Ferencz Angéla

Kultúra és vidékfejlesztés

A vidékfejlesztés szempontrendszerében egy térség, egy település kulturális adottságai fontos fejlesztési tényezők. A rendszerváltás-globalizáció-EU csatlakozás kontextusában megannyi társadalmi folyamat jelzi a lokalitás megerősödését. Ennek a folyamatnak része a természet, a hagyományok és a ruralitás újraértékelése, a fogyasztási és táplálkozási kultúra átfogalmazása és új, a fejlesztés szempontjából értékelhető helyi értékek teremtése. Megnő az új helyi identitások kialakításának, a lokális kulturális tradíciónak, a helyi fejlesztési forrásoknak, a lokális tudásnak a szerepe, újraértékelődik a helyi kulturális örökség szerepe, a tradicionális konyha és élelmiszer, a helyi látványosságok, múzeumok, természeti nevezetességek, épületek, népszokások és a hagyományok a fejlesztés szempontjai szerint konstruálódnak újjá. A vidékkutatások elméleti és fejlesztéspolitikai elképzelései szerint arra kell számítani, hogy a kulturális intézmények működése, illetve működési módja kulcsszerepbe kerülhet, ha úgy tekintünk a lokális kulturális intézményekre, mint amelyek szerepet játszanak a vidékimázs termelésében.

Ha a kultúrát szélesebb értelemben fogjuk fel, és úgy tekintünk rá, mint amely közösségi élményt kínál, teret ad az önkifejezés és önértékelés számára, a társadalmi és lokális identitás fontos kerete, az innováció jó táptalaja, akkor közelebb állunk ahhoz, hogy a benne rejlő lehetőségeket is meglássuk. Ezt a szemléletbeli áttörést rendszeres tematizálással, képzésekkel, erre épített programmal lehetne elérni. Másfajta szemléletmódra van szükség, amelyben a versenyképesség, fejlesztés, készségek elsajátítása, a saját társadalom önmegjelenítésének képessége, a saját társadalomról való tudás artikulálási képessége akár kulturális és fejlesztési kérdésként egyaránt konstituálódik.

A rendszerváltás után a székelyföldi térségben számos helyi közösség igyekezett új önképét az autenticitás jegyében, a paraszti kultúra eltűnt elemeinek felhasználásával megfogalmazni. Számos példát láthatunk, hogy egy faluban történő események sikeres kommunikációja és a kreatív hagyományteremtés, mint sajátos településfejlesztési helyi gondolkodás, hogyan emel be szabadon korábbi letűnt kulturális elemeket új kulturális jelenségek létrehozásához.

A Csíki-medence településein is találkozunk hasonló jellegű eseményekkel: Szent László Napok, a Csángó fesztivál, Hagymafesztivál, Lovasnap, Káposztaszüret, Borvíznapok, Szőttesek Vasárnapja, Kenderfesztivál, Puliszkafesztivál. Ezek az események felvonultatják a falunapok elmúlt években kialakult programsorozatát, de innovatív elemként megjelenik egy bizonyos helyi adottságra építő rendezvény kiépítése. Ez egyfelől azt jelenti, hogy a település önképe megalkotásának kezdeti fázisában van, lényegében a „valahova tartozás" újfajta kimunkálása zajlik, ennek a kifele való kommunikálása várat magára. A tematikus napok lényegében egy kiválasztott, autentikusnak kinevezett kulturális elemre épülő konstrukció, így lesz (lehet) a madéfalviság a hagymához, a káposzta Szépvízhez köthető. Ezt a helybeliség konstrukciójának nevezhetjük, mely egy vonzó és márkázható erőforrás. A rendelkezésre álló kulturális „nyersanyagból" kell megtalálni az akár turisztikai látványosságként is felfuttatható jelenséget.

