

A SZÉKELYFÖLDI MAGYAR NYELVŰ HELYI MÉDIA SZEREPEI – A MŰKÖDTETŐK SZEMSZÖGÉBŐL

THE ROLE OF THE HUNGARIAN-LANGUAGE LOCAL MEDIA IN SZEKLERLAND – FROM OPERATORS POINT OF VIEW

BUKOVINSZKY-CSÁKI ORSOLYA

KAM – Regionális és Antropológiai Kutatások Központja, Csíkszereda
saranyorsi@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.59357/ProSciRural.2025.1.03>

Összefoglalás

Jelen elemzés arra irányul, hogy megvizsgálja a székelyföldi magyar nyelvű médiában dolgozó személyek hogyan gondolkodnak, viszonyulnak a(z) általuk működtetett) helyi média társadalomépítő szerepéről. Az elemzés helyi médiában dolgozó személyekkel, újságírók, szerkesztők, főszerkesztők és kiadók készített interjúsorozaton alapszik, helyi médiához tartozik a tanulmányban a hagyományos sajtó, azaz az online vagy print írott sajtót, rádióállomások és televíziócsatornák. Az interjúk arra irányultak, hogy feltérképezzék, hogy a médiaszakemberek szerint van-e napjainkban a helyi médiának társadalomépítő szerepe, ilyen jellegű, programszerűen érvényesített gyakorlata, vagy a médiák társadalomépítő szerepe inkább véletlenszerűen, korábbi rutinok szerint alakul? Amennyiben van ilyen gyakorlat, akkor tapasztalnak-e változást ezen a téren? Hogyan látják ez a kérdés a különböző generációkhoz tartozó médiaszakemberek? Az interjúsorozat és az ehhez kapcsolódó feltáró jellegű elemzés a DOMUS Szülőföldön Ösztöndíjprogram támogatásával valósult meg¹.

Kulcsszavak: helyi média, újságírói szerepfelfogás, székelyföldi média, kisebbségi média

¹ Domus szülőföldi ösztöndíjprogramban beadott csoportos pályázat vezetője Biró A. Zoltán, a programban részt vett Bukovinszky-Csáki Orsolya, Sárosi-Blága Ágnes, Molnár Orsolya, Kovács Ottilia-Enikő. A támogatott csoportos pályamunka címe: Lokális média és vidéki társadalom. Támogatási időszak: 2025. május 1. – 2026. február 28.

Bevezetés

Az új vidékfejlesztési paradigmaváltást követően, amely a vidéki térségek felértékelődését és a vidéki terek használatának diverzifikációját hozta magával (lásd ezzel kapcsolatban: van der Ploeg et al. 2000) felértékelődött a vidéki terekhez kötődő diskurzusoknak a szerepe is. Ennek oka, hogy ezek a vidékhez kötődő diskurzus szerepet játszanak a vidéki terek újradefiniálásában és reprezentációjában. A vidéki terek újradefiniálásával kapcsolatos diskurzusokat napjainkban több szereplő állítja elő, befolyásolja vagy terjeszti. Ilyen aktor a helyi média is, azon belül a hagyományos tömegmédia, a nyomtatott és online lapok, rádióállomások és televíziócsatornák. A média vidékfejlesztő funkciója magába foglalja azt a gyakorlatot, amikor a média megjeleníti a vidéki társadalom számára a vidéki társadalmat magát. Azaz megmutatja adottságait, mindennapi működését, értékeit, céljait, személyiségeit, múltját, történelmét és jövőképét stb. Tehát mint ilyen aktor, a helyi média fontos szerepet tölthet be a vidéki társadalom építésében. A csíkszeredai KAM Intézet DOMUS Szülőföldi ösztöndíjprogram támogatásával megvalósított csoportos kutatása a székelyföldi magyar nyelvű, hagyományos és vidéki média ezen társadalomépítő szerepére fókuszált. Pontosabban azt vizsgálta: a helyi médiában dolgozók szerint van-e a székelyföldi magyar nyelvű, hagyományos és vidéki médianak társadalomépítő szerepe, s ez a szerepkör milyen gyakorlatokat foglal magába. A kutatás során arra voltunk kíváncsiak, hogy az újságírók, szerkesztők, főszerkesztők és kiadók interpretációiban mi a szerepe a helyi médianak a helyi társadalom építésében, hogyan járulhat hozzá a média a helyi társadalom építéséhez, s összességében mennyire tudatosan felvállalt és működtett szerepkör ez. Ez a kérdéssor már eleve jelzi, hogy az ebben a témakörben készített interjúsorozat célja feltáró, alapozó jellegű elemzés készítése volt. Jelen tanulmány szintén feltáró jellegű, az elemzés legelső eredményeit összegzi, és az arra vonatkozó alapvető adatokat közli, ahogy a médiamunkások a hagyományos és helyi média szerepeiről gondolkodnak. Hagyományos vidéki média alatt a székelyföldi tájegységekhez kapcsolódó médiákat – nyomtatott és elektronikus sajtó, tévé, rádió – értettük. Az elemzésben nem vizsgáltunk kimondottan a közösségi médiában vagy más platformokon működő médiatípusokat – pl. falusi Facebook csoportok, Facebookos hirdetőoldalak stb. –, illetve nem került be az eddigi összeállításba szakmédia – kulturális-, agrár-, vallási-, gyermekmédia stb.

Kutatásunkkor abból indultunk ki, hogy az erdélyi magyar nyelvű médiát elemző szakmai anyagok (Gál, 2000, Papp Z. 2005, Maksay et al., 2012 Csinta – Maksay, 2016, Botházi, 2019, Magyari, 2000, 2020, részletesebb áttekintést lásd: Sarány, 2022a: 121–122, Sarány 2023a) gyakran kiemelik, hogy a tájegységekhez kötődő médiaorgánumoknak fontos szerepük van. A kisebb-nagyobb térségi tájegységeket – legyen szó egyetlen településről és környékéről, kistérségről, nagyobb adminisztratív egységekről, megyéről vagy nagyobb régióról – lefedő médiaorgánumok az erdélyi magyar média legjellemzőbb, legjobban működő formái (igazából, országos média nincs is, erdélyi média rendkívül csekély számú van). Ezekből a lokális médiaorgánumokból van a legtöbb, ezeknek a legjobb a gazdasági háttere, illetve a fogyasztási szokások is azt mutatják, hogy ezek örvendenek – a magyarországi médiaorgánumok után – a legnagyobb népszerűségnek.

Ezeket a székelyföldi térségben működő médiákról is egyértelműen állíthatjuk. A kisebb-nagyobb tájegységeket lefedő lokális médiaorgánumokból van ebben a régióban is a legtöbb (részletes listáért lásd Sarány 2020, előzményekért Györffy 2010), a médiapiac felaprózódott, illetve ezeknek a médiáknak a társadalmi beágyazottsága is általában véve magas. Igaz, utóbbi állításra vonatkozó friss felmérések napjainkban nem készültek. Azonban a tapasztalat azt mutatja, hogy az, hogy mely tájegységhez kötődik az adott média, gyakran már a média elnevezésében is megjelenik, s ha az adott tájegységben afelől érdeklődnénk, hogy fontos-e az adott tájegységnek az adott lokális média, a helyiek körében könnyedén számtalan igazoló állítást gyűjthetnénk. Nyilván, az ilyen kijelentések nem sokat mondanak a médiák tényleges társadalmi szerepéről, a fizikai és társadalmi térhez való egyértelmű kötődést azonban ezek a vélemények is jól kifejezik.

