

Kultúra, kreativitás, természet – Fejlődés, gazdaság és élet a Szigetközben

Kézai Petra Kinga

Tudományos segédmunkatárs KRTK RKI NYUTO Győr
Egyetemi tanársegéd, Széchenyi István Egyetem

XX. MRTT vándorgyűlés

Budapest, 2022. 10.07.



Miért fontos a kulturális és kreatív ipar vizsgálata?

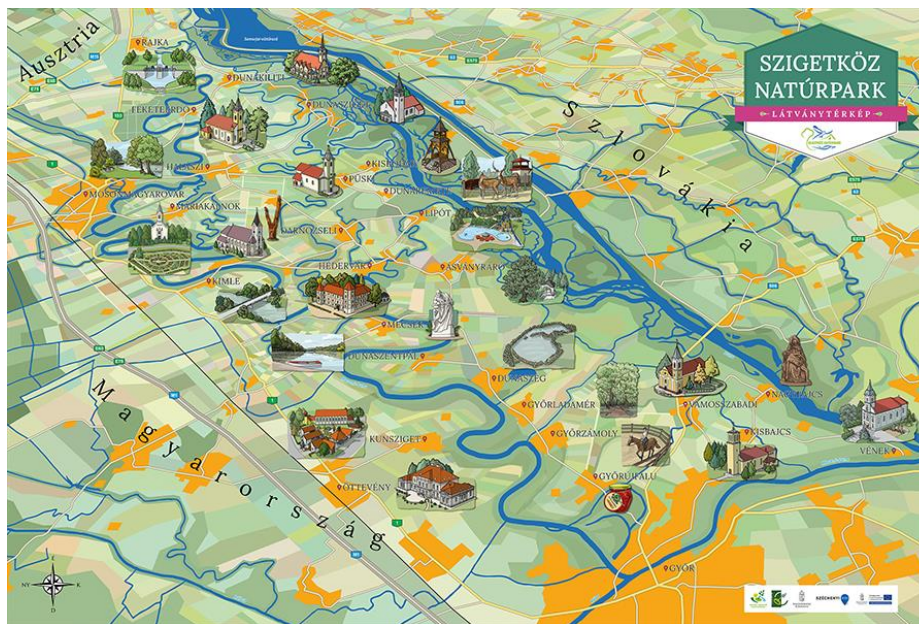
- A kulturális és kreatív iparágakat a gazdaság egyik legperspektivikusabb ágazataként ismerik el világszerte, nagy potenciállal rendelkeznek és hozzájárul a helyi és regionális jóléthez, illetve munkahelyteremtéshez (Klein et al, 2021).
- A kultúra és a kreativitás óriási értéket jelentenek a helyi közösségek számára, és ezek táplálják a kreatív gazdaságot, amely a világgazdaság egyik leggyorsabban növekvő és legjelentősebb jövedelemtermelő ágazata a munkahelyteremtés és az exportbevételek tekintetében. Valójában a kreatív termékek globális exportja körülbelül 200 milliárd USD-ról 500 milliárd USD-ra nőtt 2002 és 2015 között (UNESCO, 2021a).
- 2019 novemberében kirobbant COVID-19 világjárvány által leginkább sújtott ágazatok közé tartozik a CCI.
- 2020-ban a CCI által teremtett bruttó hozzáadott érték tágabb értelemben és globálisan 750 milliárd dollárral csökkent.
- 2021. januárjában a 762 millió LinkedIn felhasználó - akik a globális munkaerő 20%-át jelentik – körében lefolytatott kutatás alapján, a felhasználók 6,7 százaléka, vagyis 51,2 millió ember dolgozott világszerte a CCI iparágakban valamilyen minőségben (teljes munkaidőben, részmunkaidőben, gyakornokként), ami 48.4 millió teljes munkaidős munkahellyel egyenértékű.

Milyen jelentőséggel bír a CCI Európában?

