



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT BİLİM DALI

YARATICI SINIFIN TÜRKİYE'DE BÖLGESEL
DAĞILIMI

BÜŞRA YILDIZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
PROF. DR. MUSTAFA ACAR

KONYA-2022



T.C.

NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

İKTİSAT BİLİM DALI

**YARATICI SINIFIN TÜRKİYE'DE BÖLGESEL
DAĞILIMI**



BÜŞRA YILDIZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

PROF. DR. MUSTAFA ACAR

KONYA-2022



	T. C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitü Müdürlüğü	
---	--	---

Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Büşra YILDIZ		
	Numarası	18810901008		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İktisat /İktisat		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tezin Adı	Yaratıcı Ekonomi Belirleyici Dinamiklerinden Biri Olarak Yaratıcı Sınıfın Türkiye’de Bölgesel Dağılımı			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Büşra YILDIZ

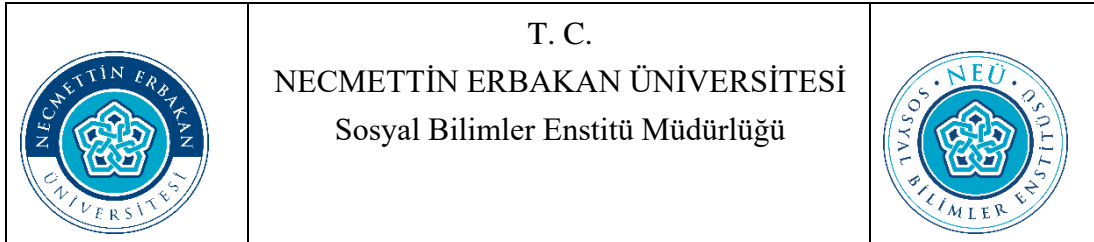
	T. C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitü Müdürlüğü	
---	--	---

ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Büşra YILDIZ		
	Numarası	18810901008		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İktisat/ İktisat		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Mustafa ACAR		
Tezin Adı	Yaratıcı Sınıfın Türkiye’de Bölgesel Dağılımı			

Yaratıcılık, ekonomiler için gün geçtikçe önemli bir sermaye haline gelmektedir. Bu çerçevede yaratıcı düşünme yeteneğine sahip yaratıcı sınıf, bölgesel gelişmişliği açıklamada önemli bir role sahiptir. Bu çalışmada R. Florida’nın yaratıcı sınıf teorisinden hareketle yaratıcı sınıfın Türkiye’de bölgesel dağılımı incelenmiş ve bu dağılıma etki ettiğini ileri sürdüğü unsurlar üzerinde durulmuştur. Türkiye’de yaratıcı sınıfın İBBS Düzey 1’e göre dağılımı incelendiğinde İstanbul, Ege, Batı Anadolu, Doğu Marmara ve Akdeniz bölgeleri ön plana çıkmaktadır. Bu yoğunlaşmanın yaşanmasına neden olan faktörlerden hizmet sektörünün gelişmişliği, teknolojinin varlığı ve çeşitliliğe açıklığı ifade eden bohemlerin Türkiye’de bölgesel dağılımına bakıldığında yine aynı beş bölgenin ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. Bunların yanı sıra Türkiye’de bölgesel gelişmişliği açıklamada yaratıcı sınıf ve geleneksel beşeri sermaye değişkenleri arasında bir kıyaslama yapılmıştır. Bu kıyaslama iki veya daha fazla değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi gösteren korelasyon matrisi ile yapılmıştır. Korelasyon katsayıları incelendiğinde ise yaratıcı sınıfın geleneksel ölçütlere kıyasla beşeri sermaye ve bölgesel gelişmişlik arasındaki ilişkiyi açıklamada daha güçlü bir performans sergilediği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı sınıf, bölgesel iktisat, beşeri sermaye, yaratıcı ekonomi.



ABSTRACT

Author' s	Name and Surname	Büşra YILDIZ		
	Student Number	18810901008		
	Department	Economics/ Economics		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph. D.)		
	Supervisor	Prof. Dr. Mustafa ACAR		
Thitle of the Thesis/ Dissertation	Regional Distribution of Creative Class in Türkiye			

Creativity has been becoming an important capital for the economies day by day. In this regard the creative class, which having the ability to think creatively, has a significant role in explaining regional development. In reference to Richard Florida's creative class theory, this study examines, the regional distribution of the creative class in Turkey with an emphasis on the elements that he claimed to affect this distribution. When the distribution of the creative class in Turkey according to NUTS Level 1 is examined, Istanbul, Aegean, Western Anatolia, Eastern Marmara and Mediterranean regions come to the forefront. Considering the regional distribution of bohemians in Turkey, which expresses the existence of developed services sector, technology and openness to diversity, it is observed that the same five regions stand out once again. In addition to these, a comparison was made between the creative class and traditional human capital variables in explaining regional development in Turkey. This comparison was made with correlation matrix, which shows the linear relationship between two or more variables. When the correlation coefficients are examined, it is seen that the creative class has a stronger performance in explaining the relationship between human capital and regional development compared to traditional criteria.

Keywords: Creative class, regional economics, human capital, creative economy.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT.....	ii
TABLolar LİSTESİ	v
GRAFİKLER LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
KISALTMALAR DİZİNİ	viii
TEŞEKKÜR	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

YARATICILIK VE BÖLGESEL İKTİSAT İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

1.1.Yaratıcılık Tanımı.....	4
1.1.1.Yaratıcılık Süreci ve Aşamaları	5
1.1.2. Yaraticılığın Türleri	7
1.1.2.1. Bireysel Yaraticılık	7
1.1.2.2. Örgütsel Yaraticılık.....	8
1.1.3.Yaratıcılık ile İlişkilendirilen Kavramlar.....	10
1.1.3.1. Yenilik	10
1.1.3.2. Girişimcilik	11
1.1.3.3. Teknoloji.....	12
1.1.3.4. Bilgi	13
1.2. Bölgesel İktisada İlişkin Kavramlar	15
1.2.1. Bölge Tanımı	15
1.2.2. Bölgesel İktisat ve Türleri.....	16
1.2.2.1. Ekonomik Yapı Açısından Bölge Türleri	16
1.2.2.2. Ekonomik Gelişme Düzeylerine Göre Bölge Türleri	18
1.2.3. Bölgesel Dengesizlikler	20
1.2.4. Bölgesel İktisat Teorileri	21

1.2.4.1. Geleneksel Yer Seçim Teorileri.....	22
1.2.4.2. Yeni Ekonomik Coğrafya	24

İKİNCİ BÖLÜM

YARATICI EKONOMİ VE YARATICI SINIF TEORİSİ

2.1. Yaratıcı Ekonomi Kavramı	29
2.2. Yaratıcı Ekonomiye İlişkin Mekânsal Yaklaşımlar	31
2.2.1. Yaratıcı Endüstriler	31
2.2.2. Yaratıcı Şehirler	39
2.3. Yaratıcı Ekonominin Beşeri Unsuru: Yaratıcı Sınıf.....	42
2.3.1. Yaratıcı Sınıf Teorisi	42
2.3.1.1. Yaratıcı Sınıfın Yapısı	46
2.3.2. Yaratıcı Sınıf ve Bölgesel Gelişme İlişkisi.....	48
2.4. Yaratıcı Ekonominin Ölçümüne Yönelik Çalışmalar	53
2.4.1. Küresel Güç Şehir Endeksi (GPCI)	53
2.4.2. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı	56
2.4.3. Küresel Yaratıcılık Endeksi (The Global Creativity Index-GCI).....	58

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE YARATICI SINIFIN BÖLGESEL DAĞILIMI

3.1. Yaratıcı Sınıf ile İlgili Yapılmış Çalışmalar	60
3.3. Türkiye’de Uygulanan Bölgesel İktisat Politikaları	64
3.1.1. Planlı Dönemde (1960’dan Günümüze) Bölgesel İktisat Politikaları .	64
3.4. Türkiye’de Yaratıcı Sınıfın Bölgesel Dağılımı.....	73
3.4.1. Türkiye’de Yaratıcı Sınıfın Bölgesel Dağılımına Etki Ettiği Düşünülen Faktörler.....	75
3.4.2. Türkiye’de Bölgesel Gelişmişlik: Yaratıcı Sınıf ve Beşeri Sermaye ..	81
SONUÇ	86
KAYNAKÇA.....	90
EKLER	103

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 2. 1. Kültür ve Yaratıcı Endüstriler İçin Farklı Sınıflandırma Sistemleri	35
Tablo 2. 2. UNCTAD'ın Yaratıcı Endüstriler Sınıflandırması	36
Tablo 2. 3. Howkins'in Yaratıcı Endüstriler Sınıflandırması.....	37
Tablo 2. 5. Küresel Güç Şehir Endeksi Ana Başlıkları ve Bileşenleri	55
Tablo 2. 6. Küresel Güç Şehir Endeksine Göre İlk 10 Kent ve İstanbul	55
Tablo 2. 7. Küresel Yaratıcılık Endeksi'ne Göre En İyiler ve Türkiye.....	59
Tablo 3. 1. Türkiye'de Yaratıcı Sınıfın İBBS Düzey 1'e Göre Dağılımı (%)	75
Tablo 3. 2. Korelasyon Matrisi	81

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 3. 1. Hizmet Sektöründe Yer Alan Bazı Hizmetlerin İBBS Düzey 1'e Göre Dağılımı (%)	77
Grafik 3. 2. Teknolojiye Kaynaklık Eden Bilgi Stokunun İBBS Düzey 1'e Göre Dağılımı (%)	78
Grafik 3. 3. İBBS Düzey 1 Bölgelerine Göre Bohemlerin Toplam İstihdam İçindeki Payı (%)	79
Grafik 3. 4. İBBS Düzey 1 Bölgelerinde Yaratıcı Sınıfın Toplam İstihdam İçindeki Payı (%)	80
Grafik 3. 5. Serpilme Diyagramı	83

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2. 1. Yaratıcı Sınıfın Bileşenleri 47

Şekil 3. 1 Türkiye’de Yaratıcı Sınıfın İl Bazlı Dağılım Haritası 85

KISALTMALAR DİZİNİ**AB:** Avrupa Birliği**ABD:** Amerika Birleşik Devletleri**ADNKS:** Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi**BELDES:** Belediyelerin Altyapısının Desteklenmesinin Projesi**BKA:** Bölgesel Kalkınma Ajansı**DAP:** Doğu Anadolu Projesi**DCMS:** Department for Culture, Media and Sport (Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı)**DOKAP:** Doğu Karadeniz Projesi**DPT:** Devlet Planlama Teşkilatı**GAP:** Güneydoğu Anadolu Projesi**GPCI:** Global Power City Index (Küresel Güç Şehir Endeksi)**GSKD:** Gayrisafi Katma Değer**GSYH:** Gayrisafi Yurtiçi Hasıla**ILO:** International Labour Organization (Uluslararası Çalışma Örgütü)**ISCO:** International Standard Classification of Occupations (Uluslararası Standart Meslekler Sınıflandırması)**İBBS:** İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması**KOP:** Konya Ovası Projesi**KOSGEB:** Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdare Başkanlığı**KÖY:** Kalkınmada Öncelikli Yörelere**KÖYDES:** Köylerin Altyapısının Desteklenmesi Projesi**SGK:** Sağlık Güvenlik Kurumu**TPMK:** Türkiye Patent ve Marka Kurumu**TÜİK:** Türkiye İstatistik Kurumu**UNCTAD:** United Nations Conference on Trade and Development (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı)**UNDP:** United Nation Development Programme (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı)

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
(Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü)

YÖK: Yükseköğretim Kurulu

ZBK: Zonguldak Bartın Karabük Projesi

TEŞEKKÜR

Bu tezin hazırlanmasında desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, her daim bana yol gösteren değerli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Mustafa Acar'a; konuyla ilgili sıkça bilgisine başvurduğum Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Gömleksiz hocama, çalışmama kıymetli görüşleri ile katkı sağlayan Doç. Dr. Şerife Özşahin'e ve yaratıcı sınıf ile ilgili yapmış oldukları çalışmalardan sıkça faydalandığım, konuyla ilgili verilerin temini konusunda bana yol gösterici olan değerli hocalarım Dr. Öğr. Üyesi M. Mine Çelikkol'a ve Doç. Dr. H. Günsel Doğrul'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Birçok aksilik yaşanmasına rağmen verilerin doğru bir şekilde tarafıma ulaşması için çaba gösteren Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı, Sigorta Primleri Genel Müdürlüğü çalışanlarına da teşekkür ederim.

Son olarak tez sürecinde desteklerini sürekli hissettiğim, bana olabildiğince yardımcı olmaya çalışan aileme ve ailem kadar yakın olan dostlarıma teşekkürü borç bilirim.

Büşra YILDIZ

GİRİŞ

20. yüzyılın sonlarına doğru küreselleşmenin hız kazanması ile birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerine verilen önem artmıştır. Bu durum dünya ekonomilerinin rekabet anlayışında bir dizi değişikliklerin yaşanmasına neden olmuştur. Ekonomilerin sahip oldukları fiziki sermayenin sağladığı avantaj yerini bilgi miktarına, ileri teknolojiye ve yaratıcı işgücüne bırakmıştır. Özellikle 21. yüzyılın başlarından itibaren yaratıcılık ve yaratıcı düşünce ekonomiler için önemli bir girdi olarak görülmüştür. Çünkü yaratıcılık ekonomilerin ellerinde bulundurdukları bilgiyi dönüştürerek yenilik ve böylece yeni teknolojilerin doğmasına yol açan önemli bir sermaye olarak görülmeye başlanmıştır. Dolayısıyla yaratıcılığın ekonomiler için artan önemi sonucunda yaratıcı ekonomi yaklaşımı ortaya çıkmıştır.

Yaratıcı ekonomi, ekonomik gelişmişlik sağlayan birtakım yaratıcı varlıklara dayanmaktadır. Yaratıcı ekonomi konusunda üç farklı yaklaşım bulunmakla birlikte bunlardan yaratıcı endüstriler ve yaratıcı şehirler yaratıcı ekonomiyi mekânsal bir boyutta incelerken, yaratıcı sınıf beşeri açıdan incelemektedir. Yaratıcı endüstriler bünyelerinde birtakım sanatsal ve kültürel endüstrileri bulundurmaktadır. Yaratıcı şehirler, çeşitli insanları bir araya getiren ve bu çeşitlilikten beslenerek yenilik yaratılabilmesine olanak sağlayan yerler olarak ifade edilmektedir. Ayrıca yaratıcı şehirler sahip oldukları bu kriterler sonucunda yaratıcı endüstrilerin bu yerlerde yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Yaratıcı sınıf ise bir tür beşeri sermaye olarak nitelendirilmekte ve ekonomik gelişmişlik açısından önemli bir faktör olarak görülmektedir.

Küreselleşme sonrası sınırların ortadan kalktığı ve ekonomilerin birbirine entegre olduğu görüşü bağlamında ekonomik coğrafyanın öneminin ortadan kalktığı, dolayısıyla mekânın ve bölgenin değerinin ekonomiler için azaldığı düşünülmüştür. Ancak durumun pek de öyle olmadığı anlaşılmış olup, günümüzde hâlâ mekân, ekonomiler için önemli bir birim olarak karşımıza çıkmaktadır. Hatta ülkeler arası rekabetin yerini bölgelerarası rekabete bırakmış olduğu söylenebilir. Mekânın ölçmediğini düşünen iktisatçılardan biri olan R. Florida bölgelerarası ekonomik gelişmişlik farklarının hâlâ yaşanmaya devam ettiğini ve bazı bölgelerin neden diğer bazı bölgelere göre bölgesel gelişmişlik açısından daha iyi performans sergilediğini yaratıcı sermaye teorisi ile açıklamaktadır. *Yaratıcı sermaye teorisi*, yaratıcılık

gerektiren birtakım mesleklerde çalışan yaratıcı sınıf olarak ifade edilmektedir. Florida'nın konuyla ilgili yapmış olduğu çalışmalara göre yaratıcı sınıfın yoğunlaştığı bölgeler diğer bazı bölgelere göre ekonomik gelişmişlik açısından çok daha iyi bir görünüm sergilemektedir.

Ancak Florida'ya göre yaratıcı sınıfı cezbetmek adına bölgelerin belli başlı kriterlere sahip olması gerekmektedir. Bunlar, ileri teknoloji merkezlerinin varlığı, hizmet sektörünün gelişmiş olması ve hoşgörünün sinyali olan çeşitliliğe açıklık gibi kriterler olarak ifade edilmektedir. Bu kriterler arasında en önemli olan çeşitliliğe açıklıktır. Çeşitliliğe açıklık, farklı bakış açılarına duyulan saygıyı ifade etmenin yanı sıra farklı kültürlere, dillere, dinlere, ırklara ve cinsiyetlere duyulan hoşgörüyü temsil etmektedir. Sonuç olarak bu kriterleri bünyelerinde barındıran bölgeler yaratıcı sınıfı cezbeder, yaratıcı sınıf bölgesel gelişmişlik açısından fark yaratacak birçok yeniliğin ve ileri teknolojinin doğmasına öncülük eder ve böylece o bölgede ekonomik gelişmişlik sağlanmış olur.

Bu çalışmada Florida'nın yaratıcı sermaye teorisi bağlamında yaratıcı sınıfın Türkiye'de bölgesel dağılımı incelenmektedir. Yaratıcı sınıf ile ilgili yapılmış çalışmalar incelendiğinde bunların genellikle il bazlı yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmada yaratıcı sınıfın İBBS Düzey 1'e göre dağılımına yer verilmiş ve böylece Türkiye'de yaratıcı sınıfın hangi bölgelerde yoğunlaşma eğilimi gösterdiği incelenmiştir. Ayrıca bu yoğunlaşmaya neden olduğu düşünülen hizmet, teknoloji ve hoşgörünün varlığına ilişkin TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), SGK (Sosyal Güvenlik Kurumu), YÖK (Yükseköğretim Kurulu) ve TPMK (Türk Patent ve Marka Kurumu) gibi kurumlardan elde edilen istatistiklerden oluşturulan göstergelerin Türkiye'de bölgesel dağılımı incelenmiştir.

Çalışma üç bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde yaratıcılık ve bölgesel iktisat ile ilgili kavramlara yer verilmiştir. İkinci bölümde yaratıcı ekonominin mekânsal unsurları olan, yaratıcı endüstriler, yaratıcı şehirler ile yaratıcı ekonominin beşeri bir unsuru olan yaratıcı sınıf açıklanmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde ise çalışmanın odak noktası olan yaratıcı sınıf ile ilgili literatür verilmiş, Türkiye'de uygulanan bölgesel iktisat politikalarına değinilmiş, Türkiye'de yaratıcı sınıfın İBBS (İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması) Düzey 1'e göre bölgesel dağılımı incelenmiş, yaratıcı sınıfın dağılımına etki ettiği düşünülen hizmet, teknoloji

ve hoşgörüye işaret eden çeşitliliğe açıklık değişkenleri Türkiye bağlamında irdelenmiştir. Son olarak da Türkiye bazlı bölgesel gelişmişliği açıklamada yaratıcı sınıf ve beşeri sermaye arasında bir karşılaştırma yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

YARATICILIK VE BÖLGESEL İKTİSAT İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

1.1.Yaratıcılık Tanımı

Yaratıcılık kavramı tek bir tanıma sahip olmayıp, Joy Paul Guilford'un 1950'li yıllarda insan zekâsı üzerinde yaptığı çalışmalarla önem kazanmıştır. Guilford yaratıcılığı, eş ve karşıt anlamları birlikte düşünme, ardından verileri akıllıca düzenleme, esnek düşünerek problemi çözme ve bütün bu sürecin sonunda ortaya özgün bir ürün koyma yetisi olarak tanımlamaktadır (Onur ve Zorlu, 2017: 1543). Guilford'un çalışmalarından faydalanan E. Paul Torrance'ın 1974'de *Yaratıcı Düşünme Testi* el kitabıyla yaratıcılık kavramının geliştirilmesine katkı sağlamıştır (Sternberg, 2006: 87). Torrance, 1974'de yaptığı çalışmada yaratıcılığı, sorun çözme becerisi, fikirler veya hipotezler oluşturma ve bu hipotezleri test etme, değiştirme, herhangi bir sonuca erdirmeye yeteneği olarak ifade etmiştir (Betts, Keiser ve Reisman, 2019: 26).

Yaratıcılık kavramı oldukça yaygın kullanılmaktadır. Yaratıcılık güzel sanatlardan mimariye, psikolojiden sosyolojiye, ekonomiye, mühendisliğe ve daha birçok alanda temel bir terim olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla disiplinlerarası kullanımı yaygın olan yaratıcılık kavramının birden çok tanımı mevcuttur. Bunlardan bazıları şu şekildedir:

Yaratıcılık, yaratıcı kişilerin problemlere çözüm bulma amacıyla, yoğun olarak çalıştıkları, fikir ve çözümler geliştirdikleri; bilimde yenilik, güzel sanatlarda değişik yapıtlar, endüstride yeni buluşlarla sonuçlanan bir süreçtir (Esen, 2016: 5).

Yaratıcılık, yetilerle, kişilikle, sorun çözme, hayal gücü ve farklılıklarla ilişkilidir. Bilinenin dışında alışılmamış bir şekilde düşünmek, fikirler arası alışılmadık bağlantılar kurmaktır (Küçüksaraç, 2015: 42).

Yaratıcılık, kişiler ve çevre ilişkileri gibi konularda objektif davranabilme ve önyargıları kırma gücünü içinde barındırırken aynı zamanda yeni fırsatlar için ortam da hazırlamaktadır (Biçen, 2019: 4).

Yaratıcılık geniş anlamıyla, bilimden sanata, eğitimden işletmeye ve hatta günlük yaşama kadar insan faaliyetlerinin herhangi bir alanında yeni ve uygun fikirlerin üretilmesi şeklinde tanımlanırken daha sade anlamda, bir kişi veya grup tarafından yeni ve faydalı fikirlerin üretilmesi süreci şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanımlamaların doğrultusunda yaratıcılığın bir şeyin hem yeni hem de faydalı olması anlamına geldiği konusunda araştırmacılar tarafından fikir birliğinin varlığından söz edilebilir (Al-Ababneh, 2020: 246).

Birleşmiş Milletler Kalkınma Konferansı (UNCTAD) Yaratıcı Ekonomi Raporu'nda (2010) ise yaratıcılık kavramının çeşitli disiplinlerde kullanıldığı ifade edilmekte ve kültürel, bilimsel, ekonomik ve teknolojik alanlarda yaratıcılık üzerinde durulmaktadır. Yaratıcı Ekonomi Raporu'nda (2010), *kültürel yaratıcılık*; hayal gücü, orijinal fikirler, ses ve görüntü ile ifade edilen dünyayı yorumlamanın yeni yollarını üretme kapasitesi olarak ifade edilirken, *bilimsel yaratıcılık*; problem çözmeye yeni bağlantılar kurma ve deneme istekliliği olarak ifade edilmektedir. *Ekonomide yaratıcılık* ise teknolojiye, iş uygulamalarında, pazarlamada vb. alanlarda yeniliğe giden dinamik bir süreçtir. Ayrıca yaratıcılığın ekonomide rekabet avantajları elde etmek ile yakından ilgili olduğu vurgulanmaktadır. Son olarak, *teknolojik yaratıcılığın* her bir yaratıcılık karakteristiğinden doğrudan etkilenebildiği gibi, bütün yaratıcılık faaliyetlerinde belirleyici bir role sahip olduğu ifade edilebilir (UNCTAD, 2010: 3).

Yaratıcı kişiye odaklanan birçok çalışma, bir kişinin yaratıcı olmasını sağlayan özelliklerin neler olduğunu belirlemeye çalışmıştır. Yaratıcı bireylerde bulunması gereken belli başlı özellikler vardır. Yaratıcı bireyler, ilgi alanları geniş, içsel olarak motivasyonlu, yüksek estetik kriterlere sahip, dinamik, risk alabilen, özgüvenli, farklı bakış açılarına sahip, sorgulayıcı, özgürlükçü, meraklı, iyimser, mizah duygusuna sahip, çeşitliliğe değer veren, eleştirel, cesur, farklı olmaktan korkmayan, çalışkan gibi kişisel özellikleri bünyelerinden barındırmaktadırlar (Şahin ve Danışman, 2017: 749; Gürbüz, 2004: 21).

1.1.1.Yaratıcılık Süreci ve Aşamaları

Yaratıcılık anlık bir durum değil zamana yayılan dinamik bir süreçtir. Yaratıcılık, tartışmalı, eleştirel ve çaba gerektiren düşünsel bir süreçtir. Süreç

değişkenlik gösterebilir, çok kısa bir zaman dilimini kapsayabileceği gibi çok uzun bir zaman dilimini de kapsayabilmektedir. Dolayısıyla yaratıcı süreç bilinmez değildir ancak yaratıcı süreçte rastlantısal gelişen pek çok durum söz konusu olabilir (Onur ve Zorlu, 2017: 1541).

Yaratıcı süreçte, bir fikir, bir nesne, yeni bir biçim, yapıt ya da eski öğelerin bir düzenlemesi gibi yeni bir şey ortaya çıkarılır. Bu yeni yaratılan şeyin amacı var olan soruna çözüm getirmek ya da bu sorunun çözümüne katkıda bulunmak olmalıdır (Çokhızlı, 2000: 11).

Yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasında genel olarak kabul gören Graham Wallas'ın (1926) dört aşama ile ifade ettiği yaratıcılık sürecidir. Bunlar; *hazırlık*, *kuluçka*, *fikrin doğuşu* ve *değerlendirme* şeklinde ifade edilmektedir (Botella, Zanasni ve Lubart, 2018:2; Yeşilyurt, 2020: 3885-3886; Esen, 2016: 9-10; Gürbüz, 2004: 18).

Hazırlık aşaması (keşif), bireylerin problemlerini tanımladıkları ve bu problemlerini çözmek amacıyla çeşitli bilgiler topladıkları bir süreci temsil etmektedir. Birey aktif bir konumda olup, etrafında olup biteni gözlemler. Dolayısıyla bu aşamanın araçları, gözlem, not alma tekniği, kaynak çeşitliliği ve olasılıkların listelenmesidir.

Kuluçka aşaması (oyun), hazırlık aşamasında problemi çözmek maksadıyla toplanan gerekli bilginin bir süreliğine aklın bir köşesinde saklandığı bir süreçtir. Bu bekleme süresi bireyin yeni bir fikir üretmek için ne kadar zamana ihtiyacı olduğu koşula göre değişmektedir. Bu aşamada derin düşünme, düşünce dağınıklığı, duyumsama, görselleştirme ve bilinçaltı gibi yetiler belirleyici rol oynamaktadır. Bu aşama yerine imgelem aşaması kavramı da kullanılmaktadır. Dolayısıyla imgelem gücünü desteklemek amacıyla fotoğraf, video ve karikatürler gibi çeşitli duyuşsal araçlar kullanılmaktadır.

Fikrin doğma aşaması (yaratıcılık ve aydınlanma), yaratıcı fikrin bilinçaltı süreçten bilinçdışı sürece dönüştüğü aşamadır. Birey bu aşamada adeta bir aydınlanma yaşamakta, sorunun çözümü beklenmeden bir anda zihninde belirlemektedir. Sonuç olarak bu aşamada fikirler çarpıcı bir anda, yavaş ama emin bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Değerlendirme (sonuçları doğrulama ve çözüm getirme), önceki aşamalarda sorunun çözümü için üretilen yeni fikrin detaylandırıldığı, sınındığı ve uygulandığı aşamadır. Daha doğru ifade edilecek olursa, üçüncü aşamada ortaya çıkan yeni

fikirlerin ete kemiğe büründüğü süreçtir. Ancak bu aşamada yeni fikirler her anlamda sınanarak eksikliği giderilmeye çalışıldığı için eleştirel düşünme becerileri önemlidir. Yaratıcılık sürecinin en zor aşaması olup, cesaret, özgüven ve kararlılık gerektirmektedir. Birey doğruluğunu her anlamda sınıdığı yeni fikrini uygulamada ısrarcı olmalıdır.

Yaratıcılık süreci en temelde bu dört aşamadan oluşmaktadır. Yaratıcı fikrin ortaya çıkması için bu aşamaların her biri oldukça önemlidir.

1.1.2. Yaratıcılığın Türleri

Yaratıcılık insana atfedilen bir değer olup yaşamın her alanında etkisini göstermektedir. Yaratıcılık ile ilgili yapılan ayrımlar genellikle bireysel ve örgütsel formda karşımıza çıkmaktadır. Yaratıcılığın farklı türleri var olsa da bu çalışmada bireysel ve örgütsel yaratıcılık türleri üzerinde durulacaktır.

1.1.2.1. Bireysel Yaratıcılık

Yaratıcılık konusuyla ilgili pek çok çalışmaya sahip olan Teresa M. Amabile ilk çalışmalarını yaratıcı birey odaklı yapmıştır. Amabile, geleneksel yaratıcılık teorilerinin yaratıcı insanı diğerlerinden ayıran bireysel farklılıklar olduğu görüşünü eleştirmiş, modern yaklaşımın benimsediği tüm bireylerin normal kapasiteleri olduğunu ve buldukları ortamda yaratıcı çıktılar ürettikleri görüşünü kabul etmiştir. Dolayısıyla Amabile, bireysel yaratıcılıkta sosyal çevrenin önemini vurgulamakta ayrıca bireysel yaratıcılığın, bireyin sahip olduğu herhangi bir uzmanlık alanı, yaratıcı düşünce becerileri ve içsel motivasyondan meydana gelen üç unsura bağlı olduğunu ifade etmektedir (Çekmecelioğlu, 2002: 7-43).

Amabile, bireysel yaratıcılığın ortaya çıkmasında etkili olan motivasyonu içsel ve dışsal olmak üzere ikiye ayırmaktadır. İçsel motivasyonun bireysel yaratıcılıkta pozitif bir etkiye sahip olduğu görüşünü savunurken, dışsal motivasyonun negatif bir etkiye sahip olduğunu düşünmekteydi. Ancak 2012'de meslektaşları ile birlikte yaptıkları çalışmada, dışsal motivasyonun da bireysel yaratıcılığın ortaya çıkmasında bazı olumlu etkilere sahip olabileceği sonucuna varmışlardır. Örneğin, ödüller dışsal motive edici unsurlar olarak görülebilir ancak insanlar bu ödüllerin kendilerine rüşvet niyeti ile verildiği düşüncesine kapılırsa bunun sonucunda negatif dışsal motivasyon ortaya çıkabilirken, bu ödüller insanların yetkinliğini onaylıyorsa veya heyecan

duydukları işi daha derinden yapma arzusu uyandırıyorsa pozitif dışsal motivasyon ortaya çıkacaktır. Böylece içsel motivasyon da beslenmiş olacak ve bireysel yaratıcılık meydana gelecektir. Amabile bu süreci *motivasyonel sinerji* olarak adlandırmaktadır (Amabile, 2012: 6).

En genel anlamıyla bireysel yaratıcılık, işin nitelik ve örgüt performansını artırmak, rekabet avantajı ve örgütün devamlılığını sağlamak maksadıyla, yeni yollar, süreçler, teknolojiler ve fikirler geliştirmek şeklinde tanımlanmaktadır (Tan, Şener ve Buharlı, 2020: 91). Bu tanımdan anlaşılacağı üzere, bireysel yaratıcılık başta örgütsel yaratıcılık olmak üzere tüm diğer yaratıcılık türleri için çok önemlidir. Bir birey olarak yaratıcı bir kişinin performansının etkinliği bakımından, bireyin davranış tarzı, dikkati, motivasyonu, problem çözme yeteneği, bilgisi, becerisi, süreci yönetme uzmanlığı, duygusal zekâsı gibi kişilik odaklı faktörler etkili iken verilen çalışma ortamı ve zaman gibi dışsal faktörler de belirleyici rol oynamaktadır (Steiner, 2009: 15).

Yaratıcı bireyler eleştirel düşünürler olma konusunda da oldukça başarılıdırlar. Yaratıcı düşünme, özgün fikirler, benzersiz yaklaşımlar ve yeni bakış açıları geliştirme süreciyken, eleştirel düşünme yaratıcı düşüncenin sunduklarını değerlendirerek olasılıklar üzerinde tartıştığı bir süreçtir. Dolayısıyla eleştirel düşünmenin sonucunda ortaya yeni fikirler çıkmaktadır. Bireysel yaratıcılığın bir özelliği olan eleştirel düşünceye sahip olan bu bireyler sadece yaratıcı çözümler üretmezler aynı zamanda bu yaratıcı çözümlerin ve yeni fikirlerin uygulanması için başarılı planlar da gerçekleştirirler. Fikir üretme ve uygulama yoluyla bireysel düzeydeki bu tür bir yaratıcılığın, kurumsal düzeyde yenilikçi ürünler geliştirilmesiyle sonuçlanması muhtemeldir (Çekmecelioğlu ve Günsel, 2013: 258).

Bireysel yaratıcılık belli başlı nitelikleri bünyesinde barındırmaktadır. En genel anlamda bu nitelikler; karmaşık bilgileri basitleştiren, problemleri en doğru şekilde tespit edebilen, zihinsel hareketliliğe sahip, risk alabilen, işini objektif bir tutumla değerlendirebilen ve içsel motivasyona sahip kişiler şeklinde sıralanabilir (Akan, 2019: 33-34)

1.1.2.2. Örgütsel Yaratıcılık

Örgüt, belli bir amacı gerçekleştirmek üzere kurulan belli bir yapıya ve devamlılığa sahip sosyal ilişki biçimi şeklinde tanımlanmaktadır. Örgüt kuramı sosyal

bilimlerden; psikoloji, sosyoloji ve ekonomi gibi pek çok disiplin içerisinde kullanılan bir kavramdır (Taşçı, 2013: 3-4).

Örgütsel yaratıcılık dar anlamıyla yeniliği mümkün kılan yeni fikirlerin veya yaratıcı ürünlerin geliştirildiği bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Burada yaratıcı ürün hem yeni hem de orijinal ve potansiyel olarak faydalı ya da organizasyona uygun bir ürün olarak ifade edilmiştir. Daha geniş bir tanımla örgütsel yaratıcılık, karmaşık bir sosyal sistemde birlikte çalışan bireyler tarafından faydalı ve değerli ürün, hizmet, fikir, prosedür veya süreç yaratmadır. Bu nedenle yaratıcılık önemli bir örgütsel yetenek, olası bir etkinlik kaynağı ve rekabet avantajı sağlayan bir faktör olarak görülmektedir (Parjanen, 2012: 111; Woodman, Sawyer ve Griffin, 1993: 293).

Örgütsel yaratıcılığın örgüt performansı üzerinde etkili olan iki temel unsur vardır. Bunlar; *yaratıcı çalışma ortamı ve bireysel yaratıcılık performansdır*. Burada örgütsel yaratıcılık açısından üzerinde durulması gereken en önemli girdi bireysel yaratıcılıktır. En nihayetinde yeni fikirlerin kaynağı bireylerdir. Örgütsel yaratıcılığı etkileyen diğer unsurlar ise *örgüt kültürü, takım iklimi, liderlik, çalışma motivasyonu, örgütün yapısı, değerlendirme sistemi* ile *amaçlar ve süreçler* olarak sıralanabilir (Chang ve Chiang, 2007: 4-7).

