egészhez” való mentális/szimbolikus igazodás.

A térségi kutatások nagyon fontos megállapítása, hogy a rendszerváltást követően megszervezett események sorozata és ebben a média részvétele felemészteti a társadalomalakító erőket, ráadásul eltakarhatja más prezentációs kísérletek lehetőségét, amelyben a média szintén sikerrel volna használható. A helyi sajtó tartalomelemzése során az látható, hogy bár a média hírt ad az eseményekről, mind a kulturális szereplők, mind az újságírók részéről elmarad ennek az adottságnak a kihasználása. Ez alatt azt értem, hogy a kulturális szereplők elfogadják a média által kínált információkat, holott felismerhetnék, hogy ezt a szakmai csatornák hiányában jobban kiaknázhatnák (a lokalitásból eredő adottságok révén), a média részéről pedig nem mutatkozik annak felismerése, szerepe más is lehetne, mint az eddigi gyakorlat: informálás, legitimálás és „etnikai burokteremtés”. A térség sajátos gondjai felől nézve azt lehet látni, hogy adottak a feltételek ahhoz, hogy a helyi média felismerje azt a médiaszerepet, amely a lokális és etnikai önreprezentáción túl a térségi öndefinícióban partner. Megérett az idő a kulturális fordulathoz, amely szemlélet következtében a térség kulturális adottságait szélesebb értelemben láttatná, illetve tudatosítaná a saját szerepét a vidékimázs építésében. Ennek feltétele a kulturális szereplők és a média közötti kapcsolat jobbítása, hisz bár a térségi sajtóban nagy mennyiségű kulturális jellegű írás jelenik meg, a sajtóelemzés eredményei nem engednek arra következtetni, hogy a térségi sajtóból a kulturális élet működtetéséhez elégséges szakmai információkhoz hozzá lehet jutni.

Összegezve a helyi lapok eseménybemutatói gyakorlatát, azt láthatjuk, eseményközpontúak, rövid ideig, érzelmi telítettséggel és felszínesen foglalkoznak a témával. A társadalmi szereplők pedig ennek következtében úgy tekintenek egy adott intézmény működésére, mint a tévéműsorra, és nem olyan közösségi tevékenységi formára, amely egyidőben az adott közösség működésének megjelenési módja is. Ez a gyakorlat a térségi kulturális identitás erősödése ellen dolgozik, hiszen az esemény és társadalmi környezete funkcionálisan egyre jobban eltávolodik egymástól. Ez a folyamat rontja a feltételeit annak, hogy a térségben hatékony kultúragazdasági gyakorlat épülhessen ki. A KAM által végzett kapcsolati kultúra kutatás arra a következtetésre jut, hogy az egymásra találás érdekében a kulturális intézményeknek kellene lépni, de ezt valamilyen oknál fogva nem tudják megtenni és/vagy egyelőre nem tartják fontosnak. Összehasonlítva az általam végzett kérdőíves felmérés eredményeivel a KAM kapcsolati kultúra kutatási eredményeit,

pozitív elmozdulást lehet megállapítani. A helyi médiával való kapcsolattartásra 78%-ban mondták azt, hogy eredményes, ez 20%-al több, mint az 5 évvel ezelőtti elvégzett kapcsolati kultúra kutatás, s míg akkor 15%-uk nem rendelkezett kapcsolattal a helyi médiával, addig itt csupán 2% az arány. Egyértelműen megállapítható, hogy a szervezetek lassan felismerik a média, és ezen belül a makronyilvánosság szerepét.

A dolgozat harmadik pillérét a kihívásokra való térségi válaszok alkotják. A falvak legtöbbet emlegetett kitörési pontja a turizmus. A turizmus eddig egész biztosan annyiban érezteti hatását, hogy azoknak, akik ebbe bekapcsolódnak, az önképét átalakítja. A rendszerváltás, az EU csatlakozás, a globalizálódás következményeit a kvázi hagyományos társadalom érzékeli és azokra válaszokat keres. A kiterjedő világ, a kapcsolatok, az új médiatér, a mobilitás növekedése megannyi kihívást jelent számára. Ebben a helyzetben az önmeghatározás és az önreflexivitás kulcsfontosságúvá válik.

A rendszerváltás-globalizáció-EU csatlakozás kontextusában megannyi társadalmi folyamat jelzi a lokalitás megerősödését. Ebben pedig az egyik érintett szereplő a „kulturális menedzser”, akinek a munkája lényegében a „relokációból” táplálkozik. A pályázati támogatási rendszerek, a média (elsősorban a megyei lapok és a Duna tévé) eseménybemutatói gyakorlata és a „kulturális menedzser” lényegében ugyanazt a diskurzust építik és legitimálják kölcsönösen. Ennek a szókinca a hagyomány megőrzése, felújítása, ápolása, tulajdonképpen kiemelt kulturális elemek visszaemelését hivatott elvégezni egy korábbi, eredeti állapotuknak megfelelően. (hagyományos falukép, népszokások, hagyományos mesterségek stb.) Miközben ezek nagyon pozitív törekvések, és identitásrehabilitációs funkcióval is bírnak, ez egyben lehet a világtól való elfordulás is, mely megakadályozza a kulturális szereplőt abban, hogy a lokális kulturális értékeket a globalitás kontextusában is el tudja helyezni, hogy azt transzlokális cserére alkalmassá váljon, külső környezettel sikeres dialogikus viszonyt tartson fenn, képes legyen a belső változást is magába foglaló újradefiniálódásra, továbbá, hogy képes legyen kilépni a hasonló lokális értékek piacára.

