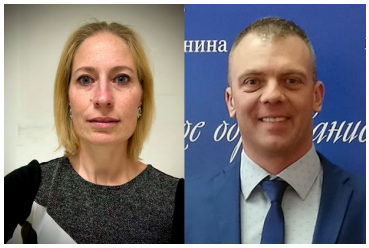
Kulturális Szemle - 2020. VII. évfolyam, 4. szám - Hazai tudományos műhely

Zsirai Dóra – Varga Balázs: A kulturális alapú gazdaságfejlesztés elméleti keretei a közművelődésben



Absztrakt: A tanulmány a kulturális alapú gazdaságfejlesztéshez kapcsolódó fontosabb fogalmakat, valamint a tárgykörbe tartozó folyamatok elméleti alapjait igyekszik bemutatni. Jelen írás A közművelődési-közösségi programok fogyasztásának hatása a forprofit jellegű kulturális fogyasztás alakulására című kutatáshoz kapcsolódik. Ebben a kérdőíves megkérdezésre és interjús vizsgálatra épülő kutatásban azt vizsgáljuk, hogy a közművelődési és közösségi művelődési formákban való részvétel hogyan hat a forprofit jellegű kulturális választásokra. A kutatást megalapozandó a téma kapcsolódó fogalmait mutatjuk be, valamint a kutatási területet érintő néhány dokumentumot elemzünk.

Abstract: The study aims to present the key notions of culture-based economic development and the theoretical concepts of related processes. The present article is connected to the research project titled „The impact of the consumption of community cultural programs on for-profit cultural consumption.” The research is based on surveys and interviews and examines how participation in community cultural programs affects for-profit cultural choices. We provide a theoretical framework to the research by presenting the underlying concepts and by analyzing some documents related to the subject matter.

E tanulmány célja a kulturális alapú gazdaságfejlesztés tárgyköréhez kapcsolódó fontosabb alapfogalmak bemutatása, a vizsgálandó terület kontextusba helyezése. Az elméleti kutatási folyamat *A közművelődési-közösségi programok fogyasztásának hatása a forprofit jellegű kulturális fogyasztás alakulására* című kutatáshoz kapcsolódik. Ebben a kérdőíves lekérdezésen és interjús vizsgálaton alapuló kutatásban azt elemezzük, hogy a közművelődési, közösségi művelődési formákban történő részvétel mutat-e összefüggést a forprofit jellegű kulturális eseményeket érintő választásokkal. Szándékunk szerint a kutatás eredménye fókuszba helyezi a közművelődési intézményrendszer és feladatellátók által végzett tevékenységek gazdaságfejlesztő hatásainak jelentőségét és lehetőségeit, valamint erősíti a közművelődés társadalmi és gazdasági beágyazottságának elismerését.

Kapcsolódó fogalmak

Számos tudományos forrásból tanulmányozható napjainkban a politika, a gazdaság, a társadalom és a kultúra rendszereinek összefüggése. A kultúra maga a társadalom tagjai számára egy sajátos szükséglet kielégítését szolgálja. Funkciói lehetnek a szórakoztatás, a tanítás, a nevelés, de a

kikapcsolódás és a példamutatás is. „A kulturális produktum, mint termék és a kultúrát közvetítő állandó vagy ideiglenes intézmény vagy vállalkozás szolgáltatásként jelenik meg. Ez azt is mutatja, hogy a kultúra a gazdasági élet, a gazdasági tevékenység és a gazdasági szerkezet része.” (Szabó–Katonáné Kovács 2018) A kulturális szolgáltatások a piaci, az állami és a nonprofit formában működő kultúraközvetítők által is elérhetőek lehetnek számunkra, így elmondható, hogy a három terület együttes működése határozza meg a kulturális szféra alakulását.” (Szabó–Katonáné Kovács 2018)

A szolgáltatók között speciális helyzetben vannak a kultúraközvetítők, hiszen egy alapvetően piaci szektorban számos nem piaci alapokon szerveződő és működő szolgáltató van jelen. A világban számos formátum létezik a kulturális szolgáltatók rétegződésére, megoszlására, Európában azonban jellemző az állam és a nonprofit szektor kulturális szerepvállalása.” (Szabó–Katonáné Kovács 2018)

„A kulturális szervezetek, legyenek azok intézmények vagy vállalkozások, már alapvetően szolgáltató szervezetek. Ezek között vannak tisztán vállalkozási jellegű cégek, mint pl. egy könyv- vagy hanglemezkiadó, egy médiacentrum, egy galéria. Vannak több-kevesebb társadalmi érdeket megjelenítő nonprofit szervezetek (egy művelődési ház, egy színház, egy városi művészeti fesztivál, TV-csatorna, stb.), aminek a finanszírozása részben vagy teljesen közvetlen vagy közvetett állami forrásból történik.” (Szabó–Katonáné Kovács 2018)

A kulturális termékek – jelen esetben a termék a kulturális szolgáltatás – piacát is a vevők és az eladók, azaz a kereslet és kínálat alakítják.

