

Marosán Gréta - Márkus Edina: A kreatív gazdaságtól a kulturális alapú gazdaságfejlesztésig [1]



[\[1\]](#) A kutatási folyamatot és a tanulmány elkészítését a Nemzeti Művelődési Intézet Tudományos ösztöndíjprogramjának „Közművelődési Ösztöndíj Tudományos Diákköri munkát végzők számára” alprogramja támogatta.

A tanulmány célja a kulturális alapú gazdaságfejlesztéshez kapcsolódó fontosabb fogalmak és elméleti munkák bemutatása. A munkánk a *Helyi szellemi, épített és természeti örökségen alapuló kulturális gazdaságfejlesztés* című kutatáshoz kapcsolódik. Ebben a terepkutatásra és interjú vizsgálatra épülő kutatásban azt vizsgáljuk, hogy a kultúra milyen szerepet tölt be a hazai települések gazdaságának fejlesztésében, mennyire valósul meg kulturális alapú gazdaságfejlesztés, milyen modellek figyelhetők meg, miben változik a település infrastruktúrája és a lakosok felfogása, amikor egy-egy ötlet megvalósításra kerül, mennyire erősíti a helyiek identitástudatát, ha van, amire igazán büszkének lehetnek a településen, mi mentén érdemes elindulni, ha kulturális alapú gazdaságfejlesztésbe kezdene egy település.

Aktuális a témánk, mivel az 1997. évi CXI. A muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről szóló törvény 76. § (3) bekezdésében található hét közművelődési alapszolgáltatás közül az egyik a kulturális alapú gazdaságfejlesztés. A 20/2018. (VII. 9.) EMMI rendelet a közművelődési alapszolgáltatások, valamint a közművelődési intézmények és a közösségi színterek követelményeiről tovább pontosítja, az alapszolgáltatáshoz kapcsolódó szakmai feladatokat a 11. § (1) bekezdésében, utalva a Kultv. 76 § (3) bekezdésére a következő szakmai feladatokat nevezi meg: a helyi szellemi, épített és természeti örökségre építő közösségi és kreatív gazdaságot fejlesztő programok, tevékenységek és szolgáltatások szervezése, megvalósításának támogatása; az egyéni és közösségi tudást és kreativitást erőforrásként értelmező és használó helyi gazdaságot fejlesztő programok kezdeményezése, megvalósításának támogatása; a kulturális terület- és településfejlesztéssel, helyi vállalkozás- és termékfejlesztéssel, kreatív iparral, a kulturális turizmussal kapcsolatos programok, tevékenységek, szolgáltatások szervezése, megvalósításának támogatása; az információs és kommunikációs technológiák, a digitalizáció kulturális alapú használatához hozzásegítés.

Élénk a téma iránti érdeklődés több tudományterületen is. A kulturális gazdaságfejlesztéshez kapcsolódó témákat többek között a regionális, földrajzi (Enyedi, 2002), a területfejlesztési, város-

és vidékfejlesztési (Czene, 2002; Czene és Ricz, 2010; Fodor, 2012; Kereszneyi, 2012; Murányi, 2012) szakirodalmak terén, de a turizmus irodalmában is megtaláljuk (Puczkó és Rácz, 2005; Michalkó, 2016). Továbbá a kultúra-gazdaságtan is foglalkozik ilyen jellegű kérdésekkel, elsősorban az 1990-es évek végén és a 2000-es évek elején főként a kultúrpiac és a kulturális iparágak szemszögéből (Lash és Urry, 1994; Scott, 1997; Harsányi, 2000).

Az utóbbi időszakban elsősorban városokra vonatkozó elemzéseket találunk, úgy, mint kulturális főváros, kreatív város (Juhász et al., 2001; Czirfusz, 2013; Mislivetz, 2014; Márkus, 2016, Morvay, 2018; Pratt, 2008; Pratt, 2011;) tanuló városok projektek.

Ezen túl az Európai Unió kulturális politikájában is hangsúlyos ez a témakör (Florida, 2004; Cappellini és Lennardt, 2010; Szemző és Tönkő, 2015; Culture Action Europe, 2016). Egyre inkább teret nyernek az okos városok, melyek a kreatív közösségek gyűjtőegységei (Csath, 2018). Továbbá az Európai Unió kiemelt figyelme abból is érzékelhető, hogy a 2015-2018-as időszakra szóló kulturális munkatervében megfogalmazottaknak megfelelően a prioritást élvező négy terület közül egy a kulturális és kreatív ágazatokra vonatkozik (Európai Bizottság, 2017:1), 2009-ben az Európai Unió hivatalos éve a kreativitás és innováció volt (Kereszneyi, 2015:23).

De a gyakorlat is visszaigazolja, hogy érdemes ezzel a témával foglalkozni, hisz kutatásunkhoz számos kezdeményezést találtunk meg feltáró munkánk során.

Ebben a munkánkban a kutatás elméleti megalapozást kívánjuk megtenni.

Kapcsolódó fogalmak

Ahhoz, hogy képet kapjunk a téma komplexitásáról meg kell vizsgálnunk néhány alapfogalmat, melyek segítik a továbbiakban a megértést.

Gazdaság, ökonómia (oikonomia) szavunkat Arisztotelésznek köszönhetjük, aki a fogalom alatt sokkal többet értett, mint mi tesszük azt napjainkban. A gazdaságot egy rendszer részeként képzelte el, amelyben a közösség volt a vonatkoztatási alap. Az ökonómia a közösséghez tartozott, a családi háztartáson alapuló (oikosz - ház), a család, illetve a tágabb közösség, a polisz anyagi szükségleteinek kielégítését szolgáló gazdálkodást, a létfenntartáshoz szükséges dolgokat jelentette (Arisztotelész, 1998).

