

# Új irányok a kreatív gazdaság kutatásában

Egedy Tamás  
BGE KVIK Turizmus Tanszék  
egedy.tamas@uni-bge.hu



MRTT 20. Vándorgyűlése – Tér és állam  
Budapest, 2022. október 6-7.  
Kreatív és kulturális gazdaság szekció

# A kreatív gazdaság fogalma

**Kreatív gazdaság = kreatív ipar + tudásintenzív ipar**

## Kreatív iparágak

Piackutatás, reklám- és hirdetésszervezés, építészet, művészet és képzőművészet, kézműipari tevékenységek, dizájn, divattervezés, video- és filmgyártás, rádió- és TV, zene, fényképészet, vizuális és előadói művészetek, kiadói tevékenység, szoftveripar, szoftverkészítés



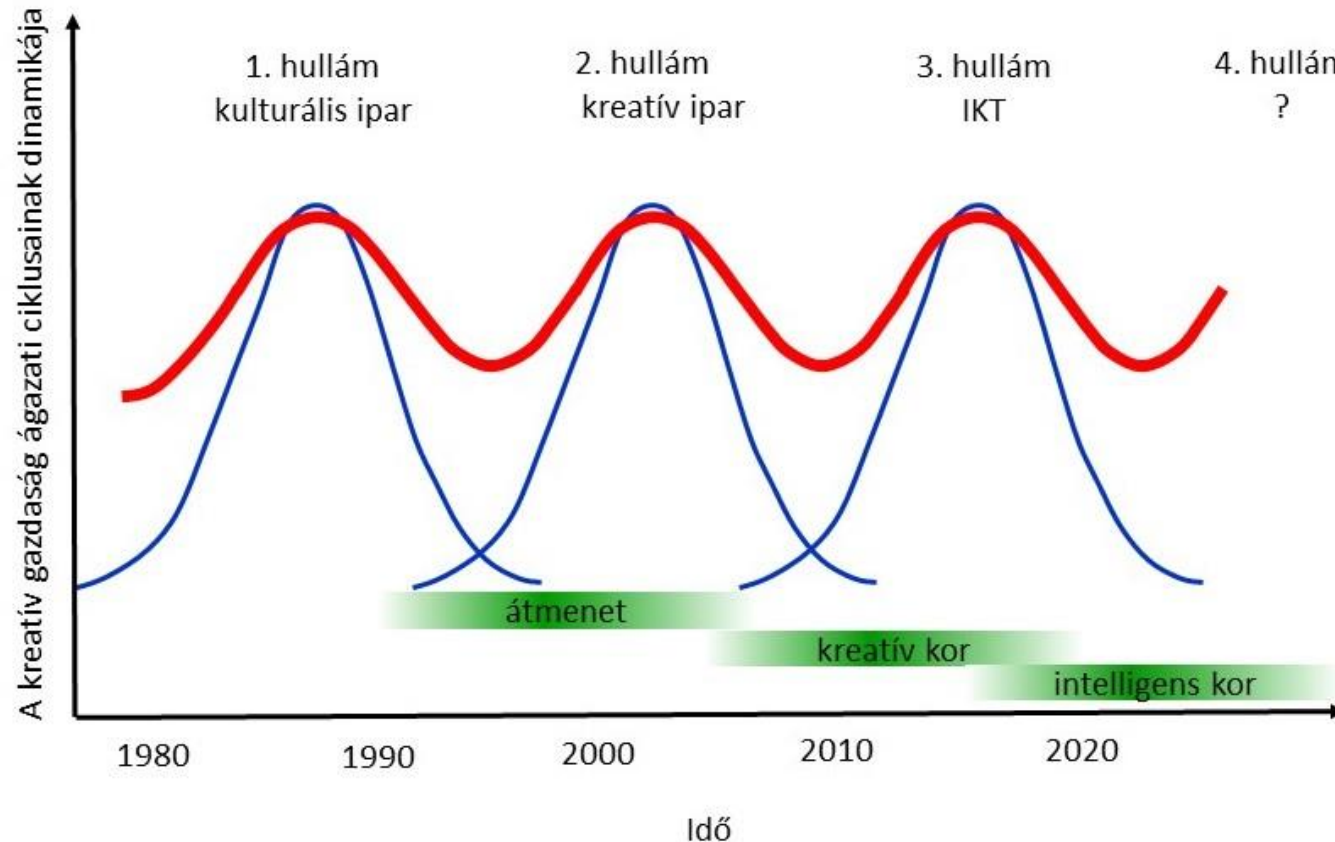
## Tudásintenzív iparágak

Infokommunikációs technológia (IKT)  
Pénzügyi tevékenységek  
Jogi és üzleti szolgáltatások  
K+F és felsőoktatás



A kreatív gazdaság ciklusos fejlődést mutat, amely városföldrajzi értelemben a Kuznets-ciklus szerint zajlik. A kreatív gazdaság hullámtermészetéből kifolyólag időben más-más gazdasági ágazatok (kulturális ipar, kreatív ipar, IKT) kerülnek előtérbe és befolyásolják a városfejlődést.

### A kreatív gazdaság ciklusos fejlődése



Módszer, forrás: nemzetközi és hazai szakirodalom elemzése és szintézise

# 1. hullám – A kulturális ipar térhódítása

**1940-es évek – Frankfurt School of Critical Theory**

**Max Horkheimer és Theodor Adorno**

Először elemezték a „kultúra ipar” működését és bírálták a kultúra áruvá válását

**1970-es évek vége**

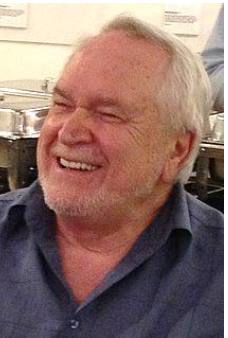
Miége (1979, 1984) az elsők között foglalkozott azzal, hogy a kultúra hogyan teremt és képviselhet csereértéket.

