

Cercetare asupra reflectării tentativelor de obținere a autonomiei Ținutului Secuiesc în presa de limbă maghiară din județul Covasna

1. Definirea temei și a obiectivelor cercetării.

Tema cercetării este reflectarea tentativelor de obținere a autonomiei Ținutului Secuiesc în cotidianul *Háromszék* din județul Covasna.

Tema cercetării aleasă în lucrarea de față este determinată de studiul publicațiilor în limba maghiară din județul Covasna. Publicația care are cea mai importantă pondere în rândul populației maghiare este cotidianul *Háromszék*. Traducerea literară a titlului acestui cotidian este „*Trei Scaune*”, denumire ce a purtat-o în trecut județul Covasna. Aceasta este denumirea secuiescă a județului Covasna.

Problema care stă la baza acestei cercetări sociale este determinată de divergențele care există și sunt aduse în atenția publicului român și maghiar din Județul Covasna cu privire la obținerea autonomiei.

Caracteristicile pe care Horton și Leslie le atribuie conceptului de problemă socială sunt:

a) stare ce afectează un număr mare de persoane.

b) afectarea este nedorită.

Afectarea este relativ nedorită pentru că este potențial cauzatoare de conflicte.

- comunitatea maghiară ar putea să nu înțeleagă care sunt efectele perverse pe care le poate genera o formă sau alta de autonomie: unul dintre cele mai grave este chiar acela în care comunitate la nivel de individ sau de familie să nu își dorească acest lucru. Un semnal deosebit de important a fost dat de consultarea publică care a fost realizată de către Uniunea Civică Maghiară cu privire la intențiile comunităților maghiare de a cere această autonomie. Chiar dacă la sate au fost obținute procente „*superbe*” de 90% de pro în cadrul unui anumit procent care reprezenta comunitatea maghiară raportată la nivelul total al populației, la orașe nu s-a manifestat aceeași dorință de obținere a autonomiei.

- inexistența unei definiții la nivel comun și de accesibilitate a ceea ce presupune obținerea acestei autonomii și care sunt consecințele pentru populația de etnie română.

c) Se simte nevoia să se întreprindă ceva.

Această acțiune, exceptând realizarea unor dezbateri publice serioase cu reprezentanți ai comunităților locale și a factorilor de decizie locali, trebuie să presupună implicare și a altor structuri și persoane ca:

- reprezentanți ai instituțiilor administrației publice locale (primării, consilii locale și județene, direcții ai instituțiilor centrale, Poliția, Armată etc.)

- reprezentanți ai societății civile (asociații, fundații, organizații non-guvernamentale, organizații profit care sunt principalii activatori ai forței de muncă, resurselor umane, precum și reprezentanți ai investitorilor)

- reprezentanți ai partidelor politice (atât la nivel local și la nivel central)

- reprezentați ai comunității etc.

- cercetători din domeniul științelor sociale, științelor politice, științelor educației.

d) Se reclamă o acțiune socială colectivă.

Această acțiune socială colectivă trebuie să fie determinată de două deziderate administrative: dezideratul local și dezideratul central. Așa cum a fost amintit pe parcursul acestei lucrări, interferența local-central este dată de specificul comunității maghiare și comunității române. Populația de etnie maghiară este minoritară la nivel național dar majoritară la nivel local, ceea ce face ca populația de etnie română la nivelul acestor locații să fie minoritară.

Cercetarea se va axa în principal pe analiza de conținut a articolele apărute în presa de limbă maghiară la nivelul județului Covasna. există și un anumit număr de articole traduse și aflate în arhivele Centrului de Documentare Eclesastic din Sfântu Gheorghe. Prin amabilitatea dl. Ioan Lăcătușu, au fost puse la dispoziție colecții de asemenea articole din mai mulți ani cu concentrare deosebită pe perioadele în care numărul acestora a crescut în mod semnificativ.

Obiectivele cercetării.

- Identificarea opiniilor vehiculate în presa de limbă maghiară cu privire la autonomie.

- Definirea conceptului de autonomie pe

baza opiniilor vehiculate.

- Descrierea principalelor elemente de discurs utilizate în tema autonomiei.

Ipotezele cercetării

- Există o modificare de discurs asupra procesului de obținere a autonomiei odată cu trecerea anilor cu referire la perioada 1997-2005

- Există un dublu discurs asupra procesul de obținere a autonomiei: unul care are în vedere autonomia în raport cu elementul local (*Pământul Secuiesc*) și altul în raport cu elementul național (*Regiune de Dezvoltare, asociații intercomunitare*).

Pentru a putea pătrunde mai bine dezideratul acestei cercetări trebuie să aducem în atenție și definițiile mass-mediei ca și „mediu de explorare”.

Conform *Dicționarului de Sociologie* (idem.), termenul „mass-media” este un termen consacrat mai întâi în limba engleză referitori la mijloacele de comunicare în masă. Termenul este definit ca seturi de tehnici și metode de transmitere de către furnizori centralizați, a unor mesaje unei audiințe largi eterogene și dispersate geografic. Într-o perspectivă instituțională, mass-media sunt considerate instituții sociale, atât culturale cât și economice.

Sociologia mass-media este domeniul de cercetare în sociologie care urmărește să analizeze modul în care mass-media funcționează în societate, precum și efectele sociale ale comunicării prin intermediul acestor mijloace.

Există mai multe tipuri de comunicare:

- comunicare intrapersonală (internă sau de nivel individual)

- comunicare interpersonală (între indivizi)

- comunicare de masă (de nivel social)

Comunicarea de masă se referă la comunicarea realizată prin intermediul unor mijloace, adresându-se unei audiințe largi și de regulă eterogene. Comunicarea de masă presupune comunicatori profesioniști, specializați în transmiterea mesajelor prin intermediul diferitelor medii de comunicare ca și un sistem de control al comunicării dat fiindcă aceasta se realizează prin intermediul unor instituții care funcționează în baza unor norme.

Un capitol distinct al cercetărilor din sociologia mass-media se referă la modul în care cultura este difuzată și/sau generată prin mass-media, la influențele funcționării mass-

media asupra diferitelor componente ale culturii la rolul lor în raport cu cultura populară, cu cea de masă sau de consum sau cu cea savantă.

Funcțiile mass-media

În *Dicționarul de Sociologie* coordonat Gilles Ferreol (Polirom, 1998), funcția este definită ca fiind o relație între două sau mai multe elemente, caracterizată prin rol sau finalitate. Rolul activ și comportamentul selectiv al publicului față de mass-media au fost sesizate încă din anii '40, datorită studiilor cercetătorului american Paul Lazarsfeld care s-a preocupat de impactul radioului și al presei scrise asupra comportamentului electoral și al celui de cumpărare a unor produse.

„Funcțiile reprezintă dimensiuni cu valoare analitică în studierea consecințelor mesajelor difuzate prin sistemul comunicării de masă (...). Informațiile difuzate au global o funcție socială de avertizare și prin aceasta de facilitare a integrării sociale. Mass-media tind să joace mai curând un rol funcțional; prin mesajele receptate oamenii sunt într-un fel pregătiți să răspundă la cerințele cotidiene ale funcționării societății”. (I. DRĂGAN, *Paradigme ale comunicării de masă*, București, Ed. Șansa, 1996, p. 166).

• Funcția de informare

Cele mai multe dintre mesajele pe care le primim zilnic, în cadrul interacțiunii continue pe care am „contractat-o” cu mass-media, sunt informații cu caracter neutru, informații generale care se adresează mai puțin sensibilității noastre (informații de avertisment sau de prevenire) ori nevoilor noastre curente (informații utilitare).

Informațiile asupra evenimentelor care se produc în mediu nu au toate aceeași valoare de întrebunțare pentru consumatorul mass-media.

• Funcția de corelare

Are drept caracteristică interpretarea și judecarea de valoare prin filtrele cărora trec faptele și întâmplările din realitatea pluriformă. Granița dintre informație și opinie a fost întotdeauna greu de stabilit.

Expresiile funcției de interpretare (corelare) sunt :

- cronica
- pamfletul
- analiza
- documentarele radio
- documentarele de televiziune
- editorialul

- rubricile destinate opiniei cititorilor în ziare, la radio sau televiziune

● **Funcția de comunicare**

Această funcție mai este numită și funcție de integrare socială, deoarece se crede că a comunica înseamnă, implicit, a integra. Conceptul de integrare socială îl include pe acela de socializare și este un concept ce ocupă un loc ambiguu în sociologie, central pentru unii secundar pentru alții.

Socializarea este în același timp învățare culturală, condiționare, și inculcare dar și adaptare culturală, interiorizare și încorporare.

● **Funcția educativ culturală**

Funcția educativ culturală este aceea care dă măsura capacității mass-media de a socializa explicit indivizii, prin emisiuni, articole, campanii creat în acest scop și, implicit, prin obținere pe diverse teme a solidarității sau a consensului.

Educația și informarea (transmiterea moștenirii sociale și culturale) sunt distincte dar între ele există un grad de coerență și unul de complementaritate, astfel încât datele furnizate de informare și curiozitatea stărnită de problemele conștientizate în acest mod, ca și înțelegerea și soluționarea lor sunt favorizate de educație.

