

Tézisfüzet

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

Ferencz Angéla

**Helyi kulturális események prezentációs gyakorlata
a Csíki medencében**

2012

Tartalomjegyzék

Bevezető	2
Elméleti keret.....	4
.....	4
A kutatás módszerei.....	7
A dolgozat szerkezete.....	8
Kulturális intézmények	8
Lokális média.....	9
A térségi kultúra és média szereplői.....	11
A térségi események médiareprezentációja.....	13
A kulturális intézmények sajtókapcsolatai.....	15
Fogyasztásra kínált hagyományok. Folklorizmus, örökségesítés, lokalitás.....	17
Összegzés.....	20
Irodalomjegyzék.....	21

Bevezető

Dolgozatom azt a kérdést járja körül, hogy milyen eséllyel vesznek részt a vidék imázsának alakításában a falvak kulturális intézményei, valamint a média helyi szereplői egy rurális térségben, a Csíki medencében. A kérdésfelvetést a vidékfejlesztési politikák előtérbe kerülése indokolja, az a lehetőség, mely a térség fejlesztésében kiemelkedő szerepet szán a nem materiális értékeknek. Egy olyan, a kisebbségi társadalom működéséből adódó sajátos jegyekkel bíró

térségről van szó, melyben a lokális identitást erősítő folyamatok erőteljesen zajlanak. A vidékről és annak fejlesztéséről szóló diskurzusban egy sor kintről érkező elvárás jelenik meg, ezek közül számomra legizgalmasabb a saját társadalom önmegjelenítésének képessége, a saját társadalomról való tudás és artikulálásának képessége.

A vidékkutatások terén újabban előtérbe került elméleti és fejlesztéspolitikai elképzelések szerint 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-Kovács-György 2007, Csicsvari-Kovács 2002)

Dolgozatomban ezeknek a kihívásoknak a perspektívájából szemlélem a kulturális intézményeket, a kulturális szereplők működését, prezentációs praxisát, és ezzel párhuzamosan vizsgálom a helyi média szerepét és lehetőségeit, mint a vidék imázsának megteremtésében fontos térségi szereplőt.

Kérdéseim olyan kutatási eredményekből 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.

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 sajtóorgánus jött létre, ezen belül kiemelt szerepet kap a nyomtatott helyi sajtó. (Papp Z. 2005.)

2. A lokális kulturális események és intézmények megsokasodása, a lokális és etnikai identitás 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?

A helyi média fontos szerepet játszik a vidékimázs megalkotásában, mint egy olyan közvetítő, mely a lokális eseményeket tematizálja, különböző módon megjeleníti, kódolja, és visszajuttatja a közönség számára. Hogyan tematizálnak a helyi médiumok, milyen jelentéstermelés zajlik a helyi nyilvánosságban? Milyen társadalmi szerepe van a kisebbségi és lokális médiumnak?

Elméleti keret

A dolgozat kérdésfeltevésai, a téma megközelítése, módszerei, fogalomtára az etnográfia, a kulturális antropológia, médiaelmélet/kommunikációtudomány, és a vidékkutatások tárgyköréhez kapcsolhatók.

A kultúra, a kommunikáció és a média kapcsolatát vizsgáló törekvések számára az elmúlt egy-két évtizedben a neodurkheimi társadalomelmélet bizonyult alkalmasnak. A durkheimi ontológia szerint a rítus az a kollektív szimbolikus ceremoniális forma, amelynek segítségével a közösség a káoszról rendet teremt, és az értékek konstrukciója során kifejezi érdekeit, igényeit és vágyait, ugyanakkor fel is ismeri bennük saját magát, és morálisan is azonosul azokkal. A neodurkheimi médiaelmélet állítása az, hogy a média érzelmi azonosulást kiváltó narratívái éppolyan szükséges részei a modern demokrácia nyilvánosság-struktúrájának, mint a racionális vita. Nem az információ megszerzésének a folyamata a fontos, hanem az a drámai cselekvés, mely során az olvasó, médiafogyasztó találkozik a világgal, és ezáltal része lesz, beépül az életébe.

A kisebbségi és lokális média 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.