A rurális társadalom néhány jellemzője

Székelyföld rurális társadalom, sajátos szerveződési formákkal, szokásokkal, intézményekben alapvetően szegény társadalom. A nagyobb lélekszámú településeken három-négy intézmény működik állami és közösségi erőforrásokból: a polgármesteri hivatal, iskola, egyház, közbirtokosság. Néhány nagyobb községben civil szerveződések alakultak, ezek célkitűzései változatosak: termelői érdekvédelem, környezetvédelem, kulturális tevékenység, falufejlesztés. Az önellátó családi háztartások több évszázados modellje és az önellátó települések modellje olyan kulturális mintákat, magatartásokat tartalmaz, amelyek nem támogatják a kooperációt és az egyeztetéseket. Az uniós felzárkózáshoz kapcsolódó folyamatok, a fejlesztési lehetőségek azonban egyre nagyobb mértékben kikényszerítik az együttműködéseket. Különbség van a közérdekű ügyek iránti fogékonyság terén a falvak közt, a közösségi részvétel azzal hozható összefüggésbe, hogy mennyire sikerül a szereplőket bevonni, érintetté tenni. A közművelődés szférája is társadalmi részvételt igényel. Bizonyos falvakban élénk közösségi élet zajlik néhány tevékeny értelmiségi vezetésével. Itt jelentős az együttműködési készség, míg a szomszéd faluban nehezen vagy egyáltalán nem lehet közösségi eseményt létrehozni.

A helyi tudás mint kulturális érték

Térségünk lakói egy sajátos, sokszínű, gazdag helyi tudás hordozói, és a legnagyobb kihívás az endogén erőforrások helyi fejlesztésben való hasznosítása. Ebben a kérdésben örvendetes, hogy a térségben már léteznek olyan kutató- és akciócsoportok, amelyek nevéhez a vidékfejlesztési szemlélet meghonosodása köthető, így beszélhetünk társadalmiasításról is.

Akkor kapcsolhatók be a kulturális folyamatok a térségi fejlesztéspolitikai folyamatokba, ha aktívan szerepet vállalnak a térségi modernizációs, versenyképességi és munkaerőpiaci folyamatokban. A kulturális folyamatoknak fontos szerepük van az életminőség javítása, a kulturális javakhoz való hozzáférés biztosítása terén, ugyanakkor egyik fő funkciója a társadalmi kohézió növelése, a társadalmi részvétel fokozása. Térségünkben a sikeres fejlesztés egyik kulcsa a kreativitás és innovációközpontúság szorgalmazása és menedzselése.

Másik megközelítési mód, mely eredményhez vezet, a különböző területek összekapcsolódása lehet. A kultúra összekapcsolható a vidékfejlesztés, turizmus, oktatás, egyház, média, gasztronómia területeivel. Mindenekelőtt szükséges a projektszerű gondolkodás és a tervezés igényének a kialakulása, a településimázs, település marketing fontosságának tudatosítása.

A kultúragazdaság elmélete

A vidékfejlesztés kultúragazdasági megközelítése Christopher Ray nevéhez fűződik, és arra a meglátásra épül, hogy a vidéki térségekben a helyi gazdasági kontroll növelhető, amikor a helyi társadalom szereplőinek hatalmában áll a helyi gazdaság alakulását befolyásolni, és ha a hely (place) az ahhoz kötődő kulturális identitás révén felértékelődik. Azt az átalakulási folyamatot próbálja megragadni, melynek során a térhez kötődő helyi kultúra gazdasági jelentőségre tesz szert. A helyi, specifikus kulturális rendszerek jelkészleteinek megtalálása jelentheti a kulcsot a vidéki területek társadalmi és gazdasági felemelkedéséhez.

Ray a kultúra-gazdaság négy típusát ill. fokozatát különböztette meg:

1. Első fokozat: olyan meglevő források értékesítése, melyek egy adott helyhez, térséghez kötődnek, s mely forrásokat közvetlenül értékesítik, avagy a térség marketingjében alkalmazzák.