● **Funcția de divertisment**

Funcția de divertisment a fost denumită și recreativă, problema esențială nu este aceea că televiziunea ne oferă divertisment, ci că ea tratează toate subiectele în forma divertismentului ceea ce înseamnă că divertismentul devine supra-ideologia oricărui discurs al televiziunii.

Presa tipărită conține jocuri, caricaturi, desene, rubrici specializate de divertisment, fotografii, diverse concursuri.

● **Funcția publicitară**

Funcția publicitară nu este semnalizată de sine stătător ci doar cel mult amintită în spațiul dedicat funcției de informare. Publicitatea își dezvoltă un limbaj propriu, delimitându-și domeniul de cercetare și având metode și tehnici proprii ca și dorința de a fi independentă în demersuri.

Cine este publicul?

Un anumit mediu se interesează de numărul de cititori/ ascultători/ telespectatori/ abonați, pentru a ști prețul pe care să îl ceară pentru spațiul de reclamă oferit. Aceasta ar fi utilizarea publicului ca materie primă din care se câștigă banii.

Dar cât de corecte sunt știrile pe care le primește acest public? Cât de bine selectate

sunt informațiile prezentate astfel încât imaginea pe care publicul și-o formează despre mediul înconjurător să fie cât mai puțin distorsionată.

Publicul nu prezintă importanță decât ca tărâm ce trebuie cucerit, el trebuie sedus pentru a consuma mesajele. Totuși este de subliniat faptul că o presă de calitate trebuie să dea publicului dreptul de a ști adevărul. Mesajele presei pot fi considerate bunuri de larg consum și tocmai de aceea a conduce o instituție mass-media implică un efort managerial specific deosebit.

2. Delimitarea universului cercetării și a metodologiei de cercetare.

Universul cercetării, în cazul de față, este reprezentat de articolele apărute în cotidianul *Háromszék*, cotidian ce apare pe raza județului Covasna. Acest cotidian este singurul care apare în limba maghiară și el a început să existe pe piața mass-mediei după 1989. Au fost studiate acele articole care au fost traduse în limba română în cadrul Centrului Eclesiastic de Documentare din Sfântu Gherghe, județul Covasna. Aceste traduceri au fost puse la dispoziție în varianta text. Din punct de vedere al conținutului au existat articole care au avut subiectele din cele mai diverse:

- subiecte economice legate de evenimentele petrecute cu întreprinderile de stat din oraș precum IMASA (Întreprinderea de Mașini și Agregate Subansamble Auto) precum și IAME (Întreprinderea de Aparataj și Motoare Electrice) precum și alte obiective precum minele de exploatare a cărbunelui din județ.

- subiecte legate de viața politică locală și de analiză politică.

- subiecte legate de aspecte din viața instituțiilor autorităților publice locale.

- relatări despre diverse evenimente culturale a etniilor locale.

- relatări de tip fapt divers.

- relatări legate de deciziile și de acțiunile care se realizează pentru viața celor care sunt de etnie maghiară.

Dintre toate aceste articole am selectat doar articolele care se referă la subiectul acestei cercetări.

Alte subiecte vizează câteva aspecte care au fost larg discutate de către mass-media acelei vremi:

- adoptarea Legii Învățământului prin care sunt asigurate accesul la cursuri la toate

nivelurile de învățământ în limba maternă. Deși această lege pare foarte atrăgătoare, se pare că minoritatea cea mai insistentă în adoptarea acesteia a fost minoritatea maghiară. Dovadă sau efect al acestor acțiuni a fost apariția, de exemplu la nivel preșcolar, a programei instructiv educative în grădinița de copii în limba maghiară. Foarte de curând (acum aproximativ trei ani au apărut timide încercări de a realiza și pentru minoritatea romă ceva asemănător). Alături de această lege s-a vehiculat și subiectul Universității „Babeș-Bolyai” din Cluj, universitatea ce se dorea a fi despărțită pe criteriu lingvistic.

- Un alt subiect a fost apariția raportului SRI conform căruia populația română este supusă unui proces continuu și puternic de „enclavizare” și „maghiarizare”. Mai mult decât atât populației române i-ar fi fost îngădite accesul la diverse servicii publice precum și accesul la informații publice. Sunt faimoase acele celebre mituri urbane în care diverse persoane sunt gata să declare că „*au cerut o pâine în limba română și nu au primit-o la magazin pentru că nu cunoșteau limba maghiară*”. Sunt deosebit de periculoase aceste mituri deoarece ele sunt motoare în formarea stereotipurilor și prejudecăților legate de populația de etnie maghiară.

- Obținerea cetățeniei maghiare referitoare la cetățenia pe teritoriul Ungariei a populație de etnie maghiară a fost unul dintre subiectele care au ocupat numeroase articole. Mai mult decât atât, cotidianul *Háromszék* a vehiculat ideea conform căreia populația de etnie maghiară trebuie să beneficieze pe teritoriul țării vecine și de transport gratuit precum și altele.

- În anii 2004 și 2005 deja sunt abandonate aceste subiecte și apar cele legate de înființarea unor noi structuri politice care sunt gata să reprezinte populația de etnie maghiară (Uniunea Civică a Maghiarilor precum și Consiliul Național Secuiesc). Mai mult decât atât, se vorbește din ce în ce mai des despre populația de etnie maghiară și populația de etnie secuiască. Din punct de vedere legal (actele normative care au fost aprobate cu ocazia recensământului din 2002), au recunoscut ca fiind valabile și legale denumirile ambelor minorități maghiară și secuiască.

Multitudinea de subiecte abordate a făcut dificilă identificarea acelor articole care să trateze subiectul autonomiei. Din aceste motive, au fost alese foarte strict doar acele

articole care conțineau în titlu cuvântul „*autonomie*” sau articolele în cuprinsul cărora era specificat foarte clar cuvântul autonomie sau alți itemi din familia de cuvinte a conceptului central dar care să fie însoțite și de alte elemente (propoziții, fraze, paragrafe) din care să reiasă foarte clar o relație de tip: autonomie - atribut, autonomie-predicat, autonomie - subiect.

Acest demers a făcut ca în final să fie filtrate numai acele articole conforme cu obiectivul cercetării și a schemei de categorii.

„*Tipul de cercetare răspunde specificului temei și obiectivelor, dar se constituie și ca o preferință a realizatorului*” (Agabrian, 2006).

În cadrul acestei cercetări se va aborda o cercetare de tip cantitativ-calitativ în care metoda de cercetare este analiza de conținut.

Analiza de conținut este revelatoare din multe puncte de vedere. Prin intermediul acestei tehnici se pot polariza și concentra o serie de opinii, atitudini, prejudecăți etc. care la o simplă parcurgere a materialului de studiat nu este posibil.

Există o serie de teme potrivite pentru această tehnică menționate de Mircea Agabrian (2006, p. 16) dintre care cele mai relevante pentru cercetarea de față sunt:

- tendințele în subiectele abordate de ziarele de știri

- tonul ideologic al editorialiștilor („*O ideologie este un tip de teorie sau explicație a evenimentelor din lumea socială, este o cvasi-teorie căreia îi lipsește evaluarea critică cerută teoriei științifice. O trăsătură definitorie a ideologiilor este că au fixate premise puternice, indubitabile (adevăruri de la sine înțelese)*”, idem.)

- temele ideologice în cuvântările liderilor politici

Principalele argumente pentru care analiza de conținut este un tehnică de cercetare cu mare valoare epistemologică în științele sociale este dată de următoarele caracteristici: oferă posibilitatea managementului unui volum foarte mare de text care poate fi supus analizei, nu este direct legată de coordonatele de timp (aici și acum) ceea ce este avantajos pentru studiul documentele care nu mai „*sunt contemporane*” cercetătorului. Cel de-al treilea argument este că poate cel mai puternic, este dat de faptul că aduce în prim plan mesaje dificil de remarcă în mod obișnuit.

Avantajul primordial al acestei tehnici este legat de faptul că este o procedură extrem de

flexibilă. Poate fi utilizată la începutul cercetării ca modalitate de a evidenția liniile directoare ale unei cercetări mai complexe, în cazul analizei ulterioare a răspunsurilor deschise din diverse întrebări ale interviurilor sau chestionarelor aplicate, focus grupuri. De asemenea ea poate fi utilizată și la finalul cercetării ca o modalitate de „metaanaliză” comparativă cu rezultatele obținute în cercetări ulterioare.

2.1. „Câmpul social” și reprezentările sociale.

„O adunare, un articol de ziar, o atitudine publică trezesc ecouri diferite. De la adeziune la respingere, trecând prin diferite nuanțe intermediare, gestul public pune în funcțiune diferite mecanisme valorizatoare, suscită opinii și atitudini, stimulează nevoia de acțiune, solicită actualizarea sau inventarea unor modele de evaluare. Aceste atitudini polarizează adesea, grupează publicul în tabere, trezesc pasiuni” (NECULAU, A., *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*, 1997).

Pilonii paradigmatici care sunt la baza acestei cercetări sunt reprezentații de următoarele aspecte:

- elemente de sociologia mass-mediei în special cu referire la funcțiile mass-mediei și caracteristici generale ale publicului. Acestea au fost prezentate în paragrafele de mai sus și pot reprezenta un cadru general de conex al temei de cercetare.