A fizikai és/vagy társadalmi térhez kötődő médiák a szakirodalmi elemzések szerint meghatározó szerepet töltenek be abban a társadalmi közegben, amelyben működnek. Például, felvállalják az adott térségi társadalom rendszeres, programszerű megjelenítését, szerepet vállalnak az adott térséghez kapcsolódó társadalomkép, illetve a közösségi tudás kitermelésében és fenntartásában, dokumentálják az adott térség korábbi és aktuális történéseit, bemutatják a térség fontosabb szereplőit, összességében a társadalmi identitás termelőiként és megjelenítőiként is működnek (Gulyás 2023a). Miközben feladatuknak tekintik azt, hogy a nagyvilág eseményeiről híreket közvetítsenek a térségi társadalom irányába, illetve a térségi társadalmat

megjelenítsék a nagyvilág számára is. A fentiekben röviden jelzett társadalomépítő szerep az, amely az adott térségi társadalomhoz való kötődést ténylegesen hordozza. Ennek a társadalomépítő szerepnek a rendszeres vizsgálata a székelyföldi médiákra irányuló elemzésekből hiányzik – tulajdonképpen ez kijelenthető az erdélyi magyar médiákkal foglalkozó elemzésekről is –, azonban az európai médiakutatás sokat foglalkozik a lokális, hyperlocal, community és local-based médiák helyzetével, szerepével, jövőképevel.

Helyi média szerepei Európában és a Székelyföldön

A helyi média Európában a szubnacionális médiatípusok legjelentősebb formájaként ismert (Gulyás 2023a) – az a média nevezhető szubnacionális médiának, amelyet egy adott, a nemzetállamnál kisebb földrajzi területen adnak ki vagy sugároznak (Gulyás 2023b). A helyi médiák legfontosabb ismertetőjegye, jellemzője a helyi jelleg, azonban a szakirodalomban nincs egyetértés arra vonatkozóan, hogy mi is pontosan a helyi jelleg és egy helyi média helyi jellegének melyek a földrajzi határai. Az ilyen helyi médiák kiszolgálhatnak nagyon kicsi földrajzi területeket – akár egy város egyetlen negyede –, de kiterjedt régiókat is – mint például a Székelyföld. Ugyanakkor az adott földrajzi régióban élő lakosság számának tekintetében is nagy eltérések mutatkozhatnak: egy londoni lakónegyedben valószínűleg többen laknak, mint a teljes Székelyföldön összesen. Mégis, mindkettőt kiszolgáló médiára lehet helyi médiaként tekinteni (Gulyás 2023a). Ugyanakkor a helyi jelleg nemcsak a földrajzi régióra és annak lakosságára terjed ki: az egy mediatizált szociális tér, amely magába foglalja az identitást, nyelvet és kultúrát is (Ali 2017).

A helyi jelleg nemcsak földrajzi vagy szociális behatároló, az befolyásolja a helyi médiák szerepét és működését is. A helyi médiák fontos szerepet töltenek be a helyi demokrácia fenntartásában, azáltal, hogy információt közvetítenek; nevelő szerepet töltenek be; felületet biztosítanak a közösségi vitának, beszélgetésnek, előmozdítják a civil részvételt; felügyelik a választott elöljárókat; sokszínű álláspontot közvetítenek; és hozzájárulnak a médiapluralizmushoz. Emellett fontos szerepet töltenek be a közösségen belül is: elősegítik a közösségi kohéziót azáltal, hogy összehozzák a közösség tagjait, erősítik a közösségi elkötelezettséget; erősítik a helyi identitást azáltal, hogy bemutatják és népszerűsítik a helyi jellemzőket, értékeket és hagyományokat, a közösséghez való tartozás érzését erősítve fel. Emellett ezek rögzítik és megőrzik

a közösség történelmét és kultúráját azáltal, hogy ezekről tájékoztatnak, illetve segítik az inkluzív közösségeket is, hozzáférést biztosítva a médiához olyan csoportoknak, amelyek alulreprezentáltak a mainstream és országos médiában. Az ilyen helyi médiák megpróbálnak minél szorosabb együttműködést kiépíteni a közösséggel, amelyben működnek (Negreira-Rey et al., 2023, Hujanen et al. 2019), így például sok esetben lehetőséget adnak a helyi embereknek, hogy részt vegyenek a médiatartalom előállításában és terjesztésében, információért fordulnak a közösség tagjaihoz, akár aktivistaként felvállalják a helyi ügyek reprezentálását. A helyi jelleg emellett kihat a téma-választásra és témakezelésre is. Wahl-Jorgensen és Boelle (2024) Egyesült királyságbeli helyi újságoknál, hyperlocal vagy community start-up médiáknál dolgozó újságírókkal készítettek interjúkat. Felmérésükben többek között arra keresték a választ, hogy az ilyen helyi médiában dolgozó újságírók mely anyagaikra a legbüszkébbek. A sztorik, amelyekre ezek az újságírók bármely okból kifolyólag büszkék voltak, rendkívül széles skálán mozogtak, azonban minden esetben kapcsolódtak a helyi közösséghez. A szerzők emellett érvelnek, hogy a helyi médiumok valóban ismerik a helyi közösséget, valóban rendelkeznek jó kapcsolati hálóval, amelyet hosszú jelenlétük révén alakítottak ki, és mindezek lehetővé teszik számukra, hogy közösségeik hiteles történetmesélőiként működjenek. Ezek a médiák általában a helyi hírekkel foglalkoznak, olyan hírekkel, amelyek az országos médiából kiszorulnak, amelyekkel az országos média nem foglalkozik. Tehát a helyi média kiegészítette az országost, olyan témákat jelenítve meg, amely a helyi közösség számára fontos, releváns (Hujanen 2019, Negreira-Rey et al. 2023).

Ezek a jellemzők sok esetben visszaköszönnek a székhelyföldi média esetében is. Ebben az esetben is a helyi média adott földrajzi térhez és adott mediatizált szociális térhez kötődik. Azaz adott (kis)régiókhoz és azok lakosságához kötődik. Emellett a helyi médiában főleg a helyi hírek dominálnak (Sarány 2022b, Péter 2015), az országos és nemzetközi hírekkel kevésbé foglalkoznak. A média a mindennapi működése során programszerűen törekszik arra, hogy lehetőség szerint minden (minél több) olyan témakört megjelenítsen, amely az adott tájegységben élők számára releváns. Ez azzal jár, hogy a média számára a tájegység szerkezetének és működésének minden alkotóeleme fontos és nyilvános megjelenítésre vár (természeti, történelmi, társadalmi alkotóelemek, ez utóbbiak köréből: települések, intézmények, társadalmi szerveződések, események, kisebb vagy nagyobb társadalmi súllyal rendelkező társadalmi

szerepek – az azokat megjelenítő személyek). A médiának fontos, hogy megjelenítse a helyi embereket, ugyanakkor a közösség tagjainak is fontos, hogy a helyi médiában szerepelhetnek (Csinta-Maksay 2016).