A gazdaság és a lokalitás összefonódásával létrejövő *helyi gazdaság* fogalmának leírására pedig a következő definíciót alkotta meg Czene és Ricz (2010): Egy település, mikro-vagy kistérség saját adottságai által motivált, ezeket az adottságokat fenntartható módon felhasználó belső erőforrásainak mobilizálása által működtetett, összehangolt akciók vagy tevékenységek, emberek, intézmények, anyagok, erőforrások és eljárások összessége. A *helyi gazdaság fejlesztését* egyben egy hosszú távú tanulási folyamatként is értelmezik, mely az igényfelméréstől a visszacsatolásig számos etapból áll. Valamint hozzáteszik, hogy nem csupán helyi gazdaságfejlesztésről beszélünk, hanem a helyben való hasznosulásra hivatkozva helyi érdekű gazdaságfejlesztésről. Lengyel (2010) pedig a gazdasági folyamatokba való tudatos, helyi közösségi beavatkozásként értelmezi, mely a fenntartható fejlődést tűzi ki célul. A nem-formális tanulás eleve pozitívan hat az ilyen fejlesztő folyamatokra (Györgyi et. al, 2015; Márkus, 2010; Márkus et al, 2016; Márkus – Juhász, 2018).

Mint tudjuk a gazdaság fejlesztésére számos mód van, azonban az elmúlt évekre visszanézve egyre inkább bevett módszernek tűnnek a sokáig háttérben maradó, vagy legalábbis nem

strategikusan alkalmazott kulturális alapú vagy kreatív gazdaságfejlesztést megcélzó programok. Ugyan gyakran együtt emlegetjük a két alternatívát, mégis különbséget kell tennünk.

Míg „*kultúra*” alatt a művészi és tudományos fejlődés ismereteinek, gyakorlatainak és szintjeinek egy meghatározott korszakban és egy társadalmi csoporton belüli összességét értjük, addig a „*kreativitás*” az innovatív módon való gondolkodást, vagyis olyan új elgondolások kidolgozásának a képességét jelenti, ami nem összetévesztendő az „*innováció*” fogalmával (Cappellini és Lennardt, 2010).

Kulturális innovációról akkor beszélünk, amikor az innovációs tevékenység forrása, tárgya, vagy a kibontakozási területe, eredménye közvetlen, vagy közvetett kapcsolatban áll a kultúra-ipar, illetve a kreatív ipar valamely ágával (RIS Dél-Dunántúl, 2004). Manapság a kreativitás már nem annyira új világi tárgyak előállítását jelenti, hanem csupán egy innovatív tevékenységet. Nemcsak a költők, építészek, művészek lehetnek kreatívak, hanem szinte bármit kreatívvá tehetünk, akár városokat, gazdaságokat is (Smith és Warfield, 2007).

Szintén fontosnak tartjuk tisztázni a *kulturális és a kreatív iparág (KKI)* fogalmakat, melyeknek egyértelmű és általánosan elfogadott meghatározása még nem létezik (Cappellini és Lennardt, 2010), csak az Európa 2020 stratégia által is elismert jellemzőik kerültek eddig rögzítésre. Mivel országonként eltér a fogalomhasználat, egyetemes definíciót nem tudunk megjeleníteni. Mint ahogyan több ország különbséget tesz állami, non-profit és privát szektor között, így a kreatív ipar kifejezésnél is elmondható, hogy nem mindenhol alkalmazzák, helyette a kulturális ipar kifejezés használatos például Spanyolországban (Hölzl, 2006:5). Ugyanakkor Kovács (2014) például az élményipar kategóriába sorolja be, melynek komplexitását példákkal támasztja alá tanulmányában. A két fogalom összefonódását illetve azonosságát mutatja, hogy tulajdonképpen a kulturális tevékenységek köré szerveződő iparágakat hívjuk kreatív iparágaknak (Musterd et al. 2007:18). Mindkét ágazatról átfogó gyűjtést végzett Keresneyei (2015), aki a kulturális iparágakat az alábbi jellemzőkkel illeti: kulturális termékeket vagy szolgáltatást állítanak elő, céljuk, hogy a társadalom minél nagyobb része számára elérhetővé tegyék a kulturális értéket hordozó termékeket vagy szolgáltatásokat, kulturális értéket közvetítenek, ugyanakkor tömegtermékeket állítanak elő, a szolgáltatásokat nyújtó intézmények főleg állami kézben találhatóak (Keresneyei, 2015: 49).

A *kreatív gazdasággal* kapcsolatban egyelőre az az értelmezés elfogadott, hogy a kreatív gazdaságot kreatív iparágak alkotják (Keresneyei, 2012). Bár a kultúra iparként való felfogását Adorno és Horkheimer erősen bírálták (Adorno és Horkheimer, 1947), ezért aztán a *kreatív ipar*, mint fogalom csak a 90-es évek második felében jelenik meg. A kreativitás és a gazdaság viszonya azonban sokkal régebbre nyúlik vissza. Egy jó üzletembernek kreatívnek és innovatívnak kell lennie (Keresneyei, 2015), és azt is kijelenthetjük, hogy ezek a személyiségjegyek a fogyasztói társadalom hatására egyre inkább meghatározóvá válnak.

