



## HARGITA KULTÚRA HÍRLEVÉL 3. (2013)

*Szakmai program a megyei kulturális stratégia gyakorlatba ültetésére  
Kapcsolat: hargitakultura@gmail.com*

### STRATÉGIA-INFÓ

#### **Az Iskola és a Kulturális élet kapcsolatáról, az együttműködés korlátairól és lehetőségeiről...**

A kulturális stratégia egyik kiemelt célkitűzése, hogy ösztönözze a Kultúra és más ágazatok, területek közti rendszerszerű kapcsolatokat. Ma a **Kultúra** és **Iskola** rendszere között sokféle kapcsolat működik, ezek sok esetben alkalmiak, egy-egy esemény, rendezvény erejéig működnek, s ugyanakkor sok esetben egyéni hozzáállásoktól függenek. Lehet-e. célszerű-e arra törekedni, hogy a két terület között rendszerszerű, nem személyfüggő, tartós kapcsolatok is kialakuljanak nagyobb számban? Ki kezdeményezze ezt? A Kultúra vagy az Iskola? Esetleg egy külső, harmadik szereplő, amelynek van lehetősége arra, hogy összehozza őket? Az Iskola és a Kulturális élet kapcsolatáról, az együttműködés korlátairól és lehetőségeiről érdemes eszmecserét folytatni...

A teljes szöveg megtekinthető [itt](#).

### WEB-TÁR

A művelődés szakemberei a közösségfejlesztést a mi térségünkben nem mindig kapcsolják össze a közösségfejlesztéssel. Ez részben indokolt, ha arra gondolunk, hogy a közösségfejlesztés sok esetben a civil szerveződés tematikájával, szemléletével és módszertanával foglalkozik. Azonban rurális térségben a kettő gyakorlatilag nem választható el, hiszen a kulturális élet falusi környezetben mindig közösség-szervezés, közösségépítés is. A magyarországi közösségfejlesztés gyakorlata sok hasznos példát, tanulási lehetőséget kínál. Weboldal a régióra működik, az aktuális információk mellett szakmai olvasnivaló van rajta nagyon sok.

<http://www.kka.hu/>

A PAROLA folyóirat hosszú időn át a közösségfejlesztés legfontosabb információs és szakmai fóruma volt. A teljes adatbázis lehetőséget kínál arra, hogy szinte bármilyen olyan témában, amely érdekel bennünket, gyorsan találjunk szakmai anyagot.

[http://www.kozossegfejlesztas.hu/\\_Kozossegi\\_Adattar/PAROLAAR.NSF?OpenDatabase](http://www.kozossegfejlesztas.hu/_Kozossegi_Adattar/PAROLAAR.NSF?OpenDatabase)

Az Erikanet.hu honlap 2004 óta működik, címe: Egységes Regionális Információs Közművelődési Adatbázis. Ez a honlap ez év december elejétől befejezte a napi frissítését, azonban rendkívül nagy mennyiségben érhető el rajta nagyon hasznos szakmai, módszertani anyag. Az érdeklődők kattintsanak a Kutatás menüpontra, közművelődési anyagok egész sora olvasható.

[http://www.erikanet.hu/oldal.php?menupont\\_id=6589&objektum\\_tipus\\_id=61&tul\\_172=46308&kereses=1](http://www.erikanet.hu/oldal.php?menupont_id=6589&objektum_tipus_id=61&tul_172=46308&kereses=1)

A Nemzeti Művelődési Intézetnek 2013. december 1-én indult szakmai, információs portálja, amely átveszi az Erikanet.hu funkcióját, egyben országos hálózat, sok kapcsolati lehetőséggel.

<http://www.nmi.hu/hu/>

## **TUDÁS-TÁR**

### **A hagyomány fogalmáról...**

Milyen a „múlta-orientált” hagyományértelmezés? Van „jövő-orientált” hagyomány értelmezés is?

