

SARÁNY ORSOLYA

SZERVEZETEK, VLOGGEREK, DIVAT ÉS KOMMUNIKÁCIÓ

Kósa István - Székely Kinga Katalin (szerk.): Kommunikáló közösségek. Tanulmányok a kommunikáció témaköréből

Kolozsvár, Kolozsvári Egyetemi Kiadó (Presă Universitară Cluj), 2021.

A Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem Csíkszeredai Karának Társadalomtudományi Tanszékén oktató tanárok kutatási tevékenységének egy szeletét mutatja be a Kolozsvári Egyetemi Kiadó gondozásában, 2021-ben megjelent *Kommunikáló közösségek. Tanulmányok a kommunikáció témaköréből* című tanulmánykötet. A kiadvány, amelyet a szerkesztők a kommunikáció területe iránt érdeklődő oktatók és hallgatók, de a laikusok számára is ajánlanak, reprezentatív módon tükrözi az Társadalomtudományi Tanszéken végzett kutatások sokszínűségét, valamint a kommunikációs szakterület interdiszciplinás jellegét.

A kötet nyitótanulmányát Bakó Rozália Klára egyetemi docens jegyzi. A szervezetek digitális átállásának tágabb kontextusát vizsgáló cikk a digitális átállás esélyeit és veszélyeit, az Európai Unió és hangsúlyosan Románia vállalkozói szektorának digitalizációs fejlődését, fejlettségét, valamint az influenszer-marketing szervezeti kommunikációban való felhasználhatóságát taglalja, friss felmérések alapján.

Bálint Gyöngyvér egyetemi adjunktus tanulmányában egy székelyföldi kisváros (Sepsiszentgyörgy) lakosságának kulturális információfogyasztását elemezte. A cikk azt járja körül, hogy a különböző nemzetiségű, nemű, eltérő korosztályhoz tartozó, eltérő gazdasági-szociális háttérrel rendelkező csoportok honnan tájékozódnak a városban zajló kulturális eseményekről, valamint az oktatási kínálatról. A tanulmány szerint a kapcsolati háló, hagyományos média és az internet játszik fontos szerepet a tájékozódásban, az eredmények pedig tükrözik a nemzetközi trendeket is.

Szintén a sepsiszentgyörgyi lakosság kultúrafogyasztásáról ír Sólyom Andrea, egyetemi adjunktus is a kötetben. A szerző azt vizsgálta, hogy elkülöníthetők-e fogyasztási mintázatok, csoportok a kultúrafogyasztás terén, illetve hogy befolyásolja-e a szocio-demográfiai háttér a fogyasztás mértékét. Az adatfelvételt a koronavírus-

járványt követő évben végezte a szerző és munkatársai, így az elemzés egy olyan időpontban vizsgálja a kultúrafogyasztás jellemzőit, amikor a fogyasztás mértéke és jellege is jelentős változáson esett át.

Bodó Julianna egyetemi professzor cikke azt a kérdést járja körül, hogy hozott-e változást a koronavírusjárvány ideje alatt bevezetett online oktatás a szülői stílusokban. A szerző felvázolja a térségben, a koronavírus járványt megelőző időszakban végzett szülői stílusokra vonatkozó kutatások következtetéseit, majd ezeket hasonlítja össze a járványhelyzetet követően rurális környezetben élő, általános iskolás gyerekek szüleivel készített interjúk elemzésének eredményeivel.

Gergely Orsolya egyetemi adjunktus tanulmányában a Sapientia EMTE Csíkszeredai Karának PR-csapata által működtetett Sapiophile tudománynpszerűsítő vlogot elemzi esettanulmányként – témák, terjedelem, elérés stb. szempontjából –, s hasonlítja össze a „klasszikus” vlogokkal. Szintén a videóanyaggal, képekkel kapcsolatosan közölt tanulmányt Kósa István egyetemi docens is. A tanulmány első része annak szakirodalmát mutatja be, a szelektív kitettség szemléletmódból kiindulva, miként befolyásolják a hírek kiválasztását a képek és videóanyagok. A második rész olyan kutatások eredményeit összegezi, amely elemzésekben a szerző is részt vett, és amelyek a hírek kiválasztása és az elérhető kép- és videóanyag közti összefüggéseket vizsgálta.

Nistor Laura egyetemi docens tanulmánya a divat és a fenntarthatóság közti paradoxonokat mutatja be, betekintést nyújtva a mostanában divattémává vált fenntartható divat diskurzusaiba. A szerző kiemeli, a fenntartható divat paradoxona abból ered, hogy míg a fenntarthatóság az etikus, hosszútávú tervezésre épít, addig a divat a trendek mentén történő állandó megújulásra, a rövid távú tervezésre alapul. A tanulmányban körüljárt diskurzusokból azonban az rajzolódik ki, talán lehetséges a két fogalom közti ellentmondás áthidalása.

Székely Kinga Katalin egyetemi adjunktus tanulmánya az átalakuló turisztikai környezet kommunikációs kihívásait taglalja. A szerző egyrészt bemutatja azokat az új jelenségeket – digitalizáció, új turista, élményszektor –, amelyek átszabják a turisztikai iparágat, majd felvázolja azokat a marketingkommunikációs lehetőségeket, amelyek ebben az új környezetben megoldást jelenthetnek – többek között ilyen megoldások a közösségi média marketing, weboldal, keresőoptimalizálás. A tanulmány utolsó fejezete azt vizsgálja, hogyan viszonyulnak a székelyföldi turisztikai

szereplők ezekhez az újfajta fogyasztói elvárásokhoz, az alkalmazkodás mértékéhez kötve pedig kategóriákat is létrehoz a szerző.

Tamás Dénes egyetemi adjunktus tanulmánya a public relations (PR, azaz közönség-szervezés) etika problémáit mutatja be. A tanulmányban olvasható meghatározás szerint a PR nem más, mint a kommunikáció tudatos szervezése, célja létrehozni a kölcsönös megértést az egyének, szervezetek és a környezetük között. A szerző hangsúlyozza, pontosan eme célkitűzés miatt lesz a PR-szakmának etikai vetülete is. A tanulmány első fele a PR-szakmának ezt az etikai vetületét, míg a második fele a PR-etika konkrét tartalmát mutatja be.

A kötet zárótanulmányát Tőkés Gyöngyvér Erika, egyetemi adjunktus írja, a szerző a romániai IT-nagyvállalatok CSR-kommunikációját (társadalmi felelősségvállalás kommunikációja) vizsgálja a vállalatok honlapján elérhető CSR jellegű tartalmak alapján. A tanulmány röviden vázolja a CSR tevékenység és kommunikáció elméleti hátterét, majd 42 romániai IT-nagyvállalat CSR-kommunikációját elemzi a vállalati érintettekkel való kapcsolattartás, a kommunikáció tartalma, illetve a kommunikáció jellemzői alapján.