

Manuscript ID: <https://doi.org/10.38027/iccaua2023tr0005>

Exploring the Characteristics of the Creativity in Metropolitan Areas of Developed and Developing Countries

* : Cihan Mert Sabah

Istanbul Technical University, Faculty of Architecture, Istanbul, Turkey

E-mail : cmsabah35@gmail.com

Abstract

A social environment that is open to all kinds of creativity and diversity, and attractive art and cultural areas, makes metropolitan areas successful in attracting creative people and thereby promoting economic growth. This study examines metropolitan areas in developing countries and developed countries in terms of talent, technology, tolerance, and creative professions, and also analyzes the creative class characteristics that best explain the creativity of different metropolitan areas. Using a literature review, the concepts of creativity are identified, and the characteristics of metropolitan areas at different socio-economic levels are analyzed in detail by comparing them with quantitative research methods. As a result, metropolitan areas in developed countries stand out in terms of talent, technology, and tolerance in creativity, while metropolitan areas in developing countries are effective in terms of lifestyle and originality.

Keywords: Creativity; Creative Class; Economic Development; Metropolitan Areas.

Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Metropoliten Alanlarındaki Yaratıcılık Özelliklerinin İncelenmesi

Özet

Her türlü yaratıcılığa ve çeşitliliğe açık sosyal çevre, sanat ve kültür alanlarında yaratıcı insanları cezbetme ve böylece ekonomik büyümeyi teşvik etme metropoliten alanları başarılı kılmaktadır. Bu araştırmada gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanları ve gelişmiş ülkelerin metropoliten alanları yetenek, teknoloji, tolerans ve yaratıcı meslekler açısından incelenmekte ve aynı zamanda farklı metropoliten alanların yaratıcılığı en iyi açıklayan yaratıcı sınıf karakteristikleri analiz edilmektedir. Literatür taramasından yararlanılarak yaratıcılık kavramları belirlenmiş ve bu kavramların farklı sosyoekonomik düzeyde metropoliten alanlardaki özellikleri nicel araştırma yöntemleri ile karşılaştırılarak detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Sonuç olarak, gelişmiş ülkelerdeki metropoliten alanların yaratıcılıkta yetenek, teknoloji ve hoşgörüde öne çıktığı; gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarının ise yaşam tarzı ve özgünlük ile etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcılık; Yaratıcı Sınıf; Ekonomik Gelişme; Metropoliten Alanlar.

1. Giriş

Yaratıcı bir ekonomi ve ekonomik büyüme beklentisi, devletleri, bölgeleri ve toplumları ekonomilerini yaratıcı bir haline dönüştürmeye itmektedir (Venturelli, 2000). Ekonomik büyüme, yaratıcı ekonomiye sahip toplulukların beklenen sonucudur (Florida, 2002). Dolayısıyla metropoliten alanlardaki topluluklar da ekonomilerini geliştirmeye yardımcı olacak alternatif yöntemlerin önemini fark etmeye ve yaratıcı bir ekonomiyi geliştirmeye başlamışlardır (Vanolo, 2008). Metropoliten alanlarda ekonomik başarının sağlanması için en önemli avantajlardan biri, metropoliten alanların bilgi yoğun üretim ve yenilikte öncü olan yaratıcı sınıfı üretme, çekme ve tutma özellikleridir. Bu yazının amacı literatürde Richard Florida ve arkadaşlarının yaratıcı sınıf teorisinin yetenek, teknoloji, hoşgörü, yaşam tarzı ve özgünlük açısından metropoliten alanlardaki etkinliğini sorgulamak ve sosyoekonomik açıdan gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarındaki yaratıcı sınıf karakteristiklerinin farklarını karşılaştırmalı olarak detaylı bir şekilde açıklamaktır. Bunu yaparken ilk olarak literatürden yaratıcı sınıfın ve karakteristiklerinin kapsamı belirlenmiştir. Bununla beraber yaratıcılık ile ve metropoliten alanların ilişkisi incelenmiştir. Daha sonra veri ve metodoloji bölümünde Birleşmiş Milletler'in sınıflandırmasına göre hem gelişmekte olan ülkelerin hem de gelişmiş ülkelerin metropoliten alanları seçilmiş ve bu metropoliten bölgeler tanımlanmıştır. Bu alanlar global yaratıcılık endeksinde göre en çok yaratıcı olan gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere göre belirlenmiştir. Gelişmiş olan ülkeler için sırasıyla İsveç/Stockholm, ABD/New York, Avustralya/Sidney, Kanada/Toronto, Hollanda/Amsterdam metropoliten alanları ve gelişmekte olan ülkeler için Singapur, Hong Kong, Arjantin/Buenos Aires, İsrail/Kudüs, Güney Kore/Seul metropoliten alanları seçilmiştir. Daha sonra bu alanların yaratıcılık karakteristikleri belirlenmiş ve

karşılaştırmalı olarak tartışılmıştır. Araştırmada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarındaki yaratıcılık farklılıklarını en iyi açıklayan yaratıcılık özellikleri sorgulanmaktadır.

Bu çalışmada, metropoliten alanlardaki yaratıcı sınıfın farklılıklarını incelemek ve betimlemek için niceliksel yöntemlerden olan varyans analizi (ANOVA), ortalama ve ortanca değerleri kullanılmıştır. Bu yöntem ile beraber verilerin istatistiksel olarak karşılaştırılması da yaratıcı özelliklerin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarındaki yaratıcılık farklılıklarını belirlenmiştir. Bu belirleme ile beraber gelişmişlik düzeyleri farklı olan metropoliten alanların benzer nüfusta olanları ikili olarak karşılaştırılmış ve farklılıkların anlaşılması için nicel veriler betimlenmiştir. Sonuç olarak araştırma ve analiz bulgularına göre gelişmiş ülkelerdeki metropoliten alanların yaratıcılıkta yetenek, teknoloji ve hoşgörüde öne çıktığı gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarının ise yaşam tarzı ve özgünlük ile etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

2. Yaratıcılık

Yaratıcılık kavramı yenilik, teknoloji ve tasarım ile bağlantılı endüstrilere vurgu yapmaktadır (DCMS, 2001:5). Yaratıcı varlıklar ekonomik olarak büyüme ve kalkınmayı desteklemektedir. Yaratıcı varlıklar, yaratıcı ekonomiyi oluşturan yaratıcı mesleklerden yani endüstrilerden ve yaratıcı sınıftan oluşmaktadır (Ferdowsi, 2010:10). Kökeninde bireysel yaratıcılık, yetenek ve kabiliyetin yattığı yaratıcı sınıf refah ve yeni iş imkanları yaratabilen yaratıcı sektörleri oluşturmaktadır ve bu genel olarak yaratıcı ekonomiyi tanımlamaktadır (Lazzeretti, 2012).

Yaratıcı sektörlerin tanımlanması ve sınıflandırılması ilk olarak Birleşik Krallık Kültür, Medya ve Spor Dairesi (DCMS) tarafından yapılmıştır. DCMS ekonomiyi yenilikçi olarak yeniden örgütleme çalışmış ve yaratıcı endüstriler için bir sınıflandırma geliştirmiştir. Bu kurum temel sınıflandırmasına göre 13 alt alan tanımlanmıştır (Tablo 1) ve yaratıcı sektörleri reklamcılık, mimarlık, sanat ve antikalar, el sanatları, tasarım, moda, film ve video, müzik, gösteri sanatları, yayıncılık, yazılım, radyo-televizyon ve bilgisayar oyunları olarak belirlemiştir (DCMS, 2008).