**1980-as évek – Los Angeles School of Urbanism (UCLA)**

**Edward Soja és Allen J. Scott**

1980-as évek közepén felhívták a figyelmet a kreativitás és az innováció szerepére a városfejlődésben (Soja–Scott 1986; Soja 1989).

Ausztrál művészek és várospolitikusok elkezdtek arról vitatkozni, hogy hogyan lehetne a művészetet és kultúrát bevonni a városfejlesztésbe és a tervezési folyamatba (McNulty 1988).



## **1990-es évek**

A helyi várospolitikai célja a város kulturális ipari központtá alakítása.

Új fogyasztói terek, nagyrendezvényeik, ikonikus épületeik, branding kampányok.

A kulturális területek fejlesztése menekülési út a hátrányos helyzetű posztindusztriális városok számára (Markusen et al. 2008).

Első kulturális ipari politikák, amelyek szakítottak a kultúra művészetcentrikus megközelítésével és az ágazat társadalmi-gazdasági céljait hangsúlyozták, valamint a kulturális iparágakat kereskedelmi alapokra helyezték. Nagy, ikonikus kulturális projektek támogatása.

1990-es évek végén és a 2000-es években a dizájn- és médiaalapú gazdasági tevékenységek támogatása.

## 2. hullám A kreatív ipar térhódítása

Kreatív ipar: individuális kreatív munkán és az egyén tehetségén, mint alapvető inputokon alapul, az output pedig valamilyen szellemi tulajdon (Galloway–Dunlop 2007).

### **Az 1980-as évek**

A művészetek és a dizájn fokozatosan kiegészültek high-tech beruházásokkal.

A kreatív ipari stratégia átformálta a kulturális ipari stratégiákat, lévén a kulturális szektort az IKT-vel, a tudással és az innovációval helyezte egy keretbe. A koncepció origójában ezen szektorok gazdasági jelentősége és az intellektuális tulajdon van, nem pedig a kultúra termelését, fogyasztását és közösségfejlesztő szerepe (Howkins 2001).

### **Az 1990-es évek vége**

A hangsúly a kreatív iparágak és a kreatív osztály elméletének irányába tolódik el (DCMS 1998).



# Kreatív gazdaság, kreatív város

## Charles Landry

A kreatív város koncepciójának kidolgozója

*The creative city: A toolkit for urban innovators* (1995, 2000)



## Comedia (communication and media) – 1978

1980-as évek első fele – kulturális ipar

1980-as évek közepétől – kreatív gazdaság

gazdaságstimuláló környezet kutatása

kreatív milió kutatása (Camagni 1991)

1994-től – A kreatív város a kutatás középpontjában

Russel Southwood, Ken Worpole, Franco Bianchini, Geoff Mulgan (DEMOS),  
Peter Hall, Carol Coletta (CEO's for Cities)

# Kreatív ipar

## Kreatív osztály

**Richard Florida**

*The rise of the creative class (2002)*

A kreativitás kultusza, mint hajtóerő a modern gazdaságban (Peck 2005)

A szimbolikus gazdaság gyorsan átvette a klasszikus ipari gazdaság helyét a városfejlesztésben (Evans 2003)

Megindul a városok „kreatív várossá” válása, próbálják így definiálni magukat

A várost mint egységes egészet próbálják meg pozícionálni a piacon (Berking, Löw 2005)

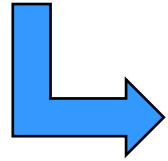
Nyugaton: „branding departments” a helyi önkormányzatoknál

*"Within the field of urban policy the notion of a creative city has spread like wildfire, but unlike a wildfire, it appears that everyone wants to have a creative city." (Pratt 2010:14)*



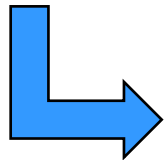


# Kelet-közép-európai kutatási irányok és publikációk



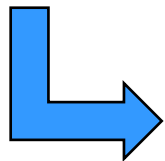
## Nemzetközi összehasonlító kutatások

SÁGVÁRI, B, and DESEWFFY, T, 2006; MUSTERD, S, AND MURIE, A, 2010; LAZZERETTI, L, 2012; MUSTERD, S, AND KOVÁCS, Z, 2013; CHAPAIN, C, AND STRYJAKIEWICZ, T, 2017



## Statisztikai elemzések az egyes országok kreatív gazdaságának makrogazdasági pozíciójáról és regionális viszonyairól

KASPRZAK, R, 2015; RATALEWSKA, M, 2016 Lengyelországban; SLACH, O, *et al*, 2013 Csehországban; VITÁLIŠOVÁ, K, *et al*, 2013 Szlovákiában; MUROVEC, N, and KAVAS, D, 2012b Szlovéniában; TOMA, S-G, *et al*, 2018 Romániában



## A kreatív gazdaság területi jellemzői a városokban és városrégiókban

NAMYŚLAK, B, 2014; STRYJAKIEWICZ, T, és MĘCZYŃSKI, M, 2010 Lengyelországban; BACULÁKOVÁ, K, 2018; PETRIKOVA, K, *et al*, 2015 Szlovákiában; BEDNÁR, P, and GREBENÍCEK, P, 2012 Csehországban; MUROVEC, N, and KAVAS, D, 2012 Szlovéniában; LENGYEL, B, and SÁGVÁRI, B, 2011; KOVÁCS, Z, *et al*, 2007; EGEDY, T, and KOVÁCS, Z, 2009 Magyarországon

