

**SÁNDOR CECÍLIA**

doktorjelölt hallgató

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskola

---

## **SZAKMAI BESZÁMOLÓ**

### **Magyar Állami Eötvös Ösztöndíj**

#### **A doktori kutatás és a tanulmányút kapcsolódása**

*A nemzeti identitás kapcsolata az etnikai marketinggel és fogyasztással* című barcelonai tanulmányúthoz kapcsolódó munkatervem szorosan kapcsolódott a doktori kutatásom témájához. A doktori kutatási területem a nemzetépítés és regionális identitás kapcsolata az etnikai alapú marketinggel és fogyasztással. Kutatásom egy székelyföldi esettanulmányra alapozva a globális (nagytóke vs. helyi termelés) és nacionális (újnacionalizmus, magyar nemzetépítés) hatások kontextusában átalakuló székelyföldi etnikai és regionális identitás alakulásával kapcsolatosan tesz fel kérdéseket.

Székelyföldön a 2000-es évek után több olyan vállalkozás is létrejött, mely a régió adottságaira és jellegzetességeire építkezik. Azt láthatjuk, hogy egyre nagyobb teret hódított az „etnikai termékek” piaca, melynek keretében kifejezetten a régióhoz kapcsolódó (székelyföldi, erdélyi), vagy (kisebbségi) magyar kulturális vagy tárgyi természetű erőforrásokat hasznosítanak (pl. népi hagyományok, népművészet hagyaték értékesítése a turizmusban), vagy a forgalmazott termékeket, szolgáltatásokat az etnikai folklór szimbólumaival, narratíváival kapcsolják össze. Így tehát a régióhoz kapcsolódó mítoszok, a székelység múltjára, hagyományaira történő hivatkozás és a szimbólumok újjáélesztése, valamint sajátos arculatának felélesztése a rendszerváltástól kezdődően reneszánszát éli.

A politikai mezőben megjelenik egy erőteljes törekvés, a “kiszakított” nemzetrészeknek egy erős, önálló régióként való megteremtése. Ezzel párhuzamosan megfigyelhető a székelyföldi azonosságtudat kifejező elemeinek egy kulturális piaci színtere, a folklórelemek adaptációja a piaci érvényesülés kontextusába és a szimbólumok nemzeti kanonizációja.

A témához kapcsolódóan évek óta követem a nemzetközi tudományos kutatásokat és azoknak az eredményeit. Így kiemelten a Barcelonai Egyetem Antropológia Tanszékén belül működő *Reciprocity Research Group* (GER) kutatócsoport munkáját, mely különböző aspektusokból érinti a gazdasági antropológia kérdésköreit.

A barcelonai fogadóintézmény, illetve az azon belül működő kutatócsoportok határozott érdeklődést mutattak a közép-kelet európai folyamatok és kutatási eredmények iránt. A barcelonai

helyszín kiválasztást továbbá az is indokolta, hogy *Dr. Susana Narotzky* ismerte a kutatási témákat és az addig körvonalazódó eredményeimet, az ő személyes meghívása nagy segítséget jelentett a szakmai céljaim megvalósításához.

A Barcelonai Egyetem Antropológiai Tanszékére tervezett tanulmányi utam célja a doktorikutatásom nemzetközi beágyazottságának és relevanciájának megalapozása volt. Tekintettel a *COVID-19* miatt kialakult járványügyi helyzetre és sajátos szabályozásokra, a rendelkezésemre álló erőforrások és lehetőségek részben korlátozottabbak voltak, részben pedig új célok kialakítását implicáltak. Az ösztöndíjas időszaknak az első részét személyesen töltöttem a fogadóintézményben, a második szakaszában az elkezdett kutatói munkát online mobilitási szerződés keretében folytattam.

Az első időszak célja a könyvtárhasználat volt, így a releváns szakirodalmak feltérképezése, áttekintése és adatbázisba helyezése, valamint a kutatásom eddigi irányvonalainak szakmai találkozók keretében történő átbeszélése. Kiemelt céloknak tekintetem a kutatási eredményeimnek egy nemzetközi közegben történő megismertetését és megvitatását.

A tanulmányi időszak második részének fő céljaként az összeállított szakirodalmi anyagok feldolgozását tűztem ki, így a meghatározott elméleti keret pontosítását és az elemzési szempontok véglegesítését, végül pedig a katalán etnikai piacról összegyűjtött források rendszerbe történő elhelyezését.