2. Második fokozat: új térségi identitás konstruálása, mely új térségi termékek (pl. turisztikai látványosságok) létrehozását és a térségen kívülieknek való eladását jelenti.

3. Harmadik fokozat: a kezdeményezések 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 fokozat 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.

A kultúra-gazdaság így nem egyéb, mint olyan stratégiák összessége, melyek a lokális tudás átalakításával új forrásokat teremtenek az adott térség aktorai számára, azaz a lokális tudás felismerése, konstruálása és értékesítése. A modell feltételezi, hogy a helyi kultúra termékként jelenik meg a piacon, új funkciót kölcsönözve, de nem felülírva a kultúra eredeti funkcióját. Látható, hogy a piaci megjelenés szerepet vállalhat a helyi kulturális identitás megerősödésében, a helyi kultúra, a helyi tudás olyan intellektuális tulajdon, mely gazdasági haszonra átváltható.

Székelyföld legnagyobb kihívása a tradíciók hiteles értékesítése. Turisztikai szempontból azok a települések vonzók, amelyben érezhető, hogy a helyi közösség valóban együtt él kulturális örökségével, egyszerre képes megőrizni és hasznosítani azt. Ezeket a folyamatokat helyi vagy regionális szinten lehet kezelni úgy, hogy a hagyományt, örökséget a helyi közösségek érdekeinek megfelelően teszik versenyképessé. Az endogén fejlesztés ez esetben a belső erőforrásoknak, az ún. kulturális jegyeknek (cultural markers) a helyi szereplők által megfogalmazott területi repertoárja. A kultúra-gazdaság megvalósulását és a helyi kulturális identitás megerősödését elősegíti a helyi szereplők tudatosságának növelése, amely a helyi erőforrások tudatos felhasználását és a külső erőforrások tudatos kihasználását jelenti. A múltban gyökerező, helyi tradíciókba ágyazott helyi erőforrások extralokális fogyasztói formákhoz való illeszkedésénél az innováció makacs gátja lehet a tradicionális jelleg, ezért hangsúlyos a tanulás és az innováció, amelyet az extralokálishoz több szállal kötődő helyiek képviselhetnek. A helyi kultúra árucikként való megjelenése és a termékek piaci értékesítése új gazdasági kihívások elé állítják a szereplőket, de annak sikeressége függ az extralokális fogyasztói magatartásától is. A vidéki területek termékei és szolgáltatásai iránti

kereslet posztmodern fogyasztói igényként írható le, melynek során megjelenik az autentikus iránti vágy, felértékelődik a tradicionális, az eredeti, és annak hordozója, a lokalitás.

A fentiekben bemutatott szempontok, megközelítési módok hasznosak lehetnek az olyan terepmunka során, amely a helyi sikeres programok leírására, elemző bemutatására törekszik. Javasolható a terepen dolgozók számára, hogy a kifejezetten kulturálisnak nevezhető programok esetében is keressék és vizsgálják a szinergiára utaló jeleket. Ugyanakkor a nem kifejezetten kulturális tárgyú programok elemzése során is célszerű figyelni azokra az összetevőkre, amelyek a tágabb értelemben felfogott helyi kultúrához kapcsolhatók. Különösen így van az alulról szerveződő sikeres helyi programok esetében, amelyek sok esetben az erre a térségre jellemző lokális közösségek kulturális mintái szerint szerveződnek.

Szakirodalom

Biró Z. Zoltán 2004

Új vidékfejlesztési perspektíva: a kultúragazdaság. In: Biró A. Z. et al. Vidékfejlesztés Hargita megyében. Alutus Kiadó, Csíkszereda, 63-76.

Ferencz Angéla (szerk.) 2014

Kulturális menedzsment. Módszertani kézikönyv kulturális szakemberek számára. Státus Kiadó, Csíkszereda.

Hargita Megyei Kulturális Stratégia

http://www.ccenter.ro/main.php?m=110