Visszakanyarodva a *kreatív ipar* fogalmához, a teljesség igénye nélkül felsorolom néhány jellemző jegyét: munkahelyeket teremtenek, komparatív előnyöket indukálnak, a helyi fejlődés tényezői és az ipari változás hajtóerői, központi szerepet játszanak a növekedés, a versenyképesség, valamint az európai közösség és polgárai szempontjából, stb. (Cappellini és Lennardt, 2010:4). Keresneyei (2012) összefoglalásában olvashatjuk, hogy a kreatív ipart négy általánosan bevett jellemzővel tudjuk körülírni. Ez alapján igaz rá, hogy a kulturális iparnál nagyobb hatókörű, azt is magába foglalja, elsődleges inputja a kreativitás és a szellemi tőke, ebből adódóan egyszerre bír kreatív tartalommal és gazdasági értékkel, ezen kívül pedig az általános gazdaság fogalmára is érvényes állítás is vonatkozik rá, mely kimondja, hogy a társadalom által megtermelt és fogyasztott kreatív

produktumok és szolgáltatások létrehozását és elosztását végzi (Keresneyei, 2012). A kreatív iparágak mérésére pedig Higgs és Cunningham (2008) dolgozott ki formát. A végtermékkel kapcsolatos mérések mellett a foglalkoztatottság, a cégek aktivitása, a GDP arány és az exportrészesedés, amelyek segíthetnek az iparág hatásosságát ellenőrizni (Higgs és Cunningham, 2008).

Kulturális alapú gazdaságfejlesztésre jellemző a helyi kulturális és közösségi erőforrásokra támaszkodó gazdaságfejlesztési folyamatok generálása; a kulturális turizmus, a kulturális vidékfejlesztés, a kreatív gazdaság és a közösségi gazdaság feltételeinek elősegítése és az információs és kommunikációs technológiákhoz való hozzáférés biztosítása (Arapovics és Vercseg, 2017:118). A kultúra tágabb fogalmán sok mindent érthetünk, de a szellemi, épített és öröklött kultúra mindenképp ide tartozik, amelyek vonatkozásában egyre divatosabb a fent említett kulturális turizmus kiépítése, amely közvetlenül járul hozzá a helyi gazdaság bővüléséhez. Valamint O'Connor (2007) értelmezése szerint a kulturális iparágak elsődleges gazdasági értéke kulturális értékükből származik, vagyis a kulturális alapú gazdaságfejlesztés alappillérei.

A szellemi, épített és természeti örökség, mint külön-külön definiálásra érdemes fogalmak. Míg angol nyelvű szakirodalmak megfogható (tangible) és megfoghatatlan (intangible) örökség között tesznek különbséget (Munjery, 2004), addig magyar vonatkozásban magyar világörökségi helyszínekről és szellemi kulturális értékekről beszélünk. Megfogható kategóriában eddig négy elismert természeti (Aggteleki-karszt, Hortobágyi Nemzeti Park, Fertő kultúrtáj, A tokaji borvidék) és négy épített (Budapest- a Duna-partok, a Budai Várnegyed és az Andrássy út, Hollókő – a hagyományőrző palóc falu, Pannonhalmi Bencés Főapátság, Pécsi ókeresztény sírkamrák) örökség szerepel (Csorba, 2017). Szellemi kulturális örökség tekintetében jelenleg 40 értékről számolhatunk be (Szellemi Kulturális Örökség Magyarországon honlap, 2020). Többek között ide tartozik a Mohácsi busójárás, a Matyó népművészet és a Táncházmozgalom is. Ezeket fogja össze, és egészíti ki további kategóriákkal a Hungarikum, a magyarság csúcsteljesítményét jelölő gyűjtőfogalom, melynek 8 kategóriájába, több mint 75 értéket tudunk besorolni (Hungarikumok Gyűjteménye – Magyar Értéktár honlap, 2020). Nemzeti szinten pedig folyamatosan bővülő kategóriába sorolhatóak a különféle értékek, melyből a mai napig több mint 6600 került elismerésre (Hungarikumok Gyűjteménye – Magyar Értéktár honlap, 2020). Ezek az értékek kapcsolódó szolgáltatásokat hordozhatnak magukban egy nemzet számára, melyek hasznosítása nagy tudástartalmat jelent. Egyben úgy termelhető bevétel egy település számára, hogy helybe jönnek értük a fogyasztók (Csath, 2018).

A gazdaságfejlesztés értékorientációi és a kezdeményezések kiindulása

A kreatív gazdaságfejlesztés vonatkozásában a szakirodalom két domináns érték-orientációt különböztet meg azzal kapcsolatban, hogy milyen értékek és elvek tesznek egy várost kreatívvá. Az egyik a *kreatív város kultúra-centrikus értelmezése*, mely a településen lezajló, és a lakosok jó közérzetének és életminőségének javulását célzó kreatív tevékenységeket helyezi előtérbe. Ez esetben a gazdasági haszon másodlagos, inkább a társadalmi felelősségvállalás jelenik meg vezérelvként.

A másik koncepció *gazdaság-centrikus, profitorientált*, melyben a helyi gazdaság fejlesztése és erősítése a fő motívum (Adorno, 1991:99; Szemző és Tönkö, 2015:5). Mindezt a gyakorlatba átültetve, az európai példák két csoportba sorolhatóak Szemző és Tönkö (2015) szerint, az

egyikben a kreatív városvezetési/irányítási modellek a dominánsak, míg a másikon a kreatív vállalkozások betelepítése, támogatása és fenntartása a változás előrevivője. A két modellt nem lehet teljesen egyértelműen szétválasztani egymástól, legfeljebb a hangsúlyok vannak más helyen. Az általunk vizsgált települések esetében is megpróbáljuk az értékeket, elveket feltárni és a jellemző érték-orientációs csoportba besorolni az egyes kezdeményezéseket.