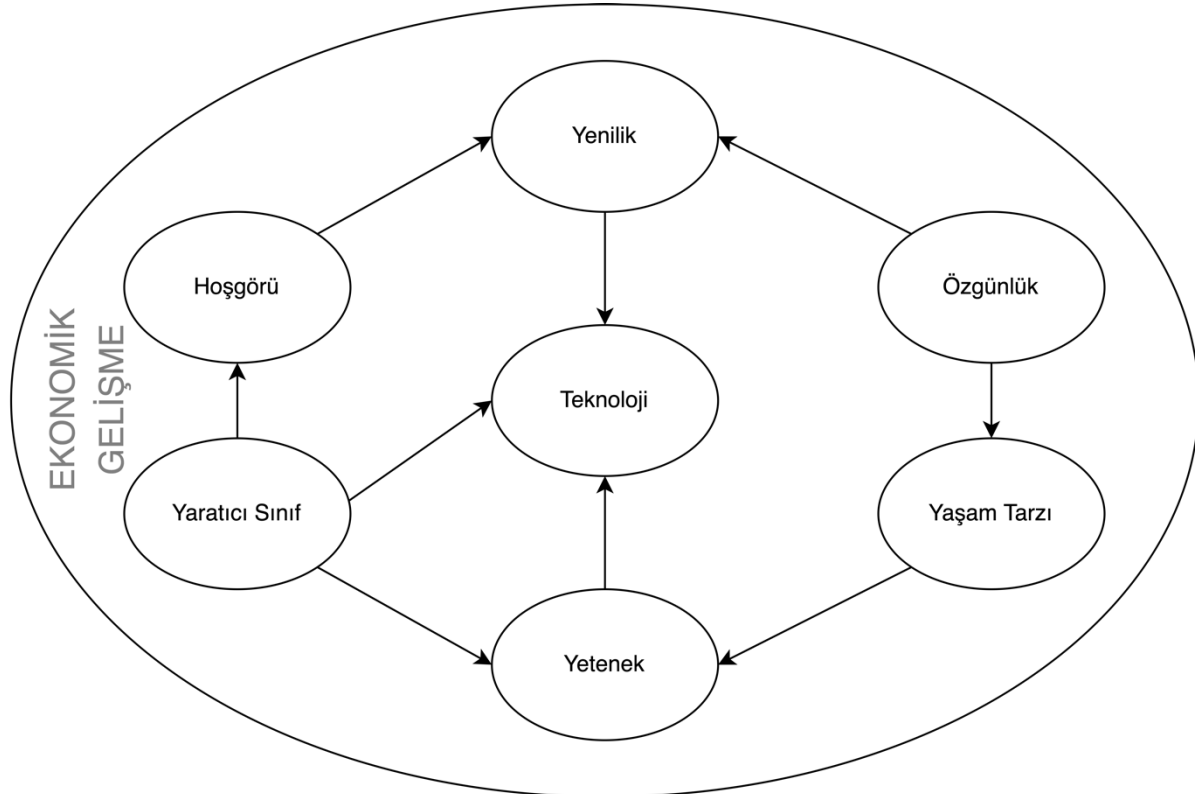
Yaratıcı sınıf ise Richard Florida tarafından tanımlanmıştır. Florida'nın tanımladığı yaratıcı işgücü anlamı yeni formlar yaratmakla ilgilenmektedir. Florida'ya (2002) göre bu sınıf "çekirdek" ve "profesyoneller" olarak iki gruba ayrılmaktadır. Yaratıcı sınıfın çekirdeği; bilim adamları, mühendisler, üniversite profesörleri, şairler ve yazarlar, sanatçılar, aktörler, tasarımcılar, mimarlar, editörler ve araştırmacılardan oluşurken, profesyoneller ise iş yönetimini, ileri teknoloji ile bağlantılı sektörleri, finansal servisleri, hukuk ve sağlık hizmetlerinin profesyonellerini içermektedir (Florida, 2002).

Tablo 1. DCMS sınıflamasına göre yaratıcı endüstriler (Skillset, 2013)

<i>Yayıncılık</i>	<i>Yazılım ve Programlama</i>
58. Yayıncılık faaliyetleri	62 Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler
58.11 Kitap yayımı	62.0 Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler
58.12 Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	62.01 Bilgisayar programlama faaliyetleri
58.13 Gazetelerin yayımlanması	62.02 Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri
58.14 Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	Reklamcılık ve Pazarlama
58.2 Yazılım programlarının yayımlanması	70.21 Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri
58.21 Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	73.11 Reklam ajanslarının faaliyetleri
58.29 Diğer yazılım programlarının yayımlanması	73.12 Çeşitli medya reklamları için satış
<i>Sinema filmi ve Video</i>	73.2 Piyasa ve kamuoyu araştırma faaliyetleri
59 Sinema filmi, video ve televizyon programları yapımcılığı, ses kaydı ve müzik yayımlama faaliyetleri	<i>Mimarlık</i>
59.11 Sinema filmi, video ve televizyon programı faaliyetleri	71.11 Mimarlık faaliyetleri
59.12 Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	<i>Tasarım ve Moda Tasarımı</i>
59.13 Sinema filmi, video ve televizyon programlar dağıtım faaliyetleri	74.10 Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri
59.14 Sinema filmi gösterim faaliyetleri	Fotoğrafçılık ve Diğer Faaliyetler
<i>Müzik</i>	74.20 Fotoğrafçılık faaliyetleri
59.20 Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	74.30 Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri
<i>Radyo ve Tv</i>	<i>Kültürel Eğitim</i>
60 Programcılık ve yayıncılık faaliyetleri	85.52 Kültürel Eğitim
60.10 Radyo yayıncılığı	<i>Eğlence ve Sanat</i>
60.20 Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	90.0 Yaratıcı sanatlar, gösteri sanatları ve eğlence faaliyetleri
	90.01 Gösteri sanatları
	90.02 Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler
	90.03 Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri
	90.04 Sanat tesislerinin işletilmesi

Yaratıcı sınıf, yaratıcı insanlar ve yaratıcı endüstriler çekerek ekonomik olarak katkı sağlamaktadır. Fakat her metropoliten alan için bu yaratıcılık seviyesi aynı değildir. Metropoliten alandaki yaratıcı sınıf, sinerji ile yeteneklerini harmanlayarak teknoloji, bilgi ve insan sermayesi gibi kavramlara ulaşabilmektedir. Florida (2005) çalışmalarında yaratıcı endüstrilerin anlamlı yeni formlar üreten aktiviteler içerdiğini belirtmiş ve kentleri, yaratıcılığı, teknik ve sanatsal yeniliğe, endüstri ve ticaretin yeni formlarına dönüştüren topluluklar olarak tanımlamıştır. Florida'ya (2005) göre yaratıcı sınıf kentlerde teknoloji, yetenek ve hoşgörü bir araya geldiği topluluklarda bulunmaktadır. Şekil 1'de bu üç unsurun yenilik ve özgünlük ile birleştiğinde ekonomik büyümenin sağlanacağı görülmektedir. 3T formülünde Florida (2002), hoşgörüyü; her türlü etnik ve kültürel çeşitliliği içine alan, sosyal açıklık ve tolerans olarak tanımlarken, yeteneği ise eğitim seviyesi ile ilişkilendirmiştir. Teknoloji ise yetenek ve hoşgörünün bir araya gelebileceği yenilik ve yüksek teknolojinin yoğunlaştığı alanlara karşılık gelmektedir. Ayrıca Florida (2002) yaratıcı sınıfın, rekreasyonel fırsatlar, canlı bir gece hayatı, müzik ve sanat mekanları ve diğer ekonomik, ticari ve eğlence aktiviteleri gibi özel yaşam kalitesini etkileyen aktivitelerden etkilendiğini belirtmektedir. Metropoliten alanlardaki yaratıcı ekonomi yaratıcı sınıfı oluşturan bu birey ve kent özelliklerine bağlıdır. Bu alanlardaki yaratıcı ekonomi yüksek derecede eğitim gerektiren mesleklerden oluşur (Florida 2005, 37). Florida'nın belirttiği bu özelliklere dayanarak diğer her