„Az eladó érdeke a létrehozott kapacitás (mennyiség, befogadóképesség) lehető legmagasabb áron való maximális értékesítése, hogy a lehető legkedvezőbb bevételt és nyereséget érje el. Az eladó, mint kulturális vállalkozó (vállalkozás) tehát valamilyen kulturális kínálatot szeretne értékesíteni a piacon.” (Szabó–Katonáné Kovács 2018)

„A fogyasztói igények kielégítése során a kulturális piacon is versenyhelyzet alakul ki. A kulturális javak esetében a fogyasztói szabadság lényegesen jobban érvényesül, mint a normál javak esetében. Itt ugyanis nem csak a széles spektrumban rendelkezésre álló kulturális termékek és szolgáltatások versenyeznek egymással, hanem más termékek és szolgáltatások is a fogyasztó látókörébe kerülnek. A versenyben az nyer, aki a vevőt meg tudja győzni a nála megszerezhető előnyökről. A kulturális javak fogyasztása esetén a klasszikus gazdasági jellemzők mellett fontos szerep jut a kulturális tőkének. Ebben az esetben ugyanis a fogyasztó az élvezeti érték növelése érdekében nem a csökkenő határhaszon elve szerint fogja vissza a fogyasztást, hanem a kulturális tőke növelése érdekében többnyire növeli azt. Így a kulturális javak versenyében az is szerepet játszik, hogy ki tud nagyobb hasznosságot mutatni a kulturális tőke növelése érdekében.” (Szabó–Katonáné Kovács 2018)

A közművelődési tevékenység jellemzően kormányzati, önkormányzati forrásokból finanszírozott szolgáltatás. Önkormányzati támogatásokhoz azok az intézmények, szervezetek jutnak, amelyek működésétől a település hasznot remél. Ez a haszon lehet a település presztízsének növelése, az ismertté tétele, a turizmus fellendülése, a kulturális igények kielégítése mellett az igényszint emelése, a helyi gazdasági társaságok bevételeinek növelése, illetve több haszon kombinációja.” (Szabó–Katonáné Kovács 2018)

A közművelődés terei, intézményei a tevékenységeik és szolgáltatásaik által szintén több fent említett hasznot kívánnak elérni. Gazdasági működésüket támogatandó érdekük a profitábilitás éppúgy, mint az intézmény és település ismertségének és elismertségének növelése.

„A közművelődés a kulturális szféra azon ágazata, ezen belül intézményrendszere, amely az aktív közösségi művelődést és a kulturális javak, szolgáltatások közvetítését végzi. Állami, önkormányzati és más forrásokból, általános és specifikus jogszabályok alapján működik.” (Közművelődési fogalomtár, 2012)

„E fogalom tartalma továbbá az egyének és közösségek művelődési aktivitását felkeltő, segítő feltétel és tevékenységrendszer, amely lehetőséget nyújt az önművelésre, a civil önszerveződésre, a közösségi művelődésre, az egész életen át tartó és az élet minden dimenziójára kiterjedő művelődésre.” (Közművelődési fogalomtár, 2012)

„A közösségi művelődés a helyi társadalomban zajló, rendszerint intézményhez, szervezethez kapcsolódó közművelődési folyamatok összessége. Magában foglalja az állampolgárok öntevékenységére alapozó képzési, alkotó művelődési, ismeretszerző tevékenységeket. A lokalitás mellett meghatározó eleme az egyének aktív hozzájárulása és részvétele a művelődési folyamatok tervezésében, célrendszerének megfogalmazásában, valamint a megvalósításban.” (Közművelődési fogalomtár, 2012)

