

Kulturális turizmusról, kultúragazdaságról alkotott vélemények Hargita megyében¹

Az utóbbi néhány évben megváltozott a kultúra és a gazdaság viszonya, egyre több jele van annak, hogy a kultúra és a gazdaság, a kultúra és a turizmus összekapcsolódik. Egyre többen tekintik a kultúrát olyan tényezőnek, amely jelentős mértékben befolyásolhatja a gazdasági fejlődést is.

Székelyföld viszonylatában gondolkodva a helyi, térségi kulturális értékek fogalmának szélesebb körű értelmezése, illetve ezen értékeknek a helyi fejlesztési folyamatba való bekapcsolása mindenképpen túllépést jelent a kultúra elemeinek múzeumszerű használatán. De túllépést jelent a túlságosan technokrata, a helyi, a regionális életvilágot egyik napról a másikra lecserélő fejlesztéspolitikai szemléleten is. (Bíró A. Zoltán, 2007) A térség kulturális értékei a helyi közösségek érdekeit szolgálva a lokális vagy kistérségi fejlődés kiindulópontjai lehetnek. Ehhez véleményem szerint a kultúragazdaság vagy kulturális turizmus nyújthat hasznos támpontot.

A kutatásunk során többek között azt szeretnénk volna kideríteni, hogy a kulturális elit tagjai hogyan látják a kultúragazdaság, kulturális turizmus helyzetét a megyében. A kultúragazdaság fogalma egy viszonylag új fogalom, de a válaszokból az derült ki, hogy a megkérdezettek ismerik a fogalom lényegét, határozott véleményt formálnak az egyes kérdésekről.

Mielőtt tárgyalni kezdeném a kultúragazdasághoz, a kulturális turizmushoz kapcsolódó aspektusokat, szeretném meghatározni a kultúra, a kulturális turizmus és a kultúragazdaság fogalmát, jelezve, hogy a kutatás során milyen értelemben használtuk ezeket a fogalmakat.

1. Fogalmak, szempontok

A kultúra fogalmának a meghatározásánál Gelencsér Katalin meghatározására hagytuk, aki szerint a kultúra a legszélesebb jelentésében az ember alkotta világ. Magában foglalja a tárgyi környezetet, az emberi kapcsolatokat szabályozó normákat, az egyének magatartását meghatározó társadalmi mintákat, a gondolkodás és a beszéd

¹ A tanulmány a Megyei Kulturális Jövőkép (Foresight) Program kulturális turizmusra, kultúragazdaságra vonatkozó adatbázisa alapján készült. A kutatást a Hargita Megyei Kulturális Központ munkatársai végezték 2007-ben. A projekt célja a Hargita megyei kulturális elitek jövőképével kapcsolatos információk, elképzelések, vélemények feltárása, egységes megyei kulturális jövőkép megalkotása volt.

szimbólumait, valamint az egyének tájékozódását szolgáló jelkép-rendszereket: a nyelvet, a hagyományt, a művészetet, a tudományt, a vallást, a filozófiát.

A kulturális turizmus meghatározásánál Dr. Horváth Attila megközelítését vettük figyelembe, aki szerint a kulturális turizmust nehéz a turisztikai ágazatok között elhelyezni, ugyanis a turizmus minden ágazatának van kapcsolódása a kultúrához. A kulturális turizmus az egyre sokrétűbb turisztikai válfajok, ágazatok egyike, a turizmusnak azon ágazata, amelyben a turista számára a fő döntő indítékot a kulturális motiváció szolgáltatja. (Dr. Horváth, 1999) Ezt a kulturális motivációt felkelthetik vagy fokozhatják az épített környezet kulturális örökségéhez kapcsolódó attrakciók és tevékenységek, valamint a kulturális örökség egyéb területeivel (tánc, zene, színház, népviselet, étkezés, népi építészet és falvak stb.) kapcsolatos attrakciók és tevékenységek, de ide sorolhatjuk a vidéki tájképhez és életstílusokhoz kapcsolódó kínálatot is.