- câmpul social și reprezentări sociale. Perceperea reprezentărilor este la fel de importantă ca perceperea obiectelor reale. Reprezentările sociale sunt amprentele psihologice ale socialului în care trăim.

Mass-media este un factor foarte important în ceea ce privește procesul de formare a reprezentărilor sociale.

Adrian Neculau a precizat unele dintre cele mai importante caracteristici ale reprezentărilor sociale.

„Acționăm nu în funcție de stimulii ce vin din mediul social, nu în raport cu informația obiectivă, ci în funcție de imaginea noastră despre realitate. Descifrăm contextul cu ajutorul unui „aparat” valorizator pe care îl perfecționăm cu fiecare experiență socială. Posedăm fiecare o grilă de lectură cu autorul căreia „citim” oamenii, evenimentele, lumea ce ne înconjoară”. (idem, 1997).

Moscovici definește reprezentările sociale ca o formă de organizare psihologică și o formă de conștiință particulară a societății

contemporane. Reprezentările sociale sunt proprii unei anumite societăți, unei anumite culturi. Ele sunt sociale prin faptul că suscită o „priză de poziție”, o atitudine determinată, o situație în raport cu o realitate, un proces de producție, de formare a conduitelor și de orientare a comunicațiilor sociale.

Reprezentarea se înfățișează ca o construcție și are caracteristici de autonomie și de creație individuală sau colectivă. Ea înseamnă o idee (concepție, schemă mentală, model de abordare) și o acțiune (stil de conduită, model acțional, comportament cooperativ sau competitiv), reunite într-un întreg.

Acestui subiect al cercetării îi sunt dedicate numeroase articole care privesc atât direct subiectul autonomiei dar și subiecte indirecte precum dreptul minorităților, drepturi lingvistice. În urma parcurgerii articolelor de către cititorii acestui cotidian (în condițiile în care este singurul) se formează o anumită opinie, schemă cognitivă, idee legată de ceea ce ar putea fi autonomia. Ulterior s-a organizat consultarea publică, care a fost numită referendum. Populația de etnie maghiară s-a prezentat la vot și și-a exprimat opțiunea, ceea ce presupune acțiune.

Mass-media este un vehicol deosebit de important în conturarea opiniilor publice. Opinia publică este de foarte multe ori un motor social care poate fi folosit în numeroase cazuri de destabilizare socială. Trăim într-o adevărată epocă a informării dar și a dezinformării.

Circuitul comunicării ca și paradigmă socială este unul dintre cele mai oportune în exprimarea coerentă a formării opiniei publice.

Dicționarul de Sociologie (ZAMFIR, CĂTĂLIN; VLĂSCEANU L., *Dicționar de Sociologie*, Ed. Babel, București, p. 234) definește comunicarea „proces de emiterie a unui mesaj și transmitere a acestuia într-o manieră codificată cu ajutorul unui canal către un destinatar în vederea receptării”.

În comunicarea unilaterală numai emițătorul organizează și transmite informații în vederea receptării. În comunicarea reciprocă receptorul construiește o nouă secvență de comunicare devenind și el emițător și celălalt receptor”.

J.J Van Cuilenburg (*Știința comunicării*, Ed. Humanitas, București, 1998, p. 24) definește comunicarea drept un proces prin care un emițător transmite informațiile receptorului prin intermediul unui canal cu scopul de a produce receptorului anumite efecte. Ceea ce

este în comun cu definiția dicționarului sunt:

- emițător
- receptor
- mesaj
- transmitere

Aceste concepte sunt regăsite și în schema clasică a comunicării. Ceea ce apare în plus sunt acele „efecte” pe care emițătorul dorește să le producă. Faptul că efectele sunt vizate și se produc determină, sau este un indicator că mesajul a fost transmis, a fost recepționat în forma originală.

Shanon identifică trei dificultăți pe care studiul comunicării trebuie să le ia în considerare:

a) exactitatea transmiterii mesajelor, izomorfismul dintre intenția de comunicare și rezultatul acesteia - problema semantică. În această direcție orice proces de comunicare este condiționat de factori sociali, culturali, economici, politici, de codurile instituționalizate prin limbă și limbaj

b) caracteristicile tehnice ale canalelor de transmitere a mesajelor

c) efectul produs de mesaj asupra receptorului, eficiența comunicării.

În descrierea elementelor determinante ale comunicării s-au conceput diferite modele ale comunicării. Unul dintre acestea este modelul lui Jacobson – model liniar. Acest model stipulează existența a șase factori care intervin în comunicare, mai precis în formularea unui enunț:

- Emițătorul - cel care transmite mesajul: una sau mai multe persoane.

- Receptorul - cel care primește mesajul: unul sau mai mulți receptori.

- Mesajul – combinație de semne lingvistice sau de realități perceptibile preexistente.

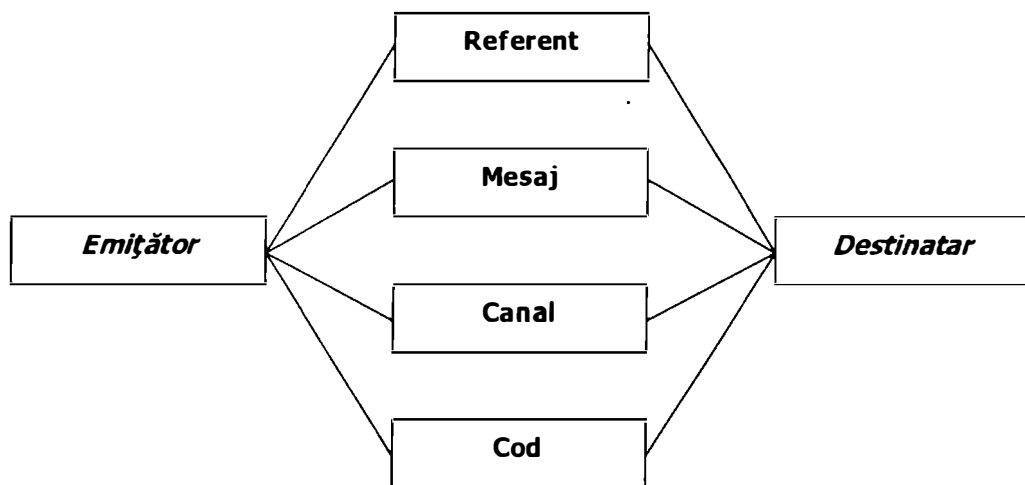
- Referentul - contextul

- Codul- ansamblu de semne și combinațiile lor, comune celor doi comunicatori și are valoare convențională.

- Canalul - mijloacele contactului dintre cei doi.

Figura 1

Schema comunicării a lui Jacobson



Jacobson corelează fiecărei dintre aceste componente câte o funcție proprie (Figura 2):

- Funcția expresivă: stratul pur emotiv al enunțului

- Funcția referențială: sensul mesajului

- Funcția conativă: forme de imperativ și vocativ

- Funcția fatică: verificarea funcționarea canalului

- Funcția metacognitivă: informații despre codul utilizat

- Funcția poetică. Limbajul figurat

Nu trebuie neglijată și diferența potențial semnificativă între imaginile, atitudinile, opiniile, prejudecățile și stereotipurile care

sunt vehiculate prin toate mijloacele mass-media cu referire la relațiile între cele două grupuri sociale ale cărora principalele mijloace de diferențiere sunt legate de componenta etnică (români și maghiari).

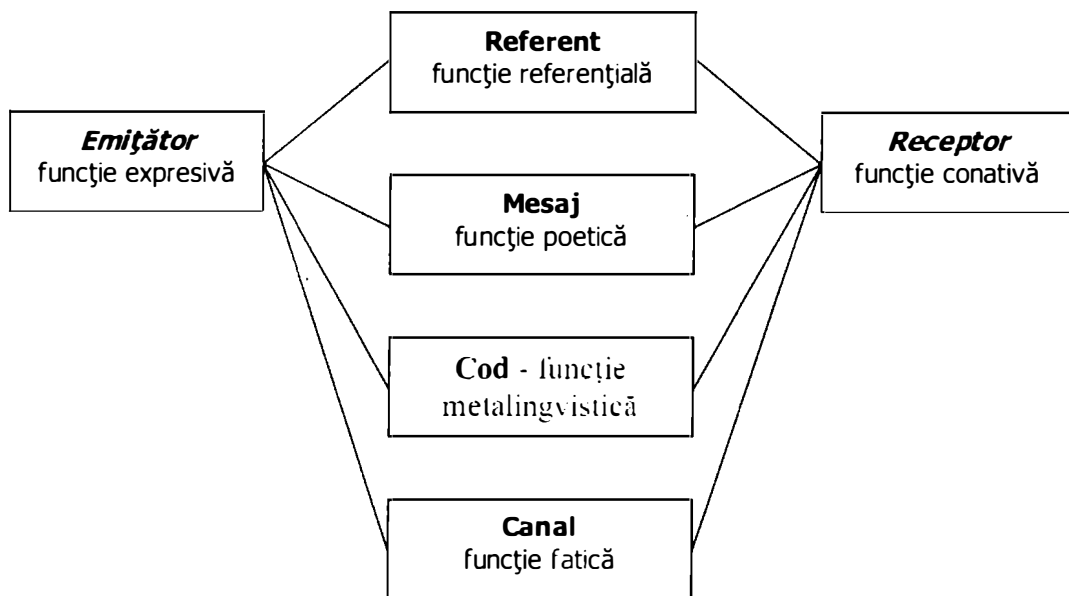
Mass-media este un spațiu care are semnificații și efecte reale asupra vieții noastre cotidiene. Ziarele și televiziunea reprezintă pentru mulți dintre indivizi singura sursă de informare și de conectare la evenimentele produse în lumea largă. Televiziunea, ține locul ziarului/cotidianului prin rubricile /emisiunile de prezentarea știrilor, ține locul bibliotecilor prin introducerea în grila de programe a emisiunilor cu caracter cultural și mai

ales științific. De asemenea o mare parte a grilelor de programe sunt axate pe funcția de divertisment cu emisiuni specifice.