- Az EU-ban a COVID-19 okozta világjárványt megelőzően 2013 óta a CCI bevételek 93 milliárd euróval, mintegy 17%-kal folyamatosan nőttek. 2019-ben a CCI iparágak alaptevékenységei 643 milliárd eurós forgalmat és 253 milliárd eurós hozzáadott értéket teremtettek, és ezzel forgalom tekintetében az uniós GDP 4,4%-át adták.
- CCI szektor nagyobb mértékben járult hozzá az uniós gazdasághoz, mint a telekommunikáció, a gyógyszeripar vagy az autóiipari szektor. 2019 végére a CCI már több mint 7,6 millió embert foglalkoztatott az Unió 28 tagállamában, ami 2013 óta – ami plusz 10% - hétszázézer új munkahelyet teremtett. (GESAC, 2020)
- Az unión belül az öt legnagyobb CCI-piac, amit a teljes CCI forgalom 69%-át teszi ki: Franciaország, Németország, Olaszország, Spanyolország és az Egyesült Királyság.
- A legjelentősebb növekedés elsősorban KK-EU-ban: Csehországban, Romániában drasztikus növekedés történt a reklámpiac, az építészet és a videojáték-gyártás területén. (EY, 2021)
- Összességében Európában a CCI forgalom 31%-ának elvesztése azt jelenti, hogy a leghátrányosabban érintett szektorok közé tartozik (turizmus: -27%; autóiipar:-25%) (GESAC, 2020).
- A legsúlyosabban érintettek közé tartozik az előadóművészeti (-90% 2019 és 2020 között) és a zenei (-76%) szektor; a vizuális művészet, az építészet, a könyvkiadás, a sajtó és az audiovizuális tevékenységek 20 és 40 százalék közötti veszteséget könyveltek el 2019-hez képest. Egyetlen kivétel van a számítógépes játékok, amelyek forgalma plusz kilenc százalékkal nőtt (EY, 2021).

Kutatási terület: Szigetköz

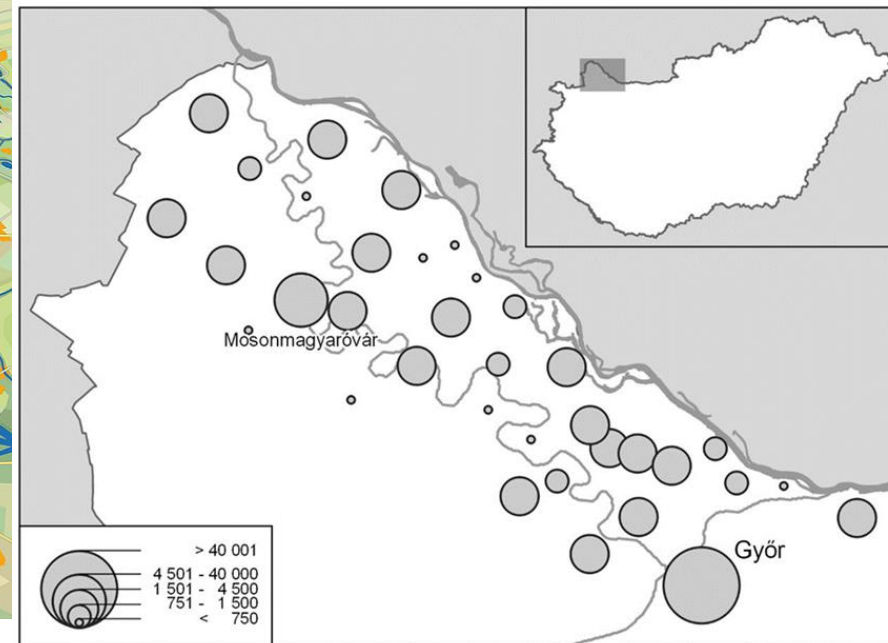
1. térkép Szigetköz a Szigetköz Naturpark látványterve



Forrás:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/Forrás: Saját szerkesztés fe/Szigetk%C3%B6z_Nat%C3%BArpark_l%C3%A1tv%C3%A1nyterv.jpg

2. Térkép A vizsgált települések lakosság arányában



Forrás: Saját szerkesztés

Kutatás módszertana

Vegyes módszertan (2021.augusztus és 2022. április)

- A szakirodalom elemzése,
- kvantitatív statisztikai adatelemzést,
- közösségi médiakutatás és terepmunka,
- kvalitatív mélyinterjúkkal (N=21),
- Fókuszcsoportos beszélgetés stakeholder találkozó (N=14),
- Lakosság körében kérdőíves kutatás (N=1300).