Az EU vidékfejlesztési rendszere és a posztproduktív korszak gyökeresen új rurális fejlesztési technikákat és stratégiákat eredményezett mind a fejlesztők, mind a felhasználók oldalán. A felhasználók lokalizálni igyekeznek a gazdaság fejlesztésének kontrollját elsősorban új kulturális identitás teremtésével településük, régiójuk számára. (Ray 1998) Ennek a folyamatnak része a természet, a hagyományok és a ruralitás újraértékelése, a fogyasztási és táplálkozási kultúra

átfogalmazása és új, a fejlesztés szempontjából értékelhető helyi értékek teremtése. Megnö az új helyi identitások kialakításának, a lokális kulturális tradíciónak, a helyi fejlesztési forrásoknak, a lokális tudásnak a szerepe, újraértékelődik a helyi kulturális örökség szerepe, a tradicionális konyha és élelmiszer, a helyi látványosságok, múzeumok, ásatások, természeti nevezetességek, épületek, népszokások és hagyományok a fejlesztés (az EU tervezeteinek és rendszereinek való megfelelés) szempontjai szerint konstruálódnak újjá. Azt lehet látni, hogy a tradícióteremtésben az eddigi kutatások szerint a kívülállók, a rurális elitcsoportok, a betelepülők, a szakértői osztályok aktívabbak voltak a vidék kulturális újrafogalmazásában, mint a jelenlegi vidéki települések lakói, akár a helyi kulturális szereplők. Mindez a következőképpen összegezhető egy összehasonlító táblázatban:

| Etnikus prezentációs praxis | Pragmatikus prezentációs praxis |
|--|--|
| szimbolikus etnikai diskurzus, termelője az elit és média, ünnepeken konstituálódik az etnikum | populáris vidékfejlesztési diskurzus, termelője a helyi kulturális szereplő és média, kulturális produktumokon keresztül konstruálódik a vidék |
| szimbolikus térfoglalás | szimbolikus értékfoglalás |
| moccanatlan, statikus | versengő, dinamikus |
| hátrányos helyzet folyamatos felmutatása | előnyök keresése, versenyhelyzet felismerése |
| az etnikus jelképek szerepe: etnikus identitás, védelem | az etnikus jelképek szerepe: lokális identitás, fogyasztás, örökségesítés |
| zarándokút a saját (kisebbségi) társadalomba, saját identitás keresése | zarándokút hozzánk: a turista keresi az identitását, mi keressük a turista identitását és a sajátunkat is |
| idegenek: a románok | idegenek: a turisták |
| modernizációgátló | modernizációbarát |
| határok felmutatása, bezárkózás | nyitás kényszere |
| a közösség elsősorban etnikumban, nemzetben valósul meg | a közösség a térségben, a lokalitásban valósul meg |
| a nyilvánosság hivatalos terében zajlik a diskurzus | a nyilvánosság plurális terében zajlik a diskurzus |

A térségi kulturális szereplők médiatudatossága nőtt, felismerik a benne rejlő lehetőségeket. A média és a kulturális szereplők kapcsolata leírható és értelmezhető a rituális kommunikáció elméletével. A dolgozatban körüljárt témák arra engednek következtetni, hogy pragmatikus térségalkító folyamatok indultak el, melyek elkezdnek válaszolni a külső kihívásokra. A térségben az elit által termelt etnikai diskurzus kifulladásában, az etnikus elemek és szimbólumok az új identitások megjelenésében, a kulturális termékek és imázsok megkonstruálásában kapnak szerepet.

Azt láttuk, hogy a térségi imázs "kintről" konstruálódik: az elit, a térségi szakemberek, turisták, a média alkotják meg azokat a képeket, amelyek forgalomban vannak (az etnikus, hagyományos, idillikus, posztmodern ellenvilág).

Prezentációs praxisait feltárva azt állíthatjuk, hogy olyan folyamatok indultak el a térségben, amelyek során a vizsgált szereplők a vidékről termelt diskurzusban nagy eséllyel vehetnek részt.

VIII. Irodalomjegyzék

Gergely András (2002) A totális társadalmi tények mint térhasználati és identitásmódok (Rövid áttekintés a helyi tudás tartalmáról) In: Kisebbségkutatás. 2. sz.

www.antroport.hu/lapozo/.../Agatotalistarsadalmiteenyek2002-2.pdf

Anderson, Benedict (1989) Képzelt közösségek: megjegyzések a nacionalizmus eredetéről és terjedelméről. In : Janus VI. évf. 1. sz. 3-12.

Appadurai, Arjun (2001): A lokalitás teremtése. In: Regio 3. 3–32.

Babbie, Earl (1998): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata, Balassi Kiadó, Budapest

Bakó Bolárka (2006) Kisebbség többségben.

http://www.mtaki.hu/docs/magyarlakta_kistersegek/kisterseg_bako_boglarka.pdf

In: Bakó Boglárka – Szoták Szilvia (szerk.): Magyarlakta kistérségek és kisebbségi identitások a Kárpát-medencében, MTA-Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet – Gondolat Kiadó, Budapest

Bálint Blanka – Demeter Gyöngyvér MOZAIK2001 Gyorsjelentés – Székelyföld, In: Szabó Andrea – Bauer Béla – Laki László, Nemeskéri István (szerk.): MOZAIK2001 Gyorsjelentés – Magyar fiatalok a Kárpát-medencében, Nemzeti Ifjúságkutató Intézet, Budapest 2002

Barometrul de consum cultural 2007

<http://culturadata.ro/PDFuri/12%20barometru%202007.pdf>

Bárdi Nándor (1992): Mi van az erdélyi hátizsákban? Valóság 12:81-98

Barth, Frederik (1996) Régi és új problémák az etnicitás elemzésében. Regio VII. évf. 1. sz. 3-25.

Bausinger, Hermann (1995) Népi kultúra a technika korszakában, Osiris Budapest

Beck. Ulrich (2005) Mi a globalizáció? Belvedere Kiadó, Szeged, 57.

Belinszki Eszter (2000) A kritikai kultúrakutatás a médiaelemzés gyakorlatában. Médiakutató, Ősz

Benedek H. János (2000) Turizmus és helyi társadalom. A faluturizmus esélyei a Székelyföldön egy konkrét példa tükrében. in: A turizmus mint kulturális rendszer. Tanulmányok. Szerk. Fejős Zoltán. Budapest, Néprajzi Múzeum. 103-110.

Benes Sarolta (2008) Kulturális jellegű újságcikkek a Hargita Népe című napilapban, In: Bodó Julianna (szerk.): Média – Régió – Nyilvánosság, Státus kiadó, Csíkszereda

*** Benes Sarolta – Balló Beáta (2009) Kultúrafogyasztás a Pogány-havas kistérségben, Hargita Megyei Kulturális Központ, kézirat

Biró A. – Gagy J. – Péntek J.(szerk 1987) Néphagyományok új környezetben
Tanulmányok a folklorizmus köréből, Kriterion Könyvkiadó Bukarest

Biró A. Zoltán - Bodó Julianna (1991) „A ‘hargitaiság’. Egy régió kultúraépítési gyakorlatáról“. In: Átmenetek, 2 sz. 77-89.

Biró A. Zoltán (1993) Centralizált hatalmi beszédmód (Kiindulópontok a szocialista médiaszerkezetek pragmatikai szintjeinek elemzéséhez). In: Antropológiai Műhely, 2 sz. 37-56.

