



GRÓF  
**BETHLEN ISTVÁN**  
KUTATÓKÖZPONT

# Kreatív városok Kelet-Közép-Európában – Győr pozíciójának kreatív és kulturális szempontú vizsgálata makrotérségünkben



GRÓF  
BETHLEN ISTVÁN  
KUTATÓKÖZPONT

Előadó: Morvay Szabolcs

Témavezetők: Dr. Prof. Rechnitzer János  
Dr. Fekete Dávid

MRTT XVI. Vándorgyűlése: Áramlások a  
térgazdaságban  
Kecskemét 2018. október 18-19.

SZE oktatói, kutatói utánpótlás és hallgatói kiválóság  
ösztöndíjas az EFOP- 3.6.1.-16-2016-00017 projekt  
keretében

# Kreatív város

- Győr, a kreatív város.
- Jövőkép, vízió, vagy jelenbeli valóság?
- Hogyan mérhető egy város kreativitása?
- Milyen elemekhez kell hozzányúlnia a városi döntéshozóknak, ha a település kreatív jellegét kívánják erősíteni?
- Egyáltalán mit jelent az, hogy egy város kreatív? Milyen indikátorokkal fejezhetjük ki egy város kreativitásának szintjét?



illetve kreatív gazdaság.

- Az 1990-es években már kulturális fejlesztések következtében megújuló nyugat-európai, valamint észak-amerikai városokról beszéltek, az ezredforduló után pedig már egy új társadalmi osztály, a kreatívok, a kreatív osztály városfejlődésben betöltött szerepéről írtak.
- (Czirfusz 2013, Florida 2002)
- Majd az utóbbi évtizedben a kreatív egyének is fókuszpontba kerültek, azok városi környezetbe való beágyazottságuk, a város nyitottsága, a városi gazdaságpolitikával való kapcsolódások lehetőségeinek feltárása, támogatáspolitikai a kreatív szereplők munkaerő-piaci kiszolgáltatottságának enyhítésére, a fiatalok városi jövőképeinek kreativitás alapú formálása, illetve a kreativitás, mint potenciális képesség kiaknázásának elősegítése.

Történetiség

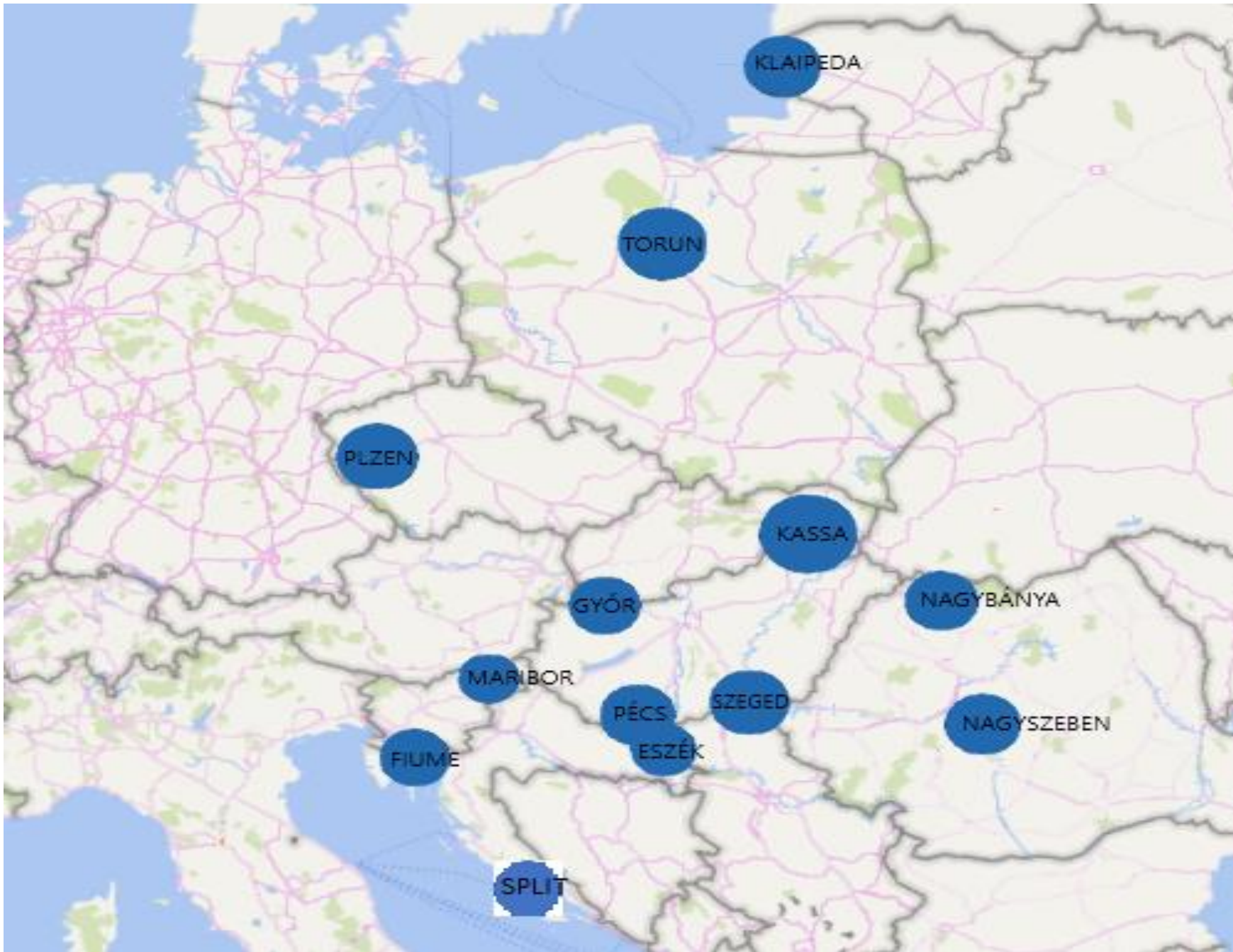
# Kultúra-centrikus értelmezés és kreatív-centrikus értelmezés