Bireysel yaratıcılık ve örgütsel yaratıcılık özellikleri birbirine benzerlikler göstermektedir. Yaratıcı bir örgüt oluşturmak için bulunması gereken belli başlı özellikler şu şekilde ifade edilmektedir (Karakuş, 2018: 261; Yıldırım, 2007: 117):

- Organik bir yapı, düşünen ve farklı özellikler barındıran bireylere sahip olmak.
- Açık görüşlü olmak ve çevredeki değişimlere ayak uydurmak.
- Esneklik yani belli kalıpların dışına çıkabilen hoşgörülü ve güven veren bir yapıya sahip olmak.
- İletişim kanalları açık, örgütteki fikir alışverişi ve bunların değerlendirilmesi için belirlenmiş esaslar mevcuttur. Örgütün tüm paydaşlar ile ilişkileri teşvik edilmekte, böylelikle örgütün çevre ile etkileşimi sağlanmaktadır.
- Çalışanların seçim ve terfileri yeterlilik düzeylerine göre yani yetenek ve bilgilerine göre yapılır.
- Merkeziyetçi bir yapıya sahip olmamalarıyla birlikte çalışanlar farklı görüşlerini rahatlıkla beyan edebilir ve tartışabilirler.

Yaşadığımız yüzyılda yaratıcılık örgütsel faaliyetlerin önemli bir parçası konumundadır. Örgütsel yaratıcılık, özellikle karmaşık ve değişen iş ortamlarına sahip endüstrilerin kurumsal başarıları açısından kilit bir faktör konumuna gelmiştir (Öztürk ve Wilemon, 2001: 85). Yaratıcılık, örgütlerin yenilikçi potansiyelinin temeli olduğundan işletmelerin uzun ömürlü olmasına olanak sağlamaktadır (Derin ve Demirel, 2011: 257).

1.1.3.Yaratıcılık ile İlişkilendirilen Kavramlar

Yaratıcılıkla ilişkilendirilen birden çok kavram vardır. Bunlardan bazıları yaratıcılık yerine kullanılmakta, bazıları yaratıcılığın ortaya çıkmasında etkili olmakta bazıları ise yaratıcılıkla beslenmektedir. Bu bölümde yaratıcılıkla bağdaştırılan yenilik, girişimcilik, teknoloji ve bilgi gibi belli başlı kavramlar üzerinde durulacaktır.

1.1.3.1. Yenilik

Yenilik, yeni süreçlerin, ürünlerin, hizmetlerin, dağıtım metotlarının uygulanması ve bunun sonucunda çıktılarda, verimlilikte, etkinlikte veya kalitede yaşanan iyileşmelerdir. Başka bir tanıma göre ise yenilik, yeni fikirlerin dünyada pratik değerlere dönüştüğü süreç ya da daha kısa bir ifadeyle var olan kaynakların yeni kombinasyonlarının yaratılması gibi birçok farklı şekilde tanımlanmaktadır (Taylor, 2017: 6).

Yenilik kavramı çeşitli disiplinlerde farklı dönemlerde ortaya çıkmış olsa da ekonomi literatüründe Joseph Schumpeter'in 1900'lü yıllarda iktisadi gelişme üzerinde yaptığı çalışmalar ile önem kazanmıştır. Schumpeter'e göre yenilik bir tür teknolojik gelişme olarak düşünülmüştür. Schumpeter iktisadi anlamda yenilik ile icat arasında keskin bir ayrım üzerinde durmaktadır. İcat yeni geliştirilmiş ürünler, üretim süreçleri, sistemlerle ilgili bir düşünce ya da model olmakla birlikte mutlaka belirli bir pratik ihtiyacın sonucunda ortaya çıkmaz. Yenilikte ise pratik bir ihtiyacın varlığı kendini gösterir. İcatlar entelektüel bir çabanın ürünüken, iş adamının arzusu icadı yeniliğe çevirir (Taban, 2016: 78; Dolanay, 2009: 175).

İktisadi anlamda yaratıcılık terimi incelediğinde ise yine Schumpeter'in *yaratıcı yıkım* teorisi ile bu kavramın karşımıza çıktığı görülmektedir. Schumpeter'in yaratıcı yıkım teorisi, mevcut ekonomik düzende bir firma tarafından yeni bir teknolojinin veya yeniliğin geliştirilmesi sonucunda başka bir firmanın bu yeniliği

üretmeyi rekabet edemeyecek duruma gelmesi dolayısıyla piyasadan silinmesi süreci olarak ifade edilebilir. Burada yaratıcı yıkımın yenilikten doğduğunu ve yaratıcılık kavramının örgüte atfedildiği çıkarımında bulunulabilir.

Yaratıcılık ve yenilik kavramları sıkça birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Ancak bu kavramlar birbirlerinden farklı anlamlar taşımaktadır. Yaratıcılık yeni fikirler oluşturma süreciyken, yenilik bu yeni fikirlerin mal ve hizmetlere dönüştürülme süreciyle ilgilidir. Dolayısıyla yenilik, yaratıcı fikirleri somut ürün ve süreçlere dönüştürme anlamı barındırdığı gibi bu süreç içerisinde tüketici hizmetlerini geliştirmek, maliyetleri azaltmak ve örgüt içinde yeni kazanç alanı oluşturmakla da ilgilenmektedir (Duran ve Saraçoğlu, 2009: 60).

Yaratıcılık içerisinde yenilik ve değer bileşenlerini barındırmaktadır. Yani yaratılan ürün veya fikir hem yeni olma özelliği taşımaları hem de herhangi bir kritere göre faydalı olmalıdır. Yenileşmek aracılığıyla etkinliğe ulaşmaya çalışan bir firma yaratıcılığın yenilik ve değer yönleriyle ilgilenmektedir. Çünkü yaratıcı bireylerle çalışmayan firmanın yenilikçi olma şansı düşüktür (Gürbüz, 2004: 118-119).

Yeniliğin temelinde yaratıcılık vardır. Dolayısıyla yaratıcılık sonucunda ortaya çıkan yenilik günümüz firmalarına rekabet avantajı sağlayabileceği için gün geçtikçe önemli bir faktör haline gelmektedir. Firmalar değişen tüketici talep ve beklentilerine ayak uydurabilmek ve rakipleriyle rekabet edebilmek amacıyla yaratıcılıklarını ön plana çıkaran, farklı düşünceleri bir araya getirebilen ve yeni çözümler üretebilen bir profile sahip olmalıdırlar (Kıyıcı, 2019: 28).

1.1.3.2. Girişimcilik

Girişimci kar elde etmek amacıyla olası riskleri göze alarak yenilik ve yönetim süreçlerini üstlenerek toplumsal refah üreten kişidir. Girişimcilik bir tür üretim faktörüdür. Girişimci, sermaye, emek ve doğal kaynakları bir araya getirmesinin yanı sıra işleri organize eden, yenilikler geliştiren ve uygulayan ayrıca kar elde etmek için mülkiyetini ve refahını riske atan kişi olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik yalnızca bir eylem veya süreç değil, aynı zamanda bir dizi belirli kişisel beceri veya yeniliklerin yardımıyla bir şeyler inşa etmek ve yaratma yeteneği olarak da tanımlanabilmektedir (Giriuniene, Giriunas ve Cernius, 2016: 164-165).

Girişimcilik kavramı iktisadi literatürde ilk Richard Cantillon (1755) tarafından “herhangi bir şekilde serbest çalışma” şeklinde tanımlanmıştır (Oran, 2020:

4). Ardından J. B. Say (1803) ve A. Marshall (1890) girişimcilik kavramına ilişkin çalışmalar yapmış ancak Joseph Schumpeter'in (1911) konuyla ilgili çalışmaları sonucunda iktisadi büyümenin önemli bir faktörü olduğu görüşü değer kazanmıştır. Schumpeter girişimciliği, yatırım için gerekli fonları, yenilikleri uygulayan, bunun için gerekli yatırımları yapan ve bu yatırımların risklerini üstlenen kişi olarak tanımlanmaktadır. Girişimcinin muhakkak sermaye sahibi olması şart değildir, yatırım için gerekli fonları, kendi tasarruflarının yanı sıra borçlanarak da sağlayabilir (Işık, B. Işık ve Kılınç, 2015: 61; Taban, 2016: 80).

Girişimcilik temelinde yenilik, risk alma ve proaktiflik olmak üzere üç unsur bulundurmaktadır. Yenilik, sorunlara ve ihtiyaçlara yaratıcı, alışılmamış ve farklı çözümler aramaktır. Risk alma, girişimcinin başarılı veya başarısız olma olasılığını göze alarak yeni bir fikir veya fırsata kaynak ayırma konusundaki istekliliği ile ifade edilmiştir. Proaktiflik ise amaca ulaşmak konusunda azimli ve ne yapılması gerekiyorsa onu yapmaya kararlılık şeklinde açıklanmıştır (Fillis ve Rentschler, 2010: 3; İkiz, Yörük, Asıcı, Tanrıku, Ceylan ve Öztürk, 2015: 49).

Yaratıcılık, yeni fikirler gerçekleştirme yeteneği; hayal gücü ve özgün düşünebilme becerisi olup, bir girişimcinin en temel niteliklerinden biridir. Yeni bir fikir ortaya koyan veya var olan ürünü, süreci ya da hizmeti geliştiren girişimci, bunu yaparken yaratıcılık sürecinden beslenmektedir. Bir kişinin girişimci olarak nitelendirilebilmesi için yaratıcı düşüncesini soyut halden, sistemli, mantıklı ve uygulanabilir somut bir hale dönüştürebilmelidir. Girişimci günümüzde küreselleşmenin yarattığı rekabet koşulları ile başa çıkabilmek için yaratıcı ve yenilikçi olmak zorundadır (Bedük ve Eryeşil, 2015: 66-67). Öyle ki Fadaee ve Alzahrh (2014) yaptıkları çalışmada girişimciliğin, yaratıcılık ve yenilik olmadan meyve veremeyeceğini ifade etmişlerdir (Fadaee ve Alzahrh, 2014: 3).

1.1.3.3. Teknoloji

Teknoloji insanların temel ihtiyaçlarını karşılama ve günlük yaşamlarını kolaylaştırmak için geliştirdikleri bir dizi yenilik şeklinde tanımlanabilir. Buradan hareketle teknolojinin ilkel çağlara kadar uzandığı çıkarımında bulunulabilir.

Teknoloji fayda veya kar yaratmak amacıyla insanın üretim faaliyetlerinde bulunurken başvurduğu bilgi toplamıdır. Teknoloji bir üretim faktörü olup, üretim miktarını arttıran, niteliğini değiştiren, kısaca insan ihtiyaçlarının en iyi şekilde

karşılanmasına yardım eden bilgi topluluğu şeklinde tanımlanabileceği gibi (Çekmecelioğlu, 2002: 25) Ar-Ge, üretim, pazarlama, satış ve satış sonrası hizmeti içine alan bir sanayi sürecinin, etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için kullanılabilir tüm bilgi ve beceriler olarak da tanımlanabilmektedir (Güllü, 2020: 433).

Teknoloji ve yaratıcılık arasında karşılıklı bir etkileşim vardır. Bu etkileşim bir taraftan teknolojinin geliştirilebilmesi için yaratıcılığa ihtiyaç duyulmasıyla öte taraftan yaratıcılığı geliştirmek için teknolojinin, süreç içerisinde kullanılmasıyla açıklanmaktadır. İlk durum teknolojinin içinde yenilik süreci barındırması, yenilik sürecinin ise yaratıcılık temelli olması ile açıklanmaktadır. Sonuç olarak yaratıcılık teknolojinin gelişmesinde ve ilerlemesinde önemli bir role sahiptir. İkinci durumda ise teknoloji geliştikçe, yaratıcılığa giderek daha fazla imkân sağlanır. Bu yeni imkanlar yaratıcı için cazip hale gelir ve böylece gelişen teknoloji sayesinde yeni ürünler yaratabilir (Çiçek, 2011: 52; Biber, 2017: 688-694). Dolayısıyla teknoloji ve yaratıcılık birbirini besleyen oluşumlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

İktisadi açıdan teknoloji, ekonomik büyümenin ve kalkınmanın itici gücü olarak görülmüştür. Özellikle İçsel Büyüme Modelleri ile teknolojiye atfedilen önemin arttığı görülmektedir. Öyle ki günümüzde hala ekonomik gelişmişlik açısından teknoloji önemli bir girdi olmakla birlikte birçok iktisatçı tarafından konuyla ilgili çalışmalar yapılmaktadır. Bunlardan biri olan R. Florida (2002), bölgesel ekonomik gelişmeyi 3T kuramına dayandırmakta ve bunlardan birini teknoloji oluşturmaktadır. Yapılan çalışmanın odak noktasını R. Florida'nın yaratıcı sınıfı oluşturmakta olup, ilerleyen bölümlerde konunun akışına uygun olarak 3T kuramından daha detaylı bir şekilde bahsedilecektir.

1.1.3.4. Bilgi

Bilgi kişilerin bir alanda sahip olduğu teknik, yönetsel ve entelektüel birikim ve uzmanlık alanıdır (Çekmecelioğlu, 2002: 27). Başka bir tanımlamaya göre ise bilgi, deneyim, bağlam, yorum ve derin düşünceyle birleşmiş veri şeklinde ifade edilmektedir (Solak, 2015: 4).

Bilginin değeri kazanması sanayileşme sonrası yaşanan kültürel, toplumsal ve ekonomik anlamda bir dizi değişim ve dönüşümlerle açıklanmaktadır. 20. yüzyılın sonlarına doğru bilgi ve iletişim teknolojilerinde yeniliklerin hız kazanması ile sanayi toplumundan bilgi toplumuna bir geçiş yaşanmaya başlanmıştır. Bilgi toplumu, bilgiyi bir tür üretim faktörü olarak kullanan, bilgi sermayesinin önem kazandığı dolayısıyla nitelikli insan faktörünün ön planda tutulduğu, yaşam boyu öğrenme odaklı bir toplumsal yapı olarak ortaya çıkmıştır. Bu yeni toplumsal oluşum ekonomiyi yeni bir değer katarak *bilgi ekonomisi*, *yeni ekonomi*, *dijital ekonomi* ve *tekno-ekonomi* gibi kavramlar yaratmıştır (Carfi, 2018: 21; Kavak, 2008: 1; Aktan ve Vural, 2016: 3).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve bunun hız kazanmasını etkileyen küreselleşme ile birlikte neredeyse bütün ülkelerde rekabetin boyutu değişmiştir. Artık ülkelerin gelişmişlik düzeyini, sahip oldukları fabrikaları, ürettikleri demir, çelik ve enerji miktarı değil, sahip olduğu bilgi miktarı ve bunu kullanabilme yeteneği, bilgi iletişim teknolojilerinin altyapısı, yaratıcı işgücü gibi unsurlar belirlemektedir (Kavak, 2008: 2).

Sanayi toplumlarında insan kol gücü bakımından bir değer taşıırken, bilgi toplumlarında bu durum yerini beyin gücüne bırakmıştır. Dolayısıyla bilgi toplumlarında veya ekonomilerinde bilgi işçisi kavramı ortaya çıkmıştır. Bilgi işçisi, beşeri sermaye olarak da ifade edilebilmektedir. Bilgi ekonomilerinde rutin işler bilgisayarlar tarafından yapılıyor olsa da yaratıcılık gerektiren işler, bilgi teknolojileri desteği ile istihdam edilen beşeri sermaye tarafından yapılmaktadır (Carfi, 2018: 22).

Yaratıcılık, bir iş yerinde istihdam edilen beşeri sermayenin gelişimine yatırım yapmak ve onun bilgisini değere çevirmek anlamına gelmektedir (Çekmecelioğlu, 2002: 28). Ancak bu değere dönüştürme tek başına yaratıcılık ile açıklanamaz, yaratıcılık yeniliği besler ve yenilik sonucunda teknoloji gibi somut bir değer ortaya çıkar. Çağımızın ekonomik sisteminin en temel girdilerinden biri bilgi olduğu için bu sisteme bilgi ekonomisi denilmektedir. Bilgi ekonomisinin insana attığı anlam ise yaratıcı, yenilik üretebilen, farklı bakış açılarına sahip olmak gibi birçok boyut içermektedir.

Yaratıcılık birçok açıdan çağımızın önemli bir unsuru haline gelmiştir. Ülkelerin birbirleriyle sosyal, ekonomik, bilim, teknoloji, sanat, edebiyat, kültürel ve askeri olmak üzere farklı alanlarda rekabet edebilmeleri ve daha önemlisi bir ülkenin

ekonomik anlamda kalkınabilmesi için yaratıcı veya yaratıcı düşünme yeteneğine sahip bireylerin varlığını zorunlu kılmaktadır (Yeşilyurt, 2020: 3890). Sonuç olarak yaratıcı birey ve yaratıcı düşünme 21. yüzyılın önemli sermayeleri arasında sayılmıştır. Yaratıcılığın birçok disiplinde üstlendiği önemli role rağmen özellikle ekonomide değerli bir faktör haline dönüşmüştür.

1.2. Bölgesel İktisada İlişkin Kavramlar

1.2.1. Bölge Tanımı

Bölge kavramı hakkında yapılan tartışmaların en temel sorunu, bu terimin ne anlama geldiği ile ilgili olarak herkesin üzerinde uzlaşılan bir tanımı bulunmamasıdır. Etimolojik kökleri, *region: bölge, alan* anlamına gelen *bölge*, kültürel, ekonomik, politik ve sosyal anlamda çok yönlü bir boyuta sahip olması nedeniyle tanımlanması güç ve sınırları zor çizilebilen bir kavramdır (Vukovic ve Kochetkov, 2017: 76).

Bilimsel olarak bölge kavramı ilk kez 18. yüzyılda tanımlanmıştır. Haritacılar tarafından yapılan bölge tanımları, nehirler ve dağ zirveleri kullanılarak yapılmıştır. Daha sonra coğrafyacıların konuyla ilgilenmeleri neticesinde, farklı coğrafi özelliklere bağlı bölge tanımları ortaya çıkmıştır. 19. yüzyıldan sonra ulus devlet anlayışının gündeme gelmesi ile bölge kavramına farklı bir boyut kazandırılmıştır. Ulus içindeki farklılıklar ekonomik göstergeler ile tanımlanarak, ulusal bütünleşmenin ana koşulunun ekonomik eşitsizliklerin giderilmesi olduğu bilinci ortaya çıkmıştır. 1950’li yıllardan sonra mekânsal faaliyetlerin değer kazanması ile bölgesel iktisat ekonomiler için önemli bir kavram haline gelmiştir (Taştekin, 2018: 70).

Bölge kavramının ne olduğuna dair net bir yaklaşım bulunmamakla beraber kullanıldığı disiplin içerisinde değerlendirilmesi gerektiği üzerine yaygın bir düşünce mevcuttur. Bu doğrultuda bölge kavramı geleneksel anlamda ifade edilecek olursa, “sınırları belli, mekânsal olarak birbirine bağlı, merkezi otoritenin güdümünde şekillenmiş birimler” olarak ifade edilirken, günümüze gelindiğinde küreselleşme ile birlikte yaşanan bölgesel entegrasyon, teknolojik ve politik gelişmeler sayesinde, “mekânsal süreklilik koşulu olmayan, uluslararası ilişkilere açık, sınırları değişken bir birim” olarak tanımlanmaktadır (Çelik, 2015: 5). Bunun yanı sıra bölge kavramı

ekonomik coğrafya açısından değerlendirildiğinde ne kent kadar küçük, ne de ülke kadar büyük olmaması şeklinde açıklanmaktadır (Takım, 2010: 260).

1.2.2. Bölgesel İktisat ve Türleri

Bölgesel iktisat kavramının İkinci Dünya Savaşı'nın yarattığı mekânsal farklılıklarının giderilmesi amacıyla önem kazandığı ifade edilmektedir (Topcuoğlu ve Çalışkan, 2016: 105-106). Bu nedenle Hoover ve Giarrantani (2020) bölgesel iktisadın oldukça yeni bir alan olduğuna ve bölgesel iktisadın ekonomik sistemlerin mekânsal karakterinin anlaşılacağı bir çerçeveyi temsil ettiğine değinmişlerdir. Ekonomik faaliyetlerin bir yerdeki dağılımını belirlemeye ve bu dağılım değiştikçe birey ve topluluklar için önemli sonuçlar ortaya çıkaracağını vurgulamışlardır. Daha açık bir ifadeyle bölgesel veya mekânsal iktisadi, *neyin, nerede* olduğunu, *neden* orada olduğunu ve o şeyin orada olmasının *nasıl sonuçlar* doğuracağı soruları üzerinden tanımlamışlardır (Hoover ve Giarrantani, 2020: 12-13).

Bölge kavramı iktisadi açıdan değerlendirildiğinde iki farklı şekilde tanımlanmaktadır. Bunlardan birincisinde bölge kavramı ekonomik yapı açısından, *homojen bölge, polarize bölge ve plan bölge* olarak üç başlık altında incelenirken, ikincisinde ekonomik gelişme düzeylerine göre *az gelişmiş ve gelişmiş bölge* olarak iki başlık altında incelenmektedir.

1.2.2.1. Ekonomik Yapı Açısından Bölge Türleri

Homojen Bölge

Homojen bölge, bir ülkede bölgelerarası gelişmişlik farkının azaltılması amacıyla başvuru bölgesel bir ayrım tipidir. Homojenlik, bütün öğeleri aynı yapıda ya da aynı nitelikte olan, bağdaşlık anlamı taşımaktadır (Kılıçarslan, 2009: 7-8). Bu doğrultuda homojen bölge statik bir kavram olup, birbirine bitişik ve birbirleriyle mümkün olduğu kadar yakın benzerlikler gösteren komşu alanlar grubu olarak tanımlanabilmektedir (Dulupçu, vd., 2010: 240). Dolayısıyla bu bölgeler nitelikleri bakımından birbirine yakın olan birimlerden meydana gelen sürekli mekânlardır. Homojen bölgelerin nitelikleri ise gelir düzeyi, üretilen mal ve hizmetlerin cinsi, nüfusun sosyal ve ekonomik özellikleri ile coğrafi konumu şeklinde sıralanabilir (Erikçi, 2016: 6).

Polarize Bölge

Polarize bölge dinamik bir yaklaşıma sahip olup, bir kutup ve bu kutbun etkisi altındaki yerleşim merkezleri arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Diğer bir deyişle kavram, bir merkezin ekonomik ve sosyal açıdan diğer merkeze göre baskın duruma gelmesini ifade etmektedir (Çelik, 2015: 5). Polarize bölgelerin en önemli özelliği ise merkezi kademe ile çevresi ve alt kademeleri arasındaki fiziksel ve ekonomik bağımlılıktır (Hasanoğlu ve Aliyev, 2006: 83). Ancak polarize bölgeler çevre ve alt kademelerin üretim faktörlerini kendilerine çekerek o bölgelerin gelişmesini engelleyebilir. Türkiye’de bu tür bölgelere Karadeniz Bölgesinden, Trabzon ve Gümüşhane illeri örnek verilebilir. Gümüşhane’nin Trabzon’a yakın oluşu bu ilin gelişmesini engellemiştir (Kılıçarslan, 2009: 10). Dolayısıyla bu tür bölgesel dengesizliklerin oluşmaması için doğru planlama çalışmaları yapılması gerekmektedir.

Plan Bölge

Plan bölge, bölgesel planların uygulandığı alanlar olup, kentten daha geniş, ülkeden daha küçük, yönetsel sınırları ulusal yönetsel birim sınırlarıyla çakışan ancak etkileşim açısından o sınırları aşabilen, yerinden yönetilen, demokratik-katılımcı bir yönetime ve bütçeye sahip bir planlama ve yönetim birimi olarak tanımlanabilir (DPT, 2000: 8).

Plan bölgelerin oluşturulmasının en temel amacı, bölgesel planların uygulanabilmesini kolaylaştırmaktır. Bu doğrultuda bölge planlarının öncelikli amaçları şu şekilde sıralanabilir (<https://www.ankaraka.org.tr>, 2011):

- Bölgenin sosyo-ekonomik ve fiziksel durumunu anlamak,
- Yerel dinamikleri ve içsel potansiyellerini anlamak,
- Katılımcılığı ve işbirliğini arttırmak,
- Yerel kalkınmayı teşvik etmek,
- Toplumun yaşam kalitesini iyileştirmek,
- Üst ve alt ölçekli planlar arasında uyumu ve bütünlüğü sağlamak,
- Bölgenin ortak vizyonunu oluşturmak,
- Bölgedeki sektörlerin ve alt bölgelerin rekabet gücünü harekete geçirmek,

- İleriye yönelik hedeflere ulaşmada bölgeye rehberlik etmek.

Bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesi, gelişmişlik farklarının kapatılması ile birlikte bölgesel kalkınmanın ve böylece ulusal kalkınmanın sağlanması amacıyla plan bölgelerin saptanması oldukça önemlidir. Plan bölgeler tüm ülkeyi kapsayacağı gibi, belirli sorunlu bölgeleri de kapsayabilmektedir (Kıratoğlu, 2015: 83). Bu açıdan bakıldığında iki tür plan bölge tipinden bahsedilebilir. Birinci tip plan bölge, ulusal kalkınma planına mekân boyutunu katabilmek maksadıyla yapılan bölgesel sınıflama sonucunda ortaya çıkan bir kavram olup, bu bölgelerin sayısı ülkenin genişliğine ve sosyo-ekonomik yapısına göre değişmektedir. İkinci tip plan bölge ise ulusal kalkınma planına geçilmeden veya ulusal kalkınma planının uygulanmış olmasına rağmen karşılaşılan yoğun bölgesel sorunların üstesinden gelebilmek maksadıyla başlatılan bölgesel planlama sonucu ortaya çıkmıştır. Tüm ülkelerin bölgelere ayrılması söz konusu olmayıp, sadece sorunların karşılaşıldığı yöreler saptanarak bu bölgelerin sorunlarının giderilmesine yönelik bölgesel planlar uygulanmaktadır (Kılıçarslan, 2009: 11).

İktisadi açıdan bölge kavramını açıklayan diğer bir yaklaşım ise ekonomik gelişme düzeylerine göre bölgeleri sınıflandırmaktadır. Bu bölge çeşitleri *az gelişmiş* ve *gelişmiş bölge* olmak üzere iki başlık altında açıklanacaktır.

1.2.2.3. Ekonomik Gelişme Düzeylerine Göre Bölge Türleri

Her ülke bir diğer ülkeye göre ekonomik, sosyal, siyasi ve kültürel bakımdan gelişmiş ya da az gelişmiş olabilmektedir. Bunun yanı sıra bir ülkenin kendi içindeki bölgeleri açısından da aynı durum söz konusu olabilmektedir. Yani bazı bölgeler gelişmiş iken, diğer bazı bölgeler ya da kentler az gelişmiş olabilmektedir.

Az gelişmiş Bölge

Az gelişmiş bölgeler, gelişme avantajları olmayan veya gelişme potansiyellerini kaybetmiş bölgelerdir. Bu tür bölgelerin ekonomik avantajları sınırlı veya yoktur (Çelik, 2015: 6). Az gelişmiş bölgeler genel olarak, tarıma dayalı iktisadi olanaklara sahip, kişi başına düşen gelir az, şehirleşme ve sanayileşme olanakları düşük ve aynı zamanda gelir dağılımının bozuk olduğu bölgeler olarak

tanımlanmaktadır. Öte yandan gelir düzeyinin düşük olması nedeniyle tasarruf ve yatırım yapılamamaktadır. Altyapı olanaklarında önemli eksiklikler bulunmakta, ulaşım ve haberleşmede olumsuzlukların varlığı, sağlık ve eğitim hizmetlerinin yetersizliği, bölgenin sürekli dışarıya göç vermesi de az gelişmiş bölgelerin özelliklerindedir (Durmaz, 2019: 8-9).

Az gelişmiş bölgeler genel anlamda sanayileşmemiş bölgelerdir. Ancak bu bölgelerin gelişmiş bölge seviyesine gelebilmeleri için mutlaka sanayileşmiş olmaları şart değildir. Çünkü coğrafi, iklimsel veya diğer kuruluş yeri faktörleri bakımından elverişli bölgeler olmayabilirler. Bu bakımdan bu bölgelerin gelişmesi için yöresel sektörlerin teşviki, sulama yoluyla tarımın geliştirilmesi, bölgedeki madenlerin çıkarılması için teknolojik altyapının oluşturulması ya da bölgenin turizm potansiyelini harekete geçirecek teşvikler yapılması gerekmektedir (Kulaksız, 2008: 16).

Gelişmiş Bölge

Gelişmiş bölge, en genel tanımıyla, gelir seviyesi, gelir artış hızı, eğitim ve sağlık hizmetleri seviyesi bakımından ülke ortalamasının üzerinde olan bölgeler olarak ifade edilebilir. Gelir seviyesinin yüksek olduğu bu bölgelerde bolca tasarruf ve bunun neticesinde yatırım yapılabilmektedir. Yatırım faaliyetleri sonucunda da istihdam artmakta ve bölgelere yeni göçler yapılmaktadır (Kılıçarslan, 2009: 14).

Gelişmiş bölgelerin en temel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Okur, 2017: 6):

- Üretim faktörlerin verimliliği yüksektir.
- Faktör dağılımında aşırı dengesizlik yoktur veya azdır.
- Altyapı yatırımları yeterlidir.
- Doğal çevre gelişmeye elverişlidir.
- Bölgede gelir dağılımı düzenli ve dışarıdan göç almaktadır.
- Gelişmiş bölgelerin kalkınma hızları yalnız geri kalmış bölgelerin değil, aynı zamanda ülke kalkınma hızından da yüksektir.

- Bölgede tasarruflara bağlı olarak yatırımlar da yüksektir ve sürekli artış kaydetmektedir.

Yukarıda sayılan özellikleri barındıran bölgeler ekonomik ve sosyal faktörler açısından gelişmiş olup, ülkenin diğer bölgelerine göre iktisadi bakımdan ileride oldukları söylenebilmektedir.

1.2.3. Bölgesel Dengesizlikler

Bölgelerarası sosyal ve ekonomik anlamda gelişmişlik farklarının oluşması sadece azgelişmiş ülkelere özgü bir sorun olmayıp, gelişmiş ülkelerde de her bölgenin aynı derecede kalkınmış olmadığı ifade edilebilir. Bölgelerarası kalkınmışlık farklarının nedeni bölgesel üretim, tüketim ve bölüşümdeki dengesizliklerdir. İktisadi dengesizliğin yoğun olduğu bölgelerde *bölgesel dengesizlik* söz konusudur. Bu bakımdan bölgesel dengesizlik, aynı ülkenin farklı yerlerinde görülen her türlü eşitsizlik şeklinde tanımlanmaktadır (Kılıçarslan, 2009: 15). Bu kavram, daha kapsamlı bir şekilde tanımlanacak olursa, nüfus, tarımsal yapı, mali piyasalar, ulaşım ve haberleşme imkanları ile sağlık ve eğitim hizmetlerindeki etkinlik ve yaygınlık düzeylerinde yaşanan farklılıklar şeklinde ifade edilebilir (Yıldız, 2013: 18).

Bölgesel dengesizlik sorununun hem gelişmiş ülkelerde hem de azgelişmiş ülkelerde yaşandığına daha önce değinilmiştir. Ancak gelişmiş ve azgelişmiş ülkelerde yaşanan bu bölgesel sorunlar farklılık gösterebilmekte ve bu yüzden farklı politikalar uygulanabilmektedir. Azgelişmiş ülkelerde bölgesel politikalar oluşturulurken kalkınma için stratejik öneme sahip alanlar belirlenmekteyken, gelişmiş ülkelerde ise genel olarak mali politikalarla gelir dağılımında adaleti sağlamak ve kaynak israfını önlemek hedeflenmektedir (Takım, 2010: 283).

Bölgesel dengesizliklerin meydana gelmesinde çeşitli etkenler söz konusudur. Bu bakımdan bölgesel dengesizlikler niteliklerine göre üç grupta toplanabilir. Bunlardan birincisi, doğal ya da coğrafi dengesizlikler; yani doğal kaynakların ve fiziki koşulların meydana getirdiği dengesizliklerdir. İkincisi, iktisadi ve fonksiyonel dengesizliklerdir. Bu tür dengesizliklerin bulunduğu ülkelerde, aynı üretim faktörleri, farklı pazarları nedeniyle farklı bölgelerde değişik kazançlar elde ederler. Üçüncüsü

ise sosyal ve kültürel dengesizliklerdir. Bu ise çoğunlukla eğitim düzeyine bağlı olarak meydana gelen bir dengesizlik türüdür (Gündüz, 2006: 15-16).

Bölgesel dengesizliklerin ortaya çıkışının belli başlı sebepleri bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Sanayi Devrimi'nin oluşturduğu sosyal, politik, kültürel ve ekonomik değişimler bölgesel dengesizliklerin meydana gelmesinde bir dönüm noktasıdır (Okur, 2017: 7). Buharlı makinenin icadı ile başlayan Sanayi Devrimi'nin bir sonucu olarak ortaya çıkan farklı icatlar gerçekleştiren ülkeler arasında kısa sürede önemli farklılıklar yaşanmaya başlanmıştır. Böylece Sanayi Devrimi sadece ülkeler arası gelişmişlik farklarının yaşanmasına sebep olmamış, aynı zamanda ülkelerin içinde bulunan bölgelerin birbirleriyle arasında da gelişmişlik farklarının oluşmasına sebebiyet vermiştir. Ancak bölgelerarası farklılıkların ciddi boyutlarda artması ve ülkelerin kalkınma politikalarında bölgelerarası dengesizlikleri giderici planlar uygulamaya başlamaları 1929 Büyük Buhran ve İkinci Dünya Savaşı sonrasında denk gelmektedir (Ertaş, 2013: 10).

1929 Büyük Buhran dünya ekonomileri açısından zorlu bir süreç olmuştur. Bunun sonucunda yaşanan bölgesel dengesizlikler, birçok ülkenin ekonomik, sosyal ve politik yapısında tehdit oluşturmaya başlamıştır. Buna ilaveten bir de İkinci Dünya Savaşı'nın yaşanması bölgesel dengesizliklerin giderek daha da artmasına neden olmuştur. Dolayısıyla bölgesel dengesizlik, ülkelerin sosyal ve ekonomik gündemlerinde daha sık yer almaya başlamış (Kıratoğlu, 2015: 8-9) ve birçok ülke için milli bir sorun haline gelmiştir. Böylece ülkelerin ekonomik, siyasal programlarında bölgelerarası eşitsizlik kavramı yer almış ve bu soruna çözüm üretmek amacıyla çeşitli bölgesel iktisadi politikalar uygulanmaya başlanmıştır (Durmaz, 2019: 20).

1.2.4. Bölgesel İktisat Teorileri

Bölge kavramı açıklanırken birçok disiplin açısından farklı anlamlar taşıdığı ve bölge kavramının ortaya çıkışı bakımından incelendiği disiplin içerisinde farklı zamanlara denk geldiği görülmüştür. İktisadi açıdan bölge kavramının, genel olarak İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra geliştirildiği söylenmiş olsa da aslında kökleri alansal teorilere kadar uzanmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın bu kısmında iktisadi açıdan bölgeyi daha iyi ifade edebilmek adına, Geleneksel Yer Seçim Teorileri'ne ve

günümüzde bölgesel iktisada farklı bir bakış açısı kazandıran Yeni Ekonomik Coğrafya yaklaşımına değinilecektir.