Cât de mult suntem influențați de mass-media și mai ales de ziarle citite?

Mass-media și mai ales noile medii înseamnă comunicare, informare, destindere, relaționare. Receptorul se află în aparenta poziție de a alege și de a fi în permanență în controlul celor văzute.

Figura 2
Schema comunicării și funcțiile fiecărei componente



2. 2. Definirea unităților de analiză și înregistrare

În cazul analizei de conținut, Septimiu Checea (*Metodologia de cercetare sociologică*, 2000) definește foarte clar demersul investigativ ce trebuie să însoțească acest tip de cercetare și anume definirea unității de analiză și definirea unității de înregistrare.

Unitatea de analiză a fost reprezentată de articolul publicat de către diverși editori sau publiciști ai cotidianului *Háromszék*.

Unitatea de înregistrare este *tema*. După T. Rotariu (*Metode și tehnici de cercetare sociologică - curs*, Universitatea „Babeș-Bolyai”, Cluj-Napoca). Conform autorului tema este unitatea de înregistrare cel mai des folosită fiind vorba de „*acel fragment de text care, prin ideile conținute, corespunde semnificației uneia sau alteia dintre categoriile stabilite*”. O temă poate include câteva propoziții sau fraze. Depistarea ideilor, ca unități de înregistrare, nu este un lucru chiar atât de simplu, ba uneori se dovedește mai dificilă decât în cazul cuvintelor sau noțiunilor.

Așa cum remarcă Mircea Agabrian (2006), analiza de conținut este o tehnică de colectare și analiză a conținutului textului. Conținutul se referă la cuvinte, înțelesuri,

imagini, simboluri, teme sau orice mesaj care poate fi comunicat. Textul reprezintă orice este scris, vizualizat sau vorbit și servește ca mediu de comunicare. El include cărți, articole de ziare sau reviste, reclame, cuvântările, documente oficiale, filme sau înregistrări video, etc.

Un alt element care trebuie luat în discuție este legat de faptul că analiza de conținut comportă atât elemente cantitative cât și elemente calitative.

- aspectul cantitativ este eminent legat de aspectul statistic al analizei datelor care comportă studiul frecvențelor, procentelor, precum și analiza corelațională

- aspectul calitativ, cel mai important, este legat de decodarea și înțelegerea semnificațiilor care fac referire la aspectul verbal, aspectul comportamental, aspectul atitudinal etc.

De asemenea alte elemente care trebuie cunoscute în inițierea demersului unei investigații sociologice bazate pe analiza de conținut sunt legate de avantajele și dezavantajele acestei tehnici.

Astfel, avantajele analizei de conținut sunt:

- Urmărește direct comunicarea prin texte sau transcrieri și evidențiază lărsătura centrală a interacțiunii sociale

- Permite atât operațiuni cantitative cât și calitative

- Prin analiza textelor, oferă o cunoaștere de profunzime din punct de vedere cultural

- Permite apropierea de text (categoriile specifice și relații, analiza statistică a formei codate a textului)

- Reprezintă un mijloc nonobstructiv de analiză a interacțiunilor

- Oferă o cunoaștere profundă a modelelor complexe ale gândirii umane și ale utilizării limbajului.

2. 3. Analiza de conținut - Construcția variabilelor și elaborarea schemei descriptive de cercetare

Înainte de a discuta construcția variabilelor și elaborarea schemei descriptive de cercetare, operaționalizarea conceptelor trebuie să avem în vedere dimensiunea eșantionului care stă la baza ulterioară a inventarierii pe categorii.

Așa cum este recomandat în literatura de specialitate, eșantionarea este necesară atunci când populația de documente este prea mare. Sunt recomandate două tipuri de eșantionări în cazul analizei de conținut: eșantionarea probabilistă și eșantionarea neprobabilistă. În ceea ce privește cercetarea de față s-au avut în vedere totalitatea documentelor care au fost puse la dispoziție de către furnizorul de articole.

Alegerea documentelor ce au fost studiate a fost determinată de numărul de articole care au fost traduse pe ani. Au fost luați în considerare anii cu cel mai mare număr de apariții. Astfel se înregistrează următoarele cifre ale eșantionului:

Anul 1997: 674 articole (au fost traduse aproximativ toate articolele apărute fără a fi folosit nici un criteriu de selecție a tematicii. Mai mult decât atât, s-au înregistrat cazuri în care mai multe articole au fost traduse pe zi de apariție, ceea ce presupune o traducere integrală a ziarului de limba maghiară).

Anul 2001: 121 de articole.

Anul 2005: 155 de articole.

Totalitatea articolelor care au fost selectate pentru cercetare și care au avut criteriu de filtrare apariția în titlu a cuvântului „*autonomie*” sau apariția în cadrul articolului a cuvântului sau familiei de cuvinte precum și relație de tipul concept - predicat, atribut, subiect este în număr de: 44 de articole.

De aceea discrepanța între numărul total de articole, 985, și numărul de articole rele-

vant pentru cercetare 44.

După ce au fost luate în considerare toate aceste elemente pasul următor este reprezentat de categoriile variabilei. În construcția acestor categorii s-au avut în vedere următoarele principii:

- Să fie mutual exclusive: nici un item nu corespunde decât unei singure categorii.

- Să fie mutual exhaustive: „*în limbajul datelor sunt reprezentate, fără excepție toate unitățile de înregistrare*”.

- Să fie independente: atribuirea categoriei unei unități de înregistrare nu este afectată de atribuirea aceleiași categorii altei unități de acest fel.

În urma acestor elemente a rezultat următoarea operaționalizare a conceptelor (vezi în Tabelul 1).

3. Analiza și interpretarea datelor

Aspecte descriptive / cantitative

Analiza de conținut este o metodă de cercetare prin definiție calitativă. Dar „*esența analizei de conținut este codarea ce construiește un pod de la cuvinte la numere*” (Agabrian, 2006, p. 90).

Pașii care au fost urmați în identificarea numerelor a reprezentat „*chestionarea*” fiecărui articol care a rezultat în urma selecției preliminare. Așa cum s-a specificat anterior, au rezultat 44 de articole cu următoarea distribuție.

Anul în care s-au furnizat cel mai mare număr de articole a fost anul 1997, cu un număr de 674 de articole. În urma parcurgerii tuturor articolelor, s-au observat traduceri integrale a edițiilor cotidianului *Háromszék*, ceea ce a făcut mai dificilă identificarea articolelor legate de subiectul în cauză. În anul 2005 s-au furnizat 155 de articole, ceea ce este explicabil prin prefacerile politicii și a alegerilor politice (parlamentare și prezidențiale din 2004). Se poate observa că după fiecare an de alegeri (1996, 2000 și 2004) se înregistrează (în anii în care au fost furnizate articolele 1997, 2001 și 2005) o adevărată explozie de articole.

Anul 2001 este reprezentat de un număr de 121 de articole.

Următorul pas a fost identificarea frecvențelor în funcție de temele și subtemele propuse pentru analiza de conținut. Alături de aceste cifre au fost realizate și grafice pentru fiecare dintre temele majore.

Tabelul 1
Identificarea schemei conceptuale „autonomie”

Dimensiuni/ Teme	Indicatori/ Subteme	
1. Tendințe în subiectele abordate în cotidian.	Direcția	Pro
		Neutru
	Tăria	Contra
		Puternice
	Moderate	
	Slabe	
2. Tonul ideologic al editorialiștilor.	Modele teoretice	
	Relația cu statul mamă Ungaria	
	Relația cu trecutul istoric al Transilvaniei	
3. Tonul ideologic în cuvântările oamenilor politici.	Relația cu viitorul european	
	Relația cu statul mamă Ungaria	
	Relația cu statul națiune România	
	Relația cu UE	
4. Definiții ale autonomiei	Transilvania autonomă și independentă	
	Definiții date de dicționarele de specialitate	
	Definiție etimologică	
	Definiție comprehensivă	
	Definiție prin negare	
5. Caracteristici ale autonomiei.	Definiție clasă-gen	
	A. teritorială	
	A. culturală	
	A economică	
	A sub aspect administrativ (asociații de tip intercominutar)	
	A locală	
	Descentralizare	
6. Exemple utilizate.	Regionalizare	
	Ex din istoria românilor	
	Ex europene	
7. Tip de argumentare a discursului.	Ex construite	
	Argumente de tip social, cultural	
	Argumente istorice	
	Argumente politice	
	Argumente economice	
8. Relația cu statul român.	Argumente personale	
	Separare	
	Dependentă	
	Interdependentă	
	Coexistentă	
	Nici o relație	

Totalul pe subteme se păstrează la cifra totală de 44 doar în cazul temei „Tendințe în subiectele abordate în cotidian” deoarece aceste tendințe s-au înregistrat la toate articolele. Această temă este ca o generalizare sau mai exact ca un cadru general contextual al fiecărui articol în parte. În ceea ce privește rezultatele obținute în cazul celorlalte sub-

teme nu se mai păstrează totalul de 44 deoarece unul și același articol nu a găzduit toate aceste subteme.