A székelyföldi média fontos jellemzője a magasfokú társadalmi beágyazottság. Ez a megállapítás igazodik a KAM Intézet egy korábbi DOMUS csoportos kutatásának eredményeihez, amelyben a székelyföldi térség tájegységekre való tagolódásával, ennek a tagolódásnak a társadalomtörténeti meghatározottságával, a tájegység identitások mai működési módozatainak ismertetésével (lásd: Tájegység identitás – rurális szemszögből. DOMUS Csoportos kutatási program – 2024. Kutatási jelentés). Az ebben a kutatási jelentésben megfogalmazott helyzetkép jelen kutatásunk számára fontos kiindulópontokat kínált. Ennek lényege az, hogy a térségi intézmények esetében a tájegységhez való tartozás alapvetően keretezi az intézmények szerkezetét, működési módját és társadalmi szerepét. Ez tulajdonképpen azt jelenti, hogy az egyes intézmények a térségi társadalmi szerkezet és a tájegység léptékű identitás szerkezet szerves komponensei. Ebben az értelemben egyfelől az adott tájegység alkotóelemei, másfelől a tájegység identitás reprezentánsai (hordozói, megjelenítői). Ez számos területen megmutatkozik a média esetében: a média is tájegység alapon tagolt (ahogy ezt már többször írtam), a médiák térségi aktorok tulajdonában vannak (Sarány 2020, Sarány 2023b, Bukovinszky-Csáki 2025), a médiák témakezelése holisztikus stb.

A székelyföldi média jellemzőinek és működésének leírását azonban nem lehet csak a lokális médiák jellemzői felől megközelíteni. Számításba kell venni azt is, hogy a székelyföldi média kisebbségi média is. A székelyföldi média kisebbségi jellegét több szakirodalmi tétel elemzi, ezeknek többsége elsősorban (vagy kizárólagosan) a népesség vagy a médiainstítútómény kisebbségi státuszával, az ebből adódó működési jellemzőkkel foglalkozik. Ilyen jellemző a kisebbségi témakezelés – azaz mindennek hírt ad a média, ami a kisebbséggel történik (Magyari 2000) –, az etnikai fegyelem – miről hogyan illik beszélni (Botházi 2019a, 2019b) –, tabusítás – miről nem illik beszélni (Botházi 2019a, 2019b, Magyari 2000) –, akommercializmus – a szórakoztató tartalmak mellőzése (Magyari 2000) –, elitista és poetizált beszédmód (Biró–Bodó 1992). A média közszolgálati szerepet tölt be, fontos neki az identitás, nyelv, a közösség megőrzése, fenntartása (Maksay et al. 2012, Csinta-Maksay 2016). A témakezelés mellett a média működésére is hatással van a kisebbségi státusz: gazdasági modellje nem stabil, terjesztése sokszor nehéz (Sarány 2023b). A romániai magyar kisebbségi

média azonban nem teljesen kisebbségi média, abban az értelemben, hogy sok szempontból hasonlít a többségi médiára (Magyari 2020). Témakezelés tekintetében például a minél szélesebb körű tájékoztatásra törekszik, működik print, online, televízió és rádió formájában, kereskedelmi és közszolgálati alapon is. Piac és média-fogyasztási szokások tekintetében is sok átfedést mutat a többségi médiával. Tehát a székelyföldi magyar nyelvű média egyszerre földrajzilag behatárolt helyi média és etnikai, kisebbségi média is.

A nemzetközi szakirodalom külön-külön elemzi a helyi média és az etnikai média jellemzőit, de olyan helyzetet is vázol, ahol az etnikai jelleg térbeli adottságokkal párosul (Toebe 2021: 15-16). Ez utóbbi esetben a geoetnicitás fogalma (az etnikai és a földrajzi hovatartozás egybeesése) keretezi a média működését. Erre a local based media típusú működési modellre meghatározó jegyként jellemző a lokalitás kiemelt szerepe, az adott társadalmi és földrajzi térhez kapcsolódó, sajátjának nevezett narratívák (történelem, kultúra) fontossága, az önkifejezés (önreprezentáció) és a közösségépítés hangsúlyozott jelenléte, illetve a helyi részvétel valamilyen formájának biztosítása. Ez utóbbi lehet a sokféleség megjelenítésére irányuló törekvés, helyi események, értékek, intézményi és személyi szereplők programszerű bemutatására irányuló törekvés. Mindezek együttesen olyan funkciók felvállalását támogatják, mint a helyi társadalom működéséről való tájékoztatás, az identitás és a kultúra erősítése, a társadalmi integrációs szerep különféle formáinak fenntartása. Ezek a jellemzők az általunk vizsgált térség tájegységeihez kötődő médiáinak működésében is kimutathatók, elemezhetőek. Ezek a jellemzők az általunk készített feltáró jellegű felmérés esetében is megmutatkoztak.

Módszertan és minta

A DOMUS Szülőföldön Ösztöndíjprogram keretében összesen 25 interjút készítettünk térségi médiaszereplőkkel, újságírókkal, szerkesztőkkel, főszerkesztőkkel, tulajdonosokkal és kiadókkal. Az alanyokat személyes megkereséssel, illetve hólabda módszerrel választottuk ki. A kiválasztott alanyok széles skálán mozogtak, az elemzés során nem jól körülhatárolható demográfiával rendelkező alanyokat kerestünk, az egyetlen közös jellemző az alanyok kiválasztásánál az volt, hogy a székelyföldi magyar nyelvű, helyi médiában dolgozzon és ha lehet sok tapasztalattal rendelkezzen, azaz ne legyen teljesen pályakezdő. Az így kiválasztott interjúalanyok többsége régóta a

szakmában van, napjainkban is aktívan dolgozik. Mellettük kerültek a mintába fiatalok is, de olyan fiatalok, akik már szerkesztői pozícióban vannak, de olyan alanyok is, akik már nyugdíjba vonultak vagy már más területen vannak alkalmazásban, de év(tized)ekig dolgoztak a helyi médiában. A lekérdezett újságírók a média több területén – napilap, közszolgálati televízió és rádió, kereskedelmi televízió, online hírportál – dolgoznak különböző pozícióban. Vannak újságírók, szerkesztők, főszerkesztők, de kiadók és tulajdonosok is (néhány esetben a kiadó egyben újságíró is).

Módszertanként strukturálatlan interjú módszertanát választottuk. Az alanyokkal csak annyit közöltünk, hogy a helyi média helyi társadalomban betöltött szerepére vagyunk kíváncsiak, a beszélgetés menete, a feltett kérdések az alany munkásságától, válaszaitól függött. Tehát az interjú készítése során nem követtünk előre megírt kérdéssort, a kérdések a beszélgetés során formálódtak, adták magukat. Azonban voltak olyan témakörök, amelyeket igyekeztünk minden esetben érinteni: témaválasztás menete, témakezelés jellege, az interjúalanyok kiválasztásának procedúrája, a földrajzi lefedettségre való törekvéssel kapcsolatos percepciók, helyi hírek és országos hírek közti ellentét/lavírozás és az ehhez köthető percepciók, a média/újságíró és a közösség kapcsolata. Az interjúk személyesen vagy telefonon zajlottak, hosszuk változó volt.

Jelen tanulmányban ismertetett eredményeket összesen 12 feldolgozott interjú alapján készítettem el. Az interjúkból pedig azokat a részeket dolgoztam fel, amelyek kimondottan a helyi média szerepére vonatkoztak. Az állításokat alapvetően két kategóriába soroltam: a média alapvető, egyetemes szerepei, valamint a helyi média társadalomépítő szerepe. A két kategóriában az állításokat különböző alkategóriákba soroltam, mindkét kategória esetében összesen három-három alkategóriát azonosítottam be. Jelen tanulmányban ismertetett eredmények elsődleges, feltáró jellegű eredmények, illetve nincsenek kvantifikálva sem.