1.2.4.1. Geleneksel Yer Seçim Teorileri

Geleneksel yer seçim teorileri iki kavramla ilgilenir. Bunlar: mesafe ve alandır. Mesafenin rolünü taşıma maliyetleri temsil ederken, alan ise belirli malların piyasalarının belirli coğrafi sınırlara bağlı olduğunu ifade etmektedir (Arıcıoğlu, 2011: 19). Alansal iktisadın temelleri, Von Thünen (1826), Alfred Weber (1909), Walter Christaller (1933) ve Auguste Lösch (1954) gibi kuruluş yeri teorisyenlerine kadar uzanmakta olup, onlara ek olarak bölgesel iktisadın İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra önemli bir kavrama dönüşmesinde büyük bir rol oynayan Walter Isard (1956) da sıkça konuyla ilgili literatürde yer bulmaktadır (Deviren ve Yıldız, 2014: 8)

Kuruluş yeri teorisyenlerinin ilki Alman iktisatçı Von Thünen'dir. Von Thünen, 1826 yılında yayımlanan *Der Isolierte Staat* adlı eserinde *tarımsal üretim bölgeleri* modelini açıklamıştır. Bu modelde toprak kullanımı ve yerleşim arasındaki ilişkiler tanımlanmakta, ne kadar toprağın verimli aktivitelerde kullanıldığını ve toprağın rekabetçi kullanıcılar arasında nasıl tahsis edildiği açıklanmaktadır (Kara, 2013: 24). Thünen modelinde, taşıma maliyetlerinin üretimde büyük bir engel oluşturduğunu görerek, pazar kentinden uzaklaştıkça hangi ürünlerin yetiştirilmesinin daha ekonomik olacağını saptamaya çalışmıştır (Dinler, 2012: 11). Sonuç olarak Thünen, üreticilerin üretim ve taşıma maliyetlerini hesaba katarak üretim yerlerini seçip bu bölgelerde yaşamayı tercih ettiklerini kanısına varmıştır (Yiğit, 2012: 109).

Alfred Weber, 1909 yılında sektörlerin kuruluş yeri seçimi teorisini gelişmiş bir biçimde ilk ortaya koyan kişidir. Weber, *endüstriyel yer seçim* modelinde üretim tesislerinin kuruluşunda en düşük maliyetli kuruluş yerini saptamaya çalışmıştır (Yılmaz, 2016: 42). Bu doğrultuda Weber'in kuruluş yeri teorisinde optimum yer seçiminde üç kriter dikkat çekmektedir. Birincisi, taşıma maliyetlerinin minimum olduğu yer firma için optimum kuruluş yeridir. İkincisi, işgücü hareketliliğinin olmadığı ve sabit bir ücretten istenildiği kadar işgücü elde edilebildiği kuruluş yeri seçilmelidir. Üçüncü kriter ise bölgesel yığılma avantajlarıdır. İşletmenin yığılma avantajına sahip bölgeye kayabilmesi için ilave taşıma masraflarının, yığılma

avantajından küçük olması gerekmektedir (Dinler, 2012: 14; Şenol ve Kemeç: 2018: 112).

Yer seçimine ilişkin geliştirilen diğer teoriler ise Walter Christaller (1933) ve Auguste Lösch'e (1954) aittir. Christaller ilk olarak *merkezi yerler teorisini*, Güney Almanya'da farklı büyüklükteki şehirlerin dağılımını tarif etmek için formüle etmiştir (Dawkins, 2003: 137). Bu kurama göre kentsel ve kişisel yerleşimler kendilerine bağımlı alt bölgeler için gördükleri işlevlere göre merkezileşmektedirler (Mutlu, Reyhan ve Doğan, 2016: 48). Christaller yerleşme merkezlerini yerine getirdikleri fonksiyonlar bakımından yedi farklı kademeye ayırmıştır. Bu kademeler sırasıyla, pazar kasabası, büyük kasaba, ilçe, büyük ilçe, il, büyük taşra merkezi ve bölge merkezi şeklindedir (Dinler, 2012: 24). Yazar, Güney Almanya'da farklı büyüklükteki şehirler üzerinde yaptığı çalışmada, bu yedi kademeyi kullanmıştır. Bu doğrultuda aynı kademe merkezlerin etkisindeki nüfusların birbirine yakın olduğunu gözlemlemiş ve bu kent merkezlerinin birbirine bitişik altıgenler şeklinde olabileceğini ileri sürmüştür. Gözlemleri sonucunda geliştirdiği merkezi yerler teorisinin temeli, diğer alanlarda bulunmayan ürün ve hizmetlerin kent merkezlerinde bulunması ve bu merkezlerden temin edilmesidir (Şenol ve Kemeç, 2018: 113). Bununla birlikte bu kent merkezlerinin tamamı aynı değildir. Bazı bölgesel üretim türleri diğerlerinden daha geniş piyasaları gerektirirken, bölgelerin bazı hizmet türleri de diğerlerinden daha büyük merkezlerde yoğunlaşmayı gerektirmektedir. Dolayısıyla kent merkezleri hiyerarşisi bakımından bazıları diğerlerinden daha merkezi olabilmektedir. Christaller'a göre bu kent merkezlerinin hiyerarşisini belirleyen sadece nüfusun fonksiyonu değildir, aynı zamanda yeniliklerin merkezi olma, haberleşme ve diğer karmaşık hizmetlerin boyutu gibi faktörler de etkilidir (Kara, 2013: 36-37).

Auguste Lösch (1954), Christaller'ın merkezi yerler teorisini genişletmiş olup, onun modelinde de firmaların piyasa bölgesi altıgen yapıda türetilmiştir. Lösch tarafından geliştirilen modelin temel fikri, bir firmanın ürününü sattığı bölge olarak tanımlanan pazar alanının göreceli büyüklüğünün, ölçek ekonomileri ve pazarlara olan nakliye maliyetlerinin birleşimleri ile belirlenmesidir. Ölçek ekonomileri taşıma maliyetlerinden büyük ise tüm üretim tek bir tesiste gerçekleşecektir. Ölçek ekonomileri taşıma maliyetlerine göre küçük ise firmalar bölgeye dağılmış olacaktır.

Belirlenmiş bir piyasa için, piyasa giriş özgürlüğü firmalar arasında kârı sıfıra çeker ve tüm alanlar, firmaların eşit altıgen piyasa bölgeleriyle kaplanır. Bununla birlikte, farklı piyasalar için, taşıma maliyetleri, ölçek ekonomileri ve farklı ürünlere olan talep farklılıkları nedeniyle, bireysel altıgenlerin boyutları farklı olacaktır (Dawkins, 2003: 137).

Lösch, gerçek bir genel denge modeline en yakın ve en gelişmiş ekonomik alan analizini yapmıştır. Analizinde genel dengenin sağlanabilmesi için tam rekabet piyasası varsayımı altında firmaların normal kâr elde ettiği, mekânın homojenliği, alıcıların mekâna eşit bir şekilde dağıldığı ve alıcıların kendilerine yakın üreticileri tercih edeceği varsayımlarına dayandırmıştır (Dinler, 2012: 19).

Kuruluş ve yerleşim yerleri hiyerarşik etkileşim içinde ele alınmış olsa da merkezi yerler teorisi, statik bir teori olarak bölgesel gelişmeyi açıklamada yetersiz kalmıştır. Bu çerçevede, Christaller ve Lösch'ün analizleri, homojen veya ideal mekân gibi gerçek dünya ile bağdaşmayan varsayımlar içermeleri bazı iktisatçılar tarafından eleştirilmiştir. Bunlardan biri olan Walter Isard, bu analizlerin gerçeklerle örtüşmesi için birtakım çalışmalar yapmıştır (Deviren ve Yıldız, 2014: 9).

Kuruluş yeri teorisini genişleterek, bölgesel iktisat alanında çalışma yapan Walter Isard (1956), işgücü ve sermaye faktörlerinin bölünmez ve kısmen taşınabilir olduğunu göz önüne alarak, bu faktörlerin alanda homojen olarak dağılmadığını ve belirli yörelerin işletmelerin kuruluşu için avantajlı olduğu varsayımlarını ileri sürmüştür. Ulaştırma masraflarını da modele dahil eden yazar, optimal kuruluş yerini, üretim faktörlerinin fiyatları ve taşıma girdilerini de hesaba katarak saptamıştır (Dinler, 2012: 37-38). Böylece Isard 1950'li yılların ikinci yarısından sonra daha önce ortaya konulmuş olan kuruluş yeri teorilerini daha gerçekçi varsayımlara dayandırmayı başarmış ve mekânın bir ülkenin gelişmişlik farklarının giderilmesi açısından göz ardı edilemeyeceğinin altını çizerek bölgesel iktisadın bugünkü manada temelini atmıştır.

1.2.4.2. Yeni Ekonomik Coğrafya

Ekonomik coğrafya mekân ile ekonomi arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Mekân ve ekonomi arasındaki ilişki, bölgelerarası gelişmişlik farklarının ve iktisadi

faaliyetlerin belli başlı bölgelerde yığıldığının geleneksel yer seçim teorisyenleri olan, V. Thünen (1826), A. Weber (1909), W. Christaller (1933), A. Lösch (1954), W. Isard (1956) tarafından fark edilmesi ile incelenmeye başlanmıştır. Ancak ekonomik yığılma kavramını günümüzdeki anlamına en yakın kullanan A. Marshall'dır. Ekonomik yığılma kavramını A. Marshall *İktisadın İlkeleri (1890)* eserinde, belirli bir sektörde faaliyet gösteren işletmelerin nispeten küçük bir coğrafi alanda yığılmaları olarak tanımlamıştır. Yığılma kavramı günümüzde kümelenme olarak kullanılmaktadır (Yiğit, 2012: 107).

Marshall'ın endüstriyel bölgeler olarak isimlendirdiği coğrafi mekânlardaki yığınlaşmalarda dışsal ekonomiler öne çıkmaktadır. Aynı bölgede bulunan ve işbirliği içerisinde olan firmaların uzmanlaşmış işgücünün, destekleyici kurumların ve bilginin firmalar arasında rahatça paylaşılabilirdiği bir ortamın meydana getirdiği dışsallıklar firmaları birbirlerine yakın olacak yerleri seçmeye itmektedir. Buna bağlı olarak, bu avantajı gören diğer firmaların pazara girmesi ve bu dışsallıklardan yararlanması mekânı güçlendirmekte (Mızrak ve Aydemir, 2016: 91) ve böylece kümelenme oluşmaktadır.

Günümüzde bölgesel dengesizliklerin varlığının devam etmesi, bu dengesizliklerin giderilmesine yönelik yeni yaklaşımlar ve politikalar üretilmesine neden olmaktadır. Bu doğrultuda 1990'lı yılların başında ekonomik coğrafya kavramı tekrar gündeme gelmiş ve 1991'de Paul Krugman tarafından yazılan *Coğrafya ve Ticaret* adlı eserde *yeni ekonomik coğrafya* yaklaşımı ele alınmıştır. Yeni ekonomik coğrafya, firmalar için daha ilgi çekici olan mekânların özelliklerini belirlemeye çalışan bir yaklaşım içermektedir. Bu anlamda eserin temel konusu coğrafi alanda ekonomik yığılmaların türlerinin nasıl meydana geldiğini açıklamaya çalışmaktır (Topcuoğlu ve Çalışkan, 2016: 106). Buradan hareketle Paul Krugman'nın yeni ekonomik coğrafya yaklaşımının temelini geleneksel yer seçim teorileri ve Marshall'ın kümelenme yaklaşımı üzerinde şekillendiği ifade edilebilir.

Yeni ekonomik coğrafyanın temel amacı coğrafi mekânda meydana gelen çok çeşitli ölçeklerdeki ekonomik yığılmaların ve kümelenmelerin oluşumunu monopolcü rekabet, dışsal ekonomiler ve artan getiriler gibi mikro ekonomik kavramlar

çerçevesinde matematiksel modellerle birlikte açıklamaktadır. Ekonomik aktivitelerin bir mekânda kümelenmesi farklı coğrafi faaliyetlerde ve farklı seviyelerde meydana gelmektedir (Tülüce, 2016: 63). Bu yaklaşımın en önemli özelliğini ise ulaşım maliyetleri oluşturmaktadır. Ulaşım maliyetleri olmadan coğrafyanın ekonomi üzerindeki etkileri açıklanamamaktadır. Ulaşım maliyetlerinin düşük olması hem tedarikçilere hem de pazarlara daha kolay erişim imkânı sunduğu için faktörlerin hareketliliği aracılığıyla bölgenin cazibe merkezi haline gelmesine ve burada kümelenmelerin oluşmasına neden olmaktadır (Çalışkan ve Kaya, 2015: 44-45).

Yeni ekonomik coğrafya bir merkez-çevre modelidir ve temel varsayımları; imalat (merkez) ve tarım (çevre) olmak üzere iki sektör, iki işgücü (imalat sanayi işçisi-çiftçi) ve iki bölge (kır-kent) olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Tarım sektöründe ürünler birbirinin aynısı (homojen) ve sadece çiftçinin emek girdisi vardır. İmalat sektöründe farklı ürünler üretilir (heterojen) ve yalnızca imalat sektörünün işçisinin girdisi mevcuttur. Üretim ve tüketimde dışsallıklar vardır. Üretim faktörleri ve tüketiciler mekânlar arasında hareketlidir. Ekonomik faaliyetler ölçek ekonomisi kapsamında kentin en ideal noktasında kümelenirler ve bu sayede tek merkezli (monosentrik) bir kimlik kazanırlar (Şenol ve Kemeç, 2018: 117). Ekonomik aktivitelerin tek bir merkezde kümelenmesinde ise birbirine zıt iki kuvvet olan, merkezci ve merkezkaç kuvvetlerinin etkisi vardır. Yeni ekonomik coğrafyanın amaçlarından biri de ekonomik aktivitelerin bir mekânda yığılmasını sağlayan merkezci kuvvetler ile bu aktivitelerin mekânsal dağılımına neden olan merkezkaç kuvvetlerin rekabetini açıklamaktır (Kekeva, 2021: 51).

Krugman üç merkezci ve üç merkezkaç kuvveti tanımlamıştır. Merkezci kuvvetler; pazar ölçeği getirisi (ileriye ve geriye doğru bağlantılar), yoğun emek piyasası ve saf dışsal ekonomiler iken, merkezkaç kuvvetler; hareketsiz üretim faktörleri, toprak rantları ve saf negatif dışsal ekonomilerdir. Merkezci kuvvetler, Marshall'ın dışsallıkları ile tanımlanır. Geniş yerel piyasalar hem ileri hem de geriye doğru bağlantılar içerir ve bir endüstrinin bu bağlantılardan avantaj elde etmesine tekabül eder. Geri bağlantı, ölçek ekonomilerine bağlı olarak mal üretiminde daha geniş piyasalara kolay ulaşmayı sağlayan mekânların tercih edilmesiyken, ileri bağlantı geniş bir piyasanın yerel üreticileri açısından maliyetleri azaltarak ara

malların yerel üretimini arttırmasıdır. Endüstrinin bir alanda yoğunlaşması itibariyle yerel işgücü piyasası genişler, tüm firmaların yararlanabileceği nitelikli işgücü kolayca bulunur. Yoğunlaşma sonucu ortaya çıkan saf dışsal ekonomiler ise bilginin taşarak yayılmasını sağlar. Merkezkaç kuvvetleri ise ekonomik faaliyetlerin belirli bölgede yoğunlaşmasından kaynaklanan üretimde ve piyasalarda tıkanıklık gibi negatif dışsal ekonomilerdir. Ekonomik faaliyetlerin yığılması toprak için talebi artırır. Böylece kiralar yükselir ve daha fazla yığılmanın önünde caydırıcı bir unsur oluşur. Bu yığılmalar çevre kirliliği, aşırı kalabalık dışsal negatif ekonomiler oluşturur (Kum, 2011: 240; Barlın, 2010: 67). Krugman'ın çevre-merkez modeli özetle ifade edilecek olursa, artan ölçek ekonomilerinin var olduğu koşullarda işgücünün serbest dolaşımı ve taşıma maliyetleri arasındaki etkileşimin sonucunda üretimin belirli bölgelerde kümelenmesi şeklinde ifade edilebilir.

Krugman yeni ekonomik coğrafya yaklaşımını; “neden bazı bölgelerde kümelenmeler meydana gelirken diğer bazı bölgelerde böyle bir oluşum yaşanmamaktadır?” sorusundan hareketle geliştirmiştir. Buna göre; ekonomik kümelenme ile ekonomik etkinlik birbiriyle eşdeğerdir, yani yüksek sürdürülebilir büyüme oranları ancak ekonomilerin yüksek düzeyde kümelendiği alanlarda ortaya çıkmaktadır (Tülüce, 2016: 79).

Yer seçim teorileri ve yeni ekonomik coğrafya dışında bölgesel iktisat ile ilişkilendirilen birçok yaklaşım mevcuttur. Ancak bu çalışmada anlatılmak istenenin daha iyi bir zemine oturtulması ve anlatılmak istenen konunun dışına çıkmadan daha iyi bir şekilde anlaşılması için açıklanan bu iktisat teorileri yeterli olacaktır. Görüldüğü üzere bölgesel teoriler genellikle endüstri alanlarının bir bölgedeki varlığı ile o bölgedeki ekonomik gelişmişliği arasındaki ilişki çerçevesinde şekillenmektedir. Günümüze gelindiğinde ise bu teorilerin geliştirilerek işin içine yaratıcılığın dahil edildiği görülmekte ve bir bölgede yaratıcı endüstrilerin varlığı yine o bölge için önemli bir faktör haline gelmektedir. Yaratıcı endüstriler, yaratıcı şehirlerin ortaya çıkmasına yardımcı olmaktadır. Ancak yaratıcı insanı veya R. Florida'nın deyimiyle yaratıcı sınıfı çekmeyi başaramayan bölgeler ne yaratıcı endüstri ne de yaratıcı bir kent oluşturamazlar. Çalışmanın gelecek bölümünde yaratıcı ekonomi dinamikleri olan

yaratıcı endüstri, yaratıcı şehir ve bunlar üzerinde büyük bir öneme sahip olmakla birlikte bu çalışmanın odak noktası olan yaratıcı sınıf açıklanmaya çalışılacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

YARATICI EKONOMİ VE YARATICI SINIF TEORİSİ

2.1. Yaratıcı Ekonomi Kavramı

Yaratıcı ekonomi kavramı, İngiliz yazar John Howkins'in 2001 yılında yaratıcılık ve ekonomi arasındaki ilişki hakkında yazmış olduğu *Creative Economy (Yaratıcı Ekonomi)* adlı kitabında ortaya atılmıştır. Howkins'e göre "ne yaratıcılık ne de ekonomi yeni bir şeydir; fakat yeni olan şey, bunların olağanüstü değer ve zenginlik yaratmak için nasıl bir araya geldiğidir" (Ünverdi, 2016: 226).

Yaratıcı ekonomi potansiyel olarak ekonomik büyüme ve gelişme yaratan yaratıcı varlıklara dayalı gelişen bir kavramdır. Sosyal, kültürel çeşitliliği ve insani gelişmeyi teşvik ederken gelir yaratmayı, iş yaratmayı ve ihracat kazançlarını da teşvik edebilir (UNCTAD, 2010: 10). Yaratıcı ekonomi, yaratıcılığı ve yeniliği teşvik eden, ekonomik gelişmişliğe katkı sağlayan, özünde bireysel yaratıcılık olan çeşitli endüstrilerin bulunduğu, önemi gittikçe artan bir alandır. Yaratıcı ekonomi fiziksel sermayeden ziyade entellektüel sermayeye dayalıdır. Buna ilaveten yaratıcı ekonomi bilgi ve iletişim teknolojileri temelinde geliştirilir (Esen, 2016: 42).

Suciu (2008), yaratıcı ekonominin başarılı olabilmesi için Howkins tarafından ortaya konan bir dizi kuralların var olduğunu ifade etmiştir. Bu kurallar şu şekilde sıralanabilir (Suciu, 2008: 7-8):

- Kendi varlıklarınızın ve yeteneklerinizin farkında olun; sahip olduğunuz en değerli şey onlardır. Kuralları çiğneyin ama öğrenmekten asla vazgeçmeyin.
- Önceliği fikirlere verin, hayal gücünüzü geliştirin. Yaratıcı ekonomideki girişimciler, şirketlerinin para kaybetmesinden daha çok düşünme yeteneklerini kaybetme konusunda endişe duymalıdır.
- Her ülkeyi evi gibi hissedenden göçebe gibi olun. Göçebeler hem çölü hem de vahayı değerlendirir; aynı şekilde yaratıcı insan da hem yalnızlığa hem de kalabalığa ihtiyaç duyar, yalnızlıkta düşünür ve kalabalıkla üretir.
- Yaratıcı ekonomide herkes düşünebilir ve birbirleriyle yaratıcı çözüm alışverişinde bulunabilmelidir.

- Sürekli yenilik yapmayı öğrenin ve yeni bir fikrin genellikle iki eski fikrin ilk kez buluşması sonucu ortaya çıktığını unutmayın.
- Yaratıcılıkla tanınmak ve bu tanınmışlıktan faydalanmak 21. yüzyılın yaratıcı ekonomisinde önemlidir.
- Doğruyu, teknolojiye dayalı olup olmadığına göre değil, insanlık ve hakikat gibi daha önemli ve ebedi meselelere göre yargılayın.
- Kibar ve nezaketli olun, nezaket bir başarı işaretidir. Nezaketli insan daha fazla işbirliği ağına davet edilecek, daha fazla bilgi edinebilecek ve böylece daha fazlasını yaratmak için daha iyi fırsatlar yakalayabilecektir.
- Yaratıcı insan başarıya ve başarısızlığa açık olmalıdır. Çünkü hem başarıdan hem de başarısızlıktan öğrenilmesi gereken pek çok şey vardır.
- Hırslı olun ancak eğlenin ve iyi bir mizah anlayışına sahip olun, kendilerinden ve yaptıkları şeylerden zevk alan insanlar daha mutlu ve performans açısından daha etkin görünüyorlar.

Howkins yaratıcı ekonomiyi her ne kadar yaratıcı endüstriler ile bağdaştırarak ifade etmiş olsa da yaratıcı ekonomide başarı sağlanması için ilgili kurallara bakıldığında bunların hepsinin yaratıcı insanda bulunması gereken nitelikler ile ilgili olduğu görülmektedir. Buradan hareketle yaratıcı endüstrilerin ve dolayısıyla yaratıcı ekonomilerin anahtar faktörünün yaratıcı insan olduğu çıkarımında bulunulabilir.

Yeni ekonomi olarak ifade edilen anlayışın içinde bulunduğu bilgi toplumu, bilgi ve bilgiyi üretip, dönüştüren insan kaynağına ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda yeni ekonominin kaynağı olan bilgiyi, insanın yaratıcılığını kullanarak katma değerli hale getirdiği için yaratıcı ekonomi incelenmesi önemli bir alandır (Cetiz, 2017: 11). Yaratıcı ekonomi, bugün dünyada güçlü bir dönüştürücü güç haline gelmiştir. Bir zamanlar kas gücünü ifade eden güç, sanayi devriminin yaşanması ile fiziksel sermayeye dönüşmüştür. Günümüze gelindiğinde ise yerini bilgi ekonomisine bırakmış ve güç beşeri sermayeye ve bunun yanında yaratıcılık ve yeniliğe dönüşmüştür. Artık dünyanın entellektüel ve yaratıcı kaynaklarının çok daha büyük bir kısmı, yüksek ölçüde soyut çıktıları diğer endüstriler kadar gerçek ve kayda değer olan kültüre dayalı endüstrilere yatırılmaktadır. Hem bireysel hem de toplumsal

düzeyde insan yaratıcılığı ve yenilik bu endüstrilerin temel itici güçleridir ve 21. yüzyılda ulusların gerçek zenginliği haline gelmiştir (UNESCO, 2013: 15).

Yaratıcılık bireysel bir beceridir bu yüzden insana atfedilen bir niteliktir. Yaratıcı sınıf, yaratıcı bireylerden meydana gelmektedir. Yaratıcı sınıfın yaşamayı tercih ettiği şehirlerde geliştirdikleri bir dizi faaliyetlerin sonucu yaratıcı endüstriler; yaratıcı sınıf ile yaratıcı endüstrilerin bir yerde yoğunlaşması ile de yaratıcı şehirler ortaya çıkmaktadır. Tüm bunların neticesinde de ekonomik gelişmişliğin öncüsü olan yaratıcı ekonomiler doğmaktadır. Bu doğrultuda yaratıcı ekonomi konusundaki yaklaşımlar olan; yaratıcı endüstriler, yaratıcı şehirler ve çalışmanın asıl konusu olan yaratıcı sınıfın ifade edilmesi gerekmektedir.

2.2. Yaratıcı Ekonomiye İlişkin Mekânsal Yaklaşımlar

Yaratıcı ekonomiyi mekânsal boyutta inceleyen üç yaklaşım vardır. Bunlar; John Howkins'in ileri sürdüğü *Yaratıcı Endüstriler* yaklaşımı, Charles Landry'e ait *Yaratıcı Şehirler* yaklaşımı ve Richard Florida'ya ait *Yaratıcı Sınıf* yaklaşımıdır. Yaratıcı endüstriler ve yaratıcı şehirler bir mekânda ortaya çıkar ve herhangi bir hareketliliğe sahip değillerdir. Yaratıcı sınıf ise her yerde bulunabilir, mekanların bünyelerinde barındırdıkları belli başlı kriterler doğrultusunda bir yerden başka bir yere doğru hareket edebilir ve beşeri sermayenin bir ölçütü olması nedeniyle o bölgenin gelişmişliğine katkı sağlayabilir. Dolayısıyla yaratıcı sınıf hem bu çalışmanın temel konusu olduğu için hem de yaratıcı ekonominin mekânsal yaklaşımlarından farklı olarak beşeri bir nitelik taşıdığı için, yaratıcı ekonominin beşeri unsuru olarak farklı bir başlık altında incelenecektir.

2.2.1. Yaratıcı Endüstriler

Yaratıcı endüstriler kavramı ilk olarak 1994 yılında Avustralya hükümeti tarafından *yaratıcı millet*in ulusal kalkınma stratejisinde tanıtılmıştır. Daha sonra 1997 yılında İngiltere'de, Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı (DCMS), yaratıcı endüstrilerdeki mevcut faaliyetleri sınıflandırmak için, Yaratıcı Endüstriler Görev Gücü kurarak yaratıcı endüstrilerin gelişmesini teşvik etmeyi amaçlamıştır (Ünverdi, 2016: 231). Bu amaç kapsamında *Yaratıcı Endüstriler Haritalama Belgesi (Creative Industries Mapping Document)* yayınlanmış ilk çalışma olup, 2001 yılın güncel

versiyonu ile tekrar yayınlanmış ve ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde geliştirilen politikalarda yaratıcı endüstrilerin dikkate alınması gerektiği vurgulanmıştır (İzmir Kalkınma Ajansı, 2021: 13).

Yaratıcı endüstriler hem parasal değerlere hem de sanatsal değerlere odaklanmaktadır. Bu yüzden bilim dünyasında kültür endüstrileri ve yaratıcı endüstriler kavramları birbirlerinin yerine kullanılabilir. Bu anlam kargaşasının giderilmesi amacıyla kültür endüstrilerinin ne anlama geldiğine ve yaratıcı endüstrilere nasıl dönüştüğüne değinmekte fayda vardır.

Kültür endüstrileri terimi, İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde Nazi Almanyası'ndan kaçıp Amerika'ya giden Marksist Theodor Adorno ve Max Horkheimer liderliğindeki Frankfurt Okulu'nun üyeleri tarafından kitlesel eğlencenin radikal bir eleştirisi olarak ortaya çıkmıştır (Moore, 2014: 269). Okulun üyeleri kültür endüstrileri kavramını, medyayı kitlelerin ideolojik iknası için mekanik yeniden üretim ve propaganda aracı olarak kullanan, sözde politikayı güzelleştiren faşist söylemlere karşı bir nefret söylemi olarak kullanmaktaydı (Aslan, 2017: 111). Bu doğrultuda kültür ve endüstrinin birbirine zıt olduğu tartışılmıştır. Dahası kültürel endüstri kavramı modern kültürel yaşamın sınırlamalarına karşı polemiklerde kullanılmıştır. Belli bir süre de kitlelerin dikkatini dağıtan popüler gazeteleri, filmleri, dergileri ve müziği aşağılama ifadesi olarak kullanılmaya devam edilmiştir (UNCTAD, 2010: 5).

Günümüzde ise kültürel endüstriler kavramının yerine artık *yaratıcı endüstriler* terimi kullanılmaya başlanmıştır. Bunun sebebi teknolojilerin yeni ve yaratıcı uygulamalarıyla, büyük şirketlerin ürettiği eğlence ya da sanatın gerçek zamanlı tüketilmesine işaret eden *kültür endüstrileri* kavramının demode kalmasıdır. Kitlesel olan üretim ve tüketimin önüne geçen yaratıcı endüstriler, küçük ve yaratıcı işletmelerin yeni iş modellerine ve yenilik pratiklerine işaret etmektedir (Aslan, 2017: 112). Böylece *kültür* yerine *yaratıcı* teriminin seçilip kullanılması yeni ekonominin dinamiklerinden olan bilgi toplumunun ortaya çıkmasıyla gerçekleşmiştir denilebilir (Garnham, 2005: 20).

Yaratıcı endüstriler, çoğunlukla ilk olarak müzik, film, radyo, televizyon, edebiyat ve yayıncılık endüstrilerini ifade eden kültür endüstrilerini de kapsayan geniş bir anlama sahiptir. Yaratıcı endüstriler, ifade edilen bu kültürel endüstrileri, kültürel olmayan malların üretiminde kullanarak içinde yaratıcılık barındıran, tasarım, mimari ve reklamcılık gibi faaliyetlere dönüştürmektedir (Esen, 2016: 46).

DCMS 1990'ların ortasında yaratıcı endüstriler kavramını ortaya atarken amacı, sanat ve kültür hakkındaki tartışmanın koşullarını değiştirmektir. Hükümetler tarafından pek çok sanat faaliyeti belli bir noktaya kadar desteklense de ekonomik yaşam için marjinal ve kamu sübvansiyonuna bağlı oldukları kanısındaydılar. Yaratıcı endüstri fikrinin savunucuları bunun dar bir görüş olduğunu, ticari biçimleri dahil olmak üzere yaratıcılık ve kültürel faaliyetlerden doğan ekonomik değerlerin gerçek katkılarının dikkate alınması gerektiğini savunmaktaydı (DCMS, 2010: 15).

DCMS'nin yaratıcı endüstri tanımı, "kökeni bireysel yaratıcılık, beceri ve yeteneğe dayanan, fikri mülkiyetin oluşturulması ve kullanılması yoluyla zenginlik ve istihdam yaratma potansiyeline sahip olan faaliyetler" olarak ifade edilmektedir (Roodhouse, 2006: 17). Başka bir tanıma göre ise, yaratıcı endüstriler bireysel tercihlerden oluşan karmaşık toplumsal sistemler içinde konumlandırılır ve ekonomik değer bu tercihlerin göreceli uyumundan üretilir. Yani yaratıcı endüstriler müşteri tercihlerinin ön planda olduğu *halk oylaması endüstrileri* olarak da ifade edilebilmektedir (Demir, 2014: 91).

Richard Caves yaratıcı endüstri ile ilgili çeşitli çalışmalar yapmış bu alanda sıkça atıf yapılan ekonomistlerden biridir. Caves'in 2000 yılında yayınlanan *Creative Industries (Yaratıcı Endüstriler)* adlı eserinde yaratıcı endüstrileri daha analitik olarak tanımlamaya çalışmıştır. Caves'e göre "yaratıcı endüstriler genel olarak kültürel, sanatsal veya eğlence değerleriyle ilişkilendirdiğimiz mal ve hizmetlerin üretimini sağlamaktadır. Bu yaratıcı endüstriler arasında, kitap ve dergi yayıncılığı, görsel sanatlar (resim, heykel), sahne sanatları (opera, dans, konserler, tiyatro), ses kayıtları, sinema ve TV filmleri, hatta moda, oyuncaklar ve oyunlar bulunmaktadır" (Flew, 2002: 6).

Yaratıcı endüstriler, bilgiyi yaratıcı yorumlamaları ve uygulamaları, yeni teknolojileri ve iş modellerini benimseye hazır olmaları, işbirlikçi ortaklıklar kurmaya, uluslararası düşünmeye ve müşterileriyle yakın etkileşim kurmak için teknolojik altyapıya sahip olmaları ile karakterize edilirler (Newbigın, 2010: 27).

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü UNESCO ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) işbirliği ile yayınlanan *Yaratıcı Ekonomi Raporu'nda (Creative Economy Report)* (2013), kültürel ve yaratıcı endüstrilerin yapısal özelliklerinin sistematik bir şekilde anlaşılmasını sağlamak amacıyla geliştirilmiş modellere yer verilmiştir. Kültürel endüstriler ve yaratıcı endüstriler kavramlarının bir arada kullanılmasının nedeni bu iki kavram arasındaki ilişkinin muğlaklığından kaynaklanmaktadır. Tablo 2. 1'de gösterilmiş olan modeller Birleşik Krallık Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı (DCMS) Modeli, Sembolik Metinler Modeli, Eş Merkezli Çemberler Modeli, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) Modeli olmak üzere dört model etrafında şekillenmekte olup, UNESCO'nun İstatistik Modeli ve Amerikalıların ürettiği sanat modelleri de bu kapsamda değerlendirilebilir.

Tablo 2. 1. Kültür ve Yaratıcı Endüstriler İçin Farklı Sınıflandırma Sistemleri

1.DCMS Modeli	2. Sembolik Metinler Modeli	3. Eş Merkezli Çemberler Modeli
Reklamcılık Mimarlık Sanat ve antika pazarı El sanatları Tasarım Film ve video Müzik Sahne sanatları Yayıncılık Yazılım Televizyon ve radyo Video ve bilgisayar oyunları	Çekirdek Kültürel Endüstriler Reklamcılık Film İnternet Müzik Yayıncılık Televizyon ve radyo Video ve bilgisayar oyunları Periferik Kültürel Endüstriler Yaratıcı sanatlar Sınırdaki Kültürel Endüstriler Tüketici elektroniği Moda Yazılım Spor	Çekirdek Yaratıcı Sanatlar Edebiyat Müzik Sahne sanatları Görsel sanatlar Diğer Çekirdek Kültürel Endüstriler Film Müzeler ve Kütüphaneler Daha Geniş Kültürel Endüstriler Miras hizmetleri Yayıncılık Ses kaydı Televizyon ve radyo Video ve bilgisayar oyunları İlgili sanayiler Reklamcılık Mimarlık Tasarım Moda
4. WIPO (Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü) Telif Hakkı Modeli	5. İstatistik Modeli İçin UNESCO Enstitüsü	6. Sanat Modelleri İçinde Amerikalılar
Çekirdek Telif Hakkı Endüstrileri Reklamcılık Meslek Birlikleri Film ve video Müzik Sahne sanatları Yayıncılık Televizyon ve radyo Görsel ve grafik sanatı Birbirine Bağlı Telif Hakkı Endüstrileri Boş kayıt malzemesi Tüketici elektroniği Müzik enstrümanları Kâğıt fotokopileri ve Fotografik ekipmanlar Kısmi Telif Hakkı Endüstrileri Mimarlık Giyim, ayakkabı Tasarım Moda Ev eşyaları Oyuncaklar	Çekirdek Kültürel Alanlarda Endüstriler Müzeler, galeriler, kütüphaneler Sahne sanatları Festivaller Görsel sanatlar, el sanatları Tasarım Yayıncılık Televizyon, radyo Film ve video Fotoğraf İnteraktif medya Genişletilmiş Kültürel Alanlarda Endüstriler Müzik enstrümanları Ses ekipmanları Mimarlık Reklamcılık Baskı ekipmanları Yazılım Görsel-işitsel donanım	Reklamcılık Mimarlık Sanat okulları ve hizmetler Tasarım Film, müzeler, hayvanat bahçeleri Müzik Sahne sanatları Yayıncılık Televizyon ve radyo Görsel sanatlar

Kaynak: UNESCO ve UNDP, 2013: 22.