Puczkó László és Rácz Tamara megfogalmazása esetében egy további pontosítással találkozunk az előző meghatározáshoz képest. Az említett két szerző szerint a kulturális turizmus olyan utazást jelent, amelyben a motiváció az új kultúrák megismerése, a kulturális eseményeken való részvétel, kulturális attrakciók meglátogatása. A turizmusnak ez a válfaja többek között bevételt is nyújthat bizonyos kulturális programoknak vagy intézményeknek (Puczkó-Rácz, 2000) A kulturális turizmus tehát az elmondottak alapján szorosan összekapcsolódik a turizmus más formáival is, mint például az örökségturizmussal, a falusi turizmussal.

A kutatás során a kultúragazdaság kifejezés alatt nem a magas művészeti terméket hasznosítani kívánó kultúragazdaságot értettük, hanem a lokális identitás elemeinek, a kulturális értékeknek a hasznosítását. A vidékfejlesztésben is egyfajta szemléletváltás következett be, a természeti és gazdasági erőforrások mellett a kulturális erőforrások hangsúlyozása is előtérbe került. A kultúragazdaság ezen újfajta megközelítése szerint a rurális vidéket nem kell egyfajta skanzenné alakítani, nincs már szükség olyan helyekre, ahol minél kevesebb alkotóelem változik. „A mai kor turistája a meglátogatott rurális környezetben egyre kevésbé kíván múzeumi közegben 'díszparasztokat' látni. Sokkal inkább arra törekszik, hogy a mai szereplőkkel, mai helyzetekkel, a 'működő közösséggel' találkozzon, s ez a találkozó élményszerű legyen.” (Biró-Bodó, 2006)

A kultúragazdaság elméletének és gyakorlatának a kialakulásáról, valamint a kulturális források felhasználásáról Christopher Ray alkotott egy elméletet, aki kulturális erőforrásként kezeli a hagyományos ételeket, a nyelvjáráásokat, a népi mesterségeket, a folklórt, az irodalmi alkotásokat, a történelmi és prehistorikus helyeket, stb. (Biró Z. Zoltán, 2004). Christopher Ray értelmezésében a gazdaság szó az erőforrások, a termelés és a fogyasztás

közötti kapcsolatokkal való foglalkozásokra utal, míg a kultúra fogalma a gazdasági ágak újraértelmezésére, lokális tartalommal való feltöltésére vonatkozik.

Az Európai Unió vidékfejlesztési politikájának is részét képezi a kultúra hasznosítása. A kilencvenes években - a Közös Agrárpolitika reformjához kötődően - a vidékfejlesztésben az a nézet vált általánosan elterjedtté, miszerint a különböző területi egységek (legyenek azok régiók, kistérségek, avagy az egyes települések) közti fejlettségbeli különbségek úgy számolhatók fel a legmegfelelőbbben, ha az egyes térségek feltárják és értékesítik a helyi erőforrásokat, köztük a kulturális identitást. (Csite, 2007)

Csite András szerint Ray a kultúragazdaság négy - fokozat jellegű - típusát különböztette meg:

1. Olyan meglévő források értékesítése, melyek egy adott helyhez, térséghez kötődnek, s mely forrásokat közvetlenül értékesítik, avagy a térség marketingjében alkalmazzák.

2. A második típusban már új térségi identitás konstruálásáról van szó, mely új térségi termékek (legyenek azok akár turisztikai látványosságok) létrehozását és a térségen kívülieknek való eladását jelenti.

3. A harmadik típus továbbra is térségi stratégiát jelent, de a kezdeményezéssel már nem csupán a térségen kívülieket, hanem a térségben működő szereplőket is megcélozzák. A helyi üzleti csoportok, hivatalos és nonprofit szervezetek közös stratégiájának célja a termékek egymásnak való eladása (selling itself to itself). Ez a típus különösen azokban a térségekben gyakori, ahol a közösségtudat egyik legfőbb eleme a közös külső elnyomás (pl. a centrumoktól távol eső, nemzetiségileg, nyelvileg különböző térségekben).