# A kutatás módszertani háttere

1. A kreatív gazdaság lehatárolása (ACRE 2006-2010 alapján)
2. KSH Nemzeti Számlák: cégek, vállalkozások és árbevétel 1999, 2004, 2007, 2011, 2015
3. Statisztikai adatbázis elemzése területi és településhierarchiai szempontokból

Szektor	2-4-jegyű TEAOR'08 kódok		Iparágak
<b>Kreatív ipar</b>	13, 14, 15, 581, 182, 4751, 4753, 4754, 4759, 4761, 4762, 4763, 474, 4771, 4772, 4778, 4779, 6201, 5829, 711, 731, 742, 8211, 8220, 8299, 741, 591, 60, 592, 900, 920, 932, 6391		Architecture, Advertising, Publishing, Motion pictures, video, radio and television activities, Software consultancy and supply, News agency activities, Entertainment and recreational activities, Manufacture of textiles, wearing apparel, luggage, handbags, saddler, harness and footwear, Tanning and dressing of leather, Retail sale of new and second hand good,
<b>Tudásintenzív iparágak</b>	IKT	262, 2823, 261, 263, 264, 273, 332, 61, 62, 631, 951	Telecommunications, Computer related activities, Hardware consultancy, Data processing and database activities, Manufacture of office machinery and computers, insulated wire and cable, television and radio, telephony and line telegraphy, video recording or reproducing, Maintenance and repair of office, accounting and computing machinery;
	Pénzügy	64, 65, 66	Financial intermediation, Insurance and pension funding, Activities auxiliary to financial intermediation
	Jog és üzlet	69, 70, 78, 80, 712, 732	Legal, accounting, book-keeping and auditing activities; market research, Technical testing and analysis, Labour recruitment and provision of personnel, Investigation and security activities
	K+F és felsőoktatás	72, 8542	Research and development, Research and experimental development on natural and social sciences, engineering and humanities, Higher education

Magyarországon az ezredforduló óta a kreatív gazdaság tudásalapú átrendeződése zajlik, ami hosszú távon előmozdítja az okos városok fejlődését a budapesti agglomerációban. Az infokommunikációs technológiák kulcsszerepet játszanak az intelligens kor okos városainak fejlődésében. Az IKT szektor fejlődésének kitüntetett területe a budapesti agglomeráció és azon belül az agglomerációs övezet.

### A kreatív gazdaság összetételének változása Magyarországon (1999-2015; %)

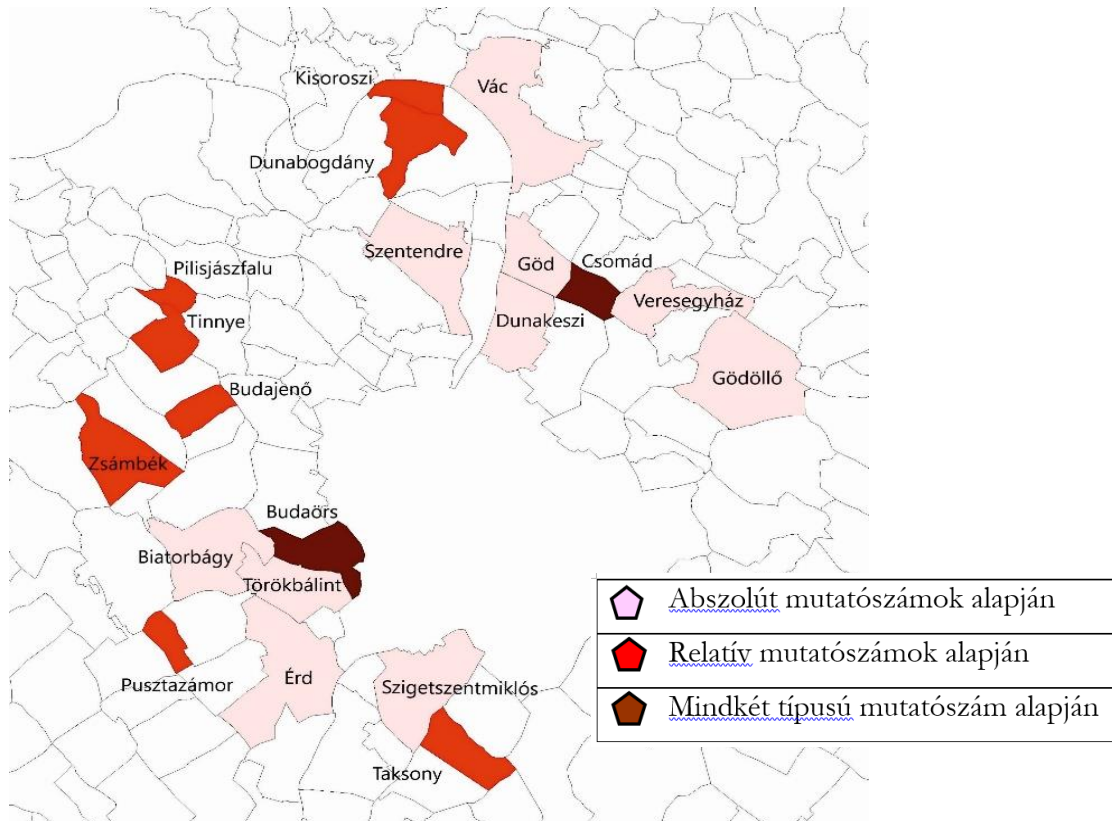
	Vállalkozások			Alkalmazottak			Bevételek		
	1999	2015	Változás	1999	2015	Változás	1999	2015	Változás
Kreatív ipar	62,1	48,2	<b>-13,9</b>	53,9	37,8	<b>-16,1</b>	42,6	31,4	<b>-11,3</b>
Tudásintenzív iparágak	37,9	51,8	<b>13,9</b>	46,1	62,2	<b>16,1</b>	57,4	68,6	<b>11,3</b>