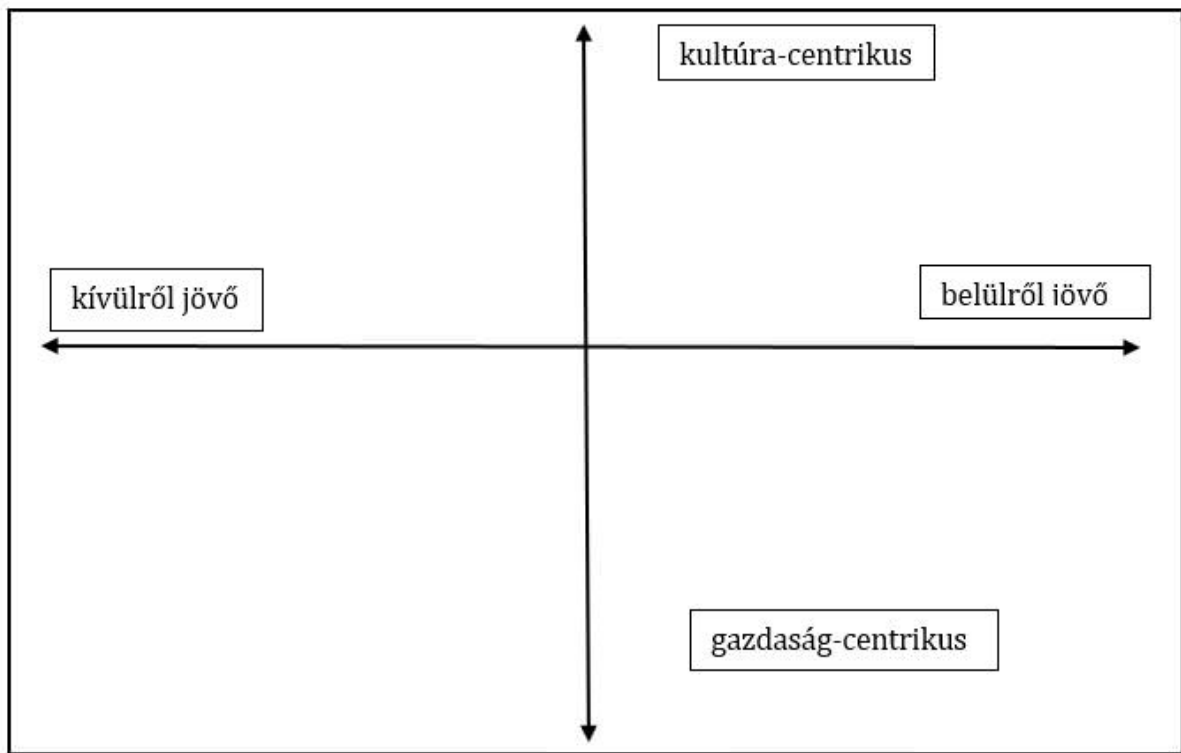
A települések fellendítésére több elképzelés is megalkotható. Ha megfigyeljük, a legtöbb hazai kistelepülést öregedő társadalmi rendszer jellemzi, így a belső, endokultur kezdeményezés (Köstlin, 1997) általánosan nem jellemző. Magyarország vonatkozásában legtöbb esetben inkább a kívülről jövő alternatív ötletek generálják egy térség fejlődését (Rabb, 2004; Czene és Ricz, 2010; Murányi, 2012). Ilyen esetekben kívülről pótolhatók a hiányzó erőforrások, mely legtöbbször befektetők letelepítését jelenti (Czene és Ricz, 2010).

Több szakirodalomban is (Günlü et al. 2009; Pap, 2014a; Pap, 2014b) a desztinációvá válás, azaz a 21. századi élménytársadalomra (Schulze, 1992; Kovács, 2014) alapozott turizmus fellendítése az erre a kérdésre vonatkozó megoldás. Ugyanakkor a vállalkozás- és mikrovállalkozás fejlesztés, a munkahelyteremtés és -megtartás, a civil szervezetek támogatása, a kulturális örökségvédelem az alternatív jövedelemszerzés (pl. helyi piacok, kézműves tevékenységek) is járható utak. Ezen területek fejlesztésére kínálnak megoldást többek között a civil szervezetek, közművelődési intézmények, országos és Európai Unió pályázatok.

Bármely utat is választja egy település, az ideális megoldást a *belülről és a kívülről jövő kezdeményezések* ötvözte adja Czene és Ricz (2010) szerint. Ezzel a kétperspektívás elmélettel nagyban növelni lehet a fenntartható kultúrát, melyet a hagyományokhoz visszanyúlva, de a jövő szemszögéből érdemes értelmezni és eladható termék, szolgáltatás kialakítani (Hartog, 2000). Éppen ezért azt is fontos szem előtt tartani, hogy ne egy távoli településről legyen irányítva a folyamat (Csath, 2018), találjuk meg az egyensúlyt a kereslet és a helyi érték nyújtotta lehetőség között.

A kultúracentrikus és gazdaságcentrikus értékorientáción alapuló (Adorno, 1991; Szemző és Tönkö, 2015) és a belülről jövő és kívülről érkező ötletek (Czene és Ricz, 2010) koncepciók kapcsán egy saját eszköz alkottunk, mivel ahogyan az egyes említett szerzők és az őket elemzők megjegyzi, nincs tisztán egyféle eset, egy koordináta rendszert készítettünk, amelynek egyik tengelyén az értékorientáció, a másik tengelyén a kezdeményezés kiindulása van.

1. ábra A kulturális alapú gazdaságfejlesztési célú kezdeményezések értékorientációja és a kezdeményezők helyzete koordináta rendszer



Ezeknek a tengelyeknek a mentén próbáljuk majd a vizsgált kezdeményezéseket elhelyezni. Ez az ábrázolási mód későbbi kutatások során is jól szolgálhatja a kulturális alapú gazdaságfejlesztési programok bemutatását, megismerését.