4. A negyedik típus a térségi önállóság minőségileg magasabb fokát jelenti: a közös stratégia lényege, hogy a domináns fejlesztési gyakorlatoktól különböző helyi fejlesztési utat dolgozzanak ki és valósítsanak meg. Mindez a térségi kultúra széleskörű újradefiniálását feltételezi, és egy új, a térség aktorai többsége által tiszteletben tartott etika kidolgozását.

A kultúragazdaság a vidékfejlesztés egyik új perspektívája lehet. Biró Z. Zoltán szerint a hazai vidékfejlesztés szempontjából nézve pozitívum, hogy Székelyföld kulturális tartalékai az európai szempontrendszer alapján érték-ként definiálhatóak. A fejlesztési programok több esetben építenek ezekre az erőforrásokra, de nem mindig járnak sikerrel. (Biró Z. Zoltán, 2004)

2. Kultúragazdaság – a térségi elitek véleménye tükrében

A kutatás során elsősorban azt kérdeztük, hogy miként vélekednek az elitek a kultúragazdasághoz kapcsolódó térségi folyamatok bekövetkezésének valószínűségéről.

Továbbá arról, hogy a várható események mennyiben idéznek elő pozitív vagy negatív hatásokat. A továbbiakban a föltett kérdések rendjében elemzem a kapott válaszokat.

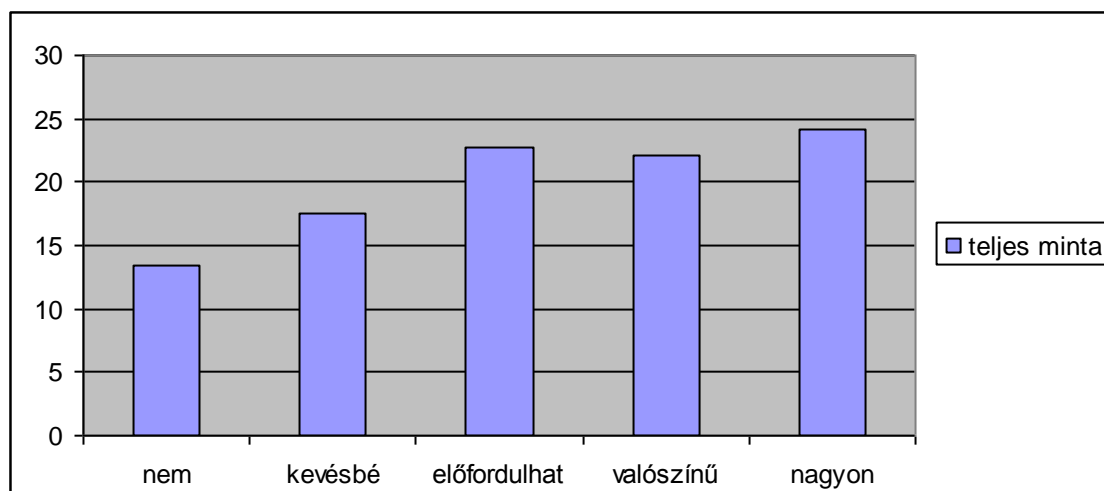
A kulturális turizmus megélhetési forrás lesz

A kultúra és a gazdaság összefonódása egyre több ember számára teremthet majd kenyérkereseti lehetőséget. Térségünkben a kulturális intézmények tevékenységén kívül egyelőre a falusi turizmus az egyetlen olyan formája a kulturális turizmusnak, ami egyes családoknak kiegészítő jövedelmet nyújthat. Abban a kérdésben, hogy a kulturális turizmus megélhetési forrás lesz-e, eléggé megoszlanak a vélemények (1. ábra). Magas azok aránya, akik tanácstalanok, a média képviselői jelentősen kiemelkednek ebből a sorból, egyharmaduk, azaz 33,3%-uk határozatlan. Szintén a közélet, média képviselői azok, akik a többi foglalkozási területtel szemben a legnegatívabban vélekednek, csupán 38,1%-uk gondolja azt, hogy várhatóan a kulturális turizmus megélhetési forrás lesz, szemben az oktatási szféra képviselőivel vagy a kulturális intézmények, szervezetek képviselőivel, akiknek 49 illetve 49,4%-uk választotta a „valószínű” válaszlehetőséget.