Eredmények: a térségi médiaszereplők interpretációi

Ahogy arra már korábban reflektáltam, elemzésünk kiindulópontja az volt, hogy a székelőföldi magyar nyelvű helyi média nem csupán tájékoztató szerepet tölt be, hanem – a térségi társadalmi szerkezet inherens részeként – a tájegység társadalmi megmutatását és reprezentációját is folyamatosan végzi. Ez a szerepvállalás ebben az értelemben nem csupán a tulajdonos/fenntartó vagy a szerkesztőség döntése, hanem

– úgymond – bele van kódolva az intézmény habitusába. Így adta magát a kérdés, hogy a szerkesztőségek tagjai hogyan látják, hogyan értelmezik ezt a társadalomépítő szerepet.

Az interjúzás tapasztalatai azt mutatják, hogy az újságírók, szerkesztők esetében ez a társadalomépítő szerep nem feltétlenül tudatosan felvállalt szerep. Pontosabban fogalmazva: ezt a szerepet ők programszerűen, módszeresen végzik, beépül a mindennapi rutinba, a média működtetésében alapelveként működik, azonban erről az újságírók, szerkesztők nem gondolkodnak napi szinten, programszerűen. Nincs számukra részletesen kikristályosodva, hogy mi ez a társadalomépítő szerep, ezt ők csak végzik, mint a munkájuk része. Amikor a média szerepéről kérdeztük őket, akkor rögtön a média alapvető szerepeire – tájékoztatás, hitelesség, objektivitás, etika, közszolgálat (Deuze, 2005) – reflektáltak, ezeket hangsúlyozták, a társadalomépítés, mint önálló szerep nem jelent meg. Azonban amikor elkezdtünk beszélgetni velük, számos olyan állítást tettek – többnyire a saját médiájukra vonatkoztatva –, amely egyértelműen a helyi média társadalomépítő szerepéhez kapcsolódik. Sőt, több olyan állítást fogalmaztak meg, amely a saját médiájuk társadalomépítő szerepére vonatkozott, mint ahányat a média alapvető feladataira vonatkoztatva tettek. Ez arra enged következtetni, hogy a médiamunkások számára fontos a helyi média társadalomépítő szerepe – az állítások számszerű összesítését alapul véve elmondható, hogy akár fontosabb, mint a média egyetemes, általános szerepe –, azonban ez a szerep nem feltétlenül tudatos. Tehát a médiában dolgozók szerint a helyi média szerepe az egyetemes szerepkörökre korlátozódik, a helyi társadalom építése azonban ezek mellett ugyanúgy jelen van, csak nem feltétlenül ennyire tudatosan felvállalt szerepkörként. Azonban amikor konkrétan rákérdeztünk az interjúk során arra, hogy például a helyi vagy az országos hírek fontosabbak, helyi alanyokat részesítik előnyben vagy más régióbelieket, hogy melyek a pozíciói a helyi médiának az országos sajtóval szemben, egyértelmű és explicit állításokat fogalmaztak meg az újságírók a helyi média helyi jellegére és az ebből adódó társadalomépítő szerepre vonatkozóan. Az újságírók interpretációi és explicit állításai szerint is fontos, hogy a helyi híreket mutassák be, sőt fontosabbak a helyi hírek, mint az országos, nemzetközi történések, fontos, hogy minél több helyi embert mutassanak meg a közösségnek, és egyértelműen erősségként tekintenek a helyi médiák helyi jellegére, s az abból fakadó számos jellemzőre,

szerepkörre – például a szorosabb kapcsolatra a közösséggel, közvetlen kommunikációra a közösséggel, arra, hogy az újságírókat ismeri a közösség stb.

Ahogy már írtam, az újságírók által tett állítások alapján, a média szerepeit két kategóriába soroltam, ezeken belül pedig több kisebb szerepkört különítettem el. A két fő kategóriát habitusnak is nevezhetjük, s ez alapján azt mondhatjuk, hogy a székelyföldi magyar nyelvű lokális médiák két alapvető habitussal rendelkeznek. Van egy alaphabitusuk, amely a médiák alapvető funkciójához köthető szerepeket foglalja magába (minden médiára alapszinten jellemző jogi és adminisztratív szerkezet, tartalomgyártás és terjesztés meghatározott célok szerint), és erre rátevéődik egy sokkal komplexebb, a térségi beágyazottság mértékéből és jellegéből adódó, informális szinten definiálódó többlet habitus. Ennek a többlet habitusnak a működtetése eredményezi a local based media fogalommal jelölt médiákkal való nagyfokú formai és tartalmi hasonlóságot. A társadalmi beágyazottságnak ez a módja az LBM típusú médiák civil társadalmi hátterével rokonítható. Ami lényeges különbségnek látszik: a térségi médiákból látszólag hiányzik az LBM típusú médiákra többnyire jellemző aktivitás, a mozgalmi (militáns) jelleg. A tapasztalat azt mutatja, hogy a tájegységhez kötődő térségi médiákban is jelen van a militáns jelleg, de védekező (defenzív) módon jelenik meg, elsősorban olyan esetekben, amikor a képviselt térségi társadalom egészét vagy valamely szerkezeti elemét (esetleg magát a médiát) külső/felső „támadás” éri.

A következőkben ezt a két habitust és a hozzájuk rendelhető szerepköröket ismertetem röviden, mindegyik szerepkörhöz interjúrészleteket is hozzárendelek.

a. Általános médiaszerepek

Az interjúsorozat anyagainak elemzése során azt tapasztaltuk, hogy a szerkesztőségek tagjai fontosnak tartják hangsúlyozni a médiák alapvető, egyetemes funkcióit, mint hitelesség, tárgyilagosság, objektivitás. Ezt az intézmények alap habitusának nevezhetjük. Az alap habitushoz köthető újságírói interpretációk a média alapvető feladataival való azonosságot, azonosulást hangsúlyozzák.

a.1. Hitelesség, objektivitás

Amikor a média általános, egyetemes szerepéről beszéltek az újságírók több, a média szempontjából alapvető jellemzőt soroltak fel. A média alapvető feladata – az újságírók értelmezésében – a tájékoztatás. Az újságírók értelmezésében a helyi média

alapvető feladata, médiatípustól, fenntartótól, újságírói beosztásától, szakmai régiségtől függetlenül az, hogy arra kell törekedni, hogy a média hiteles tájékoztatói forrás legyen. Tehát az újságírók szerint a média alapvető feladata az, hogy azt mutassa be, ami történik. A tájékoztatáshoz az újságírók szorosan kötötték a hitelességet, mint alapkövetelményt, a hitelesség alatt pedig azt értették, hogy nem valamilyen politikai pártot, szervezetet, kiadót, fenntartót stb. kiszolgálva tájékoztatnak, hanem arra törekednek, hogy mindent úgy mutassanak be, ahogy az valóban történik – ezt nevezhetjük az újságírói objektivitásra való törekvésnek és az etikai normák betartására való törekvésnek. Az újságírók szerint a média nem lehet elkötelezett egyik vagy másik irányba. Az ezekre az elvekre való hivatkozás az egyes kijelentésekben affirmatív módon jelennek meg, olyan állítások sorozataként, amelyek a média alapvető funkcióinak tekinthetők, nem vitathatók. Jellegzetes példák a megfogalmazásokra:

„... az lenne a lényege a médiának, hogy helyesen és szerteágazóan mutassa be azt, hogy mi történik...”

„...attól függetlenül is be kell mutatni dolgokat, hogy nekünk ez nem tetszik.”

„...hiteles tájékoztatói forrás, hírforrás legyen. Ennek mindig próbáltunk megfelelni”.

„... mindig hiteles forrás akartunk lenni.”

„...azt az elvet vallani, hogy leírjuk a híreket úgy, ahogy vannak, és nem kozmetikázzuk jobbra vagy balra, vagy úgy, hogy nem tudom milyen irodákban, kinek hogyan tetszik...”

