

VÁROSFEJLESZTÉSI PARADIGMÁK AZ ÚJ ÉVEZREDBEN – A KREATÍV VÁROS ÉS AZ OKOS VÁROS

EGEDY TAMÁS

URBAN DEVELOPMENT PARADIGMS IN THE NEW MILLENNIUM
– THE CREATIVE CITY AND THE SMART CITY

Abstract

In urban development, the slow rise of creativity began in the 1980s. In the mid-1990s, with the emergence of the concept of the creative city and later the spread of the creative economy in the early 2000s, the cult of creativity spread like wildfire in the globalizing world. Following the global economic crisis of 2007-2008, development has brought the concept of the smart city into the foreground and this urban development paradigm has become the focus of attention. This theoretical paper outlines the development and characteristics of the concepts of 'creative city' and 'smart city' and highlights in brief how the issues of creative economy, creative city, and smart city appear in domestic research and publications. In addition, the purpose of the study is to bring the theory of creative and smart cities closer to the broader public.

Keywords: creative city, smart city, digital technology, ICT, competitiveness

Bevezetés

A 2000-es évek első évtizedében a globális gazdaságban uralkodó neoliberális modellnek is köszönhetően világszerte hódított a „kreatív város” elmélete. Magyarországon is a települések jelentős része – illeszkedve az európai tendenciákhoz – próbálta magát kreatív városként definiálni anélkül, hogy pontosan tudta volna, mit is jelent a fogalom valójában. A 2007-2008-as világgazdasági válság következtében a neoliberális modell megbicsaklott, így az elmúlt években a kreatív város kérdésköre is háttérbe szorult. Az elmúlt évek fejlődési tendenciáit szemlélve úgy látszik, új paradigma vette át a kreatív város helyét, az okos város (smart city). A kreativitás, az innováció és a technológia kérdése tehát koránt sem kerültek le a városfejlesztési politika porondjáról, csak a kor kihívásainak megfelelően újracsomagolt formában kapjuk a terméket. Írásomban felvázolom a kreatív város és a smart city koncepcióját, illetve röviden bemutatom, hogy a hazai kutatásokban és publikációkban hogyan jelenik meg a kreatív gazdaság, a kreatív városok és az okos városok kérdésköre.

A kreatív város koncepciója

A kreatív város elméletének előfutárai már a 20. század első felében megjelentek. KEYNES, J. M. a *The General Theory of Employment, Interest and Money* című művében már 1936-ban arról írt, hogy a vállalkozások sikerességéhez stimuláló társadalmi és politikai környezetre van szükség (KEYNES, M. 1936). A közgazdaságtanban tehát már viszonylag korán felbukkant a kérdéskör jelentősége. A kreatív város koncepciójának kifejlődésében fontos mérföldkő volt JANE JACOBS *The death and life of great American cities* 1961-ben megjelent könyve, amelyben éles kritikával illette az 1950-es évek Amerikájának városfejlesztési politikáját és ostromozta az általa ortodox urbanizmusnak nevezett várospolitikát (JACOBS, J. 1961). Élettel teli és érdekes utcák kialakítását javasolta a városépítészeten, amelyek a városrész-