Egyértelműen pozitív hatást tulajdonít ennek a folyamatnak a kulturális elit több mint fele (68,4%). Korcsoportok szerint az 50 év fölöttiek (70,8%) illetve a 30 év alattiak (84,6%) korcsoportja emelkedik ki a sorból, a 30 és 50 év közöttiekkel ellentétben, akiknek csupán 60,7%-a látja pozitívnak ezt a kérdést, és a többi korcsoporttal ellentétben magas közöttük azok aránya, akik határozatlanok (22,8%). Az oktatásban foglalkoztatottak vélik a leginkább úgy, hogy pozitív hatása lesz annak, ha a kulturális turizmus megélhetési forrássá válik (76,7%). Ebben a kérdésben az önkormányzati és állami hivatalok képviselői vélekedtek a többi foglalkozási területhez képest a legnegatívabban. Lakhely szerint (város – falu) nincsenek lényeges különbségek abban a tekintetben, hogy hogyan vélekedik a Hargita megyei kulturális elit a kulturális turizmus jövőjéről.

1. ábra A kulturális turizmus megélhetési forrás lesz

(teljes mintára vetített százalékos megoszlás)



A térségben felismerik a kultúra mint gazdasági erőforrás szerepét

A térségben általában konszenzus van abban a tekintetben, hogy a kulturális tevékenységek, a kulturális intézmények csupán gazdasági erőforrásokat emésztenek fel, és egyáltalán nem termelnek profitot. A kultúra és a gazdaság összeegyeztetése valóban körülményesnek mutatkozik, s talán ez annak is tulajdonítható, hogy a kultúra védelmezői tartanak a gazdaságtól, és a közigazdászok ugyanúgy idegenkednek a kultúra, az örökség felhasználásától a fejlesztések során.

A kultúra és a gazdaság fogalmainak az összekapcsolása várhatóan a térségben is hangsúlyosabban megjelenik. A kulturális értékek, erőforrások értékesítése, eladása képezheti a kulturális turizmus alapját, így a kultúra értékteremtő tulajdonsága mellett képessé válik arra, hogy a térség számára profitot is termeljen.

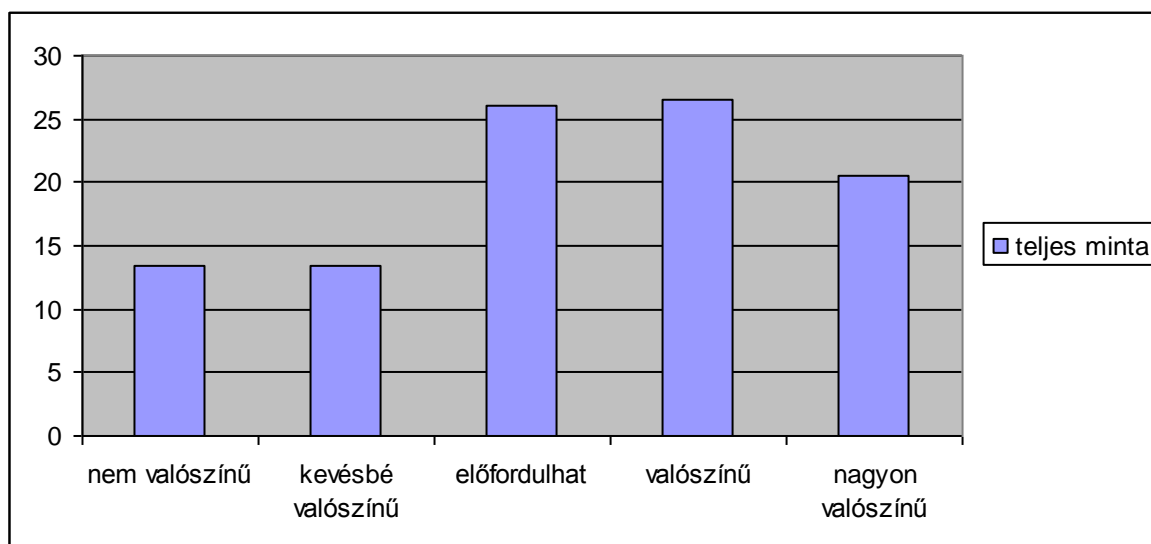
Ez a kérdés egy dilemmát is felvet a szakértők, főként a kultúra védelmezői számára, ugyanis a kulturális értékek értékesítése akár ezeknek a teljes elvesztését is jelentheti. A Turisztikai Világszervezet munkatársai szerint egy adott térség kulturális örökségének az elemeit (pl. vizuális és előadó-művészet, kézművesség, hagyományos ruházat, építészeti- és életstílusokat) oly módon kell bemutatni és menedzselni, hogy azok a helybéliek számára is megőrződjenek.