Biró A. Zoltán – Bodó Julianna – Gagy József – Oláh Sándor – Túros Endre (1993) A műholdas tévéadás - egy régió szemszögéből. Antropológiai Műhely 2. (2.) 7-36.

Biró A. Zoltán (1995) Változás és/vagy stabilitás. A romániai magyar társadalom szerkezetének és működésének fontosabb komponenseiről. In: Változásban? Tanulmányok a romániai magyar társadalomról. Csíkszereda, Pro-Print.

Biró A. Zoltán (2002) A regionális identitás szerveződésének új formái In
Kisebbségkutatás 2 sz. http://www.hhrf.org/kisebbssegkutatas/kk_2002_02/cikk.php?id=1104

Biró A Zoltán (1998) A társadalom védelme és/vagy építése. Elemzés a romániai magyar elit termelődéséről és szerepéről. In. Stratégiák vagy kényszerpályák. Tanulmányok a romániai magyar társadalomról, Csíkszereda, Pro-Print

Biró A. Zoltán – Bálint Blanka – Miklós István (2004) Térség és kultúra – Képzési, szaktanácsadási, információs igények a kelet-erdélyi tömbmagyar térség kulturális intézményei, szervezetei körében – kutatási jelentés, KAM – Regionális és Antropológiai Kutatások Központja – Hargita Megyei Kulturális Központ, Csíkszereda

Biró A. Zoltán – Bálint Blanka (2006) Térségi identitások: értelmezési szempontok, elemzési lehetőségek. In: Bakó Boglárka – Szoták Szilvia (szerk.):
Magyarlakta kistérségek és kisebbségi identitások a Kárpát-medencében, MTA-Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet – Gondolat Kiadó, Budapest

http://www.mtaki.hu/docs/magyarlakta_kistersegek/kisterseg_biro_a_zoltan_balint_blanca.pdf

Biró A. Zoltán – Miklós István (2006b) Székelyföldi kulturális intézmények. In: Térség és kultúra. Alutus Kiadó, Csíkszereda, 235-261.

Biró A. Zoltán (2006c) Szempontok a kulturális menedzserképzés tervezéséhez és szervezéséhez, In: Biró A. Zoltán: Vidéki térségek: illúzió vagy esély?, Pro-Print kiadó, Csíkszereda, 181-202.

Biró A. Zoltán – Csomortáni Erika (szerk. 2008) Kultúra – Térség – Jövőkép – Székelyföldi kultúrakutatások, Alutus Kiadó, Csíkszereda

Biró A. Zoltán (2008) Regionális hálózati modellek kialakítása az erdélyi magyar közművelődési – kulturális intézmények számára, In: Biró A. Zoltán – Csomortáni Erika (szerk.) Kultúra – Térség – Jövőkép – Székelyföldi kultúrakutatások, Alutus Kiadó, Csíkszereda

Biró Z. Zoltán (2004) Új vidékfejlesztési perspektíva: a kultúragazdaság, In: Biró A. Zoltán – Koszta Csaba János – Mátéffy Mária (szerk.): Vidékfejlesztés Hargita megyében, Regionális Képzési Központ – Alutus Kiadó, Csíkszereda

Blénesi Éva – Mandel Kinga – Szarka László (szerk. 2005) A kultúra világa. A határon túli magyar kulturális intézményrendszer. MTA ENKI, Budapest

Boda Zsolt-Kovács Imre-Szoboszlai György, (szerk. 2007) Hatalom, közbeszéd, fejlesztéspolitika. Elemzések politikai jelenségekről. MTA-PTI Budapest
<http://mek.niif.hu/07700/07774/07774.pdf>

Bódi Jenő (2007) Falu és turizmus: képek és gyakorlatok. In: Kovács Éva (szerk.): Közösségtanulmány. Módszertani jegyzet. Regio könyvek, Budapest: Néprajzi Múzeum, 176—185.

Bodó Julianna (1995) Március 15. Csíkszeredában, In: Változásban? Elemzések a romániai magyar társadalomról, KAM – Regionális és antropológiai Kutatások Központja, Pro-Print Könyvkiadó, Csíkszereda

Bodó Julianna (1997) Átjárási technikák a szocializmusban a társadalom privát és hivatalos szférája között. (2.) In: Antropológiai Műhely 2.(10) p. 35-52.

Bodó Julianna – Biró A. Zoltán (1997) Szimbolikus térfoglalási eljárások. In: Szabó Márton (szerk.): Szövegvalóság. Írások a szimbolikus és diszkurzív politikáról. Scientia Humana, Budapest, 305-332.

Bodó Julianna (1998) „Átjárás technikák a szocializmusban“. In: Fényes tegnapunk Pro-Print, Csíkszereda, 31-81.

Bodó Julianna (szerk.1998) Fényes tegnapunk. Tanulmányok a szocializmus korszakáról Pro-Print, Csíkszereda

Bodó Julianna (1999) Ünnepi események és a média nyilvánossága. In: Rendszerváltás és kommunikáció. (szerk. Sárközy Erika). Osiris Kiadó, Erasmus Közéleti Kommunikációs Intézet, Budapest

Bodó Julianna (szerk. 2000) Miénk a tér? Szimbolikus térhasználat a székelyföldi régióban, Pro-Print, Csíkszereda

Bodó Julianna (2000) Szempontok az ünneplési gyakorlat vizsgálatához In: Miénk a tér? Szimbolikus térhasználat a székelyföldi régióban, Pro- Print, Csíkszereda, 43-62.

Bodó Julianna – Biró A. Zoltán (2000) Szimbolikus térfoglalási eljárások. In: Miénk a tér? Szimbolikus térhasználat a székelyföldi régióban. Pro- Print, Csíkszereda, 9-42.

Bodó Julianna (2004) Székelyföldi mozaik. Térségi szociológiai tanulmányok, Pro-Print, Csíkszereda

Bodó Julianna (2004) A formális és informális szféra ünneplési gyakorlata az 1980-as években. Scientia Humana sorozat, MTA- Politikai Tudományok Intézete, Budapest

Bodó Julianna (2007) A terep, ahol élünk, EMTE Sapientia Társadalomtudományi Intézet - Státus kiadó, Csíkszereda

Bodó Julianna (szerk. 2008) Média – Régió – Nyilvánosság, EMTE Sapientia Társadalomtudományi Intézet - Státus kiadó, Csíkszereda

Bodó Julianna (szerk. 2008) Térség a médiában, média a térségben In: Média – Régió – Nyilvánosság, EMTE Sapientia Társadalomtudományi Intézet - Státus kiadó, Csíkszereda

Bourdieu, Pierre (1985) Az identitás és reprezentáció. A régió fogalmának kritikai elemzéséhez. Szociológiai Figyelő, 7-22.