Voigt Vilmos előadásának írott változata olvasható az alábbi linken.

[http://www.erikanet.hu/oldal.php?func=1&menupont\\_id=6589&objektum\\_tipus\\_id=61&objektum\\_id=467329](http://www.erikanet.hu/oldal.php?func=1&menupont_id=6589&objektum_tipus_id=61&objektum_id=467329)

## **FORRÁS-TÁR**

Pályázati előzetes, kis és nagy projektek több fontos kulturális témában (PROMOVAREA DIVERSITĂȚII ÎN CULTURĂ ȘI ARTĂ ÎN CADRUL PATRIMONIULUI CULTURAL EUROPEAN), a tájékoztató szerint rövidesen konkrét információk lesznek.

[http://www.fonduri-diversitate.ro/fonduri-diversitate-ro\\_doc\\_2\\_despre-program\\_pg\\_0.htm](http://www.fonduri-diversitate.ro/fonduri-diversitate-ro_doc_2_despre-program_pg_0.htm)

## **FOGALOM-TÁR**

### **Mass-média (3.): A globális tömegmédiá. Globalizáció és glocalizáció a médiában**

A GLOBALIZÁCIÓ összetett gazdasági és társadalmi folyamat. Világszintű egységesedést jelent a gazdaság, a pénzügy, a politika, a kultúra, a nyelv területén. A globális működést nemzetek feletti megállapodások, intézmények biztosítják.

A MÉDIA GLOBALIZÁCIÓJA azt jelenti, hogy az üzenetek létrehozása és forgalmazása átlépi a politikai és kulturális határokat. Mindez annak következtében jöhet létre, hogy a technológiák gyors fejlődése lehetővé teszi a földrajzi távolságok áthidalását, valamint az időbeli akadályok leküzdését (az üzenetek közvetítése egyre gyorsabbá válik). Egy másik ok: a szabad információáramlás útjában egyre kevésbé állnak politikai korlátok.

A GLOBÁLIS TÖMEGMÉDIA sok formában megmutatkozik napjainkban. Létrejön a transznacionális média, ami azt jelenti, hogy a médiacsatornák közvetlenül továbbítanak egyik országból a másikba. Sok a kifejezetten nemzetközi médium (pl. tévécsatornák), illetve a kívülről behozott médiatartalom.

A médiaglobalizáció megítélése kettős: vannak pozitív és negatív megítélések. A pozitív megítélések a globális tömegmédiának azokat a vonásait emelik ki, amelyek lehetővé teszik a bekapcsolódást a nemzetközi áramlatokba, lehetővé teszik az információk szabad áramlását, szabad hozzájutást biztosítanak a világban forgalmazódó eszmékhez, információkhoz, tudásokhoz. Kiemelik azt a lehetőséget, hogy egymástól távol lévő kultúrák érintkezhetnek egymással, megismerhetik egymást.

A negatív megítélések a médiaglobalizációnak azokat a vonásait hangsúlyozzák, amelyek a MÉDIAIMPERIALIZMUS jelenségéhez kapcsolhatók. Ez azt jelenti, hogy a nagy médiabirodalmak dominálják a médiapiacot, így nem mindennek van egyforma esélye a globális megjelenítésre. Ugyancsak itt jelenik meg negatívumként a kulturális homogenizálódás, ami a saját kulturális értékek meggyengülését jelenti. Veszélyt jelent az olcsó kozmopolitizmus jelensége, a kulturális egyedi jelleg elvesztése. A globalizáció negatív megítélése szerint a médiaimperializmus nem más, mint az "új gyarmatosítás" eszköze és terepe. A globalizáció veszélyeként lehet említeni a piaci mechanizmusok előretörését, amelyek következtében a gyengék még gyengébbek, az erősek még erősebbek lesznek. Egy másik veszély: az értéktelenség tartott tömegtermékek kiszorítják a magaskultúra értékeit.