Bu modellerin dışında UNCTAD, yaratıcı endüstrileri sınıflandırmıştır. Tablo 2.2’de UNCTAD sınıflandırması verilmiştir. Bu sınıflandırmada yaratıcı endüstriler, çeşitli sektörlerin etkileşimi ile ilgilenen geniş bir kapsama sahiptir. Bu yaratıcı sektörlerin kapsamı, el sanatları, kültürel şenlikler gibi geleneksel bilgi ve kültürel mirasa dayanan faaliyetlerden görsel-ışitsel, yeni medya gibi daha teknolojik ve hizmet odaklı alt gruplara kadar uzanmaktadır. UNCTAD’ın bu sınıflandırmasının mantığı, çoğu ülke ve kurumun çeşitli endüstrileri yaratıcı endüstriler başlığı altında toplaması ancak çok azının bu endüstrileri alan, grup ve alt sektörler halinde sınıflandırmaya çalışmasına dayanmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre yaratıcı endüstriler, farklı özellikleri dikkate alınarak dört gruptan oluşmaktadır. Bunlar: Miras, Sanat, Medya ve İşlevsel Yatırımlardır (UNCTAD ve UNDP, 2008:13).

Tablo 2. 2. UNCTAD'ın Yaratıcı Endüstriler Sınıflandırması

YARATICI ENDÜSTRİLER			
Miras	Sanatlar	Medya	İşlevsel Yatırım
Geleneksel Kültürel Anlatım Sanat yeteneği Festivaller Kutlamalar	Görsel Sanatlar Resim Heykel Antika Fotoğraf vs.	Yayıncılık ve Basım Medyası Kitaplar Gazeteler Basın vd. yayınlar	Tasarım İç Grafik Moda Mücevher Oyuncaklar
Kültürel Alanlar Tarihi eserler Müzeler Kütüphaneler Arşivler vs.	Sahne Sanatları Canlı Müzik Tiyatro Dans Opera Kukla sirk vs.	Görsel-İşitsel Film Televizyon ve radyo yayını Yeni medya Sayısallaştırılmış içerik Yazılım Video oyunları Animasyonlar vs.	Yaratıcı Servisler Mimarlık Reklamcılık Yaratıcı AR&GE Kültürel servisler Dijital servisler vs.

Kaynak: UNCTAD, 2010: 8.

UNCTAD’ın yaklaşımında, yaratıcılık ve bilgi, sanatsal kreasyonlarda olduğu gibi, bilimsel yatırımlara da yerleştirilmiştir. Hükümetler yaratıcı ekonomiyi beslemek için teknolojiyi edinmek ve geliştirmek amacıyla olmalıdır. Buna ilaveten hükümetler bilgi ve iletişim teknolojileri ve bunların ekonomik gelişmişlik üzerindeki etkilerini dikkate almalı ve yenilikçi politikalar üretilmesini teşvik etmelidir (UNCTAD, 2010: 9).

Yaratıcı endüstrilerin, yaratıcı ekonominin özünü oluşturduğunu belirten Howkins yaratıcı endüstrileri on beş sektöre ayırarak sınıflandırmıştır. Tablo 2.3’de Howkins’in söz konusu on beş yaratıcı endüstri sektörünün alanı ve bunların tanımlamaları aktarılmıştır.

Tablo 2. 3. Howkins'in Yaratıcı Endüstriler Sınıflandırması

Sektör/Alan	Tanımlamalar
Reklamcılık	Reklam, telif hakkı meselesinden ziyade, ticari marka işine doğru ilerlemektedir. Ekonomik büyüme oranları ekonomik çıktıya göre değişmektedir. Sanat ve diğer yaratıcı endüstrilere yapılan harcamalardaki değişiklikler genellikle daha geniş eğilimleri takip ederken, reklam harcamalarındaki değişiklik bunlardan önce gelmektedir.
Mimarlık	Mimarlık, bir patent veya ticari marka işinin aksine bir telif hakkı işidir. Kısmen kelimelere dayanmaması ve kısmen de herhangi bir millete veya kültüre bağlı olan kendi küresel ikonografisine ulaşmış olması nedeniyle on beş endüstri içinde en gerçek uluslararası olma özelliğiyle ayrılmaktadır. Bir ülkenin inşaat piyasasının büyüklüğü ulusal ekonomisini yansıtır. Ancak gelişen özel sektöre, özel sermayeye ve kurumsal veya toplumsal duyarlılığa sahip olan ülkelerde mimarlık uygulamaları orantısız bir şekilde gelişecektir.
Sanat	Sanat piyasası, yalnızca benzersiz veya nadir bulunan orijinal eserlerle ilgilendiği için sıra dışıdır. Çoğu endüstri çoğalmaya ve olabildiğince çok yeni kopya satmaya çalışırken, sanat satıcısının amacı ender olanı vurgulamaktır.
Zanaat	El sanatları iki farklı piyasaya ayrılır; sanat galerilerinde sergilenip müzayedede satıldıkları sanat piyasasında ve çok daha büyük turizm ve eğlence piyasalarında. Sanat piyasasında sanatçılar, diğer medyalarla aynı şekilde ve aynı hayal gücüyle çalışırlar. Turizm ve eğlence piyasalarında, insanlar, yazarlığa veya biçimsel estetiğe pek aldırış etmeden el sanatları yapıp satın alırlar ve bunlara kalite kadar fiyat ve fayda ile değer verirler.
Tasarım	Endüstriyel tasarım kavramı, kullanıcıların ve üreticilerin karşılıklı yararına ürün ve sistemlerin işlevini, değerini ve görünümünü optimize eden bir anlayışla, teknik özellikler oluşturulması ve geliştirilmesi olarak ifade edilmektedir. 2000 yılından bu yana, İngiltere’de sanayi gelirleri azalırken endüstriyel tasarım piyasası gelirleri artmıştır.
Moda	Moda, küçük ama son derece rekabetçi bir iştir. dalgalı bir sanat, zanaat, tasarım, imalat, perakendecilik ve tanıtım karışımıdır. En görünür ipucu, küresel tekstil ve giyim endüstrisinin büyüklüğü ile orantısız bir etkiye sahiptir. Moda, telif hakkı kullanmaya gerek kalmadan mükemmel ve sonsuz bir şekilde yaratıcı olan bir endüstri örneği olarak sıklıkla vurgulanmaktadır.
Film	Film endüstrisi, telif hakkı ile korunan nitelikli bir çalışma alanıdır. Birçok yasa yazarı, yapımcıyı, yönetmeni vd. korurken, ayrıca kostümlere, tasarıma vb. de koruma sağlar. Bir filmin hakları, herhangi bir bölgedeki, herhangi bir mecradaki (sinema, yayın vb.) ve herhangi bir dildeki dağıtımcılara satılabilir veya lisanslanabilir.
Müzik	Müzik, yaratıcı ürünlerin en soyut olanıdır. Aynı zamanda yayıncılık ile birlikte en bilinen alanlardan biridir. Bu endüstrinin dört ana sektörü vardır: bileşim; verim; yayınlama veya lisanslama; ve ses kayıtlarıdır.

Performans Sanatları	Performans sanatları, her türden sahne içi ve mekâna özgü performansları içerir. Bunlar, dünyanın en büyük ve en iyi bilinen simgesel yapılarından bazılarının ve birçok küçük yerel mekânın yönetimini içerir. Faaliyetleri arasında yazma, üretme, oyuncu seçimi, yönetmenlik ve icra etme becerileri, tasarım, aydınlatma, ses, pazarlama, ve yönetim vardır.
Yayıncılık	Yayıncılık endüstrisi, basit ve evrensel bir doğrudan kopyalama sürecine dayanmaktadır. Ancak zamanla, belirli tasarım ihtiyaçlarını ve yerel kültürel alışkanlıkları karşılamak için çok sayıda farklı biçime ve iş sürecine dönüşmüştür.
AR&GE	AR&GE faaliyetleri, şirketler, üniversiteler ve araştırma kuruluşları tarafından yürütülen bilimsel çalışmalardır. AR&GE patent işidir. Her AR&GE faaliyeti patente yol açmaz, ancak neredeyse tüm patentler AR&GE'den gelir ve başarılı bir başvuru oluşturmak için AR&GE ögesine ihtiyaç duyar. Bu sektör, AR&GE harcamaları ve patent sayıları ile ölçülebilir.
Yazılım	Bilgisayar programlarının tasarımı ve yazılımı açıkça yaratıcıdır. Endüstriyel bir süreç için yazılım yapımı ve satışı AR&GE kapsamına girerken, bilgisayar destekli tasarım (CAD), tasarım kapsamına dahil edilebilir. Pek çok programcı, kodlarını ücretsiz olarak kullanıma sunmayı tercih etse bile, kesinlikle fikri mülkiyet hakkına sahiptirler. Bilgisayar programları dünya çapında bir edebi eser olarak kabul edilmektedir.
Oyuncaklar ve Oyunlar (bilgisayar oyunları dışında)	Oyuncak ve oyun tasarımı, üretimi ve satışı bilgisayar oyunlarının gelişmesinden etkilenmektedir. Bir oyuncak veya oyun, fikri mülkiyetin çeşitli özelliklerine sahip bir nesnedir. Adı bir marka olabilir ancak tasarım ve sanatsal unsurları telif hakları ile güvence altına alınabilir.
Televizyon ve Radyo	Televizyonun gelecekteki gelişimi, kanal veriminin artmasına, geleneksel ve internet yayıncılarını birleştirme olasılığına ve tüm medyaları birleştirebilecek yeni ürünler yaratmaya bağlıdır. Bu güncellemelerin maliyetleri yüksektir, ancak bir yandan da hızlı yatırım getirisi sağlarlar.
Bilgisayar Oyunları	Bu endüstri üç sektörden oluşur: yazılımı ile cihaz tabanlı oyun, evrensel CD veya DVD oyunları ve internet oyunları. Gelişen oyun cihazları, artan hız ve internete erişim ile kişisel bilgisayar oyun sektörünü geri planda bırakmıştır.

Kaynak: Levickaité, 2011: 83-85; Esen, 2016: 53-54.

Howkins'e göre, dünya dijital teknolojiler tarafından bölünmüş durumda ve bu yüzden bir taraf gelişmiş bir ekonomiye sahipken diğer bir taraf daha az gelişmiş bir ekonomiye sahip olabilmektedir. Bu bölünme sadece dijital teknolojiler sonucunda değil aynı zamanda yaratıcılık aracılığıyla da ortaya çıkmaktadır. Yaratıcı ekonominin çekirdeği olan yaratıcı endüstriler, insanların yaratıcı olmalarına değil, pazarlanabilir ürünler aracılığıyla yaratıcılığı ifade etme yeteneklerine odaklanmaktadır (Levickaité, 2011: 83).

Entellektüel sermayenin yarattığı değer, ulusal servetin ekonomik bir bileşeni olarak giderek daha önemli bir hal almaktadır. Yaratıcılık ve yaratıcı fikri mülkiyet,

ekonomilerin önemli parçaları haline gelmektedir. Bu doğrultuda yaratıcı endüstriler geleceğin işlerinin ve servetlerinin üretileceği yerler olacaktır (Flew, 2002: 3).

2.2.2. Yaratıcı Şehirler

Kentin ortaya çıkışı üzerinde çeşitli belirsizliklerin var olmasına karşın, köklü bir geçişe sahip olduğu tartışılmaz bir gerçektir ve bu yüzden kent kavramı geçmişten günümüze birçok araştırmaya konu olmuştur. Dolayısıyla kullanıldığı disiplin içerisinde farklı tanımlamalara sahip, geniş bir kavramdır. Kente ilişkin tanımlamalara bakıldığında genellikle *yönetmel sınırlar ölçütü*, *nüfus ölçütü*, *toplumbilimsel* ve *ekonomik ölçüt* olarak ele alındığı görülmektedir. *Yönetmel sınırlar ölçütü* açısından kent, “belirli bir idari birimin sınırları içindeki, bu sınırlar dahilinde görev yapan belirli bir idari yapıya sahip olan birimler”, *nüfus ölçütü* açısından kent, “belirli bir nüfus yoğunluğunu aşmış yerleşim yerleri”, *toplumbilimsel ölçüt* açısından kent, “toplumsal açıdan bir örnek olmayan *heterojen* insanların görece olarak geniş bir alanda yoğun bir biçimde ve sürekli olarak birlikte bir yerde yerleşmiş bulunması” şeklinde tanımlanırken, *ekonomik ölçüt* açısından kent ise, “tarım dışı üretimin yapıldığı, tüm üretim sürecinin kontrol edildiği, ürün dağıtımının koordine edildiği ve teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı yerleşim mekânları” şeklinde tanımlanmaktadır (Güven, 2016: 23; Hayta, 2016: 2566; Uğurlu, 2010: 28-29). Bu tanımlardan hareketle kent kavramına birçok farklı özellik açısından incelenmesi gerektiği ifade edilmekte olup, bu özellikler; nüfusun büyüklüğü, nüfusun yapısı, heterojenlik, idari statü, işbölümü ve uzmanlaşma, örgütlenme biçimi, işlev alanlarındaki farklılaşma, işgücünün sektörel dağılımı, üretim yapısı ve fiziksel doku vb. şeklinde sıralanabilir (Beyazlı, 2005: 44).

İlk kentlerin ortaya çıkışının en temel nedenlerinden biri insanların sosyal varlıklar olması ve birbirlerine ihtiyaç duymaları ile gerçekleşmiştir. Bu ihtiyaç doğrultusunda, ilk küçük yerleşim birimleri ardından köyler ve en sonunda kentler ortaya çıkmıştır (Köse, 2021: 14). Genellikle kentlerin ilk kez M.Ö. 3000’li yıllarda Mezopotamya, Mısır ve İndus vadilerinde ortaya çıktığı tahmin edilmektedir. Bu vadilerde ilk kentlerin ortaya çıkmasının nedeni akarsulara yakın ve verimli arazilere sahip olmalarıyla açıklanmaktadır. Dolayısıyla kentlerin ortaya çıkmasının temel nedenlerinden bir diğeri tarımsal faaliyetlere duyulan ihtiyaç olmuştur (Güven, 2016: 24). Bu doğrultuda Florida (2011), önceleri birer tarım ve zanaat merkezi olan

kentlerin; tarım ürünleri fazlasının çiftçiler tarafından alınıp satıldığı yerler olarak ortaya çıktığını ifade etmiştir. Ancak zamanla kentler yerel tarım ürünlerinin alınıp satıldığı yerlerden ziyade, ithal edilmiş çok çeşitli malların alınıp satıldığı yerler haline gelmiştir. 19. yüzyıla gelindiğinde ise pazar-temelli sistem anlayışından çıkıp sanayi odaklı merkezlere dönüştüklerini ileri sürmüştür (Florida, 2011: 244).

Sanayi Devrimi'nin yaşanması ile birlikte kent kavramında büyük bir dönüşüm yaşanmıştır. Kentler sanayileşme ile birlikte hızla büyümüş ve çağdaş anlamda kentleşme nüfus hareketleri ile birlikte ortaya çıkmıştır. Sanayileşme ile birlikte ortaya çıkan üretim gücü neticesinde işgücüne duyulan talep artmış ve böylece kentlerde ortaya çıkan yeni iş kolları kırsal kesimler için cazip hale gelmiştir. Bunun sonucunda da kentlerde nüfus hızla büyümüştür (Çan, 2013: 4).

1980'li yıllara gelindiğinde ise sanayileşmenin yarattığı kitlesel üretimin merkezi olan kentler, küreselleşme olgusu ile birlikte ortaya çıkan bilgi ve iletişim teknolojileri merkezlerine dönüşmüştür. Bu geçişte ortaya çıkan öğrenme, yaratıcılık ve yenilik açısından yaşanan güçlü dönüşüm (Scott, 2014: 569), 20. yüzyılın sonlarında, ekonomiyi biçimlendiren gelişmelerin internet teknolojisi, bilgi, donanım ve yaratıcılıkla bağdaştırılırken, kentleşmede şehirlerin kendi ruhu, özgün vizyonu ve kapasitesine uygun olarak şekillenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. 21. yüzyılın başlarında ise kültür ve yaratıcılık kentin gelişiminde yeni anlayışlara ihtiyaç duyulmasına sebep olmuş, yenilik ve kültürel mirasın önemini kavrama başarılı şehirlerin temel tartışma konusu olmuştur (Ünverdi, 2016: 237). Bu doğrultuda yaratıcılık, kentsel yenilik için önemli bir değer olarak görülmektedir. Günümüzde yeni ekonomik faaliyetlerin gelişmesiyle fikri mülkiyetin artan ekonomik değeri ile birlikte yaratıcılık kavramı kent ekonomilerinde görülmeye başlanmıştır (Akın, 2019: 17).

Charles Landry, şehirlerin yaratıcılığını 2000 yılında yazmış olduğu *The Creative City (Yaratıcı Şehir)* adlı eserinde ilk kez ortaya koymuştur. Charles Landry'nin yaratıcı şehir kavramı, durağan bir kavram değildir, içinde hareketlilik barındıran durumlarla ilgilidir. Yaratıcı şehir, teşkilatlı yapılara, alışılmış şeyleri farklı yollardan yapmaya ve yapılandırmaları güçlendirmeye yönelik bir meydan okumadır.

Ayrıca topluluklara bir potansiyel sağlamak ve sunmakla da ilgilenmektedir. Yaratıcı şehrin yaratıcılığı, aynı anda hem parçaları hem de bütünü görme kapasitesiyle ilgilidir (Landry, 2008: 51). UNCTAD'ın tanımlamasına göre ise, yaratıcı şehir kavramı, çeşitli türdeki etkileşimlerin şehrin ekonomik ve sosyal işleyişinin ayrılmaz bir parçası olduğu karmaşık kentsel bir alanı ifade eder. Bu tür şehirler, güçlü bir sosyal ve kültürel altyapının üzerine kurulma, çoğunlukla yaratıcı istihdam yoğunluğuna sahip olma ve köklü kültürel tesisler nedeniyle içe dönük yatırımlar için cazip olma eğilimindedirler (UNCTAD, 2010: 12).

Hızla dönüşen ve gelişen kentler, düşünen ve yenilikçi yerler olarak ifade edilmiştir. Bu doğrultuda yenilikçi ve düşünen kent, sürekli öğrenen ve bilgiyi kullanabilen yaratıcı şehir veya bölgeler olarak karşımıza çıkmaktadır (Topal, 2004: 287). Bu şehirler bunu yaparken; çeşitli insanları bir araya getirir, farklı türde yeniliklerin ve çalışmaların yaratılması için verimli bir zemin oluşturur. Böylece bu çeşitliliğin yarattığı derinlik girişimciler için çekici bir unsur haline gelmektedir. Bunun sonucunda da önemli yenilikler yaratılabilmektedir (Rauhut ve Hatti, 2017: 5). Ancak bu şehirler cazip yerler haline gelebilmek adına birtakım özellikleri bünyelerinde barındırmak durumundadırlar. Yani şehrin gerçekten yaratıcı olması ve bu yaratıcılığı örgütsel dokusuna yerleştirmesinin ön koşulları vardır. Bunlar, uyarıcı bir ortam, güvenlik, endişeden kurtulma gibi çeşitli kişisel ve kollektif faktörlerle başlarlar, eğitim kurumlarının varlığı, değer sistemleri gibi daha soyut unsurlarla devam ederler (Landry, 2008: 105). Bu doğrultuda Akın'ın (2019) Landry'den alıntı yapmış olduğu çalışmada bir şehrin yaratıcı şehir olarak tanımlanabilmesi için yedi önemli faktör içermesi gerektiği ifade edilmiştir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

1. Kültürel ve yaratıcı değerlerin birikimi ve ekonomik büyümenin pozitif işaretlerini barındırmalıdır.
2. Sürekli bir şekilde göç alan ve sayısı artan nüfusa sahip olmalıdırlar.
3. Geçmiş deneyimlere ve yaratıcı bilgiye sahip insan potansiyelini çekebilmelidir.
4. Endüstriyel olarak çeşitlendirilmiş ticaret yapısı ve diğer şehirler ile güçlü bir iletişim ağı olmalıdır.

5. Ulaşılabilirlik, hoşgörölü ve yeni fikirlerin akışına açık bir toplum yapısına sahip olmalıdır.
6. Niteliksel ve niceliksel bağlamda hem özel hem de kamusal mal ve hizmetlere yönelik aşırı talep oluşmasına zemin hazırlamalıdır.
7. Felsefi, sanatsal ve bilimsel kentsel algıların yaratılması ve geliştirilmesi için örgütsel bir yapıya sahip olmalıdır (Akın, 2019: 18-19).

Şehirler bu koşulların bazılarını bünyelerinde bulundurarak yaratıcı olabilirler fakat koşulların tamamını bünyelerinde barındıran şehirler kusursuz işleyecektir (Landry, 2008: 106).

Yaratıcı şehirler, özellikle finans, medya, eğlence ve ileri teknoloji gibi en yenilikçi ve yüksek katma değerli endüstriler üzerine kurulmuş kendilerine has ekonomik sistemlere sahiptirler. Bu şehirlerde, bilgi ışık hızıyla yol alır, yenilik hızlı bir tempoyla yapılır, iş çok daha hızlı kurulur ve büyür, en nihayetinde bu hız şehirlerin büyüklükleri ile birlikte üretkenlikteki avantajlarına destek oluşturur (Florida, 2017: 43).

Yaratıcı şehirler bilgi tabanlı olmaları neticesinde şehirlerde yaşayan bilgi işçilerinin, şehrin gelişmesinde önemli bir role sahiptir. Bu doğrultuda şehirlerde değer yaratılması için bilgi işçileri ve yetenekli insanlar desteklenmeli ve daha iyi bir kent rejimi oluşturulmalıdır (Memişoğlu ve Kalağan, 2017: 526). Bunun için de yaratıcı şehirler kültürel miras varlıklarının sunumu, gösteri ve görsel sanatlardaki kültürel etkinlikleri gibi bazı fonksiyonları ile yetenekli insanlara, bölge bilgi işçilerine ve dışarıdan gelecek olan ziyaretçilere kültürel deneyimler sağlamalıdır (UNCTAD, 2010: 12).

2.3. Yaratıcı Ekonominin Beşeri Unsuru: Yaratıcı Sınıf

2.3.1. Yaratıcı Sınıf Teorisi

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin artan etkisi ve ekonomik küreselleşme tarafından yönlendirilen endüstriyel ekonomiden bilgi tabanlı ekonomiye geçiş çalışma, yaşama ve öğrenme yöntemlerinde köklü bir değişim yaşanmasına yol

açmıştır. Bilgi, örgütsel ağlar ve beşeri sermaye gibi somut olmayan kaynaklar, üretkenlik ve rekabet gücünün birincil kaynakları haline gelmiştir. Bilgi ekonomilerinde insana atfedilen yetenek önemli bir unsur haline dönüşmüştür (Seltzer ve Bentley, 1999: 1).

Geçmişten günümüze insan ve insan davranışları, sosyoloji, psikoloji, ekonomi ve felsefe gibi birçok bilim dalı açısından ele alınmış ve insanlara çeşitli roller yüklenilmiştir. Ekonomi açısından insan, bir sermaye olarak görülmüştür. 18. ve 19. yüzyıllar arasında yaşanan Sanayi Devrimi ile ortaya çıkan kitlesel üretim, insana fiziksel açıdan duyulan ihtiyacı arttırmış ve insan *fiziksel sermaye* olarak nitelendirilmiştir. Fiziksel sermaye eğitimsel kazanımlardan ziyade niceliksel bir anlam taşımaktadır.

20. yüzyılın ortalarından itibaren endüstrileşmeden post-endüstrileşmeye doğru yaşanan dönüşüm ile birlikte, endüstrileşmede yarı vasıflı işçilerin önemi endüstrileşme sonrası kendini bilim insanları, teknisyenler, öğretmenler, mühendisler ve tıp personeli gibi bilgi işçilerine bırakmıştır. Dolayısıyla post-endüstrileşme sonucunda bilgi işçileri denilen yeni bir sınıf oluşmuş ve bu sınıfın içinde bulunduğu bilgi ekonomisi ortaya çıkmıştır. Bilgi ekonomileri ile birlikte, daha önceki bölümlerde de ifade edildiği gibi, insanı ekonomiler için sermaye yapan kol gücü artık yerini beyin gücüne bırakmıştır. Böylece insan çok daha nitelikli bir sıfat kazanmıştır (Bozkurt, 2011: 17-18).

Bilgi işçisi, *beşeri sermaye* olarak da ifade edilmektedir. Beşeri sermaye kavramının ekonomi literatüründe yer bulması modern iktisadın kurucusu olarak kabul edilen Adam Smith'e (1776) kadar dayandırılmaktadır. Smith eğitimin önemine değinmiş, bir toplumu oluşturan üyelerin yeteneklerini sermaye kavramına dahil etmiş ve nitelikli insanların iktisadi faaliyetlerde önemli bir rol üstleneceğini vurgulamıştır. Adam Smith'in bu görüşleri her ne kadar beşeri sermaye kavramına atıf yapmış olsa da, klasik iktisadın hüküm sürdüğü o dönemde diğer bazı iktisatçıların insanın bir sermaye olarak görülmesinin, onun saygınlığını zedeleyeceği ve özgürlüğüne zarar vereceği düşüncesine sahip olmaları beşeri sermaye ile ilgili çalışmaların gecikmesine yol açmıştır (Yumuşak, 2010: 7-8). Ta ki 1960'lı yıllara kadar. Bu yıllarda T. W.

Shultz'un (1961), F. Denison'un (1962) ve G. S. Becker'in (1964) beşeri sermaye üzerinde yaptıkları çalışmalar neticesinde beşeri sermayenin ekonomiler için önemli bir girdi olduğu anlaşılmış olsa da beşeri sermaye ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki 1980'li yıllarda *İçsel Büyüme Modelleri* ile birlikte sağlam bir zemine oturtulabilmiştir (Manga, Bal, Algan ve Kandır, 2015: 47).

İçsel büyüme teorilerinin dayanağı neoklasik (dışsal) büyüme teorisidir. Neoklasik büyüme teorisi Robert Solow (1956) ve Trevar Swan (1956) tarafından geliştirilmiştir. Bu teori standart neoklasik piyasa koşullarında, çıktı düzeyinin sermaye ve emek girdisi tarafından belirlendiği, azalan verimlerin ve ölçeğe göre sabit getirinin olduğu, nüfus artış hızının ve teknolojinin büyümeyi belirleyen dışsal değişkenler olduğunun ve son olarak beşeri sermayedeki üretkenlik değişimlerinin dikkate alınmadığı varsayımlarına dayanmaktadır (Atamtürk, 2007: 90). Modelde, kişi başına üretimdeki büyüme oranının teknolojideki büyüme hızına eşit olacağı ancak teknolojinin dışsal, yani şahısların davranışları ve aldıkları kararlar sebebiyle etkilenmeyeceği ileri sürülmüştür (Yülek, 1997: 5). Ancak teknolojinin dışsal oluşu ve ayrıca beşeri sermayenin modele dahil edilmemesi bu teorinin, İçsel Büyüme Modelleri tarafından sorgulanmasına yol açmıştır.

İçsel büyüme teorisi, Paul Romer'in (1986) ve Robert Lucas'ın (1988) yapmış oldukları çalışmalara dayanmaktadır. Model, teknolojinin ekonomik büyümenin sağlanmasında dışsal bir faktör olmadığı, aksine içsel bir faktör olduğu varsayımı etrafında şekillenmektedir. Bunun yanı sıra daha önce ekonomik büyüme açısından önemli bir faktör olduğu iddia edilen beşeri sermaye, ilk kez sağlam bir temele oturtulmuştur. Bu kapsamda teknolojik gelişme, bilgi ve beşeri sermaye içsel büyüme teorisinin temel kaynaklarıdır (Taban ve Kar: 2006: 162-163). 1980'li yılların sonunda ortaya atılan bu teori ile birlikte beşeri sermaye ekonomik büyüme ve kalkınmanın temel faktörlerinden biri olmuştur.

Beşeri sermaye, kişisel, sosyal ve ekonomik refahın yaratılmasını kolaylaştıran, insanlarda vücut bulan, bilgi, yetenek, yeterlilik ve nitelik olarak tanımlanmaktadır (Keeley, 2007: 29). Beşeri sermaye en öz ifade ile nitelikli işgücü olarak da ifade edilmektedir. Beşeri sermaye, kendisini ve diğer girdileri hem değiştirebilen hem de

yönetebilen içsel bir yetenek sergilemektedir. Bu özellik ekonominin sürekli dinamizmine yol açmaktadır. Beşeri sermaye bilgi, eğitim, iş yeterliliği ve psikometrik değerlendirmeleri ifade etmektedir (Paspan ve Nojedeh, 2016: 250).

Beşeri sermayenin sağlık, nüfus, beyin göçü gibi birden çok ölçütleri bulunsa da en temel ölçütü eğitimidir. Bunun nedeni, birey tarafından sahip olunan bilgi ve becerilerin en önemli kaynağının eğitim olarak görülmesidir (Mahmudli, 2017: 16). Eğitimsel kazanımlara dayanan beşeri sermaye nüfusun lisans ve üzeri eğitim derecesi ile ölçülür. Ancak beşeri sermayenin eğitim gibi bir kavramla ölçülmesi nitelikli işgünün doğru bir şekilde hesaplanmasına imkan vermemektedir.

İçinde bulunduğumuz yüzyılda yaratıcılık önemli bir faktör olmakla birlikte bu yüzyılın *yaratıcı çağ* olarak ifade edilmesine neden olmuştur. Buradan hareketle Richard Florida, beşeri sermayenin sadece eğitimsel kazanımlarla ölçülmesinin doğru olmadığını, yaratıcı çağın gerekliliklerinden yaratıcılık, tecrübe, yetenek ve zekâ gibi faktörlerin de emeğin verimliliğini etkilemekte olduğunu ileri sürmüştür (Florida, 2011: 64; Çelikkol, Doğrul ve Murat, 2016: 82). Dolayısıyla R. Florida öncülüğünde ekonomi coğrafyanın beşeri bir dinamiği haline gelen *yaratıcı sermaye teorisi* ortaya çıkmıştır.

Richard Florida, 2002 yılında yayımlanmış olan *The Rise of the Creative Class (Yaratıcı Sınıfın Yükselişi)* adlı eserinde yaratıcı sınıf teorisini ortaya koymuştur. Yaratıcı sınıf, yaratıcılık gerektiren birtakım mesleklerden oluşan yeni bir sınıfı ifade etmektedir. Florida'nın yaratıcı sınıf üyeleri, yaratıcılığa, bireyselliğe, farklılığa ve liyakâte değer veren ortak bir yaratıcı ahlakı taşımaktadır. Ayrıca yaratıcı sınıf üyeleri için yaratıcılığın her yönü ve her tezahürü, teknolojik, kültürel ve ekonomik gibi unsurların birbirleriyle bağlantılı ve ayrılmaz olması ile ilgilidir (Florida, 2004: 8).

Yaratıcı sınıf belli başlı değerlere sahiptir. *Bunlar bireysellik, meritokrasi (liyakât), çeşitlilik ve açıklıktır.* Yaratıcı sınıf üyeleri bireysel tercihleri için güçlü bir duruş sergilemektedir. Genellikle örgütsel, kurumsal kalıplara uymak istemezler ve geleneksel grup normlarına karşı direnirler. Kısacası yaratıcı sınıfın üyeleri yaratıcılıklarını yansıtan bireysel kimlikler yaratmaya çalışırlar. Sıkı çalışmayı ve zorluğu seven yaratıcı sınıf için liyakât önemli bir değerdir. Çünkü yaratıcı sınıf

üyeleri yetenek ve çabalarının karşılığını almak isterler. Yaratıcı sınıf çeşitlilik ve açıklıktan yanadır. Çeşitliliğe sahip bir iş yerinin liyakâte değer verdiği çıkarımında bulunulabilir. Yaratıcı sınıfın aradığı şey farklılıklara açık bir sinyaldir (Florida, 2004: 77-79).

Yaratıcı sınıfı ve beşeri sermaye birbirlerinden çok farklı kavramlar olmamakla birlikte aralarında belli başlı farklılıklar vardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

- Yaratıcı sınıf üyelerinin tamamı yüksek eğitilmiş olmak zorunda değillerken, beşeri sermaye üyeleri, yüksek eğitilmiş kişiler olmak zorundadır.
- Yaratıcı sınıf yapılan işe veya mesleklere göre ölçülürken, beşeri sermaye genellikle eğitimsel kazanımlar gibi çok geniş bir ölçüt ile hesaplanmaktadır.
- Yaratıcı sınıf genellikle mobilken, beşeri sermaye çoğunlukla belirli bir yerde ortaya çıkmaktadır (Marlet ve Weorkens, 2004: 4; Florida, 2011: 72).

Florida, Mellander ve Stolarick 'in (2009) yaptıkları bir çalışmada beşeri sermayenin sadece eğitimsel kazanımlarla ölçülmesinin doğru olmadığını ileri sürmüşlerdir. Çünkü eğitimsel kazanım ölçütünün çeşitli nedenlerle eğitimine devam edemeyen veya eğitimine devam etmeyi tercih etmeyen birçok yetenekli ve yaratıcı insanı kapsamadığını düşünmüşlerdir. Bugün dünyanın en zengin insanlarından olan Amerikalı girişimci Bill Gates, üniversite eğitimini tamamlamamış olmasına rağmen bilişim ve yazılım gibi yaratıcılık gerektiren işlerle uğraşmaktadır. Ancak üniversite mezunu olmadığı için beşeri sermaye olarak nitelendirilmemektedir. Kendisi ve onun gibi birçok yaratıcı zekâ, küresel ekonomiyi önemli değer katmakta ve muhakkak beşeri sermaye içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Sonuç olarak eğitim potansiyel yetenek ve beceriyi ölçse bile ekonomi tarafından tüketilen ve faydalanılan gerçek beceriyi ölçemez. Meslekler, beşeri sermaye kabiliyetini daha iyi ölçmektedir (Florida, Mellander ve Stolarick, 2009: 8-9).