ekonomik gelişme düzeyinde olduğu gibi metropoliten alanlardaki ekonomik büyümede de yaratıcı insanları çekmek, yenilik üretmek ve ekonomik kalkınmayı teşvik etmek oldukça önemlidir.



Şekil 1. Florida'nın sınıflandırmasına göre yaratıcılık ağı (Yazar tarafından üretilmiştir).

Brouillette'ye (2008) göre ise yaratıcı sınıf yüksek eğitilmiş, mobil ve kentli bilincine sahip olup, geleneksel yapıya karşıdır. Yaratıcı insanların yaşam biçimleri onların iş ve yaşam alanlarını şekillendirmektedir. Yaratıcı sınıf yaratıcı ve kültürel bölgeler olarak tanımlanan alanları oluşturarak restoran, kahve, müze, galeri, üniversite, sanatsal ve kültürel organizasyonların yoğunlaştığı konut alanı ile beraber kültür ve ticaretin bir arada bulunduğu alanlarda yer seçmektedirler. Clifton' a (2008) göre ise yaratıcı sınıf hoşgörü, yabancı nüfusa sahip, bohem nüfus barındıran ve yüksek düzeyde kültürel aktiviteler içeren alanlarda yoğunlaşmaktadır. Ayrıca Clifton (2008) kentsel alanda sosyal ayrımcılığın yüksek olduğu ve işsizlik oranlarının da arttığı yerlerde yaratıcı sınıfın yer seçmediğini belirtmiştir. Hutton'a (2006) göre ise yaratıcı sınıfı oluşturan olgunun bohem nüfus tarafından oluştuğunu ve bu sınıfın oluşmasının sebebinin yaratıcı sınıfın kendine özgü kentsel dokusu olan mekanları seçmesi olduğunu vurgulamıştır. Dolayısıyla metropoliten alanların mekânsal tercihlerinin yönlendirilmesi metropoliten alan planlama ve yönetimi açısından oldukça önemlidir.

Sonuç olarak günümüzün yaratıcı çağında, nitelikli emeği çekme ve tutma yeteneği tüm metropoliten alanların mevcut ve gelecekteki refahı için oldukça önemlidir. Florida ve meslektaşları, yüksek bir yaşam kalitesi sunan ve çeşitliliği en iyi şekilde barındıran yerlerin bilgi yoğun ekonominin büyümesinde oldukça etkili olduğunu saptamışlardır. Dolayısıyla doğal ortamın ve yapı çevrenin yanı sıra zengin bir kültürel varlık yaratıcı sınıf için oldukça önemlidir. Aynı zamanda metropoliten alanlar için çeşitlilik bir başka önemli yöndür. Büyük çeşitliliğe sahip metropoliten alanlar genellikle farklı insanların uyum sağlayabildikleri yerlerdir. Bir başka ifadeyle yabancı nüfusun fazla olduğu bir bölgede yaratıcı sınıfın ve endüstrilerinin gelişimi oldukça etkili olmaktadır. Yaratıcılığa ve çeşitliliğe açıklık ile yetenekli çalışanlara dayanan yenilikçi ve teknolojik endüstrilerin metropoliten alanlarda ekonomik gelişmeyi sağladığı görülmektedir. Kısacası teknolojiye erişimi olan yaratıcı topluluklar, yetenekli bir işgücü ile beraber farklı ırklara, kültürlere ve yaşam tarzlarına karşı hoşgörü duygusuna sahiptir ve bu topluluklar ekonomik büyümeyi sağlayan topluluklardır. Florida yaratıcı sınıfı, insanların kimliklerini yaratıcı olarak yansıttıkları ve çeşitli yaşam tarzlarına ulaşmayı sağlayan topluluklar olarak tanımlamaktadır (Florida, 2002).

3. Metropoliten Alan Yönetimi ve Yaratıcılık İlişkisi

Dünya’da kentsel nüfusun trendinin artışı 20. yüzyıldan günümüze kadar devam etmektedir. 2015 yılında Birleşmiş Milletler (2015) verilerine göre dünyadaki kentsel nüfus oranı %55’e ulaşmıştır. 2050’de bu oran %68’e çıkacağı tahmin edilmektedir. Gelişmiş ülkelerde bu oran %85’e çıkmakta, gelişmekte olan ülkelerde ise oran %42’ye kadar düşmektedir (United Nations, 2015). Birleşmiş milletlerin 2014 yılı verilerine göre kentsel nüfusun %41,7’ si 1 milyonun üstündeki kentlerde yaşamaktadır (United Nations, 2015: 79).