Nemzetközi és hazai elméleti munkák és vizsgálatok a témát érintően

Nemzetközi viszonylatban több kutatás is született már a gazdasági és kulturális kreativitás szerepéről, olyan nagy európai városokat vizsgálva, mint Róma vagy Athén (Andersson, 1985).

De több külföldi példa is ismert a helyi gazdaságfejlesztési stratégia elkészítésére és megvalósítására vonatkozóan, nem úgy, mint Magyarországon, ahol ez még nem jellemző (Czene és Ricz, 2010). Ezek alapján nem meglepő, hogy hazai kisebb településekről még nem került sor ilyen jellegű nagyobb elemzésre, összeírásra. Sőt kifejezetten közművelődési megközelítésű elméleti munkák és kutatások sem jellemzőek. Azonban az elmúlt években a közművelődés területén is foglalkozni kezdtek a témával a kulturális alapú és kreatív gazdaságfejlesztés, a helyi kulturális erőforrásokra támaszkodó gazdaságfejlesztési folyamatok elindítása, kulturális vidékfejlesztés és kreatív gazdaság megközelítésben.

Magyarországi vonatkozásban több, már megvalósult projektről számolhatunk be, melyek a helyi gazdaság fejlesztését tűzték ki célul. Ilyen jó gyakorlati példákról olvashatunk a Horváth (2018) által szerkesztett Értékfeltáró gyakorlatok című tanulmányában, továbbá a Czene és Ricz (2010) által írt és szerkesztett Helyi gazdaságfejlesztés Ötletadó megoldások, jó gyakorlatok című területfejlesztési füzetben, melyben többek között héti, etyeki és több cserhádi település sikertörténeteiről számolnak be, de nemzetközi vonatkozásban cseh, holland és portugál példákról is olvashatunk. A cserhádi települések esetében a romák munkanélküliségének csökkentését célozták meg képzések elindításával, melyek elvégzésével faipari gépkezelő, cserépkályha- és

kandallóépítő, kőműves, kovács és ács szakmákban tudtak elhelyezkedni a résztvevők. Ehhez hasonlóan Szemző és Tönkő (2015) is szerteágazóan vizsgálódott. Magyar részről Kőszeget vette alapul, és több külföldi (holland, olasz, észt stb.) példát is beépített kutatásába. Szintén Kőszeget vizsgálta Miszlivetz (2014), további kutatásokban Morvay (2018) Győrt és a Kelet-Közép Európai térséget, Keresneyei (2015) Pécsét, Pap (2014b) több budapesti mintaterületet, másik tanulmányában pedig a Visegrádi Négyek országait állította a kutatás középpontjába (Pap, 2014a). Megemlíteném még Bács-Kiskun megye, ahol egyesületi formára vonatkoztatva ismerhetünk meg két kulturális alapú gazdaságfejlesztési példát (Fekete, 2018).

Továbbá a sokszínűség oldalról vizsgálva az Európai Unió által alapított “@diversity” kezdeményezés az európai kulturális és kreatív szektorért szintén több európaszerte alkalmazott módszert és megvalósult projektet mutat be.

Végül pedig megemlíteném Florida (2005) írását, aki az Egyesült Államok helyzetéről ír, és túlmenően az esettanulmányon, a megvalósuló projektek hatásairól is ír.

Szintén nemzetközi vonatkozásban átfogó tanulmány olvasható Florida (2002) "Kisméretű városok kreativitási rangsorolása Amerikában" című tanulmányában. Szemző és Tönkő (2015) "Kreatív városok - jó gyakorlatok" című írása pedig közepes méretű európai városok mintáit mutatja be egy-egy tematika köré felépítve.

A kreatív és közösségi oldalt egybeolvasztva az Nemzeti Művelődési Intézet is megjelentetett egy kötetet, mely megyei szinten és a Kárpát-medencében is megvalósult jó értékfeltáró gyakorlatokat mutatja be (Horváth, 2018). Hasonló kezdeményezés indult több hajdú-bihari településen is, ahol közmunkaprogramban tanulhattak meg a helyiek kosarat fonni (Gáborján), seprűt kötni (Bojt), rongyszőnyeget szőni (Biharkeresztes), fát faragni (Kismarja) stb.

Ahhoz, hogy hazai területen is minél több ilyen jellegű kezdeményezés jöjjön létre, érdemes lehet a szakirodalomban az utóbbi időben megjelenő *kulturális klaszterek*re alapozni. Fodor (2012) munkájában megállapítja, hogy a hagyományos klaszterek logikájához hasonlóan működnek, azonban mindenesetre sajátos működési formaként értelmezendők. Egyszerre szolgálnak piaci és gazdasági célokat, ugyanakkor többlet értékkel és sokszor hagyományos piaci értelemben nem meghatározható termékekkel rendelkeznek. Gazdasági céljaik között elsődleges a turizmus fejlesztése, munkahelyteremtés a kulturális szférában, forgalomnövelés és a kreatív ipar egyes ágazatainak megerősítése. A klaszter rendszer kiépítése nemcsak közösségi szempontból, hanem hálózatosodási és gazdasági szempontból is jelentős szereppel bír. Létrejöttük a helyi vállalkozók egymással kommunikálva és együttműködve helyi értéket teremtenek, vagy újratemtenek, ezáltal a helyi gazdaságfejlesztésnek kedveznek nemcsak azzal, hogy helyben tartják a munkaerőt, hanem, hogy a megtermelt profitot is a településen fektetik be (Csath, 2018). Azonban gazdaság fejlesztése mellett más előnyt is nyújtanak az ilyen jellegű együttműködések. Általában magukban hordozzák a helyi kulturális értékek kommunikációjának, közös ápolásának szándékát is, hiszen ahogyan Pine és Gilmore (1999) is fogalmaz, az élményszerzés az értékteremtés új forrása és értékmegőrző hatása talán még fontosabb szereppel bír. Ezt támasztja alá az Európai Bizottság (2010) Zöld könyve is, mely a hálózatok létrehozása mellett a társas élmények lehetőségeiben látja a szektor versenyképességét. Kulturálisan stimuláló környezetben a kreativitásból kulturális érték születik, amely értékes gazdasági termék, vagy szolgáltatássá konvertálható (RIS Dél-Dunántúl, 2004). Az ilyen jellegű kezdeményezések pedig települési kommunikációs és urbanisztikai szempontból is különös lehetőségeket jelentenek (Fodor, 2012:63). A klaszteresedés jelentőségéről ír továbbá Lorenzen és Frederiksen (2007), akik a lokalitás-urbanizáció kettőse mellett egyes

termékekről és projektekről is beszámolnak.