„...leírjuk úgy, ahogy van”

a.2. Közzolgálatóság vs. szórakoztatás

A tájékoztatás mellett megjelenik a szórakoztatás is, mint alapvető feladat. Igaz a szórakoztató szerepkör tájékoztató és közzolgálati szerepkörhöz képest háttérbe szorul, a média szórakoztató szerepére ritkán reflektáltak az interjúalanyok. Az interpretációk alapján azt mondhatjuk, hogy az újságírók számára fontos szempont a szórakoztatás, azonban a tájékoztató és közzolgálati funkció fontosabb. A szórakoztatás többnyire nem önállóan jelent meg a beszélgetések során, hanem ahhoz rögtön kapcsolták a közzolgálatóságot és/vagy a tájékoztatást az újságírók, a szórakoztatás-

nak önálló és fontos szerepet nem adtak. Sőt, a megfogalmazások alapján úgy tűnik, mintha az újságírók mentegetőznének, amikor a média szórakoztató szerepéről van szó.

Alapvető médiaszerepnek mutatkozik emellett az interjúalanyok interpretációjában a közszolgálatosság. Egyértelműen fogalmazzák meg azt, hogy az újságírók a munkájukra közszolgálati tevékenységként tekintenek. Ez akkor is így van, ha nem a közszolgálati médiában, hanem kereskedelmi médiában dolgoznak. Ebben az esetben az újságírók valahogy úgy próbálnak működni, hogy a kereskedelmi média alapvető feltételeinek és a közszolgálati média alapvető feltételeinek is egyaránt megfeleljenek. Ebben az egyszerre megfelelésben pedig nem érznek ellentmondást.

A közszolgálatosság magában hordozza a közérthetőséget is, illetve azt, hogy a média minél szélesebb kört érjen el. Az interjúalanyok állításaiból az derül ki, hogy ők nem egy adott jellemzőkkel jól leírható, beazonosítható közönségnek készítik a tartalmaikat, hanem általában annak a régiónak – a teljes lakosságnak –, amelyben a média működik. A média az adott régióban élő egyének mindegyikét el kívánja érni korosztálytól, képzettségtől, lakhelytől, munkahelytől függetlenül. Ez pedig mindenképp a közszolgálatosság fontos tartalmi eleme. Ehhez kapcsolódik a nevelési funkció említése is, az interjúalanyok szerint a média népművelő funkciót is ellát. Ez a funkció pedig szintén a közszolgálati szellemiséghez kapcsolódik.

„Nekünk ez a magja az egésznek (ti. A közszolgálatosság). Most, hogy bárki, aki megnézi a híradónkat, szerintem ebben ezt láthatja. Ezt merem állítani. Vagy hogyha megnézi a műsorstruktúránkat, hogy milyen jellegű műsoraink vannak, mivel foglalkozunk, az szintén ezt tükrözi”.

„... mi próbálunk tájékoztatni is, szórakoztatni is, informálni is. Tehát ez a fő dolga egy közszolgálati rádióknak, és mi próbáljuk többé-kevésbé ezt ellátni.”

„...nagyon fontos, hogy az eladható legyen, nézhető legyen, fogyasztható legyen az emberek számára, érdekes legyen, az nagyon fontos. De úgy gondolom, hogy ez nincs ellentétben azzal, hogy valami közszolgálati jellegű, vagy érdekes, értékes.”

„...mert ugye amíg sokszor a kereskedelmi rádióknak az a célja, hogy szórakoztasson, addig nekünk az, hogy elsősorban tájékoztasson, hogy valamilyen formában neveljen, és e közé beékelődik a szórakoztatás.”

„Mi azt tartjuk, hogy nem csak a híreket kell megosztani, hanem nevelni is kell az olvasókat. Ki kell szolgálni, de ez egy ilyen közszolgálat, mert mégis a közszolgálatnál kötök ki.”

a.3. Széleskörű kínálat

Az újságírók a tájékoztatásban fontos feladatnak tekintik a sokoldalúságot is. Az újságírók amikor az adott sajtótermék tartalomkínálatáról beszéltek, akkor az volt megfigyelhető, hogy a székelyföldi média rendkívül színes tartalom szempontjából. Szól helyi hírekről, bel- és külpolitikáról, de emellett számos más rovatot említettek az interjúalanyok: interjúk, riportok, agrár- és mezőgazdasági témák, gazdaság, gyermekműsorok, egészségügy, környezetvédelem, történelem, irodalom, kultúra, szórakoztató beszédműsorok, sport, betelefonálás műsorok, podcastok. Ezek a rovatok heti, kétheti, havi rendszerességgel jelentkeznek. Tehát fontosnak tartják az újságírók, hogy az adott sajtótermék struktúrája vagy műsorrácsa gazdag és sokszínű legyen.

„... minket a belső oldalaink mindenképpen különlegessé tesznek. Ugye van hetente két történelem oldal. Van irodalom oldal, van művészet, van színház, kultúra, akkor van hetente egy gazdasági oldal, van egy mezőgazdasági oldal, de vannak interjúk személyiségekkel, tehát nem a napi hírek, nem a napi hírek tesznek minket, hanem a belső oldalak, ami mély tartalmakat tartalmaz.”

„... abban a szerencsés helyzetben van, hogy 20 oldalon jelenhetünk meg, 20 színes oldalon, és a 20 oldal teret ad annak is, hogy különböző tematikus mellékleteink legyenek. De ettől még mindig egy napilap. Tehát igen, történésorientált, információorientáltak vagyunk.”

b. Térségi társadalomépítő szerep

A média általános funkciói, szerepei mellett – tájékoztatás, közszolgálatosság, szórakoztatás, hitelesség, objektivitás – az interjúalanyok sok olyan állítást is megfogalmaztak, amelyek a tájegységhez kötődő média társadalomépítő szerepére, ennek a szerepnek a fontosságára utalnak. Ezt neveztük többlet habitusnak. A következőkben összefoglaló jelleggel, példákkal illusztrálva ismerteteink ezeknek a kijelentéseknek a fontosabb típusait és azok tartalmi elemeit.

b.1. Helyi jelleg és a helyi társadalom bemutatása

Az interjúk anyagaiban a helyi médiák helyhez (földrajzi, társadalmi térhez) kötött jellege volt az a jellemző, amely a leggyakrabban visszaköszönt. S ez a helyi jelleg a helyi média működésének és jellemzőinek jelentős szegmensét befolyásolja.

A helyhez kötöttség elsősorban kihat a médiadiskurzusra, témaválasztásra. Amikor arról kérdeztük az újságírókat, hogy a helyi, a belföldi vagy a külföldi hírek dominálnak a tartalomban, a válaszok egyértelműen azt jelezték, hogy a helyi média a helyi hírekre, eseményekre, emberekre stb. összpontosít. Azt, hogy mi számít helyinek az határozza meg, hogy mekkora az adott média „saját” működési területe. Ez lehet kisebb vagy nagyobb tájegység – például Erdővidék vagy Sóvidék –, ritkább esetben egy-egy település – erre a legjellemzőbb példa a helyi rádióállomások, például Sepsi Rádió –, lehet egy-egy megye – három megyei napilap – vagy a székelyföldi térség egésze – székelyhon.ro, Marosvásárhelyi Rádió Magyar Adása.