### Az IKT szektor növekedési dinamikája a budapesti agglomerációban (1999–2015; %)

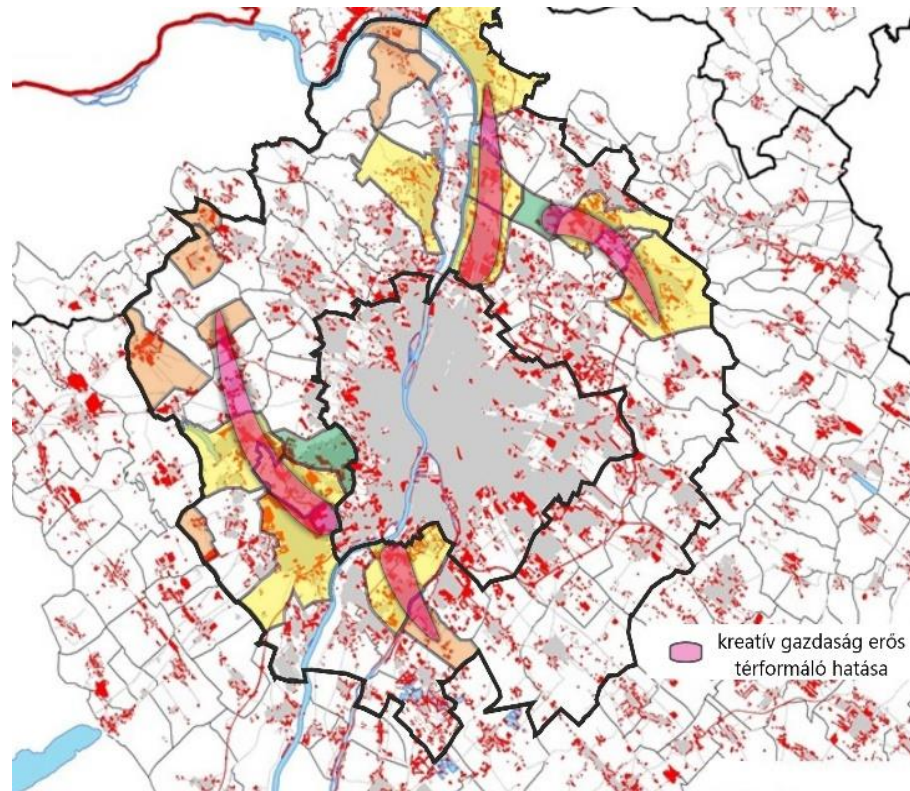
Mutató	Budapest	Agglomerációs zóna	Városrégió	Ország
cégek száma	170,1	<b>270,6</b>	188,7	181,6
dolgozók száma	140,0	<b>255,7</b>	156,3	136,5
bevétel volumene	190,1	<b>369,5</b>	215,9	218,5

A budapesti agglomerációs övezet kiemelkedő szerepet játszik a kreatív gazdaság fejlődésében, ahol a folyamat dinamikusabban zajlik, mint Budapest közigazgatási határain belül. A kreatív gazdaság a főváros agglomerációs övezetében alapvetően hozzájárul új kreatív alcentrumok megjelenéséhez, s ezzel a policentrikus városfejlődés irányába hat.

### Legdinamikusabb kreatív gazdaságú települések az agglomerációs övezetben



### A kreatív gazdaság térformáló hatásainak potenciális területei az agglomerációs övezetben





K  
l  
a  
s  
z  
t  
e  
r  
e  
s  
e  
d  
é  
s



**Graphisoft Park**





Millenáris park







**Infopark**





# 3. hullám – Az IKT szektor térhódítása

## Digitalizáció, okos város, big data, network kutatások

A kreatív és az okos város közötti link: az IKT

Az IKT átalakítja a társadalom és a gazdaság térbeli szerveződését és a fogyasztási mintázatokat (Sassen 2001).

Az IKT megváltoztatta a városok fizikai, társadalmi és gazdasági környezetét (Portugali et al. 2012).

Az IKT alkalmazása az innovatív, fenntartható és okos városok fejlődésében új várostervezési modellek elterjedéséhez vezetett (Yeh 2017).

A városok mint centrumok szerepe csökkenni fog, a térnek és a távolságnak egyre kisebb szerepe lesz a jövőben. A közelség, elérhetőség, centralizáció és telephely szerepét az interaktív kommunikáció veszi át (Gillespie és Williams 1988; Graham 1998; Cairncross 2001; Iammarino–McCann 2013).

A gazdaság teljesítménye továbbra is a helyhez kötött, materiális tereken múlik, amelyeket egyre jobban átsző az internet és a kiberhálózat, ily módon az internet és az IKT növeli a földrajz és a távolság jelentőségét (Tranos–Nijkamp 2013).

## Okos város

Az 1990-es évek közepétől a kreatív város koncepciójával párhuzamosan fejlődött, s azzal szoros összefüggésben terjedt el a városfejlesztésben az **okos város (smart city)** elmélete és gyakorlata.

**Digitális város:** a város működtetésében alkalmazzuk az infokommunikációs technológiák nyújtotta megoldásokat a város üzemeltetése során.