ben egyfajta hálózattá kapcsolódnak össze. Az utcahálózatot parkok, terek és középületek teszik változatossá, amelyek egyúttal biztosítják a különböző funkciók együttes jelenlétét és komplexitását a területen. Az 1970-es évek elejétől az 1990-es végéig fokozatosan jelentek meg azok a fogalmak, amelyeket a városkutatók napjainkban használnak: az 1970-es évekből származik a posztindusztriális társadalom kifejezés (BELL, D. 1973), az 1980-as éveknek köszönhetjük az olyan fogalmakat, mint a rugalmas felhalmozás (HARVEY, D. 1987) és a posztfordizmus (ALBERTSEN, N. 1988), az 1990-es években pedig az új gazdaság (new economy) elméletének elterjedésének lehettünk tanúi (lásd pl. GOLDHABER, M.H. 1996). A kreatív város elméletének lassú térhódítása az 1980-as években kezdődött. Az elmélet előfutárai között mindenképpen meg kell említenünk a Los Angeles School of Urbanism munkatársait: EDWARD SOJA és ALLEN J. SCOTT már az 1980-as évek közepén felhívták a figyelmet a kreativitás és innováció szerepére a városfejlődésben (SOJA, E. W. – SCOTT, A. J. 1986; SOJA, E.W. 1989). A kreatív város koncepciójának kidolgozója a brit várostervező, CHARLES LANDRY volt. Először 1995-ben publikálta FRANCO BIANCHINivel közösen a *The creative city* című esszéjét (LANDRY, CH. – BIANCHINI, F. 1995), amelyet később könyv formában is kiadott *The creative city: A toolkit for urban innovators* címen (LANDRY, CH. 2000). A koncepció természetesen nem a semmiből született, hiszen Landry már az 1970-es évek második felében foglalkozott a kérdéskörrel. 1978-ban megalapította COMEDIA (communication and media) nevű szervezetét, amely az 1980-as évek első felében kiemelkedő szerepet játszott a kulturális ipar helyzetének feltárásában, az évtized második felétől pedig a kreatív gazdaság, illetve a gazdaságstimuláló környezet és a kreatív milió kutatására összpontosította figyelmét. 1994-től a „kreatív város” került kutatásaik középpontjába. Jelentős hatást gyakorolt a kreatív város elméletének és gyakorlatának elterjedésére RICHARD FLORIDA, aki a *The rise of the creative class* (2002) című könyvében lefektette a kreatív osztály szerepével és működésével kapcsolatos elveit. Florida munkásságának köszönhetően a szimbolikus gazdaság gyorsan átvette a klasszikus ipari gazdaság helyét a városfejlesztésben, a kreatív város koncepciója, valamint a kreativitás kultusza pedig futótűzként terjedtek el a 2000-es évek első évtizedében (PRATT, A. C. 2010). Megindult a városok kreatívvá válása, próbálták kreatív városként definiálni magukat, a nyugati városi önkormányzatokban pedig sorra alakultak a márkafejlesztési osztályok (branding departments). Ezekre leginkább azért volt szükség, mert az ún. kreatív korban, amelyben élünk, alapvetően megváltozott a városok szerepe, s a városokra egyre inkább, mint eladandó termékre tekint a kreatív város koncepciója. A termékfejlesztés klasszikus útján a termék pozicionálására törekedtek a városmarketingesek, azaz a város a fizikai és kulturális értékeit különböző brosúrák és hirdetések segítségével próbálták meg eladni a piacon. A termékfejlesztés modern keretei között ugyanakkor a város brand-je (márkája) egyfajta víziót, elképzelt életstílust testesít meg. A városmarketing feladata lényegében a város struktúráját és környezetét is magába foglaló képzetek feltárása és bemutatása annak érdekében, hogy ennek az idealizált brandnek megfeleljenek. A városi elit célja olyan érzelmi kötelékek kialakítása, amelyeken keresztül a fogyasztók egybeolvadhatnak az imázssal és újra megvásárolják a város által kínált terméket (GREENBERG, M. 2000). A 2000-es évek első évtizedében a kreatív városfejlesztési gyakorlat – a neoliberális gazdaságpolitika szárnyai alatt – elsősorban a globális kapcsolatokkal rendelkező, tőkeerős transznacionális elit vonzásának vágyát követte és nem véletlenül a fogyasztói társadalomban a városfejlesztési projektek elsősorban a felső (ún. high-end), tőkeerős rétegeket célozták meg. Ez a városfejlesztési gyakorlat egyrészt felértékelte a középrétegek szerepét a városi gazdaság versenyképességében, másrészt a kreatív városfejlesztés gyakorlatilag mindenhol dzsentrifikációs folyamatokat indított el a városokban (CZIRFUSZ M. 2015; MCCANN, P. – ORTEGA-ARGILES, R. 2016). HALL, P. (1998) alapján a kreatív városoknak és