Pentru o citire mai coerentă a frecvențelor obținute prima dată este prezentat rezultatul cu totalitatea frecvențelor pe toate temele așa cum au fost ele identificate (vezi Tabelul nr. 2).

Tabelul 2
Înregistrarea frecvențelor în funcție de teme.

Dimensiuni	Indicatori	Frecvențe	
1. Tendințe în subiectele abordate în cotidian. 44	Direcția 44	Pro	44
		Nețru	0
		Contra	0
	Tăria 44	Puternice	7
		Moderate	37
		Slabe	0
	Modele teoretice	6	
2. Tonul ideologic al editorialiștilor. 11	Relația cu statul mamă Ungaria		2
	Relația cu trecutul istoric al Transilvaniei		4
	Relația cu viitorul european		5
3. Definiții ale autonomiei. 8	Modele proprii		6
	Definiție etimologică, lingvistică		2
4. Caracteristici ale autonomiei. 33	A. teritorială		13
	A. culturală		8
	A economică		0
	A sub aspect administrativ (asociații de tip intercominutar)		8
	A locală		1
	Autonomie personala		3
5. Exemple utilizate. 5	Ex din istoria românilor		4
	Ex europene		1
	Ex construite		0
6. Tip de argumentare a discursului. 11	Argumente de tip social, cultural		2
	Argumente istorice		3
	Argumente politice		2
	Argumente economice		2
	Argumente personale		2
7. Relația cu statul român. 37	Separare		16
	Dependență		4
	Interdependență		18
	Coexistență		1

Pentru ca aceste frecvențe să poată să fie vizualizate mai bine aceste au fost introduse în graficul de mai jos. Pentru ca numărul acestor frecvențe să fie mai vizibile denumirile temelor a fost sintetizată (vezi Grafic 1).

După cum a fost explicat anterior tema cu cel mai mare număr de frecvențe este „tendințe în subiectele abordate” în articolele identificate. În toate articolele s-au înregistrat atât direcția editorialiștilor care a fost pro autonomie și lăria tonului utilizat care a fost de factură puternică și moderată. Aceste elemente legate de subteme pot fi identificate în graficele următoare.

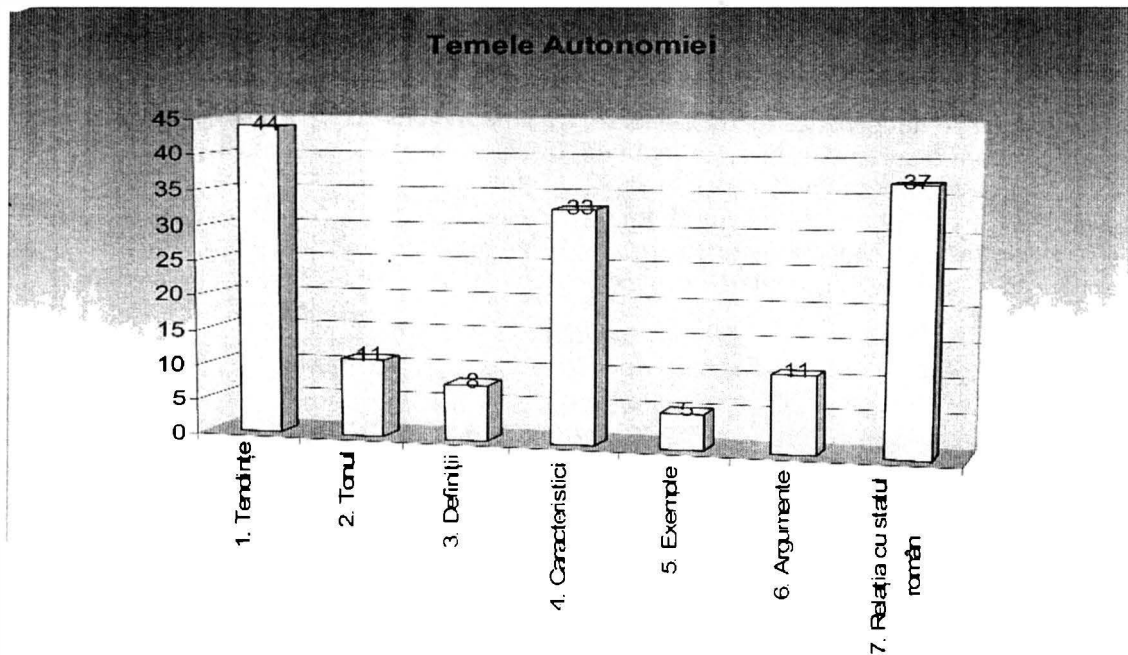
Următoarea temă care a înregistrat valori mari este „relația cu statul român” cu o va-

loare de 37 de frecvențe. În aceste articole se amintește de relația cu statul român care determină o serie de dezavantaje pentru populația de etnie maghiară. Autonomia ea este raportată în permanență ca distanțare, separare, rupere de România.

Un alt element semnificativ este reprezentat de tema prin care se încearcă identificarea tipurilor de autonomie dorită, a caracteristicilor dezirabile ale acesteia. Frecvența înregistrată în acest caz este de 33. Numărul mare este explicat de faptul că în articolele identificate se menționează caracteristicile fie ale unui singur tip de autonomie fie a unei autonomii cu mai multe dimensiuni.

Grafic nr.1

Distribuția temelor identificate pentru conceptul de autonomie



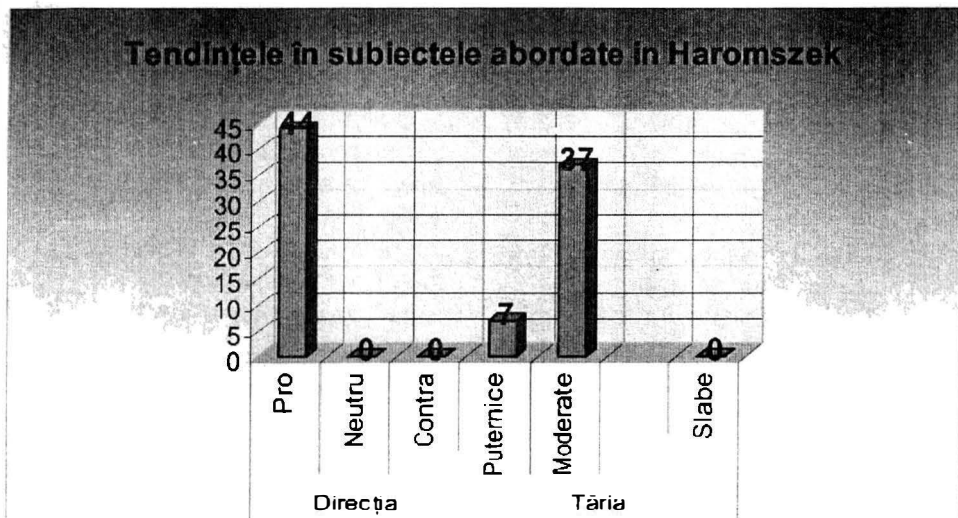
Frecvențe mai mici au fost înregistrate în cazul temelor „tonul ideologic al editoriaștilor” și „tip de argumentare a discursului” în fiecare caz înregistrându-se 11 frecvențe. Tema cu cel mai mic număr de frecvențe înregistrat este „exemple utilizate”, care este de 5 iar numărul de definiții care au fost căutate a fost de 8. Deci se pare că la nivelul în care se dorește a fi fundamentată această obținere a autonomiei care presupune și luarea în considerare a altor modele sau

raportarea la definiții, dacă ar fi posibil definiții riguroase din punct de vedere științific sau definiții formulate de istorici, antropologi etc, eforturile editoriaștilor și a „cotidianului” în sine sunt caracterizate de o reducere a eforturilor de „educare și informare” a opiniei publice.

În continuare se realizează discuția pentru fiecare temă în parte pentru a putea fi vizualizate și identificate raporturile existente între subteme.

Grafic nr.2

Tendențe abordate în articolele cotidianului Haromszek.



După cum se poate observa din grafic (Graficul 2), toate articolele au făcut publice atitudinea lor pro față de procesul de obținere a autonomiei. Mai mult decât atât indirect acest fapt este întărit și de restul articolelor care au făcut referire și la alte aspecte din viața populației de etnie maghiară. De asemenea se poate identifica faptul că acest cotidian nu are o prezență echilibrată față de acest subiect deoarece el nu face loc și altor opinii sau subiecte prin care să se prezinte și alte perspective ale obținerii autonomiei și a semnificației acesteia în actualul context.