A témakezelés gyakorlatilag minden módja holisztikus, tehát a médiát minden érdekli, igyekszik mindenre odafigyelni, ami az adott térségben történik. Az interjúalanyok gyakran megfogalmazott álláspontja szerint a helyi média törekszik arra, hogy tematizációja minél holisztikusabb legyen, minél több településre, emberre, témára, eseményre, történésre reflektáljon. Ahogy az újságírók elmondták, témaválasztás során megpróbálnak minél szélesebb körből meríteni, és tudatosan törekednek arra, hogy amennyire a lehetőségeik engedik az adott térség minden településére eljussanak, amilyen gyakran csak lehet és amilyen gyakran érdemes. Ugyanakkor az is elterjedt gyakorlat, hogy amikor kimennek terepre, akkor egyszerre több anyagot is felvesznek – akár más újságíró által készített rovat, műsor részére –, hogy ezt a széleskörű tájékoztatási feladatot még jobban elláthassák.

Több interjúalany kiemelte, hogy törekednek arra, hogy minél több értéket, helyi és kisebbségi értéket mutassanak be a régióból, amelyben működnek. Az értékteremtés, értékmentés, kisebbségi önazonosság megőrzése mind olyan jellemzők, amelyek hatással vannak a helyi média tematizációjára.

„Igen, igen, a helyit [helyezzük előtérbe], igen, a helyit mindenképpen.”

„...igyekszünk a megye egészére figyelni. Tehát ha már egy ideje nem írtunk egy településről, akkor elkezdünk szétnézni, hogy ott azért mi történt az utóbbi időben.”

„És nyilván az [a média szerepe], hogy a tükre, a füle legyünk a mi tájegységünknek. Tehát, hogy ami itt történik, arról halljon mindenki, ami az itteni emberekért van, és ami az itteni emberekről szól...”

Az interjúalanyok sok esetben előnyként, lehetőségként hivatkoztak a helyi jellegre. Elmondásuk szerint mivel az országos média az országos hírekre fókuszál, kevésbé a helyi, vidéki jellegű hírekre, így kialakul egy médiapiaci rés, amit pontosan a helyi média kell(ene) lefedjen. Ez pedig erőforrás, lehetőség, amit ki lehet használni. Egyrészt, az újságírók szerint, ezekkel a hírekkel más nem foglalkozik, másrészt a helyi embereket nagyon érdekli, amikor róluk szólnak a hírek, benne vannak a helyi tévében, rádióban, újságban. A térségi témákkal való foglalkozást egy további tényező is erősíti. Több újságíró kiemelte, hogy a szerkesztőségeknek nincsen kapacitása arra, hogy országos témákkal foglalkozzanak (belpolitika, gazdaságpolitika, országos jelentőségű hírek, külpolitika stb.), sőt, még ha lenne is kapacitásuk erre, nem biztos, hogy erre kellene fordítani, mivel az ilyen témákat a fogyasztók nem a helyi médiában, hanem a nagy, országos sajtótermékeknél keresik. Az interjúalanyok szövegeiben jelentős azon kijelentések aránya, amelyek szerint az országos hírek bemutatása nem tartozik a helyi média feladatkörébe. Erre azonban nem hátrányként, hanem lehetőségként tekintenek az újságírók: hiszen meglátásuk szerint a helyi hírek bemutatása nem az országos média feladata, hanem pontosan a helyi média feladata. Tehát a helyi média nem is tud, de nem is kíván versenyezni az országos médiával, ezt nem tekinti feladatának.

Több interjúalany kiemelte, hogy a székelyföldieket a helyi médiából csak az érdekli, ami a saját kis környezetében, régiójában történik. A csíkszeredai média-fogyasztót nem érdeklik az udvarhelyi történések, a gyergyóit a vásárhelyi történések. Ez, a kicsi regionális sajtótermékek esetében erősség, a nagyobb, megyei, regionális médiák esetében, amelyek hatóköre több tájegységre terjed ki és az egyes tájegységek közti arányokra figyelni kell, egyeztetési, válogatási feladatot jelenthet. A helyi társadalomra való figyelés mellett az interjúban esetenként megfogalmazódik egy olyan szerep lehetősége is (opció, lehetőség formájában), miszerint a helyi média egyik fő feladata az lehetne, hogy a különböző székelyföldi régiókat összekösse, egymásnak is megmutassa, összehasonlítsa, ankétokat készítsen a különböző székelyföldi régiókról, településekről. Sőt, egyes újságírók szerint a média feladata lenne az is, hogy megmutassa a székelyföldi embereknek, hogy a Székelyföldön kívül is van élet, sőt

Románián kívül is vannak magyar kisebbségek, amelyekre érdemes lenne odafigyelni. Illetve fordítva, elvigye a szórványba, más romániai magyarlakta régióba, de akár más Románián kívüli kisebbségi régióba a székelyföldi történeteket.

„...a nagy hír, ami mindenhol folyik ki, az az, hogy Bukarestben felrobbant egy tömbház. Mi ezt például nem írtuk meg, mert hogy úgy gondoljuk, hogy nincs érintettsége... semmi köze nincs ehhez a térséghez...”

„Hát nyilván a helyi jelleg [az erősségünk]. Tehát az, hogy az itteni emberekről szól, ezeknek az embereknek.”

„...van egészségügyi műsor, van környezetvédő műsor, van gazdasági műsor, satöbbi, satöbbi. Van egyházi, vallási műsor, s ilyenek. És ebben mind nyilván helyi és környékbeli alanyok szólalnak meg, és ottani helyszíneken forgatódik, és ez úgy az embereket nyilván érdekli.”

„...térségi lapok azok, amelyek jobban tetszenek az olvasóközönségnek, mert közelebb van hozzájuk, hozzájuk közel eső eseményekről, történetekről számol be, jobban a magukénak érezték.”

„Próbálunk minél nagyobb területet lefedni.”

b.2. Hiánypótló szerep

A térségi társadalom bemutatásához kapcsolódik egy további fontosnak tartott szerepkör, amely a vidéki média hiánypótló szerepére, ugyanakkor az ebből adódó felelősségre, küldetésudatra is utal. Az interjúalanyok többféle formában jelzik azt, hogy a helyi hírek nem érdeklik sem az erdélyi/országos magyar nyelvű médiát, sem az országos román médiát, sem a magyarországi médiát. Véleményük szerint a helyi híreknek az egyetlen gazdája a helyi média – ez pedig az interjúalanyok állításai szerint rendkívül nagy felelősség és feladat. Ez a felelősség elsősorban azzal kapcsolatos, hogy a helyi média a helyi közösség életéből mit, mennyit és hogyan jelenít meg. Gondos odafigyelést, alaposítást, tudatosságot igényel ez a munka, mérlegelni kell, hogy az események, történetek, személyiségek stb. közül mit emeljen be a média, mit mellőzhet, és mindennek milyen következményei vannak. Hiszen a helyi média dokumentálja a helyi közösség életét, archiválja történelmét, és ezáltal befolyásolja azt, hogy mindebből mi marad fenn. Ugyanakkor a helyi média megpróbál olyan

közösségek, egyének hangja lenni, akikkel más média nem foglalkozik. Akik magukra maradtak, elhagyatottak.

„...a mi feladatunk bemutatni és dokumentálni, ahogy mondtam a saját világunkat, tehát a mi szokásainkat, a mi értékeinket, az örömeinket, a nyűgjeinket, a megvalósításainkat és a hibáinkat, meg a mi eseményeinket, meg a mi emberi sorsainkat, vagy a mi embereinknek, vagy nálunk élő emberek sorsa.”

„...ha mi és még néhány hasonlóan gondolkodó szerkesztőség ezt nem tesszük, akkor ezt más nem fogja megtenni.”