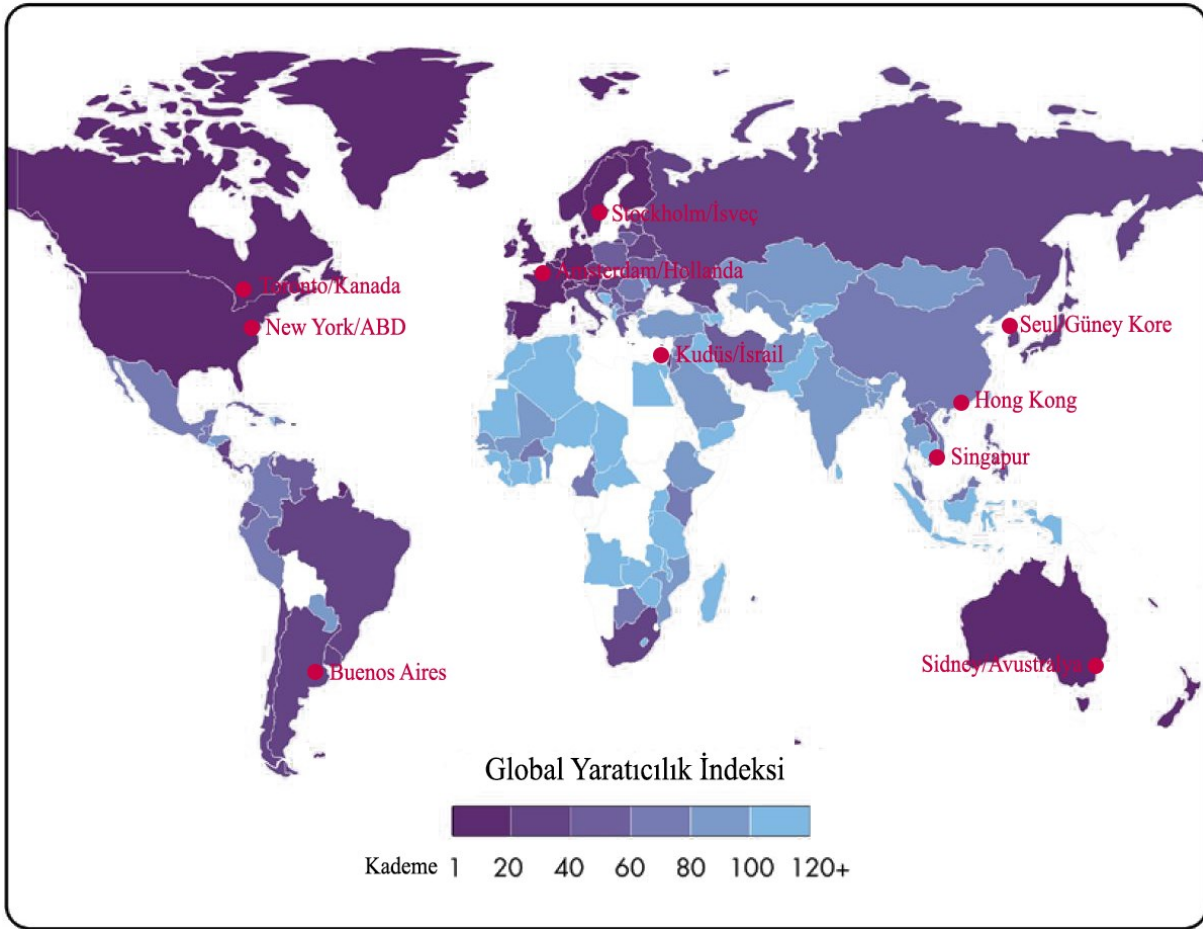
Metropoliten alan kavramı uluslararası açıkça tanımlanmış bir kavram olmamasına rağmen genellikle istatistiksel, idari, politik, ekonomik ve sosyal anlamlara sahiptir. Bu alanlar genellikle bir anakent ve onun etrafındaki ekonomik ve sosyal olarak bütün yerel yönetimlerden oluşmaktadır (Frey ve Zimmer, 2001). Bu yerel yönetimlerin yanı sıra araya giren kasaba ve kırsal bölgelerle beraber istatistiksel olarak yoğun nüfuslu bir veya daha fazla kentsel çekirdeğe sahip coğrafi bölge olarak tanımlanmaktadır (United Nations Census Bureau, 2000). Aynı zamanda metropoliten alanlar küresel kent ağının da bir parçasını oluşturmaktadır. Metropoliten bölgeler nüfus artışı, küreselleşme ve kentleşme ile güçlü bir şekilde bağlantılıdır.

Metropol kentlerin gelişme süreci nüfus artışı yanında kentin ekonomisi ve organizasyonunu da etkilemektedir. Nüfus artışı ile metropoliten kentlerin tarım dışı sektörleri yani sanayi, ticaret ve hizmetler alanı gelişmektedir. Detaylı olarak belirtmek gerekirse metropoliten kentlerdeki mesleki hizmetler, haberleşme, müteahhitlik, mühendislik, hukuk, eğitim, çevre, finans, sağlık, ulaşım, turizm, bilişim vb. hizmet alanları gelişme göstermekte ve bu doğrultuda uluslararası nitelikleri artmaktadır. Böylece metropoliten kentin dünyanın ekonomik, sosyal ve siyasal sistemi ile entegrasyon düzeyi yükselmektedir. Bununla beraber kentsel işlevlerin gelişimi, işlevlerin kentteki dağılımında farklılaşma ve çeşitli süreçler yaşanmaktadır. Bu süreçlerin doğru şekilde yönetilmesi ve ekonomik olarak yönlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü metropoliten alanlar bölgesi ve ülkesi için oldukça yüksek ekonomik önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu alanların yönetim ve planlama konusunda özgün koşulları dikkate alınmaktadır (Tuzcuoğlu, 2003).

Planlama ve yönetim kentlerde bireyi birey yapan niteliksel özelliklerin artırılması yani toplumsal refahın artışı için gerekmektedir (Tuzcuoğlu, 2003). Metropoliten kentlerde bunu sağlamaya çalışırken aynı zamanda ekonomik olarak kalkınma ve diğer kentlerle rekabette öncü konuma gelmeye çalışmaktadırlar. Bu amaç yeni ekonomik coğrafyayı, yığılma ekonomilerini, uzmanlaşmayı, yeniliği ve yaratıcılık kavramlarını doğurmuştur. Kentlerde yeniliği sağlayanlar yaratıcı sınıf olarak nitelendirilmekte ve aynı zamanda bilgiye dayalı gelişmeyi tetiklemektedirler. Özellikle metropoliten alanlar olmak üzere kentsel alanlar yenilikçiliğin merkezi olarak kabul edilmektedir. Bu yenilikçilik yaratıcı kent kavramını beraberinde getirmiştir. Yaratıcı kentler temel olarak niceliksel ve niteliksel olarak büyümeyi hedeflemektedir. Dolayısıyla günümüz dünyasında özellikle metropoliten kentler, yaratıcılığı ekonomik büyümenin önemli bir parçası haline getirmiştir. Gelişmekte olan bu yaratıcılıkta başarılı olmak için metropoliten kentler yenilikler üreten, teknoloji yoğun endüstriler geliştiren ve ekonomik büyüme potansiyeli olan yetenekli ve yaratıcı insanları geliştirmeye, çekmeye ve tutmaya çalışmaktadır. Yaratıcı sınıf olarak tanımlanan nitelikli insanlar uluslar ve metropoliten kentler arasında eşit olarak yayılmamaktadır. Clifton’a (2008) göre bu insanlar belirli şehir bölgeleri içinde ve kent merkezlerinde yoğunlaşma eğilimi göstermektedirler. Yaratıcılıkta en başarılı metropoliten alanlar, her türlü yaratıcılığa ve çeşitliliğe açık bir sosyal çevreye sahip olanlardır (Clifton, 2008). Sanat ve kültür alanlarında yaratıcı insanları cezbetmek ve farklı etnik, ırksal ve yaşam tarzı gruplarından oluşan farklı insan gruplarına açık olma becerisi metropoliten alanların yönetiminin belirlediği hedefler arasındadır. Yenilikler üretme, yüksek teknoloji endüstrilerini büyütmeye, çekme ve ekonomik büyümeyi teşvik etme konularında metropoliten alanlar öncü olmaya çalışmaktadır.

4. Materyal ve Metod

İlk olarak Martin Prosperity Enstitüsü’nün 2015 yılında global yaratıcılık indeksi çalışmasına dayanarak en yaratıcı ülkeler belirlenmiştir (Şekil 2). Yaratıcılık Endeksi (CI), yaratıcılığın durumunu ve yaratıcılığın gelişiminin belirleyicilerini bir yerde ölçmek için bir istatistiksel çerçevedir (Hui vd., 2005:40). Yaratıcılık endeksi yaratıcılığın ekonomik sonuçlarını belirlemekten ziyade yaratıcı etkinliklerin akışı ve yaratıcılığın büyümesine katkıda bulunan belirleyici faktörlerin gücünü göstermektedir (Hui vd., 2005:40) Yaratıcılık Endeksi, Richard Florida tarafından geliştirilen “Yaratıcı Sermaye Kuramı” ve insan, sosyal ve kültürel sermayeden türetilen kavramsal çerçeveler dahil olmak üzere çeşitli teorik temeller üzerine inşa edilmiştir.