- Ugyanakkor strukturálni érdemes az egyes elemekből összeálló kreatív város halmazt, hiszen más-más eszközt, szemléletet kíván ezek erősödésének elősegítése.
- Ennélfogva beszélhetünk kultúra-centrikus értelmezéséről a kreatív városnak, amely alapvetően a városban zajló kreatív és kulturális tevékenységeket helyezi előtérbe, amely a városi lakosság érzelmi, szellemi életminőségét serkenti,
- illetőleg gazdaság-centrikus értelmezésről, mely esetén a helyi gazdaságban a kreatív vállalkozások jelenlétének erősítése, támogatása a cél.

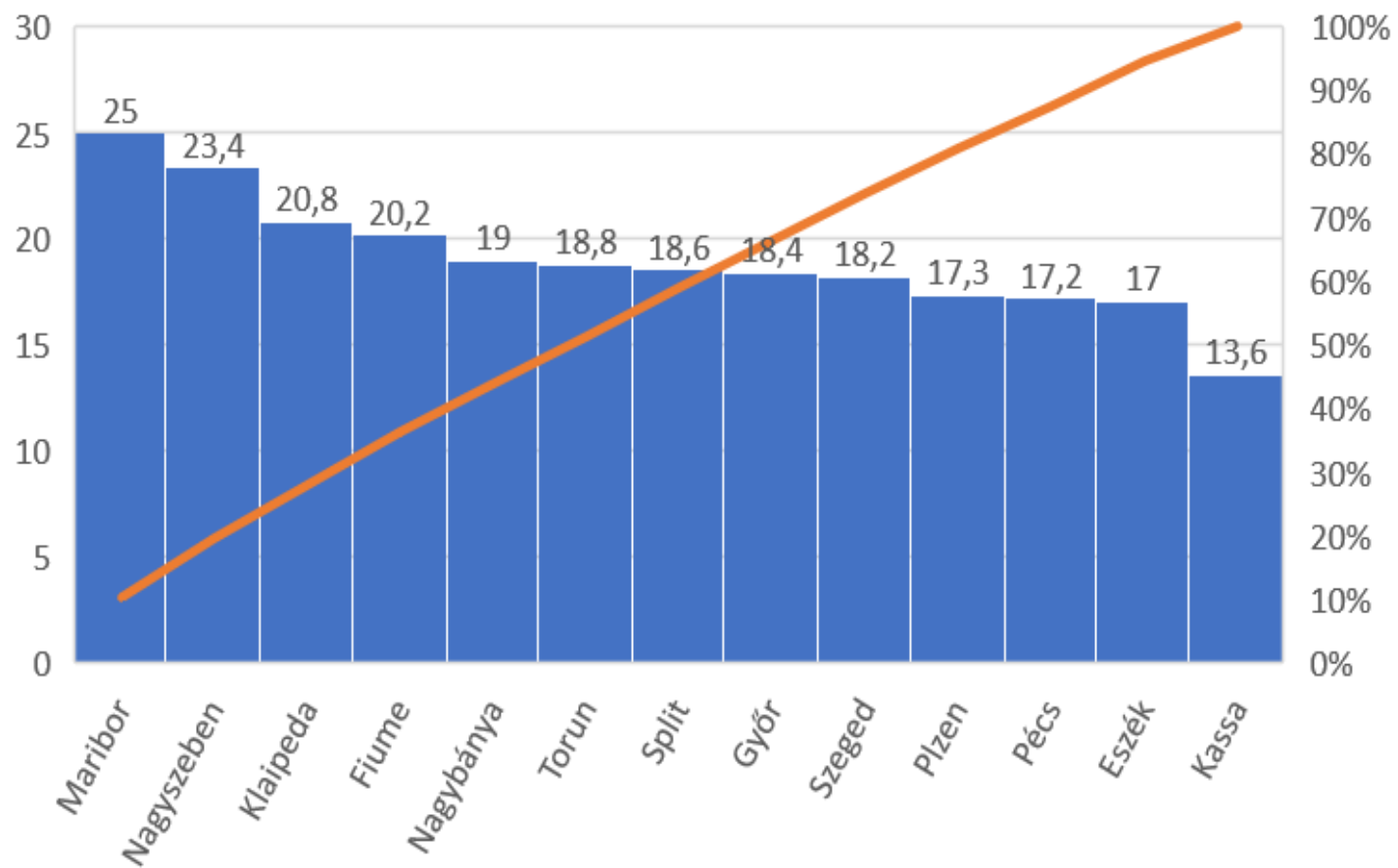
# Kulturális és Kreatív Városok Figyelője