Kutatási kérdés:

Milyen gazdasági potenciált jelent a kreatív gazdaság a Szigetközben?



Eredmények

Szakirodalmi elemzés

CCI kreatív ipar értelmezése: „A kreatív iparágak azon tevékenységek, amelyek gyökere az egyéni kreativitásban, képzettségben és képességekben rejlik, és amelyek képesek a szellemi tulajdon létrehozásán és felhasználásán keresztül jólétet és munkahelyeket teremteni.” (KIP, 2010:15)

12 szakágazat: elektronikus és nyomtatott sajtó, reklámpiac, film és videó, szoftverkészítés és digitális játékfejlesztés, építészet, könyvkiadás, zene és előadó-művészet, képzőművészet, iparművészet, formatervezés és divattervezés, művészeti és antik kézművesség (KIP, 2010)

Statisztikai elemzés

- Kreatív iparágak és TEÁOR ágazati besorolások megfeleltetése alapján a
- Dun & Bradstreet Hungary Információ Szolgáltató Kft. Adatbázis
- Kizárólag fő tevékenység alapján egyéni vállalkozókat és a gazdasági társaságokat 2015-2020 időszakban
- Gazdasági társaságok száma csökkent, míg az egyéni vállalkozóké folyamatosan nőtt.
- 2 fő regionális kp: Győr, Mosonmagyaróvár és azok vonzáskörzete
- 36 TEÁOR tevékenységből 20 található meg.
- Jellemzően piaci szolgáltatás, 25% média és kiadványozás és művészethez kapcsolódnak. 15% K+F
- Egyéni vállalkozók esetében jellemző fő tevékenységek: az építészmérnöki tevékenységet, 17,3%-a alkotóművészeti tevékenységet, 12,9%-a divat és formatervezéssel, 12,5%-a reklámügyi tevékenységgel foglalkoztak.

Közösségi és médiakutatás

- Különböző tematikájú Facebook csoportokban (pl. helyi közügyek, adok-veszek, kulturális csoportok, összesen 32 csoportban) végeztünk megfigyelés
- Megjelenik-e és ha igen hogyan a Szigetköz, a szigetközi identitás, illetve megjelennek-e, hogyan és milyen kreatív szereplők?
- Cél az interjúalanyok beazonosítása.
- Szigetköz identitás kevésbé létezik. Inkább településhez kötődés, mint a térséghez.
- Győriek nem tekintik turisztikai desztinációnak
- Kevés kreatív szereplő kivéve a két régióközpontot
- Kreatív erő láthatatlan

Közösségi és médiakutatás eredményei

Közösségi médiakutatás és terepmunka eredményei	Tanulságok és irányok az empirikus kutatás további lépéseihöz
Szigetközi identitás és Szigetköz "referenciapontként" való használatának hiánya	Szigetköz "jelentésének" mélyebb kutatása a megkérdezettek körében
Győriek számára "láthatatlan" a Szigetköz	
Két régióközpont (Győr, Mosonmagyaróvár) túlsúlya	A mélyinterjú és fókuszcsoportos megkérdezettek település szerinti megoszlásának figyelembe vétele
Kreatív tevékenységek kevésbé láthatóak	A láthatóság kérdésének alaposabb vizsgálata
Helyi kreatív (személyi) erőforrások kihasználatlansága	A kreatív szakemberek közötti létező és potenciális kapcsolódási pontok feltérképezése
Kreatív csoportosulások, együttműködések hiánya	