Şekil 2. Global yaratıcılık endeksi haritası (Florida vd., 2015).

Belirlenen ülkeler 2014 yılında UNCTAD'ın Dünya Ekonomik Durumu ve Beklentileri (WESP) raporunda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler durumuna göre sınıflandırılmıştır. En yaratıcı gelişmiş ülkeler, verilerin ulaşılabilirliği gözetilerek İsveç, ABD, Avustralya, Kanada ve Hollanda olarak belirlenmiştir. En yaratıcı gelişmekte olan ülkeler ise Singapur, Hong Kong, Arjantin, İsrail ve Güney Kore olarak belirlenmiştir. Daha sonra her ülkenin kendi içindeki yoğun ve yaratıcı metropoliten alanı ulusların istatistiksel verilerine bakılarak belirlenmiştir. Bu metropoliten alanlar gelişmiş olan ülkeler için sırasıyla İsveç/Stockholm, ABD/New York, Avustralya/Sidney, Kanada/Toronto, Hollanda/Amsterdam metropoliten alanları ve gelişmekte olan ülkeler için Singapur, Hong Kong, Arjantin/Buenos Aires, İsrail/Kudüs, Güney Kore/Seul metropoliten alanları olarak seçilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin yaratı ekonomi payları ve seçilen metropoliten alanlar (Yazar tarafından üretilmiştir).

Gelişmişlik Düzeyi	Ülke	Global Yaratıcılık Endeksi	Yaratıcı Ekonomi Payı(%)	Metropoliten Alanlar
Gelişmiş Ülkeler	İsveç	0.915	44.92	Stockholm
	ABD	0.950	32.61	New York
	Avustralya	0.970	44.98	Sidney
	Kanada	0.920	43.86	Toronto
	Hollanda	0.889	44.25	Amsterdam
Gelişmekte Olan Ülkeler	Singapur	0.896	47.30	Singapur
	Hong Kong	0.715	37.18	Hong Kong
	Arjantin	0.681	22.05	Buenos Aires
	İsrail	0.665	36.83	Kudüs
	Güney Kore	0.660	12.00	Seul

İkinci olarak yukarıdaki literatür bölümünde, Florida ve arkadaşları yaratıcı toplulukların yaşam tarzı, sosyal etkileşim, çeşitlilik, özgünlük, kimlik ve yer kalitesi gibi yaratıcı sınıfı çekmek için sahip oldukları veya sahip olması gereken özellikleri sınıflandırmıştır. Bu yazıda, bu özellikler metropoliten alanlar için beş kategoriye ayrılmıştır. Bunlar yetenek, teknoloji, hoşgörü, yaşam tarzı ve özgünlük olarak belirlenmiştir.

Araştırma yöntemi ise bu göstergelerin tanımları yapılarak analitik ve nicel olarak verilere her metropoliten alan için ulaşıp karşılaştırmalı olarak bu verilerin değerlendirilmesi ve geliştirmek ve gelişmiş ülkelerin metropoliten alanları arasında yaratıcılık bakımından ilişkisi kurulması üzerine oluşturulmuştur. Yaratıcı sınıf özelliklerini en iyi açıklayan göstergeler belirlenmeye çalışılmıştır. Son olarak bu bölümde bu ilişkiler ve bulgular üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

4.1. Materyal

Bu çalışmada kullanılan yaratıcı kavramlar Florida ve arkadaşları tarafından belirlenmiş olup gelişmiş ve geliştirmekte olan ülkelerin metropoliten alanları arasındaki farkı anlamak için karşılaştırmalı ve kıyaslamalı olarak tasarlanmıştır. İlk olarak yetenek kavramı insan sermayesi ve yaratıcı sınıf göstergesi olmak üzere 2 şekilde tanımlanmaktadır. Bunlar metropoliten alandaki lisans veya daha üzeri eğitim seviyesindeki nüfusunun toplam nüfusa oranı ve yaratıcı mesleklerdeki istihdamın toplam istihdama oranı şeklinde belirlenmiştir. İkinci olarak teknoloji kavramı yenilik ve yüksek teknoloji göstergesi olmak üzere 2 şekilde tanımlanmaktadır. Bunlar metropoliten alanda belirli bir yıldaki patent sayısı ve yüksek teknoloji endüstrisinde çalışan istihdamın toplam istihdama oranı şeklinde belirlenmiştir. Daha sonra hoşgörü kavramı metropoliten alanda yabancı doğumlu nüfusun toplam nüfusa oranı şeklinde olmak üzere yabancı nüfus göstergesi olarak tanımlanmıştır. Yaşam tarzı kavramı ise bohem nüfus göstergesine göre belirlenmiştir. Bohem nüfus kültürel ve yaratıcı endüstrilerdeki sanatsal aktivitelerle uğraşan işgücü olarak tanımlanmıştır. Son olarak özgünlük kavramı ise metropoliten alandaki tarihi ve kültürel mekanların sayısı şeklinde otantiklik göstergesi olarak belirlenmiştir.

Tablo 1. Yaratıcı kavramlar, göstergeler ve tanımları (Yazar tarafından üretilmiştir).

Kavram	Gösterge	Tanım
Yetenek	Beşerî Sermaye	Lisans veya daha üzeri eğitim seviyesindeki nüfusun oranı toplam nüfusa oranı
	Yaratıcı Sınıf	Yaratıcı mesleklerdeki istihdamın toplam istihdama oranı
Teknoloji	Yenilik	Her 100.000 nüfus için patent sayısı
	Yüksek Teknoloji	Yüksek teknoloji endüstrideki istihdamın toplam istihdama oranı
Hoşgörü	Yabancı Nüfus	Yabancı doğumlu nüfusun toplam nüfusa oranı
Yaşam Tarzı	Bohem Nüfus	Sanatsal aktivitelerdeki istihdamın toplam istihdama oranı
Özgünlük	Otantiklik	Her 100.000 nüfus için tarihi ve kültürel mekanların sayısı

Tablo 3'te yaratıcı göstergeler ve tanımları belirtilmiş olup verilerin alındığı kaynak ve zaman aralığı ise Ek A'da verilmektedir. Çalışmanın analiz verileri ulusların ve metropoliten bölgelerin çeşitli kaynaklarından elde edilmiştir. Alınan verilerin zaman aralığı ise verilerin erişilebilirliğine göre 2005-2018 yılları arasında değişiklik göstermektedir.