A Kulturális Törvény 76. § (1) szerint „A települési önkormányzat kötelező feladata a helyi közművelődési tevékenység támogatása, míg a (2) bekezdésbe foglaltak szerint „A települési önkormányzat az (1) bekezdésben meghatározott feladatát a (3) bekezdés szerinti közművelődési alapszolgáltatások megszervezése, a 80. §-ban meghatározott pénzügyi támogatás biztosítása, valamint a közművelődés 82–83. §-ban szabályozott helyi lakossági képviseletének biztosítása révén (a továbbiakban együtt: közművelődési feladatok) látja el.” A (3) bekezdés tartalmazza a hét közművelődési alapszolgáltatás felsorolását; ezen felsorolás g) pontja nevesíti a kulturális alapú gazdaságfejlesztést, mint közművelődési alapszolgáltatást. (1997. évi CXL. törvény)

A kulturális alapú gazdaságfejlesztés fogalma a magyarországi közművelődési és kulturális közbeszédben az ún. Kulturális Törvény, azaz a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről szóló 1997. évi CXL. törvény 2017-ben az Országgyűlés által foganatosított, és 2018. január 2-án hatályba lépett módosítását követően kapott jelentősebb hangsúlyt.

A 85. § (1) bekezdése A területi szintű közművelődési szakmai szolgáltatás keretében ellátandó feladatokat sorolja fel tételesen. Ezen felsorolás c) pontja ekképp határolja körül a feladatkört, melynek a kulturális alapú gazdaságfejlesztés is részegységét képezi: „c) a terület- és vidékfejlesztési célokkal összhangban közművelődési tevékenységgel összefüggő elemzések és fejlesztő programok készítése és hasznosítása, szakmai műhelyek működtetése, innovatív kezdeményezések támogatása, közreműködés a kulturális alapú gazdaság-fejlesztésben a kreatív és kulturális ipari szolgáltatások fejlesztésével”. (1997. évi CXL. törvény)

A Nemzetgazdasági Minisztérium 2013-ban rendeletben rögzített meghatározása szerint a Közművelődés – kulturális alapú gazdaságfejlesztés kormányzati funkció fogalomkörébe tartozik a kulturális turizmus, a kulturális vidékfejlesztés, a közösségi gazdaság feltételeinek biztosítása, a digitális tartalomszolgáltatás, továbbá az információs és kommunikációs technológiákhoz való hozzáférés biztosítása. (NGM 2013)

A fentiekből kitűnik, hogy a kulturális alapú gazdaságfejlesztés a kreatív és kulturális ipari szolgáltatásokon keresztül éppúgy kifejtheti hatását, mint a kulturális turizmus, vagy épp a terület- és vidékfejlesztés területén megvalósuló intézkedések, akcióprogramok által, illetve azokban megtestesülve.

A Covid-19 pandémiás helyzetet megelőzően Európa legdinamikusabban fejlődő ágazatai közé tartoztak a kultúra és az ún. kreatív ágazatok. (Európai Bizottság 2010) Az utóbbi években a kultúra iránti kereslet, valamint a kulturális kínálat is jelentősen növekedett. A társadalmi-demográfiai és szociológai-gazdasági feltételek megváltozása által indukált keresleti növekedési folyamat eredményeképpen a kínálat is folyamatosan növekszik, emelkedik, diverzifikálódik. Ezen folyamat egyik fontos motorja, egyszersmind eredménye, hogy emelkedett-emelkedik az üzleti alapon tevékenykedő szereplők súlya a kulturális kínálat megteremtésében és közvetítésében.

A kulturális ipar kifejezést Theodor Adorno filozófus – saját meglátása szerint – az általa és szerzőtársa, Max Horkheimer által 1947-ben publikált *A felvilágosodás dialektikája* című művében használta elsőként a világon, és a „tömegkultúra" kifejezést cserélte fel a „kulturális ipar" fogalmával. (Adorno 1991)

Az UNESCO 2005-ben elfogadott meghatározása szerint „a kulturális iparágakat a gazdasági tevékenységek olyan csoportjaként definiálhatjuk, melyek kulturális javakat állítanak elő és terjesztenek. Specifikus jellemzőjük, hogy kulturális jelentést hordoznak, használnak, testesítenek meg vagy közvetítenek, függetlenül attól, hogy hordoznak-e kereskedelmi értéket." (Hargitainé Solymosi 2019) A kulturális tevékenység lehet öncélú, vagy hozzájárulhat kulturális javak és szolgáltatások előállításához.