**Intelligens város:** A városüzemeltetés a technológiai háttértámogatással bíró intézményi szolgáltatások körével bővül (vagyis IKT alkalmazása a város és a lakosság kommunikációjában, e-ügyintézés).

**Okos város:** Átfogó, stratégiai szemlélet, amelyben az infokommunikációs technológiát a városmenedzsment eszközként használják.

Az okos városnak jelenleg több mint százféle definíciója van, Kondepudi és szerzőtársai (2014) 116 definíciót gyűjtöttek össze és értékelték. Kulcsszavak: technológia, közigazgatás és irányítás, együttműködés, társadalmi és humán tőke).

Az okos városban a társadalmi és humán tőkébe, a tradicionális (közlekedés) és modern (IKT) kommunikációs infrastruktúrákba történő beruházások támogatják és elősegítik a fenntartható gazdaság és az életminőség növekedését, s mindezt a természeti erőforrások ésszerű használatával és részvételi (ön)kormányzással valósítják meg (Caragliu et al. 2011)

A magyarországi posztoszocialista városfejlődést a kreatív gazdaság fejlődése alapján három szakaszra oszthatjuk: átmeneti kor, kreatív kor és intelligens kor. A kreatív kort a kulturális és kreatív iparágakon alapuló kreatív városok, valamint követő jellegű stratégiai szemlélet jellemzik. Az intelligens korban a tudásintenzív és infokommunikációs technológiákon alapuló okos városok, proaktív stratégiai szemlélet és alulról építkező (bottom–up) társadalmi-gazdasági folyamatok játsszák a meghatározó szerepet.

### A városfejlődés szakaszai a kreatív gazdaság alapján

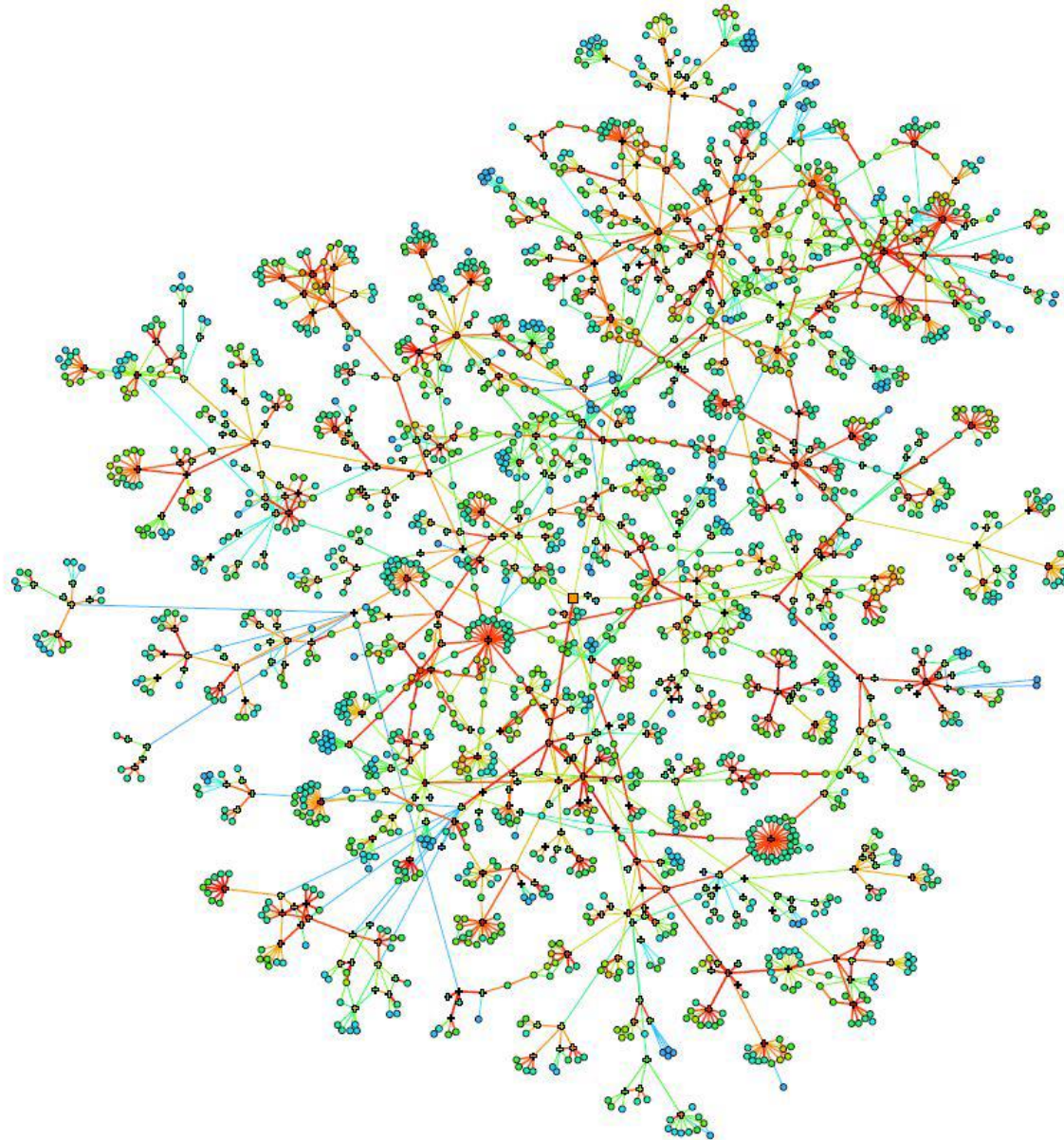
Szakasz	Időszak	Várostípus	Iparágak	Stratégia	Aktorok
Átmeneti kor	1990–2004	Átalakuló város	Tercier szektor	Követő Top-down	Önkormányzat
Kreatív kor	2004–2017	Kreatív város	Kulturális és kreatív iparágak	Követő Top-down	Önkormányzat és magántőke
Intelligens kor	2017–	Okos város	Tudásintenzív iparágak, IKT	Proaktív Bottom-up	Közösségi részvétel