4.2. Metot

Araştırma metodolojisinde nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Bunlardan ilki karşılaştırma yapılacak gruplarda farkın belirlenmesi için kullanılan analiz olan tek yönlü varyans (ANOVA) analizidir (Winer, 1971). İkincisi varyans analizinin de içeriğinde bulunan ortalama, ortanca ve medyan değerleridir. Bu değerler iş, mühendislik ve bilgisayar bilimleri alanlarında kullanılan nicel araştırma yöntemleridir ve aynı zaman diliminde iki farklı işletmenin performanslarını karşılaştırmak için kullanılmaktadır (Dudovskiy, 2016). Bu yazıda farklı veri kümelerinin karşılaştırılması ve farklılıkların betimlenmesi için ortalama, ortanca ve tek yönlü varyans analizi (one-way ANOVA) nicel araştırma yöntemleri olarak IBM SPSS 22 programı üzerinden kullanılmıştır. Ayrıca bu yöntemlere ek olarak daha anlamlı değerlendirmeler için belirlenen metropoliten alanların nüfusu ve gelişmişlik düzeylerine göre ikili olarak karşılaştırmaları yapılmış ve bulgular bu analize göre betimlenmiştir.

Tablo 4. Metropoliten alanların istatistiksel yaratıcılık göstergeleri (Yazar tarafından üretilmiştir).

Metropoliten Alanlar	Metropoliten Alan Nüfusu	Yetenek		Teknoloji	
		Beşeri Sermaye	Yaratıcı Sınıf	Yenilik	Yüksek Teknoloji
		Lisans veya daha üzeri eğitim seviyesindeki nüfusun oranı(%)	Yaratıcı Mesleklerdeki İstihdam Payı(%)	Patent Sayısı(her 100.000 nüfus için)	Yüksek Teknoloji Endüstri İstihdam payı(%)
Stockholm	2308143	58.0	31.7	511	8.4
New York	20320876	36.2	35.9	83	9.5
Sidney	4823991	37.6	27.2	30	6
Toronto	6346088	59.1	30.0	10	8.9
Amsterdam	2503000	42.0	46.0	17	4.3
Singapur	5612300	54.2	38.0	131	12
Hong Kong	7409800	24.0	53.0	190	1.4
Buenos Aires	12431000	2.9	20.0	-	-
Kudüs	1253900	21.0	42.8	12	6
Seul	25514000	35.8	21.0	65	13

Tablo 5. Metropoliten alanların istatistiksel yaratıcılık göstergeleri (Yazar tarafından üretilmiştir).

Metropoliten Alanlar	Metropoliten Alan Nüfusu	Hoşgörü			Yaşam Tarzı		
		Yabancı Nüfus			Bohem Nüfus		
		Yabancı Oranı(%)	Doğumlu Nüfusun		Sanatsal Payı(%)	Aktiviterdeki	İstihdam
Stockholm	2308143	33.0			5.0		
New York	20320876	37.2			5.4		
Sidney	4823991	42.9			4.6		
Toronto	6346088	47.0			6.9		
Amsterdam	2503000	34.0			9.2		
Singapur	5612300	29.2			1.5		
Hong Kong	7409800	3.6			5.7		
Buenos Aires	12431000	13.0			9.3		
Kudüs	1253900	35.3			3.6		
Seul	25514000	4.1			12.0		

Tablo 4 ve Tablo 5'te görüldüğü gibi her metropoliten alan için yetenek, teknoloji, hoşgörü, yaşam tarzı ve özgünlük değerleri istatistiksel olarak gösterilmiştir. Bu istatistiksel veriler üzerinden değerlendirmeler ve bulgular yapılmıştır. Sonuç olarak yöntem veri bölümünde tanımlanan göstergeler metropoliten alanların yaratıcı özelliklerin farklılıklarını karşılaştırmak ve betimlemek için tasarlanmıştır.

5. Bulgular

İlk olarak "one-way ANOVA" ile yapılan tek yönlü varyans analizinde aşağıdaki Tablo 6'da gözüktüğü gibi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin yaratıcılık göstergelerinden sadece yabancı nüfusları arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir. Her yaratıcılık göstergesi için yapılan bütün analizlerde anlamlılık düzeyi $p \leq 0.05$ olarak alınmış olup bu değere uygun sadece yabancı nüfus göstergesinin çıkması çoğu göstergelerin gruplar ile varyanslarının homojen dağılmamasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 6. Varyans analizinin (ANOVA) tablosu (Yazar tarafından üretilmiştir).

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
beşeri_sermaye	Between Groups	902.500	1	902.500	3.726	.090
	Within Groups	1937.936	8	242.242		
	Total	2840.436	9			
yaratıcı_sınıf	Between Groups	1.600	1	1.600	.012	.914
	Within Groups	1029.844	8	128.731		
	Total	1031.444	9			
yenilik	Between Groups	6400.900	1	6400.900	.243	.635
	Within Groups	210488.000	8	26311.000		
	Total	216888.900	9			
yüksek_teknoloji	Between Groups	2.209	1	2.209	.110	.748
	Within Groups	160.236	8	20.030		
	Total	162.445	9			
yabancı_nüfus	Between Groups	1185.921	1	1185.921	9.593	.015
	Within Groups	988.980	8	123.623		
	Total	2174.901	9			
bohem_nüfus	Between Groups	.100	1	.100	.009	.926
	Within Groups	86.236	8	10.780		
	Total	86.336	9			

Yapılan varyans analizinde sadece yabancı nüfus göstergesinin anlamlı bir farklılık olması ve diğer göstergelerin varyanslarının homojen olarak dağılmaması sonucu olarak anlamlılıklarının değerlendirilememesi üzerine ortalama, ortanca değerleri karşılaştırması ve metropoliten alanların nüfusa göre ikili karşılaştırmalar yapılmıştır. Metropoliten alanların yetenek göstergelerinin tanımlamalarına göre oluşturulan verilerin ortalama ve ortanca değerleri gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için Tablo 7'deki gibi verilmiştir.

Tablo 7. Metropoliten alanların yaratıcılık verilerine göre ortalama ve ortanca değerleri (Yazar tarafından üretilmiştir)

		Beşeri Sermaye	Yaratıcı Sınıf	Yenilik	Yüksek Teknoloji	Yabancı Nüfus	Bohem Nüfus	Otantiklik
Ortalama Değer	Gelişmiş Ülkelerin Metropoliten Alanları	46.6	34.2	130	7.4	38.8	6.2	7
	Gelişmekte Ülkelerin Metropoliten Alanları	27.6	35.0	99	8.1	17.0	6.4	8
Ortanca Değer	Gelişmiş Ülkelerin Metropoliten Alanları	42	31.7	30	8.4	37.2	5.4	1
	Gelişmekte Olan Ülkelerin Metropoliten Alanları	24	38.0	98	9.0	13.0	5.7	4

Tablo 7’de görüldüğü üzere gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarında yaratıcı göstergeler bakımından belirgin fark yetenek, hoşgörü ve teknoloji kavramları bakımından oluşmaktadır. Yetenek, teknoloji ve hoşgörü bakımından gelişmiş ülkelerin metropoliten alanları gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarına göre daha yaratıcı göstergelerdir. Bu kavramlar gelişmiş ülkelerin yaratıcılığı açısından belirgin bir şekilde ön plandadır. Yetenek kavramı altında tanımlanan beşeri sermaye göstergesi, teknoloji kavramı altında tanımlanan yenilik göstergesi ve hoşgörü altında tanımlanan yabancı nüfus göstergesi gelişmiş ülkelerin metropoliten alanlarında yaratıcılığı en iyi açıklayan göstergelerdir. Yaşam tarzı ve özgünlük kavramlarına bakıldığında ise gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarının gelişmiş ülkelerin metropoliten alanlarına yaratıcılıkta üstünlük kurduğu gözükmemektedir. Yaşam tarzı kavramı altında tanımlanan bohem nüfus göstergesi ve özgünlük kavramı altında tanımlanan otantiklik göstergesi gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarında yaratıcılığı en iyi açıklayan göstergelerdir. Kısacası lisans ve daha üzeri eğitim seviyesindeki nüfus, patent sayısı ve yabancı doğumlu nüfus gelişmiş ülkelerin metropoliten alanlarında etkili olurken sanatsal aktivitelerle uğraşan nüfus ve tarihi-kültürel mekanlar gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarında yaratıcılığı en etkili şekilde açıklamaktadır. Diğer göstergelerden olan yetenek kavramı altındaki yaratıcı sınıf göstergesi ve teknoloji kavramı altındaki yüksek teknoloji gelişmiş veya gelişmekte olan ülke fark etmeksizin her metropoliten alan için farklılık göstermektedir.