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 új szemléletű vidékkutatások a makroszerkezeti változások hagyományos leírása és elemzése mellett a vidéki valóság más elemeinek (a vidék reprezentációja, hatalmi kérdések, hálózatelemzés) interdiszciplináris kutatásával foglalkoznak. A vidékkutatásokban a diskurzus és reprezentáció kérdését felvető Pierre Bourdieu (1985) vagy Marc Mormont (1987) kifejti: nem

az a kérdés, mi a vidék, hanem, hogy a különböző szereplők hogyan értelmezik a vidéket, és ez mit mond el a társadalom tagolódásáról, hatalmi viszonyairól. Ezt nevezik a vidékkutatások kulturális fordulatának. Az 1980-as évek második felében jelent meg az exogén megközelítésekkel szemben az endogén fejlesztési felfogás, mely a helyben meghatározott fejlesztési stratégiák, a helyi termelési és fogyasztási kultúrák, valamint a helyi szereplőkre és tudáskészletükre alapoz. (Nagy 2007)

A vidék megteremtésének diszkurzív felfogása a kultúratudományok szemléletmódjához hasonlítható. 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, a politikai döntéshozók mind a fejlesztési irányokról, mind a konkrét projektekről tervezetek és imázsok alapján döntenek. (Kovách 2007) A diszkurzív stratégiák felértékelődése az EU rurális fejlesztési politikájának a következménye, mely új rurális fejlesztési technikákat és stratégiákat eredményezett mind a fejlesztők, mind a felhasználók oldalán.

A felhasználók új kulturális identitás teremtésével igyekeznek helyben tartani a fejlesztés kontrollját 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, természeti nevezetességek, épületek, népszokások és hagyományok pedig a fejlesztés (az EU tervezeteinek és rendszereinek való megfelelés) szempontjai szerint konstruálódnak újjá. 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. (Csité-Kovách 2002)

A vidékfejlesztés kultúragazdasági megközelítése Christopher Ray nevéhez fűződik, és azt az átalakulási folyamatot próbálja megragadni, melynek során a térhez kötődő helyi kultúra gazdasági jelentőségre tesz szert. Ray felfogásában a kultúra-gazdaság megközelítés elsősorban az adott térséghez kötődő kulturális rendszerrel foglalkozik, s azzal, hogy a társadalmi aktorok

különböző hálózataiban miként jönnek létre olyan új források, melyek kiaknázása az adott térség gazdasági érdekeit szolgálják. A helyi, specifikus kulturális rendszerek jelkészleteinek megtalálása jelentheti a kulcsot a vidéki területek társadalmi és gazdasági felemelkedéséhez (Ray 1998). A kultúra-gazdaság működéséhez szükséges a lokális tudás felismerése, konstruálása és értékesítése. A modell feltételezi, hogy a helyi kultúra termékként jelenik meg a piacon, hozzájárul a helyi kulturális identitás megerősödéséhez, a helyi kultúra, a helyi tudás olyan intellektuális tulajdonként tételeződik, mely gazdasági haszonra átváltható.

Az általam vizsgált rurális térség legnagyobb kihívása a tradíciók értékesítése. Az endogén fejlesztés ezesetben 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 elősegítheti a helyi szereplők tudatosságának növelése, amely a helyi erőforrások tudatos felhasználását és a külső erőforrások tudatos kihasználását illeti.

Ray megállapítja, hogy a múltban gyökerező, helyi tradíciókba ágyazott helyi erőforrások extralokális fogyasztói formákhoz való illeszkedésénél az innováció makacs gátja lehet a tradicionális jelleg, ezért hangsúlyozza a tanulást és az innovációt, amelyet az extralokálishoz több szállal kötődő helyiek képviselhetnek. (Ray 1998)

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. A falvak legtöbbet emlegetett kitörési pontja a turizmus, amely egész biztosan annyiban érezteti hatását, hogy azoknak, akik ebbe bekapcsolódnak, az önképét átalakítja. (Szabó 2005) Ebben a helyzetben az önmeghatározás és az önreflexivitás kulcsfontosságúvá válik.