Mélyinterjúk

- Alátámasztották a közösségi és médiakutatás eredményei
- Szigetközi identitás ritka esetben van jelen
- Hiányzó infrastruktúra: vendéglátás és turizmus területén
- Nem értékelték tevékenységüket kreatívnak
- Nincs vagy gyenge a Szigetköz identitásuk

	Tevékenység
1. szakértő	helyi TV vezetője
2. szakértő	kisebbségi énekkar vezetője
3. szakértő	települési művelődésszervező
4. szakértő	nemzetiségi táncsoport vezetője
5. szakértő	szigetközi település polgármester
6. szakértő	szigetközi település alpolgármestere
7. szakértő	szabadúszó kreatív projektmenedzser
8. szakértő	kutató, szociológus, civil rendezvényszervező
9. szakértő	építész
10. szakértő	újságíró, online szerkesztő
11. szakértő	hobby festőművész, informatikus
12. szakértő	tűzzománc ékszerkészítő
13. szakértő	túraszervező, kreatív programszervező
14. szakértő	grafikus, képzőművész gyermekfoglalkozás vezető
15. szakértő	fotós
16. szakértő	marketinges, kreatív projektmenedzser
17. szakértő	színhátszókör tagja
18. szakértő	építész
19. szakértő	ékszerkészítő
20. szakértő	kulturális programszervező
21. szakértő	reklámtervező, grafikus

Kreatív gazdaság területei	Problémák, hiányosságok
Kreatívok, kreatív gazdaság helyi meghatározottsága	<p>A kreatív tevékenységek nagy része nem helyhez kötött</p> <p>A kreatív szakemberek számára fontos a "vonzerő" a lakóhelyük és munkáik kiválasztásakor</p> <p>A jelenleg Szigetközben (nem Győrben) élő kreatívok főleg természeti környezet miatt költöznek ide, vagy innen származnak, idevalósiak</p>
Kereslet és kínálat a kreatív gazdaságban	<p>Nem találja meg a kreatív szakembereket az igényes megrendelő réteg</p> <p>Hiányzik az igényes vevői réteg</p> <p>Hiányzik az anyagilag erős és igényes megrendelői réteg</p> <p>"Minőségi" kreatív szakemberek hiánya</p>
Kapcsolatok, együttműködések, kommunikáció a kreatív gazdaságban	<p>A kreatív szakemberek nagy része ismeri egymást a Szigetközben, főleg egy-egy szűkebb területen belül</p> <p>Együttműködések, főleg a települések között kevésbé jellemzőek</p> <p>Elindultak alulról jövő kezdeményezések, amelyek az egyéni vállalkozókat összefogják, segítik (We love Szigetköz, Szigetközi Szatyor)</p> <p>Vannak települések ahol jól azonosítható egy-egy kreatív szereplő, csoportosulás, intézmény amely a hajtómotorja a kreatív, kulturális tevékenységeknek</p>
Kreatív gazdaság működési kérdései	<p>Szűkös anyagi forrás a kreatív projektek finanszírozására</p> <p>Hely/helyszín a kreatív tevékenységeknek (akár régi, használaton kívüli épületek hasznosításával)</p> <p>A kreatív szereplők nagy részének tevékenysége "láthatatlan" a szélesebb környezet számára</p> <p>A kreatív szereplők nagy része egyedül keresi a boldogulást, a csoportosulások, összefogások kevésbé jellemzőek</p>

Fókuszcsoporthoz beszélgetés (N=14)

- Konfliktus: fejlődést, de erőteljesen érződik a „minden maradjon a régiben” párhuzam
- Ellentét a helyi és a beköltözők között
- munkaerő térségbe/településre vonzása és megtartása
- a kreatív osztály megerősítése
- Cél: ellentétek oldása