Nüfuslarına oranla bakıldığında fark olarak gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarına genelleme yapılamamaktadır. Dolayısıyla nüfusu birbirine benzer metropoliten alanlar karşılaştırıldığında gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için New York-Seul, Sidney-Singapur, Toronto-Hong Kong ve Stockholm/Amsterdam-Kudüs eşleşmeleri ortaya çıkmaktadır. New York ve Seul için en yaratıcı fark yaratıcı sınıf, yabancı nüfus, bohem nüfus ve otantiklik göstergelerinde ortaya çıkmaktadır. Nüfusu 20.000.000’den fazla bu iki metropoliten alan için gelişmiş ülkelerde yetenek ve hoşgörünün ön plana çıktığını gelişmekte olan ülkelerde ise yaşam tarzı ve özgünlüğün ön planda olduğu söylenebilir. Nüfusu 6-7 milyon arasında olan Toronto ve Hong Kong metropoliten alanlarında ise Toronto’nun beşerî sermaye, yüksek teknoloji, yabancı nüfus ve bohem nüfus göstergeleriyle yaratıcılığını artırdığını Hong Kong’un ise yaratıcı sınıf, yenilik ve otantiklik göstergeleri ile yaratıcılık karakteristiğini oluşturduğu anlaşılmaktadır. Belirtilen nüfusa sahip bu metropoliten alanların bulunduğu sınıflandırmada belirleyici farkın gelişmiş ülkelerin metropoliten alanları için hoşgörü ve yaşam tarzı ile oluştuğunu gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanları için ise özgünlük ile oluştuğu söylenebilmektedir. Nüfusu 5-6 milyon arasında olan Sidney ve Singapur metropoliten alanları karşılaştırıldığında ise beşeri sermaye, yaratıcı sınıf, yenilik ve yüksek teknoloji göstergelerinde Singapur metropoliten alanının yaratıcılık karakteristiği bakımından daha etkili olduğunu Sidney metropoliten alanının ise yabancı nüfus, bohem nüfus ve otantiklik göstergelerinde etkili olduğu gözükmemektedir. Bu iki metropoliten alan için genellemenin aksine 5-6 milyon nüfusa sahip gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanları için yetenek, teknoloji ve hoşgörünün yaratıcılıkta ön planda olduğunu, gelişmiş ülkelerin metropoliten alanlarının ise yaşam tarzı ve

özgünlükte ön planda olduğu anlaşılabılır. Son olarak nüfusu 1-2 milyon civarında olan Stockholm, Amsterdam ve Kudüs metropoliten alanlarının karşılaştırılmasına göre ise beşeri sermaye, yenilik ve bohem nüfus göstergelerinde gelişmiş ülkelerin metropoliten alanlarının ön plana çıktığını; yabancı nüfus ve otantiklik göstergelerinde ise gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarının ön planda olduğu gözükmemektedir. Bu nüfusa sahip metropoliten alanların gelişmekte olan ülkelere hoşgörü ve özgünlükte baskın yaratıcılığa sahip olduğu gelişmiş ülkelere ise yaşam tarzında baskın yaratıcılığa sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Literatürde Richard Florida ve arkadaşlarının belirttikleri gibi yetenek, teknoloji, hoşgörü, yaşam tarzı ve özgünlük kavramları metropoliten alanlarda yaratıcılık üzerinde oldukça anlamlı ve etkilidir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin yaratıcılıkta metropoliten alanlarındaki asıl farkın metropoliten alanlarının yönetiminde ekonomik kalkınmanın sağlanması ve toplumsal refahın artırılması için yaratıcılık göstergelerine yönelik farklı politikalar ve yolların izlenmesi olduğu anlaşılmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarında yaratıcılığı artırmak için daha çok mekâna etki eden aktiviteler ve çeşitlilik ile yaratıcılık algısını oluşturmaktadır. Gelişmiş ülkelerin metropoliten alanları ise daha çok insana etki eden bir yönetim anlayışı üzerine çeşitli yatırımlar yaptığı söylenebilmektedir. Sonuç olarak bir genelleme yapılırsa yaratıcılık karakteristiği olarak gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarının farkı beşeri sermaye, yenilik ve yabancı nüfus göstergeleri olmak üzere insana ve bohem nüfus ve otantiklik olmak üzere mekâna yapılan eylemler olduğu söylenebilir.

6. Tartışma ve Sonuç

Yaratıcı ekonomi günümüz dünyasında ekonomik kalkınma için oldukça önemli bir konumdur. Buna bağlı olarak metropoliten alanlarda yaratıcı ekonomi ulusal ve bölgesel yaratıcı ekonomi kadar önemlidir. Bu yazıda yaratıcı ekonomi kavramı literatürde kapsayıcı bir şekilde incelenip yaratıcı ekonominin metropoliten alanlardaki rolü gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler genelinde incelenmektedir. Buna bağlı olarak bu yazının amacı Florida ve arkadaşlarının yaratıcı sınıf teorisinin metropoliten alanlardaki etkisini sorgulamak ve farklı sosyo-ekonomik gelişmişlikte olan metropoliten alanların yaratıcı sınıf özelliklerini anlamaktır. Bu yazı bir araştırma sorusunu incelemektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarındaki yaratıcılık farklılıklarını en iyi açıklayan yaratıcılık özelliklerin neler olduğu sorgulamaktadır. Bunu yaparken ilk olarak literatürdeki yaratıcılık özellikleri tanımlanmış ve bunları açıklayan göstergeler ve tanımlamalar yapılmıştır. Daha sonra metropoliten alanların ve yönetiminin yaratıcılıkla ilişkisi kurulup Richard Florida ve arkadaşlarının yaratıcı sınıfın özelliklerini nasıl tanımladığı irdelenmiştir. Daha sonra bu yaratıcı sınıf özellikleri bu yazıda yetenek, teknoloji, hoşgörü, yaşam tarzı ve özgünlük olmak üzere 5 kavram olarak tanımlanmıştır. Bu kavramları açıklamak üzere beşeri sermaye, yaratıcı sınıf, yenilik, yüksek teknoloji, yabancı nüfus, bohem nüfus ve otantiklik göstergeleri ve bunların tanımlamaları belirlenmiştir. Belirtilen bu göstergeler ve tanımlar literatür tarafından belirlenen yaratıcı sınıf özelliklerinin etkileşimi ile oluşturulmuştur. Daha sonra global yaratıcılık endeksine göre en yaratıcı ülkeler belirlenip gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere göre sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırılmaya göre bu ülkelerin nüfus olarak yoğun ve yaratıcı olarak etkin metropoliten alanları belirlenmiştir. Bu metropoliten alanlar gelişmiş olan ülkeler için sırasıyla Stockholm, New York, Sidney, Toronto, Amsterdam metropoliten alanları ve gelişmekte olan ülkeler için Singapur, Hong Kong, Buenos Aires, /Kudüs ve Seul metropoliten alanları seçilmiştir. Daha sonra bu alanların yaratıcılık karakteristikleri için veriler analiz edilmiş ve karşılaştırmalı olarak tartışılmıştır. Bu karşılaştırma yapılırken nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılmış olup tek yönlü varyans analizi, ortalama ve ortanca kavramları üzerinden karşılaştırmalar değerlendirilmiştir. Ayrıca metropoliten alanların değişen nüfusuna göre benzer nüfusta olanların niceliksel verilerine dayanılarak gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanları ikili olarak yaratıcılık özellikleri bakımından betimlenerek karşılaştırılmıştır. Yapılan karşılaştırmalar ve betimlemeler sonucunda araştırma sorusu değerlendirilmiş ve gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarının yaratıcılık karakteristikleri farkı belirlenmiştir.