A globalizáció kulturális aspektusaival kapcsolatban Ulrich Beck (2005) 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 úgy kell felfogni, mint a saját helynek a delokalizáció által megváltoztatott, új értelmét. Tehát a lokalitás és globalitás nem egymást kizáró fogalmak, a lokalitásba beszivárognak a globalizáció elemei. Arjun Appadurai (2001) a globalizációval kapcsolatban külön "tájakról" 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 lokáltságba, mondja Appadurai, így a globalizációt helyben zajló folyamatként foghatjuk fel.

A kutatás módszerei

Az empirikus kutatás során mind kvantitatív, mind pedig kvalitatív társadalomkutatási módszereket alkalmaztam. A vizsgált célcsoport egyfelől a térség 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 korábbi, a témába vágó kutatások bemutatására és másodelemzésére, valamint a téma tárgyalásához elvégzett saját empirikus kutatási eredményeim bemutatására.

A helyi kulturális szereplők körében egy online kérdőíves lekérdezés zajlott 2010 szeptember-októberében. A kérdőív a csíki medence falusi kulturális szereplői médiatudatosságát és a kapcsolati kultúráját vizsgálja. Az eredményeket összehasonlítottam egy hasonló, 2006-ban készült felméréssel. Strukturált interjúk készültek helyi kulturális intézmények vezetőivel, összesen 19 darab került az elemzésbe. Az interjúk fő kérdései az eseményszervező társadalom megismerésére, a szakmai szerepfelfogásra, a sajtónyilvánosságról alkotott elképzelésekre, a nyilvánosságba kerülés eszközeire vonatkoztak. Összesen hat strukturált interjút készítettem azokkal az újságírókkal, akik az események kapcsán kelt szövegeket jegyzik. 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 2005-ben készült, hasonló felméréssel.

Számos eseményen vettem részt résztvevő megfigyelőként, szervezőként, meghívottként.

Mindvégig támaszkodom a Hargita Megyei Kulturális Központban szerzett tapasztalataimra, kapcsolataimra, és azokra az adatokra, amelyek az intézmény különböző kutatási programjai során kerültek feldolgozásra. Végül egy esettanulmányt mutatok be, melyben két település közötti konfliktus kapcsán elemzem az új lokális identitás építésének még folyamatban levő esetét.

A dolgozat szerkezete

A térségben zajló közművelődési folyamatok értelmezéséhez fejlesztéspolitikai optikát választottam. Ehhez járható útnak a társadalmi kontextust feltárását véltem, és ezek leírásához különböző modulok kibontásán keresztül jutottam.

Kulturális intézmények

Az első részben, tekintettel arra, hogy a kulturális intézmények, folyamatok eddigi kutatásainak összegzése nem történt meg, szükségesnek láttam ezt elvégezni. Beépítettem a dolgozatba azokat a kutatási eredményeket, amelyek a Kommunikációs Antropológiai Munkacsoport (KAM) 2006-ban végzett a kulturális intézmények képzési igényeire és kapcsolati kultúrájára vonatkozóan.

A Hargita Megyei Kulturális Központ (HMKK) 2006-2009 között végzett felméréseinek eredményeit is felhasználtam, amelyek a falusi közművelődés tereit, a civil szervezetek működését illetve a kultúrafogyasztást vizsgálják. Hivatkoztam az MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézete (ENKI) által koordinált Határon túli magyar kulturális és közművelődési szervezetek katasztervizsgálata (2003–2004) c. kutatásra, mely kiterjedt az összes, Magyarországgal szomszédos ország kisebbségi magyar kulturális és közművelődési intézményhálózatára.