	TEÁOR tevékenység
1 szakértő	7111 Építészmérnöki tevékenység
2 szakértő	7111 Építészmérnöki tevékenység
3 szakértő	7112 Mérnöki tevékenység, műszaki tanácsadás
4 szakértő	7200 Tudományos kutatás és fejlesztés
5 szakértő	7410 Divat és formatervezés
6 szakértő	7420 Fényképészet
7 szakértő	9499 M.n.s. egyéb közösségi, társadalmi tevékenység (non-profit szervezet)
8 szakértő	9499 M.n.s. egyéb közösségi, társadalmi tevékenység (non-profit szervezet)
Egyéb szakértő 1.	Győr-Moson-Sopron megyei Kereskedelmi és Iparkamara képviselője
Egyéb szakértő 2.	Szigetközi település polgármester
Egyéb szakértő 3.	1624 Tároló fatermék gyártása
Egyéb szakértő 4.	0210 Erdészeti, egyéb erdőgazdálkodási tevékenység
Egyéb szakértő 5.	4690 Vegyestermékkörű nagykereskedelem
Egyéb szakértő 6.	2511 Fém szerkezet gyártása

Kérdőíves felmérés a lakosság körében (N=1300)

- 1300 fős minta a vizsgált 35 településeken
- A válaszadók fele (47,7%) saját bevallása alapján nem ismer kreatívokat, kreatív tevékenységet végzőket a Szigetközben.
- Említett kreatívok: képzőművészeket, egyéb alkotó művészeket, kézműveseket és kétkézi foglalkozást végzőket (asztalos, festő,, méhész stb.) jelöltek meg.
- Egy-két település volt, ahol jelen van egy-két, a többség számára ismert, és a legtöbbször által megemlített alkotóművész.
- Továbbá 3 településen említettek meg oktatási-, és kulturális intézményt vagy azok dolgozóit, mint kreatív szakembereket. Valamint mindössze néhány településen értelmezték a kérdést úgy, hogy nem mint tevékenységre, hanem mint jellemvonásra gondoltak a kreatív szó kapcsán.

Összefoglalás

- 2002. Richard Florida kreatív gazdaság, kreatív osztály fontos szerepe.
- Covid okozta válság rávilágított a CCI jelentőségére.
- Magyarország számára a nagy hozzáadott értékű, munkaintenzív szektor, így a kulturális és kreatív ipar kitörési pontot jelenthet.
- A kutatás célja megvizsgálni a kreatív gazdaság jelenlegi helyzetét, állapotát a szigetközi kistáj mikrorégióban.
- A kreatív gazdaság a Szigetközben jelen van, és bár a gazdasági társaságok száma a 2015-2020 időszakban csökkent, a kreatív egyéni vállalkozóké nőtt.
- A kvantitatív és a kvalitatív kutatás is megerősítette a két régióközpont, Győr és Mosonmagyaróvár (főként előbbi) túlsúlyát a kreatív szektorban.
- Kreatív osztály térségbe vonzása fontos cél a jövőben

Következtetések és javaslatok

- Ellentétek oldása a helyiek és a beköltözők között
- Komplex fejlesztési tervek, amelyek a helyi érdekelletéteket oldják
- Kreatív kereslet és kínálat közelebb hozása
- Kommunikációs csatornák élénkítése
- Egységes Szigetköz brand megteremtése.