területeknek különböző típusairól beszélhetünk attól függően, hogy mely gazdasági ágazatok és iparágak húzzák a helyi gazdaságot: a) technológiai-innovatív városok és területek (pl. Detroit, Manchester, Glasgow, Dommel Völgy – Eindhoven, Szilícium Glen – Skócia, Szilícium Szászország – Drezda); b) kulturális-intellektuális városok (pl. London, Párizs, Bécs, Dublin, Toulouse, Heidelberg, Amszterdam); c) kulturális-technológiai városok és területek (pl. Hollywood – az amerikai filmgyártás központja, Bollywood – az indiai filmgyártás központja, Amszterdam, Rotterdam, Párizs, Milánó, Lipcse); d) technológiai-szervezeti központok (pl. London, New York, Párizs). Az említett példák is mutatják, hogy a csoportosítás rugalmas, s egy város akár több kategóriába is besorolható. Ez elsősorban globális városokra jellemző, vagyis amelyek hatása több kontinensre is kiterjed. A globalizáció folyamatában a kreatív városokra jellemző a hálózatosodás, vagyis a cégek egyre bővülő hálózata, amelyen keresztül a tehetség, a tudás és a képességek különleges koncentrációja jön létre. A globalizált világban a regionális versenyképességet alapvetően befolyásolja, hogy ezek a helyi és regionális hálózatok mennyire képesek kapcsolódni a globális innovációs és termelési hálózatokhoz (HORVÁTHNÉ BARSZ B. – LADOS M. 2011). A cégek és a munkaerő koncentráldásának következtében egyre nagyobb szerepet kapnak a fejlődésben az agglomerációk. Nő a városok versenye, rendkívül versenyképes és rugalmas szektorok alakulnak ki a munkaerő-piacon, s tulajdonképpen egymással versengő regionális gazdaságok mozaikja alakul ki a térben. A folyamatot decentralizációs fejlődés jellemzi, vagyis a központi agglomeráción belül, vagy rajta kívül további fejlődési pólusok jelennek meg, s a településhálózat egyre inkább az ún. policentrikus fejlődési modell irányába mozdul el. Kutatásaink arról tanúskodnak, hogy az elmúlt évtizedben a településhálózat fejlődése Magyarországon is a policentrikus fejlődés irányába mozdult el (EGEDY et al. 2017).

Bár úgy tűnik, a gazdasági válság óta a kreatív városokkal összefüggő kutatások és publikációk száma csökken, nemzetközi szinten a kreatív város koncepciójának hatásai még egyértelműen érződnek. Egyrészt az UNESCO égisze alatt működik a Kreatív Városok Hálózata (Creative Cities Network), amely 2017-ben hét kreatív ágazatban (ipar és népművészet, dizájn, film, gasztronómia, irodalom, zene és média) 54 országból összesen 116 várost számolt a tagjai sorában (köztük Budapestet is). Az Európai Unióban a 2014-2020-as tervezési időszakra a Kreatív Európa Program foglalja össze a cselekvési tervet. Főbb célkitűzései között szerepel többek között a szakemberek mobilitásának ösztönzése, művek új közönség elé juttatása, a nemzetközi együttműködés előmozdítása az innováció, a közönségfejlesztés és az új kereskedelmi modellek létrehozásában. A program a tervezési időszakban 250 000 művész és kulturális szakember, 2000 mozi, 800 film és 4500 könyvfordítás részére nyújtott és nyújt támogatást.

Az okos város koncepciója

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. A fő kérdés akkoriban az volt, hogy a fenntartható fejlődés keretei között hogyan lehetséges a városirányítási rendszereket megreformálni. A városok ugyanis egyre dinamikusabb rendszerekké nőttek ki magukat, amelyben egyre inkább személyre szabott és időben változó szolgáltatásokra van szükség. Az okos város koncepciója ennek megfelelően a következő hármas prioritás mentén szerveződik: fenntarthatóság, hatékonyság és széleskörű részvétel. Az első prioritás azt jelenti, hogy olyan rendszert próbálunk meg létrehozni, amely gazdaságilag önfenntartó. A második prioritás egyrészt a szolgáltatások minőségének és hatékonyságának javítására (pl. közigazgatás szolgál-

tató szemléletű reformja, digitális infrastruktúra fejlesztésével az ügyintézés felgyorsítása és leegyszerűsítése), valamint az energia és a rendelkezésre álló források takarékos felhasználására és a környezet terhelésének a csökkentésére utal. A harmadik prioritás az állampolgárok bevonását, konstruktív és értékteremtő részvételét jelenti életminőségük javítása érdekében. A három prioritás együttes alkalmazásával lehetővé válik egy élhető város kialakítása és működtetése.