Valamennyi kutatás hivatkozik arra, hogy alacsony specializálódás, professzionizálódás jellemzi a térség kulturális intézményrendszerét. Ugyanakkor hangsúlyosan jellemzők a lokális léptékű informális együttműködések, a közösségi, önkéntes munka, mely sok esetben magasabb fokon formalizált, mint a professzionális intézmények, következésképpen a kulturális élet működtetése olyan lokális intézményeken és csoportokon múlik, melyek kevésbé formalizáltak. Ez egy markánsan elkülönülő dimenziója a térségi kulturális életének, ellentétben az

állami/önkormányzati intézmények szerepével. Nagyon fontos megállapítása a mennyiségi módszerekkel végzett kutatásoknak, hogy a térségben fellelhető intézmények, események mikrotársadalmi léptékben vizsgálva, kvalitatív módszerekkel nagyobb magyarázóerővel írhatók le. Külön fejezetet tárgyalja a rendszerváltás előtti állapotokat. Az 1989 előtti kulturális intézmények állami keretben, központi finanszírozással, szoros ideológiai ellenőrzés alatt léteztek. A pedagógusok mellett a falvakban a „kultúrigazgató” által vezetett községi művelődési ház jelentette a művelődési tevékenység számára a hivatalos és elfogadott keretet. A rendszerváltást megelőző kommunista rendszer a korábbi egyleti és egyesületi formákat megszüntette, és ezzel az önszerveződés formáit is. Ennek az “örökségnek” tudható be, hogy a helyi kezdeményezések és igények artikulálásának képessége hiányzik a térségi kultúra szereplőinek eszköztárából. (Biró 2008: 30)

Azt lehet látni, és a jelenleg feltárt működési jellemzők arra mutatnak rá, hogy a lokális beágyazottság 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.

Lokális média

A második rész a kisebbségi média kutatásának elméleti háterét tekinti át, és összegzi a romániai magyar és a térségi médiakutatásokat. 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. Ez a vezérlev a kisebbségi társadalomban forgalomban lévő témák és diskurzusok által meghatározott, és ennek a beszédmódnak része úgy az újságró, mint a közönség. 1992-ben jelent meg szöveggyűjtemény Stephen Harold Riggins szerkesztésében az etnikai kisebbségek médiájáról, mely az asszimilációval összefüggésben

tárgyalja a kisebbségi média szerepét, mondván, 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

A románai magyar nyelvű médiumokkal szociológusok, antropológusok, médiszakemberek foglalkoztak az elmúlt két évtizedben. 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). Nagyon fontos tanulmány továbbá az 1968-as meggyésítést 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 is hatékony eszköze, szerepet játszik a kollektív identitás alkotásában annak okán, hogy egy közösség számára a közös vonatkozási pontok a médiában teremthetők meg.

Papp Z. Attila a romániai magyar újságírást konfliktuskerülőnek nevezi. Mindez az elit rendszerváltást követő nyilvánosságműködtetési gyakorlatával magyarázható: etnikai témameghatározását folyamatosan megerősítette és legitimálta a sajtó, ennek az eredménye az önkorlátozó nyilvánosság lett. A romániai magyarság körében végzett médiafogyasztás kutatások azt mutatják ki, hogy az alapvetően anyanyelvű.

Magyarai 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.

Az elmúlt években megjelent helyi lapok más jellemzőket mutatnak 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. Következtetesként elmondható, hogy a megerősödött helyi nyilvánosság szigetszerű entitásokból tevődik össze, hatóköre, célkitűzései, gondjai egy-egy vidékhez kapcsolódnak, ahol testközelbe kerülnek az emberek mindennapi gondjai.

A térségi kultúra és média szereplői

Az 1989-es rendszerváltást megelőző, a központi irányítás alatt zajló kulturális intézmények működéséről hiányosak az ismereteink, a rendszerváltást követően sem indultak el e téren kutatások. A falusi kulturális elit, falusi értelmiség szerepét megértendő hivatkozom a kolozsvári néprajz tanszék Keszeg Vilmos által vezetett kutatási programjára, mely pedagógusi életpályákat kutatva, nagyon sok információval szolgál a falusi kántortanítók, néptanítók kulturális tevékenységét illetően is. A kisebbségi helyzetbe kerülő erdélyi magyarság esetében az iskola és tanító kitüntetett szerepet kap a nemzeti identitás megőrzésében. Az államosítást követően pedig a párt központosító intézkedései határozzák meg a feladatokat, kötelezővé téve a kultúrmunkát. 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 megbecsülésre tettek szert. A felmérések sajátos képet mutatnak azokról a személyekről, akiket ún. kulturális szereplőknek nevezhetünk. Míg Magyarországon a szakmai szerep definiálása, (újra)értelmezése tematizálódik szakmai fórumokon, addig térségünkben csupán egy betöltetlen társadalmi szerepről beszélhetünk.