A kulturális alapú és kreatív gazdaságfejlesztés folyamatát számos dimenzióban értelmezhetjük. Ságvári és Dessewffy (2006) például egy "3T" elméletet dolgozott ki, melyben a szektorban lényeges tényezőkre - tehetség, technológia, tolerancia - helyezi a hangsúlyt. Továbbá Wilson és Keil (2008) a kreatív osztály szemszögéből vizsgálva, a helyi szegényeket állítja a kulturális alapú és kreatív gazdaságfejlesztés középpontjába.

Összegzés

Tanulmányunkban próbáltunk az általunk későbbiekben vizsgálandó probléma (helyi szellemi, épített és természeti örökségen alapuló kulturális gazdaságfejlesztési programok a bihari térségben) elméleti kereteit megadni, a fontosabb fogalmakat áttekinteni és a szakirodalom alapján egy saját eszközt is létrehozni, amely révén könnyebben leírhatók, bemutatathatók, megismerhetők a kulturális alapú gazdaságfejlesztési kezdeményezések. Számba vettük a témánk kapcsán hasznosnak vélt nemzetközi és hazai vizsgálatokat, amelyek jó alapot nyújtanak arra, hogy a saját vizsgálatunkban releváns elemzési szempontokat tudjunk kialakítani.

Felhasznált irodalom:

- 1997. évi CXL. A muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről szóló törvény
- 20/2018. (VII. 9.) EMMI rendelet a közművelődési alapszolgáltatások, valamint a közművelődési intézmények és a közösségi színterek követelményeiről
- Adorno, Theodor (1991): The Culture Industry. London – New York, Routledge Classics (Elérhető: http://www.imagomundi.com.br/filo/adorno_culture_industry.pdf)
- Adorno, Theodor és Horkheimer, Max (1947): Dialektik der Aufklärung. Frankfurt am Main
- Andersson, Ake (1985): Creativity and regional development. Papers of Regional Science Association. Vol. 56. 5-20. p.
- Arapovics Mária és Vercseg Ilona (szerk.) (2017): Közösségfejlesztés módszertani útmutató. Cselekvő közösségek. Budapest, Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ, NMI Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft., Országos Széchényi Könyvtár
- Arisztotelész (1998): Nikomakhoszi etika. In: Bodai Zsuzsa (szerk.) (1998): A pénz filozófiája. Szöveggyűjtemény 1. kötet. Budapest, Aula
- Cappellini, Claudio és Lannardt, Jörg (2010): Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleménye a Zöld könyv a kulturális és kreatív iparágak potenciáljának felszabadításáról. Brüsszel, Európai Gazdasági és Szociális Bizottság
- Culture Action Europe és az Agenda 21 for Culture – UCLG (2016): Kultúra, városok és identitás Európában. Összefoglaló. Brüsszel, Európai Gazdasági és Szociális Bizottság Elérhető: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/resources/docs/qe-04-16-540-hu-n.pdf>