Carey, James, W. (1992) Communication as Culture. Routledge, New York, London

Carey, James W. (2003) A kommunikáció kulturális megközelítése. In: Kondor Zsuzsanna & Fábri György (szerk.): Az információs társadalom és kommunikációtechnológia elméletei és kulcsfogalmai. Budapest: Századvég. 252-270

Coman, Mihai (2003) Mass-media, mit și ritual. O perspectivă antropologică. Iași: Polirom.

Császi Lajos (2001) A rituális kommunikáció neodurkheimi elmélete és a média, in. Szociológiai Szemle /2. 3-15.

Császi Lajos (2008) Médiakutatás a kulturális fordulat után, In: Médiakutató, ősz

Császi Lajos (2008) Médiakutatás a kulturális fordulat után. In : Médiakutató, ősz.

Csate András (1999) A paraszti közösségtől a ruralitásig: A nemzetközi vidékkutatások utóbbi harminc évének néhány kulcsproblémája, Szociológiai Szemle No. 3, pp 134–153.
<http://www.mtapti.hu/mszt/19993/csite.htm>

Csate András - Kovách Imre (2002) Vidéki történet. In: Kovách I. szerk. Hatalom és társadalom. A posztkommunizmus vége. Napvilág: Budapest, 219-308.

D. Lőrincz József (1997) „Milyen értékek alapján épül a romániai magyar társadalom“. In: Antropológiai Műhely, 1 sz. 5-29.

D. Lőrincz József (2004) Az átmenet közéleti értékei a mindennapi életben, Pro-Print Könyvkiadó, Csíkszereda

Eriksen, Thomas Hylland (2006) Kis helyek - nagy témák. Gondolat, Budapest.

Fejős Zoltán-Szijártó Zsolt (2002 szerk.) Egy tér alakváltozásai. Esettanulmányok a Káli medencéről. Néprajzi Múzeum, Budapest.

Ferencz Angéla (szerk. 2006) Kultúrázók. Falusi kultúrotthonok Hargita megyében, Hargita Megyei Kulturális Központ – Pro-Print kiadó, Csíkszereda

Ferencz Angéla (2007) Kulturális értékek és jövőkép, In: Biró A. Zoltán (szerk.): Székelyföldi elitek jövőképe, Hargita Megye Tanácsa – KAM-Regionális és Antropológiai Kutatások Központja – Sapientia EMTE Társadalomtudományi Intézet, Alutus kiadó, Csíkszereda

Ferencz Zsolt (2009): Székelyek, székelyföldiség, székely identitás. Beszélgetés Biró A. Zoltán társadalomkutatóval, a KAM – Regionális és Antropológiai Kutatások Központjának vezetőjével In: Szabadság, 2009 május 23.

Fekete Oszkár (2007) Térségi kulturális intézmények szerepe a lokális identitás és a versenyképesség alakulásában, In: Biró A. Zoltán (szerk.): Vidék és fejlesztés – Szociológiai és antropológiai elemzések, Alutus kiadó, Csíkszereda

Gagy József (2004) Örökített székely kapu, Mentor kiadó, Marosvásárhely

Gereben Ferenc – Lőrincz Judit – Nagy Attila – Vidra Szabó Ferenc (1993) Magyar olvasáskultúra határon innen és túl, Közép-Európa Intézet, Budapest

- Győrffy Gábor (2009) Rituális elemek a romániai államszocialista sajtópropagandában, In. Médiakutató, Nyár
- Geertz, Clifford (1994) „Az ideológia mint kulturális rendszer“. In: Az értelmezés hatalma, Századvég Kiadó, Budapest, pp. 99-109.
- Hall, Stuart (1980) Kódolás-dekódolás. In. Bókay Antal, Vilczek Béla, Szamosi Gertrúd és Sári László (szerk.): A posztmodern irodalomtudomány kialakulása. Budapest, Osiris, 2002, p. 426-433.
- ***Hargita Megyei Kulturális Központ (2009) A Csíki medence kulturális intézményeinek felmérése
- Hobsbawm, Eric (1987) Tömeges hagyomány-termelés: Európa 1870–1914. In: Hofer Tamás – Niedermüller Péter (szerk.): Hagyomány és hagyományalkotás, Budapest,
- Horváth István (1996) A romániai magyar sajtónyilvánosság és korlátai. In: Korunk 1996/1. 39-43.
- Hunyadi Zsuzsa (2005) Kulturálódási és szabadidő eltöltési szokások, életmód csoportok, MMI
- Ilyés Zoltán (2006) Identitás, kultúrtáj, örökségmenedzsment. Szempontok Gyimes kistérségi erőforrásainak értékeléséhez,
http://www.mtaki.hu/docs/magyarlakta_kistersegek/kisterseg_ilyes_zoltan.pdf
 In: Bakó Boglárka – Szoták Szilvia (szerk.): Magyarlakta kistérségek és kisebbségi identitások a Kárpát-medencében, MTA-Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet – Gondolat Kiadó, Budapest
- KAM (1993) A műholdas tévéadás (a DUNA-TV) - egy régió szemszögéből. In: Antropológiai műhely.2. 7-35.
- ***KAM – Regionális és Antropológiai Kutatások Központja (2006) Székelyföldi kulturális intézmények és szervezetek kapcsolati kultúrája- kutatási összegzés, Csíkszereda
- Kary József (2004) Népművelők szerep- és értékvtársai–1984/2004 In. VI. Közművelődési Nyári Egyetem, Szeged, 2004 július 5-9, Csongrád Megyei Közművelődési Tanácsadó Központ, Szeged
- Kelemen Eszter (2007) Vidékfejlesztés és fenntarthatóság: az értelmezés hatalma 117-129 Hatalom, közbeszéd, fejlesztéspolitika. Elemzések politikai jelenségekről.