## **A mobilitás célitűzései és kiemelt eredményei**

Elsődleges céloim az ottani, helyi kutatások és a tanszéken dolgozók/intézményhez kapcsolódó kutatók megismerése, valamint a saját doktori témám, illetve eddigi eredményeim szakmai körben történő megvitatása volt. A Barcelonai Egyetem Antropológiai Tanszéken mentorom volt az *Universitat de Barcelona Department of Social Anthropology* munkatársa és a *Reciprocity Research Group (GER)* kutatócsoport vezetője, *dr. Susana Narotzky*, aki a gazdasági antropológiában napjaink egyik legjelentősebb tudósa.

Susanának mind az emberi, mind a szakmai támogatása messzemenően nagy segítséget jelentett, mindamellett, hogy az egyetem saját kutatói belépőkártyát biztosított, mely teljes körű könyvtárhasználatot és az adatbázisokhoz való online hozzáférést biztosította.

A tanulmányúttal kapcsolatosan egyrészt a székelyföldi kutatásom miatt, másrészt pedig a szakmai életpályám és célitűzésem miatt kiemelten fontosnak tartottam, hogy a specifikusan magyar - azon belül is a székelységi etnokulturális, illetve nemzeti kisebbségi – kutatást egy nemzetközi szintérbe emeljem. A tanulmányutam időszaka alatt ennek az alábbi fontos lépéseit és eredményeit tartom kiemelten fontosnak:

**A.** A témám szempontjából releváns szakirodalom feltérképezése és az eddigi koncepcióm további árnyalása.

A tanszéken mintegy “alapként” tekintett szakirodalmi források segítettek abban, hogy a doktori kutatásom alapfogalmait pontosítsam. Ehhez hasznos iránytű volt, hogy a helyi kutatók közül ki milyen fogalmakkal operál, illetve milyen szempontrendszer mentén helyezi a kutatásának tárgyát egy-egy jelentéstartalomba.

Kutatásomban ilyenek például a nemzet és a nemzetépítés fogalmai. Eric Hobsbawn értelmezésében a nacionalizmus a francia forradalom óta modellé vált állam politikai programja. Hobsbawn a program alapvető jellemzőjének tartja, hogy a „nemzetként” meghatározott közösség számára egy területileg elkülönült állam létrehozásának jogát és feladatát írja elő.

Ernest Gellner gondolata az, hogy „minden kultúrának megvan a maga védőburka, ez pedig az állam eszményének megteremtése”, ahol a regionális és etnikai különbségek a nemzetállam „politikai ernyője” alá kerülnek. (Geller 2004. 62.) Ez a nemzeti gondolat egy olyan szintér, ahol a jelképes kulturális vagyoni megalkotásának és fenntartásának újabb és újabb reprezentációs küzdelme zajlik.

Ez azért is fontos, mert az antropológiai kutatásom során én ezt a megközelítést használom, mely értelmében sem a nemzeti kisebbséget, sem a nemzetiesítő államot, sem az anyaországot nem tekintem eleve adott entitásnak. Brubaker azt hangsúlyozza, hogy mindhárom egy-egy olyan mező, amelyekben differenciált és versengő pozíciók helyezkednek el. Ezt egy olyan küzdőtérként definiálja, ahol egymással versengő alapállások léteznek.

Szintén az alapfogalmakkal kapcsolatos kutatói szakasz részét képezte az etnikum és az etnikai csoport fogalmainak megvitatása, illetve pontos definiálása. Mind az etnicitás, mind az etnikai identitás és az etnikai csoport fogalmai széles körben elterjedt és különféle értelmezésekben használtak. Meghatározásukban nincsen konszenzus. Az etnicitást magyarázó elméletek közül jómagam a konstruktivista értelmezést veszem alapul, melynek tükrében az etnicitás, az etnikai identitás és az etnikai csoport nem elszigetelt közösségeket jelöl meg, hanem viszonyokat jelent.

**B.** A szakmai beszélgetések sokat segítettek abban, hogy a térben egymástól távol lévő – sajátos történeti, politikai, kulturális, gazdasági és társadalmi keretben zajló folyamatok párhuzamba állításának alap módszertanát megismerjem. Az etnicitás – mint a kulturális gyakorlatok megnyilvánulásának markáns formája – és gazdaság kapcsolatát vizsgáló kutatások alapkérdése az, hogy van-e és milyen kapcsolat van ez etnikai sokszínűség és a gazdasági tevékenységek között.