# Mobilitáshoz kapcsolódó big data források és típusok

Big data források	Rendszerek	Eszközök	
		Közösségi	Egyéni
<b>Mobilalapú generált adatok</b>	GPS	Flotta tracking - Busz AVL - Taxi GPS	Flotta tracking - Taxi (apps) - Ridesharing
	Mobiltelefon CDR	-	Mobiltelefon-tornyok
	Tömeges adatforrások	Okostelefonok - Tweetek (Twitter) - Check-in, Log-in	Okostelefonok - Tweetek (Twitter) - Check-in, Log-in - Micro-blog - Photos
<b>Automatikus adatgyűjtési rendszerek</b>	Viteldíjrendszerek	Közösségi közlekedés jegykezelési rendszerek - Okoskártyák - Kapcsolat nélküli fizetési rendszerek	Közösségi közlekedés jegykezelési rendszerek - Kapcsolat nélküli fizetési rendszerek
		Útdíjfizetési rendszerek	-
	Utasszámláló rendszerek	Közlekedési eszközökön (buszok)	-
		Állomásokon (pl. metró)	-
<b>Fizikai szenzorok</b>	Hálózati szenzorok	CCTV, biztonsági, közlekedési kamerák, rendszámfelismerő berendezések	-
		Bluetooth érzékelők	-
		Környezeti szenzorok (hőmérséklet, zaj, levegőminőség)	-
		Parkolóórák	-
		Vasúti érzékelők	-
	Közlekedési eszközök szenzorai	Busz monitoring érzékelők - Vezetési adatok - Üzemanyag-fogyasztás - Motorhőmérséklet	-



# Felhasználók közötti kommunikációs hálózatok vizsgálata



A mobilkommunikációs (IKT) eszközök használatában még egyértelműen visszatükröződik a gazdasági fejlettség nyugat-keleti dichotómiája, de a kreatív gazdaság növekvő térbeli koncentrációja miatt a tradicionális nyugat-keleti lejtőt egyre inkább a Budapesttől és a regionális centrumoktól való távolság váltja fel.

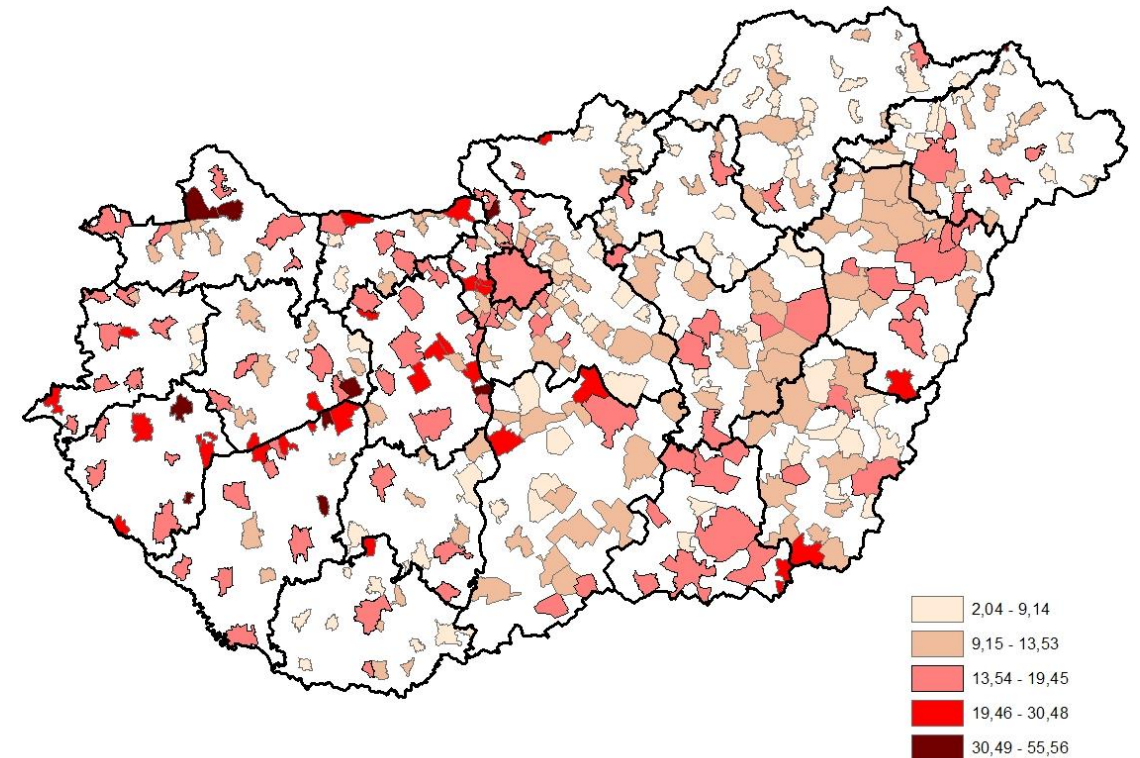
### Az esemény/fő és a földrajzi helyzet közötti korreláció

Város népessége	Város távolsága Szentgotthárdtól
>100.000	-0.263
50-100.000	-0.597
20-50.000	-0.339
5-20.000	-0.379
<5.000	-0.375