- Európai városokra koncentrál és azok kreatív képességeit, adottságait vizsgálja.
- Az EU 28 tagállamán kívül még Norvégia és Svájc városait gyűjtötte egy kalap alá, mintegy 168 várost monitorozva.
- voltak Európa Kulturális Fővárosok, vagy elnyerték az UNESCO „Kreatív városok” címet, vagy legalább két nemzetközi fesztiválnak adtak otthont.
- A Kulturális és Kreatív Városok figyelője mutatókat határozott meg 29 indikátor alapján, egy fő indexet, 3 alindexet és 9 dimenziót jelölt ki elemzési módszerének struktúrájaként.
- Alapvetően egy interaktív online felület, mely egyben adatbázis is, lényege, hogy változók alapján pontszámokat ad az egyes városoknak a különböző dimenzióikra, alindexeik és főindexük is egy pontszámú érték, melyek alapján összehasonlíthatóak a listán szereplő európai városok kreatív erősségük szerint.

**A Figyelő által monitorozott  
közepes méretű  
kelet-közép-európai városok**

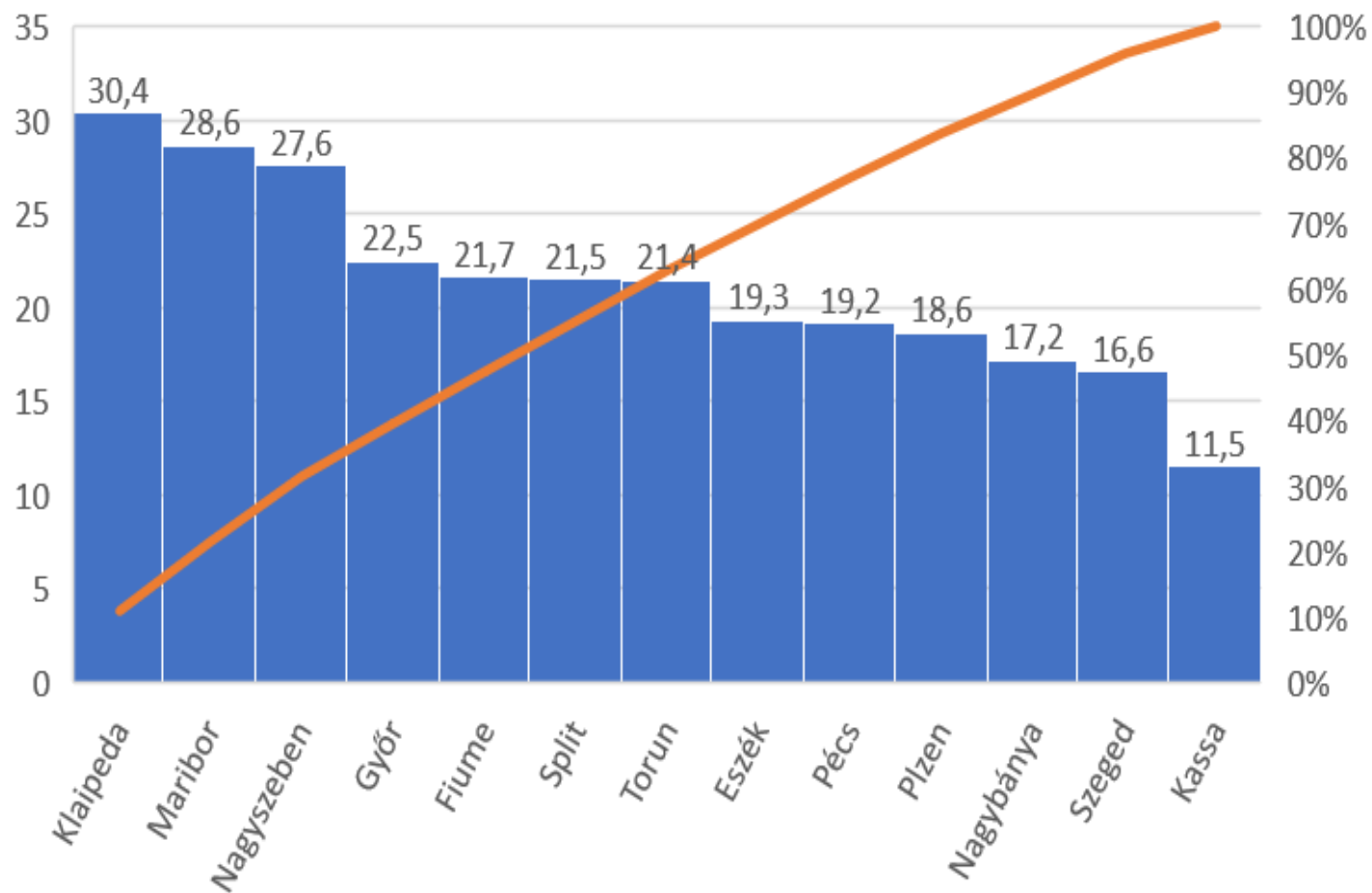


## A Kulturális és Kreatív Figyelő „Kreatív indexe” alapján képzett rangsor

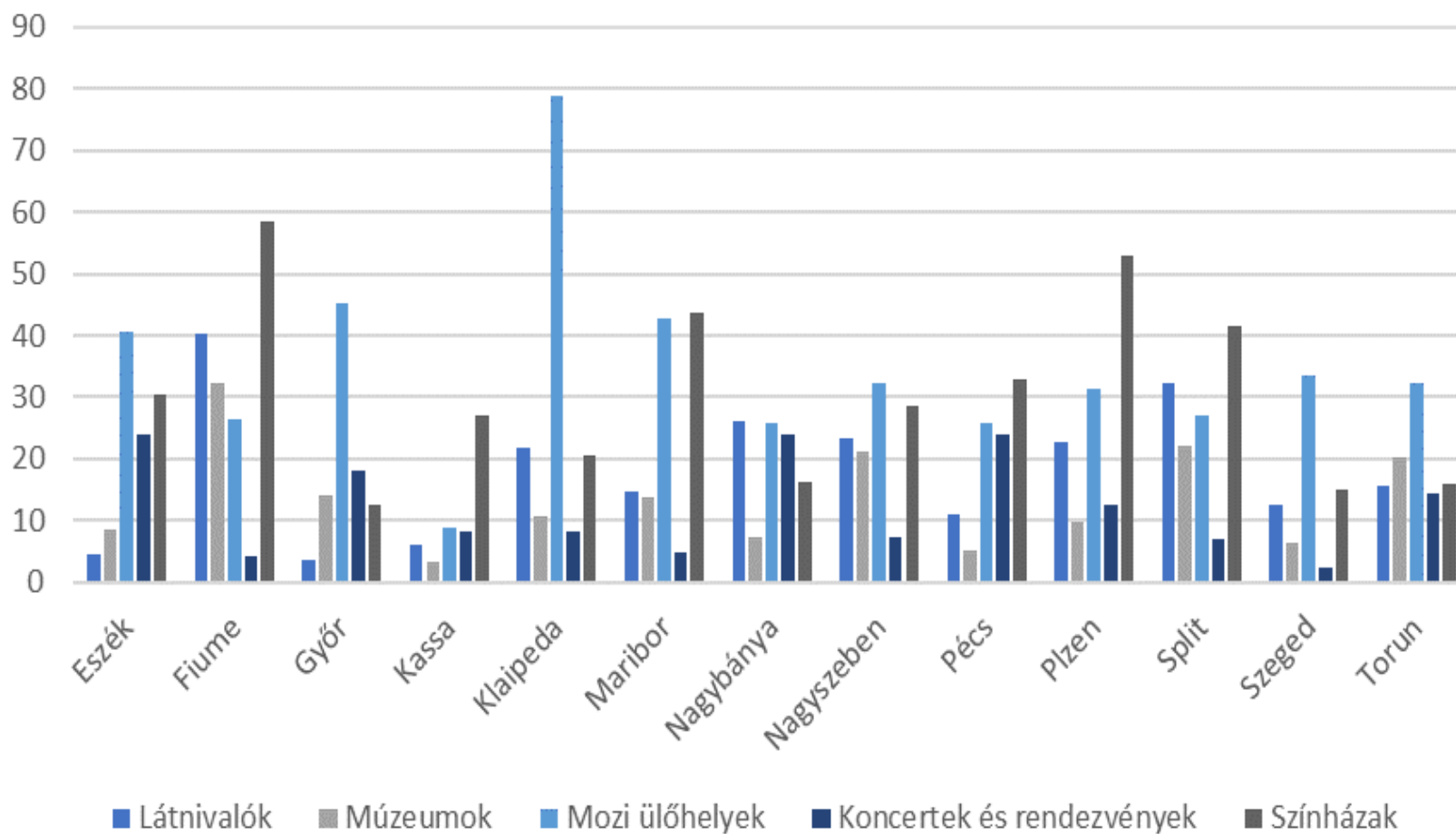




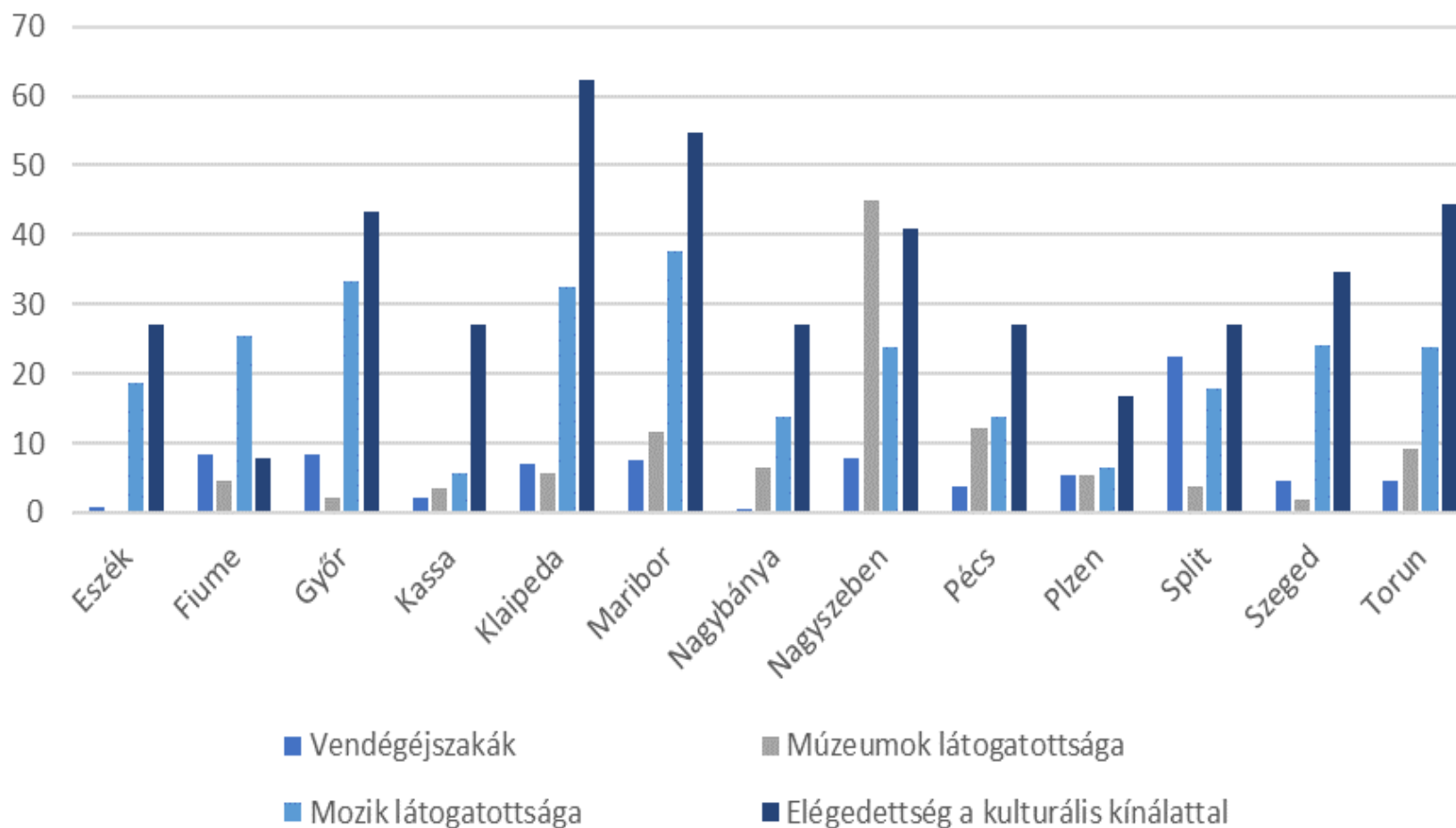
## A Figyelő "Kulturális pezsgés" alindexe által képzett rangsor



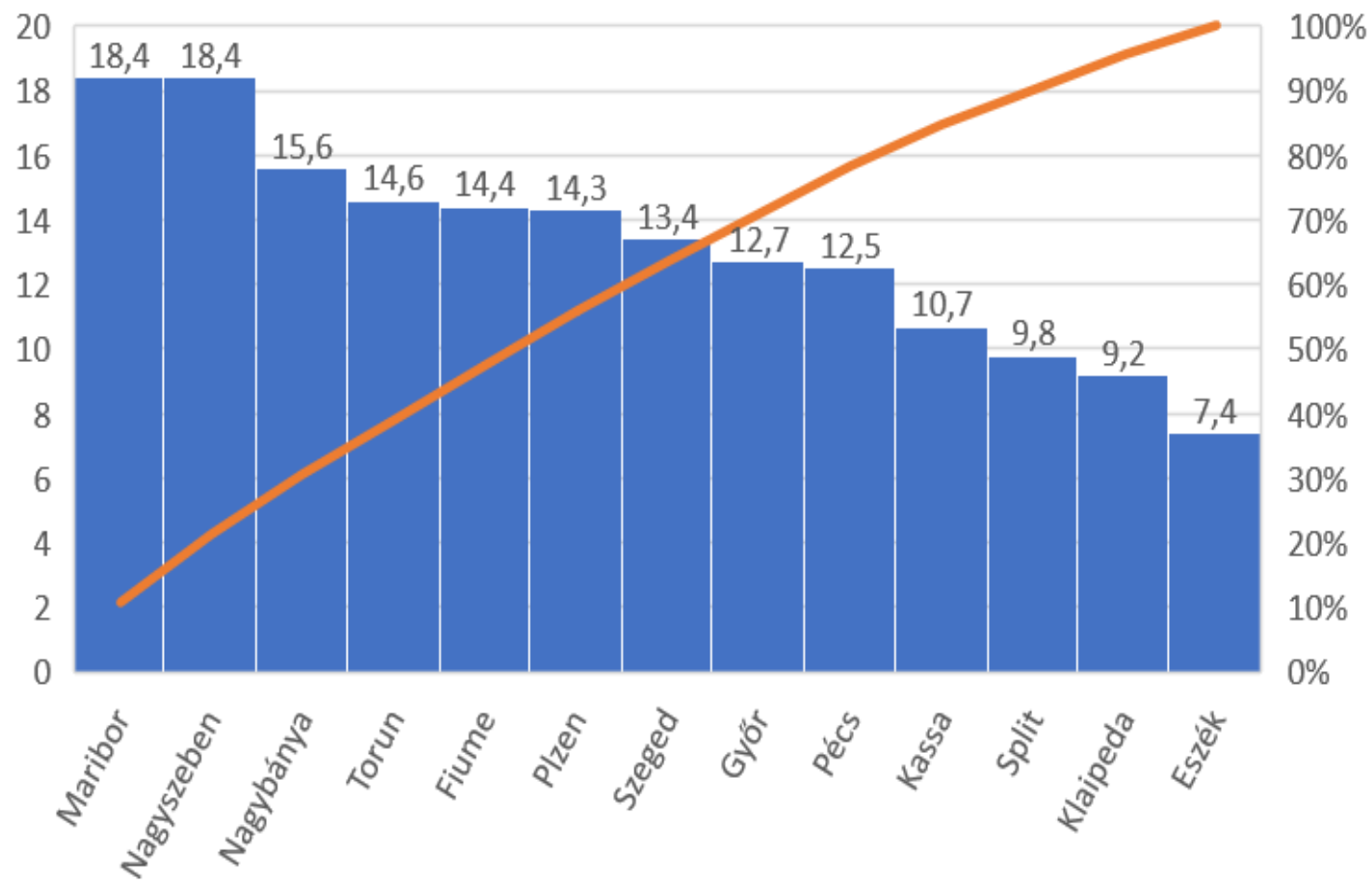
## A „Kulturális pezsgés” alindex építőkövei: kulturális helyszínek és létesítmények