A térség kulturális szereplőivel végzett interjúk alapján vizsgáltam a falusi kulturális élet szereplőinek szerepfelfogását. 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, az előd. A munkavégzésre, szervezésre jellemző az improvizáció, és egyfajta szinkretizmus, a családi, szomszédági, vagyis a szoros kapcsolatokra alapozó munka. A lokális társadalom viszonyainak ismeretében, a helyi közösség tagjaként nemcsak kapcsolati tőkével rendelkezik, hanem bele is van ágyazódva ezekben a kapcsolatokba, melyek konfliktuskerülő cselekvésekre készítetik. A interjúkban visszatérő témák a szaktanácsadás, információs ellátottság hiánya, a helyi közigazgatási egységek vezetőségétől való függés és kiszolgáltatottság.

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 belekapcsolódás. A kultúrotthonnal foglalkozók száma a korábbi évek felméréseihez hasonlítva stagnál, elmozdulás az alkalmazottak rovására történt, több a kulcsos ill. felelős, ami arra utal, hogy a kultúrotthon egyre kevésbé nyújt fizetett állást és egyre inkább működik fizikai helyszínként. Azt lehet látni, hogy a civil szervezetek dinamikusabban működnek, míg az önkormányzatoktól függő kulturális tevékenység stagnál. Ezzel egyidőben intenzív infrastrukturális építkezés zajlik, az épületek modernizálása, működési stratégia nélkül. A rendszerváltást követően nem történt meg a térségi kulturális szereplők szakmai szerepének és társadalmi tudásának újragondolása, holott olyan lokális vagy regionális szerep fokozatos kiépítésére volna szükség, amely a kulturális szereplőt a korábbi kivitelező, elnöki és párttitkári utasításokat végrehajtó szerepből döntéshozóvá teszi, a lokális vagy regionális elit meghatározó tagjává emelheti. (Biró 2006). A vizsgált térségben a rendszerváltás-globalizáció-EU csatlakozás kontextusában megannyi társadalmi folyamat jelzi a lokalitás megerősödését, ebben az egyik érintett szereplő a „kulturális menedzser” volna.

A vizsgált két helyi lap újságíróival készült interjúk alapján az újságírók szerepfelfogását vizsgáltam. A helyi újságíróknak kapcsolatrendszerük az olvasók, az eseményszervezők, a saját szerkesztőség, a konkurens szerkesztőség újságírója. A legtöbben valamelyik országos médium tudósítói is egyben, van, aki az országos magyarországi tévékkel van munkaviszonyban. Más-más szerkesztőségi elvárás és időnként más olvasótábor határozza meg munkájukat. A rendszerváltás állapotához viszonyítva érzékelhető 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.

A Csíki Hírlaposok explicitebben kötik a szerepüket a lokalitáshoz. Szerintük a helyi lapok fontos feladata a közösségerősítés, értékformálás is. Egy helyi lapnak nem annyira nagypolitikai eseményekkel, mint az adott régiót érintő kérdésekkel kell foglalkoznia, hiszen a helyi eseményekről szólnak, a helyieknek.

A Hargitások kiemelik az igényes szöveg fontosságát, a magyar sajtó hagyományainak tiszteletben tartását, ugyanakkor a bulvárosodást kritizálják. Az újságírók előnyként jelölték meg, hogy személyes kapcsolatrendszer tudnak kialakítani a témakörben kulcsfiguráknak számító személyekkel, jobban behatárolható egy helyi lap olvasótábor, az adott közösségben élve jobban ismerik az elvárásokat.

A hagyomány a helyi lapok 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 diskurzusból is nagy remények fűzhetők hozzá az örökségésítés és az ahhoz kapcsolódó turizmus kapcsán. Az interjúk is alátámasztják, hogy a régióról kintről „megrendelt” kép ragaszkodik a saját maga alkotott imázs folyamatos alátámasztására, megerősítésére. Példának hoztam az aktuális társadalmi problémákat visszautasító, a népi hagyományhoz kötődő témákat preferáló megrendelést.