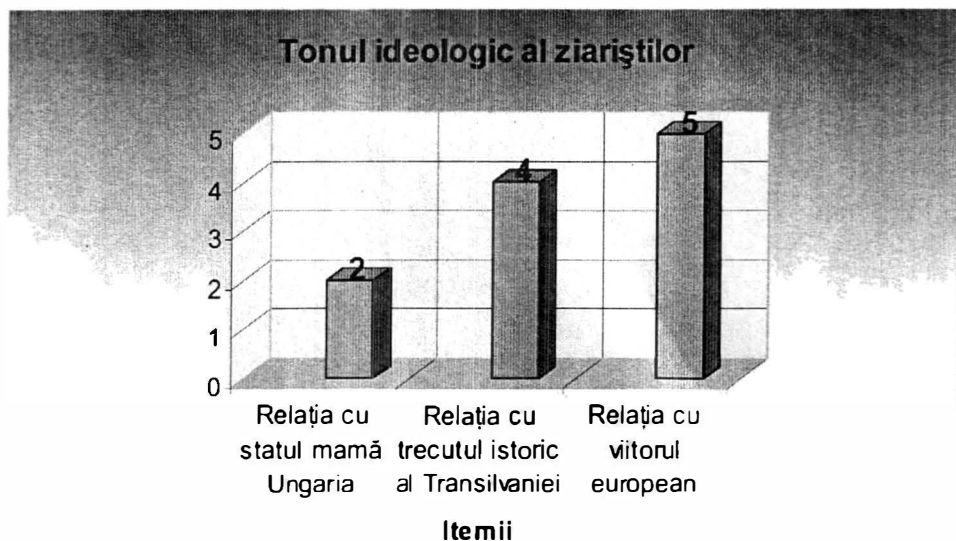
Alături de acest aspect iese în evidență și tăria acestor articole și nume în 7 cazuri tonul este foarte puternic iar în 37 de cazuri acesta este moderat.

Pentru a se menține obiectivitatea atât jurnalistică dar și morală era de dorit identificarea unor articole sau intervenții în care să se ia în considerare avantajele și dezavantajele autonomiei, a semnificației, a efectelor etc.

Continuând cu cea de-a doua temă au fost înregistrate rezultatele din Graficul 3.

Grafic nr. 3

Distribuția rezultatelor Tonul ideologic al ziaristilor



În continuarea discursului prin care se încearcă dovedirea faptului că cererile legate de obținerea autonomiei sunt pertinente și fundamentate, în articolele studiate se amintește și de raporturile care se stabilesc între regiunea care este subiectul autonomizării, Pământul Secuiesc și cele mai importante structuri: Transilvania – ca pământ istoric și regiune a populației de etnie maghiară, România – ca stat uzurpator al drepturilor minorității maghiare și Uniunea Europeană ca speranță și viitor.

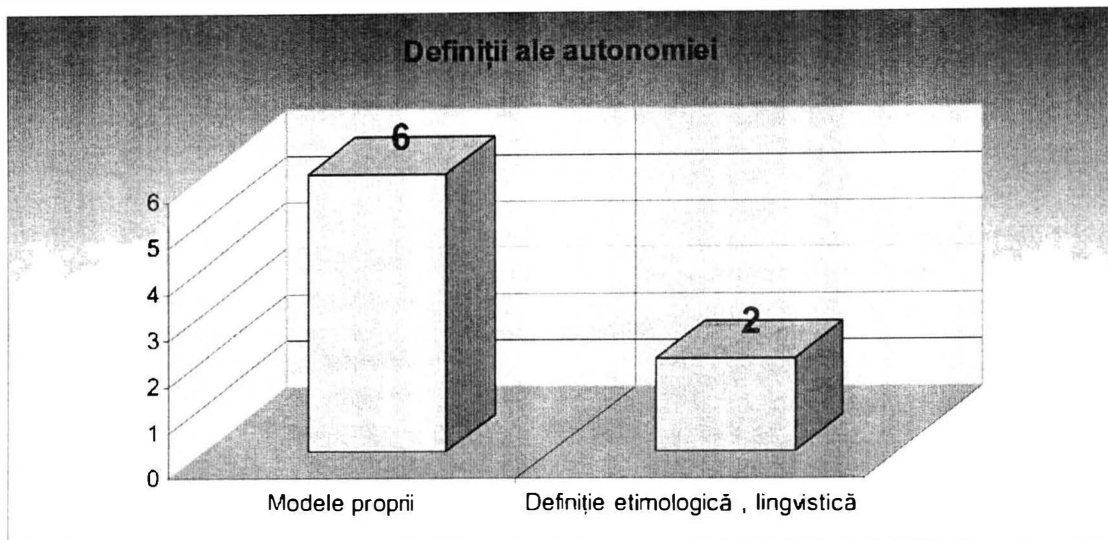
În cinci cazuri a fost amintită Uniunea Europeană, în patru cazuri se vorbește de trecutul istoric al Transilvaniei și în două cazuri Ungaria. Este de remarcat că atunci când se vorbește de legătura între autonomie și UE se ia în considerare acea autonomie oferită de asociațiile intercomunitare înființate la inițiativa de colaborare și cooperare a autorităților publice locale și care pot fi utilizate (de

fapt este chiar o condiție esențială) în procesul de obținere a fondurilor structurale. Atunci când această autonomie se raportează la Transilvania atunci într-adevăr se amintește de moștenirea istorică a Pământului Secuiesc care trebuie redobândit și pentru care populația de etnie maghiară trebuie să ducă aproape o adevărată luptă.

O altă temă care a fost identificată pe parcursul cercetării este: „Definiții ale autonomiei”, care au fost sintetizate în Graficul 4.

Din păcate aceasta este tema cu cele mai puține frecvențe. Este oarecum îngrijorător faptul că într-un subiect atât de important nu există o rigoare mai bună în definirea autonomiei. Doar în două cazuri au fost prezentate definiții ale cuvântului autonomie, unul din limba maghiară, și este o definiție în care se vorbește mai mult de semnificația administrativă a termenului, iar cealaltă referință este din limba franceză.

Graficul nr. 4
Definiții ale autonomiei.



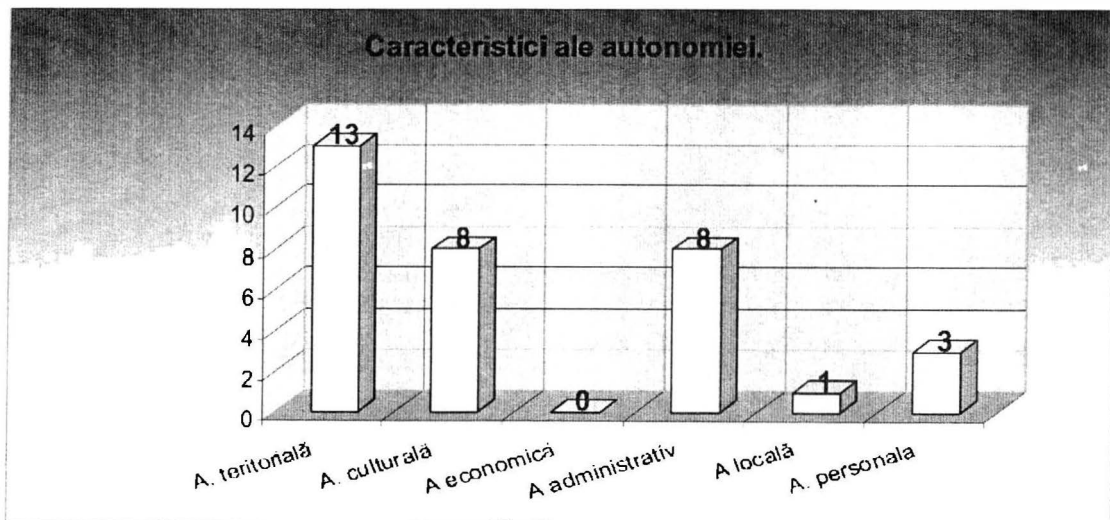
În ceea ce privește cele 6 apariții înregistrate în definirea autonomiei, aceste modele proprii sunt create de editorialiști și sunt simple opinii date publicității, și date de fapt publicului. Este just ca persoane cu atât de puțină pregătire în domenii științifice cu referință directă la autonomie să vorbească și să scrie despre aceste subiecte???

Alături de acest subiect este interesant de observat cum este înțeleasă autonomia. Dacă în ceea ce privește definirea acestui concept este foarte slab realizată de cotidianul *Háromszék*, în schimb rândurile acestuia

abundă în identificarea caracteristicilor, dimensiunilor, formelor autonomiei. În multe articole, cuvântul „*autonomie*” era însoțit de o serie de atribute, care pot fi identificate în graficul de mai jos. Enumerarea este de folos pentru că circumscrie aria de interes și de referință, dar neînsoțită de o descriere a fiecăruia din elementele enumerate face dificilă și superficială dorința de a motiva acest proces de obținere a autonomiei atât de mult „*adusă*” în lumina tiparului.