A fenti pesszimista, negatív értékelések mára már részben enyhültek, párhuzamosan a tömegtársadalom, tömegkultúra fogalmainak átértékelésével. A globális tömegmédia legújabb megítélése kihangsúlyozza a globális nyitottság fontosságát, a közös szimbolikus tér megteremtésének lehetőségét, a hely és idő korlátainak túllépését. Kiemeli a média globalizációjának azt a hatását, ami által gyengülhet az etnocentrizmus, a nacionalizmus, az idegengyűlölet.

Napjaink tömegmédiájának megértéséhez be kell vezetnünk egy új fogalmat, a GLOKALIZÁCIÓ fogalmát. A glocalizáció a globalizációval párhuzamos folyamat. Azt jelenti, hogy a nemzetközi, globális áramlatok mellett megerősödnek a helyi érdekeltségek is. A nagy médiacégek helyet adnak a lokális érdekeltségű médiatermékeknek, a kívülről jövő médiatermékek pedig alkalmazkodnak a helyi médiapiac igényeihez. A lokalitás így kaphat helyet a globalitás mellett. Napjainkban megfigyelhető törekvés, hogy a lokális hírek, információk megtalálják helyüket a médiapiacon, ráfelelve a lokalitások igényeire. A globális áramlatoknak pedig figyelembe kell venniük ezt a törekvést. Ez adhat esélyt a lokalitásoknak arra, hogy megmutatkozhassanak, hogy ne vesszenek el a globalizáció áradatában.

### **Kommunikáció (3.): Imázs**

Az image nem más, mint egy elképzelés, vélemény valamivel kapcsolatosan, ami az emberekben kialakul objektív vagy szubjektív benyomások alapján.

A vállalati/szervezeti image-t a szervezetről szóló üzenetek vagy azok következményeinek fogadása alakítja.

Az image fogalma érzékelhető jelenségek halmazából áll, azaz szavakból, tettekből és fizikai jelenlétből. Tehát fontos, hogy a szervezet milyen explicit vagy implicit üzeneteket küld környezete felé, illetve a fizikai jelenlét, a szavak és tettek mellett befolyásolja a kialakult képet a sajtóban megjelenő üzenetek, a szóbeszéd, partnerek, más szervezetek véleménye is.

Az image alakulását, milyenségét befolyásoló tényezők:

- saját elvárások (kívánságok, vagy akár megtagadás is lehet): egy bizonyos dologgal szemben, amelyben tükröződik az egyén egy bizonyos dologhoz való beállítottsága is.
- mások véleménye: jelentős befolyásolási tényező. Ez a befolyásolási tényező sokféle lehet: reklám, beszélgetés, ajánlás, kritika stb.
- személyes tapasztalat: ha saját magunk tapasztalunk meg egy dolgot, az átélt élményeink alakítják ki a legerősebb benyomást.

Az image nem más, mint egy elképzelés, vélemény valamivel kapcsolatosan, ami az emberekben kialakul objektív vagy szubjektív benyomások alapján.

Az image négy típusát különböztetjük meg:

- *Termék/szolgáltatás (product) image*: a termék image gyűjtőfogalom, termékcsoporthoz, termékféleségeket foglal magába. Egy homogén kategória, az adott termékfajta összes változatát, minden egyedét és márkáját felöleli. Ha egy termékfajta képe kedvező, az előnyösen befolyásolja a termékfajta belüli konkrét image-ek alakulását is.
- *Márka/védjegy (brand) image*: Tartalmát tekintve márkaképről beszélhetünk. A márka egyfajta többletet ad a terméknek, a fogyasztók magasabb értékűnek becsülik. A termék image-hez képest itt konkrét, egyedileg beazonosítható árról beszélünk, aminek már neve van. Szoros kapcsolatban áll a termék image-el. A márka image az a kép, ami kialakul a fogyasztókban az adott márkákról, azon információk összessége, ami az adott márkáról összegyűlt a vásárlók fejében (ezek az információk származhatnak tapasztalatból, mások véleménye, reklámok, csomagolás ismeretéből).
- *Szervezeti/vállalati (corporate) image*: A vállalatok, szervezetek önálló image-el rendelkeznek a fogyasztók tudatában. A szervezet minden ténykedése kihatással van az image alakulására. Az image-t meghatározó tényezők: szervezeti filozófia, szervezeti kultúra, a szervezet struktúrája, stratégiája, a tagok önbecsülése, a kommunikáció milyensége, vizuális azonosítók stb.