Az Európai Bizottság *Zöld könyv a kulturális és kreatív iparágak potenciáljának felszabadításáról* című 2010-ben készült dokumentuma szintén ezt a definíciót fogadja el, használja és hivatkozza meg. (Európai Bizottság Zöld könyv 2010)

A kulturális ipar párjaként említett kreatív iparág ugyancsak a *Zöld könyv* meghatározása szerint olyan „ágazat, amely a kultúrát használja alapanyagként (input), és kulturális dimenzióval bír, jóllehet az általa előállított eredmény (output) gyakran funkcionális. Ide tartozik az építészet és a dizájn, amely szélesebb folyamatokba integrálja a kreatív elemeket, valamint az olyan alágazatok is, mint a tervezőgrafika, a divattervezés vagy a reklámszakma." (Európai Bizottság Zöld könyv 2010)

A Cappellini és Lennardt által jegyzett *Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleménye a Zöld könyv a kulturális és kreatív iparágak potenciáljának felszabadításáról* című dokumentum megállapítása szerint „különbséget kell tenni a „kultúra" és a „kreativitás" között. Miközben „kultúra" alatt általában a művészi és tudományos fejlődés ismereteinek, gyakorlatainak és szintjeinek egy meghatározott korszakban és egy társadalmi csoporton belüli összességét értik, a „kreativitás" elsősorban az innovatív módon való gondolkodást, vagyis olyan új elgondolások kidolgozásának a képességét jelenti, amely a valóság elemeit (folyamatok, tárgyak, ismeretek stb.) eddig nem létező módon kombinálja. Nem szabadna összetéveszteni az „innováció" fogalmával, amely általánosabb módon olyan eljárásokra és termékekre utal, amelyek keletkezése az ismereteken, technikákon és eszközökön alapul." (Cappellini–Lennardt 2010) Ez a megkülönböztetés alapvető tájékozódási pont, mivel egyrészt lehetővé teszi a mindennapi nyelvben gyakran összetévesztett fogalmak szétválasztását, másrészt nyilvánvalóvá teszi a kultúra, a kreativitás és az innováció szoros összefonódását.

A kulturális turizmus szerepe a kulturális alapú gazdaságfejlesztésben megkérdőjelezhetetlen. „Tágan értelmezve a kulturális turizmus olyan turisztikai termék, amelynek központi eleme a turista legszélesebben értelmezett intellektuális igényeit kielégítő vonzerő […] Szűkebb értelemben a kulturális turizmus olyan turisztikai termék, amelynek keretében a turista kifejezetten kulturális motiváció miatt kel útra, a termék kínálati oldalát képviselő szolgáltatások pedig a kultúra által motivált turista igényeit elégítik ki. Kifejezetten kulturális jellegű motiváció lehet például a műemlékek és örökséghelyszínek felkeresése, a fesztiválokon való részvétel, a kiállítás-, múzeum-, színház- vagy koncertlátogatás, illetve a tanulmányút vagy a zarándoklat […] Ötvözve a fenti két megközelítést megalkotható a kulturális turizmus fogalmának átfogó definíciója: olyan turisztikai termékről van szó, amelyben keresletet képviselő turista motivációja új kultúrák megismerése, kulturális eseményeken való részvétel és kulturális attrakciók meglátogatása, a kínálat központi elemét alkotó vonzerő pedig a felkeresett desztináció sajátos, egyedi kultúrája.” (Rátz 2011)

„A jóléti társadalom első megingásai (például az első olajválság) nyomán kapott több figyelmet a kultúra gazdasági szerepe. Leghamarabb a kulturális ágazat munkahelyteremtő sajátossága került a kulturális politika homlokterébe. Ennél is nagyobb, napjainkig tartó karriert futott be a kulturális örökség (konkrétan az újrahasznosított műemlékek) és a kulturális turizmus stratégiai szövetsége.” (Inkei 2011)

A kultúra gazdasági jelentőségének vizsgálati lehetőségei

„A nemzetek össztermékében növekszik a szabadidős termékek és szolgáltatások részaránya. A lakosság kiadásaiban a kulturális természetű költések (megvásárolt termékek és szolgáltatások, belépőjegyek) növekedési üteme meghaladja a létfenntartás alap- és luxusigényeit (élelem, ruházkodás, egészség, lakás, közlekedés stb.) kielégítő ráfordítások növekedésének mértékét. Az életforma változásával nő a kultúra iránti kereslet, s evvel lépést tart a kínálat: az európai polgárt érő látványok, élmények, események, ingerek, hatások mennyisége, a kultúraközvetítő eszközök és terek száma egyre növekszik. A szabadidős élménytársadalom térnyerésével tovább emelkedik az üzleti világ részaránya a kulturális javak létrehozásában, megőrzésében és terjesztésében. A cégek és vállalkozók egyre több rangsorában lépésről lépésre kerülnek előbbre a kulturális, vagy tágabban a kreatív vállalkozások; ugyanez mondható el a kulturális befektetésekről is. A kulturális produkcióknak az ingyenes műkedveléstől a milliárdos kasszasikerekig terjedő skálája folyamatosan bővül.” (Inkei 2011)