Az okos városok HORVÁTHNÉ BARSZ B. és LADOS M. (2011) értelmezésében olyan települések, amelyek a rendelkezésre álló technológiákat innovatív módon használják, s ezáltal egy jobb, változatosabb és fenntartható városi környezetet hoznak létre. Az okos városok a smart technológiákat úgy alkalmazzák, hogy a város infrastrukturális rendszerei és szolgáltatásai jobban kapcsolódjanak egymáshoz és ezáltal hatékonyabbak legyenek. Az okos városok fejlődésében meghatározó szerepe van a digitális, információs és kommunikációs technológiáknak. Napjainkban az infokommunikációs eszközök fejlődésének következtében egyre nagyobb jelentősége van az ember-eszköz, és az eszköz-eszköz közötti kapcsolatrendszernek. Ebben a kapcsolatrendszerben természetesen kiemelt szerepe van az internetnek, valamint az IoT-nek (Internet of Things), amely olyan eszközök és szolgáltatások rendszerét fedi le, amelyben a környezetünk elemei egymással és a használóikkal is folyamatos kapcsolatban vannak, illetve adat- és szolgáltatási felhőkön keresztül együttműködnek (DOBOS et al. 2015).

A koncepcióval kapcsolatban általában három fogalommal találkozhatunk: digitális város, intelligens város és okos város. A digitális város kifejezés arra utal, hogy a város működtetésében alkalmazzuk az infokommunikációs technológiák (IKT) nyújtotta megoldásokat a város üzemeltetése során. Az intelligens városban mindez a technológiai háttértámogatással bíró intézményi szolgáltatások körével bővül (vagyis IKT alkalmazása a város és a lakosság kommunikációjában, mint például e-ügyintézés), míg az okos város egy átfogó, stratégiai szemléletet jelent, amelyben az infokommunikációs technológiát a városmenedzsment eszközeként használják. Ily módon a digitális város fogalmi szempontból részhalmaza az intelligens városnak, amely részét képezi az okos városnak.

COHEN, B (2015) szerint az okos városok fejlődésében három generációt különböztethetünk meg:

- Smart city 1.0 – ezek a technológia vezérelt okos városok, amelyekre jellemző, hogy általában a fejlesztők kínálják a smart szolgáltatásaikat a városok számára. A városok általában nincsenek tisztában a smart szolgáltatások alkalmazásának tényleges körülményeivel és hatásaival a lakosságra. Ezeket a smart city víziókat általában a magánszférában érdekelt technológiai cégek vázolják fel és próbálják keresztülvenni (pl. Living PlanIT, Cisco). Legnagyobb kritika ezt a generációt abból a szempontból érte, hogy hiányzik a fejlődés dinamikájának a kulcsa: a város és a lakói közötti interaktivitás.
- Smart city 2.0 – ezek a város (városvezetés) által vezérelt okos városok, vagyis amikor már nem a tech-cégek kínálják portékájukat, hanem a városvezetés és a városi adminisztráció használja fel a fejlesztők smart szolgáltatásait. Kiemelt szerepe van ebben a generációban a kulcspozícióban lévő, előrelátó polgármestereknek és döntéshozóknak. Ebben a fejlődési szakaszban a döntéshozók olyan technológiai megoldások alkalmazására törekednek, amelyek emelik a lakosság életminőségét. Barcelonában 2015-ben például több mint 20 smart city program és 100 wifi alapú smart city projekt segítette a lakosság mindennapi életét.
- Smart city 3.0 – a polgárok együttműködése a várossal (együttes értékteremtés). A város és polgárai közösen, egymást kiegészítve vesznek részt a város élhetőségét erősítő smart folyamatokban. Példaként említhető Bécs, ahol a helyi energeti-

kai cég (Wien Energie) bevonta a lakosokat beruházóként napelemek telepítésébe, vagy Vancouver, ahol 30 ezer lakost vontak be a Vancouver Legzöldebb város 2020 akcióterv végrehajtásába. Tipikus példája a smart city 3.0 megoldásoknak a lakosság mindennapi életét segítő „sharing economy” elterjedése (nem összekeverendő a profitorientált vállalkozásokkal, mint az Airbnb vagy Uber).