- Czene Zsolt (2002): A kulturális örökség területfejlesztési megközelítése. Tér és Társadalom, 4. sz. 25-38. p. (Elérhető: http://epa.niif.hu/02200/02251/00010/pdf/EPA02251_Ter_es_tarsadalom1719.pdf)
- Czene Zsolt és Ricz Judit (2010): Helyi gazdaságfejlesztés Ötletadó megoldások, jó gyakorlatok. Területfejlesztési füzetek 2. Budapest, VÁTI Magyar Regionális Fejlesztési és Urbanisztikai Nonprofit Kft.
- Czirfusz Márton (2013): Bevezetés. A kreatív város. In: Jelinek Csaba, Bodnár Judit, Czirfusz Márton és Gyimesi Zoltán (szerk.): Kritikai városkutatás. L'Harmattan, Budapest. 263-272. p. Elérhető: <http://mek.oszk.hu/15200/15271/15271.pdf>
- Csath Magdolna (2018): A kultúra, mint társadalmi tőke és versenyképességi tényező. In: Závogyán Magdolna, B. Hegedűs Katalin, Mátyus Aliz és Szabó Judit Nikolett (szerk.): SZÍN Közösségi Művelődés. A Nemzeti Művelődési Intézet folyóirata. Kulturális gazdaságfejlesztés. 23/3 4-9. p.
- Csorba György (2017): Magyarországi világörökségi helyszínek. Infojegyzet, 2017/77. (Elérhető: http://www.varosrehabilitacio.net/new/pdf/kreativ_gazdasag.pdf)
- Enyedi György (2002): A városok kulturális gazdasága. Földrajzi Értesítő, LI. évf. 1-2. füzet, 19-29. (Elérhető: http://www.mtafk.hu/konyvtar/kiadv/FE2002/FE20021-2_19-29.pdf)
- Fekete Beatrix (2018): Aranyhomokon vezet az út Százszorszépföldre. A kulturális gazdaságfejlesztés két példája Bács-Kiskun megyében. In: Závogyán Magdolna, B. Hegedűs Katalin, Mátyus Aliz és Szabó Judit Nikolett (szerk.): SZÍN Közösségi Művelődés. Kulturális gazdaságfejlesztés. 23/3 10-15. p.
- Florida, Richard (2002): The Rise of the Creative Class. Washington DC., The Washington Monthly, Elérhető: <https://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/14%20The%20Rise%20of%20the%20Creative%20Class>
- Florida, Richard (2004): Cities and The Creative Class. New York, Carneige Mellon University (Elérhető: <https://creativeclass.com/rfcgdb/articles/4%20Cities%20and%20the%20Creative%20Class.pdf>)
- Florida, Richard (2005): The Fight of The Creative Class. , New York, Harper Business/Harper Collins 28-29. p
- Fodor Gabriella (2012): Kulturális klaszter – lehetőség egy település felvirágoztatására. In: Weinreich László (szerk.): Kultúra és kreativitás: kulturális klaszterek Magyarországon. Pécs, Pannon Klassz Közösség Kulturális Klaszter. 64-74. p.
- Günlü, Ebru; Pirnar, Ige és Yagci, Kamil (2009): Preserving Cultural Heritage and Possible Impacts on Regional Development: Case of Izmir. International Journal of Emerging and Transition Economies. Vol. 2, Issue 2, 213-229. p.
- Györgyi Zoltán – Benke Magdolna – Juhász Erika – Márkus Edina – Szabó Barbara (2015): Nem formális tanulás. In: Kozma Tamás; Márkus Edina; Szabó Barbara; Benke Magdolna; Erdei Gábor; Teperics Károly; Tózsér Zoltán; Gál Zoltán; Engler Ágnes; Bocsi Veronika; Dusa Ágnes; Kardos Katalin; Németh Nóra Veronika; Györgyi Zoltán; Juhász Erika; Herczegh Judit; Kenyeres Attila Zoltán; Kovács Klára; Szabó József; Szűcs Tímea; Forray R. Katalin; Cserti Csapó Tibor; Heltai Borbála; Híves Tamás; Márton Sándor; Szilágyiné Czimre Klára: [Tanuló régiók Magyarországon: Az elmélettől a valóságig](#). Debrecen, University of Debrecen, CHERD
- Harsányi László (2000): A magyar kulturális szféra makrogazdasági jellemzői. In: Daubner Katalin, Horváth Sándor és Petró Katalin (szerk.): Kultúra-gazdaságtani tanulmányok, Budapest, Aula. 155-167. p.

- Hartog, Francois (2000): Örökség és történelem: az örökség ideje. – Regio. 4. 3-25. p. Elérhető: <http://epa.oszk.hu/00000/00036/00038/pdf/01.pdf>
- Higgs, Peter és Cunningham, Stuart (2008): Creative Industries Mapping: Where have we come from and where are we going? Creative Industries Journal. Vol. 1., No. 1., 730. p.
- Horváth Zsolt (szerk.) (2018): Minden értéknek legyen közössége! Értékfeltáró gyakorlatok. Budapest, NMI Művelődési Intézet
- Hölzl, Kerstin (2006): Creative Industries in Europe and Austria Definition and potential. Vienna, Austrian Institute for SME Research
- Hungarikumok Gyűjteménye – Magyar Értéktár honlap. (2020) Elérhető: <http://www.hungarikum.hu/hu/szakkategoria> Letöltés ideje: 2020. 05.12. 21.00
- Juhász Erika – Csoba Judit – Márkus Edina – Szabó János Zoltán (2001): Kulturális célú civil szervezetek Debrecenben. In Rubovszky Kálmán (szerk.): Felnőttoktatás, ifjúság, művelődés. Debrecen, Debreceni Egyetem
- Keresneyi Krisztina Andrea (2012): Kulturálisan kreatív? A kulturális és kreatív iparágak közötti különbségek. In: Weinreich László (szerk.): Kultúra és kreativitás: kulturális klaszterek Magyarországon. Pécs, Pannon Klassz Közösség Kulturális Klaszter14-24. p.
- Keresneyi Krisztina Andrea (2015): A kreatív iparágak és a kreatív osztály helyzete Pécsen az elméleti és a regionális gazdasági elemzések tükrében. Doktori értekezés. Pécs, Pécsi Tudományegyetem
- Kovács Dezső (2014): Élmény, élménygazdaság, élménytársadalom és turizmus. In: Dr. Sulyok Judit (szerk.): Turizmus Bulletin XVI. évf. 3-4. sz. 40-48. p. Elérhető: https://mtu.gov.hu/documents/prod/Bulletin_2014-3-4_link.pdf
- Köstlin, Konrad (1997): Utazás, régiók, modernség. Hogyan lettünk modernek, hogyan tanultunk meg utazni, és eközben hogyan fedeztük fel a vidéket? – Café Babel. 4. 117-124. p.
- Lash, Scott és Urry, John (1994): Economies of Signs and Space. London – Thousand Oaks – New Delhi, Sage Publications.
- Lengyel Imre (2010): Regionális gazdaságfejlesztés: versenyképesség, klaszterek és alulról szerveződő stratégiák. Budapest, Akadémiai Kiadó
- Lorenzen, Mark és Frederiksen, Lars (2007): Why do Cultural Industries Cluster? Localization, Urbanization, Products and Projects. In: Cooke, Philip és Lazzeretti, Luciana (szerk.): Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development. Edward Elgar Publishing. Elérhető: <https://econpapers.repec.org/bookchap/elgeebok/12738.htm>
- Márkus Edina (2010): A felnőttképzési szolgáltatások szerepe. Elvárások és valóság. In Juhász, Erika; Szabó, Irma (szerk.): Nemzetnevelés - felnőttnevelés - közművelődés Debrecen, Csokonai Kiadó 238-244.
- Márkus Edina (2016): Amikor a harmadik az első. Debrecen, Csokonai Kiadó
- Márkus Edina – Györgyi Zoltán (2016): 3. Pillar II. :Non-formal Learning : Learning outside the School. In Tamás Kozma (ed.): Learning regions in Hungary : From theory to reality. Brno, Tribun EU 57-71.
- Márkus Edina – Juhász Erika (2018): Learning Regions in Hungary (LeaRn) – The Dimension of Non-formal Learning. Hungarian Educational Research Journal (HERJ) 123-126.
- Michalkó Gábor (2016): Turizmológia. Budapest, Akadémiai Kiadó
- Mislivetz Ferenc (szerk.)(2014): Kreatív város – fenntartható vidék Kőszeg város példáján. Kraft projektösszefoglaló. Kőszeg, Társadalom-tudományok és Európa-tanulmányok Intézete Alapítvány
- Morvay Szabolcs (2018): Kreatív városok Kelet-Közép-Európában – Győr pozíciójának kreatív és kulturális szempontú vizsgálata makrotérségünkben. Előadás a MRTT XVI.