### A kreatív gazdaság térbeli koncentrációja a Herfindahl-Hirschman-index alapján

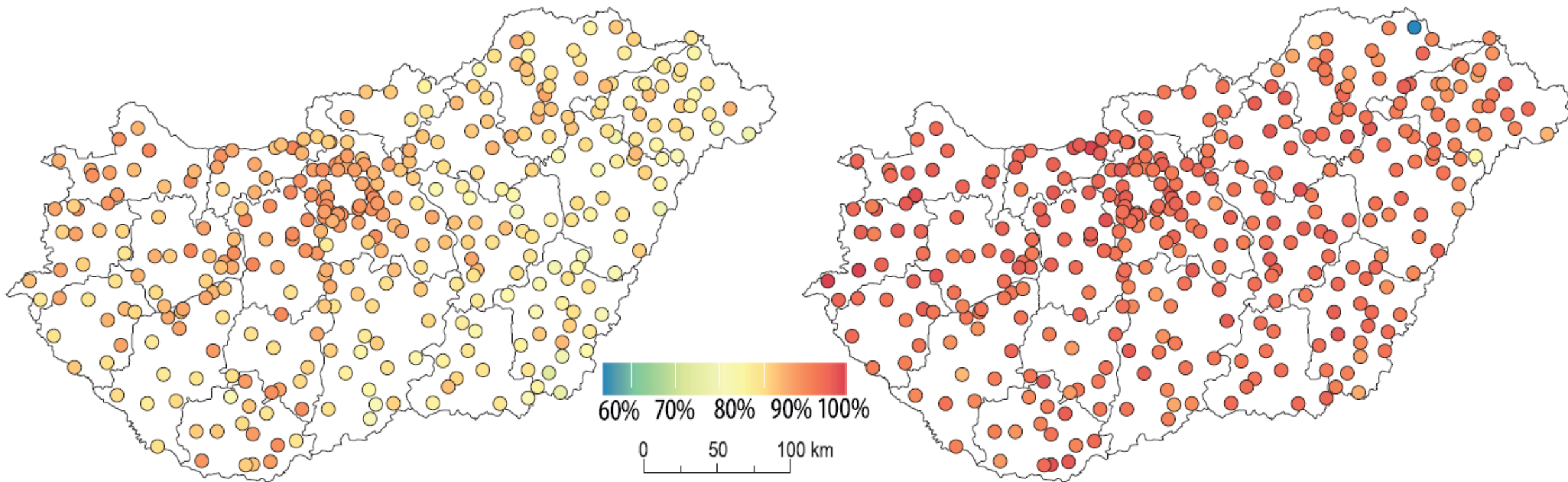
	2007	2015
Kreatív cégek száma	0,16	0,18
Foglalkoztatottak száma	0,24	0,29
Árbevétel volumene	0,31	0,39

### Esemény/népesség mutató a városokban



Módszer, forrás: KSH adatbázisok elemzése, mobilcellaadatok, big data adatállományok elemzése, korrelációs és területi autokorrelációs számítások, kartográfia

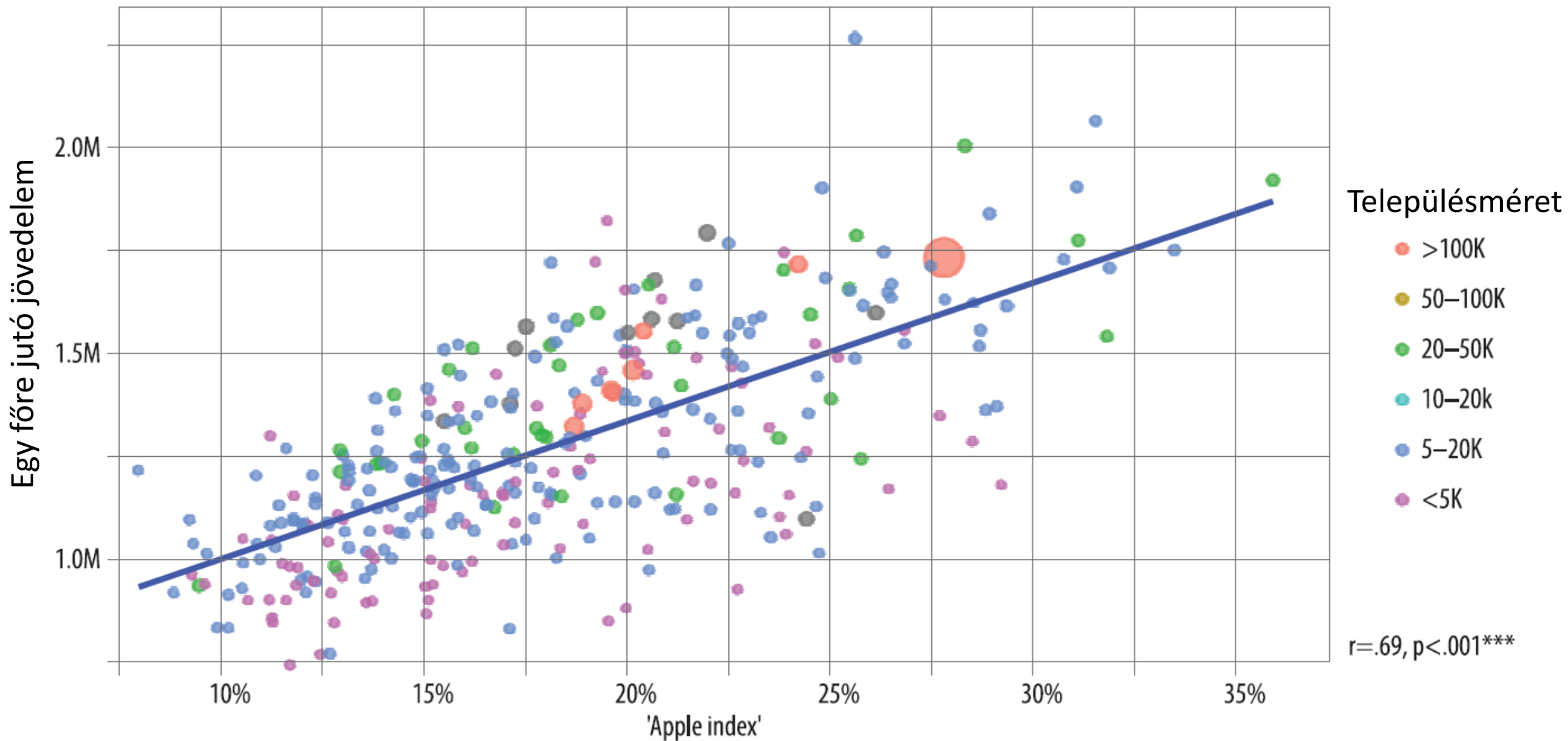
## Az okostelefonnal rendelkezők aránya az X generációban (balra) és a Z generációban (jobbra)