Okos város létrehozása és fejlesztése alapvetően kétféle módon lehetséges. Az egyik lehetőség, hogy zöldmezős beruházás keretében a smart megoldások teljes tárházát alkalmazó mintavárosokat alakítunk ki (példaként említhető Songdo Dél-Koreában, vagy Masdar az Egyesült Arab Emírátsokban). Ezek eleve azzal a célkitűzéssel épültek, hogy a digitális és infokommunikációs technológiák segítségével működjenek. Ennél sokkal fontosabbak és életszerűbbek a már meglévő, sokféle társadalmi és gazdasági környezetben működő, történelmi hagyományokkal rendelkező városokban elindított smart city projektek. Ezeket a településeket gyakran barna mezős okos városoknak is nevezzük.

Smart city projektek alapvetően három szinten tervezhetünk és hajthatunk végre. Az *országos szintű projektek* államilag fenntartott rendszereken keresztül érhetők el és céljuk az, hogy az adott szolgáltatáshoz mindenhol hasonló minőségben és azonos feltételekkel juthasson hozzá a felhasználó (gondoljunk például az országos mobilparkolási rendszerre). Ez lehetővé teszi, hogy az adatok és az alkalmazott technológiák egységesek legyenek. A *települési szintű projektek* körébe az ún. smart city enabler (lehetővé tevő) platformok sorolhatók. Ezek között meg kell különböztetnünk a humán és technológiai enablereket: az első mindazon szervezeteket, intézményeket, képzéseket és programokat jelenti, amelyek erőforrásokat biztosítanak a stratégia végrehajtásához, míg utóbbi azt a horizontális, fizikai infrastruktúrát jelenti, amelyre a digitális programok, fejlesztések, alkalmazások és szolgáltatások építhetők (pl. széles sávú internet-hozzáférés a településen). A *helyi szintű projektek* körébe sorolhatók a városi laboratóriumok (city labs, living labs projektek, mint például a Living Lab Budapest kezdeményezés). Ezek a fejlesztések a valós környezetben, a tényleges használat közben nyerik el végleges kereteiket, amiben fontos szerepe van a felhasználók visszajelzéseinek. A városi laboratóriumok lehetnek városrészek, háztömbök, utcák, vagy akár konkrét hely nélküli együttműködések is, amelyek kiváló lehetőséget nyújtanak arra, hogy az innovatív fejlesztéseket élesben teszteljék a beruházók (DOBOS et al. 2015).

Az okos városok működése alapján jól körvonalazhatók a legfontosabb szereplők (aktórok) és érintettek (stakeholderek). Fontos szereplő lehet az állam, amely akár monopolhelyzetben is lehet egyes smart fejlesztések esetében. A programok jelentős része ugyanakkor a hibrid kategóriába sorolható, ahol egyfajta állami-piaci modell működik. Ebben a modellben az állam és az önkormányzatok szerepe általában a célok kijelölése, a koordináció, a társadalmi garanciák fenntartása, míg a piaci szereplők feladata értelemszerűen a fejlesztések végrehajtása és a szolgáltatások biztosítása. A legfontosabb szereplők közé tartozik természetesen a civil társadalom az állampolgárokkal és közösségeikkel, akik használják a smart fejlesztéseket. A smart stratégiák sikeres végrehajtását a tudományos élet képviselői (kutatóintézetek és egyetemek, szakmai szervezetek) jelentősen elősegíthetik. A smart city programok kidolgozása és kivitelezése során leggyakrabban az ún. PPPP (public-private-people partnership) modellt alkalmazzák, amely a közszféra, a privát szféra és a lakosság együttműködésén alapul.

Giffinger és munkatársai szerint (GIFFINGER et al. 2007) egy okos város működését hat alrendszerre oszthatjuk fel, egyben lehatárolhatjuk azon tényezők körét, amelyek az alrendszer színvonalát és smart működését alapvetően meghatározzák (*1. táblázat*).