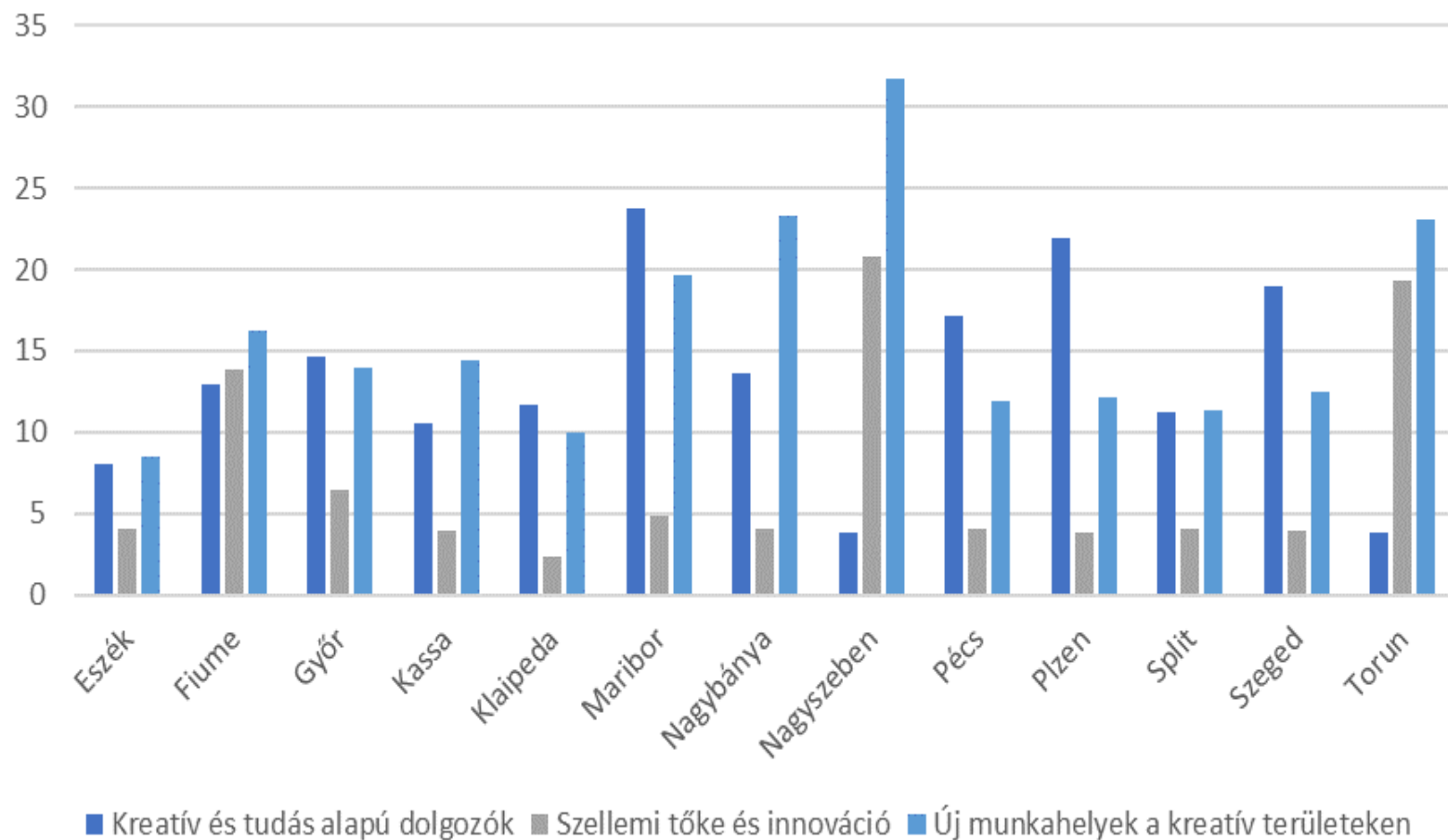
## A "Kulturális pezsgés" alindex építőkövei: kulturális részvétel és kulturális rendezvények vonzereje