Astfel, s-au înregistrat rezultatele prezentate în Graficul 5.

Grafic nr. 5
Caracteristici ale autonomiei reflectată în mass-media



Cele mai numeroase referiri așa cum sunt ele vizibile în graficul de mai sus sunt cele 13 menționări ale autonomiei teritoriale, apoi la un număr egal de 8 se mai face referire la autonomia culturală și cea administrativă. În ceea ce privește autonomia teritorială se face în mod repetat referire la *Pământul* sau *Ținutul Secuiesc*. Este de prisos menționarea faptului că această denumire nu este legală și ea este folosită de fiecare dată pentru definirea unui areal teritorial care a existat istoric. Foarte rar se vorbește de Transilvania iar denumirea orașelor din acest Ținut nu este nici denumirea română a orașului, nici denumirea maghiară oficială, ci denumirea istorică. Cert este că după parcurgerea acestor articole în calitate de cercetător, este grea identificarea: granițelor geografice ale acestui ținut, centrului (administrativ, cultural, politic, geografic, etc.) care fie este la Sfântu Gheorghe, fie la Târgu Secuiesc, fie la Miercurea Ciuc.

Autonomia administrativă este privită sub mai multe forme: fie ca instituțiile autorităților

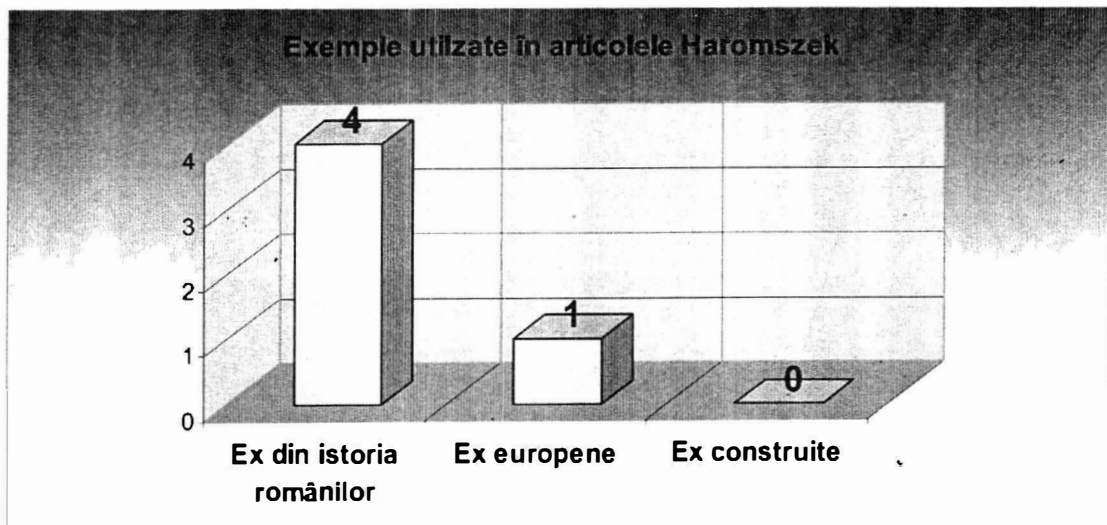
publice locale „să deservească mai mult interesele populației de etnie maghiară” prin existența a două rânduri de documente oficiale în cele două limbi română și maghiară, să existe un număr mai mare de angajați etnici maghiari în aceste instituții, să existe mai multe școli de limbă maghiară, mai multe biserici etc. Fie ca efect al asociațiilor intercomunitare menite să atragă bani europeni, și atunci se vorbește de dezvoltarea economică și industrială a Transilvaniei ca și teritoriu, regiune Centru a României.

Este interesant de observat că nu se amintește deloc despre autonomia economică și cea locală. În ambele cazuri nu au fost înregistrate nici măcar o referință. Nu au fost identificate pârghiile prin care să se autofinanțeze autonomia.

Frecvențele obținute cu privire la exemplele care au fost utilizate în discursul jurnalistice au fost introduse în graficul de mai jos și au fost obținute următoarele rezultate:

Grafic nr. 6

Exemple utilizate în cotidianul Haromszek



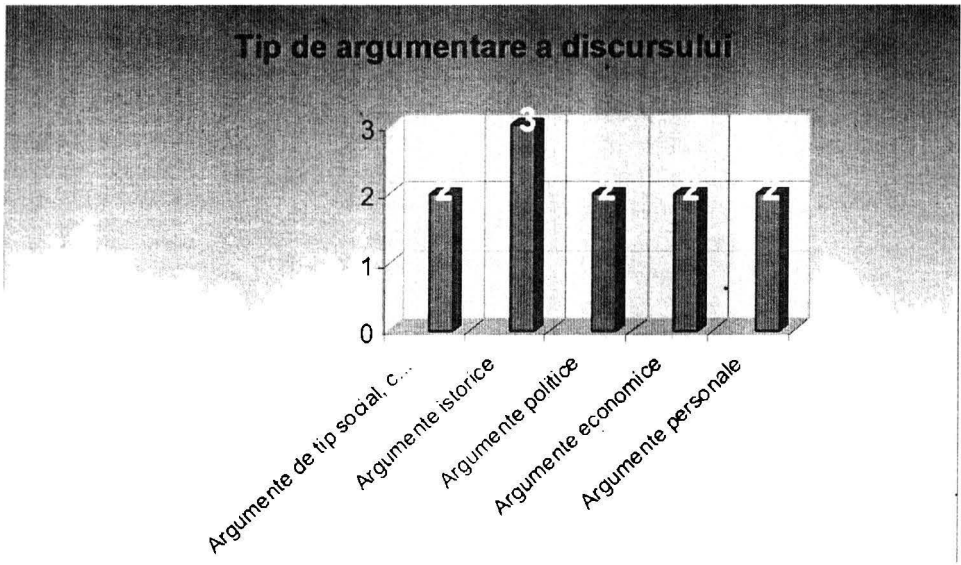
După cum se poate observa numărul de exemple este foarte mic chiar și în comparație cu numărul articolelor selectate pentru cercetare. Au fost utilizate doar 4 exemple din istoria României și toate fac apel la mult discutatul Tratat de la Trianon. A mai fost menționat un singur exemplu european și anume cel al Germaniei și Franței. În rest nici măcar un exemplu sau cel puțin un model teoretic nu și-a găsit locul între paginile coti-

dianului. Se ridică astfel cel puțin două întrebări: nu există nici un exemplu deja încercat care să răspundă la dorința de obținere a autonomiei sau nici jurnaliștii nu sunt perfect conștienți de ceea ce „doresc”.

Un alt element deosebit de important este și tema „*Tipul de argumentare a discursului*”. S-au identificat următoarele frecvențe care pot fi urmărite în graficul următor, Graficul 7.

Grafic nr. 7

Tema „Tipul de argumentare a discursului”



Aproape că este previzibil numărul de frecvențe obținut în cazul argumentelor istorice, care sunt în număr de trei. Câte două frecvențe sunt înregistrate în cazul:

- Argumentelor de tip social, cultural care vorbesc de respectarea drepturilor populației de etnie maghiară.
- Argumente politice care se referă în principal la respectare programului partidului politic UDMR.
- Argumente economice care se referă foarte vag la redirectionarea veniturilor care sunt date statului român, dar dat fiind faptul că Covasna este unul dintre județele care

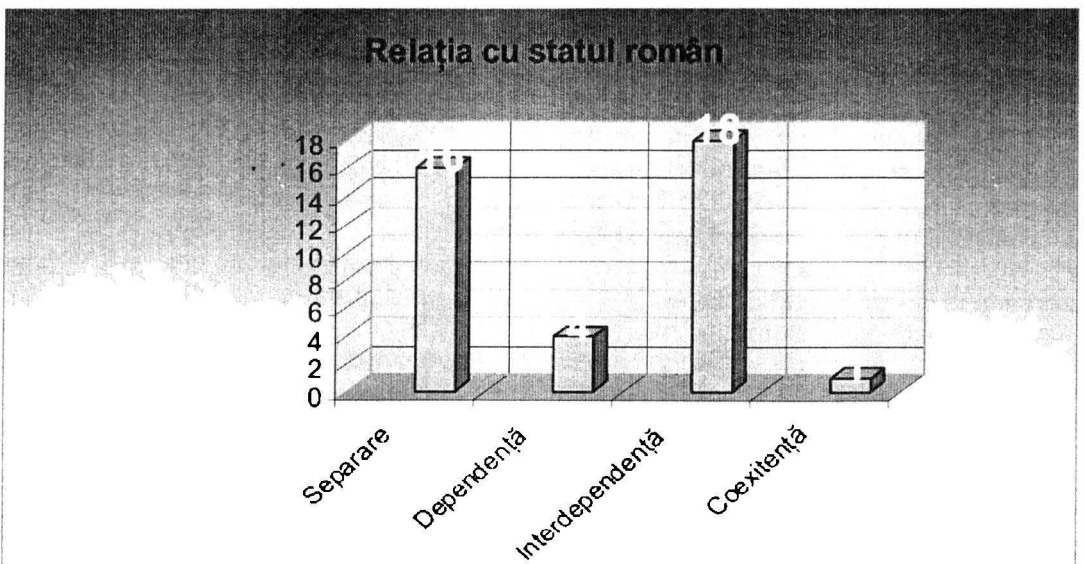
contribuie cel mai puțin la fondul bugetar, aceste argumente par cel puțin naive.