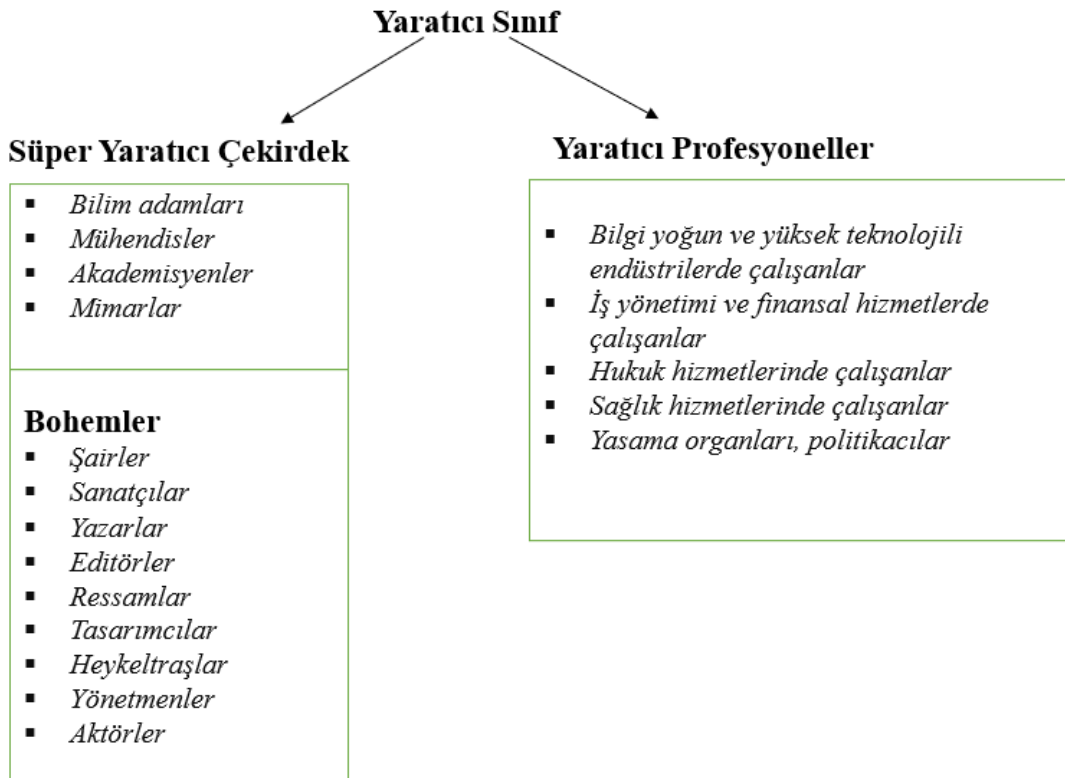
2.3.1.1. Yaratıcı Sınıfın Yapısı

Yaratıcı sınıfın üyelerinin işlevi anlamlı yeni işler yaratmak olup, Florida bu yeni sınıfı temelde iki gruba ayırmaktadır. *Süper yaratıcı çekirdek* ve *yaratıcı profesyonellerden* oluşan yaratıcı sınıf (Mellander ve Florida, 2012: 10), bulduğumuz

bilgi çağının, yaratıcı çağın veya ekonomik coğrafyanın gerekliliklerini yerine getiren, beşeri sermayenin yeni bir formu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yaratıcı sınıf iki bileşenden oluşur. Bunlar; Süper yaratıcı çekirdek ve yaratıcı profesyoneller olup, tablo 2. 1’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Süper yaratıcı çekirdek olarak tanımlanan grupta; bilim insanları, mühendisler, akademisyenler, mimarlar ve bohemler olarak ifade edilen, şairler, sanatçılar, yazarlar, ressam, heykeltıraşlar, tasarımcılar, yönetmenler, editörler ve aktörler yer almaktadır. Yaratıcı profesyoneller ise bilgi yoğun endüstriler, yüksek teknoloji sektörleri, iş yönetimi ve finansal hizmetler, hukuk ve sağlık hizmetlerinde çalışanların ve politikacıların bulunduğu bir gruptur

Şekil 2. 1. Yaratıcı Sınıfın Bileşenleri



Kaynak: Florida, 2004: 68-69.

Yaratıcı sınıfın merkezinde yer alan süper yaratıcı çekirdek üyelerinin ekonomik işlevi yeni fikirler, teknolojiler ve dolayısıyla yenilik içeren bir dizi yaratıcı

içerik üretmektir. Bohem üyeleri de süper yaratıcı çekirdek grubundadır. Bohemler, kültürel ve sanatsal mesleklerdeki bireylerdir ve iki role sahiptirler: yaratıcı sınıfın ve kentsel hoşgörü kültürünün bir parçasıdır. Dolayısıyla yaratıcı sınıftaki diğer iki kategoriyi çekmek konusunda önemlidirler (Boschma ve Fritsch, 2009: 395). Yaratıcı profesyoneller ise, problem çözmek için karmaşık bilgi birikimini kullanarak yaratıcı problem çözme ile meşgul olurlar. Bunu yapmak için de ileri seviyede eğitime sahip olmaları gerekmektedir (Florida, 2004: 69).

Florida'nın yaratıcı sınıf teorisinin dayandığı en temel nokta “neden bazı şehir veya kentler gelişmişken diğer bazıları geride kalmıştır?” sorusudur. Oysa küreselleşme ile birlikte sınırların ortadan kalktığı, dünya ekonomilerinin birbirine entegre olduğu adeta dünyanın küçük bir kasabaya dönüştüğü dolayısıyla ekonomik coğrafyanın ve mekânın öneminin ortadan kalktığı düşünüldüğü bir dönemde kentlerarası veya bölgelerarası gelişmişlik farklarının yaşanmaması gerekirdi. Ancak durum pek de öyle olmadı, bugün birçok ülkede insanlar belli başlı kent merkezlerinde yoğunlaşmaktadır. Bu noktada Florida coğrafyanın ölmediğini, günümüzde insanların belli kimliğe sahip bölgelerde yaşamayı tercih etmekte olduğunu ileri sürmüştür. Bu yoğunlaşmanın yaşandığı yerler ileri teknoloji, bilgi tabanlı ve yaratıcı içerikli endüstrilerin bulunduğu bölgeler olmanın yanı sıra Florida'nın yaratıcı sınıfını çekebilmesi için çeşitliliğe açık, hoşgörülü mekânlar olmalıdırlar (Florida, 2003: 4; Rakelmann, 2009: 19-20).

Florida bir bölgenin veya şehrin gelişmişliği yakalayabilmesi için bünyesinde bulundurması gerektiği belli başlı unsurların olduğu ileri sürmüştür ve bunu 3T kuramına dayandırmıştır. Aynı zamanda 3T kuramı bölgelerarası gelişmişlik farklarını da açıklamaktadır.

2.3.2. Yaratıcı Sınıf ve Bölgesel Gelişme İlişkisi

Bölgesel iktisat gün geçtikçe önemli bir konu haline gelmektedir. Bölgelerarası gelişmişlik farkları azaltılmaya çalışılmakta, nüfus ve ekonomik aktivitelerin ülkenin tamamında eşit bir şekilde dağılımının sağlanması amaçlanmaktadır (Kara, 2013: 97-98). Dolayısıyla ülkeler bu anlamda çeşitli bölgesel iktisat politikaları uygulamaktadır.

Bölge ile ilgili çalışmalar Thünen (1826), Weber (1909), Christaller (1933) ve Lösch (1954) gibi kuruluş yeri teorisyenleri ile başlamaktadır. İkinci Dünya Savaşından sonra artan bölgesel eşitsizlikler, bölge özelinde çalışmaların hızla artmasına yol açmıştır. Bölgesel dengesizliklerin giderilmesi ve bunun neticesinde bölgesel gelişmişliğin sağlanması amacıyla beşeri sermayeye büyük önem atfedilmiştir. Bu bağlamda Florida'nın yaratıcı sınıfı, beşeri sermayenin farklı bir versiyonu olup, konuyla ilgili yapılan çalışmaların birçoğu bölgesel gelişmişlikle bağdaştırılarak ortaya konulmaktadır.

Bölgelerarası gelişmişlik farkı bölgelerin ekonomik açıdan farklı performans sergilemelerinin bir sonucudur. Coğrafi, demografik yapı, uzmanlaşma, verimlilik, fiziki ve beşeri sermaye, altyapı, yenilikçilik ve teknoloji kapasitesi gibi pek çok faktör, bölgelerin ekonomik performansını etkilemektedir (Dulupçu, Sungur ve Keskin, 2010: 241). Özellikle son yıllarda bölgesel ekonomik gelişmişliği açıklamada bu faktörlerden beşeri sermaye teorisi üzerinde durulmakta ve bu teori geliştirilmektedir. Bu bağlamda Florida'nın yaratıcı sınıf teorisi, beşeri sermaye teorisinden türetilmiştir.

Florida'nın yaratıcı sınıfının içinde yer alan yaratıcı insanlar, kentsel ve bölgesel gelişmişlikte önemli bir rol oynamaktadır. Yaratıcı sınıfın bulunduğu bölgeler ekonomik anlamda daha iyi performans sergilemektedirler. Bunun nedeni bu bölgelerde, yaratıcı insanların işletmeler için daha fazla yenilik geliştirmeleri ve girişimcilik bakımından daha yüksek seviyede bir potansiyel yaratmalarıdır (Doğrul ve Çelikkol, 2017a: 38).

Yaratıcı sınıf ve bölgesel gelişmişlik arasındaki ilişki Florida'nın 3T kuramına dayandırılarak açıklanmaktadır. Florida'nın ekonomik kalkınmanın 3T'si olarak ifade ettiği kuramı teknoloji (technology), yetenek (talent) ve hoşgörü (tolerance) kavramlarından oluşmaktadır. Florida bir bölgenin kalkınabilmesi için bünyesinde bulundurması gerektiğini düşündüğü yetenek, teknoloji ve hoşgörü kavramlarını belli başlı ölçütlere dayandırarak ifade etmiştir.

Teknoloji (Technology)

Teknoloji kavramsal boyutta birinci bölümde ele alınmıştır. Teknolojinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi içsel büyüme modelleri ile birlikte net bir şekilde ispatlanmıştır. Bugün dünyada yüksek teknolojinin yoğunlaştığı kentlerde de ekonomik bakımdan büyüme ve gelişmişlik, teknolojinin daha az yoğunlaştığı yerlere göre daha ileri seviyededir. Bu bakımdan Florida da teknolojinin ekonomik büyümeye katkısını kabul etmiş ve teknolojinin kentler veya bölgeler için çok büyük bir önem taşıdığını ifade etmiştir. Hatta bu kavram için “teknolojiyi o kadar önemsiyorum ki onu ilk T’em yaptım” demiştir (Florida, 2011: 78). Bu bağlamda Richard Florida’nın yaptığı çalışmalarda teknoloji önemli bir değişken olarak ön plana çıkmış, *yenilikçilik* ve *Ar-Ge* olmak üzere iki farklı teknoloji endeksi kullanılmıştır.

Yenilikçilik/İnovasyon Endeksi (Innovation Index), kişi başına düşen patent sayısı ile hesaplanmaktadır. *AR-GE Endeksi (High-Tech Index)* ise araştırma geliştirme harcamalarının GSYH’deki yüzdesiyle hesaplanmaktadır (Florida, 2004: 332-333).

Yetenek (Talent)

Florida’nın yetenek olarak ifade ettiği ölçüt, sadece eğitimsel kazanımları temsil eden beşeri sermayede oluşmaz, bunun yanı sıra mesleklere dayalı hesaplanan yaratıcı sınıfı da kapsamaktadır. Beşeri sermayenin, bölgesel ekonomik büyümeye katkısı Lucas ve Romer’in öncülük ettiği içsel büyüme modelleri ile ortaya koyulmuştur. Günümüzde de beşeri sermayenin bölgesel gelişmişlikle güçlü bir ilişkisi olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Ancak Florida’ya göre beşeri sermaye, yeteneği tek başına açıklamada yetersizdir. Florida yeteneğin en doğru şekilde hesaplanması için yaratıcı sınıf, beşeri sermaye ve bilimsel yetenek endekslerini bir araya getirerek *yetenek endeksini* oluşturmuştur.

Yaratıcı Sınıf, yaratıcı mesleklerin ölçümlemesi Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) istatistiklerine dayanır. ILO işgücünü; bilim insanları ve mühendisler, sanatçılar, müzisyenler, mimarlar, mühendisler, yöneticiler, profesyoneller vb. gibi meslek kategorilerine bölerek, mesleklere dair mevcut en detaylı verileri toplamakta

ve işgücü içindeki payına bakmaktadır. *Beşeri Sermaye Endeksi*, bir ülkede üniversite diploması olanların işgücü içerisindeki oranı ile hesaplanmaktadır. *Bilimsel Yetenek Endeksi* ise her 1 milyon insan başına düşen araştırmacı sayısını temsil etmektedir (Florida, 2011: 389).

Hoşgörü (Tolerance)

Teknoloji ve yeteneğin bir yerde yoğunlaşması ile o yerde yaratacağı güçlü ekonomik etki birçok iktisatçı tarafından kabul edilen ve hala üzerinde fazlaca çalışılan bir konudur. Ancak teknoloji ve yeteneğin herhangi bir yerde değil de belli başlı kriterlere sahip yerlerde yoğunlaşma eğilimi göstermesini Florida'nın son T'si olan hoşgörünün büyük bir önemi vardır. Hoşgörü, Florida'nın çalışmalarının en önemli parçasıdır ve bugüne kadar üzerinde pek fazla durulmayan bir faktördür.

Hoşgörü temelde çeşitliliğe karşı duyulan saygıyı ifade etmektedir. Çeşitlilik uzun süre önce ekonomik performans için önemli görülmüş ve genellikle bir bölgede bulunan firma ve endüstrilerin çeşitlilikleri üzerinde durulmuştur. Ancak Amerikalı bir gazeteci ve yazar olan Jane Jacobs şehirlerdeki ekonomik aktörlerin çeşitliliğinin ve yüksek düzeyde etkileşimi, yeni teknolojilerin yaratılmasını ve geliştirmesini teşvik ettiğini (Florida, 2003: 11) savunmuş ve böylece firma ve endüstri çeşitliliğini bir adım öteye taşıyarak insan çeşitliliğine atıf yapmıştır.

Yer seçimi faktörleri arasında çeşitlilik önemli bir faktördür. İnsanlar düşünce çeşitliliği ve farklı fikirlere açık yerlere gitmeyi tercih etmekte ve bunun varlığını somut bir şekilde aramaktadırlar. İnsanları bir yere çeken bu somut değerler de farklı etnik grupların varlığı ile açıklanmaktadır. Bir yerde bulunan farklı ırk, din, dil ve cinsiyete sahip insanların yoğunluğu o yerin hoşgörülü olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla çeşitlilik farklı yetenek ve fikirlere sahip yaratıcı insanların farklı tiplerini cezbetme olasılıklarını artırır. Yaratıcı insanların karışımı ile çeşitlenen yerler yeni kombinasyonlar üretir ve dahası çeşitlilik ve yoğunlaşma bilgi akışının hızlanması için birlikte çalışır. Böylece yaratıcı sermayenin bir yerde yoğunlaşması ile yenilik ve yüksek teknoloji iş oluşumları ortaya çıkar bu da istihdamı artırır ve en nihayetinde ekonomik gelişmişlik sağlanmış olur (Florida, 2004: 249-226).

Hoşgörü ve çeşitliliğe açık olan şehirler ile ekonomik gelişmişlik arasında güçlü bir bağ bulunduğunu Florida vd. (2009), Florida vd. (2008) ile Florida ve Gates (2001) çeşitli ülkeler için yaptıkları çalışmalarda ortaya koymuştur. Florida ve meslektaşı Gary Gates'in (2001) *Technology and Tolerance (Teknoloji ve Tolerans)* adlı çalışmalarında bir metropol bölgesinin insanlara karşı hoşgörü düzeyi ile yüksek teknoloji çalışanları dahil yetenekli insanları kendilerine çekmedeki başarısı arasında bir bağlantı olduğunu gözlemlemişlerdir. İleri teknoloji gerektiren işlerde çalışanların, düşünce çeşitliliği ve açık fikirliliğin olduğu yerlere gitmeyi tercih ettikleri sonucuna varmışlardır. Bu yerlerin yaratıcı sermaye için gerekli olan düşük giriş bariyerlerine; eşcinsellere, göçmenlere, sanatçılara ve kapsayıcı bir grup olan özgür düşünen *bohemplere* sahip olmasının bir sonucu olarak yeni teknolojilerin doğmasında etkili olan yaratıcılığı ve yeniliği beslemek için ideal yerler olduklarını ileri sürmektedirler (Florida ve Gates, 2001: 2).

Hoşgörü genellikle üç farklı endeks etrafında şekillendirilmektedir. Bunlardan ilki yabancı uyruklu nüfusun, toplam nüfusun içindeki yüzdesini ifade eden *Yabancı Uyruklu Endeksi (Foreign-Born Index)*, ikincisi içinde sanatçıların, yazarların, yönetmenlerin, fotoğrafçıların kısacası sanat, tasarım, eğlence, spor ve medya çalışanlarının işgücü içindeki payını ifade eden *Bohem Endeksi (Bohemian Index)*, üçüncüsü ise farklı cinsiyet gruplarının, gey, lezbiyen, biseksüel ve trans bireylerin toplam nüfusun içindeki payını ölçen *Eşcinsel Endeksi'dir (Gay Index)*. Ancak *Bileşik Çeşitlilik Endeksi (Composite Diversity Index)* ile de bir şehrin veya bölgenin çeşitliliğe açıklığı ve hoşgörüsü ölçülebilmektedir. Bu endeks ise yabancı uyruklu endeks, bohem endeksi ve gey endeksinin toplamından oluşmaktadır (Tinagli, Florida, Ström ve Wahlqvist, 2007: 27; Florida ve Gates, 2001: 2).

Bir ülkenin veya bölgenin etkin bir şekilde diğer bölgeler ile rekabet edebilmesi ve ekonomik gelişmişliği yakalayabilmesi için 3T'nin birlikte çalışması gerekmektedir. 3T'nin her biri ekonomiler için büyük bir değer taşıyor olsa da tek başlarına ekonomik dönüşümü verimli bir şekilde sağlayamazlar (Florida, 2011: 233). Yaratıcı sınıf, yaratıcı endüstriler ve yaratıcı şehirler birbirlerini besleyen yaratıcı ekonominin unsurlarıdır. Kendilerine yeterince yaratıcı sınıfı çekebilmeyi başaran bölgeler, yaratıcı endüstrilerin doğmasına yol açmakta ve böylece ekonomik

gelişmişlik sağlamakta aynı zamanda diğer bölgelere göre rekabet etme avantajı yakalamaktadır. Dolayısıyla yaratıcı çağın en önemli unsuru yaratıcılığa sahip insanlardır. Ancak bu noktada şuna değinmekte fayda vardır; Florida her insanın yaratıcı olduğunu bu yüzden yaratıcı sınıfın ne seçkin ne de dışlayıcı bir anlamı ifade etmediğini (Florida, 2011: 74), sadece yaratıcılıklarını ortaya çıkarmaları için onlara yeteri imkanların sunulması gerektiğini savunmuştur. Dolayısıyla bölgesel gelişmişlik; yaratıcı sınıfa atfettiği yetenek, teknoloji ve hoşgörü toplamının bir arada bulunduğu bölgelerde meydana gelmektedir. Bu durum şu şekilde formüle edilebilmektedir:

$$\text{TEKNOLOJİ (TECHNOLOGY)} + \text{YETENEK (TALENT)} + \text{HOŞGÖRÜ (TOLERANCE)} = \text{BÖLGESEL KALKINMA}$$

Florida'nın çalışmasını diğerlerinden farklılaştıran en önemli unsur hoşgördür. Bölgesel gelişmişlik adına günümüze kadar yapılmış çalışmalarda teknoloji ve beşeri sermayenin bölgesel gelişmişlik üzerindeki etkisi ortaya konulmuşken ilk kez hoşgörünün bunlara dahil edildiği görülmüştür.

2.4. Yaratıcı Ekonominin Ölçümüne Yönelik Çalışmalar

Yaratıcı ekonomiyi oluşturan dinamiklerden yaratıcı endüstriler, yaratıcı şehirler ve yaratıcı sınıf yaklaşımları neticesinde yaratıcı ekonominin ölçülmesine dair çeşitli endeksler kullanılmıştır. Küresel Güç Şehir Endeksi, kentlerin yaratıcı karakteristik özelliklerini vurgularken, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı belli başlı kültürel faaliyetler çerçevesinde kentlerin yaratıcılıkları değerlendirilir. Son olarak Küresel Yaratıcılık Endeksi ise Florida'nın 3T kuramından yola çıkılarak şehirlerin veya bölgelerin yaratıcılıkları ölçülmektedir.

2.4.1. Küresel Güç Şehir Endeksi (GPCI)

Küreselleşme ile birlikte kent ya da şehir kavramında bir dönüşüm yaşanmış, *küresel kent veya şehir* kavramı ortaya çıkmıştır. Küreselleşmenin bir sonucu olarak ülkeler arasındaki fiziksel ve ekonomik sınırların önemsizleşmesiyle günümüzde artık kentler gücünü ülkelerden değil, ülkeler güçlerini kentlerden almaktadır. Küresel rekabetin merkezi haline gelen kentler hem ulusal hem de küresel ticaret yapabilme imkanına sahip, ekonomik ve politik gücün yoğunlaştığı, ileri teknoloji üreten

gücünün bulunduğu, üretim kapasitesini genişletip girişimcinin önündeki engelleri kaldırabilme ve yeterince yaratıcı insanı kendine çekebilme gücüne sahip mekânlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Pustu, 2006: 146-147; Yaylı, 2012: 341-342). Bazı kentler küresel kent olabilmeyi başarabiliyorken, diğer bazı kentler bunu başaramamaktadır. Dolayısıyla küresel kent sıfatına sahip olan şehirlerin hangi özelliklere sahip olduğu araştırmacılar tarafından tespit edilmeye çalışılmakta olup, konuyla ilgili birçok endeks geliştirilmiştir. Bunlardan biri olan Küresel Güç Şehir Endeksi (Global Power City Index-GPCI) dünyada bazı kentlerin neden diğerlerine göre lider kent olma özeliğe sahip olduğunu araştıran, geniş bir kapsama sahip olan bir endekstir. Ayrıca bu endeks ölçülürken kullanılan göstergeler ile yaratıcı kent göstergeleri arasında benzerlik gözlemlendiği için bu çalışmada GPCI'ye yer verilmiştir.

Şehirlerarası rekabet göz önüne alındığında, GPCI dünyadaki büyük şehirlerin, dünyanın dört bir yanından yaratıcı insanları, sermayeyi ve şirketleri cezbetme konusundaki güçlerini kapsamlı bir şekilde değerlendirmektedir. Endeksin uygulayıcısı Japon bir kuruluş olan *The Mori Memorial Foundation*'dır. Endeks 6 ana başlık altında, 70 alt göstergeden oluşan 26 bileşen ile ölçülmektedir. Bu 6 ana başlık *ekonomi, Ar-Ge, kültürel etkileşim, yaşanabilirlik, çevre ve ulaşılabilirlik* olup, 26 alt bileşen ise Tablo 2.4'de gösterilmektedir (GPCI, 2021: 1).

Tablo 2. 4. Küresel Güç Şehir Endeksi Ana Başlıkları ve Bileşenleri

Ekonomi	Ar-Ge	Kültürel Etkileşim	Yaşanabilirlik	Çevre	Ulaşılabilirlik
-Pazarın büyüklüğü -Pazarın çekiciliği -Ekonomik canlılık -Beşeri sermaye -İş çevresi -İş yapma kolaylığı	-Akademik kaynaklar -Araştırma çevresi -Yenilik	-Trend oluşturma potansiyeli -Turizm kaynakları -Kültürel kaynaklar -Ziyaretçiler için hizmetler -Uluslararası etkileşim	-Çalışma çevresi -Yaşam maliyeti -Güvenlik -Mutluluk -Yaşam kolaylığı	-Sürdürülebilirlik -Hava kalitesi -Doğal çevre	-Uluslararası ulaşım ağı -Hava ulaşım kapasitesi -Şehir içi ulaşım -Taşımacılık kolaylığı

Kaynak: GPCI, 2021: 2-3.

2021 yılı için yapılan ölçümde 48 küresel şehir analiz edilmektedir. Bu küresel şehirlerin, belirlenen göstergeler doğrultusunda güçlü ve zayıf yanları değerlendirilmekte ve yapılan ölçümlerle en güçlüden en az güçlüye doğru sıralanmaktadır. Tablo 2.5’de GPCI’nın 2021 yılına ilişkin şehir sıralamasında ilk 10 kent ile çalışmaya dahil edilen Türkiye’nin bir kenti olan İstanbul’un sıralaması verilmiştir.

Tablo 2. 5. Küresel Güç Şehir Endeksine Göre İlk 10 Kent ve İstanbul

Sıra	Ülke	Kent
1	İngiltere	Londra
2	ABD	New York
3	Japonya	Tokyo
4	Fransa	Paris
5	Singapur	Singapur
6	Hollanda	Amsterdam
7	Almanya	Berlin
8	Güney Kore	Seul
9	İspanya	Madrid
10	Çin	Şanghay
34	Türkiye	İstanbul

Kaynak: GCIP, 2021: 5.

İstanbul 48 kent arasında 34'üncü sırada yer almaktadır. Endeksin 6 ana başlığı ayrıntılı bir şekilde incelendiğinde ise İstanbul sıralamasında farklılıklar gözlemlenmektedir. Ekonomi ölçütüne göre İstanbul 42'inci sırada, Ar-Ge'ye göre 35'inci sırada, kültürel etkileşime göre 9'uncu sırada, yaşanabilirliğe göre 29'uncu sırada, çevreye göre 32'inci sırada ve ulaşılabilirlik ölçütüne göre 21'inci sırada yer almaktadır (GPCI, 2021: 11).

Küresel şehirler ve yaratıcı şehirler aynı kavramlar olmasa da içlerinde buldukları özellikler göz önüne alındığında birbirleriyle benzerlik taşıdıkları görülmektedir. Ancak yaratıcı şehir küreselleşme sonucu ortaya çıkan bir kavram olması nedeniyle aynı zamanda küresel şehir olarak da ifade edilebilir. Tablo 2.5'de ilk 10 küresel kente bakıldığında, bu kentlerin ekonomik, kültürel, sosyal, siyasal, ulaşım, altyapı, eğitim, teknoloji, çevre gibi birçok açıdan diğer kentlere göre çok daha başarılı oldukları açıkça ortada olmakla birlikte yaratıcı insanları kendilerine çekebilme, yaratıcı endüstriler kurabilme ve yaratıcı şehirlere dönüşebilme potansiyeline fazlaca sahiptirler.

Şehirler, insanların ve firmaların yoğun bir kümesidir. Bir şehir; malları, insanları, fikirleri taşıma ve ulaştırma maliyetlerini azaltabiliyorsa faydalıdır. Çünkü günümüzde insanları ve fikirleri hareket ettiren düşük maliyettir. Dolayısıyla yetenekler, ulaşım, altyapı, sermaye, piyasalar ve ekonomik fırsatlar şehirlerde yoğunlaşır ve bu gibi faktörlerin yoğunluğu insan etkileşimi için kümelenmeyi sağlar (Esen, 2016: 65). Bu doğrultuda insanların bir yerde toplanmalarının sebebi, birbirlerine yakın olmaktan hoşlanmaları ya da birçok kolaylık sağlayan metropol merkezleri tercih etmeleri değildir. Bu kişiler ve şirketler bu tür bir yoğunluğun getirdiği güçlü üretkenlik avantajları, ölçek ekonomileri ve bilginin dağılımı nedeniyle kümelenmektedirler (Florida, 2011: 25).

2.4.2. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı

UNESCO tarafından 2004 yılında kurulan Yaratıcı Şehirler Ağı, 246 üye şehirden oluşmaktadır. Amacı, farklı gelir düzeylerine ve nüfusa sahip şehirleri bir araya getirmek (UNESCO, 2017) ve bu şehirlerin özgünlük ve çeşitlilik gösteren

yaratıcı potansiyellerini kültürel ve yaratıcı endüstriler temelinde sürdürülebilir kalkınmasını sağlamaktır (Özdemir ve Özdemir, 2020: 5).

Yaratıcı Şehirler Ağı, 7 başlık altında şehirleri kendi tematik ağlarını geliştirmek üzere yönlendirmektedir. Bu temalar: UNESCO Edebiyat Şehirleri, Film Şehirleri, Müzik Şehirleri, Zanaat ve Halk Sanatı Şehirleri, Tasarım Şehirleri, Medya Sanatı Şehirleri ve Gastronomi Şehirleri'dir. Dolayısıyla bu şehirler farklı alanlarda uzmanlaşmış gibi algılsalar da hepsi aslında *yaratıcı yaşam çevreleri* yaratmanın önemini vurgulamak için ortak bir sinerji yaratmak gayretindedir (Aksel, 2009: 11).

Yaratıcı Şehirler Ağı'nın hedefleri, UNESCO (2017) tarafından açıklanan misyonu çerçevesinde aşağıdaki gibi ifade edilmiştir:

- Yaratıcılığı, sürdürülebilir kalkınmanın stratejik bir faktörü olarak kabul eden şehirler arasında uluslararası işbirliğini güçlendirmek.
- Üye şehirler tarafından, kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının ortaklıkları aracılığıyla, yaratıcılığı kentsel gelişimin temel bir bileşeni haline getirmeye yönelik girişimleri desteklemek ve teşvik etmek.
- Kültürel ve ekonomik faaliyetlerin, yaratılmasını, üretilmesini, dağıtılmasını güçlendirmeye çalışmak.
- Yaratıcılık ve yenilik merkezleri oluşturmak ve kültürel sektördeki yaratıcılar ve profesyoneller için fırsatlar yaratmak.
- Özellikle marjinalleştirilmiş veya savunmasız gruplar ve bireyler için kültürel yaşama erişimin ve katılımın yanı sıra kültürel mal ve hizmetlerden faydalanmasını iyileştirmek.
- Kültür ve yaratıcılığı yerel kalkınma stratejileri ve planlarına tam olarak entegre etmek (UNESCO, 2017).

Ortak bir misyon doğrultusunda çalışan bu şehirler, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi ile uyumlu olarak şehirleri güvenli, dayanıklı, kapsayıcı ve sürdürülebilir kılmak için kentsel gelişim planlarının merkezine yaratıcılığı ve yaratıcı ekonomiyi yerleştirmektedir (UNESCO, 2017).

Bu program, şehirlerin yerel düzeyde daha fazla uyum sağlamalarını teşvik ederken, aynı zamanda işbirlikçi bir bağlamda kültürel endüstrinin güçlü yönlerini ve ihtiyaçlarını değerlendirmeye yardımcı olmaktadır. Ağ, UNESCO tarafından belirlenen kuralları karşılayan tüm şehirlere açıktır (UNCTAD, 2010: 15). Bu doğrultuda bir şehrin, Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılmak istemesi durumunda, söz konusu şehrin sürdürülebilir gelişiminde önemli bir faktör olarak yaratıcılık derecesi UNESCO tarafından kabul görmelidir. Başvuruda bulunan şehirler, yaratıcı ekonomi ile ilgili, daha önce ifade edilen 7 başlık altındaki temalardan (edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatı, tasarım, medya ve gastronomi) herhangi birine odaklanmalıdır (Ajanovic ve Çizel, 2015: 5).

Türkiye'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil edilen kentleri; gastronomi açısından, Gaziantep (2015), Hatay (2017), Afyonkarahisar (2019) ve Kayseri (2021) iken, tasarım şehri olarak İstanbul (2017) yer almaktadır (UNESCO, 2021).

Ekonominin stratejik unsuru olan şehirlerin, yaratıcı olarak tanımlanabilmesinin en önemli faktörlerinden biri insandır. Bu doğrultuda Richard Florida'nın ileri sürdüğü yaratıcı insanı içinde bulunduran yaratıcı sınıf, yaratıcı şehirlerin önemli bir bileşenidir.

2.4.3. Küresel Yaratıcılık Endeksi (The Global Creativity Index-GCI)

Küresel Yaratıcılık Endeksi, Florida'nın 3T kuramına dayanmaktadır. Ekonomik kalkınmanın 3T'si olarak ifade edilen bu kuram teknoloji, yetenek ve hoşgörü ait detaylı göstergeler içermektedir ve her bir gösterge için ülke değerleri 0 ile 1 arası bir ölçekte normalleştirilmiştir (Florida, 2011: 391). Bu göstergeler üzerinden bir şehrin veya bölgenin kalkınmışlığı hesaplanabilmektedir.

2015'de Florida, Mellander ve King tarafından hazırlanan ve Toronto Üniversitesi'nin Rotman İşletme Okulu'nda bulunan Martin Refah Enstitüsü aracılığıyla yayımlanan *Küresel Yaratıcılık Endeksi (Global Creativity Index) Raporu'na* göre, Avustralya 1'inci sırada, Türkiye ise 88'inci sıradadır. Toplam 139 ülke için yapılan bu hesaplamada son sırada Irak yer almaktadır.

Tablo 2. 6. Küresel Yaratıcılık Endeksi'ne Göre En İyiler ve Türkiye

Sıra	Ülke	Teknoloji	Yetenek	Hoşgörü	Küresel Yaratıcılık Endeksi
1	Avustralya	7	1	4	0.970
2	ABD	4	3	11	0.950
3	Yeni Zelanda	7	8	3	0.949
4	Kanada	13	14	1	0.920
5	Danimarka	10	6	13	0.917
87	Afganistan	-	124	54	0.349
88	Türkiye	58	53	123	0.348
89	Mali	-	114	64	0.347
139	Irak	110	-	130	0.032

Kaynak: The Global Creativity Index, 2015: 53-57.

GCI tarafından ölçülen küresel yaratıcılık, ulusların ekonomik kalkınması, rekabet gücü ve refahı ile yakından bağlantılıdır. GCI'de yüksek puan alan ülkeler, daha yüksek üretkenlik düzeylerine, rekabet gücüne ve genel insani gelişmeye sahiptir. Yaratıcılık aynı zamanda kentleşme ile de bağlantılıdır. Daha çok kentleşmiş ulus ekonomileri GCI'de daha yüksek puan almıştır (Florida, Mellander ve King, 2015: 7).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE YARATICI SINIFIN BÖLGESEL DAĞILIMI

3.1. Yaratıcı Sınıf ile İlgili Yapılmış Çalışmalar

Yaratıcı sınıf kavramının R. Florida tarafından ortaya atıldığı daha önceki bölümlerde ifade edilmişti. Florida'nın 2002 yılında yayımlanmış olan *Yaratıcı Sınıfın Yükselişi* adlı eserinde yaratıcı sınıf teorisine ilişkin çeşitli bilgilerin yanı sıra ABD'nin yaratıcı sınıf potansiyeli de hesaplanmıştır. Toplamda 268 şehri kapsayan çalışmada bu şehirler nüfus büyüklüklerine göre tasnif edilmiştir. Nüfusu bir milyonu aşan 49 şehir arasında yaratıcı sınıfın işgücü içindeki payının en fazla Washington D.C. kentinde olduğu sonucuna varılmış ve ABD'de işgücünün yaklaşık %30'unu yaratıcı sınıfın oluşturduğu tespit edilmiştir.

Yaratıcı sınıf ile ilgili yapılan çalışmaların birçoğu bölgesel gelişmişlikle bağdaştırılmıştır. Bunun nedeni yaratıcı sınıfın, beşeri sermaye kökenli olması ve ekonomik büyüme ve kalkınma ile ilişkilendirilmesidir. Konuyla ilgili yapılan çalışmalarda da bu durum açıkça ortaya konmuştur.

