

A kreatív iparágak iparpolitikai háttere

A négy kiemelt ágazatra vonatkozó (járműipar, gyógyszeripar IKT és a logisztika) akcióterv kormányzati elfogadtatásával az NFGM határozott lépést tett az ipari versenyképességi politika megerősítése felé. A jármű, gyógyszeripar és részben a logisztika vertikális láncolatú iparági felépítéssel jellemezhető, míg az IKT-ban viszonylag erős a horizontális jelleg. Az iparpolitikai spektrumban több olyan ágazat is megjelenik, amelyek kezelése csak komplex, a különböző, - a kormányzati szerkezetben gyakran egymástól távol lévő - szakpolitikák finom összjátéka révén lehet eredményes. Ilyennek tekinthetjük a kreatív iparágakat, amint több más olyan ágazatot is említhetünk, amelyek különböző okokból, legyenek azok általános politikaiak, mint a komplex technológiapolitikai közelítést feltételező védelmi ipar, ill. az úrkutatás, vagy újabb kihívások kezelésével összefüggőek, mint a környezetipar, hasonlóan összetett ipar és innováció-politikai közelítést feltételeznek.

Az elemzés tárgyát képező kreatív ipar családra is mindenképpen jellemző - az IKT-hoz hasonlóan - az erős horizontalitás. Fejlesztéspolitikai szempontból azonban további nehézséget jelent a téma terület sokoldalúságából és folyamatos formálódásából következő kiforratlan szerkezet, amely olyan, erős kulturális és persze innováció-politikai indíttatású komplex stratégiai prioritásokhoz kötődik, mint pl. a **kulturális turizmus**. Mindebből következik, hogy határozott és elkötelezett kormányzati megközelítésre, priorizálásra és az intézmények közötti bonyolult struktúrákban mozgó, összehangolt együttműködésre van szükség.

A horizontális jelleg és a politikai meghatározottságok azonban az iparági lehatárolás szempontjából nehezítik a szektor pontos leírását, mivel az nehezen feleltethető meg a standard statisztikai osztályozási rendszereknek.

Fogalmi kiinduló pontok, lehatárolási problémák

Megközelítésünket kétségtelenül inkább a szakpolitikai -, mintsem az egyébként rendkívül fontos, a rendszerszintű statisztikákra, indikátorokra és a mérhetőségre vonatkozó – adott szakpolitikát szolgáló - tudás¹ vezérli. Igaz egyelőre korántsem beszélhetünk letisztult és nemzetközileg is elfogadott szakpolitikai közelítésmódról és koncepcióról, mégis a nagy nemzetközi szervezetek, - s ez alól az EU sem kivétel - a kreatív iparokkal szembesülve a **kulturális politikai vetület** meghatározó szerepét hangsúlyozzák, különösen azok kibontakoztatásában. Jól mutatja ezt, az iparág mindmáig egyik meghatározó, irányadó definíciós bázisának tekintett UNCTAD koncepció, amely már címében is, a tárgyát tekintve, nem önmagában kreatív iparról, hanem **kulturális és kreatív iparról** (cultural and creative industry CCI) beszél.

¹ Ilyen közelítési módnak tekinthetjük az MSZH által, a hazai kreatív iparágakról, a 2002. és 2006. évekre vonatkozó vizsgálatok alapján készített és publikált felméréseket. (Penyigey K. : A szerzői jogi ágazatok gazdasági súlya Magyarországon, Bp. MSZH 2010. 81 oldal)

A vizsgálat elemzési kerete és módszertana az ENSZ *Szellemi Tulajdon Világszervezete (World Intellectual Property Organization)*, a *WIPO definíciós rendszerén alapul, amely a szerzői jogi tartalom figyelembevételével határozza meg a kreatív iparágak egymásra épülő rendszerét*, lehetővé téve a statisztikailag egységes és korrekt nemzetközi összehasonlítást.

Ez az inkább nyitott, alakulóban és formálódóban lévő felfogás alapvetően a **kreatív bázisra**, mint - potenciális gazdasági növekedést² és fejlődést (jövedelem, foglalkoztatás és magasan kvalifikált tevékenységek, ill. szakértői kereseteket) - generáló tényezőre építi rendszerét, miközben szem előtt tartja a kreatív gazdaság tevékenységeinek kibontakoztatásában az aktív társadalmi részvétel (social inclusion) a kulturális diverzitás és a humán fejlődés szempontjait. Fejlesztéspolitikai homlokterében olyan integrált prioritás-képzés áll, amely a gazdaság, a kultúra és a társadalmi aspektusokat együttesen fogja át, cél rendszerében az innováció, a technológia, a szellemi vagyon növekedés és elsősorban a turizmus szektor szempontjaival. A kreatív gazdaság, mint a tudásalapú gazdasági tevékenységek körébe illeszthető szektor fejlődési dimenziójában és rendkívül szerteágazó makro és mikro kapcsolat rendszerében szervesen illeszkedik a gazdaság egészéhez. Összességében a kulturális és kreatív iparfejlesztési irányzat megvalósítható, végigvihető opció, amely innovációra érzékeny, multidiszciplináris szemléletet, magas-fokú kormányzati szakpolitikai koordinációt feltételez.

Az *UNCTAD* értelmezése szerint a kreatív iparágak két alapsoporra, a kulturális és a kreatív szektorokra osztható fel, amelyek további kettős elágazás szerint bonthatók tovább, a kulturális kreatív ágak,

1. a kulturális örökség (kézművesség, fesztiválok, múzeumok, könyvtárak, archívumok, történelmi emlékhelyek, stb.);
2. művészetek (festészet, szobrászat, fotóművészet, zene, színház, tánc, opera, cirkusz, stb.),

a kreatív tevékenységek mentén

1. média (könyv, sajtó, film, televízió, rádió, digitális tartalomipar, szoftverek, videojátékok, animációk, stb.);
2. funkcionális alkotótevékenységek,³ (belsőépítészet, grafika, divat, ékszer, játék, építészet, reklám, kulturális szolgáltatások, digitális szolgáltatások).

A kulturális és kreatív iparok fejlesztésének lehetőségeivel és az ezzel kapcsolatos tagállami feladatokkal az Európai Bizottság, s vele együttműködésben egy 2008 végén alakult OMC Kulturális és Kreatív Ipar Szakértői Bizottság⁴ is kiemelten foglalkozik. A tagállamok szakértőiből álló bizottság eddig elkészült jelentései az UNCTAD definíciós rendszerét veszik át, s két alapvető beavatkozási fókuszterületet jelölnek meg:

² Az UNCTAD felmérése szerint (Creative Economy Report 2008) a kulturális és kreatív iparok világkereskedelmi növekedése 2000-2005 között 9%-os évi növekedést ért el, mintegy 424 Mrd dollár értékű forgalmat realizálva 2005-ben.

³ Ehhez az alkategóriához sorolható a „klasszikus” design, ill. a formatervezési tevékenység is. Ugyanakkor figyelemre méltó értelmezést ad a design fogalomról egy, a múlt évben megjelent bizottsági közlemény, amely koncepciójában a design újra pozícionálását célozta meg. A dokumentum értelmezése szerint a design, az innováció egyik meghatározó stratégiai alapeszközének tekinthető, vagyis a design sokrétű területei elsősorban az innováció-politikát szolgálják. Mindazonáltal a továbbiakban is komoly szakmai viták folynak a design **kulturális, ill. művészeti, avagy üzleti-innovációs** hovatartozását illetően. Ez a dilemma feloldódni látszik az utóbbi orientációs pólus javára, a dokumentumban megszővegezett operatív design fogalom megalkotásával.

⁴ Az OMC munkacsoport hazai koordinátora Benkőné Kiss Zsuzsa az OKM főosztályvezető- helyettese.

- **az oktatást és a képzést**, mely a kreatív iparok kínálati oldali, különösen a KKV-k, a kreatív szakmák és képességek erősítésére és a befogadás feltételeire egyaránt jótékonyan hat.
- a **kulturális turizmust**, mely önmagában is egy komplex innovatív eszközrendszert és fenntartható kínálatot jelent a turisztikai vonzás közvetlen lokációs körében (ld. pl. az európai kulturális főváros projektjeit, termék és szolgáltatás kínálatát), másfelől ezek épített és üzleti infrastruktúráját alkotó másodlagos, ill. közvetett gazdaság-dinamizáló elemeket.

Mindazonáltal ennek a koncepciónak és megközelítésnek is a kreatív bázis a magja, már csak a hazai viszonyokra való adaptáció szempontjából is hasznos, ha összevetjük a bevezetett fogalmi rendszert az MSZH módszertanával. Ez utóbbi, lehatárolásában eltér ugyan a fenti kategóriák által kijelölt tevékenységi spektrumtól, de éppen az előnyös statisztikai kezelhetősége miatt eredményei igen fontos fogódzót jelentenek egy esetleges hazai kreatív iparági stratégia kimunkálásához⁵. A nemzetközi összehasonlításra is alkalmas felmérés (Penyigey 2010) eredményei még a szakmai nyilvánosságban is meglepetést keltenek.⁶ A szerzői jogi ágazatok gazdasági súlyát felmérő tanulmány a szerzői jogi tartalom alapján határozza meg a kreatív bázist⁷ és az érintett ágazatok egymásra épülő kapcsolatait. Így ez egyfelől tágabb értelmezést ad, minthogy nemcsak a kulturális alkotásokra terjed ki (mivel nemcsak ezek részesülnek szerzői jogi védelemben), hanem egyéb ágazatok alkotásai is (pl. szoftverek, műszaki tervek). Ez az értelmezés továbbá számításba veszi a szerzői jog által védett alkotások technikai háttérét jelentő ágazatokat is (pl. hangszergyártás, szórakoztató elektronikai termékek gyártása, számítógépgyártás). Másfelől a WIPO definíciója annyiban szűkebb, hogy a kulturális ágazatok tevékenységének csak a szerzői jog által érintett területeit öleli fel, de nem foglalja magában a kulturális örökség egészét, így nem öleli fel például a kulturális turizmust.

Gazdasági hatások

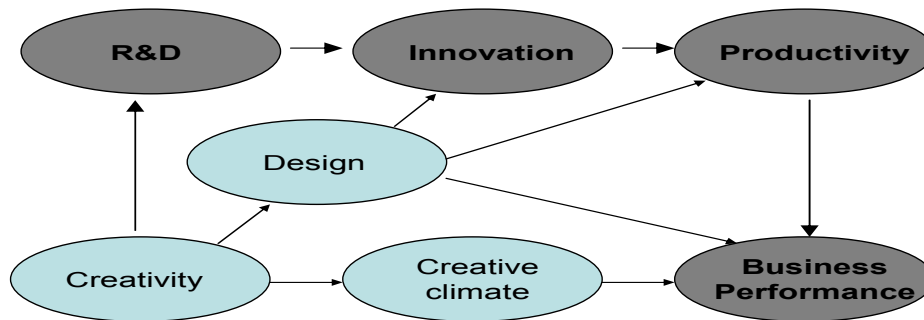
Ugyanakkor, amennyiben a kreatív ágazatok lehatárolása mögött, határozott fejlesztéspolitikai prioritás képzés áll - legyen szó közösségi, vagy éppen tagállami meghatározottságú program alkotásról – a kreatív szektor közvetlen és közvetett gazdasági hatásait a GDP és a foglalkoztatáshoz való hozzájáruláson túlmenően is érdemes mérlegelni, ill. lehetőség szerint számszerűsíteni. A kreativitás tényezői elsősorban a **design** kategóriában és a **marketinghez** kapcsolódó elemekben gyakorolnak pregnáns közvetlen (viszonylag könnyen mérhető) jövedelem generáló

⁵ A teljes szerzői jogi szektor nemzetgazdasági hozzájárulása 2006-ban a bruttó hozzáadott érték alapján 7,4 %-ot ért el, súlya a 2002-2006 közötti időszakban mintegy 1%-kal növekedett. A szektor foglalkoztatási hozzájárulása, a jövedelmi arányaihoz hasonlóan mindkét évben 7%-ot meghaladó arányt képviselt.

⁶ A szerzői jogi ágazatok 7,4%-os teljesítményarányával hazánk ehhez az élmezőnyhöz tartozik. Magyarország a szektor 7,2%-os foglalkoztatási súlya alapján Hollandia (8,8%), USA (8,51%) után foglal helyet, megelőzve Szingapúrt (6,21%), Kanadát (5,55%)

⁷ A primer szerzői jogi ágazatok is jelentős arányban vannak jelen a magyar gazdaságban, amennyiben hozzájárulásuk bruttó hozzáadott értékhez és a foglalkoztatáshoz 4,2%-ot, a munkavállalói jövedelmekhez 4,3%-ot képviselt 2006-ban, és a 2002. évihez képest súlyuk növekedett.

hatást. Általánosíthatóan megállapítható, hogy a kreatív gazdaság körülhatárolása roppant bonyolult és szükségképpen önkényes, ám a közvetlen gazdasági hatásaik felmérése módszertanilag megoldható. Ugyanakkor a design kategória sokkal több szálon kapcsolódik az üzleti teljesítményeket javító hatás rendszerhez annál, mintsem hogy azt pusztán a marketing tényezőivel lehetne kifejezni. Mivel a kreativitás és a design sajátos egymásra épülése táplálja – a K+F-en alapuló technológiai innováció mellett - az üzleti innovációs folyamatot, amint ezt az összefüggés rendszert szemléletes modellben prezentálja az alábbi ábra (Swann and Birke 2005) alapján.



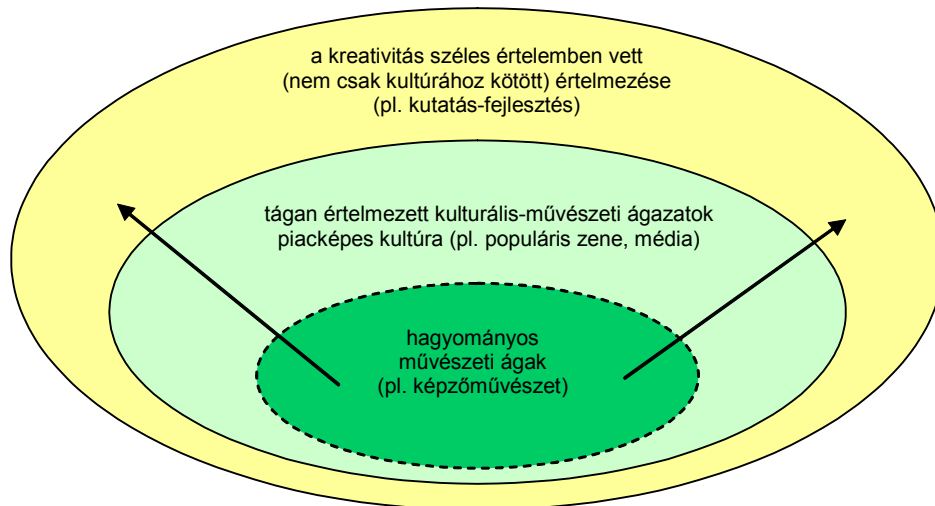
Ezzel már át is tértünk a kreativitás nehezebben mérhető közvetett hatásainak az azonosítására. Ezen belül kiemelhetjük az ún. **kreatív gazdaság (creative economy, vagy experience economy)** újonnan megalkotott fogalmát, amely éppen a design, fenti innovációs modell szerepéből vezethető le. Mivel a design sokféle módon (pl. gyors igazodással a folyton alakuló piaci igényekhez, olcsóbb, ill. tartósabb megjelenés, vagy környezetbarát jelleg biztosításával) teheti jobbá a termékek és szolgáltatások széles körét, megkerülhetetlen gazdaság dinamizáló szerepe van. Kimutatható, hogy azok a cégek, amelyek komolyan fektettek be a design-ba pl. jobb tőzsdei pozíciót érnek el.⁸ Sajátos közvetett gazdasági hatások érintik a társadalmi és különösen a - mikrogazdasági vetületen túlmutató - gazdasági élet egyes jellemző területeit. A kulturális örökségre alapozott ún. **kreatív város koncepciója**⁹ (creative city) pl. azzal, hogy a külföldi turisták tömegeit képes vonzani, folyamatosan élteti a turizmus ágazatot, miközben a jövedelem generáló folyamat számos más szektort és üzletágot ér el. A kreatív gazdaságot, mint város-szociológiai jelenséget (urban phenomenon) leíró, Richard Florida nevével azonosított iskola¹⁰ a legmélyebb, a különböző művészeti ágakból fakadó inspirációból, alkotó tevékenységből, mint a művészeti és kulturális értékeket megtestesítő belső magból, a különböző tágabban értelmezett szintek egymásra épüléséből származtatja a szektort, az alábbi ábra szerint. Ebben a beállításban az

⁸ A UK Design Council Value of Design 2007 felmérése szerint a design vezérelt cégek tőzsdei teljesítménye kétszerese a többi vállalat átlagának.

⁹ Richard Florida neves amerikai szociológus mutatott rá, hogy egy nagyvárosi urbanizált rendszer akár egészét képes megújítani, gazdaságát dinamizálni egy kreatív városrész, vagy negyed. A kreatív urbanizált terek felértékelődése mögött végső soron a közösség számára megnyíló kulturális diverzivitás, millió opciós értékei állnak. Richard Florida (2002) The Rise of the Creative Class. Basic Books, New York

¹⁰ Az iskola hazai követői között megemlíthetjük Ságvári Bence és Dessewffy Tibor több tanulmányát, amelyek a Demos Magyarország kiadványaiban jelentek meg.

alkotó („modern város lakó”) ember, a kreatív munkaerő, mint mobil erőforrás és a dinamikus urbanizált terek foglalkozási szerkezete játssza a főszerepet. Így korunkban – Florida gondolatmenete szerint - a tehetséges emberekért, munkaerő megszerzéséért folytatott verseny a gazdaságok sikerességének sarokköve. Az elkövetkezendő időszak sikeres nemzetei és régió azok lesznek, amelyek képessé válnak a hozzájuk tartozó emberek kreatív kapacitását mozgósítani, és – ami legalább ennyire fontos – a kreatív tehetségeket vonzani a föld minden tájáról. Ehhez mindenekelőtt vonzó életminőség, a kulturális javak bősége és vonzó kreatív környezet, technológiai és társadalmi feltételek szükségeltetnek.



A Florida-féle eredeti elképzelés szerint a kreatív osztályba tartoznak a tudományok művelői, a mérnökök, az építészek, a dizájnerek, az oktatás, a művészetek és a szórakoztatóipar területén foglalkoztatottak, de ide sorolhatjuk – bár nem a „belső körökbe” tartoznak – az üzleti élet, a pénzügyek, a jog és az egészségügy területén dolgozó képzett, a kreatív urbánus miliőben kibontakozó szakembereket.

A **keresleti** oldali innováció előmozdításában domináns tényező lehet a közbeszerzés, amely néhány jó európai példa alapján, éppen a város-tervezés, urbanisztika, település rendezés területein (újabbán bizonyos közmű és más hálózatos infrastruktúra fejlesztésekben is) előremutató tendenciát mutat azzal, hogy a kiírásokban felértékelődik a design tartalom.

A kreatív ipar strukturális jellemzői

A szektort erős **KKV dominancia** jellemzi, ugyanakkor e tekintetben rendkívül szegényes a statisztikai rendszer. A kreatív iparok iránt megnyilvánuló általános érdeklődés, s ezen belül is a design különös felértékelődésével csak most indulnak a jelentősebb EU szintű projektek, amelyek az Iparstatisztika (NACE), a KKV statisztikák, és főként az innovációs felmérések (CIS, INNO-policy Trendchart) szintjén bekapcsolhatóvá tennék e fontos ágazatot az adatszolgáltatási rendszerbe. Az innovációs felmérések kiterjesztése különösen indokolt, mert a kreatív területeket inkább jellemzi a minőségi vállalkozásindítás, amely ha átlagon felüli, ill. magas vállalkozási aspirációval társul, a jó növekedési potenciálú, innovatív cégek gyors fejlődését váltja ki.

Igaz ehhez különlegesen érzékeny és kifinomult innováció- és vállalkozáspolitikai eszközökre és intézményekre van szükség.

A kreatív ágazatok közvetlen üzleti környezetét jól jellemzi az a paradoxonszerű megállapítás, mely szerint ezek a tevékenységek igazán csak **egészséges versenyviszonyok** mellett virágoznak, ugyanakkor a szektor igen erősen ki van téve a monopol struktúrák verseny gyilkos hatásának.(best seller effect)¹¹. A monopolizált piaci szerkezetek megerősödésében és fenntartásában domináns szerepe van a globális multimédia terület ágazatainak, a reklám és hirdetési iparnak. Ez éppen a hazai kreatív iparágak kibontakozása miatt tűnik fontos perem feltételnek, minthogy ezen a téren, (pl. a digitális média szolgáltatóipar, vagy az új mobil- és média technológiák) több, viszonylag erős beszállítói pozíciójú innovatív vállalkozás képes piacra lépni, sőt növekedni.¹²

A hazai kezdeményezések közül témánk szempontjából külön figyelemreméltóak a **Magyar Tartalomipari Szövetség (MATISZ)** ilyen irányba mutató kezdeményezései, különös tekintettel a digitális szerzői jog tematikájának a beemelésére, mint amely a digitális tartalomipar szűkebb kategóriáján keresztül elvezet a szélesebb kreatív iparágakig, a digitális média ipar üzletágához. E stratégiai területre a szövetség koordinálásával, átfogó kutatási terveket és programokat dolgoztak ki a munkába bevont köz- és magánszereplők a Nemzeti Technológiai Platform pályázat keretében. A kutatási terv javaslat fókuszában elsősorban az oktatási célú értéknövelt digitális tartalom fejlesztés és az archiválás áll, amelyeknek központi problémája és kategóriája a felhasználók, ill. tanulók és a szerzők közös érdekére alapozott **szerzői jogi környezet** kialakítása.¹³ A témakör minden valószínűség szerint általánosan elfogadott EU prioritás lesz a lisszaboni stratégiát felváltó új az EU 2020 stratégia részeként, egyik zászlóshajó projektjeként. („**A Digital Agenda for Europe**”)

A kreatív ágakra ugyan világszerte jellemző, hogy viszonylag **gyenge szervezettséggel**, lobbierővel és nyomás gyakorló erővel rendelkeznek, ám a hazai környezetben éppen az ezen a területen – nem kis részben egyébként a támogatáspolitikai, eredményeként – elindult klaszteresedés, s különösen a K+F+I-re fókuszált pályázati konstrukciók nyomán (innovatív klaszter akkreditációja, nemzeti technológiai platform), mintha bizonyos mértékig megfordulnának a viszonyok. Legalábbis annyiban, hogy az állam ösztönzi e kulcs területen a fontosabb szereplők összefogását és együttműködését. Az egyébként is szerkezetileg igen fragmentált kreatív ágazatokban - különös tekintettel a szervezettség tekintetében a fejlettebb európai országokhoz viszonyítva mindenképp mostohább hazai viszonyokra - az **együttműködés közpolitikai szintre emelt katalizálása minden további nagyobb léptékű összehangolt program előfeltételét képezi.**

A kreatív ágazatok (szerény) kormányzati penetrációja

Nagy kérdés, hogy mindez, miként képezhető le a kormányzati munkamegosztásban. A kreatív iparok erős kulturális ágazati kötése miatt, amint ezt a lehatárolási problémáknál

¹¹ Richard Caves (2000) Creative Industries: Contracts between Art and Commerce

¹² Tanúsítja ezt két sikeres nemzeti technológiai platform, amelyek az NKTH programja nyomán jöttek létre: a „Mobilitás és Multimédia és az alapvetően digitális tartalom és média iparral foglalkozó” Kreatív Iparágak Platformja” <http://www.host.hu/projects/kip/>

¹³ A szerzői jogi környezet kialakítására vonatkozó fejezetet az MSZH-val együttműködésben dolgozták ki.

is láttuk – kézenfekvő szerepe lehet a hazai koordinációban az Oktatási és Kulturális Minisztériumnak. A Tárca neves külső szakértőket is bevonva az EU szintű „Oktatás és Kultúra” OMC projekt-kezdemenyezés hazai realizációja érdekében munkacsoportot hozott létre és működtet, amely közreműködik a szélesebb tématerületen belül a kreatív iparágak fejlesztéspolitikai program javaslatának kidolgozásában, s természetesen a 2010-ben elkészülő, összegző funkciójú Zöld Könyv összeállításában is.

A 2011-es magyar EU elnökség előkészítése érdekében az OKM kulturális szakmai munkacsoportot hozott létre, melynek keretében "A kultúra szerepe az EU versenyképességében" című almunkacsoport foglalkozik a kulturális fejlesztéseket érintő elnökségi feladatokkal. Tevékenysége a következő két fő prioritás köré szerveződik:

1. A kulturális alapú regionális fejlesztés előmozdítása (beleértve a kreatív ipar fejlesztését),
2. A kultúra szerepe az egész életen át tartó tanulásban.

A kreatív iparágak alap jellemzője továbbá, hogy működésükben sajátosan ötvözik a **piacorientált és az autonóm, a művészeti** oldalt reprezentáló jegyeket. Ebből adódóan egyik ilyen iparág, vagy tevékenység sem alkalmas arra, hogy önmagában álljon, piaci és autonóm művészi elemekkel kombinált entitásként a piac felé irányuljon. E gondolatmenet egyenes folytatásaként felvetődik, hogy a kreatív iparok alapját képező művészeti ágak, a K+F támogatási rendszer mintájára, - amelyben az alapkutatások, mint a rájuk épülő az alkalmazott és ipari kutatások a kísérleti fejlesztést magába foglaló láncolat elemeként külön támogatásban részesülhetnek az irányadó EU-s keretszabályok kiegészítésével – legyenek támogatási jogcímre érdemesek. Még ha komoly elméleti érvek szólnak is egy ilyen típusú támogatáspolitikai fordulat mellett, egyelőre túl nagy ugrást jelentene egy ilyen lépés bevezetése a vonatkozó keretszabályok.¹⁴

Ugyanakkor támogatáspolitikai szempontból a jelenlegi szabályozásban a kreatív körből csupán a design ösztönzése jelenik meg, s irányultságában inkább ipari, mintsem kulturális orientációt hordozóan. A 2006 végétől hatályos az állami támogatásokra vonatkozó, új K+F keret szabály ui. mind a kísérleti fejlesztésben, mind az ipari kutatásokban nevesíti a design-t, elismerve, hogy a design a hasznosítót középpontba helyező innováció-politika motorja, integráns része, eleme.

¹⁴ Az un. **ipari design** (industrial design), a K+F-el összefüggésben, mindkét kézikönyvben a **prototípus** fázisnál jelenik meg, amennyiben a projekt elsődleges célja a kialakításra kerülő termék, vagy szolgáltatás további tökéletesítése, minőségi javulást eredményező innovatív (megváltoztatott funkcionalitással, vagy használati jellemzőkkel) fejlesztése. Hasonló megfontolásból a GOP 1.3.1. kiírásra alkalmazható az un. a termék és/vagy eljárás innováció fejlesztéséhez és megvalósításához szükséges design, (Oslo Manual 2005,p. 48-49) amely szintén hozzájárul a termék funkcionális és használat jellemzőinek szignifikáns javításához, csak az innovációs lánc piac közelebbi szakaszában releváns.

A fenti összefüggésben nem beszélünk az un. **marketing innováció körébe** tartozó „**termék design**”-ról, ami lényegében a köznapi designhoz, ill. formatervezéshez, mint kreatív iparágakat hordozó tevékenység fogalomhoz áll közel, mert az ipari design a termékek technikai specifikációját, vagy más használati funkcionális jellemzőit érinti, (ld. pl. CAD tervezés) s nem annak megjelenését. Ez persze azt is jelenti, hogy mindenképp érdemes a GOP 2. vállalkozásfejlesztési, technológia fejlesztési prioritásaiba bevonni ezt a termék design innovációs kört (világos distinkciót téve a GOP 1.3.1 és a 2. prioritás között),

Az **NFGM kiemelt ágazati fejlesztési programjai** szempontjából különös jelentősége van annak, hogy világosan meghatározzuk a design valós innováció-politikai funkcióját, felismerve sajátos komplementer szerepét a technológiai innováció és a K+F-hez igazodóan, különös tekintettel a K+F és technológia intenzív és a hagyományos ágazatok innováció-politikai súlyának mérlegelésére a hazai innovációs rendszer szempontjából.

Ezért fontos szakmai célunk a design szerepének növelése. Ennek érdekében törekszünk arra, hogy az ÚMFT OP-k különböző konstrukcióiban jelenjen meg a design támogatási jogcímként. Az egyeztetéseink során a K+F keretszabály alapján sikerült a design területet a GOP 1. prioritás 2010-es akciótervébe beilleszteni.

Mindebből úgy tűnik egyelőre – természetesen eltérő nézetben és vetületben - két tárca kezdett el érdemben foglalkozni a kreatív területekkel, s e tekintetben öröndetes lépésnek tartjuk, hogy a kreatív iparágak fejlesztési lehetőségeiről a NFGM szervezésében, az OKM, az MSZH és a MATISZ ügyvezetőjének részvételével 2010. januárjában egy nyitó, bevezető szándékú egyeztető megbeszélésre került sor.

Dr. Nikodémus Antal
Főosztályvezető-helyettes