Módszer, forrás: mobilcellaadatok, big data adatállományok elemzése

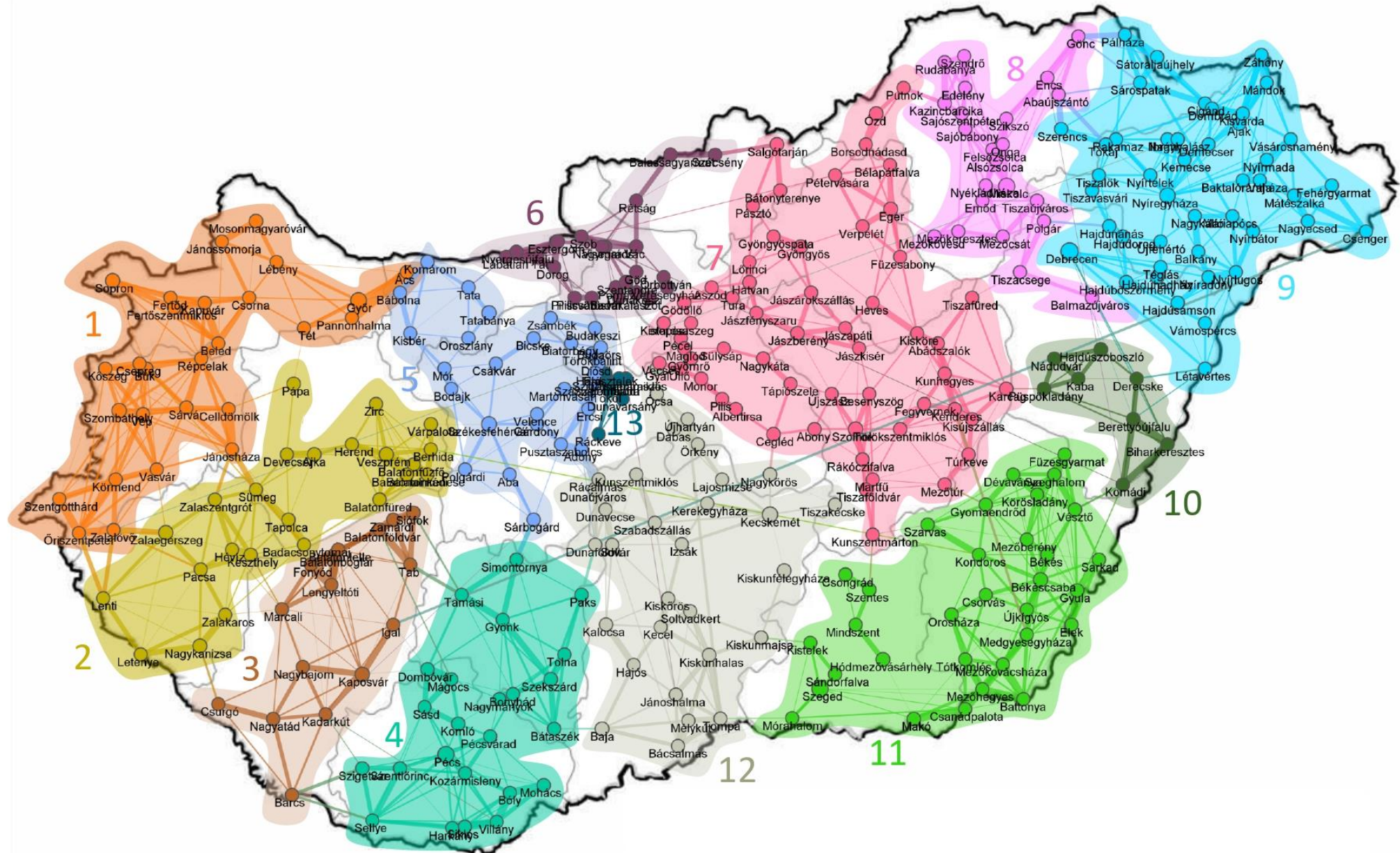


# Az egy főre jutó jövedelem és az Apple telefon használók aránya közötti összefüggés



Módszer, forrás: mobilcellaadatok, big data adatállományok elemzése

# Intercity klaszterek a legerősebb szociális kapcsolatok alapján az iWiW közösségi médiában



**Köszönöm a figyelmet!**

**varosrehabilitacio.net**  
**egedy@gmx.net**