Inkei szerint a kereslet növekedése betudható a fiatalok és gyerekek korábban megjelent fogyasztói csoporttá válása mellett a kultúra iránt immár önálló szegmensként keresletet képező magasabb nyugdíjjal vagy megtakarításokkal rendelkező, jobb egészségi állapotú idősek számának gyors bővülésének. (Inkei 2011)

A kulturális fogyasztás növekedésének egyik kiváltó oka továbbá az értékbizonytalanság, mely problémát okoz az egyéni identifikációban is. A korábban érinthetetlen értékek meginogtak vagy megszűntek, valamint a kultúrában is jelen lévő ideológiai iránymutatás hiánya elbizonytalanította a társadalom bizonyos rétegeit, ezért az egyének gyakrabban fordulnak a kulturális csatornákon keresztül megvalósuló önmeghatározás felé.

A fentiek szellemében belátható, hogy a kultúra gazdasági jelentőségének értékeléséhez kiemelten fontos, hogy nyomon követhető legyen hozzájárulása a gazdasági eredményhez, hiszen a kulturális

alapú gazdaságfejlesztés produktumainak vizsgálata nem történhet esetleges módszerek, valamint összehasonlításra alkalmatlan eljárások párhuzamba állításával. A gazdasági jelentőség volumenének helyes megítéléséhez feltétlen szükségünk van az össztermékhez való hozzájárulás megfelelő mérésére, a folyamatok összehasonlítható módon történő feltárására.

A Zöld könyv 2010-es megállapításai szerint Európa kulturális és kreatív ipara valódi válaszadási potenciált kínál olyan kihívásokra, mint új utak megtalálása a hozzáadottérték-teremtés területén, de az együttélés, az erőforrások megosztása és a sokszínűség élvezetének terén is.

Számos tanulmány bemutatta, hogy rendkívül innovatív, nagy gazdasági potenciállal bíró vállalatok tevékenykednek a kulturális és kreatív iparágakban, így ezek Európa legdinamikusabb ágazatai közé tartoztak-tartoznak: 2010-et megelőzően 2,6%-kal járultak hozzá az EU GDP-jéhez, magas növekedési potenciállal bírtak, és a 27 tagállamban nagyjából 5 millió embernek adtak minőségi munkát. (Európai Bizottság 2010)

A számok alapján belátható, hogy a kulturális alapú gazdaságfejlesztés hozzájárulása a nemzeti és a globális gazdasághoz is jelentős, súlya egyre inkább növekszik-növekedett az utóbbi évtizedekben a 2020-ban bekövetkezett világjárványig. Ezen gazdasági eredmény volumene azonban nem minden modell esetében szűkíthető le a GDP-arányos hozzájárulásra, hiszen a multiplikátorhatást vizsgáló módszerek megkülönböztetnek direkt, indirekt és gerjesztett hatást.

- direkt hatás: a generált foglalkoztatottság és jövedelem,
- indirekt hatás: tartalmaz minden javat és szolgáltatást, melyeket a direkt input céljára kell előállítani
- gerjesztett hatás: a fogyasztói kiadásokban megjelenő változás, melyet a munkajövedelem változása generál a kulturális iparágak közös, direkt és indirekt hatásának eredményeképpen. (Hargitané Solymosi 2016)

A fenti egyszerűsített módszertan-ismertetés és hatáslehatárolás kutatásunk szempontjából azért fontos, mert feltevésünk szerint eredményeink rámutatnak arra, hogy a kultúra gazdaságfejlesztő hatása nem csak a költésekben mutatkozik meg. Kutatásunk eredményei szándékaink szerint nem közgazdasági értelemben, nem számszerűsítve mutatnak rá a közművelődési-közösségi művelődési tevékenység gazdasági hatásaira, hanem összefüggéseket tárnak fel a közösségi-közművelődési részvétel és a kulturális fogyasztás folyamatai között.

A civil, azaz a harmadik szektor robbanásszerű növekedése Magyarországon nem mérhető sok nyugati társadalom hagyományosan erős civil szektorához, azonban a rendszerváltoztatás után érezhetően megnőtt számuk, szerepük és jelentőségük a kulturális és közösségi életben is. A közművelődési ellátórendszer feladata ezen erősödő szektor kezdeményezéseinek felkarolása és támogatása is, mely nemcsak a kínálat növekedésére, de a szektor több lábon álló finanszírozására is jelentős hatással lehet.

