

ELŐSZÓ

„Vidék és média” című tematikus összeállításunk a vidékkutatás egy kevésbé ismert témakörére hívja fel a figyelmet. A humántudományok és a társadalomtudományok körében is egyre nagyobb szerepet kapnak a térrel, a térbeli szerveződéssel foglalkozó szakmai megközelítések. Ennek kapcsán ma már térbeli fordulatról, paradigmaváltásról is beszélünk, ennek a megközelítésnek központi eleme az az elgondolás, hogy a tér kulturális és/vagy társadalmi konstrukció. A lokalitás, a kisebb vagy nagyobb tájegység, a régió (mikro-, mezo-, makrorégió) olyan térbeli egység, amely sajátos társadalmi szerkezettel és identitással rendelkezik. Ez a társadalmi szerkezet és identitás pedig változó társadalmi konstrukció, amely belső és külső aktorok részvételével alakult ki, illetve alakul. Szemléletes példa erre a vidéki térségek napjainkban tapasztalható fölértékelődési folyamata, amelynek elemzői többek között azt hangsúlyozzák, hogy a „vidék” imázsa és identitása több és többféle belső és külső társadalmi szereplő tevékenysége nyomán konstruálódik, ebben a folyamatban a fizikai térhez kötődő társadalmi struktúrák változási folyamata ragadható meg. A térhez kötődő társadalmi szerkezeteknek ez a típusú megközelítése egyes esetekben a nemzetállami paradigmát veszi kiindulópontul (fentről lefele irányuló társadalomépítési folyamatok), más esetekben az alulról való szerveződés módozatai kapnak nagyobb hangsúlyt.

A bottom-up típusú megközelítésekben lényeges szerepet kap azon aktorok társadalomépítő szerepének a vizsgálata, amelyek az adott térségi társadalomhoz tartoznak. A térségi aktorok körében fontos társadalomépítő funkciója lehet azoknak a médiáknak, amelyek a szónbanforgó térségben működnek, és amelyekre a térségi társadalom „saját médiaként” tekint. Ennek a médiának természetesen kiemelt szerepe a tájékoztatás (ismerteti a térségi társadalom számára a térségen kívüli világ híreit, illetve arra törekszik, hogy a saját társadalom híreit megjelenítse a térségen kívüli világ számára), amellet azonban fontosnak tartja azt is, hogy a saját társadalom elemeit, eseményeit, szereplőit megjelenítse a saját társadalom tagjai számára, és a megjelenítés révén lehetőséget kínáljon a saját társadalommal való azonosulásra. Ezek a vonások sok hasonlóságot mutatnak a szakirodalomban „local based media”, „community based média” fogalmak alatt tárgyalt médiákkal.

Összeállításunkban a székelyföldi térségben végzett kutatásaink alapján igyekszünk olyan példákat és gyakorlatokat bemutatni, amelyek a médiának ezt a térségi társadalomépítő szerepét illusztrálják. A térségi médiáknak ebben az összeállításban bemutatott vidékkutatói, vidékfejlesztési szempontú megközelítése – a vizsgált térség vonatkozásában – elsősorban szakmai kezdeményezésnek tekinthető. Ezért fontosnak tartottuk, hogy áttekintő jelleggel ismertessük a térségre vonatkozó médiakutatásokat, illetve a térségi médiaszerkezet alakulását. A társadalomépítő szerep értelmezése további részelemzések sorozatát igényli. A vidéki médiák működése változó, sokszereplős társadalmi folyamat, társadalomépítő funkciójuk időszakok szerint és az egyes médiák szintjén is kisebb vagy nagyobb mértékben eltérő lehet. Összeállításunkkal arra kívánjuk felhívni a figyelmet, hogy a médiáknak ez a típusú társadalomépítő szerepe – vidékfejlesztési szakpolitikák számára – térségi endogén adottságként is értelmezhető és hasznosítható.