Az újságírókkal készített interjúszövegek elemzése során a következő témacsoportokat alkottam: szakmai szocializáció-végzettség, ismertség-kapcsolatok, szerepfelfogás (kisebbségi és helyi), témamegjelölés-hírszelekció, 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 elismerik az konfliktuskerülést, és kitérnek arra, hogy a kisebbségi újságíró státus többlet-felelősséggel jár.

A térségi események médiareprezentációja

A KAM munkatársai a rendszerváltást követő szimbolikus események kutatása kapcsán értek el fontos eredményeket. (Bodó-Biró 1997) Megállapították, hogy a rendszerváltást követően a kisebbségi magyar média szerepet vállal egyfajta etnikai önreprezentációs burok megteremtésében, a médiaanyagok legitimáló szerepet töltenek be abban a gyakorlatban, hogy egy eseményről több anyag jelenik meg utólag, mint előtte, informatív jelleggel. A média az ünnepi eseményeket bemutatva etnikai burokban termeli a helyi magyar társadalmat, etnikus elemekkel építkezvén, és az etnikai határokat is megjelenítve. Az ilyen ünnepek résztvevői nem tételeződnek közösségként, a szimbolikus térfoglalás ünnepei éppenhogy nem a potenciálisan létező helyi közösség megmutatkozásának eseményei. Ezt a látszatot a média utólagos legitimációja fogja kelteni. (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 szerzőnek nagyon fontos következtetése, hogy az ünnepi események sorozata és ebben a média részvétele felemészt a társadalomalakító erőket, ráadásul eltakarhatja más prezentációs kísérletek lehetőségét, amelyben a média szintén sikerrel volna használható. Ezzel lényegében egy paradigmaváltást javasol, mely az etnikai diskurzusból egy pragmatikai diskurzusba helyezi a problémát. Ez pedig a kultúragazdaság-vidékimázs-örökségesítés diszkurzív terében képzelhető el.

A média eseménybemutatói gyakorlata és a kulturális szereplők lényegében ugyanazt a diskurzust építik és legitimálják kölcsönösen, mely a kiemelt kulturális elemek visszaemelését hivatott elvégezni egy korábbi, eredeti állapotuknak megfelelően (hagyományos falukép, népszokások, hagyományos mesterségek stb.) Ezek a törekvések egyértelműen identitásrehabilitációs funkcióval is bírnak, de 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.

A Hargita Népe 2005-ben elvégzett sajtóelemzéséből (Benes 2008) kiindulva végeztem kvantitatív 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, megnézzék, 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 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.

Összegezve a helyi lapok eseménybemutatói gyakorlatát, azt láthatjuk, eseményközpontúak, rövid ideig, érzelmi telítettséggel és felszínesen foglalkoznak a témával. Ugyanakkor nem kapcsolódnak össze olyan gyakorlati témákkal, mint az oktatás vagy turizmus. 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 kulturális intézmények sajtókapcsolatai

A kulturális intézmények lokális beágyazottsága egy sajátos ambivalens jelenséget eredményez: a zömmel informális módon működő intézmények formalizálódásának ellenálló lokalitás, illetve a mindinkább külső kényszerként jelentkező intézményesülési elvárás. Kérdésem az volt, hogy egy korábbi kutatás eredményeivel összehasonlítva, kimutatható-e változás. Az összehasonlító kérdőíves kutatásban a térség falusi kulturális szereplőinek a médiához való viszonyát vizsgálom. A kérdőív két kérdéskört tartalmaz: az első a médiatudatosságra kérdez rá, míg a második a kapcsolati kultúrára. A médiatudatosság alatt azt értem, hogy az illető intézmény felismerte, hogy a saját, lokális nyilvánosságon túl a nyilvánosság más szinterei is fontosak lehetnek számára, és ezt ő is alakíthatja. A fontossági sorrendet számba véve látható, hogy a térség legfontosabb lapja a Csíki Hírlap és a Hargita Népe. Információforrásként 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. 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. A kérdőívre adott válaszok alapján is elmondható, hogy több, mint felük rendszeresen gyűjti a rendezvényeiről, szervezetéről megjelent újságcikkeket. Kérdés volt számomra, hogy a szervező és az újságíró agendája mennyiben tér el egymástól?