„...az én műsoromon kívül nagyjából helyük sincs, ahol megszólaljanak. Hát most a Facebookon lehetne. Na de Mari néni, nagy valószínűséggel, nem fog. Az unokája igen, de ő már a más kor gyermeke... én szeretettel adok helyet mindenkinek, aki valamit tesz.”

„...nagyobb hangsúlyt kellene fektetni a jogsérelmekre. Legyenek azok nyelvi jogok, vagy a közigazgatási nyelvhasználat, vagy akármi, ami magyar mivoltunkban sért, vagy bánt, vagy ellenünk van.”

A térség iránti felelősségvállalás sajátos formájára utalnak azok az elgondolások, amelyek az országos események hatásainak az adott térségre való „lefordítását” is fontosnak tartják. Ilyen jellegű szerepvállalás említésére azonban a lejegyzett szövegekben kevés példa van.

„...én lehozom azt helyi szintre, hogy megnézzem, hogy annak az országos információnak esetleg milyen helyi hatásai vannak. Vagy akár egy gazdasági hírt is levetítek én helyi szintre, és adok egy olyan értéket neki, hogy elmondom azt, hogy igen, ez és ez történt, de lássuk, hogy itt helyi szinten mi van, vagy regionális szinten mi van, akkor én már startból kötöm a regionalitáshoz, kötöm a helyi emberekhez, és tudok neki egy plusz hírértéket adni, mert abban hírérték van.”

b.3. Közösségépítés, identitáserősítés

Az interjúalanyok explicit módon, egyértelműen nyilatkoznak arról, hogy megítélésük szerint fontos szerepük van a helyi társadalom, a közösség építésében. Az újságírók úgy értékelik, azáltal, hogy megjelenítik a közösséget, annak értékeit, hozzájárulnak az adott közösségnek a fennmaradásához vagy erősödéséhez,

önképének alakulásához. Véleményük szerint napjainkban is fontos a térségi médiának ez a közösségépítő funkciója, azonban kiemelik, hogy ez felelősséggel is jár. Az, hogy mit és hogyan jelenítenek meg az adott közösségről hatással lehet a teljes közösségre, annak alakulására. Így nemcsak a sikerekre figyel a média, de igyekszik ábrázolni a kudarcokat, veszteségeket is. Tehát hiteles képet kíván festeni arról a közösségről, amelynek megjelenítését felvállalta.

„...a kisebbségi sajtónak nagyon fontos szerepe, a kulturális önazonosságunk megőrzése, ennek a megmutatása, az értékek felmutatása.”

„...itt van nekünk a felelősségünk, hogy megmutassuk azt, hogy vannak igenis élő közösségek, és azáltal, hogy én megmutatom azt, hogy van itt egy élő közösség, én is hozzájárulok ahhoz, hogy ez a közösség tovább éljen.”

„...az embereknek nagyon igényük van arra, hogy közösségben éljenek, és közösségi élményben legyen részük.”

„...tény, hogy az egy-egy közösségről alkotott kép a sajtóban, az kell találjon a közösség önmagáról alkotott képével...”

„...ez (ti: a médiaanyag) visszaadja a közösségnek azt az érzését, vagy jelenlegi állapotát, amiben ma Vásárhely van.”

„Hát informáljon, tehát hogy mindig ez volt a legfontosabb, hogy informáljon, és hogy megismerjük egymást a rádió által is.”

„...bemutatjuk a mindennapjait, nemcsak a polgármester sikereit, vagy kudarcait, hanem egyáltalán a napi történeteket, ami őket foglalkoztatja, ami örömet okoz, közösségi események”.

„...kiemeljük őket, megmutatjuk őket, beszélünk arról, hogy ezek az emberek dolgoznak.”

Összegzés

Jelen tanulmány a székelyföldi magyar nyelvű helyi média társadalomépítő szerepét vizsgálta meg a működtetők szemszögéből. Helyi médiában dolgozókkal – újságírók, szerkesztők, főszerkesztők, kiadók – készített interjúsorozat alapján ez az írás arra kereste a választ, hogy hogyan látják ezek a szereplők a székelyföldi magyar

nyelvű helyi média szerepeit. A válaszokból az rajzolódott ki, hogy a helyi médiának két habitusa van: van egy alaphabitus, amely a média általános funkcióival – például tájékoztatás, hitelesség, objektivitás – való azonosulást jelöli, de van egy többlethabitusuk is, ami a székelyföldi média sajátos helyzetéből és az ebből fakadó szerepfelfogásból ered. Ez a többlethabitus a magas fokú társadalmi beágyazottságból fakad. A székelyföldi magyar nyelvű médianyilvánosság főként helyi sajtótermékekből áll – azaz földrajzilag jól körülhatárolható régiókban működő, helyi sajtótermék a Székelyföldön működő sajtótermékek döntő többsége. A földrajzi tagoltság a székelyföldi intézmények működésének tekintetében és az erre épülő regionális identitások tekintetében is számottevő jellemző, így nem meglepő, hogy a székelyföldi médiák esetében is előtérbe kerül, meghatározó jellegű. Így elmondható, hogy a tájegységekhez kötődő vidéki médiának alapvetően fontos jellemző vonása, hogy mind az intézményi szerkezet, mind pedig maga a működés a térségi társadalom fontos és szerves komponense, tehát magas a társadalmi beágyazottsága.

Ez a többlethabitus egy sor jellemzőt hordoz magában, amelyek mind kapcsolatban állnak a média társadalomépítő szerepével. Ehhez a habitushoz illeszkedve, az újságírók által elmondottak szerint, a székelyföldi média törekszik arra, hogy helyi híreket mutassa be – az országos hírekkel kevésbé foglalkozik –, hogy témakezelése holisztikus legyen – azaz minden érdekli, ami a térségben történik –, hogy minél többet és minél rendszeresebben megmutasson a térségi társadalomból – mert ha a helyi média ezt nem teszi meg, más nem fogja – és hogy olyan közösségek hangja legyen, akik másképp teljesen kiszorulnak a médiából. Az újságírók elmondása szerint a helyi médiának még mindig van közösségépítő szerepe, az emberek szeretik magukat viszont látni a médiában, kedvelik, sajátjuknak érzik a helyi médiát, ezért a média törekszik arra, hogy minél hitelesebb képet fessen ezekről a közösségekről. Az újságírók elmondása szerint ez szép, hasznos, de felelősségteljes feladat is. Tudatos menedzselést igényel az, hogy a közösség történeteiből mit, milyen mértékben mutat meg a média, hiszen ezzel egyrészt hatással van arra, ahogy a közösség saját magát látja, ahogy a közösségre külső szereplők tekintenek, illetve befolyásolja azt is, hogy az adott közösség történelméből mi archiválódik. Azonban az interjúzás folyamán az derült ki, hogy noha a média sokoldalú társadalomépítő szerepet tölt be, tehát a térségi médiákban a társadalomépítő szerep működése jelen van, de ez nem tudatos vidékfejlesztési programként, nem megtervezett és támogatott stratégiai jellegű

tevékenységként van jelen. Az újságírók amikor arról kérdeztük őket, hogy mi a helyi média alapvető szerepe általában a média alapvető szerepeire és nem a társadalomépítő szerepre reflektáltak. Ennek az a következménye, hogy a térségi médiák esetében nem beszélhetünk a társadalomépítési szerep tudatos, program-szerű, stratégiai jellegű működtetéséről.