Az elmúlt évtizedben természetesen a magyar városok is elkezdtek megfoglalkozni a smart city mozgalom hullámaival. Napjainkban gyakorlatilag alig van nagyváros és város, amely ne alkalmazna smart megoldásokat a mindennapi életben. Úttörő szerepe volt a smart city

Az okos város alrendszerei és tényezői
Smart city components

Okos emberek – Smart people	Okos gazdaság – Smart economy	Okos mobilitás – Smart mobility
(vagyis a társadalmi és humán tőke) iskolai végzettség és képzettség, affinitás az az élethosszig tartó tanulásra, társadalmi és etnikai pluralitás, rugalmasság, kreativitás, kozmopolita és nyitott gondolkodásmód, közéleti tevékenység	a lakosság innovativitása, vállalkezési hajlandósága, a gazdaság imázsa és termelékenysége, a munkaerőpiac rugalmassága, a gazdaság nemzetközi beágyazottsága	(a közlekedés és IKT kérdésköre) a helyi és nemzetközi elérhetőség, az IKT infrastruktúra hozzáférhetősége, a fenntartható, innovatív és biztonságos közlekedési rendszerek);
Okos kormányzás – Smart governance	Okos környezet – Smart environment	Okos életvitel – Smart living
(a részvétel kérdésköre) részvétel a döntéshozatalban, közszolgáltatások színvonala, átlátható kormányzás, politikai stratégiák és perspektívák	(természeti erőforrások kérdésköre) vonzó természeti feltételek, környezetszennyezés, környezetvédelem, fenntartható erőforrás-management	(életminőség kérdésköre) kulturális lehetőségek, egészségjellemzők, személyes biztonság, lakhatás minősége, oktatási infrastruktúra, turisztikai vonzerő, társadalmi kohézió

Forrás/Source: GIFFINGER et al. 2007

modell elterjedésében a T-City Szolnok – a jövő városa programnak, amely a Telekom és Szolnok város közös fejlesztési programjaként fut 2009 óta, de Győr is viszonylag korán, 2013-ban csatlakozott a modellhez. A kormányzat 2014 óta foglalkozik behatóbban a kérdéskörrel (pl. Nemzeti Infokommunikációs Stratégia 2014-2020, Digitális Nemzet Fejlesztési Program 2014, Nemzeti Smart City Platform 2015), azóta ugrásszerűen nőtt a smart city koncepciók száma. Budapesten 2014 óta fut a Smart city Budapest kezdeményezés, Debrecen és Szeged 2016 óta rendelkezik smart city jövőképpel és koncepcióval. Miskolc, Kaposvár és Szolnok 2016-ban csatlakozott az Open and Agile Smart Cities szervezethez. A smart city modell terjedése tehát az elmúlt években rendkívül felgyorsult hazánkban (SALAMIN, G. 2015; NAGY, Z. et al 2016). A történelem – úgy látszik – ismétli önmagát: míg egy évtizede minden város kreatív város akart lenni, most mindenki a smart city-t célozza meg... Bár lehet, sőt valószínű, hogy a kreatív város és az okos város csak egy és ugyanazon organikus fejlődési vonal kétfajta megjelenési formáját jelenti. Míg előbbiben a társadalmi-gazdasági vonal domborodik ki, utóbbiban a digitális technológia a vezérműlánc.

A kutatás és publikálás fő irányai

A fenti áttekintés mellett érdekes lehet még, hogy a hazai tudományos életben és publikációkban milyen hangsúlyosan jelennek meg ezek a témakörök? A fenti kérdések megválaszolásához az MTMT (Magyar Tudományos Művek Tára) adatbázisát hívtam segítségül,

amely gyakorlatilag az összes megjelent tudományos írást regisztrálja. Az adatbázis méretére jellemző, hogy 2017 júliusában 54 400 szerző mintegy 1,5 millió rekordja szerepelt az MTMT-ben. A 2. táblázat a kreatív/kreativitás, az innováció, városfejlődés/városfejlesztés, kultúra, kulturális, valamint a smart city/okos város keresőszavas lekérdezés eredményeit foglalja össze (szerepel-e a publikáció címében az adott szó). Az eredményeket nincs értelme statisztikai elemzésnek alávetni, viszont jól mutatják a kutatásban és publikálásban jellemző aktuális tendenciákat. A kultúrával foglalkozó kutatások és publikációk száma kiemelkedő a rendszerben, ami nem véletlen, hiszen a kreatív gazdaság egyik húzóágazatáról van szó, illetve a város és a kultúra kérdésköre nagyon szorosan összefonódnak. A kreativitáshoz viszonyítva meglepően nagy az innovációval foglalkozó publikációk köre, ami egyrészt a témakörrel foglalkozó diszciplínák jóval nagyobb számára, másrészt a téma gazdasági jelentőségére vezethető vissza. Várakozásainktól elmarad a városfejlődést és városfejlesztést zászlajára tűző publikációk száma. A smart city/okos város témakörével foglalkozó írások és a rájuk adott hivatkozások száma a legalacsonyabb, de ne feledjük, hogy az első publikációk igazándiból csak 2009-ben jelentek meg a rendszerben. A publikációk időbeli megoszlása alapján azt mondhatjuk, hogy a szakemberek 2015-ben haraptak rá igazán a smart city és az okos város témájára.