A megjelenítési gyakorlatot elemezve kitűnik, hogy a lapok nem rendelkeznek programmal, koncepcióval e témákkal kapcsolatban, az jelenik meg a lapban, amit készen kapnak, amibe belebotlottak, vagy amihez valamelyik újságírónak érdeke fűződik. Az intézmények 46,3

százalékában van médiakapcsolatokért felelős személy, ez több, mint amennyi feltételezhető volt, ugyanilyen arányban minden rendezvény szervezésekor kapcsolatot tartanak a sajtóval.

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 érdeklők 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. 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.

Joggal tevődik fel a kérdés, hogy a helyi híreknek meddig tart a nyilvánosságban a hírértéke, a mikronyilvánosságból 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. 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.

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 a 2006-ban végzett kapcsolati kultúra kutatás eredménye, s míg akkor 15%-uk nem rendelkezett kapcsolattal a helyi médiával, addig itt csupán 2% az arány. Egyértelműen megállapítható, hogy a szervezetek felismerték a média, és ezen belül a makronyilvánosság szerepét. A romániai román média elsősorban etnikai témák kapcsán foglalkozik a magyar kisebbséggel.

Mindkét vizsgált sajtóorgánum igyekszik megfelelni úgy a szervezők mint az olvasótábor elvárásainak. 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. Az eseményszervezőket vizsgáló kérdőíves

vizsgálatból kiderült, hogy változó rendszerességgel és intenzitással, de javuló kapcsolatot ápolnak 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 újságírók tapasztalják, hogy a szervezők egy része egyre inkább médiatudatosak, 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 – tudniuk kell mit akarnak közölni és hogyan.

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.

Fogyasztásra kínált hagyományok. Folklorizmus, örökségesítés, lokalitás

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 népi kultúra-kép egy hagyományokat őrző és alkotó, régi etnikus tradíciókat továbbörökítő falusi lakosságra épült, és az ezekből kiragadott elemekből konstruálja meg a tipikusát. 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.)

A hagyományt fogyasztásra felkínáló mai gyakorlat az örökségesítés. Kitértem az ezt megelőző jelenség, a folklorizmus tárgyalására is. A nyolcvanas évek végén a folklorizmus jelenségét vizsgáló tanulmánykötetben megjelent írásában Mihai Pop román folklorista (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, addig a folklór fogyasztási értéként való megjelenítése egy nagyobb, kinti közönségnek szól. A tömegkommunikációs eszközök hamar kitermelték a népi kultúráról való beszélés játékszabályait, ennek következtében alakult ki egy sajátos címkézési stílus: a hagyományos, eredeti címkéje.

A lokális termelés és az extralokális fogyasztás számára közös platformot biztosító kulturális örökség intézménye, mint a múlt újrakonstruálása a jelen számára azt intézményesíti, amit az aktuális identitás diktál, és ami egyben piacképes, hiszen gazdasági erőforrásként kezelhető. (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 örökségésítési folyamatokat elindíthatják. 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.

Kérdés, hogy a helyi társadalom mely szereplői, csoportjai képesek a korábbi tradicionális mentalitás mellett kialakítani egy-egy turisztikai vállalkozás irányításához szükséges készségeket és kapcsolatokat. Ezt a szerepet a „kulturális bróker” alakja tölti be, aki a turisták számára a helyi kultúrát közvetíti (Smith 2001) A tradícióteremtésben az eddigi kutatások szerint a kívülállók, a rurális elites csoportok, a betelepülők, a szakértői osztályok aktívabbak voltak a vidék kulturális újrafogalmazásában, mint a jelenlegi vidéki települések lakói.

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. A rendszerváltás után számos helyi közösség igyekezett új önképét az autenticitás jegyében, a paraszti kultúra eltűnt elemeinek felhasználásával megfogalmazni. Vizsgálták a faluban történő események sikeres kommunikációját, a kreatív hagyományteremtést, mint sajátos településfejlesztési helyi gondolkodást.