- Baji, P. (2014) „Az internet, a tér és az új gazdaság Budapesten”, *Tér és Társadalom*, 28(4), o. 117–137. doi: 10.17649/TET.28.4.2628.
- Blessi, G. T., Tremblay, G. T., Sandri M. & Pilati, T. (2012): *New trajectories in urban regeneration processes: Cultural capital as source of human and social capital accumulation evidence from the case of Tohu in Montreal*, *Cities*, 29. 397–407.
- Borsí, Á. & Viszt, E. (2010) *A kreatív és kulturális ágazatok (CCI) szerepe és növekedési lehetőségei a Budapesti Metropolisz Régió gazdaságában*. GKI Gazdaságkutató Zrt. Budapest
- Cuccia, T. & SantaGata, W. (2002) *Distretto culturale e gestione dei diritti di proprietà: la ceramica di Caltagirone*. EB laWorking papers 06/2002, International Centre for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity, Università di Torino, Torino
- Design Terminal (2016) *A kreatív ipar mint erőforrás*. http://hetfa.hu/wp-content/uploads/2014/06/a_kreativipar_mint_eroforras.pdf (Letöltés ideje: 2022.01.22.)
- Dobó, E. (2007) „A globalizáció és a kreatív gazdaság felértékelődése”, *Tér és Társadalom*, 21(3), o. 89–102. doi: 10.17649/TET.21.3.1124.
- ÉDUVÍZIG (2020) *Jelentős vízgazdálkodási kérdések 1-1 Szigetköz vízgyűjtő-gazdálkodási tervezési alegység* (Letöltés ideje: 2021.03.17) https://vizeink.hu/wp-content/uploads/2020/04/1_1_Szigetkoz_JVK_2020_04_22.pdf
- Egedy, T. (2021) *A kreatív gazdaság városföldrajza a budapesti agglomeráció példáján keresztül*. Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont, Budapest ISBN: 978-963-8361-61-5
- Egedy, T., Kovács, Z. & Szabó, B. (2014) *A kreatív gazdaság helyzete Magyarországon a globális válságidőszakában*. In: Tózsza István (szerk): *Turizmus és településmarketing*. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságföldrajz és Jövőkutató Tanszék, Budapest
- EY (2021) *Rebuilding Europe. The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis*. https://www.rebuilding-europe.eu/files/ugd/4b2ba2_1ca8a0803d8b4ced9d2b683db60c18ae.pdf (Letöltés ideje: 2022.01.22.)
- Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class*. Basic Books. New York
- GESAC (2021) *Európa újjáépítése A kulturális és kreatív szektor állapota a COVID-19 járvány előtt és után*. https://www.rebuilding-europe.eu/files/ugd/4b2ba2_03480e3fce12492aa977d546aec15e6e.pdf (Letöltés ideje: 2022.01.25.)
- Ghauri, P., & Gronhaug, K. (2011) *Research Methods in Business Studies*. 4th Edition. Pearson. ISBN-13: 978-0273712046, ISBN-10: 0273712047
- Göcsei, I. (1979) *A Szigetköz természetföldrajza*. Földrajzi Tanulmányok 16, Akadémiai Kiadó, Budapest
- Grodach, C. & Loukaitou A. (2007) *Cultural Development Strategies and Urban Revitalization: A Survey of US Cities*, Siderisforthcoming in the *International Journal of Cultural Policy*; http://eprints.qut.edu.au/74438/1/Cultural_Strategies_IJCP_prepub.pdf Letöltés ideje: 2021.11.11.
- Hall, P. (1998) *Cities in Civilization*. Pantheon, New York
- Hardi, T. (2008) *Transborder Movements and Relations in the Slovakian-Hungarian Border Regions*. Centre for Regional Studies of HAS, Pécs
- Hardi, T. (2012) *Duna-stratégia és területi fejlődés: a folyó lehetséges szerepe a régió területi fejlődésében*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Hardi, T. (2008) *Transborder Movements and Relations in the Slovakian-Hungarian Border Regions*. Centre for Regional Studies of HAS, Pécs
- Hardi, T. (2012) *Duna-stratégia és területi fejlődés: a folyó lehetséges szerepe a régió területi fejlődésében*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Hardi, T., Hajdú, Z. & Mezei, I. (2009) *Határok és városok a Kárpát-medencében*. MTA Regionális Kutatások Központja, Győr, Pécs ISBN: 978-963-9899-08-7