Boda Zsolt-Kovách Imre-Szoboszlai György szerk. MTA-PTI Budapest,
<http://mek.niif.hu/07700/07774/07774.pdf>

Keszeg Vilmos (2004) Aranyosszék népköltészete. Népi szövegek, kontextusok.
Monográfia I-II. Mentor Kiadó, Marosvásárhely,

Kiss Dénes (2004) A falusi elit átalakulása Erdélyben
http://web.adatbank.transindex.ro/pdfdok/web12_04_kiss_denes.pdf

Kovách Imre (2007 szerk.) Vidék- és falukép a változó időben, Argumentum, Budapest

Kovács Éva (2002) Identitás és etnicitás Kelet-Közép-Európában In: Társadalmi
önismeret és nemzeti önazonosság Közép Európában, Fedinec Csilla szerk. Teleki László
Alapítvány, Budapest

Kovács Éva (2007) A közösség tanulmányoktól a lokalitás megismeréséig In.
Közösség tanulmány. Módszertani jegyzet, 2. Kiadás, Néprajzi Múzeum, PTE-BTK
Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék

Lampl Zsuzsanna - Sorbán Angella (1999) A szlovákiai és az erdélyi magyarok
médiapreferenciái és fogyasztói szokásai. Magyar Kisebbség, 1. sz. 231-248.

László János (1999) Társas tudás, elbeszélés, identitás. Kairosz, Budapest

László Richárd (1999) „Posztkommunista társadalom és kollektív emlékezet“. In:
Valóság, 2 sz., 1-18.

Lázok Klára (2006) Államosított kultúra? A kulturális élet monopolizálásának kezdetei
Romániában – 1948 In: Korunk, február

Magyari Tivadar (2000) A romániai magyar média. In: Médiakutató, Ősz 95-107.

Magyari Tivadar (2003) Elemzések a romániai magyarok sajtóolvasási szokásairól. In:
Erdélyi Társadalom. I. évfolyam, 1. Szám 113-131.

Magyari Vincze Enikő (1997) A szöveg, mint kultúra In : Kísérletek kulturális elemzésre
Cluj: Efes, <http://adatbank.transindex.ro/vendeg/htmlk/pdf3542.pdf>

McQuail, Denis (2003) A tömegkommunikáció elmélete Osiris, Budapest

Meyrowitz, Joshua (2005): A globalitás hajnala: A hely és önazonosság új élménye a
globális faluban. In: Világosság. 6. 29-36.

Mihály János (2006) A lövétei népház története. In: Ferencz Angéla (szerk.): Kultúrázók.
Falusi kultúrotthonok Hargita Megyében, Pro-Print kiadó, Csíkszereda

Nagy Kalamász Ildikó (2007) Endogén fejlesztési stratégiák a Gyimesi-szorosban 103-117, In: Hatalom, közbeszéd, fejlesztéspolitika. Elemzések politikai jelenségekről. Boda Zsolt-Kovács Imre-Szoboszlai György szerk. MTA-PTI Budapest, <http://mek.niif.hu/07700/07774/07774.pdf>

Oláh Sándor (szerk 2006) Térség és kultúra. Alutus Kiadó, Csíkszereda

Oláh Sándor (2006) Szövegek és történetek. In: Oláh Sándor (szerk.): Térség és kultúra, Alutus kiadó, Csíkszereda

Oláh Sándor (2008) Változási folyamatok kulturális mezőben. In: Bíró A. Zoltán – Csomortáni Erika (szerk.): Kultúra – Térség – Jövőkép – Székelyföldi kultúrakutatások, Alutus Kiadó, Csíkszereda

Oláh Sándor (2008) A falusi önállósodás előzményei és társadalmi környezete, In: TÉRSÉG 2008/1. Státus Kiadó, Csíkszereda

Ozsváth Imola (szerk 2009) Lámpások voltunk. Udvarhelyszéki pedagógusok élettörténete. Mentor, Marosvásárhely

Papp Z. Attila (2004) A romániai magyar újságíró-társadalom http://www.mediakutato.hu/cikk/2004_04_tel/07_romaniai_magyar/20.html

Papp Z. Attila (2005) Keretizmus. A romániai magyar sajtónyilvánosság a kilencvenes években. Soros Oktatási Központ, Csíkszereda

Papp Z. Attila (1999) „Konfliktuskezelés” a romániai magyar sajtónyilvánosságban. In: A HÉT október 7.

Palotai Borbála : Államszocialista ünnepeink filmhíradón <http://epa.oszk.hu/00300/00336/00013/allamszocialista.htm>

Peti Lehel (2005) Testvérfalvak és falusi turizmus, In: Korunk, április <http://www.korunk.org/?q=node/8&ev=2005&honap=4&cikk=7844>

Pusztai Bertalan (2003) A pusztamérgesi eset In: Pusztai B. (szerk.): Megalkotott hagyományok és falusi turizmus. Szeged, SzTE Néprajzi Tanszék, 9-21.

Pusztai Bertalan (2007) „Bajászlé. Identitás, kanonizáció és márkázás a bajai népiünnepélyen” In: Pusztai Bertalan – Neill Martin (szerk/ed): Turizmus, fesztiválok és helyi identitás. Halászléfőzés Baján. –Tourism, Festivals and Local Identity. Fish Soup Cooking in Baja, Hungary. Edinburgh – Szeged,. 7-25.

Ray, Christopher (1998) Culture, intellectual property and territorial rural development. *Sociologia Ruralis*, (Vol. 38), 1, 3-20.

Sonkoly Gábor (2000) A kulturális örökség szempontjának érintkezési és alkalmazási szintjei. In: *Regio* /4. 45-66.

Szabó Márton (1999) A közjó diszkurzusai: Elméleti kérdések és a magyar politika a kilencvenes években. Sárközy Erika (szerk.). In: *Rendszerváltás és kommunikáció Osiris-Erasmus Közéleti Kommunikációs Intézet, Budapest*, 11-20.

Szabó Töhötöm (2006) Van-e a gazdaságnak identitása? Az identitás megjelenítése és a (második) gazdaság

http://www.mtaki.hu/docs/magyarlakta_kistersegek/kisterseg_szabo_a_tohotom.pdf In: Bakó Boglárka – Szoták Szilvia (szerk.): *Magyarlakta kistérségek és kisebbségi identitások a Kárpát-medencében*, MTA-Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet – Gondolat Kiadó, Budapest,

Szabó Töhötöm (2005) Megismerés és tapasztalat, az erdélyi falu problematikája: In: *Magyar Kisebbség*, 3-4. (36-37.) sz., 117-137.

http://www.jakabffy.ro/magyarkisebbsseg/pdf/2005_3-4_10_szabo.pdf

Szarka László (2002) Kisebbségi léthelyzetek térben és időben In: *Kisebbségkutatás*. 2 szám. http://www.hhrf.org/kisebbssegkutatas/kk_2002_02/cikk.php?id=1101

Szarka László (2004) A kisebbségi magyar közösségek helyzete és fejlődési tendenciái a kutatások tükrében, *Korunk*, 15(1), 22-31.

http://www.mtaki.hu/docs/szarka_laszlo_kisebbségi_magyar_kozossegek_korunk_2004_01

Szarka László (2005) Kisebbség és kultúra. A kulturális intézmények szerepe a közösségépítésben. In: Blénesi Éva – Mandel Kinga – Szarka László (szerk) *A kultúra világa. A határon túli magyar kulturális intézményrendszer*. MTA ENKI, Budapest, 5-25.