Az eredmények 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. Az ötletgazdák, szervezők felismerik a turizmus globális trendjeit és azt, hogy abból helyben mi valósítható meg: a menekülést valamilyen képzeletbeli ellen-világba. Ezt a konstruált ellen-világot kínálják 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 helybeliség konstrukciójával írhatunk le. 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, Szőttesek Vasárnapja, Kenderfesztivál, Puliszka fesztivál. A korábbi eseményszervezési gyakorlathoz viszonyítva innovatív elemként jelenik meg egy helyi adottságra építő rendezvény kiépítése. Ez egyfelől azt jelenti, hogy a település önképe megalkotásának kezdeti fázisában van, lényegében identitásépítő folyamat zajlik. 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. Ezek a törekvések a lokális és regionális szimbolikus rivalizálás terepeivé válnak. Míg a rendszerváltást követően szimbolikus térfoglalások formájában az etnikai identitás megjelenítése volt nagyon fontos, most szimbolikus értékfoglalásról és lokális identitásépítésről beszélünk: „A csicsói káposztát kiszorította a háromszéki, a töltöttkáposzta-főző verseny pedig Parajd hagyománya lett”. A térség a kulturális értékek azonosításának, szelektálásának fázisánál tart.

A térségben zajló identitásépítő, hagyományalkotó folyamatok értelmezéséhez egy esettanulmányt végeztem. Egy konfliktus mentén igyekeztem feltárni két, Szent László emlékét ápoló település rivalizálása kapcsán, hogyan zajlik a kulturális és közösségi emlékezet működtetése, a szimbolikus harcok, amelyek alapján megérthetők a lokális mechanizmusok is. A

helyi sajtóban megjelent szövegek tartalomelemzése során két típusú szereplő figurája körvonalazódik: 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, a közösség által már elfogadott identitáskomponensekre épít.

Összegzés

A dolgozatban eredményei arra engednek következtetni, hogy a vizsgált kistérségben pragmatikus térségalkotó folyamatok indultak el, melyek elkezdnek válaszolni a külső kihívásokra. A térségben az elit által termelt etnikai diskurzus kifulladásában, az etnikus elemek és szimbólumok új, lokális identitások megjelenésében, a kulturális termékek és imázsok megkonstruálásában kapnak szerepet. Jellemző, hogy a térségi imázs “kintről” konstruálódik: az elit, a térségi szakemberek, „kulturális brókerek”, turisták, a média alkotják meg a forgalomban levő reprezentációkat.

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

Mindez a következőképpen összegezhető egy összehasonlító táblázatban

Etnikus prezentációs praxis	Pragmatikus prezentációs praxis
szimbolikus etnikai diskurzus, termelője az elit és média ünnepségeken 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
a jelképek szerepe: etnikus identitásépítés védelem	a jelképek szerepe: lokális identitásépítés fogyasztás, örökségesítés, élmény
zarándokút a saját (kisebbségi) társadalomba, saját identitás keresése	zarándokút hozzánk: a turista keresi az identitását
idegenek: a többség	idegenek: a turisták, jövevények
modernizációgátló	modernizációbarát

határok felmutatása, bezárkózás	nyitás
a közösség elsősorban etnikumban, nemzetben valósul meg	a közösség a lokalitásban valósul meg
a nyilvánosság hivatalos terében zajlik a diskurzus	a nyilvánosság plurális terében zajlik a diskurzus

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 Kisebbségkutatató Intézet – Gondolat Kiadó, Budapest

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

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.Zoltán. – Gagy József – Péntek János (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 múholdas 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/kisebbségkutatás/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) „Átjárási 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. Polirom, Iași

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

Császi Lajos (2002) A média rítusai. Osiris, Budapest

[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/csate.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 Bíró 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: Bíró 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

[Györffy 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, Vilcsek 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, Magyar Művelődési Intézet

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 – Regionális és Antropológiai Kutatások Központja (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 értékvtáltásai–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-Kovács 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

Kovács 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 közösségtanulmányoktól a lokalitás megismeréséig In. Közösségtanulmány. 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 népi ünnepélyen” 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.

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.

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 – Szoatak 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 léhelyzetek 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 köeiről, állapotáról 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 – Tökés 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.