Ezen beszélgetések és a konkrét példák összehasonlításának az volt számomra a legfontosabb célja, hogy a kutatási témám ne csupán hazai, hanem globális szinten is releváns gondolatokkal, tartalmakkal gazdagodjon. A hasonló témában kutató szakembereknek és a

kutatásaiknak a megismerése lehetővé tette egyrészt a specifikusan magyar, másrészt a sörpiacra vonatkozó sajátosságok kizárását, ezáltal kiemelve a témát az addigi regionális környezetéből.

Mindez abban segített, hogy rálátást kapjak arra, hogy a regionális szintű (székelyföldi) etnikai alapú márkázás és fogyasztás összefüggései milyen aktuális nemzetközi kontextusba helyezendő el.

A nemzetközi kontextualizálás egyik alapkérdése számomra az volt, hogy az általam használt elméletnek milyen fogadtatása, megítélése van a tágabb körben értelmezhető tudományos diskurzusban. A kutatásomnak az alapját a posztmodern szemléletű fogyasztói kultúra interdiszciplináris elmélete (röviden CCT) jelenti, mely a kulturális jelentések, a fogyasztói cselekedet és a piac dinamikus kapcsolatainak vizsgálatára fókuszál. Alapvetően a kultúrakutatás koncepciójára épít és geertz-i értelemben a kultúrát a tapasztalatok, jelentések és gyakorlatok konstruált összességének tekinti.

A barcelonai tanulmányút kiváló lehetőséget adott ezen elméleti koncepció megvitatására. Így például a CCT körül kialakuló társadalomtudományi viták és az elmélet kritikái között az egyik leggyakrabban megjelenő szempont, hogy az elmélet a témáinak sokszínűsége miatt egy széttöredezett területté válik, ahol az interdiszciplináris megközelítésben nincsen egyetlen közös elméleti keret. A nézőpontok ütközése és a konstruktív beszélgetések pontosan azt igazolták vissza, hogy az elméletnek a diszciplináris diverzitás miatt nincsen egy egységes tudás szisztémája, és hosszú távon valóban akár probléma is lehet, hogy különböző tematikus kutatói táborokat hoz létre, vagy ahogyan Eric Craig fogalmaz, végül Bábel-tornnyává alakulhat. Ezek a kritikai szempontok kétségkívül segítettek a kutatás elméleti beágyazottságának megalapozásában.

**C.** Külön emelném ki a katalán etnikai marketing és fogyasztással kapcsolatos kutatásokra való rálátást, melyet a szakmai utam során szereztem. Ezen célkitűzésemet az indokolta, hogy az etnikai identitás a csoporthoz való tartozás érzését hordozva meghatározza az egyén viselkedését, így egy erős etnikai identitás egy etnikai termék előnyben részesítését is jelölheti. A különböző etnikai szubkultúrákban végzett fogyasztói kutatások egybehangzó következtetése, hogy az identitás erőssége meghatározza a fogyasztás mértékét. Gondoljunk például a tradicionális ételek (Laroche 1998, Kim-Arthur 2003), italok (Chung - Fischer 1999), vagy az etnikai szórakozás körébe tartozó - filmek, zenék, kulturális előadások - fogyasztására.

Ahhoz, hogy megértsük a globális folyamatok lokális lecsapódásait, valamint az egyének etnikai identitásának és fogyasztói viselkedésének kapcsolatát, minden esetben meg kell vizsgálni az adott csoporton belül uralkodó normákat, ideológiákat, a közösség történelmét és azokat a főbb elemeket, amelyek a diszpozíciójukat meghatározzák.

A kutatásomnak fontos alaptézise, hogy az etnikai csoport meghatározása minden esetben egy sajátos történeti, gazdasági, kulturális és politikai színtérben jön létre, interakcióhoz

kapcsolható, és „rendkívül szituációfüggő.” Tehát a székelyföldi jelenség esetében is egy társadalmilag és történetileg létrehozott, illetve folyamatában lévő székely etnikai és nemzeti kategóriáról, identifikációról van szó, ahogyan a katalán társadalmi jelenségeket is annak sajátos rendszerében kell értelmezni.