Szőcs Lóránt (2006) Kimutatások a megye vidéki kultúrházainak tevékenységi köreiről, állapotjáról és az önkormányzatok közművelődési tevékenységéről, In: Ferencz Angéla (szerk.): *Kultúrázók – Falusi kultúrotthonok Hargita Megyében*, Pro-Print kiadó, Csíkszereda

Tamás Pál (1999) A tematizációról. In: Béres István-Horányi Özséb (szerk.) *Társadalmi kommunikáció Osiris*, Budapest, 139-151.

Tamás Pál, Zsolt Péter (1999) A társadalmi kommunikáció szociológiájáról. In: Béres István-Horányi Özséb (szerk.) *Társadalmi kommunikáció Osiris*, Budapest, pp. 245-264.

Tania Gosselin (2003) Mi határozza meg a helyi médiumok számát? In. Médiakutató, Tavasz

Tánczos Vilmos – Tőkés Gyöngyvér (szerk 2002) Tizenkét év - Összefoglaló tanulmányok az erdélyi magyar tudományos kutatások 1990-2001 közötti eredményeiről – I. Kötet, Scientia kiadó, Kolozsvár

Tankó Gyula (2009) Felejtünk, emberek, felejtünk (naplótöredékek nehéz évekből) In: Székelyföld, április, <http://www.hargitakiado.ro/cikk.php?a=NzQ2>

Thompson, Dawn (2002) Az etnicitás technikái. In: Helikon. 2002/4. 475-491.

Turai Tünde (2006) A szilágysomlyói kistérség nemzeti identitásának komponensei (Magyar oktatási és kulturális intézmények működése az elmúlt másfél évtizedben) In: Bakó Boglárka – Szoták Szilvia (szerk.): Magyarlakta kistérségek és kisebbségi identitások a Kárpát-medencében, MTA-Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet – Gondolat Kiadó, Budapest, http://www.mtaki.hu/docs/magyarlakta_kistersegek/kisterseg_turai_tunde.pdf

Túrós Endre (szerk.1995) Változásban? Elemzések a romániai magyar társadalomról – KAM. Pro-Print Könyvkiadó, Csíkszereda

Veress Károly (1996) Paradox (tudat)állapotok. KOM-PRESS, Korunk Baráti Kör, Kolozsvár

Vincze László (2008) A nyelvpolitikai perspektíva megjelenése a finnországi svéd sajtóban, In: Médiakutató, Tavasz

Wessely Anna (1998) Előszó: a kultúra szociológiai tanulmányozása. In: Wessely Anna (szerk.): A kultúra szociológiája. Osiris, Budapest. 7-28.

Williams, Raymond (1998) Kultúra. A kultúra elemzése. In. Wessely Anna (szerk.): A kultúra szociológiája. Budapest, Osiris, 28-41.

IX. Mellékletek

Adatlap tartalomelemzéshez

- 1.Sorszám:
- 2.Lap neve:
3. Év:
4. Hónap:
5. Nap:
6. Szerző neve:
7. Cím:
8. Rovat neve:
9. Településtípus: 1. községközpont 2. falu
1
10. A település neve:
11. A cikk elhelyezése: 1. címlap 2. harmadik oldal 3. hátoldal 4. másol
12. A cikk terjedelme: 1. hír-méret 2. egy flekk 3. 2-3 flekk 4. Nagyobb
13. A cikk hangvétele: 1. kritikus 2. tényszerű 3.pozitív hangvételű 4. Egyéb

14. A szöveg műfaja:

1. Hír (beharangozó)
2. képes hirdetés, makett, plakát
3. beszámoló
4. interjú az esemény kapcsán
5. nyilatkozat az esemény kapcsán
6. olvasói levél
7. sms
8. ünnepi beszéd
9. ünnepi forgatókönyv
10. átvett anyag
11. egyéb

15. Az esemény ágazati besorolása:

1. műkedvelés (színjátszás, kórus stb.)
2. népi hagyományokra épülő
3. vallásos, közösségi jellegű (falubúcsú)
4. tematikus napok/termék-fesztivál
5. turisztikai
6. oktatási
7. irodalmi
8. művészeti (professzionális művészetek)
9. történelmi, helytörténeti
10. komplex, közösségi (falu/városnapok, többnapos, heterogén)
11. egyéb

16. Helyi értékek megmutatkozására, felmutatására építő esemény esetén a megnevezett érték (endogén kapacitások megmutatkozása):

1. Érték:
2. Érték:

17. Kép 1. van 2. nincs

Kép leírása, képaláírás (túloldalon)

Kérdőív eseményszervezőknek

I. Az Ön által képviselt intézményre/ szervezetre/ csoportra vonatkozó kérdések:**1. Az intézmény/szervezet székhelye.** *Kérem a megfelelő választ húzza alá!*

1. falu, községközpont
2. falu, nem községközpont

2. Az intézmény szervezeti forma szerinti megoszlása. *Kérem a megfelelő választ húzza alá!*

1. polgármesteri hivatal
2. polgármesteri hivatalhoz tartozó kultúrotthon
3. civil szervezet
4. be nem jegyzett csoport

3. Az intézmény/szervezet/csoport tevékenysége. *Kérem a megfelelő választ húzza alá!*

1. állandó/folytonos jellegű
2. alkalmi jellegű

II. Sajtókapcsolatok**4. Nevezzen meg 3, a rendezvényeinek hirdetése szempontjából fontos helyi/regionális médiumot (fontossági sorrendben)!Kérem válaszait írja be!**

- 1.
- 2.
- 3.