Az adatfelvétel során arról kérdeztük a kulturális elit képviselőit, hogy a térségben felismerik-e a kultúrának mint gazdasági erőforrásnak a szerepét. Ebben a kérdésben korcsoportok szerint megoszlanak a vélemények. A térségi kulturális elit 47%-a gondolja azt, hogy a térségben a közeljövőben felismerik a kultúra mint gazdasági erőforrás szerepét, 26%-uk határozatlan, és szintén 26% azok aránya, akik nem tartják ezt valószínűnek (2. ábra). A 30 év alattiak korcsoportja viszonyul a legpozitívabban a témához a többi korcsoportéhoz képest, ugyanis 67,7%-uk tartja valószínűnek, míg csupán 15,3%-uk nem valószínűnek ennek a folyamatnak a bekövetkezését. Tevékenységi terület szerint a kulturális intézmények, szervezetek képviselői viszonyulnak a legpozitívabban ehhez a kérdéshez, ugyanis 51%-uk valószínűnek tartja azt, hogy felismerik a kultúra fontosságát a térségben. A média, a közélet szereplői kevésbé valószínűsítik ezt a folyamatot, csupán egynegyedük tartja valószínűnek azt, hogy a térségben felismerik a kultúrának mint gazdasági erőforrásnak a szerepét.

Életkori bontásban a 30 év alattiak a legoptimistábbak, ugyanis 88,5%-uk gondolja úgy, hogy egyértelműen pozitív hatása lesz ennek a folyamatnak. Ezt a kérdést a 30 és 50 év közöttiek látják a legnegatívabban a többi korcsoporthoz képest, de közöttük is a megkérdezettek több mint fele nyilatkozott pozitívan (65,9%).

2. ábra A térségben felismerik a kultúra mint gazdasági erőforrás szerepét

(teljes mintára vetített százalékos megoszlás)



A helyi civil szervezetek építik ki a kulturális turizmus pontjait

Horváth Attila álláspontja szerint a kulturális turizmusra jellemző, hogy föltárja, életre kelti a helyi kulturális értékeket, megőrzi és ápolja a tradíciókat, közönséget szolgáltat a kulturális eseményekhez, emellett a turisztikai kínálat változatossá tétele érdekében új kulturális értékek megteremtésére is törekszik. (Horváth, 1999). Térségünk vonatkozásában azt mondhatjuk, hogy ebben a folyamatban a legnagyobb szerepe a civil szervezeteknek jut. A kulturális turizmus kiépítése már elkezdődött a megyében, ezt bizonyítják a faluturizmussal foglalkozók kezdeményezései.