Vándorgyűlésén: Áramlások a térgazdaságban. Kecskemét. Elérhető: <http://www.mrtt.hu/vandorgyulesek/2018/13/morvay.pdf>

- Munjery, Dawson (2004): Tangible and Intangible Heritage: from difference to convergence. In: Museum International. Blackwell Publishing, Oxford. Vol. 56, no. 1-2, 12-20. Elérhető: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135853>
- Murányi Péter (2012): Rész az egészben. A helyi kultúra a vidékfejlesztésben. In: Weinreich László (szerk.): Kultúra és kreativitás: kulturális klaszterek Magyarországon. Pécs, Pannon Klassz Közösség Kulturális Klaszter 1-13. p.
- Musterd, Sako; Bontje, Marco; Chapain, Caroline; Kovács Zoltán és Murie, Alan (2007): Accommodating creative knowledge. A literature review from a European perspective. ACRE report 1. AMIDSt, University of Amsterdam
- O'Connor, Justin (2007): The cultural and creative industries: a review of the literature. School of Performance and Cultural Industries, Leeds, University of Leeds
- Pap Ági (2014a): The potentials of cultural tourism in the countries of the Visegrad Group. In: Enhancing Competitiveness of V4 historic cities for tourism development- The role of tourism in the spatial-economic cohesion and competitiveness of the V4 countries.
- Pap Ági (2014b): Az épített örökség és a helyi identitás kapcsolatának cselekvőközpontú földrajzi vizsgálata budapesti mintaterületeken. Doktori értekezés tézisei. Szegedi Tudományegyetem, Szeged. Elérhető: <http://doktori.bibl.u-szeged.hu/2243/2/Pap%20%C3%81gi%20t%C3%A9zis%C3%BCzet%20%28magyar%29.pdf>
- Pine, Joseph és Gilmore, James H. (1999): The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage. , Boston Massachusetts, Harvard Business School Press
- Pratt, Andy C. (2011): The Cultural Contradictions of the Creative City. City, Culture and Society. Vol. 2., no. 3., 123-130. p. Elérhető: https://www.academia.edu/2333997/The_cultural_contradictions_of_the_creative_city
- Pratt, Andy C. (2008): Creative cities: the cultural industries and the creative class. Grafiska Annaler Series B: Human Geography, vol. 90., no. 2, 107-117. p. Elérhető: [http://eprints.lse.ac.uk/20704/1/Creative_cities_\(LSERO_pre-print\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/20704/1/Creative_cities_(LSERO_pre-print).pdf)
- Puczkó László és Rácz Tamara (2005): A turizmus hatásai. Aula, Budapest.
- Rabb Szabolcs (2004): Kreatív Klaszter - Kreatív Ipar Fejlesztése. MTA-RKK Klaszter Konferencia. Előadás. Elérhető: http://www.rkk.hu/rkk/dti/news/pab/rabb_szabolcs.pdf
- RIS - A Dél-Dunántúli Regionális Innovációs Stratégiája (2004). Pécs, Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség Kht.
- Ságvári Bence és Dessewffy Tibor (2006): A kreatív gazdaságról – Európa és Magyarország a kreatív korban. Budapest, Demos Mo. Alapítvány
- Schulze, Gerhard (1992): Die Erlebnissgesellschaft. Kultursociologie der Gegenwart. Frankfurt – New York Campus. 765 p. Elérhető: https://www.pedocs.de/volltexte/2015/10445/pdf/ZfPaed_1995_1_Fromme_Rezension_Schulze_Die_Erlebnissgesellschaft.pdf
- Scott, Allen. J. (1997): The cultural economy of cities. International Journal of Urban and Regional Research. Volume 21. Number 2. pp. 323-339. p.
- Smith, Richard és Warfield, Katie (2007): The Creative City: A Matter of Values. In: Cooke, Philip és Lazzeretti, Luciana (2007): Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development. Edward Elgar Publishing. Elérhető: <https://econpapers.repec.org/bookchap/elgeebook/12738.htm>
- Szellemi Kulturális Örökség Magyarországon honlap. (2020) Elérhető: <http://szellemikulturalisorokseg.hu/?menu=fooldal> Letöltés ideje: 2020.05.11. 22.00 h

- Szemző Hanna és Tönkö Andrea (2015): Kreatív városok – Jó gyakorlatok. Kőszeg, Városkutatás Kft.
- Wilson, David és Keil, Roger (2008): The real creative class. Social & Cultural Geography, 9 (8): 841–847. p.