5. Mennyire fontos az Ön által képviselt intézmény/ szervezet/ csoport számára, hogy az újságban jelenjen meg beszámoló a rendezvényükről? *Kérem a megfelelő választ húzza alá!*

1. nagyon fontos
2. fontos
3. nem fontos
4. egyáltalán nem fontos

6. Elégedett-e a rendezvényeivel kapcsolatos újságcikkekkel? *Kérem a megfelelő választ húzza alá!*

1. Igen
2. Részben
3. Nem
4. Nem jelennek meg a rendezvényeire vonatkozó újságcikkek

7. Van-e a médiakapcsolatokért felelős személy az intézményben/szervezetben/csoportban? *Kérem a megfelelő választ húzza alá!*

1. Van
2. Nincs

8. Az Ön által képviselt intézmény/szervezet/csoport a rendezvényei szervezésekor kapcsolatot tart-e a helyi sajtó képviselőivel? Kérem a megfelelő választ húzza alá!

1. Igen, minden rendezvény esetében
2. Igen, csak a nagyobb rendezvények esetében
3. Nem (Ugrás a 10. kérdésre!)

9. Az elmúlt 3 évben a rendezvényei kapcsán milyen gyakran végezte az Ön által képviselt intézmény/szervezet/csoport az alábbiakat? Kérem válaszait a megfelelő oszlopban x-el jelölje!

| | Havonta többször | Havonta egyszer | Évente többször | Évente egyszer | Ennél ritkábban |
|---|------------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|
| sajtótájékoztató szervezése | | | | | |
| meghívó küldése szerkesztőségekbe | | | | | |
| sajtóközlemény kiküldése szerkesztőségeknek | | | | | |
| hírlevél küldése levelezőlistákon | | | | | |
| személyes kapcsolattartás az újságíróval | | | | | |
| telefonos kapcsolattartás az újságíróval | | | | | |
| más, éspedig..... | | | | | |

10. Gyűjti-e a saját rendezvényeiről/az intézményről/a szervezetről/csoportról megjelent újságcikkeket és más írásokat? Kérem a megfelelő választ húzza alá!

1. Igen, rendszeresen
2. Igen, esetenként
3. Nem

11. Egyetért-e azzal a kijelentéssel, hogy a tevékenység mellett folyamatos reklámra van szükség? Kérem a megfelelő választ húzza alá!

1. teljesen egyetért
2. inkább egyetért
3. inkább nem ért egyet
4. egyáltalán nem ért egyet

III. Kapcsolati kultúra

12. Mennyire eredményes a kapcsolata a ? Kérem válaszait a megfelelő oszlopban x-el jelölje!

| | Jó | Gyenge | Nincs kapcsolat |
|-----------------------------|----|--------|-----------------|
| helyi (regionális) médiával | | | |
| országos médiával | | | |
| önkormányzattal | | | |
| iskolával | | | |
| egyházi szereplőkkel | | | |
| vállalkozókkal | | | |
| helyi véleményformálókkal | | | |
| önkéntes helyi segítőkkel | | | |
| szakértőkkel | | | |
| külföldi szervezetekkel | | | |

13. Mit eredményez a jó kapcsolat? Kérem válaszait a megfelelő oszlopban x-el jelölje!

| | Teljesen egyetért | Inkább egyetért | Inkább nem ért egyet | Egyáltalán nem ért egyet |
|---------------------------------------|-------------------|-----------------|----------------------|--------------------------|
| könnyebb szervezést | | | | |
| több információhoz lehet jutni | | | | |
| nagyobb ismertségre lehet szert tenni | | | | |
| több támogatást lehet szerezni | | | | |
| szakmai utak, külföldi fellépés | | | | |

14. A kapcsolattartás a legeredményesebb... Kérem válaszait a megfelelő oszlopban x-el jelölje!

| | Teljesen egyetért | Inkább egyetért | Inkább nem ért egyet | Egyáltalán nem ért egyet |
|---|-------------------|-----------------|----------------------|--------------------------|
| személyes találkozások révén | | | | |
| telefonon történő ügyintézés révén | | | | |
| e-mail-es ügyintézés révén | | | | |
| csoportos találkozások révén | | | | |
| képzésen/szakmai táborban/ konferencián való részvétel révén | | | | |

15. A jó kapcsolat feltétele.... Kérem válaszait a megfelelő oszlopban x-el jelölje!

| | Teljesen egyetért | Inkább egyetért | Inkább nem ért egyet | Egyáltalán nem ért egyet |
|-----------------------------|-------------------|-----------------|----------------------|--------------------------|
| egyazon kultúra | | | | |
| közös feladat | | | | |
| együttműködési megállapodás | | | | |
| közös érdek | | | | |
| régi jó viszony | | | | |

16. A kapcsolat gyenge ha... *Kérem válaszait a megfelelő oszlopban x-el jelölje!*

| | Teljesen egyetért | Inkább egyetért | Inkább nem ért egyet | Egyáltalán nem ért egyet |
|-----------------------------------|--------------------------|------------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| hiányoznak a találkozási alkalmak | | | | |
| nincs kommunikáció | | | | |
| hiányoznak az eszközök | | | | |
| intézményi ellentétek vannak | | | | |
| nemtörődömség van | | | | |
| személyi ellentétek vannak | | | | |
| más az érdeklődési kör | | | | |
| nincs közös érdek | | | | |

17. A kapcsolatok javítására vonatkozó elképzelések: *Kérem válaszait a megfelelő oszlopban x-el jelölje!*

| | Teljesen egyetért | Inkább egyetért | Inkább nem ért egyet | Egyáltalán nem ért egyet |
|---|--------------------------|------------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| több találkozási lehetőség kellene | | | | |
| helyben az érdekek egyeztetésére lenne szükség | | | | |
| jó lenne megtanulni a kapcsolatmenedzsment szakmai fogásait | | | | |
| fontos lenne ehhez értő külön munkatárs | | | | |
| kapcsolattartási eszközökre lenne szükség | | | | |
| többet kellene utazni, szakmai rendezvényeken részt venni | | | | |
| egyéb, kérem nevezze meg:..... | | | | |

18. Ön szerint általában milyen a helyi önkormányzatok kapcsolata a térségi/helyi médiával? *Kérem fejtse ki véleményét néhány mondatban!*

19. Ön szerint általában milyen a kultúrigazgatók kapcsolata a térségi/helyi médiával? *Kérem fejtse ki véleményét néhány mondatban!*

20. Ön szerint általában milyen a civil szervezetek/csoportok kapcsolata a térségi/helyi médiával? *Kérem fejtse ki véleményét néhány mondatban!*