- Argumentele personale care cel mai bine se regăsesc în acel „noi” care este folosit în discursul jurnalistic. Acest argument este unul dintre cele mai de efect, deoarece obligă prin nuanțe la credința că dorința spre autonomie este puternică și comună a unui număr semnificativ de indivizi.

Ultima, și poate cea mai revelatoare temă a analizei de conținut, este cea denumită „Relația cu statul român”. Graficul de mai jos (Graficul 8) este reprezentativ pentru studiul nostru.

Grafic nr. 8

Distribuția frecvențelor obținute pentru tema Relația cu statul român .



Cele mai mari frecvențe au fost înregistrate în cazul relației între regiunea autonomă și România de tip interdependență, care se caracterizează prin obținerea autonomiei de către regiune, dar această să fie susținută financiar de către statul român. Această subvenționare ar fi de dorit să susțină până la cele mai subtile elemente: existența a unui stat în stat, dar fără a contribui financiar sub nici o formă, doar în virtutea păstrării identității culturale și istorice. Demn de reținut că nu se specifică ce ar trebuie să se întâmple cu minoritatea sau populația de etnie română. Ar fi interesant ce s-ar întâmpla dacă, după obținerea autonomiei de către populația de etnie maghiară, același demers ar fi reluat de populația de etnie română.

Un număr însemnat de frecvențe este înregistrat și în cazul separării de statul român. Din nou, nu se poate vorbi foarte clar cine ar trebuie să susțină această regiune autonomă, dar sunt mai clare elemente de genul că cei care fac parte din acest teritoriu ar trebuie să se bucure de două cetățenii.

Rezultate mai modeste sunt înregistrate în cazul coexistenței, o frecvență, și dependenței, patru frecvențe. Acestea fac superficial referiri la asociațiile intercomunitare.

Concluzii și aprecieri finale

Din totalitatea articolelor identificate în colecția cotidianului *Háromszék*, cotidian ce apare în județul Covasna, au fost colecționate 44 de articole în care se fac referiri la aspectele legate de autonomie. În urma analizei efectuate, s-au constatat următoarele:

- în toate articolele, direcția editorialiștilor a fost pro autonomie, iar tăria tonului utilizat a fost de factură puternică și moderată.

- autonomia este raportată în permanență ca distanțare, separare, rupere de România.

- doar în două cazuri au fost prezentate definiții ale cuvântului autonomie, unul din limba maghiară și este o definiție în care se vorbește mai mult de semnificația administrativă a termenului, iar cealaltă referință este din limba franceză. Este oarecum îngrijorător faptul că într-un subiect atât de important nu există o rigoare mai bună în definirea autonomiei.

- cele mai numeroase referiri – în număr de 13, se fac la autonomia teritorială, apoi la un număr egal de 8 se mai face referire la autonomia culturală și cea administrativă.

- sunt greu de identificat granițele geografice ale „Ținutului Secuiesc”, centrului

(administrativ, cultural, politic, geografic, etc), care reiese că este fie la Sfântu Gheorghe, fie la Târgu Secuiesc, fie la Miercurea Ciuc.

- în definirea conceptului de autonomie sunt utilizate doar două definiții lingvistice. Una dintre acestea este limba franceză și se oprește asupra unui sinonim de semnificație a conceptului de autonomie și anume cel al autoguvernării, fiind oferit și echivalentul în limba engleză. Cea de-a doua definiție este din limba maghiară și se referă la autoguvernare locală. Ceea ce este demn de luat în seama este că referința la definiția autonomiei din limba maghiară se face în anul 1997, iar definițiile din limba franceză și limba engleză se fac în anul 2005. Odată cu trecerea anilor, se pare că punctele de referință pentru tot ce înseamnă autonomie și este în sprijinul obținerii acesteia se mută de la nivel local (referințe istorice locale românești legate de România sau Ungaria) la nivel mai general și anume european.

- conceptul de autonomie a fost în repetate rânduri legate și de acela de regiune de dezvoltare. A lega aceste regiuni de dezvoltare cu procesul de obținere a autonomiei este cel puțin forțată și utopică. Acest tip de legătură se face cu următoarele elemente:

- a) autonomia la fel ca Regiunea Autonomă Maghiară.

- b) autonomia Pământului Secuiesc.

- c) autonomia definită ca regiune de dezvoltare și rezultantă a asociațiilor intercomunitare.

Regiunile de dezvoltare nu sunt unități administrativ teritoriale. La fel cum nu sunt nici asociațiile intercomunitare. Faptul că procesul de obținere a autonomiei este legat pe rând de acești termeni, dar nu în sensul în care ei sunt definiți din punct de vedere al legii românești și a directivelor europene, semnifică cel puțin necunoașterea legii

- obținerea autonomiei, în special reflectată în articolele din anii 1997 și 2001, este văzută ca un proces încărcat de foarte multă agresivitate.

- semnificațiile autonomiei pentru Ținutul Secuiesc sunt unele dintre cele mai ferme în limbaj și în același timp în număr cel mai mare. Cel mai agresiv este: „Noi vrem țara!”

- cotidianul *Háromszék* face publică opinia conform căreia maghiarii din România doresc crearea unui stat autonom, independent și suveran, cu o organizare politică și administrativă proprie. Din aceste fapte se ivesc unele întrebări, care au fost conturate de-a

lungul acestei lucrări:

- Cum ar trebui să se numească acest stat?
- Cine ar trebuie să îl conducă?
- Cum ar arăta dezvoltarea economică al acestui stat?
- Care ar fi granițele sale teritoriale?
- Unde ar fi capitala?
- Care ar fi unitățile administrativ teritoriale ale acestui stat?
- Care ar fi drepturile și obligațiile minorității românești care este cuprinsă în acest stat?
- Ce ar trebui să cuprindă istoria acestui stat?

În urma realizării acestei cercetări, s-au conturat o serie de direcții de cercetare în cadrul aceluiși domeniu. Aceste ar putea fi:

- Realizarea unei cercetări calitative comparative între cotidienele de limba maghiară din județele cu populație majoritar maghiară precum Covasna și Harghita dar și cotidienele din județele cu populație maghiară precum Mureșul, Bihor și Satu Mare.
- Realizarea unei cercetări calitative între cotidienele maghiare și alte cotidiene publicate în limba altor minorități (romani, sași, lipoveni, sârbi, etc.)
- Realizarea unei cercetări comparative între cotidienele de limba română și maghiară atât la nivel local cât și la nivel central.
- Completarea acestor cercetări cu inter-

viewarea autorilor acestor articole din cotidienele selectate.

- Interviewarea populației cu privire la procesul de obținere a autonomiei precum și ceea ce persoanele intervievate înțeleg prin conceptul de „autonomie”

Datorită faptului că tema acestei cercetări a reprezentat o abordare „delicată” în domeniul Sociologiei Relațiilor Interetnice, nu au existat cercetări anterioare accesibile pentru realizarea unei metaanalize a designului de cercetare și a rezultatelor obținute. Din acest motiv alături de direcțiile de cercetare s-au prefigurat și unele limite de cercetare:

- Datorită numărului mare de texte, pe parcursul analizei de conținut s-au observat și alte concepte esențiale care pot îmbogăți ulterior această cercetare: opiniile și atitudinile față de cadrul legislativ românesc în privința minorității maghiare, atitudinea față de instituțiile autorităților publice locale, drepturi ale minorității maghiare.
- Textele au fost consultate în varianta tradusă și poate exista posibilitatea ca unele semnificații și jocuri de cuvinte să fi fost omise sau să primească altă semnificație.
- Extinderea cercetării conform și altor concepte identificate pe parcursul cercetării ar fi făcut ca limita de timp alocată să fie depășită. Din acest motiv aceste concepte au fost introduse ca direcții de cercetare.

Elena Măgheran

Abstract

Research upon the mirroring of the attempts to obtaining the autonomy of the Szeckler Land in the local Hungarian press from Covasna County

The theme of this article is the way the *Haromszek (Treiscaune)* daily newspaper from Covasna County presents the process of obtaining the autonomy of the Szeckler Land. The issue on which this social study is based is determined by the frictions that exist and are brought into the attention of the Romanian and Hungarian public from Covasna County regarding the obtaining of the mentioned autonomy. The objectives of the research are: the identification of the opinions regarding the autonomy discussed in the Hungarian press; defining the concept of autonomy, based on the discussed opinions; describing the main elements of speech used in dealing with the theme of autonomy. The assumptions of the research were: does there exist a modification of speech upon the process of obtaining the autonomy once the years pass, referring to the period of 1997 – 2005; and is there a double speech upon the process of obtaining the autonomy: one that treats the autonomy in connection with the local element (the Szeckler Land) and one that treats it in connection with the national element (a Region for Development, inter-communitarian associations). The conclusions that were formulated after this research are presented at length in the end of the study.