Bu çalışmalardan biri Florida vd. (2008)'ye aittir. Çalışmanın amacı, üniversitelerin, beşeri sermayenin ve yaratıcı sınıfın ekonomik gelişmişlik üzerindeki etkisini analiz etmektir. Çalışmaya 31 Çin bölgesi dahil edilmiş, analiz yöntemi olarak yapısal eşitlik modeli ile yola analizi kullanılmıştır. Bağımlı değişken olarak ekonomik gelişmişliğin (kişi başına düşen GSYH) kullanıldığı modelin bağımsız değişkenleri ise yetenek, teknoloji, üniversiteler, hizmet sektörleri, tolerans, çeşitlilik ve açıklığı ölçen 2004 yılı verileridir. Elde edilen sonuçlar, gelişen ekonomiler üzerinde yapılan deneysel çalışmalarda ulaşılan bulguların aksine, Çin'de teknoloji ve yetenek arasındaki ilişki ile bölgesel ekonomik performans ve yetenek arasındaki ilişkinin zayıf olduğunu göstermektedir. Diğer bir tespit ise, üniversitelerin varlığı ile yetenek stoku arasında güçlü bir ilişkinin söz konusu olmasıdır. Son olarak da Hukou endeksi ile ölçülen hoşgörünün Çin'de yetenek ve teknolojinin dağılımında önemli role sahip olduğu tespit edilmiştir.

Beşeri sermaye, ekonomik gelişmişliğin sağlanması açısından önemli bir role sahiptir. Fakat beşeri sermayenin en iyi nasıl ölçüleceği ve coğrafi dağılımını sağlayan

faktörler üzerinde tartışmalar vardır. Bu tartışmalar ışığında yine bu alanda yapılmış başka bir çalışma Florida ve Mellander'e (2009) aittir. Bu araştırmacılar çalışmalarına, İsveç'in 81 bölgesinin tamamının işgücü piyasasını dahil etmişlerdir. Analiz yapılırken kullanılan metotlar, yapısal eşitlik modeli ile yol analizi kullanılmıştır. Bağımlı değişken bölgesel ücret seviyeleri; bağımsız değişkenler ise yetenek, teknoloji, üniversiteler, çeşitli hizmetler, kültürel faktörler, hoşgörü ve çeşitliliği ölçen 2003 yılına ait verilerdir. Analizin sonucunda, mesleki veya yaratıcı sınıf ölçümlerinin, İsveç bölgelerinde kişi başına düşen bölgesel ücretler için hesaplanan eğitim ölçümlerinden daha iyi bir performans gösterdiği tespit edilmiştir.

Florida vd. (2009) çalışmalarında 46 Kanada şehrinin ekonomik gelişmişliğini şekillendiren faktörleri incelemişlerdir. Yapısal eşitlik modeli kullanılarak teknolojinin, beşeri sermayenin, yaratıcı sınıfın, üniversitelerin, çeşitli hizmet endüstrilerinin, göçe karşı açıklığın, azınlıkların ve gey/lezbiyen nüfusunun bölgesel gelişmişlik (bölgesel gelir) üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla 2001 yılı verilerine dayanılarak yol analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar göstermiştir ki, beşeri sermaye, yaratıcı sınıf ve teknoloji, bölgesel gelişmişlik üzerinde önemli etkiye sahiptir. Aynı şekilde üniversiteler, hoşgörü ve hizmet çeşitliliğinin bölgesel gelişmişlik üzerinde önemli bir role sahiptir. Son olarak da özel mesleki grupların yani yaratıcı sınıfın bölgesel geliri olumlu etkilediği tespit edilmiştir.

Türkiye özelinde yaratıcı sınıf ile ilgili ilk çalışmalardan birini Çelikkol vd. (2016) yapmıştır. Türkiye'deki illerin gelişmişliği üzerinde yaratıcı sınıfın etkisinin incelenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada yapısal eşitlik modeli ve yol analizi kullanılmıştır. Modele dahil edilen değişkenler, bölgesel ekonomik gelişmişlik, teknoloji, yetenek, bohem, üniversite ve hizmettir. Elde edilen sonuçlar, yaratıcı sınıfın illerin ekonomik gelişmişliğini açıklamada eğitim düzeyine yani beşeri sermayeye göre daha etkili olduğu gözlemlenmiştir. Ek olarak, bulgular Türkiye'de il bazında sanatsal ve kültürel alandaki yaratıcı bireylerin varlığı ile beşeri sermayenin bölgesel dağılımı arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiye işaret ederken, bölgede yaşamı kolaylaştıran imkânların ve üniversitenin ilin ekonomik gelişmişliği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olmadığını da göstermiştir. Sonuç olarak,

Florida'nın yaratıcı sınıfın coğrafi dağılımına ilişkin hipotezi, Türkiye örneğinde tam olarak doğrulanamamıştır.

Doğrul ve Çelikkol'a (2017a) ait başka bir çalışmada yaratıcı sınıfın coğrafi dağılımını etkileyen faktörler incelenmiştir. Bu çalışmada üç farklı hipotez çoklu regresyon analiz yöntemi ile sınanmıştır. Bu hipotezlerden ilki, yaratıcı sınıf ile ildeki yüksek yaşam kalitesi arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığını sınamaktadır. Yaratıcı sınıf için SGK tarafından hazırlanan 2015 yılı istihdam verileri kullanılırken, yaşam kalitesi için TÜİK tarafından hesaplanan eğitim ve sağlık indeksleri kullanılmıştır. İkinci hipotez ise yaratıcı sınıfın açık görüşlü ve farklılıklara karşı hoşgörülü olan yerleri önemseyip önemsemediğini sınamaktadır. Açık görüşlülüğe ilişkin hoşgörü değişkeni, SGK'dan temin edilen istihdam verileri içerisinde yer alan bohem grubunun illerin aktif nüfusuna oranlanması ile oluşturulmuştur. Son olarak üçüncü hipotez il bazında işgücü piyasasındaki iş fırsatlarının, yaratıcı sınıfın yer tercihinde nispeten önemli olup olmadığını sınamaktadır. Bölgesel istihdam fırsatı, bölge istihdamında son 5 yıl için hesaplanan ortalama büyüme ile ölçülmüştür. Birinci hipotezin sınanması sonucunda Türkiye'de yaratıcı sınıfın yüzde ellisinden fazlasının ilk beş büyük ilde İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya'da toplandığı gözlemlenmiştir. İkinci hipotezin test edilmesi ile açık görüşlülüğü temsil eden bohemlerin yaratıcı sınıfın yer seçiminde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Üçüncü hipotezin sınanması sonucunda iş fırsatlarının yaratıcıların yer tercihi üzerindeki etkisi pozitif ve anlamlı iken diğer belirleyicilere göre etkinin oldukça yüksek olduğu belirlenmiştir.

Doğrul ve Çelikkol'a (2017b) ait başka bir çalışmada ise Türkiye'de yaratıcı sınıfın hangi illerde yoğunlaştığı ve hangi il gruplarının benzer özellikler gösterdiği araştırılmıştır. Türkiye'nin 81 ili için yapılan bu çalışmada WARD ve k-ortalamlar kümeleme yöntemi kullanılmış ve illerin 6'lı kümeye ayrılması halinde sonuçlar değerlendirilmiştir. Çalışmada yaratıcı sınıfın bileşenleri olan çekirdek yaratıcı sınıf, yaratıcı profesyoneller ve bohem grubu verileri kullanılırken, bölgesel ekonomik gelişmişlik için ise kişi başına GSYH ve bunlara ek olarak teknoloji, eğitim ve hizmet değişkenleri kullanılmıştır. 2013 yılına ait verilerin kullanıldığı analizdeki kümeler incelendiğinde birbirine en yakın illerin aynı kümelerde toplandıkları görülmüş ve

bunun sebebinin sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyelerinin benzer olması ve coğrafi konum olduğu çıkarımı yapılmıştır.

Gezer ve Aru (2018) tarafından yapılmış çalışmada ise Türkiye'nin 81 ili için *yaratıcılık endeksi* hesaplanarak illerin yaratıcılığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Florida'nın Yaratıcı Sermaye Teorisi'nden yola çıkılarak bu teorinin dayandığı 3T kuramı çalışmada kullanılmıştır. Bu çalışmada ilk olarak 81 il için yaratıcı sermaye, beşeri sermaye ve bilimsel yetenek bileşenlerinin aritmetik ortalaması alınarak yetenek bileşeni oluşturulmuştur. Teknoloji bileşeni için de 81 il baz alınarak Ar-Ge endeksi ve yenileşme endekslerinin aritmetik ortalaması hesaplanmış ve son olarak yine 81 il için TÜİK'den elde edilen İllerdeki Yaşam Endeksi verileri hoşgörü bileşeni için kullanılmıştır. Bu bileşenler ayrı ayrı elde edildikten sonra, her üç bileşenin (yetenek, teknoloji, hoşgörü) aritmetik ortalaması alınarak illerin yaratıcılık endeksleri elde edilmiştir. Ancak ölçüm ile ilgili vurgulanması gereken önemli noktalardan biri standartlaştırmanın ve bunun sağlanması için z skor tekniğinin kullanılmasıdır. Yani standartlaştırma yapılarak ölçü birimi farklılığı ortadan kaldırılmıştır. Yapılan bu ölçümlerin sonucunda tüm endekslerde ilk 10 içerisinde olan iller, İstanbul, Ankara, Konya, Bursa ve Kocaeli'dir. Doğu illerinin genelinde yaratıcılık endeksi sonuçları düşük değerler almıştır. Dolayısıyla batıdan doğuya doğru gidildikçe yaratıcılık endeksinin değerlerinin pozitiften negatife doğru gittiği çıkarımında bulunulmuştur.

Esen ve Atay'ın (2020) *Türkiye'nin Yaratıcı Şehirleri* adlı çalışmalarında Türkiye'nin yaratıcı şehirleri Florida'nın *Küresel Yaratıcılık Endeksi* kullanılarak tespit edilmiştir. Çalışmada, teknoloji, yetenek ve hoşgörü endeksler için 2010-2014 yılları kapsayan veriler kullanılmıştır. Teknoloji endeksi için üç farklı parametreden yararlanılmıştır. Bunlardan ilki yüksek teknoloji endeksidir. Bu endeks, yüksek teknolojili endüstrilerde çalışan sayısı şehirlerdeki toplam çalışan sayısına oranlanarak oluşturulmuştur. İkincisi inovasyon endeksidir. Bu endeks, şehirdeki kişi başına düşen patent başvuru sayısı ile ölçülmektedir. Üçüncü parametre ise Ar-Ge endeksidir. Bu endekste ise şehirde kişi başına düşen Ar-Ge desteği kullanılmıştır. Yetenek endeksi ise iki parametreden oluşmaktadır. İlki yaratıcı sınıf endeksidir. Bu endeks, yaratıcı endüstrilerde istihdam edilen işgücünün şehirdeki toplam işgücüne oranlanması ile oluşturulmuştur. İkincisi ise beşeri sermaye endeksidir. Bu endeks ise 25-64 yaş lisans

ve üzeri eğitim düzeyine sahip nüfusun, şehrin toplam nüfusuna oranlanması ile elde edilmiştir. Son olarak hoşgörü endeksi için ise göç endeksi kullanılmıştır. Göç endeksi şehirlerin aldıkları göçün toplam nüfuslarına oranlanması ile oluşturulmuştur. En iyi performans gösteren şehre en yüksek puan verilmiştir. Türkiye’de 81 il olduğu için en yüksek puan 81, en düşük puan ise 1 olmuştur. Daha sonra her şehir için sahip olduğu sıralamalar toplanıp, her bir endeksin kendine ait değişken sayısına bölünerek ortalama puanı elde edilmiştir. En sonunda ise 3T’nin ortalama puanı gözlem sayısına (81) bölünerek *yaratıcılık endeksi* oluşturulmuştur. Yaratıcılık endeksine göre, Ankara ve Kocaeli’nin birinciliği paylaştığı ve onları Eskişehir, İstanbul ve İzmir’in takip ettiği sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda bu illerin diğer illere göre gelişmiş olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

3.3. Türkiye’de Uygulanan Bölgesel İktisat Politikaları

Cumhuriyet’in kurulduğu ilk yıllardan 1960’lı yıllara kadar bölgesel ekonomik politikalara odaklanılmamış, bunun yerine ulusal ekonomik politikalar uygulanmıştır. Bölgelerarası gelişmişlik farkları dikkat çekmiş ancak bunların azaltılmasına hizmet edecek doğru politikalar üretilmemiştir. Dolayısıyla bölgelerarası dengesizlikler giderek artmıştır (Ertaş, 2013: 42). 1960’lı yıllardan itibaren devlet; ekonomik gelişmeyi, büyümeyi ve kalkınmayı Beş Yıllık Kalkınma Planları (BYKP) aracılığıyla desteklemeye çalışmıştır. Bu amaç doğrultusunda 30 Nisan 1960 tarihinde Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) kurulmuş, 1963 yılından itibaren de BYKP uygulanmaya başlanmıştır (Kıratoğlu, 2015: 55). Hazırlanan bu planlarda bölgelerarası eşitsizlik ve dengesizliklerin giderilmesine yönelik çeşitli ölçütler kullanılmıştır.

3.1.1. Planlı Dönemde (1960’dan Günümüze) Bölgesel İktisat Politikaları

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda vurgulanan nokta, ülkenin çeşitli bölgelerinde gerek iktisadi faaliyet hacmi ve gelir seviyesi gerekse en geniş anlamıyla sosyal hizmet ve tesisler bakımından büyük dengesizliklerin mevcut olduğudur. Bu açıdan kalkınma planının önemli amaçlarından biri de bu dengesizliklerin azaltılması ile bölgelerarası dengeli kalkınmanın sağlanmasıdır (DPT, 1963: 53).

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda öncelikli yöreler anlayışıyla hareket ederek üç bölge belirlenmiştir. Bunlar; potansiyel gelişme bölgeleri, geri kalmış bölgeler ve büyükşehir bölgeleri (metropolitan bölge) şeklinde sıralanmıştır. Geri kalmış bölgelerdeki programların takip edilebilmesi için bakanlıklar arası bir kurul kurulması planlanmış olup ayrıca bu bölgelerdeki kamu görevlilerinin teşviki için personel politikalarının geliştirilmesi ve son olarak özel sektör yatırımlarının artırılması amacıyla vergi teşviklerinin uygulanmasının gerekliliği üzerinde durulmuştur (Çelikkaya, vd., 2018: 24). Gelişme bölgelerinin tespit edildiği bu planda, Doğu Marmara'nın sanayi, Çukurova'nın tarım ve sanayi, Antalya Bölgesi'nin tarım ve turizm, Zonguldak bölgesinin ise sanayi ile gelişeceği öngörülmüştür (DPT, 2000: 28).

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda, Birinci Plan'da bölgesel kalkınma için alınan kararların tamamı yer almıştır. Ancak İkinci Plan'ın Birinci Plan'dan farkı, bölgesel gelişme bağlamında şehirleşmeye verilen önem ve şehirleşmenin ekonomiye hareket kazandırdığı görüşünden hareketle, şehirlerin bölgelerarası gelişmenin en önemli araçlarından biri olarak değerlendirilmesidir (Barlın, 2010: 214).

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda da vergi teşvikleri uygulanmaya devam edilmiştir. Bu planda bölge gelişmesi ve bölgelerarası dengesizliklerle daha yakından ilgilenmek maksadıyla DPT bünyesinde 1971 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla Kalkınmada Öncelikli Yöreler Dairesi (KÖY) kurulmuştur. KÖY Dairesinin görevleri üç madde ile sıralanmaktadır. Bunlardan birincisi ülkede geri kalmış bölgeleri bilimsel yöntemlerle saptamaktır. İkincisi bu bölgelerde etkin ve akılcı çalışma düzeni oluşturmak için merkezdeki ve taşradaki kamu kuruluşlarını kapsayacak, örgüt, insan gücü ve yönetsel düzenleme önerileri hazırlamaktır. Son olarak üçüncüsü ise bu bölgeleri, ekonomik, toplumsal ve kültürel yönlerden kalkındıracak ve aradaki gelişmişlik farklarını kapatacak yöntemler geliştirmek ve bunları uygulamaktır (Türkmen, 2012: 297).

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)

Üçüncü Beş yıllık Kalkınma Planı'nda İkinci Plan'da uygulanan Kalkınmada Öncelikli Yörelere anlayışına devam edilmiştir. Ancak bu plan, bölgelerarası gelişmişlik farklarının giderilmesinin kaynak dağılımını bozacağı ve ulusal ekonomik kalkınmayı yavaşlatacağı düşüncesiyle Birinci ve İkinci Kalkınma Planlarına göre daha yüzeysel kalmıştır (Takım, 2010: 265). Ayrıca plan ulusal bütünlük endişesiyle yönlendirilmiş, bölge ya da yöresel uygulamaların ulusal bütünlüğün sağlanmasında olumsuz bir etki yaratacağı imajı çizilmiş (Barlın, 2010: 218) ve bölgesel planlama anlayışı terk edilmiştir.

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda *bölge* yerine *yöre* kelimesi kullanılmıştır. Bu plan çerçevesinde, başlangıçta Devlet Planlama Merkez Teşkilatı içerisinde örgütsel bir düzenlemeye gidilmiş ve kalkınmada öncelikli yörelerin, potansiyele sahip oldukları konularda uzun vadeli kalkınmanın amaçlarına uyulması ve ulusal bütünlük içerisinde sosyal ve ekonomik gelişmelerin sağlanması amaçlanmıştır. Bunun içinde gelişme potansiyeline sahip yörelerin doğal kaynak ve beşeri kaynakları tespit edilecek, bu yörelerin gelişmişlik seviyelerini yansıtan sosyo-ekonomik bütünleşme göstergeleri ile oluşturulan endeksler göz önünde bulundurularak yörelerin gelişmişlik seviyeleri sıralanacak ve bu iller yıllık programlarda yayınlanacaktır (DPT, 1973: 948). Bu bakımdan planın belli başlı bölgelere yoğunlaştığı ve diğer bazı bölgeleri dışladığı sonucuna varılabilir.

Dördüncü Beş yıllık Kalkınma Planı (1979-1983)

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda daha önce uygulanan planların bölgesel gelişmenin sağlanmasına yönelik başarısızlıkları gündeme getirilmiştir. Ancak bu planın vurgusu yine ulusal kalkınma olmuştur. Bu doğrultuda gelişmiş ve hızla gelişmekte olan bölgelerde, gelişmenin ulusal plan hedef ve amaçları doğrultusunda sürekliliğini sağlamak, düzensiz kentleşmeyi ve arazi kullanımını denetim altına almak, sanayi-altyapı ilişkilerini düzenlemek önem kazanmışken, geri kalmış bölgelerde ise amaç gelişme sürecini başlatmak ve süreklilik kazandırmak olmuştur (DPT, 1979: 72). Geri kalmış bölgelerde özellikle Doğu ve Güney Doğu Anadolu Bölgelerinin hızlı bir şekilde gelişmesini sağlamak amacıyla eğitim, sağlık, ekonomik, sosyal ve kültürel konularda çeşitli önemli projelerin hazırlanması

öngörülmüştür (Kulaksız, 2008: 53). Bu iki bölgenin tarım açısından mevcut potansiyelinden en üst düzeyde yararlanılması amaçlanmakta ve hayvancılığın geliştirilebilmesi için hayvancılığın tüm yönlerini kapsayan ve hayvancılığı ilgili sanayilerle birlikte düşünen geniş kapsamlı proje çalışmalarının planın ilk yılından tamamlanması hedef olarak benimsenmiştir (Gündüz, 2006: 120).

Bu planda da KÖY'lere uygulanan teşviklere devam edilirken, KÖY kapsamında üç kanun çıkarılması ile bu uygulama daha cazip hale getirilmiştir. Bunlardan birinci kanunda, KÖY'de fiilen çalışıyor olanların ücretlerine özel yatırım indirimleri ile KÖY'de yapılacak yatırımlara vergi indirimi oranlarının artırılması Bakanlar Kurulu'na bırakılmıştır. İkinci kanun, KÖY'lerde yapılacak konut, tesis inşaatı ve bunlarla ilgili işlemlere getirilen vergi, resim ve harç muafiyeti uygulamasını hükme bağlamaktadır. Son olarak üçüncü kanunla Kamu Ortaklık Fonu'ndaki paranın en az onda birinin KÖY'de kullanılması zorunluluğu getirilmiştir (Kıratoğlu, 2015: 58).

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda, Dördüncü Plan'da KÖY ile ilgili alınan kararların uygulanmasına devam edilmiştir (Acar, 2006: 107). Aynı zamanda Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin kalkındırılması hedeflenmiş ve bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının azaltılması üzerinde durulmuştur (Ertaş, 2013: 53). Bu amaç doğrultusunda bölgelere göre sektörlerin teşviki için gerekli ilke ve kıstaslar belirlenecek, kamu hizmetlerinin dağılımında bölgelerarası denge gözetilecek, bölgelerin tarım potansiyellerinin etkili bir şekilde değerlendirilmesi için tarım altyapısı geliştirilecek, girdi kullanımı iyileştirilecek ve tarım üretiminin çeşitlendirilmesi sağlanacaktır (DPT, 1985: 162).

Bu planda, Üçüncü Plan'da terk edilen bölgesel planlama ilkesine geri dönülmüştür. Böylece planda, bölgelerin saptanmasında idari bölgelerden bağımsız bölge kavramı esas alınmış, yerleşim birimlerinin çeşitli konularda karşılıklı ilişkileri en fazla olan *Fonksiyonel Bölgeler* oluşturulması hedeflenmiştir. DPT tarafından 16 bölge belirlenmiş ve planlama çalışmalarında bunlara uyulması ilkesi benimsenmiştir. Bu bölgelerin merkezleri; İstanbul, Bursa, Eskişehir, İzmir, Ankara, Konya, Adana,

Samsun, Kayseri, Sivas, Malatya, Gaziantep, Trabzon, Erzurum, Elazığ ve Diyarbakır şeklinde sıralanmıştır (DPT, 2000: 29).

1985 yılında kabul edilen İmar Kanunu ile bölge planlarını yapan ve yaptıran tam yetkili kurum DPT olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda DPT Müsteşarlığı; Doğu Anadolu Projesi Ana Planı (DAP), Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Planı (DOKAP), Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP), Zonguldak-Bartın-Karabük Bölgesel Gelişme Projesi (ZBK) ve hızla kentleşen Çukurova Bölgesi için Çukurova Metropolitan Bölgesel Kentsel Gelişme Projesi gibi çalışmalar başlatmıştır (Akpınar, 2012: 31).

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde KÖY yeniden tespit edilmiş olup yeni kurulmuş olan Ardahan ve Iğdır ile birlikte proje kapsamında il sayısı 35'e yükselmiştir. KÖY'de kamu yatırımları artarak devam etmiştir. Ancak Beşinci Plan'da belirlenen 16 bölge için planlanan faaliyetler bir yana bırakılmıştır. Ayrıca bu planda *bölge planlaması* kavramı yerini *bölgesel gelişme* kavramına bırakmıştır (Gündüz, 2006: 122).

1990 yılında düzenlenen bu plan çerçevesinde bölgesel gelişme için alınan belli başlı kararlar şu şekilde sıralanabilir (DPT, 1990: 318-319):

- Kalkınmanın bölgeler arasında dengeli olması, bölgesel gelişme çalışmalarının refahı yaygınlaştırıcı ve artırıcı yönde alınması temel ilkedir.
- Sanayinin bölgeler arasında dengeli dağılımının sağlanması ve sınai gelişmenin teşvik edilmesi amacıyla organize sanayi bölgeleri yapımına devam edilecektir.
- Bölgesel kalkınma politikalarının tespiti ve uygulaması sırasında Avrupa Topluluğu'nun bölgesel politikalarında gözetilen amaçlar ve uygulamalar dikkate alınacaktır.
- Başta Doğu ve Güney Doğu Anadolu bölgeleri olmak üzere, KÖY'ün ekonomik, sosyal ve kültürel yönden kalkındırılması sağlanacaktır.
- KÖY'de daha ayrıntılı çalışmalar yapabilmek için bölge ve alt bölge bazlı planlar yapılacaktır.

Bu kararlar doğrultusunda Altıncı Planı diğer planlardan farklılaştıran ilkenin, bölgesel kalkınma planlarının uygulanması açısından Avrupa Topluluğu'nun takip edilecek olmasıdır.

Yedinci Beş yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda *Bölgelerin Dengeleri Sağlanmalı* ana başlığı altında, bölgesel gelişmenin yanında fiziki planlama ve kentleşme ile ilgili düzenlemelere de yer verilmiştir. Bu planı diğer planlardan farklılaştıran esas yaklaşım ise ekonomik, sosyal, kültürel, siyasi yönleriyle bütünsel olarak *sürdürülebilir kalkınmanın* sağlanması ilkesidir (Ertuş, 2013: 55). Yani bu ilke ile bölgesel gelişme çalışmaları ve fiziki planlar hazırlanırken çevresel etkenlerin ve ekolojik dengenin korunması amaçlanmıştır. Böylece ilk kez bir planda çevre ve bölgesel kalkınma kavramları bir arada kullanılmıştır (Acar, 2006: 108).

Diğer planlar dâhilinde yer alan KÖY uygulamaları başarılı olmasına rağmen, bölgelerarası dengesizliklerin varlığı devam etmiştir. Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi yine üzerinde durulan bir konu olmuş, bu bölgelerin özellikle geri kalmasının nedeni, bazı yörelerde yaşanan terör olaylarının toplumsal huzursuzluğu arttırması, bölgeye yapılacak yeni yatırımları engellemesi ve var olan tesislerin işletilmesini güçleştirmesidir (Keskin ve Sungur, 2010: 286). Dolayısıyla bu bölgelerin öncelikli bazı ihtiyaçlarını karşılamak için 1994 yılında *Acil Destek Programı* uygulanmıştır (Erikçi, 2016: 56).

Bu plan çerçevesinde alınan birtakım kararlar şunlardır (DPT, 1996:174-178):

- Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri için Onarım Projesi hazırlanacak ve bu kapsamda istihdam sorununa bir çözüm olması için konut ve hayvancılık sektörleriyle ilgili hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilecek nitelikte projeler hazırlanarak uygulanmaya konulacaktır.
- Çok amaçlı bir bölgesel kalkınma projesi olarak yürütülen GAP çalışmalarına ve uygulamalarına hızla devam edilecek ve gerektiğinde diğer bölgeler için de aynı uygulamalar yapılacaktır.
- Zonguldak-Bartın Bölgesel Gelişme Projesi çalışmaları hızla tamamlanarak plan döneminde uygulanmasına geçilecektir.

- Özel sektörün, KÖY’de yatırım yapmasını özendirmek ve bu bölgelerdeki tesislerin verimli bir şekilde işletilmesi için yapılacak devlet yardımları uygun talep eşiğine ulaşabilecek nitelikteki bölgesel gelişme merkezlerine yoğunlaştırılacaktır.
- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerine öncelik vermek üzere, KÖY’de *Girişimciliği Destekleme Projeleri* uygulayacaktır. Belirtilen girişimcilerin finansman desteğini karşılamak üzere Türkiye Halk Bankası'nca gerekli tedbirler alınacaktır.
- Gelişmiş ve normal yöre olarak tanımlanan illerimizde *İhtisaslaşmış Organize Sanayi Bölgeleri* kurma faaliyetleri hızlandırılacaktır. Ayrıca bu bölgelerin son teknolojileri kullanacak tarzda örgütlenmeleri için Ar-Ge faaliyetleri ve üniversite-sanayi işbirliğini geliştirici yönde düzenlemeler yapılacaktır.

Yedinci plan, görüldüğü üzere diğer planlardan daha geniş bir şekilde hazırlanmıştır.

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, bölgesel gelişme politikalarının uygulanmasında, artan küreselleşme ve küresel rekabet nedeniyle kentlerin öneminin nispeten artmış olması, çeşitli yeni amaçlar belirlenmesine yol açmıştır. Bu plan çerçevesinde, sürdürülebilirlik, bölgelerarası bütünleşme, sosyal ve ekonomik dengelerin sağlanması, yaşam kalitelerinin iyileştirilmesi, fırsat eşitliği, kültürel gelişme ve katılımcılık ilkeleri esas alınmıştır (DPT, 2000: 63).

Türkiye’nin AB’ye üyelik süreci bu dönemde yoğun bir şekilde devam etmiş ve bu yüzden bölgesel gelişme politikalarının AB politikalarına uyumu için gerekli çalışmalara hız verilmiştir (Çelikkaya vd., 2018: 26). Bu anlamda gerçekleştirilen ilk uyum, 2002 yılında Türkiye’nin İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) sistemini kabul etmesidir. İBBS’nin kabul edilmesi ile Bölgesel Kalkınma Ajansları (BKA) kurulmuş, bölgesel karar alma ve kalkınma stratejileri belirlemede yerel aktörler sürece dâhil edilmiştir. Ayrıca AB’nin bölgesel gelişme politikalarına uyum kapsamında İBBS temel alınarak üçlü bir ayırım yapılmıştır. Düzey 1’de Türkiye’nin

illeri 12 bölgeye ayrılmış, Düzey 2’de bu iller 26 bölgeye ayrılmıştır. Düzey 3 ise bu illerde bir gruplandırma yapılmadan 81 ilden oluşmaktadır (Deviren ve Yıldız, 2014: 28).

Bu dönemde uygulanan planda diğer bir önemli gelişme Yeni Sanayi Odakları kavramının gündeme gelmesidir. Yeni sanayi odaklarının oluşturulmasında önemli bir işlev gören ve altyapısı hazır olarak girişimcilere sunulan Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Siteleri uygulamalarına ek olarak, orta boy işletmelerin yaygınlaştırılması için örnek Sanayi Siteleri uygulaması başlatılacağı belirtilmiştir (Dulupçu, Sugur ve Keskin, 2015: 245). Ayrıca bu dönemde, KÖY uygulamasına kapsamı genişletilerek devam edilmiş, GAP’ın 2010 yılında tamamlanması için hızlanma kararı alınmış, belirlenen ilkeler ve stratejiler kapsamında DAP ve DOKAP’ın uygulanmaya konulması amaçlanmıştır (Keskin ve Sungur, 2010: 287). Ege Bölgesi Bölgesel Gelişme Planı, Doğu Akdeniz Bölgesel Gelişme Planı ve Batı Akdeniz Bölgesel Gelişme Planı çalışmalarına ise devam edilmesi kararlaştırılmış, ancak bütün planların bu dönemde bitirilmesi hedeflenmiştir (Elvan, 2002: 105).

Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)

Dokuzuncu Kalkınma Planı’nın bu dönemde ortaya çıkan yeni bölgeselcilik anlayışına vurgu yaptığı görülmektedir. Dolayısıyla planda, yenilik, Ar-Ge, girişimcilik, yeni sanayi odakları, kümelenmeler, ağ sistemleri ve girişim sermayesi gibi yeni ekonomi araçlarından bahsedilmektedir (Keskin ve Sungur, 2010: 287).

Bu planın ulaşmak istediği hedefi, “istikrar içinde büyüyen, gelirini daha adil paylaşan, küresel ölçekte rekabet gücüne sahip, bilgi toplumuna dönüşen ve AB’ye üyelik için uyum sürecini tamamlamış bir Türkiye” şeklinde ifade edilmiştir. Buna ulaşmak için sosyal, kültürel, siyasal ve ekonomik alanda birçok düzenlemeye gidilmiştir. Bölgesel gelişme politikaları da bundan payını almıştır. Bu kapsamda bölgesel gelişmenin sağlanması için; bölgesel gelişme politikasının merkezi düzeyde etkinleştirilmesi, yerel dinamiklere ve içsel potansiyele dayalı gelişmenin sağlanması, yerel düzeyde kurumsal kapasitenin artırılması ve kırsal kesimde kalkınmanın sağlanması ilkeleri benimsenmiştir (DPT, 2006: 2-4).

Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)

Onuncu Kalkınma Planı Türkiye'nin 2023 hedefleri doğrultusunda toplumu yüksek refah seviyesine ulaştırma yönünde önemli bir çalışma olarak görülmüştür. Bölgesel gelişme ve rekabet edebilirlik alanında; merkezde ve mahallinde kurumsal yapılar oluşturulmuş, eyleme dönük çeşitli programlar uygulanmıştır. Bölgesel Gelişme Yüksek Kurulu ve Bölgesel Gelişme Komitesi kurulmuştur. Bölgesel düzeyde 26 kalkınma ajansı ve bunlar bünyesinde 81 ilde yatırım destek ofisi faaliyete geçmiş, tüm ülke için bölgesel planlar hazırlanmış ve uygulanmaya çalışılmıştır. GAP hedeflerini daha kısa sürede gerçekleştirmek için eylem planı hazırlanarak yürürlüğe konulmuş, DAP, DOKAP, Konya Ovası Projesi (KOP) için bölge kalkınma idareleri oluşturulmuştur. Buna ek olarak yatırım teşvik sisteminin bölgesel boyutu güçlendirilmiş, cazibe merkezleri programı, köy altyapısına ilişkin Köylerin Altyapısının Desteklenmesi projesi (KÖYDES), Belediyeler için Belediyelerin Altyapısının Desteklenmesi Projesi (BELDES) ve Su Kanalizasyon Altyapı Programı (SUKAP), sosyal kalkınma bakımından öncelikli illere yönelik SODES programları uygulamaya konulmuştur (DPT, 2013: 25-26).

On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)

On Birinci Kalkınma Planı, her alanda rekabetçiliği ve verimlilik artışını arttırmayı temel ilke olarak benimsemiştir. Plan beş temel ekseninde değerlendirilmiş olup bunlar; istikrarlı ve güçlü ekonomi, rekabetçi üretim ve güçlü verimlilik, nitelikli insan ve güçlü toplum, yaşanılabilir şehirler ve sürdürülebilir çevre ile hukuk devleti şeklinde sıralanmaktadır (DPT, 2019: 1-2). Bu plan doğrultusunda bölgesel gelişme için amaçlanan belli başlı ilkelere değinilecek olursa (DPT, 2019: 67-171):

- Kalkınma Ajansları bölgesel gelişme hedefleri ve kentlerin ekonomik beklentilerine uygun olarak sanayi alanlarının belirlenmesi ve geliştirilmesinde etkin bir rol oynayacaktır.
- Kamu yatırımları, bölgelerarası dengesizlikleri azaltacak ve bölgesel gelişme potansiyeline katkı sağlayacak şekilde tahsis edilmeye devam edilecektir.
- İlgili bakanlıklar ve KOSGEB gibi kurum ve kuruluşlarca bölgesel gelişme alanında verilen desteklerin koordinasyonu sağlanacaktır.

- Görece geri kalmış bölgelerin çevresine hizmet verme bakımından merkez olma işlevi taşıyan illerde Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı uygulamasına devam edilecektir.

Cumhuriyet'in kurulmasından planlı döneme kadar geçen sürede bölgelerarası gelişmişlik farklarının azaltılması konusunda etkin politikalar yürütülemedi. Ancak planlı dönemin başlamasıyla kademeli bir şekilde bölgesel gelişmeyi sağlamaya yönelik uygulamalar üretilmiştir. 1960-1990'lı yıllar arasında uygulanan beş yıllık kalkınma planları geleneksel bölgesel kalkınma anlayışı çerçevesinde uygulamaya konulmuştur. Bu planlarda genel olarak bölge planlama kavramı üzerinde durulmuş, bölge politikasının temel amacının ise bölgelerarası gelişmişlik farklarını gidermek olduğu belirtilmiştir. Bu amaç doğrultusunda bu dönemde faaliyete geçirilen KÖY, GAP gibi uygulamaların merkezden yönetimli ve kamu yatırımlarına dayalı geleneksel bölgesel kalkınma araçları olduğu görülmektedir (Keskin ve Sungur, 2010: 288).

1990'lı yıllardan sonra ise dünyada yaşanan hızlı küreselleşme ve bunun sonucunda meydana gelen ekonomik anlamdaki değişim ve dönüşümün neticesinde, sürdürülebilir kalkınma, Ar-Ge, kümelenme, ağ sistemleri, inovasyon, girişimci sermaye, yeni sanayi odakları ve cazibe merkezleri gibi birtakım yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Bu kavramlar yeni ekonominin dinamikleri olup, özellikle Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'ndan sonra bölgesel kalkınma politikalarının da belirleyicileri olmuşlardır. Bu doğrultuda Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'ndan günümüze kadar uygulanan planlarda yeni bölgesel iktisat anlayışının hâkim olduğu ifade edilebilir.

3.4. Türkiye'de Yaratıcı Sınıfın Bölgesel Dağılımı

Florida'nın yaratıcı sınıfı, daha önce de ifade edildiği gibi, meslek bazlı bir gruptur ve bu yüzden eğitim ile ölçülen beşeri sermayenin farklı bir versiyonudur. Türkiye'nin yaratıcı sınıfının hesaplanmasında SGK veri tabanından ve ayrıca mesleki gruplandırma için ISCO-08'den (Uluslararası Standart Meslek Sınıflandırma Sistemi) faydalanılmıştır. Bu çalışma için SGK'dan 2020 yılına ait il bazlı meslek kodlarına göre 4a, 4b ve 4c çalışan sayısı temin edilmiştir. Daha sonra ISCO-08 meslek kodları ile Çelikkol, Doğrul ve Murat (2016)'ın konuyla ilgili yapmış oldukları çalışmada

kullandıkları yaratıcı meslekler baz alınarak yaratıcı sınıf gruplaması yapılmıştır. Ancak SGK tarafından ISCO-08'e göre sadece 4a sınıflandırılmışken, 4b ve 4c bu sınıflandırmanın dışında bırakılmıştır. Bu durumda 4b ve 4c için yaratıcı sınıf gruplandırması meslek isimleri üzerinden derlenmiştir.

Türkiye'nin toplam nüfusu, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi'ne göre (ADNKS) 2020 yılında 83.614.362 kişidir. Çalışma çağındaki nüfus (15-64 yaş arası) ise toplam nüfusun yaklaşık olarak yüzde 68'i oranındadır. Belirli bir işi olan aktif nüfusun çalışma çağındaki nüfusa oranı ise yüzde 41'dir. Aktif nüfusun yüzde 72'sini 4a (SSK), yüzde 13'ünü 4b (BAĞKUR) ve yüzde 15'ini 4c (Emekli Sandığı) oluşturmaktadır. SGK'nın toplam istihdam verisi ele alındığında, süper yaratıcı çekirdek yaklaşık olarak yüzde 5'ini, yaratıcı profesyoneller yaklaşık olarak yüzde 14'ünü ve bohemler ise yaklaşık olarak yüzde 2'sini oluşturmaktadır. Bu durumda Türkiye'de çalışma çağındaki nüfusun yaklaşık olarak yüzde 8'ni, zorunlu sigortalı çalışanların sayının ise yaklaşık olarak yüzde 21'ini yaratıcı sınıf oluşturmaktadır.

Tablo 3.1’de Türkiye’de İBBS Düzey 1’e göre yaratıcı sınıfın dağılımı verilmiştir.

Tablo 3. 1. Türkiye’de Yaratıcı Sınıfın İBBS Düzey 1’e Göre Dağılımı (%)

Bölge	Nüfus	Yaratıcı Sınıf	Süper Yaratıcı Çekirdek	Yaratıcı Profesyoneller	Bohemler
İstanbul (TR1)	18,48	33,02	27,01	34,70	37,09
Akdeniz (TR6)	12,86	9,81	9,36	10,05	9,31
Ege (TR3)	12,78	12,13	11,30	12,54	11,38
Güneydoğu Anadolu (TRC)	10,90	5,25	7,26	4,67	4,07
Doğu Marmara (TR4)	9,84	11,05	10,69	11,01	12,41
Batı Anadolu (TR5)	9,76	11,85	14,81	11,02	10,26
Batı Karadeniz (TR8)	5,60	3,81	4,03	3,64	4,49
Orta Anadolu (TR7)	4,89	3,31	3,51	3,17	3,88
Ortadoğu Anadolu (TRB)	4,72	2,39	3,69	2,04	1,49
Batı Marmara (TR2)	4,34	3,70	3,71	3,78	3,05
Doğu Karadeniz (TR9)	3,20	2,14	2,28	2,12	1,90
Kuzeydoğu Anadolu (TRA)	2,62	1,49	2,37	1,27	0,68
Toplam (n=12)	100	100	100	100	100

Kaynak: TÜİK ve SGK’dan elde edilen veriler kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Buna göre toplam nüfusun yaklaşık yüzde 19’u İstanbul’da yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte yaratıcı sınıfın yüzde 33’ü ile yaratıcısı sınıfı oluşturan yaratıcı çekirdeğin yüzde 27’si, yaratıcı profesyonellerin yaklaşık olarak yüzde 34’ü ve bohemlerin yüzde 37’sinin de İstanbul’da yaşadığı görülmektedir. Her ne kadar nüfus bakımından Akdeniz Bölgesi öne çıkmış olsa da yaratıcı sınıfın yoğunlaştığı ikinci önemli bölge Ege Bölgesi’dir (yüzde 12,13). Özellikle İzmir’in Ege Bölgesindeki varlığı yaratıcı sınıfı cezbetme bakımından belirleyici bir role sahiptir. Yaratıcı sınıfın yoğunlaştığı üçüncü bölgenin ise Batı Anadolu Bölgesi (yüzde 11,88) olduğu görülmektedir. Batı Anadolu Bölgesinde Ankara’nın varlığının yine belirleyici bir öneme sahip olduğu ifade edilebilir. Doğu Marmara Bölgesi (yüzde 11,05) yaratıcı sınıfı kendine çekebilme başarıyla dördüncü bölge olarak karşımıza çıkmaktadır.

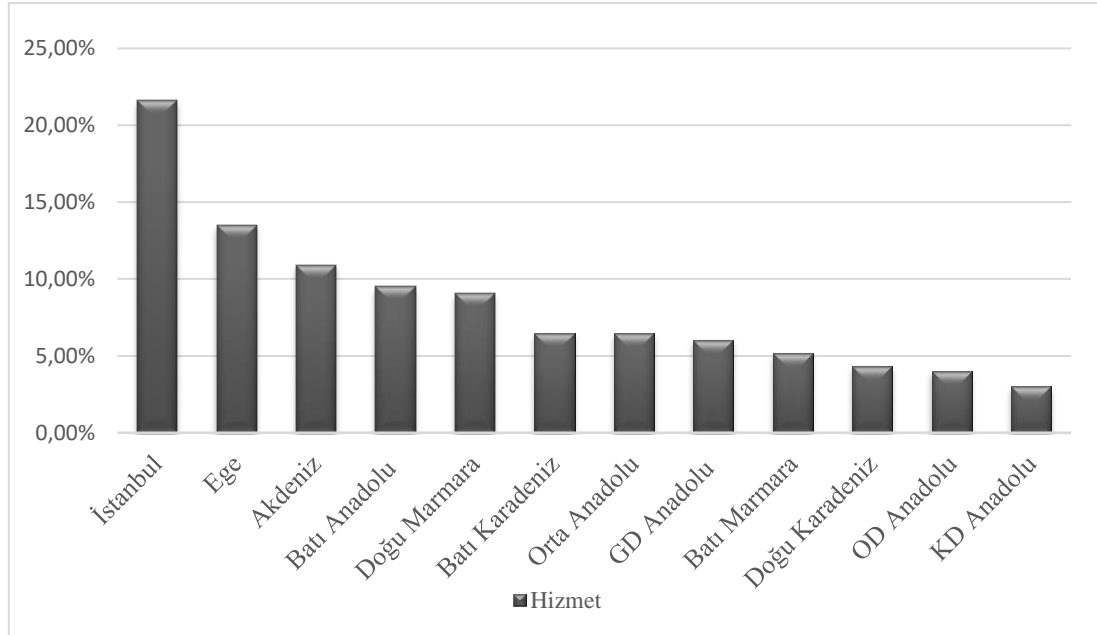
Doğu Marmara Bölgesinde yer alan Kocaeli, Bursa ve Eskişehir yaratıcı sınıfın bu bölgede yoğunlaşmasını sağlayan şehirler olarak ön plana çıkmaktadır. Akdeniz Bölgesi de (yüzde 9,81) yaratıcı sınıfın yoğunlaştığı bölgelerden biri olarak kabul edilebilir. Ancak nüfus oranına bakıldığında diğer dört bölgeye göre geri planda kalmış olduğu çıkarımında bulunulabilir. Geride kalan diğer bölgelere bakıldığında ise yaratıcı sınıfın yüzdesel dağılımında aralarında büyük farklılıklar görülmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi nüfusun yaklaşık olarak yüzde 11'ine sahipken, yaratıcı sınıf nüfusa oranla düşük seviyededir. Dolayısıyla Türkiye'de yaratıcı sınıfın bölgelerarası dengesiz bir dağılım sergilediği görülmektedir.

3.4.1. Türkiye'de Yaratıcı Sınıfın Bölgesel Dağılımına Etki Ettiği Düşünülen Faktörler

Yaratıcı sınıfın bölgelerarası dengesiz dağılımını Florida çeşitli faktörlere bağlamaktadır. Florida bir yerin yaratıcı insanları çekebilmesi için, “hizmet sektörünün gelişmiş olması,” “ileri teknolojili merkezlerin varlığı” ve “çeşitliliğe açık olması” ile bağlantılı olduğunu ileri sürmüştür. Söz konusu tezden hareketle, bu çalışmada ayrıca Türkiye'de yaratıcı sınıfın belli bölgelerde yoğunlaşmasının nedeni bu faktörler üzerinden incelenmiştir.

Bir bölgede kütüphane, sinema salonları, tiyatro salonları, hastaneler, spor salonları, üniversiteler, kafeler ile müze sayıları gibi sağlık, spor, kültürel ve sanatsal alanda hizmetlerin yoğunluğu o bölgeleri cazip hale getirmektedir. Grafik 3.1'de TÜİK ve YÖK istatistiklerinden elde edilmiş İBBS Düzey 1'e göre düzenlenmiş toplam halk kütüphanesi sayısı, sinema ve tiyatro salonu sayıları, müze, hastane ve üniversite sayılarının dağılımı verilmiştir.

Grafik 3. 1. Hizmet Sektöründe Yer Alan Bazı Hizmetlerin İBBS Düzey 1'e Göre Dağılımı (%)

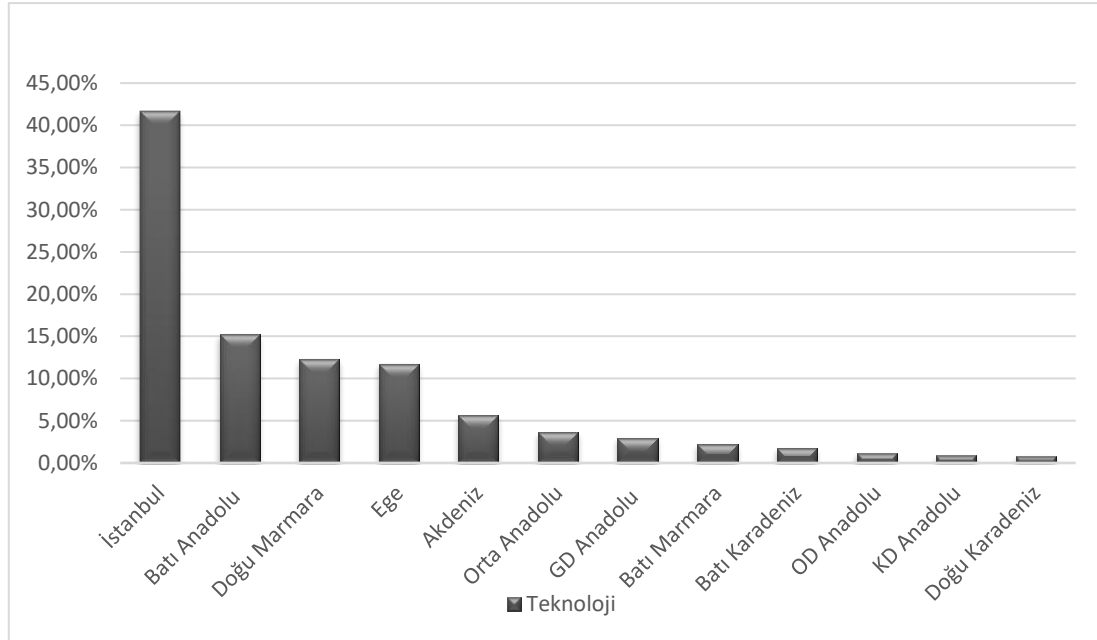


Kaynak: TÜİK ve YÖK, 22.11.2021.

Grafik 3.1. incelendiğinde bu hizmetlerin dağılımında en fazla paya sahip olan bölgenin İstanbul (yüzde 20'den fazla) olduğu görülmektedir. Ege ve Akdeniz bölgeleri de bu hizmetler açısından yüksek bir paya sahip olmakla birlikte, Batı Anadolu ve Doğu Marmara bölgelerinin de birbirine yakın pay aldıkları görülmektedir. Dolayısıyla Tablo 3.1'de yaratıcı sınıfın dağılımı göz önüne alındığında, Grafik 3.1'deki hizmetlerin dağılımı ile benzerlik gösterdiği görülebilir. Başka bir deyişle yaratıcı sınıf daha çok kültürel ve sanatsal hizmetlerin yoğunlaştığı bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Buradan hareketle hizmet sektörünün gelişmişliğinin yaratıcı sınıfı cezbeden unsurlardan biri olduğu sonucuna varılabilir.

Yaratıcı sınıfın bir bölgede yoğunlaşmasının diğer bir nedeni de ileri teknoloji merkezlerin varlığıdır. Türkiye için teknolojinin yoğunlaştığı bölgelerin tespiti için kullanılan veri, bilgi stokunun teknolojiye dönüştüğü patent sayılarıdır. Dolayısıyla Türkiye'de teknolojinin hangi bölgelerde yoğunlaştığını inceleyebilmek amacıyla Türk Patent ve Marka Kurumu istatistiklerinden elde edilen il bazlı patent sayıları İBBS Düzey 1'e göre düzenlenmiştir. Grafik 3.2'de teknolojinin, daha doğrusu teknolojiye kaynaklık eden bilgi stokunun yoğunlaştığı bölgeler verilmiştir.

Grafik 3. 2. Teknolojiye Kaynaklık Eden Bilgi Stokunun İBBS Düzey 1'e Göre Dağılımı (%)



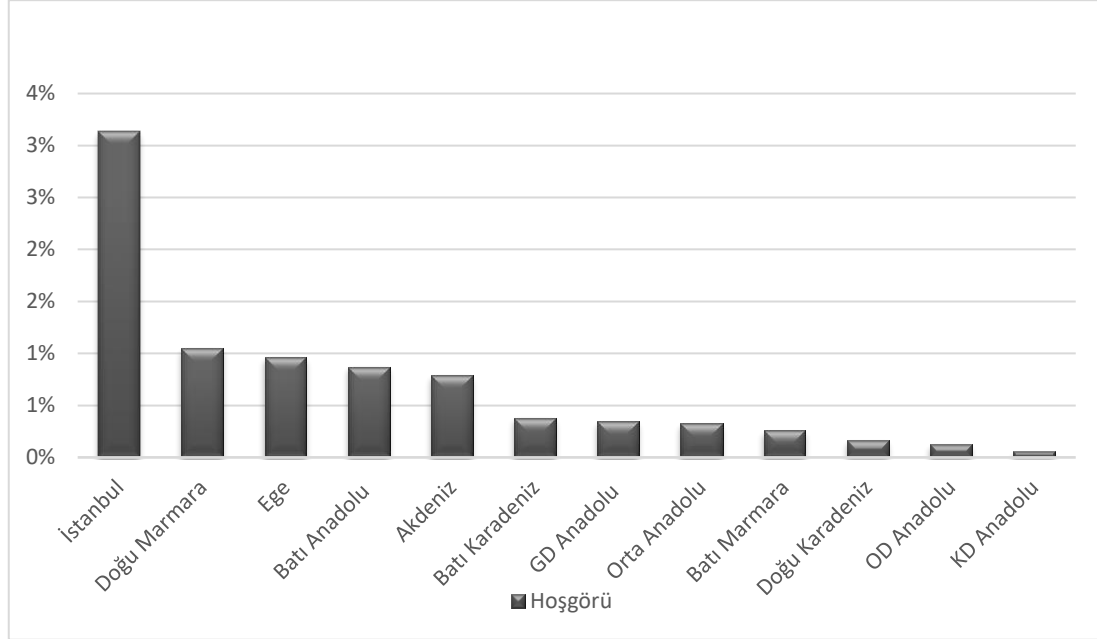
Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 18.06.2021.

Grafik 3.2'ye bakılacak olursa, karşımıza yaratıcı sınıfın yoğunlaştığı İstanbul, Batı Anadolu, Doğu Marmara, Ege ve Akdeniz bölgeleri çıkmaktadır. Dolayısıyla teknolojinin bir bölgede yoğunlaşması yaratıcı sınıfı çeken cazip bir faktördür. Ancak yaratıcı sınıf ve ileri teknoloji arasında karşılıklı bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Bu bağlamda denilebilir ki, teknoloji merkezleri yaratıcı sınıfı kendine çeker; buna karşılık yaratıcı sınıf yeni teknolojilerin doğmasını sağlar ve böylece o bölgelerin gelişmişlik düzeyleri daha da artar. Kısacası teknoloji üretimi ve yaratıcılık birbirlerini besleyen olgulardır.

Florida'ya göre bir bölgede yaratıcı sınıfın yoğunlaşmasının en önemli nedeni çeşitliliğe karşı gösterilen hoşgörüdür. Hoşgörünün çeşitli göstergeleri vardır. Bunlar; bir bölgede toplam nüfusun içerisinde eşcinsel nüfus oranı, çeşitli ırklara sahip nüfusun bölgedeki varlığı ya da bohem denilen nüfusun toplam nüfusa oranı da çeşitliliğe karşı duyulan hoşgörünün bir göstergesi olabilir. Türkiye'de çeşitliliğe karşı duyulan hoşgörünün bölgelerarası dağılımını inceleyebilmek için istihdamdaki bohemlerin o bölgedeki toplam istihdam içindeki yüzdesel payı kullanılmıştır. Grafik 3.3'de

hoşgörünün bir göstergesi olan fiilen istihdam edilen bohemlerin toplam istihdamdaki payı gösterilmiştir.

Grafik 3. 3. İBBS Düzey 1 Bölgelerine Göre Bohemlerin Toplam İstihdam İçindeki Payı (%)

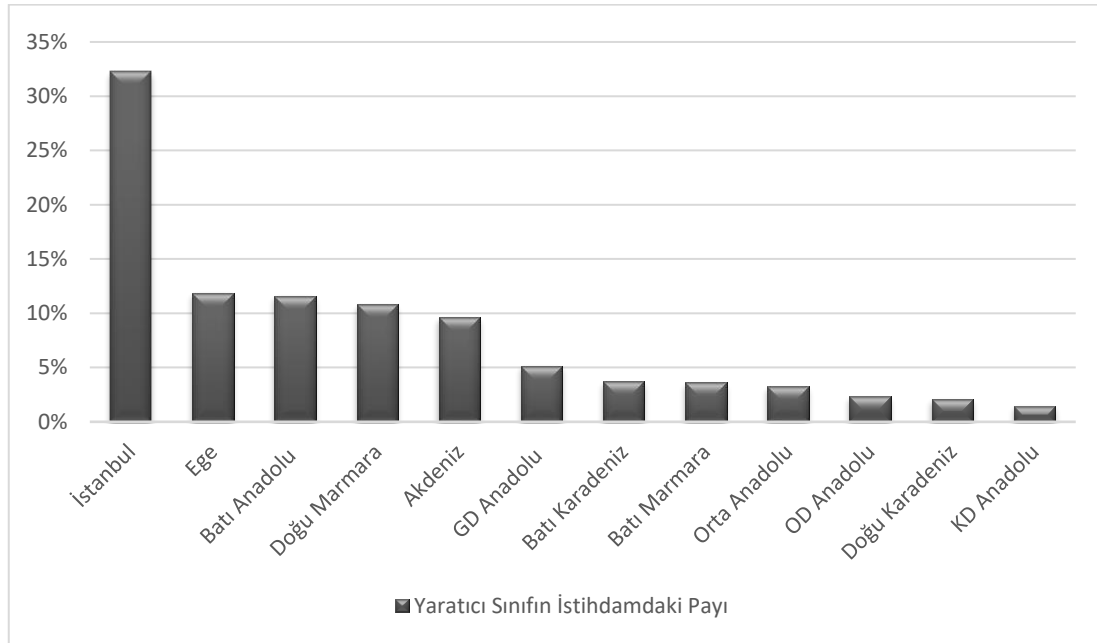


Kaynak: SGK ve TÜİK, 10.08.2021.

Grafik 3.3'e bakılacak olursa, İstanbul en fazla bohem işgücüne sahip ve dolayısıyla çeşitliliğe karşı en fazla hoşgörülü olan bölge olarak karşımıza çıkmaktadır. İstanbul'u takip eden diğer bölgeler ise Doğu Marmara, Ege, Batı Anadolu ve Akdeniz'dir. Sonuç olarak Türkiye'de yaratıcı sınıfın belli bölgelerde yoğunlaşması Florida'nın ileri sürdüğü, hizmet sektörünün gelişmiş olması, ileri teknolojinin ve hoşgörünün varlığı nedenlerine bağlı olarak incelendiğinde, İstanbul dışında kalan diğer bölgeler arasında sıralama değişse de, genelde karşımıza sürekli beş aynı bölge çıkmaktadır.

Yaratıcı sınıfın bir bölgede yoğunlaşmasının yanı sıra toplam istihdam içindeki payı da önemlidir. Türkiye’de toplam istihdamın yaklaşık yüzde 21’ini yaratıcı sınıf oluşturmaktadır. Grafik 3.4’de Türkiye’de yaratıcı sınıfın toplam istihdam içindeki payı verilmiştir.

Grafik 3. 4. İBBS Düzey 1 Bölgelerinde Yaratıcı Sınıfın Toplam İstihdam İçindeki Payı (%)



Kaynak: SGK ve TÜİK, 10.08.2021.

Grafik 3.4’te SGK’dan temin edilen toplam istihdam verileri kullanılmıştır. Yaratıcı sınıfın toplam istihdam içindeki payına bakıldığında İstanbul yine ön plana çıkmaktadır. Ardından sırasıyla Ege, Batı Anadolu, Doğu Marmara ve Akdeniz bölgeleri gelmektedir. Sonuç olarak Türkiye’de yaratıcı sınıfın toplam istihdam içindeki payı, yaratıcı sınıfın bölgesel dağılımı ile paralellik göstermektedir.

Yaratıcı sınıfın beşeri sermayenin farklı bir ölçütü olduğu ve bölgesel gelişmişlikle ilişkilendirildiği daha önceki bölümlerde sıkça değinilmiştir. Yapılan çalışmalarda yaratıcı sınıf ile ilgili mevcut literatür çalışmalarında yaratıcı sınıfın bölgesel gelişmişliği açıklamada geleneksel beşeri sermaye ölçütüne göre genel olarak daha iyi bir performans sergilediği sonucuna varılmıştır. Türkiye bağlamında bunu sınamak için basit bir korelasyon analizi yapılabilir.

3.4.2. Türkiye’de Bölgesel Gelişmişlik: Yaratıcı Sınıf ve Beşeri Sermaye

Türkiye’de bölgesel gelişmişliği açıklamada beşeri sermaye ve yaratıcı sınıf arasında bir kıyaslama yapmak için kullanılacak yöntemlerden biri korelasyon matrisi oluşturmaktır. Bunun için bir bölgenin ekonomik gelişmişliğini temsil eden, bir bölgede yerleşik ekonomik birimlerin belli bir dönemde bu bölgedeki ekonomik faaliyetleri sonucunda ürettikleri mal ve hizmetlerin değerinden, bu üretimin gerçekleştirilebilmesi için kullanılan mal ve hizmetlerin değerinin çıkarılması ile elde edilen *gayrisafi katma değer (GSKD)* (Şengül, Eslemian ve Eren, 2013: 83) kullanılmıştır. GSKD verileri, TÜİK istatistiklerinden elde edilmiştir. Beşeri sermaye, yükseköğrenime sahip kişilerin 15-64 yaş olarak ifade edilen çalışma çağındaki nüfusa oranı ile oluşturulmuştur. İlgili veriler TÜİK istatistiklerinden elde edilmiştir. Yaratıcı sınıf ve onu oluşturan yaratıcı çekirdek ile yaratıcı çekirdek içinde bulunan ve hoşgörünün varlığına işaret eden bohemler ve yaratıcı profesyoneller için ilgili verilerin temini SGK veri tabanından sağlanmıştır. Ancak bu kez yaratıcı sınıf ve yaratıcı sınıfı oluşturan her bir grup TÜİK veritabanından elde edilen 15-64 yaş arası nüfusa oranlanmıştır. Ayrıca her bir değişken 81 il bazlı olup, 2020 yılına ilişkin verilerden oluşmaktadır. Oluşturulan korelasyon matrisi Tablo 3.2’de verilmiştir.

Tablo 3. 2. Korelasyon Matrisi

	GSKD	Beşeri Sermaye	Yaratıcı Sınıf	Yaratıcı Çekirdek	Yaratıcı Profesyoneller	Bohemler
GSKD	1					
Beşeri Sermaye	0,348**	1				
Yaratıcı Sınıf	0,685**	0,702**	1			
Yaratıcı Çekirdek	0,462**	0,425**	0,644**	1		
Yaratıcı Profesyoneller	0,661**	0,705**	0,981**	0,499**	1	
Bohemler	0,591**	0,523**	0,823**	0,323**	0,812**	1

** Korelasyonun 0,01 seviyesinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.2’de yer alan korelasyon matrisine bakıldığı zaman ekonomik gelişmişlik ile beşeri sermaye, yaratıcı sınıf ve bileşenleri arasındaki korelasyon katsayılarının pozitif ve anlamlı olduğu görülmektedir. Ancak beşeri sermaye ve yaratıcı sınıf arasında bir kıyaslama yapıldığında, yaratıcı sınıfın bölgesel ekonomik gelişmişliği açıklamada beşeri sermayeye göre daha yüksek bir anlamlılık seviyesine sahip olduğu gözlemlenmektedir. Beşeri sermaye ve yaratıcı sınıf bileşenleri olan yaratıcı çekirdek, yaratıcı profesyoneller ve bohemler arasında bir kıyas yapıldığında ise yine beşeri sermayeye göre korelasyon katsayıları daha yüksektir. Bu da ilgili değişkenlerin bölgesel gelişmişliği açıklamada daha yüksek anlamlılık seviyesine sahip oldukları anlamına gelmektedir.

Grafik 3.5’de büyükşehir kategorisinde olan illerin dağılımı verilmiştir. Grafik 3.5’de açıkça görüldüğü gibi yaratıcı sınıf ve gayrisafi katma değer arasındaki ilişki bir serpilme diyagramı yoluyla incelendiğinde, arasında pozitif yönlü oldukça güçlü bir ilişki söz konusudur.

Buraya kadar yapılan analizin özeti niteliğinde, Türkiye’de yaratıcı sınıfın il bazlı dağılımını gösteren bir harita Şekil 3.1’de verilmiştir. Bu haritada yaratıcı sınıfın dağılım yoğunluğu dört ayrı renklendirme ile gösterilmiş, yoğunluğun en fazla olduğu illerden en az olduğu illere doğru renklendirme koyudan açığa doğru boyanmıştır. Sonuç olarak yaratıcı sınıfın yoğunluğunun en fazla olduğu iller başında İstanbul, Ankara ve İzmir’in gelmekte olduğu görülebilmektedir

SONUÇ

Bu çalışmanın amacı yaratıcı ekonominin beşeri dinamiklerinden yaratıcı sınıfın Türkiye’de bölgesel dağılımını ve bölgelerarası bu dağılıma etki ettiği düşünülen nedenleri incelemektir. Beşeri sermayenin farklı bir ölçütü olan yaratıcı sınıf son yıllarda daha belirgin şekilde, bölgesel kalkınmanın itici gücü olarak görülmüştür. Dolayısıyla hem ulusal ekonomiler için hem de bölgesel ekonomiler için önemli bir üretim faktörü olarak ön plana çıkmaktadır.

Türkiye’de planlı dönemden bu yana uygulanan bölgesel iktisat politikalarının temel hedefi, bölgelerarası gelişmişlik farklarının ortadan kaldırılmasına yönelik olmuştur. Ancak günümüzde bölgelerarası gelişmişlik farkları gün geçtikçe artmakta ve hâlâ insanlar ülkenin batısında yoğunlaşmaya devam etmektedir. Bugün nüfusun yüzde 73’ünden fazlası İstanbul, Ege, Akdeniz, Doğu Marmara ve Batı Anadolu bölgelerinde yoğunlaşmaktadır. Bunun birçok nedeni olmakla birlikte coğrafi özellikler belirleyici rol oynamaktadır. Yeryüzü şekilleri, yeraltı kaynakları, iklim, dağların sıralanışı, su kaynaklarının varlığı gibi coğrafi özellikler bölgesel ekonominin şekillenmesinde önemli unsurlardır. Bu bağlamda Türkiye’de uygulanan bölgesel iktisat politikalarının birçoğu coğrafyanın yarattığı dezavantajların ortadan kaldırılmasına yönelik olmuştur. Dolayısıyla su problemi yaşayan bölgeler için sulama projeleri geliştirilmiş, buna ek olarak sanayi sektörünün geliştirilmesine yönelik yatırımlar yapılmıştır. Bu tür ekonomi politikaları sayesinde nüfusun belli bölgelerde yoğunlaşmasının önüne geçilerek ülke nüfusunun daha dengeli dağılımının sağlanabileceği düşünülmüştür. Bölgelerarası gelişmişlik farklarının giderilmesi açısından Türkiye’de uygulanan bu politikalar elbette ki gelişmemiş ya da gelişmiş bölgelerin gerisinde kalan bölgeler için önemlidir. Ancak bölgelerarası rekabet suret değiştirmiş, bölgelerin doğal kaynakları, üretimdeki mükemmellikleri ya da bilimsel ve teknolojik becerilerinden ziyade yaratıcı yeteneği harekete geçirme, kendine çekebilme ve elinde tutabilme becerisi artık ön plana çıkmaktadır.

Yaratıcılık, yenilik, teknoloji, bilgi gibi kavramlar yaşadığımız çağın temel ekonomik girdileri olarak görülmekte ve bunların her biri insan yeteneği ile ilişkilendirilmektedir. Özellikle yaratıcılık insana atfedilen bir yetenek olmakla birlikte bilginin, yeniliğin ve teknolojinin itici gücü olarak ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla yaratıcı insan ulusal ekonomiler için önemli bir faktör haline dönüşmekte

ve bölgeler açısından da varlığı önem teşkil etmektedir. Sonuç olarak içinde bulunduğumuz yaratıcı çağın gereklilikleri nedeniyle, bölgelerarası gelişmişlik farkları, altyapı, ulaşım, su kaynaklarına erişim, çeşitli sanayilerin kurulmasından öte yapılacak bölgesel yatırımlar veya politikalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Yaratıcı insanlardan oluşan yaratıcı sınıfın Türkiye’de bölgesel dağılımı incelendiğinde karşımıza belli başlı bölgeler çıkmaktadır. Bu bölgelerde yaratıcı sınıfın yoğunlaşmasının nedenleri Florida’nın (2002) ileri sürdüğü faktörler üzerinden izah edilmektedir. Türkiye’deki mevcut durumu, hizmet sektörünün gelişmiş olması, ileri teknoloji merkezlerine sahip olmaları ve çeşitliliğe açık olmaları gibi değişkenler üzerinden incelediğimizde karşımıza her defasında aynı beş bölge çıkmaktadır. Bunlar; İstanbul, Ege, Batı Anadolu, Doğu Marmara ve Akdeniz bölgesidir. Bu bölgeler ile geride kalan diğer bölgeler arasında ekonomik gelişmişlik açısından büyük farklılıklar olduğu görülmektedir. Türkiye’de bölgelerarası bu farklılıkların giderilebilmesi ve bölgesel gelişmişliğin sağlanabilmesi için beşeri sermayenin bir versiyonu olan yaratıcı sınıfı çekebilmek adına politikalar üretilmesi gerekmektedir.

Yaratıcı sınıfı çekebilmek adına temel kamu yatırımlarının varlığı elbette çok önemlidir. İnsanlar ilk önce ulaşım, altyapı, sağlık ve eğitim yatırımlarının bir bölgedeki varlığına göre o bölgede yaşamayı tercih etmektedir. Ayrıca o bölgenin ona sunacağı iş imkanları da önemlidir. Ancak bunun ötesinde insanlar artık özgürce kendileri olabilme ve hayallerinin peşinden rahatça koşabileceği yerlerde yaşamayı tercih etmektedir. Esasen “hele ben bir İstanbul’a gideyim de, ardı gelir” türünde cümleler bu gerçeğin halk dilindeki ifadesi olarak görülebilir. Çünkü bugün insanların birçoğu ilk önce yaşayacakları yeri seçmekte ardından bu yerlerde iş aramaktadırlar. Mekânın bu kadar önemli olduğu bu çağda, bölgeler ya da daha küçük ekonomik birimler olan şehirleri, yaratıcı sınıfı çekebilmek adına, sanata, çeşitli kültürlere, cinsiyetlere ve ırklara kucak açmalıdır.

Bugün Türkiye’nin Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu ve Doğu Karadeniz bölgelerinin bazı şehirlerinde yaratıcı sınıfı cezbeden kültürel ve sanatsal hizmetler olarak sinema, tiyatro salonları, müzeler vb. hizmetler bulunmamaktadır. Buna ilaveten yine aynı bölgeler incelendiğinde bohemlerin dağılımı, yoğunlaşmanın yaşandığı bölgelere göre oldukça geride kalmaktadır. Bu durum bu bölgelerin çeşitliliğe ve farklılığa açık olmadıklarının işareti olarak kabul

edilebilir. Dolayısıyla Türkiye’de bölgesel iktisat politikalarına yönelik düzenlemeler getirilmeli, ülkenin gelişmiş bölgelerine göre geride kalmış bölgeleri için yaratıcı yeteneği çekebilmek adına hoşgörü sinyali taşıyan çoğulcu politikalar üretilmelidir.

Her ne kadar çeşitliliğe açıklık açısından genel bir ifadeyle ülkenin doğusunun batısına göre geri kaldığı ifade edilse de ülkenin tamamı için Türkiye’de hâlâ bazı ırklara, cinsiyetlere ve kültürlere karşı hoşgörü sorunu yaşanmaktadır. Bu nedenle birçok yaratıcı yetenek ülkeden çıkıp, kendilerini rahatça ifade edebildikleri, yeteneklerini ortaya çıkarmak için fırsat verilen ve inanışlarını rahatça yaşayabildikleri bölgelere göç etmektedirler.

Bu çalışmada ele alınan başka bir konu da yaratıcı sınıfın ve geleneksel beşeri sermayeden hangisinin bölgesel gelişmişliği açıklamada daha başarılı olduğudur. Bu durum Türkiye için 81 il bazlı yapılan korelasyon ile ortaya konmaya çalışılmıştır. Yaratıcı sınıf ve geleneksel beşeri sermaye ölçütü ile bölgesel gelişmişlik göstergesi olan GSKD arasındaki korelasyon istatistiksel olarak anlamlı olmakla birlikte, yaratıcı sınıfın bölgesel gelişmişlik üzerindeki etkisinin geleneksel beşeri sermaye ölçütüne göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla yaratıcı sınıfın bir bölgedeki varlığının o bölge için doğuracağı ekonomik potansiyel açısından çok önemli bir faktör olduğu açıkça ortadadır.

Son olarak ulusal ve bölgesel ekonomik gelişmişliğin sağlanabilmesi için yaratıcı sınıfı kendine çekebilmek adına öncelikle, hoşgörülü yani farklılıklara ve çeşitliliğe açık, sanatsal ve kültürel hizmetlerin geliştirildiği, liyakatin ve çoğulcu politikaların önemsendiğine ilişkin birtakım işaretlerin varlığı önem teşkil etmektedir. Bunlara ilişkin sinyaller bulunduran bölgelerde yaratıcı sınıf yoğunlaşmakta, yaratıcı sınıfın yoğunlaştığı bölgelerde ise ekonomik kalkınmışlığın sağlanabilmesi adına birçok yenilik ve ileri teknolojiler ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla gerek bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının azaltılması ve gerekse yetenekli ve yaratıcı bireylerin beyin göçü yoluyla başka ülkelere ya da bölgelere kaptırılmaması için bu çalışmadan çıkan en önemli politika önerisi, çeşitliliğin kucaklanması, farklılıkları zenginlik kabul eden bir anlayışla çoğulcu ve özgürlükçü politikaların geliştirilmesidir.

Bu çalışmanın başlıca sınırlılığı yaratıcı sınıfın sağlıklı ve ayrıntılı kategorizasyonu ve bilimsel analizi bağlamında veri temini konusunda yaşanan sıkıntılardır. Daha ileri düzeyde ve daha gelişmiş yeni çalışmaların yapılabilmesi

TÜİK ve SGK gibi başlıca veri kaynakları tarafından işgücü istatistiklerinin, TÜİK'in İBBS Düzey 3'e göre, SGK'nın ise ISCO-08 meslek kodlarına göre düzenleyip yayımlamasına ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca verilerin araştırmacılara yeteri ayrıntıda, en doğru ve en hızlı biçimde temin edilmesi kalite ve güvenilir araştırmalar yapılabilmesi için hayati önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Acar, T. (2006). *Bölgesel Kalkınma Potansiyelini Harekete Geçirmek İçin İnsan Kaynağının Rolü ve Balıkesir İli Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Ajanovic, E., Çizel, B. (2015). Unesco Yaratıcı Kentler Ağı ile Antalya Kentinin Değerlendirilmesi. *Mediterranean Journal of Humanities*, 1, 5.
- Akan, M. (2019). *Yeni Girişimlerde (Startup) ve Kurumsal Şirketlerde Dönüşümcü Liderliğin Bireysel Yaratıcılık Üzerine Etkisinde İçedönüklüğün/ Dışadönüklüğün Düzenleyici Rolü*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akın, N. (2019). Creative Classes and Creative Industries as Drivers of Sustainable Competitive Advantage: Potential of Izmir as a Creative City. Doctoral Thesis, Dokuz Eylül University Institute of Social Sciences, Izmir.
- Akpınar, R. (2012). Türkiye’de Değişen Bölgesel Kalkınma Politikaları. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 31.
- Aksel, B. (2009). *UNESCO Tasarım Kentleri*, Radikal Tasarım Gazetesi, 11.
- Aktan, C. C., Vural, İ. Y. (2016). Bilgi Toplumu, Yeni Temel Teknolojiler ve Yeni Ekonomi. *Yeni Türkiye, Bilim ve Teknoloji Özel Sayısı*, 88, 3.
- Al-Ababneh, M. M. (2020). The Concept of Creativity: Definitions and Theories. *International Journal of Tourism & Hotel Business Management*, 1, 246.
- Amabile, T. M. (2012). Componential Theory of Creativity. *Harvard Business School Working Paper*, 12-096, 5-6.
- Arıcıoğlu, E. (2011). İktisat Teorisinde Unutulmuş Bir Kavram: “Mekân”. *Ekonomik Yaklaşım*, 22, 19.
- Arslan, K. (2005). Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Kalkınma Ajansları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 276-278.
- Aslan, G. (2017). Yaratıcı Endüstrilerin Yükselişi: Geçmiş, Bugün ve Gelecek. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 111-112.
- Atamtürk, B. (2007). Büyüme Teorileri ve IMF Politikaları. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1, 90.
- Aydoğdu, İ. B. (2013). Bilgi Kenti: Bir Değişimin Anatomisi. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Dergisi*, 2, 17-2, 4.
- Barlın, H. (2010). *Bölgesel İktisat Politikaları ve Türkiye Uygulamaları*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Bedük, A. Eryeşil, K. (2015). Girişimcilik Yaratıcılık ve Yenilik. (Editörler: Erdoğan Kaygın, Bülent Güven). *Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular*. İstanbul: Yazın Matbaacılık, 66-67.
- Betts, K., Keiser, L., Reisman, F. (2019). Fostering a Dynamic Relationship with E. Paul Torrance Through Creativity & Neuroscience: Applications for Education and Industry. (Editör: Fredricka Reisman). *Making the 105th Brithday of the Contemporary Father of Creativity: E. Paul Torrance*. London: KIE Conference Publications, 26-30.
- Beyazlı, D. (2005). *Kent Planlamada Birey, Kent, Kentlilik ve Kentlilik Bilinci*, Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Biber, S. K. (2017). Teknoloji ve Yaratıcılık. (Editörler: Hatice F. Odabaşı, Buket Akkoyunlu, Aytekin İşman). *Eğitim Teknolojileri Okumaları*. Ankara: Pegem A Yayıncılık, 688-694.
- Biçen, E. (2019). *Yaratıcılık ve Yenilik Yönetiminde Örgütsel Yapı*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Boschma, U., Fritsch, M. (2009). Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries. *Researchgate*, 393-397.
- Botella, M., Zenasni, F., Lubart, T. (2018). What Are the Stages of the Creative Process? What Visual Art Students Are Saying. *Frontier in Psychology*, 2.
- Bozkurt, V. (2011). Toplumsal Dönüşümün Evreleri: Pre-endüstriyel, Endüstriyel ve Post-endüstriyel Toplumlar. (Editörler: Veysel Bozkurt, Nadir Suğur). *Endüstri Sosyolojisi*, Anadolu Üniversitesi: Eskişehir.
- Carfi, R. (2018). Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Bilgi Ekonomisinin Büyüme, Yoksulluk ve Gelir Dağılımına Etkisi. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Dergisi*, 1, 21-22.
- Cetiz, F. (2017). *Yaratıcı Ekonomiler Bağlamında Ortak Çalışma Alanlarının Gelişimi, 21. Yüzyılda İş ve Çalışma Hayatına Etkisi: İstanbul Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Chang, W. C., Chiang, Z. H. (2007). A Study On How To Elevating Organizational Creativity of Design Organization. *Iasdr (International Association of Societies of Design Research)*, 4-7.
- Çakmak, H.K. (2003). Kalkınma İktisadi Literatüründe Gelişme Kavramının Evrimi. *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2, 52-53.
- Çalışkan, E. T., Kaya, A. A. (2015). Yeni Ekonomik Coğrafya Yaklaşımı Çerçevesinde İşgücünün Hareketliliği: Avrupa Birliği Uygulaması. *Ege Stratejik Araştırma Dergisi*, 1, 44-45.
- Çan, M. F. (2013). Kentleşme, Sanayileşme ve Kalkınma Etkileşimi. *Fırat Kalkınma Ajansı*, 4-5.

- Çekmecelioğlu, H. G. (2002). *Bireysel, Örgütsel Yaratıcılık ve Yaratıcılık İçin İş Çevresinin Düzenlenmesi: Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Gebze İleri teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Çekmecelioğlu, H. G., Günsel, A. (2013). The Effects of Individual Creativity and Organizational Climate on Firm Innovativeness. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 99, 258.
- Çelik, G. (2015). *Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Politikaları*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çiçek, I. (2011). Teknoloji Geliştirmede Yaratıcılığı Yönetmek. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1, 52.
- Çokhızlı, E. (2000). *Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilik*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dawkins, C. J. (2003). Regional Development Theory: Conceptual Foundations, Classic Works, and Recent Developments. *Journal of Planning Literature*, 137-138.
- DCMS, Department for Culture Media & Sport (2010), *Classifying and Measuring the Creative Industries*, Consultation on Proposed Changes.
- Demir, E. M. (2014). Yaratıcı Endüstriler. *Ankara Üniversitesi İlefl Dergisi*, 2, 91.
- Dereli, H. C. (2016). *UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı, Tasarım Kenti Kriterleri Bağlamında*, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Derin, N., Demirel, E. T. (2011). Örgütsel Yaratıcılığın Self Organizasyon oluşumuna Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2, 257.
- Deviren, N. V., Yıldız, O. (2014). Bölgesel Kalkınma Teorileri ve Yeni Bölgeselcilik Yaklaşımının Türkiye’deki Bölgesel Kalkınma Politikalarına Etkileri. *Akdeniz Bakış Dergisi*, 44, 8-9-28.
- Devlet Planlama Teşkilatı, *Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)*, Ankara: 1990.
- Devlet Planlama Teşkilatı, *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)*, Ankara: 1985.
- Devlet Planlama Teşkilatı, *Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)*, Ankara: 1963.
- Devlet Planlama Teşkilatı, *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)*, Ankara: 2008.
- Devlet Planlama Teşkilatı, *Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983)*, Ankara: 1979.

- Devlet Planlama Teşkilatı, *İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)*, Ankara: 1968.
- Devlet Planlama Teşkilatı, *On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)*, Ankara: 2019.
- Devlet Planlama Teşkilatı, *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)*, Ankara: 2013.
- Devlet Planlama Teşkilatı, *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)*, Ankara: 2000.
- Devlet Planlama Teşkilatı, *Üçüncü Beş yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)*, Ankara: 1973.
- Devlet Planlama Teşkilatı, *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)*, Ankara: 1996.
- Dinler, Z. (2012). *Bölgesel İktisat & Genel Olarak ve Türkiye’de Bölgeler Arası Gelişmişlik Farklarının Ortaya Çıkışı ve Azaltılmasına Yönelik Politikalar*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Doğrul, H G., Çelikkol M. M., Murat, N. (2016). İllerin ekonomik Gelişmişliği Üzerinde Yaratıcı Sınıfın Etkisi: Türkiye Örneği. *Business and Research Journal*, 7, 82-84.
- Doğrul, H. G., Çelikkol, M. M. (2017). Türkiye’de Yaratıcı Sınıfın Coğrafi Durumunu Etkileyen Faktörler Üzerine Bir İnceleme. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 54, 37-38.
- Doğrul, H. G., Çelikkol, M: M: (2017b). Türkiye’de İllerin Kümelenme Analizi ile Yaratıcı Sınıf ve Ekonomik Gelişmişlik Göstergelerine Göre Sınıflandırılması. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 2, 90-96.
- Doğrul, H., Çelikkol, M.M. (2017a). Türkiye’de Yaratıcı Sınıfın Coğrafi Durumunu Etkileyen Faktörler Üzerinde Bir inceleme. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 54, 37-39.
- Dolanay, S. S. (2009). Schumpeter Sisteminde Yenilikler, ekonomik Gelişmeler ve Devresel Hareketler. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 2, 175.
- Dulupçu, M. A., Sungur, O., Keskin, H. (2010). Bölgesel Kalkınmada Yeni Yaklaşımlar ve Türkiye’de Kalkınma Planlarına Yansımaları: Kalkınma Planlarının Yeni Teoriler Açısından Değerlendirilmesi. *6. Ulusal Coğrafya Sempozyumu, Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi*, Ankara.
- Duran, C., Saraçoğlu, M. (2009). Yeniliğin Yaratıcılıkla Olan İlişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci. *Yönetim ve Ekonomi*, 1, 60.
- Durmaz, G. (2019). *Bölgesel Kalkınma ve Çukurova Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

- Elvan, L. (2002). Bölgesel Gelişme ve Bölgeler Arası Gelişmişlik Farkları. (Editör: Serdar Sayan). *Yerel Ekonomilerin Sürdürülebilir Kalkınması ve Çanakkale Örneği*, Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu, 105.
- Erdem, Z. (2006). Sanayi İşçisi'nden Bilgi İşçisi'ne: Yeni Ekonomi'nin İşçi Tipi. *Dergipark*, 544-548.
- Erikçi, Ö. (2016). *Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Güney Marmara Kalkınma Ajansı Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Ertaş, N. (2013). *Bölgesel Kalkınma Aracı Olarak Kalkınma Ajansları: Türkiye'de Bölgesel Potansiyelin Değerlendirilmesi Açısından "Mevlânâ Kalkınma Ajansı" Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Esen, Ü. B., Atay, Ö. (2020). Türkiye'nin Yaratıcı Şehirleri. *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 92, 29-54.
- Fadaee, A., Alzahrh, H. O. A. (2014). Explaining the Relationship between Creativity, Innovation and Entrepreneurship. *International Journal of Economy Management and Social Sciences*, 3, 3
- Fillis. I. R., Rentschler, R. (2010). The Role of Creativity in Entrepreneurship. *Researchgate*, 3-4.
- Flew, T. (2002). Beyond ad hocery: Defining Creative Industries. *Cultural Sites, Cultural Theory, Cultural Policy, The Second International Conference on Cultural Policy Research*, Wellington, New Zealand.
- Florida R., Mellander, C. (2012). The Rise of Skills: Human Capital, the Creative Class and Regional Development. *CESIS Electronic Working Paper Series*, 3-17.
- Florida R., Mellander, C., Qian, H. (2008). Creative China? The University, Human Capital and the Creative Class in Chinese Regional Development. 9-11.
- Florida, R. (1995). Toward The Learning Region. *Elsevier Science Ltd Printed in Great Britain*, 27, 527-529.
- Florida, R. (2002) Bohemia and Economic Geography. *Journal of Economic Geography*. 2, 55-71.
- Florida, R. (2004). *The Rise of The Creative Class*. United States of America: Basic Books.
- Florida, R. (2011). *Yaratıcı Sınıf Adres Değiştiriyor & Yetenek İçin Küresel Rekabet*. İstanbul: Mediacat.
- Florida, R., Gates, G. (2001). *Technology and Tolerance: The Importance of Diversity to High-Technology Growth*. The Brookings Institution: Washington D. C.

- Florida, R., Mellander, C., King, K. (2015). *The Global Creative Index 2015*, Martin Prosperity Institute, Rotman School of Management. Canada: Toronto University.
- Florida, R., Mellander, C., Stolarick, K. (2009). Talent, Technology and Tolerance in Canadian Regional Development. 6-16.
- Garnham, N. (2005). An Analysis of the Implications of the “Creative Industries” Approach to Arts and Media Policy Making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, 1, 19-20.
- Gezer, B. (2019). *Yaratıcı Sınıf ve Soylulaşma İlişkisi: Yeldeğirmeni Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Gezer, B., Aru, H. H. (2018). Türkiye’de İBBS Düzey 3 Bölgelerine Göre “Yaratıcılık Endeksi” Hesaplanması ve Bölgelerin Yaratıcılık Durumlarının İncelenmesi. https://www.academia.edu/37912607/TURKIYEDE_IBBS_DUZ_EY_3_BOLGELERINE_GORE_YARATICILIK_ENDEKSI_HESAPLAMAS_I, Erişim Tarihi: 10.02.2022.
- Giriuniene, G., Giriunas, L., Cernius, G. (2016). Identification Research of the Concept of Entrepreneurship: The Theoretical Aspect. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6, 164-165.
- Göktaş, D. (2016). Yaratıcı Sınıfın Teorisi ve Yaratıcı Sınıfın Yer Seçimi: Genel Bir Bakış. (Editörler: Zekeriya Mızrak, Birol Mercan). *Bölgesel Kalkınmada Yeni Trendler*. Konya: Çizgi Kitabevi, 207-218.
- GPCI, Global Power Creative Index (2021), https://mori-m-foundation.or.jp/pdf/GPCI2021_summary.pdf, Erişim Tarihi: 10.02.2022.
- Güllü, G. (2020). Yeni Teknolojiler, Değişen Endüstri İlişkileri ve İşçi Sendikalarındaki Dönüşüm. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2, 433.
- Gündüz, A. Y. (2006). *Bölgesel Kalkınma Politikası*. Ankara: Ekin Kitabevi.
- Güneş, İ. (2019). Şehirlere Küresel Şehir Endekslerinden Bakış. *Strategic Public Management Journal*, 10, 112-130.
- Gürbüz, S. (2004). *Yaratıcılık ve Yenilik (Dünya’daki ve Türkiye’deki Gerçekler)*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güven, A. (2016). Kent, Kentleşme, ve Kentsel Yönetim İhtiyacı. *Journal of International Management, Educational and Economics Perspectives*, 1, 23.
- Hasanoğlu, M., Aliyev, Z. (2006). Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Ajansları. *Sayıştay Dergisi*, 60, 82-83.

- Hayta, Y. (2016). Bireylerin Kent Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İzmir Örneği Üzerinden Bir İnceleme. *İnsan ve Toplum Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 8, 2566-2567.
- Hobikoğlu, E. H. (2009). *Yeni Ekonomide İnovasyon ve Sürdürülebilir Rekabetin Yarattığı Katma Değerin Bilgi Toplumunda Etkisi*, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hoover, E. M., Giarratani, F. (2020). *An Introduction to Regional Economics*. Web Book of Regional Science. Regional Research Institute, West Virginia University, 12-13.
- ILO, (2012). International Standard Classification of Occupations: Structure (ISCO-08), Group Definitions and Correspondence Tables, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_172572.pdf, Erişim Tarihi: 14.02.2022
- Işık, N., Işık, H. B., Kılınç, E. C. (2015). Girişimcilik ve İnovasyon İlişkisi: Teorik Bir Değerlendirme. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 1, 61-62.
- Işık, N., Kılınç, E.C. (2011). Bölgesel Kalkınma'da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6, 11-12.
- İkiz, F. E., Yörük, C., Asıcı, E., Tanrıku, M., Ceylan, İ., Öztürk, B. (2015). Yaratıcılık, Girişimcilik ve Psikolojik Danışma. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 11, 49.
- İzmir Kalkınma Ajansı, (2021). *Türkiye'de Yaratıcı Endüstrilerin İBBS-2 Bölgeleri Düzeyinde Analizi: İzmir'e Bir Bakış*, Ankara: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı.
- Kandemir, T. (2008). Entelektüel Sermaye Kavramı ve Tarihsel Gelişimi (Editörler: Rıza Aşıkoğlu, Mustafa Kurt, Kerim Özcan). *Entelektüel Sermaye: Kuram Gelişim ve Yeni Perspektifler*, 23-25.
- Kara, M.A. (2013). *Bölgesel Ekonomi Teori ve Politikalar*. Ankara: Orion Kitapevi.
- Karakuş, G. (2018). Örgütsel Yaratıcılığı Arttırmak için Öneri Geliştirme Sistemi: Atıştırmalık Üretim Sektöründe Bir Uygulama. *İşletme Araştırma Dergisi*, 1, 256-261.
- Kargı, N. (2009). Bölgesel Kalkınma Yaklaşımlarındaki Gelişmeler ve AB Perspektifi Altında Türkiye'nin Bölgesel Politika Analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1, 21-27.
- Kavak, Ç. (2008). *Bilgi Ekonomisinin Yarattığı Değişimler Doğrultusunda Türkiye'nin Mevcut Durum Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.

- Keeley, B. (2007). Human Capital: How What You Know Shapes Your Life. OECD Insight. https://read.oecd-ilibrary.org/education/human-capital_9789264029095-en#page1, Erişim Tarihi: 09.02.2022.
- Kekeva, E. (2021). *Türkiye’de Bölgesel Kalkınma ve Bölgesel Kalkınmaya Etkileyen İktisadi ve Sosyal Faktörlerin Belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Kerimoğlu, E. (2017). *Yaratıcı Ekonominin Kentsel Alandaki Varlığı: Plancının Rolü ve Farkındalık Üzerine*. TMMOB Şehir Plancıları Odası, İstanbul.
- Keskin, H., Sungur, O. (2016). Bölgesel Politika Ekseninde Yaşanan Dönüşüm: Türkiye’de Kalkınma Planlarında Bölgesel Politikaların Değişimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 286-288.
- Kılıçarslan, H. (2009). *İktisadi Açından Bölgesel Dengesizlik Olgusu Osmaniye Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kıratoğlu, E. (2015). *Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Bölgesel Kalkınma Politikaları ve Kalkınma Ajanslarının Önemi: Karacadağ Kalkınma Ajansı*, Yüksek Lisans Tezi, Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Şanlıurfa.
- Kıyıcı, Ş. (2019). *Turist Yenilikçiliği ve Algılanan Riskin, Yenilik Algısı ve Turistlerin Yenilikçi Otel Tercihlerine Etkisi Üzerine Bir Uygulama*, Doktora Tezi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak.
- Köse, F. N. (2021). *Kent Olgusu, Türkiye’de Kentsel Dönüşüm ve Kentsel Dönüşümde Bilgi Merkezleri*, Yüksek Lisans Tezi, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çankırı.
- Kulaksız, Y. (2008). *Türkiye’de Bölgesel Gelişmişlik Farkları, İstihdam ve Kurum Hizmetlerinin Çeşitlendirilmesi*, Uzmanlık Tezi, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Kum, M. (2011). *İktisadın Yeni Coğrafya Açılımı: Yeni Ekonomik Coğrafya Yaklaşımı*. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30, 240.
- Küçükseraç, B. (2015). *Örgütsel ve Toplumsal Değişim Perspektifinde Straftejik Halkla İlişkiler Yönteminde Yaratıcılık ve Yenilik Sorunu: Kuramsal ve Pratik Açından Bir Analiz*, Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Landry, C. (2008). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Sterling, VA, 51-106.
- Levickaitė, R. (2011). Four Approaches to the Creative Economy: General Overview. *Business, Management and Education*, 1, 83-85.

- Maden, A. G., Yiğit, S. I. (2019). Bölgesel Kalkınma Politikalarındaki Dönüşüm: Yeni Bölgecilik Yaklaşımı ve Türkiye Yansımaları. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 114.
- Mahmudli, S. (2017). Beşeri Sermayenin Ekonomik Büyümeye Yansıması: Azerbaycan Örneği. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 16-17.
- Manga, M., Bal, H., Algan, N., Kandır, E. D. (2015). Beşeri Sermaye, Fiziksel Sermaye ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: BRICS Ülkeleri ve Türkiye Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 46-47.
- Marlet, G., Weorkens, C. (2004). Skills and Creativity in a Cross-section of Dutch Cities. *Tjalling C. Koopmans Research Institute*, 4, 5-7.
- Martin-Brelot, H., Grossetti, M., Eckert, D., Gritsal, O., Kovacs, Z. (2010). The Spatial Mobility of the 'Creative Class': European Perspective. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34, 855-857.
- Mellander C., Florida, R. (2009). Creativity, Talent, and Regional Wages in Sweden. *Springer Science & Business Media B. V.*, 638-647.
- Memişoğlu, D., Kalağan, G. (2017). Yaratıcı Kentler ve Kentsel Yetenek Üzerine Bir Tartışma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1, 526.
- Mercan, B. (2016). Bölgesel Ekonomi Teori/ Yaklaşımların Gelişimi ve Paradigma Değişimi. (Editörler: Zekeriya Mızrak, Birol Mercan). *Bölgesel Kalkınmada Yeni Trendler*. Konya: Çizgi Kitabevi, 9-10.
- Mızrak, Z., Aydemir, E. N. (2016). Ekonomide Mekânsal Algı Değişimi ve Kümelenme Yaklaşımı. (Editörler: Zekeriya Mızrak, Birol Mercan). *Bölgesel Kalkınmada Yeni Trendler*. Konya: Çizgi Kitabevi, 91.
- Moore, I. (2014). Exploring The Concept of Cultural and Creative Industries. *New Challenges of Economic and Business Development*, 269-270.
- Mutlu, A., Reyhan, H., Doğan, H.H. (2016). *Kentleşme*. Ankara: Palme Yayıncılık.
- Newbigin, J. (2010). *The Creative Economy: And Introductory Guide*, Creative and Cultural Economy Series 1: British Council.
- Okur, O. (2017). *Bölgesel Kalkınma Politikaları ve Ağrı İlinin İktisadi Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ağrı.
- Onur, D., Zorlu, T. (2017). Yaratıcılık Kavramı ile İlişkili Kuramsal Yaklaşımlar. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 3, 1541-1543.
- Oran, Ö. (2020). *Türkiye'de Girişimciliğin Geliştirilmesinde Girişimcilik ve Kuluçka Merkezlerinin Rolü: Küçükçekmece Girişimcilik ve Inovasyon Merkezi (KÜGİM) Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Özdemir, N., Özdemir, E. (2020). Yaratıcı Kentler ve Yaşayan Kültür. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 4, 5.
- Öztürk, A., Wilemon, D. (2001). Enhancing Managerial Competencies Through Organizational Creativity. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1, 85.
- Parjanen, S. (2012). Experiencing Creativity in the Organization: From Individual Creativity to Collective Creativity. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 7, 111.
- Paspan, M., Nojedeh, S. H. (2016). A Review of the Role of Human Capital in the Organization. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 230, 250-251.
- Pustu, Y. (2006). Küreselleşme Sürecinde Kent “Antik Site’den Dünya Kentine”. *Sayıştay Dergisi*, 20, 146-147.
- Rakelmann, J. (2009). *Clusters and the Creative Class in Urban Strategies Two European Cases*, Master Thesis, Blekinge Tekniska Högskolan, Sweden.
- Rauhut, D., Hatti, N. (2017). Cities and Economic Growth: A Review. *Social Science Spectrum*, 1, 2-5.
- Roodhouse, S. (2006). The Creative Industries: Definitions, Quantification and Practice. *Cultural Industries: The British Experience in International Perspective*, Humbolt University, 13-17.
- Scott, A. J. (2014). Beyond the Creative City: Cognitive–Cultural Capitalism and the New Urbanism. *Regional Studies Association*, 4, 569-570.
- Seltzer, K., Bentley, T. (1999). The Creative Age: Knowledge and Skills for the New Economy. Demos: London. <https://www.demos.co.uk/files/theCreativeage.pdf>, Erişim Tarihi: 10.02.2022.
- Sinemilloğlu, M. O. (2009). Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınma ve Türkiye Süreci. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 27, 246-247.
- Solak, M. (2015). *Türkiye’nin Bilgi Ekonomisinin Uluslararası Bilgi Ekonomisi Endekslerine Göre Karşılaştırmalı Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Sternberg, R. J. (2006). The Nature of Creativity. *Creativity Research Journal*, 1, 87-90.
- Suciu, M. C. (2008). The Creativity Economy. *Researchgate*, 7-8.
- Şahin, F., Danışman, Ş. (2017). Yaratıcı Kişilik Özellikleri Ölçeği: Güvenilirlik ve Geçerlik Çalışması. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 794.

- Şengül, Ü., Eslamian, S., Eren, M. (2013). Türkiye’de İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Düzey 2 Bölgelerinin Ekonomik Etkinliklerinin VZA Yöntemi ile Belirlenmesi ve Tobit Model Uygulaması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 21, 83.
- Şenol, P., Kemeç, A. (2018). Enformasyon Çağı-Zaman- Mekân İlişkisi Bağlamında Bölgesel Kalkınma Kuram ve Süreçleri. *Mehmet Akif Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1, 112-117.
- Şimşek, M., Kadılar, C. (2011). Türkiye’de Beşeri Sermaye, İhracat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Nedensellik Analizi. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 117-119.
- Taban, S. (2016). *İktisadi Büyüme Kavram ve Modeller*. Bursa: Ekin yayınevi.
- Taban, S., Kar. M. (2006). Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme: Nedensellik Analizi, 1969-2001. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 162-163.
- Takım, A. (2010). Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Planlarının İktisat Politikalarının Performansına Etkisi: Zonguldak-Bartın ve Karabük Örneği. *e-Journal of New World Sciences Academy Social Sciences*, 3, 260-283.
- Tan, F. Z., Şener, M., Buharlı, D. (2020). Bireysel Yaratıcılık ve Öğrenen Organizasyon Disiplinleri Arasındaki İlişki. *Ekonomi, İşletme ve Yönetim Dergisi*, 1, 91-95.
- Taşçı, D. (2013). Örgüt Kuramlarına Giriş. (Editörler: Deniz Taşçı, Erkan Erdemir). *Örgüt Kuramı*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 3-4.
- Taştekin, A. (2018). Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Stratejileri ve Bölge İdareleri. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 1, 70.
- Taylor, S. (2017). What Is Innovation? A Study of the Definitons, Academic Models and Applicability of Innovation to an Example of Social Housing in England. *Open Journal of Social Sciences*, 5, 4-6.
- Tinagli, I., Florida, R., Ström, P., Wahlqvist, E. (2007). *Sweden in the Creative Age*, Creativity Group Europe and School of Business, Economics and Law, Göteborg University: Sweden.
- Topal, A. K. (2004). Kavramsal Olarak Kent Nedir ve Türkiye’de Kent Neresidir? *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 287.
- Topcuoğlu, A., Çalışkan, M. (2016). Bölgesel İktisatta Mekânın Önemi Üzerine Bir Değerlendirme: Yeni Ekonomik Coğrafya Yaklaşımı. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4, 105-106.
- Tülüce, N. S. (2016). Yeni Ekonomik Coğrafya: Krugman ve Sonrası. (Editörler: Zekeriya Mızrak, Birol Mercan). *Bölgesel Kalkınmada Yeni Trendler*. Konya: Çizgi Kitabevi, 63-79.

- Türkmen, İ. (2012). Kalkınmada Öncelikli Yörelere Çerçevesinde Tunceli'ye Yapılan kamu Harcamaları ve Yatırımları (1963-1981). *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 297.
- Uğurlu, Ö. (2010). Kentlerin Tarihsel Gelişimi. (Editörler: Örgen Uğurlu, Nihal Şirin Pınarcıoğlu, Ayşegül Kanbak, Makbule Şiriner). *Türkiye Perspektifinden Kent Sosyolojisi Çalışmaları*, İstanbul: Örgün Yayınevi, 28-29.
- UNCTAD; UNDP (2008). Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy- Making. https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf. Erişim Tarihi: 09.02.2022.
- UNCTAD; UNDP, (2010). Creative Economy Report 2010: Creative Economy: A Feasible Development Option, https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf, Erişim Tarihi: 10.02.2022.
- UNDP, (2020). The World Cities Report 2020: the Value of Sustainable Urbanization. https://unhabitat.org/sites/default/files/2020/10/wcr_2020_report.pdf, Erişim Tarihi: 10.02.2022.
- UNESCO, (2017). Mission Statement, https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/uccn_mission_statement_rev_nov_2017.pdf, Erişim Tarihi: 10.02.2022.
- UNESCO, (2021). Creative Cities, <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>, Erişim Tarihi: 10.02.2022.
- UNESCO; UNDP (2013). Creative Economy Report 2013 Special Edition: Widening Local Development Pathways, <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>, Erişim Tarihi: 10.02.2022.
- Ünverdi, N. K. (2016). Yaratıcı Ekonomi, Yaratıcı Endüstriler ve Yaratıcı Kentler. (Editörler: Zekeriya Mızrak, Birol Mercan). *Bölgesel Kalkınmada Yeni Trendler*. Konya: Çizgi Kitabevi, 222-226.
- Vukovic, D., Kochetkov, D. M. (2017). Defining Region. *R- Economy*, 2, 76.
- Westlund, H., Calidoni, F. (2010). The Creative Class. Social Capital and Regional Development in Japan. *Urban & Regional Development Studies*, 22, 90-92.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E. Griffin, R. W. (1993). Toward a Theory of Organizational Creativity. *The Academy of Management Review*, 293.
- Yaylı, H. (2012). Küreselleşmenin Kentler Üzerinde Etkisi: İstanbul Örneği. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 341-342.

- Yeşilyurt, E. (2020). Yaratıcılık ve Yaratıcı Düşünme: Tüm Boyut ve Paydaşlarıyla Kapsayıcı Bir Derleme Çalışması. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 25, 3885-3895.
- Yıldırım, E. (2007). Bilgi Çağında Yaratıcılık ve Yaratıcılığı Yönetmenin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12, 117.
- Yıldız, G. (2013). *Bölgesel Dengesizliklerin Giderilmesinde Kalkınma Ajanslarının Rolü ve Güney Ege Kalkınma Ajansı Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Yılmaz, N. (2016). İşletmelerde Kuruluş Yeri Seçiminin Dinamikleri. (Editörler: Zekeriya Mızrak, Birol Mercan). *Bölgesel Kalkınmada Yeni Trendler*. Konya: Çizgi Kitabevi, 42-43.
- Yiğit, S. (2012). Kümelenme Teorisi: Kavramsal Bir Çerçeve. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 107-109.
- Yumuşak, İ. G. (2010). Beşeri Sermayenin İktisadi Önemi ve Türkiye'nin Beşeri Sermaye Potansiyeli. *Journal of Social Policy Conferences*, 55, 7-8.
- Yülek, M. (1997). İçsel Büyüme Teorileri Gelişmekte Olan Ülkeler ve Kamu Politikaları Üzerine. *Hazine Dergisi*, 6, 5.
- İl Bazında İstihdam Verileri, 05.05.2021. Ankara: Sağlık Güvenlik Kurumu Başkanlığı.
- https://www.ankaraka.org.tr/tr/bolge-planlari_47.html, Erişim tarihi: 13.03.2021.
- <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/statistics/>, Erişim Tarihi: 18.06.2021.
- <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/degiskenlerUzerindenSorgula.do>, Erişim Tarihi: 10.08.2021.
- https://data.tuik.gov.tr/Bulten/DownloadIstatistikselTablo?p=II5phv8Jp0ePgixWiYT_Lyu7evsTTEJkJvdLBCI2rm7mKS58/TsiiJYbwmOqQ4MKu, Erişim Tarihi: 28.10.2021.
- <https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr>, Erişim Tarihi: 13.01.2022.
- <https://istatistik.yok.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 22.11.2021.
- <https://veri.sgk.gov.tr/>, 16.10.2021.

EKLER**Ek 1. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) Düzey 1**

Kod	Düzey 1 (12 Bölge)	81 İl
TR1	İstanbul	İstanbul
TR2	Batı Marmara	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli, Balıkesir, Çanakkale
TR3	Ege	İzmir, Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak
TR4	Doğu Marmara	Bursa, Eskişehir, Bilecik, Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
TR5	Batı Anadolu	Ankara, Konya, Karaman
TR6	Akdeniz	Antalya, Isparta, Burdur, Adana, Mersin, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
TR7	Orta Anadolu	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir, Kayseri, Sivas, Yozgat
TR8	Batı Karadeniz	Zonguldak, Karabük, Bartın, Kastamonu, Çankırı, Sinop, Samsun, Tokat, Çorum, Amasya
TR9	Doğu Karadeniz	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane
TRA	Kuzeydoğu Anadolu	Erzurum, Erzincan, Bayburt, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan
TRB	Ortadoğu Anadolu	Malatya, Van, Elazığ, Bingöl, Tunceli, Muş, Bitlis, Hakkari
TRC	Güneydoğu Anadolu	Gaziantep, Şanlıurfa, Mardin, Adıyaman, Kilis, Diyarbakır, Batman, Şırnak, Siirt