- Hardi, T., Kupi, M., Ocskay, Gy. & Szemerédi, E. (2021) *Examining Cross-Border Cultural Tourism as an Indicator of Territorial Integration across the Slovak–Hungarian Border*. *Sustainability* 13(7225). <https://doi.org/10.3390/su13137225> https://www.dnb.com/hu-hu/Letoltés_ideje:_2021.10.11 https://www.ksh.hu/teaor_menu (Letöltés ideje: 2021. 12. 28.)
- Jóna, L., Henézi D. S., Döbrentei, B. & Gaál, B. (2021). *A Szigetköz közlekedési kihívásai*. Horváth B; Horváth G. (szerk.) XI. Nemzetközi Közlekedéstudományi Konferencia: „Közlekedés a Járvány után: folytatás vagy újrakezdés.” Széchenyi István Egyetem, Győr. pp. 210-221. <http://hdl.handle.net/11155/2454>
- KATA (2020) https://nav.gov.hu/data/cms511151/61_KATA_Kisadozo_vallalkozasok_teteles_adoja_20200909.pdf.
- Keller, J. (2020) *"Csepp a tengerben" - Gyerekesély program az Encsi kistérségben/járásban, avagy a helyi adottságokra építő fejlesztések lehetőségei = 'Drop in the sea' - Give Kids a Chance program in the district of Encs or chances of place-based development interventions*. *Tér és Társadalom*, 34 (4). pp. 45-70. ISSN 0237-7683 (nyomtatott); 2062-9923
- Kereszneyi, K. & Egedy, T. (2016) „A pécsi kreatív osztály helyzetének értékelése statisztikai és empirikus kutatások alapján”, *Tér és Társadalom*, 30(1), o. 57–78. doi: 10.17649/TET.30.1.2730.
- Klein, M., Gutowski, P., Gerlitz, L. & Gutowska, E. (2021) *Creative and Culture Industry in Baltic Sea Region Condition and Future*. *Sustainability* 13(8): 4239. <https://doi.org/10.3390/su13084239>
- Kovács, Z., Egedy, T. & Szabó, B. (2011) „A kreatív gazdaság földrajzi jellemzői Magyarországon”, *Tér és Társadalom*, 25(1), 42–62. doi: 10.17649/TET.25.1.1772.
- KSH (2020) *Magyarország állandó lakossága 2020. január 1-jén* https://nyilvantarto.hu/kozerdeku_lakossag_2020 (Letöltés ideje: 2021.12.12.)
- Miszlivitz, F. & Márkus, E. (2013) *A Kraft-index – Kreatív város – Fenntartható vidék*. *Vezetéstudomány*. 44(9). 1-21.
- Mizzau, L. & Montanari, F. (2008) *Cultural districts and the challenge of authenticity: the case of Piedmont, Italy*, *Journal of Economic Geography*. 8 (5), 651–673.
- Pécsi, M. (1975) *A Kárpát-Balkán térség geomorfológiai térképéről (1: 1 000 000)*. MTA X. Osztályának Közleményei 8, no. 1-2. pp. 83-104. http://epa.oszk.hu/03200/03224/00015/pdf/EPA03224_geonomia_banyaszat_1975_01-02_083-104.pdf
- Pratt, A. C. (1997) *The cultural industries production system: a case study of employment change in Britain, 1984-91*. *Environment and Planning*, No. 29, 1953-1974.
- Ságvári, B. & Desseswffy, T. (2006) *A kreatív gazdaságról – Európa és Magyarország a kreatív korban*. Demos Magyarország Kiadó, Budapest
- Scott, A. J. (2000) *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-producing Industries*. Sage, London
- Scott, A. J. (2010) *Cultural economy and the creative field of the city*. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*. 92 (2). 115–130.
- Szabó, M. (2005) *Vizes élőhelyek tájökölógiai jellemvonásai a Szigetköz példáján*. Doktori disszertáció, Budapest: 2005. http://real-d.mtak.hu/268/2/Szabo_Maria_tezisek.pdf (Letöltés ideje: 2021.12.12.)
- UNCTADSTAT (2016) https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=14772&IF_Language=eng (Letöltés ideje: 2022.01.02)
- UNESCO (2020) <https://en.unesco.org/creativity/news/new-unesco-economic-impact-outlook->

Köszönöm szépen a figyelmet!

kezai.petra@krtk.hu