- *Személy (personal) image*: A személyről kialakult kép a magatartása, stílusa, tevékenysége, megjelenése alapján. A személyi image meghatározhatja azon vállalat képének alakulását, amit ő képvisel.

### **Vidékfejlesztés (3.): Fenntartható fejlesztés**

A fenntartható fejlesztés olyan fejlesztési folyamatot takar, amelyben a jelen generáció szükségleteinek kielégítése nem akadályozza a jövőbeli generációk szükségleteinek kielégítését. A fenntartható fejlesztés elvét az 1980-as években fogalmazták meg, de a vidékfejlesztés és más tudományágak fejlődésével tartalmi szempontból folyamatosan formálódott.

Vidékfejlesztési szempontból a fenntartható fejlődés a gazdaság, a társadalom és a környezet területén végzett fejlesztési tevékenységek összehangolását jelenti. A fenntarthatóság arra vonatkozik, hogy az egyik területen végzett fejlesztési tevékenységek ne hátráltassák vagy akadályozzák más területek potenciális fejlesztési lehetőségeit.

A fenntartható fejlesztés tehát egyszerre jelent:

- A szociális igazságosság és az esélyegyenlőség érvényesülését (társadalmi aspektus),
- Az életminőség javulását szolgáló gazdasági tevékenységeket (gazdasági aspektus),
- A természeti erőforrásokkal való fenntartható gazdálkodást (környezeti aspektus).

A fenntartható fejlődés gyakorlati alkalmazásának lépései:

- a.) A különböző fejlesztési folyamatok tervezése, lokális vagy térségi stratégiák kidolgozása során külön foglalkozni kell a tervezett projektek várható eredményeivel. Számba kell venni a beavatkozások várható pozitív és negatív hatásait. Egy fejlesztési javaslat terv formájában csak akkor kaphat végső formát, ha a jövőbeli hatásait számba vettük és a negatív hatásokat minimálisra csökkentettük. Fontos: a várható pozitív hatások számbavétele és kiértékelése legalább olyan fontos, mint a negatív hatások elkerülése érdekében tett módosítások.
- b.) A fejlesztési beavatkozások összekapcsolásával az egyes beavatkozások eredményességét fokozhatjuk. Ennek következtében a káros következmények elkerülése mellett lehetőségünk van arra, hogy olyan eredményeket is elérjünk, amelyek az egyes projektek külön-külön való kivitelezése esetén nem valósultak volna meg.
- c.) A fejlesztési folyamatok rendszeres és módszeres nyomon követése, azaz monitorizálása. A fejlesztési projektek gyakorlatba ültetésének egyik legjellemzőbb tulajdonsága, hogy a gazdasági, társadalmi körülmények változása hatással lehet azok eredményeire. Ennek érdekében meghatározott időszakonként újra meg kell vizsgálni, hogy még mindig a megfelelő irányba halad-e a projekt és továbbra is azokra az eredményekre számíthatunk-e, mind annak elindításakor.
- d.) A negatív hatások, következmények hatásának csökkentése. Természetesen előfordulhatnak és elő is fordulnak előre nem látható problémák, következmények, amelyekkel senki nem számol. Ilyen esetekben a projekt kivitelezéséért felelős

csoport feladata, hogy minél rövidebb idő alatt megoldja a felmerült problémákat. Szükség esetén javasolt a megfelelő hatóság, szakmai csoport bevonása is.