IV. Személyi adatok

21. Az Ön neme: *Kérem a megfelelő választ húzza alá!*

1. férfi 2. nő

22. Születési éve

23. Legmagasabb befejezett iskolai végzettsége: *Kérem a megfelelő választ húzza alá!*

- | | |
|---|---------------------------------------|
| 1. általános iskola vagy ennél kevesebb | 5. főiskola, egyetem |
| 2. inasiskola, szakiskola | 6. magiszteri képzés |
| 3. szakközépiskola, elméleti líceum | 7. PhD vagy más posztgraduális képzés |
| 4. technikum, posztlíceum | |

24. Az Ön foglalkozása: *Kérem a megfelelő választ húzza alá!*

- | | |
|---|--|
| 1. tanuló | 11. vállalkozó |
| 2. eltartott | 12. alkalmazásban lévő vezető |
| 3. munkanélküli | 13. alkalmazásban lévő értelmiségi |
| 4. háztartásbeli | 14. szellemi szabadfoglalkozású |
| 5. gyereknevelésen van | 15. jövedelmeiből él (tőzsde, lakáskiadás stb) |
| 6. nyugdíjas | 16. alkalmi munkákból él |
| 7. betegnyugdíjas | 17. külföldi munkavállalás |
| 8. mezőgazdasági munkát végez saját vagy bérelt területen | egyéb, éspedig |
| 9. alkalmazásban lévő segéd vagy betanított munkás | |
| 10. alkalmazásban lévő szakmunkás | |

25. Az Ön jelenleg bejegyzett lakóhelye (a település neve)

26. Az intézményben/szervezetben betöltött szerepe, tisztsége:

27. Megjegyzések, hozzáfűznivalók a fenti kérdések bármelyikéhez:

Interjúvezetők és interjúalanyok

Interjúvezető eseményszervezőknek

Témája: sajtókapcsolatok, médiatudatosság, kapcsolati kultúra a tevékenységben a helyi nyilvánosságról, a sajtónyilvánosságról alkotott elképzeléseik a nyilvánosságba kerülés eszközei, motiváltsága, nyilvánossághoz való hozzáférés lehetőségének keresése

1. Meséljen a szakmai életéről
2. Az egyesületének/csoportjának/intézménynek története, névválasztás, céljai
3. Az egyesület/csoport/intézmény sajtórepresentációja. Mit jelent a nyilvánosság? Neki, személy szerint, a többi tagnak, az egyesületnek? Nézzük át és beszéljük át a sajtómegjelenések történetét.
4. Hol tanulta, hol látta, hogyan kell nyilvánossá tenni a tevékenységet?
5. Mit gondol mindezekről?
6. Hogyan szokta a rendezvényeit reklámozni?
7. Milyen sajtós kapcsolatai vannak? Hogyan alakult ki, és hogy tartja a kapcsolatot
8. Mitől függ, hogy egy helyi kulturális esemény kap-e szélesebb nyilvánosságot? (országos magyar, országos, kárpát medencei stb.)
9. Miért fontos, hogy reklámozza az eseményeit
10. Véleménye szerint mi a helyi lapok szerepe, feladata
11. Mit hiányol a helyi lapokból?
12. Milyen sajtóorgánumokat olvas? (médiafogyasztása)
13. Hogyan olvassák az újságot Ön szerint az eseményszervezők? Mik a tapasztalatai? Van-e tapasztalata arról, hogy más az újságíró témamegjelölése és az eseményszervezőé? Mit gondol erről?
14. Mit hiányol a helyi lapokból eseményszervezőként?

Interjúalanyok - Eseményszervezők:

1. K.K. Csíkborzsova, félállású kultúrigazgató
2. G.K. Csíkdánfalva, kistérség menedzser
3. M.Gy. Gyimesközéplok, kultúrigazgató
4. Z.I. Delne, civil szervezet
5. Gy.L. Szentegyháza, kultúrigazgató
6. B.L. Kászonaltíz, kultúrigazgató
7. K. V. Csíkmenaság, tanácsos, civil szervezet
8. R. G. Csísomlyó, kistérség menedzser
9. Sz. M. Csíkcicsó, civil szervezet
10. F. Cs. Csíkpálfalva, polgármester
11. F. T. Szépvíz, polgármester
12. M.A. Csíkrákos, vállalkozó
13. F.K. Gyimesfelsőlok civil szervezet
14. R.A. Gyimesközéplok tanár, tanácsos
15. T.K. Gyimesfelsőlok, civil szervezet
16. N. Á. Csíkszentmiklós, kultúrigazgató
17. F.Z. Csívacsárcsi, civil szervezet
18. P.L. Csíkmadaras, polgármester
19. K.L. Csíkszentdomokos, kultúrigazgató

Interjúvezető újságíróknak:

1. Mióta újságíró, hol, hogyan tanulta, sajátította el a mesterséget?
2. Hol dolgozik most és milyen témákkal foglalkozik?
3. Milyen újság az, ahol dolgozik. Példányszám, történet, jellemzés.
4. Mennyit dolgozik, mi a megbecsültsége, presztízse, hogy érzi?
5. Hogyan látja a helyi médiumok szerepét? Mi a feladata, helye?
6. Hogyan látja a helyi újságíró szerepét? Mit jelent?
7. Hogyan látja az olvasókat? Változik-e a közönség, a terep, az elvárások? Érzi-e a saját olvasótáborát?
8. Kulturális eseményekről mi a véleménye?
9. Milyen kapcsolatai vannak a helyi kulturális elittel?
10. Milyen tapasztalatai vannak a falusi rendezvényekről?
11. Mi a szerkesztőség politikája a kulturális hírek megjelentetésével kapcsolatban?
12. Hogyan jut el hozzá az esemény híre, és hogyan szelektálódik ki (ki dönti el), hogy lesz-e belőle cikk, és mekkora, hogy van az, hogy bizonyos eseményekről van hír, cikk, tudósítás, másokról nincs?
13. Van-e olyan érzése, hogy sok a kulturális rendezvény?
14. (Van-e elemző beszédmód?)
15. Hogyan olvassák az újságot szerinte az eseményszervezők?
16. És hogyan olvassák a lakosok?
17. Az internetes változatok működése? Mitől másabb?
18. Az újságíró igényli-e a feedbacket? Honnan kapja?

Interjúalanyok - újságírók:

1. D.K. Csíki Hírlap
2. Sz.L. Csíki Hírlap
3. B.I. Csíki Hírlap
4. D.D. Csíki Hírlap
5. A.I. Hargita Népe
6. S.I. Hargita Népe