Ahogy a civil szektor megerősödési folyamatát, úgy a kínálati oldalon megjelenő új szereplők számának bővülését is generálták a rendszerváltoztatás után megindult kulturális-társadalmi változások. A nagy hatású és gazdasági erővel bíró óriásvállalatok mellett megjelentek a családi cégek és produkciók, valamint a kényszervállalkozók is. A kulturális szektorban kiemelten megfigyelhető a mikrovállalatok tömeges megjelenése. (Inkei 2011)

A közművelődési tevékenységben és intézményekben tehát új szereplők és tűnnek fel, melyek esetében a részvétel olyan új területek iránti érdeklődést is generálhat, mely a gazdaság mélyebb rétegeiben is kifejti hatását.

Inkei a rendszerváltoztatás utáni húsz év kulturális politikáját vizsgáló tanulmányában rámutat arra, hogy a közművelődés szilárd pozíciója magyar sajátosság. Hazánkban a közművelődés gyakorlatilag egyenrangú alágazat a művészetekkel és a kulturális örökséggel. Magyarországon a rendszerváltás után is szilárd maradt a közművelődés szerepe „szakmai gárdája, helyi elfogadottsága, aktivitása és látogatottsága" okán. (Inkei 2011)

Magyarországon utoljára 2003-ban zajlott átfogó, reprezentatív mintán vizsgálódó kultúrakutatás. A Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumának megbízásából az MTA Szociológiai Kutatóintézete 3400 fős országos reprezentatív mintával valósította meg vizsgálatát Magyarország kulturális állapota az EU csatlakozás küszöbén címmel. A kutatás arra az alaptézisre épült, hogy „A társadalmi differenciálódásban, a társadalmi egyenlőtlenségi rendszerben a kulturális fogyasztás különbségei meghatározó szerepet játszanak." (Hunyadi 2004)

A kutatási folyamat tehát abból indul ki, hogy a kulturális differenciálódás olyan társadalmi rétegződést vált ki, amely vizsgálódásra érdemes. A kutatás alapján készült tanulmánysorozat első füzete a „kérdéseket a művelődési házakkal kapcsolatban elemzi, s abból a feltételezésből indul ki, hogy a művelődési házak ideális színterei lehetnek mind a különbségek csökkentésének, mind a sokféle kulturálódási lehetőségek biztosításának." (Hunyadi 2004)

A művelődési házak szerepe a kötet szerzője szerint az, hogy „a lakosság széles részének nyújtsák egyrészt a kultúra, különösen a társas, közösségi művelődés, másrészt a kulturált társas együttlét lehetőségét." (Hunyadi 2004)

A füzet megállításai szerint a kulturális intézmények közül a közművelődés intézményei esnek legközelebb a megkérdezettek lakóhelyéhez. Részben a kisebb fizikai távolság, részben a helyi rendezvények szervezéséhez, valamint helyszínéhez kötődés az oka annak, hogy ezek az intézmények vonzzák a legnagyobb közönséget. „Míg […] egy év alatt múzeumba, moziba vagy színházba a lakosság kb. 30-40 %-a jut el, addig a lakosság több mint fele fordul meg valamilyen céllal a művelődési házakban, bár nem feltétlenül valamilyen kulturális eseményen." (Hunyadi, 2004) Ez utóbbi tény arra enged következtetni, hogy már 2003-ban is többfunkciós intézményként, helyszínként működtek a közösségi színterek, ami az azóta eltelt évek során még tovább fokozódott. Megjelentek az Agóra-típusú multifunkciós intézmények, melyek kínálata és szolgáltatási palettája jóval összetettebb, mint a hagyományos kultúrházaké, művelődési otthonoké vagy művelődési központoké volt valaha. Emellett azonban a klasszikus, hosszabb múltra visszatekintő intézménytípusok szerepe és feladata is összetettebb lett. Ezek a funkció-bővülések óhatatlanul magukkal hozták a közönség kiszélesedését, ugyanakkor azokon a településeken, ahol az egyetlen ilyen típusú szolgáltatásokat nyújtó helyszín a közművelődési intézmény, színtér, olyan látogatók is megfordulnak, akik korábban – kifejezetten kulturális célzattal – nem látogatták az adott intézményeket.