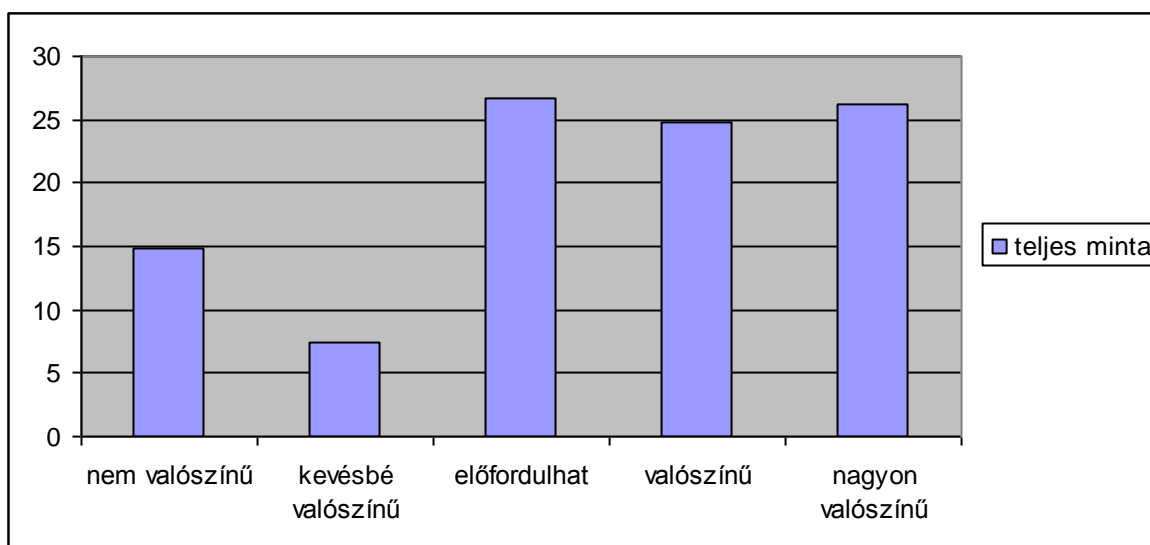
A kutatás során feltett kérdésünk arra vonatkozott, hogy a helyi civil szervezetek építik-e ki a kulturális turizmus pontjait. Ebben a kérdésben eléggé megoszlának a vélemények a válaszadók között (3. ábra), de mindenik korcsoportból a megkérdezetteknek több mint fele fontosságot tulajdonít a helyi civil szervezeteknek. A határozatlanok aránya is magas, a 30 és 50 év közöttiek, valamint a 30 év alatti korcsoport esetében megközelíti az egyharmadot (31,4 illetve 30,8%).

A közélet és a média képviselői közül csak 38,1% tartja valószínűnek ezt a folyamatot, szemben az oktatás terén dolgozókkal, akiknek 56,9%-a nyilatkozott pozitívan.

Meg kell jegyezni, hogy a média képviselőinek több mint egyharmada határozatlan álláspontot képvisel ebben a témában (38,1%).

Foglalkozási terület szerint mindenik csoport több mint 50% arányban pozitív hatást tulajdonít a fenti kijelentés bekövetkeztének, de meg kell jegyezni, hogy a média, a közélet szereplőinek egyharmada (33,3%) határozatlan, sőt azt is lehet mondani, szkeptikus.

3. ábra A helyi civil szervezetek építik ki a kulturális turizmus pontjait
(teljes mintára vetített százalékos megoszlás)



A kulturális élet gazdagítja a megye arculatát

Mivel a kultúra, a kulturális élet elsősorban helyhez kapcsolódik, fontos szerepet játszhat a térség imázsának az alakításában, így fontosnak tartottuk, hogy erre is rákérdezzünk. A véleményekből az tűnik ki, hogy ez a kijelentés a kutatás során egyfajta evidenciaként jelent meg. A megkérdezettek majdnem 100%-a értett egyet azzal, hogy a kulturális élet gazdagítja a megye arculatát.