Irodalomjegyzék

1. Ali, C. (2017): Media localism: The policies of place. University of Illinois Press.
2. Biró, A. Z. – Bodó J. (1992): A „hargitaiság” – egy régió identitásépítési gyakorlatáról. Átmenetek – a mindennapi élet antropológiája, 1992/1.
3. Botházi, M. (2019a): Új típusú újságírás, változó újságírói szerepek Erdélyben. Me.dok, 14(3.): 15–26. DOI: <https://doi.org/10.59392/medok.1240>
4. Botházi, M. (2019b): Hírek, tabuk, álhírek, Erdély. Tematizáció és hírszelekció az átalakuló kisebbségi sajtóban – In: uő. szerk.: Párhuzamos életutak, Egyetemi Műhely, Cluj, 2019, 79 – 94.
5. Bukovinszky-Csáki, O. (2025): A lokális médiaorgánumok és a vidékkép kapcsolata. In Biró A. Z. – Bukovinszky-Csáki, O. (2025, szerk.): Tudomány és vidéki társadalom. A Magyar Tudomány Ünnepe programsorozatához kapcsolódó Konferencia anyaga (Csíkszereda, 2024. november 15). Státus Kiadó, Madéfalva, 150–160.
6. Csinta, S. – Maksay, Á. (2016): Erdélyi magyar média. In Apró, I. (szerk.): Határon túli magyar médiumok. Budapest: Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete: 11–58.
7. Deuze, M. (2005): What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. Journalism, 6(4.): 442–464 DOI: 10.1177/1464884905056815
8. Gál, M. (2000): Útkeresésben a romániai magyar írott sajtó. In Bodó, B. (szerk.): Romániai Magyar Évkönyv 2000. Temesvár–Kolozsvár: Szórvány Alapítvány – Polis Könyvkiadó: 142–151.

9. Gulyás, Á. (2023a): Local and community media in Europe. A comparative analysis of the Media Pluralism Monitor data between 2020 and 2023. Research Project Report. Olaszország: European University Institute. Elérhető:
<https://repository.canterbury.ac.uk/download/c4fc5da1b088f55afa1d810bad89a1470d1e6b6fc3039e9635de696cce5cfd60/974642/QM-07-23-384-EN-N%5B84%5D.pdf>
10. Gulyas, A. (2023b): 'The media that are not national: Towards a comparative framework for local media research using the concept of subnational media'. Paper presented at the International Communication Association 2023 Annual Conference, 25-29 May, 2023, Toronto, Canada
11. Györffy, G. (2010): 'sajtótörténet'. In Dávid Gyula (szerk.): Romániai magyar irodalmi lexikon: Szépirodalom, közírás, tudományos irodalom, művelődés V. (S–Zs.). Bukarest–Kolozsvár: Kriterion; Kolozsvár: Erdélyi Múzeum-Egyesület. Elérhető: <https://kriterion.ro/glossary/sajtotortenet/> Utolsó letöltés dátuma: 2026. 01. 27.
12. Hujanen, J. – Lehtisaari, K. – Lindén, C-G. – Grönlund, M. (2019): Emerging forms of hyperlocal media: The case of Finland. Nordicom Review, 40 (Special Issue 2): 101–114. doi:10.2478/nor-2019-0029
13. Magyari, T. (2000): A romániai magyar média. Médiakutató, 1(1.): Elérhető: https://mediakutato.hu/cikk/2000_01_osz/09_a_romaniai_magyar_media. Utolsó letöltés dátuma: 2025. 09. 04.
14. Magyari, T. (2020): Az erdélyi magyarok nyilvánosságának általános jegyei. In Bárdi N. – Éger Gy. – Filep T. G. (szerk.): Magyarok Romániában (1990–2015). Kolozsvár: Erdélyi Múzeum-Egyesület – Kriterion Könyvkiadó: 317–324.
15. Maksay, Á. – Kiss T. – Barna, G. (2012): Az erdélyi magyar média. In Apró, I. (szerk.): Határon túli magyar nyelvű médiumok 2010/2011. Kutatási jelentések. Budapest: Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete: 11–104.
16. Negreira-Rey, M.C. – Haan, Y. de – van den Broek, Rijk (2023): Boundaries of Hyperlocal Journalism: Geographical Borders, Roles and Relationships

- hr/>
- with the Audience in Spain and the Netherlands. In Negreira-Rey, M. C. – Vázquez-Herrero, J. – Sixto-García, J. – López-García, X. (eds.): *Blurring Boundaries of Journalism in Digital Media. New Actors, Models and Practices. Studies in Big Data Series*, volume 140. Springer Nature Switzerland, pp. 71–98. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-43926-1_6
17. Papp, Z. A. (2005): Keretizmus. A romániai magyar sajtó és működtetői 1989 után. Csíkszereda: Soros Oktatási Központ
18. Péter, Á. (2015): „Címlapsztorik”. Szerkesztőségi tematizálás, tabuk és „hírközlés-univerzáliák” az erdélyi magyar nyomtatott médiában. *Me.dok* 10.(1.): 69–83. DOI: <https://doi.org/10.59392/medok.1088>
19. Sarány, I. (2020): Médiavilág a Székelyföldön. In Cseke P. (szerk.): *Székelyföld a 21. században. Esszék, tanulmányok*. Budapest: Napvilág Kiadó, 184–197.
20. Sarány, O. (2022a): A média a gazdaságról. Elemzés egy regionális napilap példáján. In *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*, 19(2.): 120–127. DOI: <https://doi.org/10.32976/stratfuz.2022.26>
21. Sarány, O. (2022b): Vidék, média, nyilvánosság. In *Korunk*, 33(10.): 96–107. <https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=1110602>
22. Sarány, O. (2023a): A lokális média kérdőjelei. A székelyföldi nyomtatott sajtóorgánumok néhány jellemzője. *Pro Scientia Ruralis*, 8.(2.): 111–132. DOI: <https://doi.org/10.59357/ProSciRural.2023.2.07>
23. Sarány, O. (2023b): Látélet az erdélyi magyar nyomtatott sajtó aktuális állapotáról. In *Médiakutató*, 24(2.): 59–76. o., DOI: 10.55395/MK.2023.2.4
24. Toebat, M. (2021): Refugees have a voice. Let it be heard. Refugee representation in ethnic community radio: a case study approach. KU LEUVEN, Faculteit Letteren, Antwerpen, Belgie.
25. van der Ploeg, J. D., Renting, H., Brunori, G., Knickel, K., Mannion, J., Marsden, T., De Roest, K., Sevilla-Guzmán, E. Ventura, F. (2000): *Rural Development: From Practices and Policies towards Theory*. *Sociologia Ruralis* 40(4): 391–408.

26. Wahl-Jorgensen, K. – Boelle. J. (2024): Vernacular journalism: Local news and everyday life. *Journalism*, 25(8.): 1603–1619. <https://doi.org/10.1177/14648849231209707>
27. ***Tájéegység identitás – rurális szemszögből. DOMUS Csoportos kutatási program – 2024. Kutatási jelentés

Abstract

This study aims to analyze how the people working in the Hungarian-language press from Szeklerland perceive and reflect on the community-building role of local media institutions (which they themselves operate). This analysis is based on a series of interviews conducted with professionals working in local media – so journalists, editors, publishers working for local media outlets, printed and digital newspapers, radio stations and TV channels operating in Szeklerland. The interviews sought to explore whether media professionals believe that local media still has a community-building role today, and whether there are deliberate, programmatic practices aimed at fulfilling this role, or whether the community-building function of the media develops more randomly, following earlier routines and traditions. The interview series and the related exploratory analysis were carried out with the support of the DOMUS Szülőföldön scholarship.

Keywords: local press, professional self-image, press from Szeklerland, minority media