„A művelődési házak az egyenletes területi elhelyezkedés, a könnyű elérhetőség mellett a kedvező (vagy nem létező) belépődíjak és a vegyes összetételű és színvonalú programkínálat következtében nemcsak a legszélesebb, de a legheterogénebb látogatói kört tudhatják magukénak." (Hunyadi 2004)

A vizsgálat eredményei szerint a különböző kulturális intézmények közül a közművelődés színtereinek látogatottsági gyakorisága a legkiegyenlítettebb az egyes társadalmi-demográfiai szegmensekben. „Míg moziba pl. a legfiatalabbak 25-ször gyakrabban járnak, mint a legidősebbek, addig a művelődési házak esetében csak kétszeres a különbség e két korcsoport között.” (Hunyadi, 2004) Ez a tény arra enged következtetni, hogy a közösségi művelődés színterei olyan széles spektrumát kínálják a közösségi eseményeknek, kulturális programoknak és szolgáltatásoknak, hogy korosztálytól függetlenül a lakosság többsége látogatóként vagy program-résztvevőként jelen van ezen helyszíneken.

A fentiek alapján kijelenthető, hogy a közművelődési színterek és szakmai tevékenységek vizsgálata mélyebb betekintést adhat a kulturális rendszer működési mechanizmusaiba, így a vizsgálódásunk tárgyát képező kulturális alapú gazdaságfejlesztés folyamatainak feltárása során sem megkerülhető.

A korábbi hazai vizsgálatok azt mutatták, hogy „A művelődési házba járás és egyéb (pl. olvasás, színházlátogatás, könyvtárlátogatás) kulturális tevékenységek végzése között összefüggés van, ami annyiban természetes, hogy a különböző kulturális tevékenységek egyik lehetséges színtere épp a művelődési ház. […] Aki tehát jár művelődési házba, az más kulturális eseményen is nagyobb valószínűséggel megtalálható, mint aki nem jár, vagy megfordítva, aki nem jár művelődési házba, az nagyobb valószínűséggel nem jár el más kulturális eseményre sem.” (Hunyadi 2004) Ezek az adatok adták az alapot a kutatásom alapkérdéseinek megállapításához.

Ezek alapján nem mehetünk el a közművelődés-közösségi művelődés gazdaságfejlesztő folyamatai mellett, értékelnünk kell ezen tevékenységek és szolgáltatások súlyát és gazdasági hatását. Mindennapi tapasztalataink szerint a közművelődésben dolgozó szakemberek számára is fejtörést okoz az ezen alapfunkcióhoz kapcsolódó feladatok kijelölése, pedig a fentiek tükrében jól látható, hogy a feladatellátók számos olyan tevékenységet végeztek az eddigiekben is, amelyek gazdasági hatása megkérdőjelezhetetlen, habár nehezen kimutatható. Bízunk benne, hogy a kutatási eredmények és a jó példák felmutatása, mélységében megismertetése előremutató folyamatokat indít meg a közművelődési munkában, illetve az ezekre történő felkészítésben, oktatásban. Ezzel lehetőséget teremthetünk nem csak az eddig elvégzett művelődési tevékenységek értékelésére, valamint a kulturális irányvonalak utólagos értékelésére, hanem a jövőbeni fejlesztési irányok meghatározásához, akciótervek kidolgozásához és a hatások előzetes felméréséhez, becsléséhez is hozzájárulhatunk.

Az elméleti, szakirodalmi háttér feldolgozása során kísérletet tettem az általam vizsgálandó témakör (kulturális alapú gazdaságfejlesztés, mint közművelődési alapfeladat) elméleti kereteinek megadására és a fontosabb fogalmak számbavételére, áttekintésére. A szakirodalom alapján feltérképeztem a vizsgálandó alapfolyamatokat, azok elágazásait, ezáltal tudatosabban alakíthattam ki kérdéseimet a kérdőíves és személyes interjús vizsgálatok során.

Összegzés

Tanulmányunkban kísérletet tettünk az általunk vizsgálandó témakör (kulturális alapú gazdaságfejlesztés, mint közművelődési alapfeladat) elméleti kereteinek megadására és a fontosabb fogalmak számbavételére, áttekintésére. A szakirodalom alapján feltérképeztük a vizsgálandó alapfolyamatokat, azok elágazásait, ezáltal tudatosabban alakíthatjuk ki kérdéseinket

a kérdőíves és személyes interjús vizsgálatok során.