2. táblázat – Table 2

Az MTMT-ben regisztrált publikációk száma keresőszavak szerint*
Number of publications registered in MTMT by word search

	kreatív, kreativitás	innováció	városfejlődés, városfejlesztés	kultúra, kulturális	smart city, okos város
folyóiratcikk	151	409	61	1072	28
könyvrészlet	291	655	59	985	81
könyv	54	151	22	274	20
egyéb konf. közlemény	64	220	8	122	14
egyéb konf. kötet	17	97	3	61	9
disszertáció	8	9	3	27	0
egyéb	93	214	55	384	35
összesen	678	1755	211	2925	187
idézetek, hivatkozások	204	1918	149	2011	41

* A táblázat a kreativitás, innováció, városfejlesztés és kultúra esetében 2015. augusztusi lekérdezés, a smart city/okos város esetében 2017. júliusi lekérdezés számadatait tartalmazza.

Eredményeinket úgy összegezhethetjük, hogy az innováció és a kultúra kutatása húzó-témák a tudományos életben, a kreativitás és a kreatív gazdaság/kreatív város kutatása inkább alulreprezentált a tudományos körökben, a városfejlesztés/városfejlődés kutatása pedig csak marginális témaként jelenik meg a publikációk száma alapján. Az okos városok kutatásával összefüggő publikációk száma jelenleg kulminál, de még sok lehetőséget hordoz magában, hiszen az elmúlt években Magyarországon is beindultak a smart city fejlesztések.

Összefoglalás

Rövid írásomban megpróbáltam összefoglalni a kreatív város és az okos város koncepcióinak fejlődését. A városfejlesztésben a kreativitás jelentőségének lassú térhódítása az 1980-as években indult útjára, majd az 1990-es évek közepén a kreatív város koncepciójának megjelenésével, valamint a 2000-es évek elején a kreatív gazdaság térhódításával futótűzként terjedt el a globalizálódó világban. Az elmélet terjedését segítette a korszakra jellemző neoliberális gazdaságpolitikák térhódítása. A 2007/2008-as világgazdasági válság után a fejlődés az okos város koncepciójának előtérbe kerülését hozta magával és egyre inkább ez a városfejlesztési paradigma került a figyelem középpontjába. A kreatív város és az okos város koncepciója sok tekintetben átfednek egymással, fundamentumaik közös alapon nyugszanak. Míg előbbiben a társadalmi-gazdasági vonal domborodik ki, utóbbiban a digitális technológia játssza a meghatározó szerepet. Bár ezen koncepciók is változnak és alakulnak, úgy néz ki, hogy a digitális fejlődésnek köszönhetően az elkövetkező évtized(ek)ben bizonyosan meghatározói lesznek a városok fejlődésének. Úgy is mondhatjuk, hogy ebbe az irányba megy a világ. Nagy kérdés, hogy Magyarországnak és a hazai városoknak sikerül-e rácsatlakozni az aktuális folyamatokra és ha igen, milyen formában és mikor? Főleg azért fontos kérdések ezek a hazai városfejlődés számára, mert a versenyképességben és a versenyképesség mérésében egyre jobban felértékelődnek a kreatív és smart megoldások. Fontos lenne ugyanakkor, hogy az önkormányzatok ne csak a pénzszivattyú lehetőségét lássák ezekben a fejlesztésekben, hanem tényleg elkötelezettek legyenek a kreatív és okos fejlesztések iránt. Ebben nagy szerepe lehet a geográfusok fiatalabb generációinak, akik egyre több helyen vannak jelen a városfejlesztésben és a várospolitikában.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal K 119710 számú projektjének keretében készült.