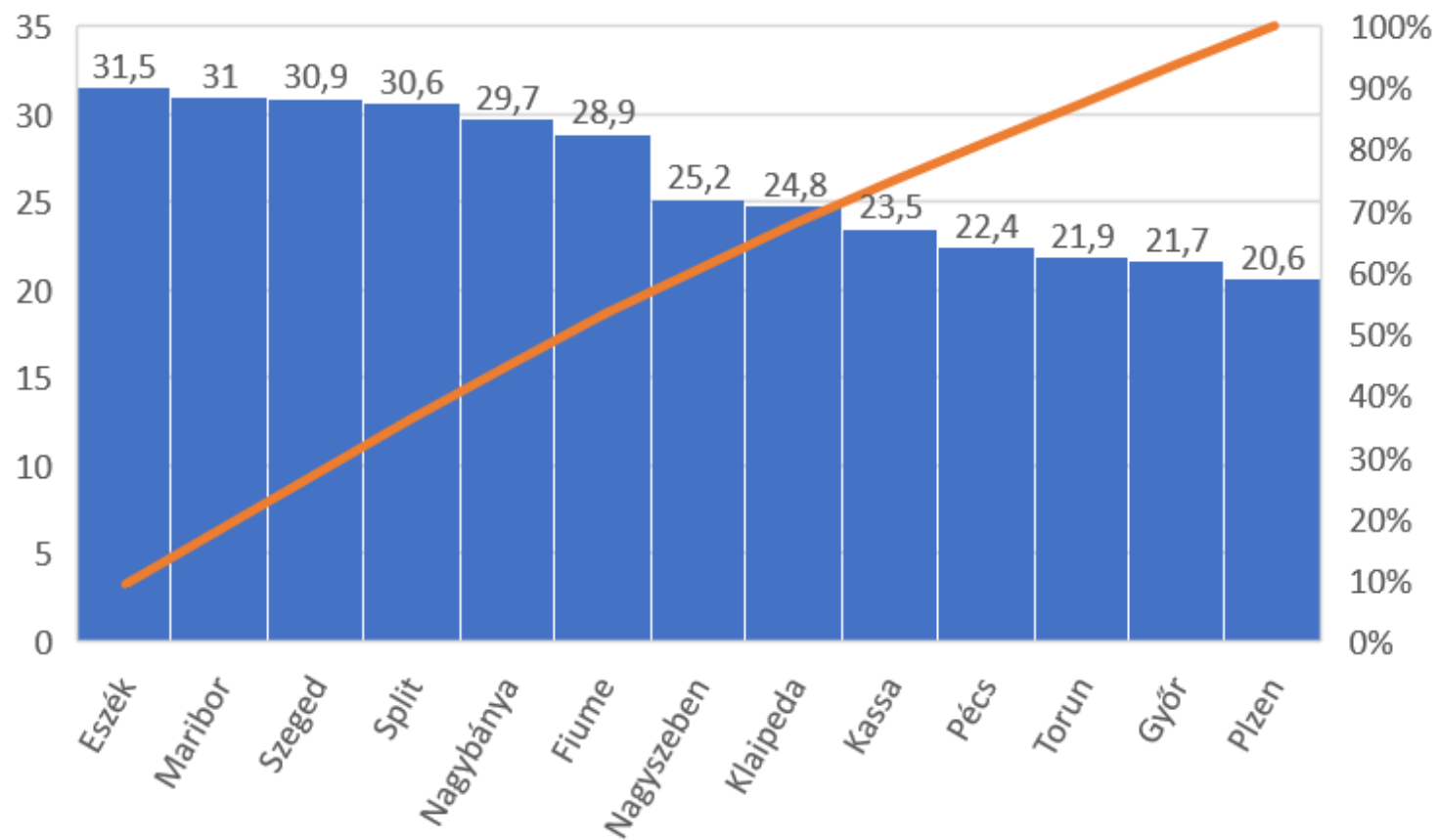
## A Figyelő "Kreatív gazdaság" alindexe által képzett rangsor