A kulturális szektor gazdasági súlyának növekedése, valamint hazánk 2017-ben hatályba lépett új kulturális törvénye, mely kötelező feladatként jelölte ki bizonyos intézménytípusok számára a kulturális alapú gazdaságfejlesztést, egyre inkább arra sarkallja a közművelődésben dolgozókat, hogy kísérletet tegyenek a szakmai munka gazdasági hatásainak felmérésére.

Ebből a szándékból kiindulva egy hazai előzményekkel és összehasonlító kutatási eredményekkel csak részben rendelkező területet választottam kutatásom témájának.

Mivel a konkrét gazdasági hatások elemzése komoly közgazdasági előképzettséget feltételez, így kevésbé ezen hatások, mint inkább a folyamatok összefüggéseinek vizsgálatára helyeztem

a hangsúlyt.

A téma szakirodalmának áttekintése alapján úgy gondolom, hogy a közművelődési tevékenység áttételes gazdasági hatása megkérdőjelezhetetlen, ezért további kutatása a szakma közép- és hosszútávú stratégiai tervezésének érdekében elengedhetetlen.

A kutatási folyamatot és a tanulmány elkészítését a Nemzeti Művelődési Intézet Közművelődési Tudományos Kutatási Program Tudományos Diákköri munkát végzők számára alprogramja támogatta.

Felhasznált irodalom:

- 1997. évi CXL. törvény (Elérhető: https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99700140.tv)
- 68/2013. (XII. 29.) NGM rendelet (Elérhető: https://net.jogtar.hu/getpdf?docid=A1300068.NGM&targetdate=fffffff4&printTitle=68/2013.+%28XII)
- Adorno, Theodor (1991): The Culture Industry. London – New York, Routledge Classics (Elérhető: http://www.imagomundi.com.br/filo/adorno_culture_industry.pdf)
- Cappellini, Claudio – Lennardt, Jörg (2010): Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleménye a Zöld könyv a kulturális és kreatív iparágak potenciáljának felszabadításához, Európai Gazdasági és Szociális Bizottság, Brüsszel. (Elérhető: https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/ces1364-2010_ac_hu.doc)
- Európai Bizottság (2010): Zöld könyv a kulturális és kreatív iparágak potenciáljának felszabadításáról, Brüsszel. (Elérhető: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52010DC0183&from=EN
- Hargitainé Solymosi, Beatrix (2016): A kultúra gazdasági értékelése, Statisztikai Szemle, 2016/7. szám (Elérhető: https://www.ksh.hu/statszemle_archive/2016/2016_07/2016_07_773.pdf)
- Hargitainé Solymosi, Beatrix (2019): Kulturális projektek fenntarthatósága Magyarországon, Doktori értekezés, Pécsi Tudományegyetem, Pécs (Elérhető:

https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/24114/hargitaine-solymosi-beatrix-phd-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hunyadi, Zsuzsa (2004): A művelődési házak közönsége, helye, szerepe a kulturális fogyasztásban, Találkozások a kultúrával 1., Magyar Művelődési Intézet, Budapest
- Inkei, Péter (2011): Állami kultúratámogatás és kulturális politika Magyarországon az elmúlt húsz évben. In: Dér Cs. D. – Zachar B. (szerk.): Új utak a művészeti menedzsmentben. Arts and Business Kiadó. Budapest. (Elérhető: https://docplayer.hu/1137989-Inkei-peter-allami-kulturatamogatas-es-kulturalis-politika-magyarorszagon-az-elmult-husz-evben.html)
- Közművelődési fogalomtár (2012), Nemzeti Erőforrás Minisztérium Közművelődési Főosztály (Elérhető: https://docplayer.hu/200640-Kozmuvelodesi-fogalomtar.html)
- Központi Statisztikai Hivatal (2005): A kulturális statisztika módszertana és fogalmai – Statisztikai módszertani füzetek, 45, Budapest. (Elérhető: http://mek.oszk.hu/11100/11108/11108.pdf)
- Központi Statisztikai Hivatal (2011): Kultúrstatisztikai adattár, 2000-2010, Budapest (Elérhető: https://mek.oszk.hu/11200/11216/11216.pdf)
- Rátz, Tamara (2011): Kulturális turizmus. In: Michalkó Gábor (vezető szerző): Turisztikai terméktervezés és fejlesztés, Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- UNESCO (2005) Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions (Elérhető: http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text/)
- Szabó, József – Katonáné Kovács, Judit (2018): Kulturális vállalkozás- és gazdaságfejlesztés. Tudástár a közösségi művelődésben VII. kötet, Nemzeti Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft.