

Mítosz és realitás – Helyi élelmiszerrendszer a 'Magyar Provence'-ban

- diskurzusok, termelők, vásárlók és társadalomgazdasági hatások



Gusztáv NEMES nemes23@gmail.com



A PROJEKT HÁTTERE



- A vidéki turizmuson alapuló fenntartható helyi fejlesztés, élmény gazdaság, stb.
(Pine & Gilmore 1999; Marsden és Sonino 2008, Renting et al 2009)
- Helyi élelmiszerrendszerek (LFS) fontos tényező, hálózatosodás növelése, hozzáadott érték, stb.
- (Van der Ploeg 2000; Lowe et al. 1995; Sanz Canada 2011).

Dilemmák:

- Helyi élelmiszer a helyieknek vagy a városi fogyasztóknak? (Guthman 2004),
- Mi teszi fenntarthatóvá?
- Lehetséges társadalmi és környezeti költségek, feszültségek, problémák, stb.
Kastenholz et al. 2016, Holloway et al., 2007. Migliore et al.



- 3 éves finanszírozás: 100.000 EUR (OTKA)
- 7 kutató (szociológus, közgazdász, pszichológus, etnográfus, rövid ellátási lánc és helyi gazdaságfejlesztési szakértő, marketingszakértő, modellező stb.)
- projekt asszisztens
- Multidiszciplináris módszertan
- 3 * 150 + 200 kérdőív – diákokkal (tereptáborok)
- Interjúk, workshopok, érzékszervi vizsgálat
- Részvételi elemzés
- Kommunikáció (film, blog, Facebook, stb.)
- Nyitó és záró konferencia

EDDIGI KUTATÁSI EREDMÉNYEK

- 3 tereptábor
(április, augusztus, november, összesen 60 diák)
 - 500 db kérdőív
(3 különféle: turistákkal és helyi lakosokkal)
- 40 db. Interjú (helyi szereplőkkel)
- 3 kutatási workshop
- 4 konferencia
- 1 angol nyelvű cikk
- Kommunikáció



Célkitűzések és várt eredmények



TUDOMÁNYOS CÉLKITŰZÉS

Hozzájárulás a helyi élelmiszerrendszerekről szóló diskurzusok jelenlegi ellentmondásainak megoldásához, meghatározva szerepüket a fogyasztók, a termelők és a vidéki területek társadalmi-gazdasági fejlődésében, jólétében.

MÓDSZERTANI CÉLKITŰZÉS

Kísérletezés a multidiszciplináris megközelítéssel, kvantitatív, kvalitatív módszerek a komplex társadalmi-gazdasági kérdések feltárására; konkrét mérő eszközök adaptálása a helyi élelmiszerrendszerek vizsgálatához (vonzerőmérés)

OKTATÁSI CÉLKITŰZÉS

Hallgatók bevonása a kutatás tervezésébe és végrehajtásába (foglalkoztatás, kutatótáborok, szakdolgozatok, TDK-k PhD., kutatási eredmények felhasználása az oktatásban)

FEJLESZTÉSI & SZAKPOLITIKAI HATÁSOK

Hozzájárulás a helyi élelmiszerrendszer fejlesztéséhez a Balaton-felvidéken, a tudatosság, a társadalmi tanulás és az innováció növelése révén, a helyi márkaépítés és a stratégiai marketing támogatása; és a politikai döntéshozók tájékoztatása a lehetőségekről, a szűk keresztmetszetekről

KUTATÁSI KÉRDÉSEK



I. Keresleti oldal

Hogyan épül fel a „genius loci”?
Mi teszi a területet vonzóvá a
vidéki turizmus szempontjából?

II. Kínálati oldal

Hogyan állítják elő a helyi
szolgáltatásokat (látnivalókat,
ételeket, stb.)? Kik a vállalkozók,
milyen származásúak, mik a
motivációik, értékeik?

III. Helyi hatások

Milyen előnyei, költségei, milyen
feszültségek vannak? (társadalmi,
gazdasági, környezeti)

Milyen szerepe lehet a helyi
élelmiszernek, a kapcsolódó
kulturális és természeti
örökségnek a vidéki
turizmusban és a helyi
társadalmi-gazdasági
fejlődésben?

KUTATÁSI TEREPÜNK: A KÁLI-MEDENCE



KÁLI-MEDENCE - MINT KÉZZELFOGHATÓ KULTURÁLIS / TERMÉSZETI ÖRÖKSÉG

*Balaton-felvidék
Kulturális táj
UNESCO világörökség
várományos*



,GENIUS LOCI' → PROJEKTÁLT VALÓSÁG → DINAMIKUS KONCEPCIÓ



ÉPP IDŐBEN

,Genius loci' 1-3.

1970' – 1980'

1990' – 2000'

2010 – 2019

„GENIUS LOCI 1.0.” - 1970-ES - 1980-AS ÉVEK – VIDÉKI IDILL



*Káli Media
Környezetvédelmi
Társaság*

*Vidéki idill
Művész/értelmiségi
menedék*



*,GENIUS LOCI 2.0.' - 1990' – 2010'
– VIDÉKI TURIZMUS + ,SZÉP HÁZAK'*

*VIDÉKI
TURIZMUS,
SZÉP HÁZAK*

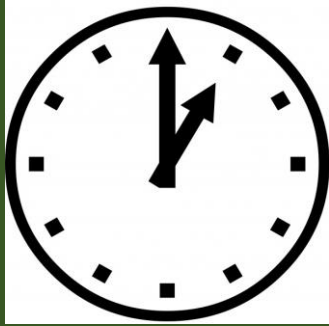


,GENIUS LOCI 3.0' - GASZTRO TURIZMUS



*GASZTRO
TURIZMUS*

„GENIUS LOCI” → PROJEKTÁLT VALÓSÁG → DINAMIKUS



ÉPP IDŐBEN

„Genius loci” 1-3.

1970’ – 1980’

1990’ – 2000’

2010 – 2019



TÁRSADALMI
CSOPORTOK ALAPJÁN

HELYIEK

Tősgyökeresek/bebírók

LÁTOGATÓK

Szállóvendégek/napi látogatók

Kérdőív típusok

1. Helyi termék, társadalomszerkezet, turizmus felmérés
2. Látogatói kérdőív
3. Liliomkert Piac rövid látogatói kérdőív



Interjú típusok

1. Fontos helyi szereplőkkel
2. Termelőkkel
3. Gasztronómiai/vendéglátó helyekkel



KINEK MI A FONTOS? - VONZERŐ MÉRÉS

HELYIEK

*Tősgyökeresek
Bebírók*

LÁTOGATÓK

*Szállóvendégek
Napi látogatók*

Tájkép

Fekvés

Épített
környezet

Nyugalom

Helyi
közösség

A hely
szelleme

Intellektu
ális körny.

Gasztronómia

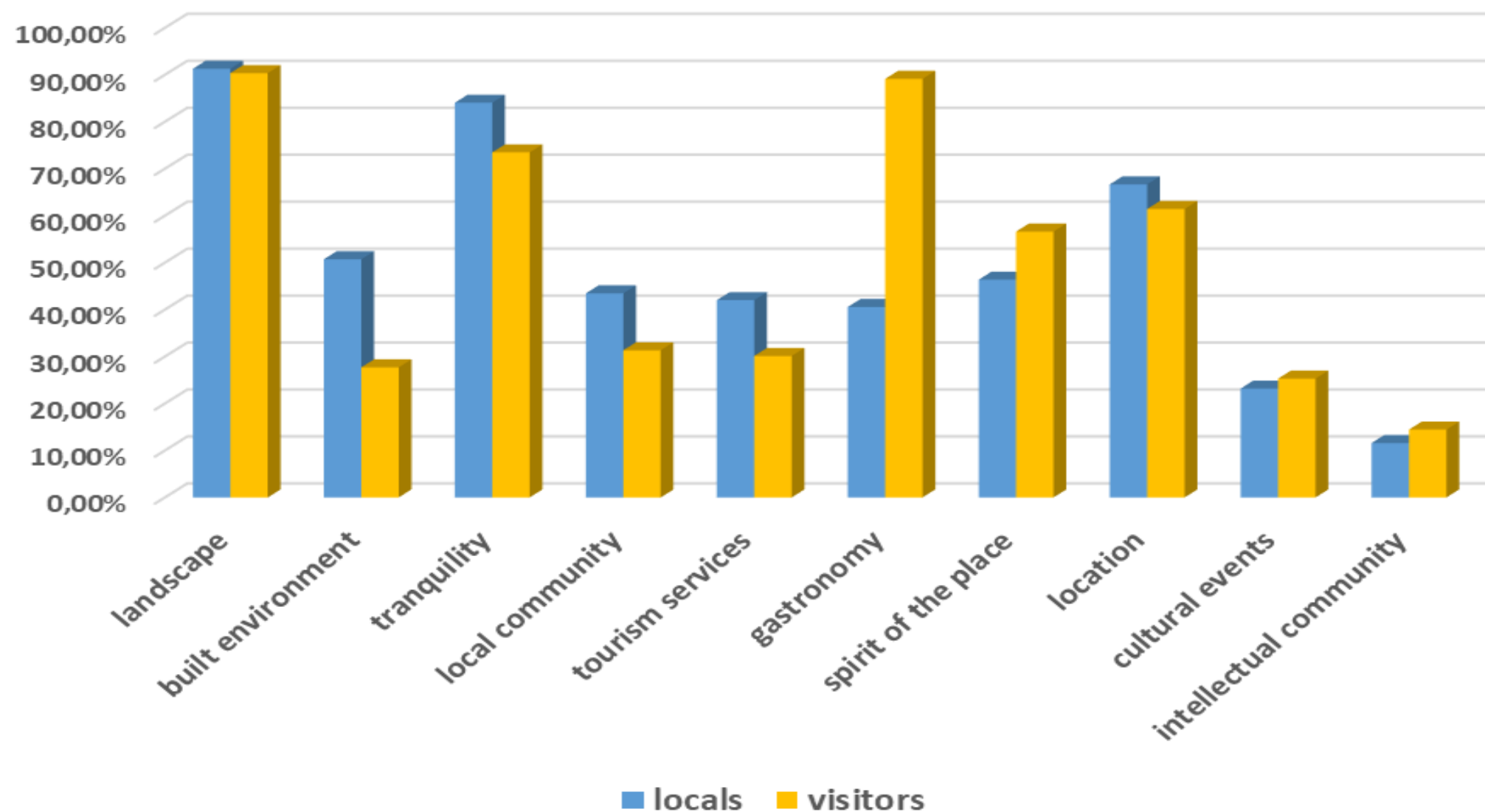
Kulturális
események

Turisztikai
szolgáltatások

168 kérdőív – helyiek, látogatók



Proportion of the attractions ranked in the first 5 places according to the type of respondents



LOCAL FOOD PRODUCTION, SHORT CHAINS, FARMERS' MARKETS, LOCAL FOOD SYSTEM

Liliomkert

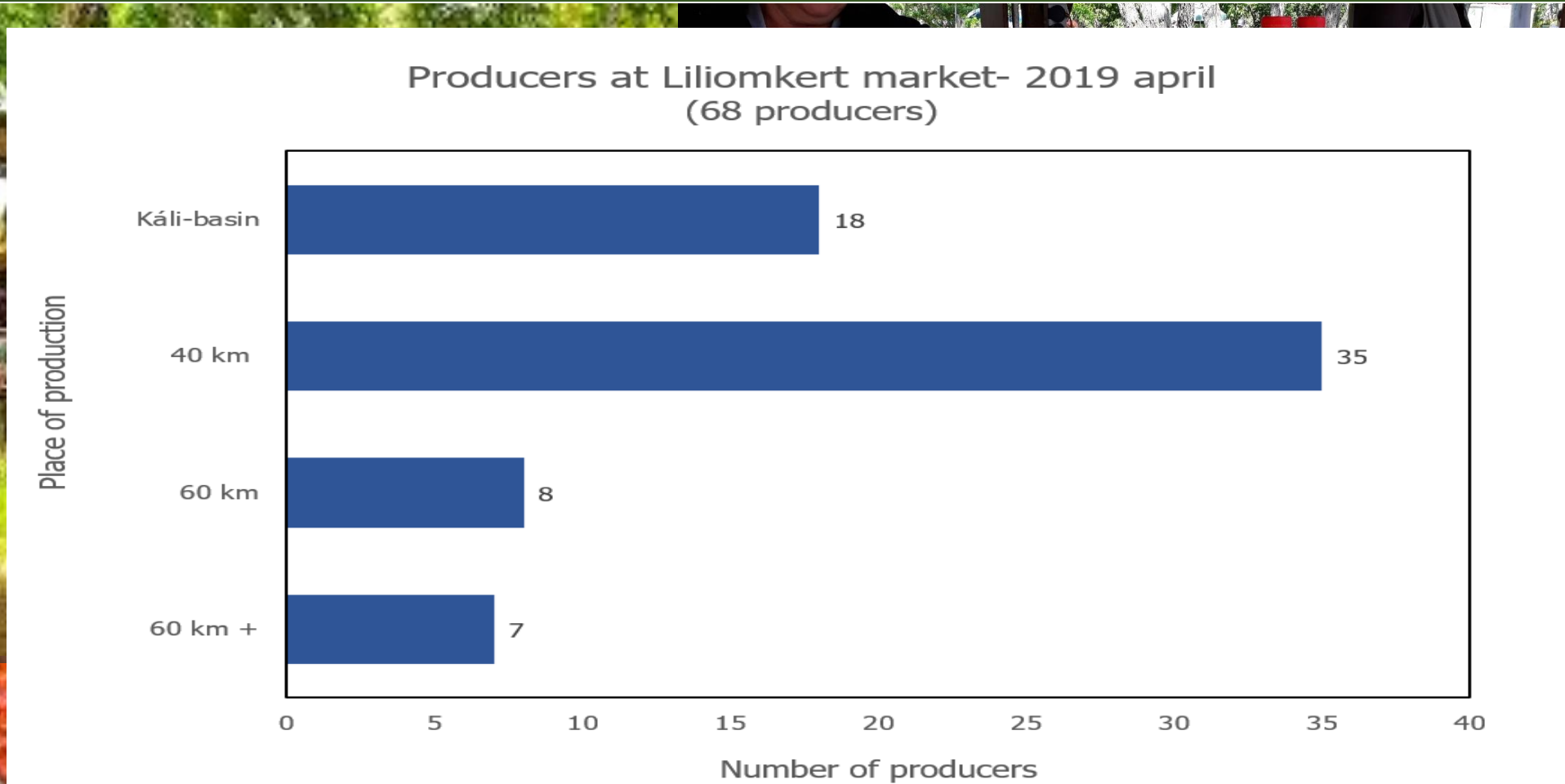
,GENIUS LOCI 2.1.' – FROM 2010'S



LOCAL FOOD PRODUCTION, SHORT CHAINS, FARMERS' MARKETS, LOCAL FOOD SYSTEM

Liliomkert

GENIUS LOCI 2.1. – FROM 2010'S





KÉRDÉSEK, DILEMMÁK

- Hogyan változtatja meg a kulturális gazdaság (hozzáadott érték, export stb.) a kulturális örökséget?
- Hogyan befolyásolják a változások a helyi életvilágot, közösségek, vállalkozások lehetőségeit?
- Mennyire fenntartható az egész rendszer?
- Hogyan reagálnak a „projektált valóságok” a „fizikai valóságra”?
- Hogyan viszonyulnak egymáshoz a különböző projektált képek? (genius loci 1-3)
- Hogyan/ki csinálta őket?
- Hogyan/hol vannak kommunikálva?
- Milyen következményei vannak a helyi identitás szempontjából?
- Hogyan működik az identitás/helykötődés a projektált valóságokon belül?