Tevékenységi terület szerint a média, a közélet képviselői vélekednek a legoptimistábban erről a kérdéssel a többi területhez képest, 95%-uk ért egyet a kijelentéssel, de ettől nem maradnak el nagy arányban az oktatási intézmények alkalmazottai sem (92,5%-uk pozitív választ adott), a kulturális intézmények, szervezetek vezetői közül pedig 91,8% nyilatkozott pozitívan.

A várható pozitív-negatív hatás tekintetében sem oszlanak meg a vélemények, a megkérdezettek foglalkozási csoportok, lakhely szerint is 90%-ot meghaladó arányban vélik úgy, hogy pozitív hatást eredményez, ha a kulturális élet gazdagítja a megye arculatát. A

kultúra, a kulturális élet társadalmi szerepkörének ilyen nagyfokú pozitív megítélése mindenképpen olyan tényező, amelyre a fejlesztéspolitikai munkában alapozni lehet.

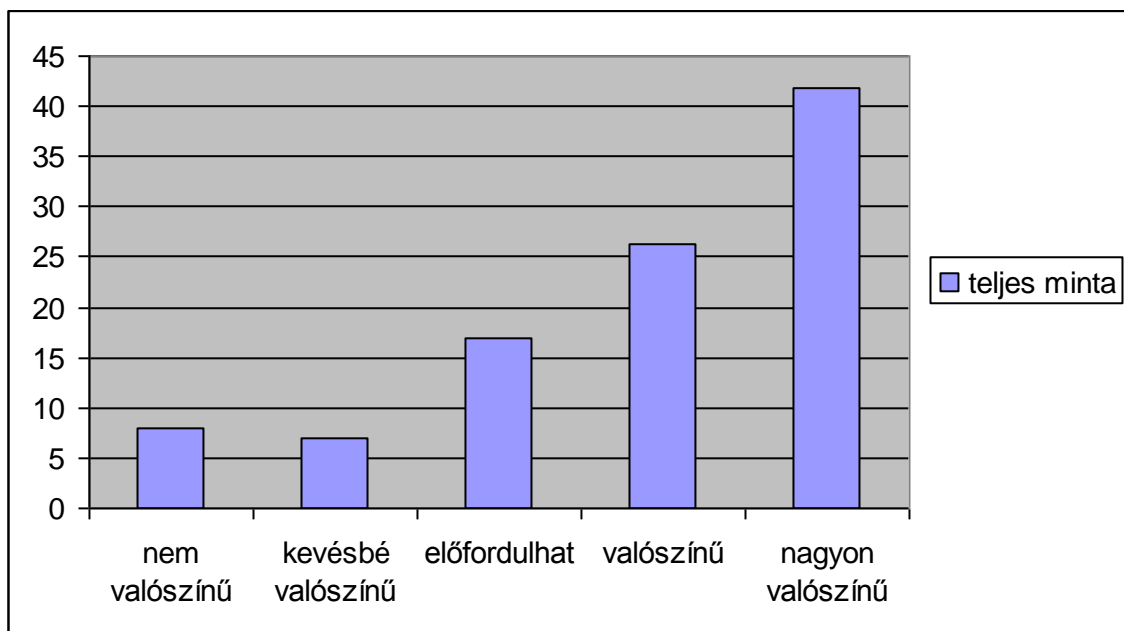
Kultúragazdasági szempontból a lokális identitás felértékelődik

Csibe András véleménye szerint a kultúra a kultúragazdasági megközelítésben lokális tudásként jelenik meg. A kultúragazdaság így nem egyéb, mint olyan stratégiák összessége, amely a lokális tudás átalakításával új forrásokat teremt az adott térség aktorai számára, azaz a lokális tudás felismerését, konstruálását és értékesítését. (Csibe, 2007)

A lokális tudáshoz kapcsolódik a lokális identitás kérdésköre is, amely a lokális tudás elemeiből alakul.