A székelyföldi és a katalán párhuzamok egy érdekessége az identitás kérdése. Például egy 2020. nyarán végzett katalóniai felmérés szerint a régióban élő lakók tartották magukat katalánnak és spanyolnak. Szintén ebből a kutatásból derült ki az, hogy az északi régió lakosságának körülbelül 44 százaléka azonos mértékben azonosította a katalán és a spanyol nyelvet, viszont jelentős volt azoknak az aránya is, akik magukat “katalánabbnak tartották, mintsem spanyolnak”, vagy egyszerűen katalánnak vallták magukat.

Az etnikainak címkézett termékek és a fogyasztói attitűd megismerésének másik alapvető tényezője az egy főre eső jövedelem és a háztartások jövedelmének eloszlása. Ha a katalán helyzetet tekintjük, akkor az látható, hogy a katalán GDP az ország teljes GDP-jének átlagosan körülbelül 20 százaléka. Egy tavalyi felmérés szerint Katalóniában az egy főre jutó átlagos GDP lényegesen magasabb volt Spanyolország többi részénél.

Hasonlóan meghatározó a nyelv- és a szimbólumhasználat kérdése is. A régióban mind a katalán, mind pedig a spanyol nyelv hivatalos és egyenlő státuszt élvez. 2020-ig Katalónia lakosságának körülbelül a fele a spanyolt tartotta anyanyelvének, míg mintegy 38 százaléka szerint katalán anyanyelvű. Az ebben a felmérésben résztvevő válaszadóknak csupán tizenkét százaléka nyilatkozta azt, hogy teljes mértékben kétnyelvű. Az is egy fontos adalék, hogy a legfrissebb tanulmányok szerint a katalán az egyik legtöbbször fordított nyelv ebben az országban.

Az identitás és az etnikai márkázás, illetve fogyasztás témájának székelyföldi vizsgálatában fontos a “székely” termékek és szolgáltatások (védjegyrendszerek, kezdeményezések) megismerése. Ehhez hasonlóan, a barcelonai ösztöndíjas időszak alatt kiemelten foglalkoztam a kifejezetten “katalán” termékekkel. Ennek egyik alapköve a katalán gasztronómia. A helyi termékek számos értékesítő helyen úgy jelennek meg, hogy különlegességek, látványosságok és legfőképp Katalónia minden városában elérhető minőségi termékek. Fontos az például - a székelyföldi etnikai piac párhuzamában kiváltképpen -, hogy a folyamatosan szinten tartott minőségének és egyediségének köszönhetően Katalóniában számos olyan termék található, amely hivatalos oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel (OEM) vagy oltalom alatt álló földrajzi jelzéssel (OFJ), tehát európai szinten is hivatalos címkével rendelkezik. Ezek a védjegyeként is szolgáló címkéket kifejezetten azok a termékek kaphatják meg, amelyek az adott régióból származnak, és a sajátos jelleget, valamint az “utánozhatatlan ízt” produkálják.

A barcelonai terepszemle során több kezdeményezést is volt szerencsém megismerni, így például a “catalunyaexperience” ajánlatait, vagy a “la nostra ciutat, Barcelona” működési alapelveit, vagy az “Artisa Barcelona” rendszerét.

## **Zárszó**

Zárszóként elmondható, hogy a *Magyar Állami Eötvös Ösztöndíj* által támogatott tanulmányutam egyrészt hozzájárult a doktori kutatásom nemzetközi relevanciájának megalapozásához, hiszen lehetőséget adott a kutatási folyamat és az eredmények bemutatására, valamint szakmai közegben zajló megvitatására. Másrészt, az ösztöndíj által megvalósuló külföldi tanulmányút és kutatói munka eredményeként egy olyan interdiszciplináris tanulmányt alapjait készítettem elő, mely ugyan konkrétan nem képezi részét a disszertációnak, esettanulmányyszerű és gyakorlati értékű részekkel gazdagította a kutatási témámat.

Míndezek nemcsak a jelenlegi tudományos tevékenységem erősítik, hanem jelentős építőkövei a jövőbeli szakmai életpályámnak. Továbbá hangsúlyos az is, hogy a három hónapos tanulmányi, illetve kutatói út nemcsak az adott időszakra jelentett együttműködést a kutatócsoporttal, hanem kiindulópontját jelentette egy hosszabbtávú szakmai kooperációnak is.