EGEDY TAMÁS
MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest
egedy@gmx.net

IRODALOM

- ALBERTSEN, N. 1988: Postmodernism, post-Fordism and critical social theory. *Environment and Planning D: Society and Space* 6. pp. 339–365.
- BELL, D. 1973: *The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting*. Basic Books, New York. 507 p.
- COHEN, B. 2015: The 3 generations of smart cities – Inside the development of technology driven city. <https://www.fastcompany.com/3047795/the-3-generations-of-smart-cities>
- CZIRFUSZ M. 2013: Bevezetés: A kreatív város. – In: JELINEK CS. – BODNÁR J. – CZIRFUSZ M. – GYIMESI Z. (szerk.): *Kritikai városkutatás*. L'Harmattan Kiadó, Budapest. pp. 263–272.
- DOBOS K. – KULCSÁR S. – NAGY P. – SÍK A. – SZEMEREI S. – VASVÁRINÉ MENYHÁRT É. 2015: *Smart City Tudásplatform – Metodikai javaslat*. Lechner Tudásközpont, Budapest. 84 p.
- EGEDY, T. – KOVÁCS, Z. – KONDOR, A. CS. 2017: Metropolitan region building and territorial development in Budapest: the role of national policies. *International Planning Studies* 22. 1. pp. 14–29.

- FLORIDA, R. 2002: The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life. Basic Books, New York
- GIFFINGER, R.–FERTNER, CH.–KRAMAR, H.–KALASEK, R.–PICHLER-MILANOVIĆ, N.–MEIJERS, E. 2007: Smart cities – Ranking of European medium-sized cities. Centre of Regional Science (SRF) University of Technology, Vienna; Department of Geography University of Ljubljana; Research Institute for Housing, Urban and Mobility Studies (OTB) Delft University of Technology. Vienna – Ljubljana, Delft. 28 p. http://www.smart-cities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf
- GOLDHABER, M. H. 1996: The principles of the new economy. Online: <http://www.well.com/user/mgoldh/principles.html>
- GREENBERG, M. 2000: Branding cities: a history of the Urban Lifestyle Magazine. *Urban Affairs Review*. 36. 2. pp. 228–263.
- HARVEY, D. 1987: Flexible accumulation through urbanization: reflections on 'post-modernism' in the American city. *Antipode* 19. 3. pp. 260–287.
- HORVÁTHNÉ BARSZ B.–LADOS, M. 2011: Smart cities tanulmány. MTA RKK Nyugat-magyarországi Tudományos Intézet, Győr. 120 p.
- HALL, P. 1998: Cities in civilization: culture, innovation and urban order. Weidenfeld & Nicolson, London. 1169 p.
- JACOBS, J. 1961: The death and life of great American cities. Random House, New York. 472 p.
- KEYNES, J. M. 1936: The General Theory of Employment, Interest and Money. Palgrave Macmillan. London. 472 p.
- LANDRY, CH.–BIANCHINI, F. 1995: The creative city. Demos – Comedia. London. 31 p.
- LANDRY, CH. 2000: The creative city: A toolkit for urban innovators. Earthscan. London 300 p.
- MCCANN, P.–ORTEGA-ARGILES, R. 2016: Regional competitiveness, policy transfer and smart specialization. In: HUGGINS, R.–THOMSON, P. (eds): Handbook of regions and competitiveness: Contemporary theories and perspectives on economic development. Edward Elgar, Cheltenham.
- NAGY, Z.–TÓTH, G.–SZENDI, D. 2016: Opportunities for adaptation of the smart city concept – A regional approach. – Theory-Methodology-Practice? Club of Economics in Miskolc 12. Special issue. pp. 87–93.
- PRATT, A. C. (2010): Creative Cities: Tensions within and between Social, Cultural and Economic Development. A Critical Reading of the UK Experience. In: *City, Culture and Society* 1. 1. pp. 13–20.
- SALAMIN, G. (ed) 2015: Cities in action reflecting global economic challenges and technological trends with special reference to the smart city concept. – Hungarian Society for Urban Planning, Budapest. 152 p.
- SOJA, E.W.–SCOTT, A.J. 1986: Los Angeles: capital of the twentieth century. *Environment and Planning D: Society and Space* 4. 3. pp. 249–254.
- SOJA, E. W. 1989: Postmodern Geographies. The reassertion of space in critical social theory. Verso. London – New York.