4. ábra Kultúragazdasági szempontból a lokális identitás felértékelődik

(teljes mintára vetített százalékos megoszlás)



Ezen kérdés tekintetében a válaszadók 41,8%-a véli úgy, hogy a lokális tudás fölértékelődése nagy valószínűséggel be fog következni (4. ábra). Az életkor szerinti megoszlás szerint a 30-50 év közötti csoport tűnik a legszeptikusabbnak. A megkérdezettek alig több mint fele (58,1%) véli úgy, hogy a jövőben kultúragazdasági szempontból a lokális identitás felértékelődése várható. Tevékenységi terület szerint a kulturális intézmények, szervezetek képviselői a legoptimistábbak, 73,5%-uk tartja valószínűnek vagy nagyon valószínűnek a lokális identitás felértékelődését.

A sikeres kulturális turizmus maga után vonja a megyei kulturális értékek fokozott védelmét

A kulturális turizmus amellett, hogy bővíti a kulturális kínálatot, piacot is teremt a népi mesterségeknek, egyáltalán a népi hagyományoknak. Ebben a folyamatban természetesen számolni kell azzal, hogy a turizmus hatására a kultúra több eleme kommercializálódik. Puczkó László és Rác Tamara szerint a turizmusszektor alakulásával új trendek, új igények jelennek meg az attrakció körében is. Véleményük szerint az új trendek közül érdemes kiemelni az autentikusság jelentőségének felértékelődését, a környezet megóvásának, védelmének szükségességét (Puczkó-Rác, 2000).

A kutatás adatai azt mutatják, hogy a megkérdezetteknek több mint kétharmada tartja valószínűnek azt, hogy a jövőben a sikeres kulturális turizmus maga után vonja a megyei kulturális értékek fokozott védelmét. Korcsoportok szerint a 30 év alattiak képviselői a legoptimistábbak e kérdés tekintetében, 80,8%-uk véli úgy, hogy a sikeres kulturális turizmus egyik hozadéka a kulturális értékek védelme lesz.

Összegzésként azt mondhatjuk, hogy a megyei kulturális „elit” körében nincs kirajzolódva egy egységes kép a kultúragazdasággal, kulturális turizmussal kapcsolatos kérdéseket illetően. A válaszok sok esetben inkább bizonytalanságot tükröznek. Ebből arra is következtethetünk, hogy a térségben a kulturális turizmus, a kultúragazdaság fogalma köré formálódó diskurzus még nem eléggé számottevő.

Felhasznált szakirodalom

B. Gelencsér Katalin 2007

A helyi közművelődés funkciói, feladatai, forrás: www.bekes-mmk.hu

Biró A. Zoltán, Bodó Julianna (szerk.) 2006

Turizmus és gazdaság in Kultúra, térség, szaktudás, HMKK, Alutus, Csíkszereda

Biró A. Zoltán 2007

Regionális hálózati modellek kialakítása in Szin – Közösségi Művelődés, A Magyar Művelődési Intézet Folyóirata, 2007. június, 12/2-3

Biró Z. Zoltán 2004

Új vidékfejlesztési perspektíva: a kultúragazdaság in Vidékfejlesztés Hargita megyében, szerk. Biró A. Zoltán. Koszta Csaba János, Mátéffy Mária, Alutus Kiadó, Regionális Képzési Központ, Csíkszereda

Csité András 2007

A paraszti közösségtől a ruralitásig, forrás: mtapti.hu/csite

Dr. Horváth Attila 1999

Turizmus a kultúrában - Kultúra a turizmusban, Művelődés – Műhely – Információ, Magyar Művelődési Intézet

Erdősi Péter, Sonkoly Gábor (Szerk.) 2004

A kulturális örökség, L'Harmattan – Atelier, Budapest

F. Tóth Mária

Helyi kultúra és vidékfejlesztés in A Sapard előcsatlakozási programra felkészítő képzés tananyaga kistérségek számára, Szerk. Dr. Kulcsár László, Scolar Kiadó, Budapest

Puczkó László – Rác Tamara 2000

Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei, Geomédia Szakkönyvek, Üzlet és Menedzsment, Budapest