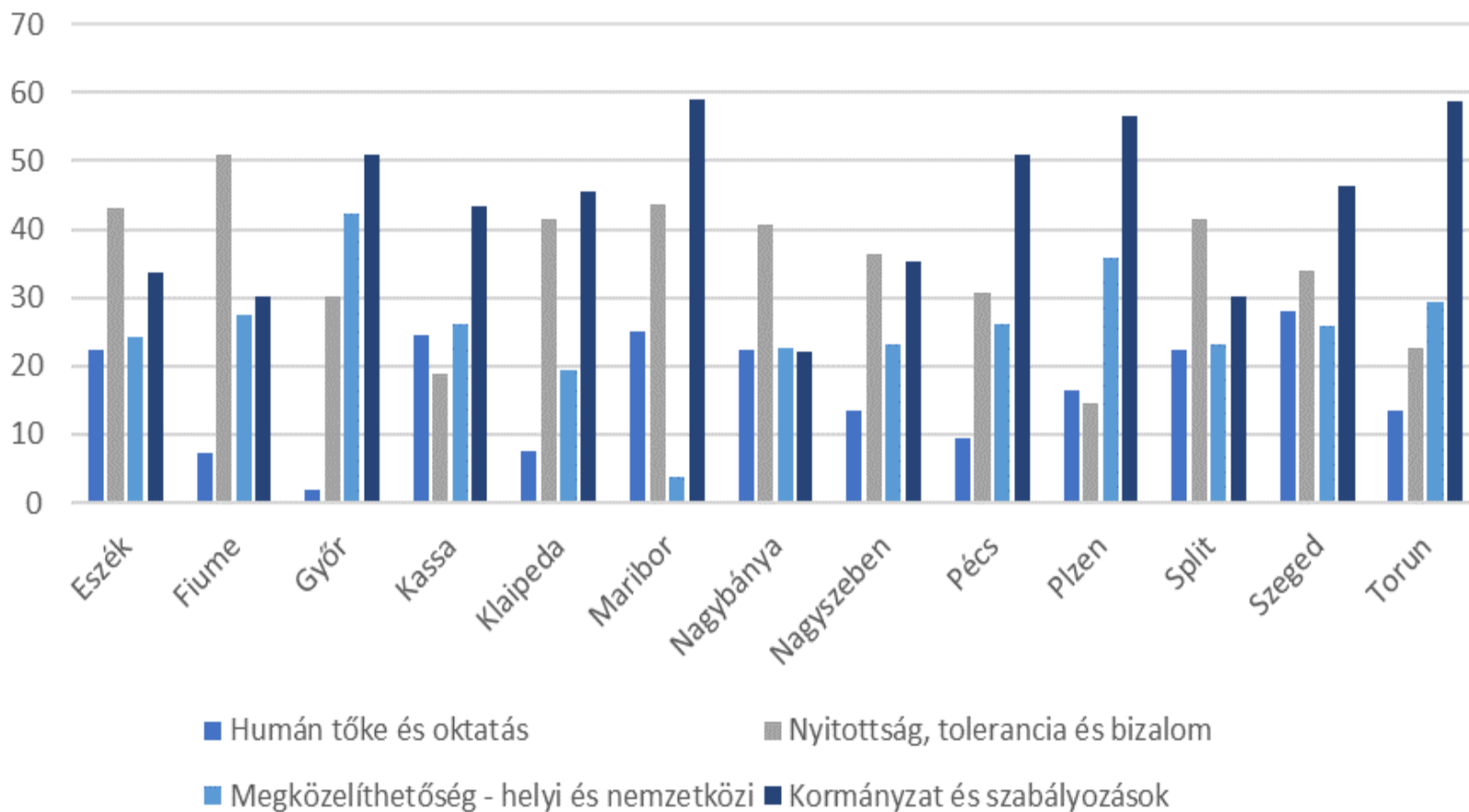
## A "Kreatív gazdaság" alindex építőkövei



## A Figyelő „Támogató környezet” alindexe által képzett rangsor



## A "Támogató környezet" alindex építőkövei







I1	Látnivalók
I14	Közösségi formatervezési minták
I6	Turisták vendégéjszakái
D4	Intellektuális vagyon és innováció
I11	Munkahelyek a média és kommunikáció szektorban
I16	Új vállalkozások a média és kommunikáció szektorban
I22	Külföldi születésű népesség
I19	IKT területén végzetek
I25	Bizalom
I7	Múzeumi látogatók
I13	IKT szabadalmi bejelentések
D6	Humán tőke és oktatás
I18	Végzetek a művészetek és humán tudományok területén

# Források, irodalom

Szemző Hanna – Tönkö Andrea (2015): Kreatív városok – jó gyakorlatok. Városkutatás Kft., Budapest, pp. 57.

Európai Bizottság: Tájékoztató - Kulturális és Kreatív Városok Figyelője Brüsszel, 2017

[www.creativehubs.eu](http://www.creativehubs.eu)

European Commission: The Cultural and Creative Cities Monitor. 2017 Edition. Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2018

Czirfusz Márton (2013): Bevezetés: A kreatív város. In: Jelinek Cs; Bodnár J; Czirfusz M; Gyimesi Z (szerk.) Kritikai városkutatás. L'Harmattan, Budapest, pp. 263-272.

Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class. New York: Basic Books.

Pratt, A. C. (2008): Creative cities: the cultural industries and the creative class. Geografiska Annaler Series B: Human Geography, vol. 90., no. 2, pp. 107-117.

Allen, K. – Hollingworth, S. (2013): 'Sticky Subjects' or 'Cosmopolitan Creatives'? Social Class, Place and Urban Young People's Aspirations for Work in the Knowledge Economy. Urban Studies, vol. 50, no. 3., pp. 499-517.

Pratt, A. C. (2011): The cultural contradictions of the creative city. City, Culture and Society, vol. 2, no. 3., pp. 123-130.

Tokatli, N. (2011): Creative Individuals, Creative Places: Marc Jacobs, New York and Paris. International Journal of Urban and Regional Research, vol. 35, no. 6., pp. 1256-1271.

[creativelenses.eu/page/trans-europe-halles](http://creativelenses.eu/page/trans-europe-halles)

[www.eter-project.com](http://www.eter-project.com)



GRÓF  
**BETHLEN ISTVÁN**  
KUTATÓKÖZPONT

**KÖSZÖNÖM A FIGYELMET**