Sonuç olarak ilk niceliksel araştırma yöntemi olan tek yönlü varyans analizine göre sadece yabancı nüfus göstergesi yani hoşgörü kavramı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarının yaratıcılığını etkilemektedir. Bu analizin içindeki diğer niceliksel yöntemlerden olan ortalama ve ortanca değerleri incelemesine göre genelleme yapılır ise gelişmiş ülkelerdeki metropoliten alanların yaratıcılıkta yetenek, teknoloji ve hoşgörüde öne çıktığı gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarının ise yaşam tarzı ve özgünlük ile etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Benzer nüfuslarına göre yapılan karşılaştırmaların sonucunda ise gelişmiş ülkelerin metropoliten alanlarında yaşam tarzının ve hoşgörünün; gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarında ise özgünlüğün yaratıcılıkta fark yarattığı anlaşılmaktadır. Ayrıca gelişmiş olan ülkelerin metropoliten alanlarında nüfus arttıkça yetenek ve özgünlüğünde ön plana çıktığı; gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanları için ise nüfus arttıkça yaşam tarzı ve hoşgörünün etkili olmaya başladığı söylenebilmektedir. Araştırmanın sonucunda genel olarak Richard Florida ve meslektaşlarının yaratıcılık için belirlediği kavramlar, göstergeler ve tanımlamaların yoğun nüfuslu metropol alanlar için geçerli olduğu ve gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanları için yaratıcılık karakteristiklerinin çeşitlilikler

gösterdiği anlaşılmıştır. Metropoliten alanların yönetimi ve değişen yaratıcılık karakterlerine göre, genellikle birçok göstergenin her metropoliten alan için fark yarattığı söylenebilmektedir. Gelecekteki çalışmalarda, yapılan bu yaratıcılık kavramları, göstergeleri ve tanımlamaları ile beraber etkili olabilecek diğer anlamlı ve önemli değerler yaratıcılığı açıklamak üzere literatüre eklenmelidir. İleride metropoliten alanların yaratıcılık kriterlerinin farklılıklarının açıklanması için karmaşık ilişkiler yerine alt ilişkileri doğrusal bileşenlere ayırmak ve daha çeşitli değerlerin birbiri ile olan ilişkilerine odaklanmak karşılaştırmaların ve analizlerin değerlendirilmesinde yapılacak çalışmalara daha yardımcı olacaktır.

Kaynakça

- Brouillette, S. (2008). Contemporary literature, post-industrial capital, and the UK creative industries. *Literature compass*, 5(1), 122-133.
- Clifton, N. (2008). The “creative class” in the UK: an initial analysis. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(1), 63-82.
- Department for Culture, Media and Sport. (2008). Creative Britain: New talents for the new economy.
- Department for Culture, Media and Sport. (2008). Creative Industries Mapping Document, Department for Culture, Media and Sport, London.
- Dudovskiy, J. (2016). The ultimate guide to writing a dissertation in business studies: a step-by-step assistance, July 2016 edition. *eBook Journal of Mixed Methods Research*, 4(1), 6-16.
- Ferdowsi, M. A. (2010). UNCTAD—United Nations Conference On Trade And Development. In *A Concise Encyclopedia of the United Nations* (pp. 698-705). Brill Nijhoff.
- Florida, R. (2002). The rise of the creative class cities without gays and rock bands are losing the economic development race. *Washington Monthly*, 34(5), 15-26.
- Bafna, S. (2003). Space syntax: A brief introduction to its logic and analytical techniques. *Environment and Behavior*, 35(1), 17-29. <https://doi.org/10.1177/0013916502238863>
- Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. Routledge.
- Florida, R., Mellander, C., & King, K. (2015). *The global creativity index 2015*. Martin Prosperity Institute.
- Frey, W. H., & Zimmer, Z. (2001). Defining the city. *Handbook of urban studies*, 1, 14-35.
- Hui, D., Ng, C. H., Mok, P., Ngai, F., Wan-kan, C., & Yuen, C. (2005). A study on creativity index. *Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region Government*.
- Hutton, T. A. (2006). Spatiality, built form, and creative industry development in the inner city. *Environment and Planning A*, 38(10), 1819-1841.
- Lazzeretti, L. (2012). Cultural and creative industries: an introduction. In *Creative industries and innovation in Europe* (pp. 19-38). Routledge.
- Skillset, C. (2013). Classifying and measuring the creative industries. *London: Creative Skillset*.
- Tuzcuoğlu, F. (2003). Metropoliten Yönetim-Kentleşme Temel Kavram ve Kuramları ile Dünya’da ve Türkiye’de Büyükşehir Yönetimi. *Sakarya Kitabevi, Adapazarı*.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2015). *World Urbanization Prospects: The 2014 Revision, (ST/ESA/SER.A/366)*.
- US Census Bureau, & United States. Bureau of the Census. (2000). *American Indian Nations Count!: United States Census 2000* (Vol. 3). Bureau of the Census.
- Vanolo, A. (2008). The image of the creative city: Some reflections on urban branding in Turin. *Cities*, 25(6), 370-382.
- Venturelli, S. (2000). *From the information economy to the creative economy: Moving culture to the center of international public policy*. Center for Arts and Culture.
- Winer, B. J., Brown, D. R., & Michels, K. M. (1971). *Statistical principles in experimental design* (Vol. 2, p. 596). New York: Mcgraw-hill.

Ekler**Ek A. Verilerin Kaynak Tablosu**

Metropolitan Alanlar	Metropolitan Alan Nüfusu	Lisans veya daha üzeri eğitim seviyesindeki nüfusun oranı(%)	Yaratıcı Mesleklerdeki İstihdam Payı(%)	Patent Sayısı(her 100.000 nüfus için)
Stockholm	Statistics Sweden, 2018	City of Stockholm, 2015	SCB / Statistics Sweden, 2005	The Global Urban Competitiveness Report, 2010
New York	U.S. Census Bureau, 2017	U.S. Census Bureau, 2016	U.S. Census Bureau, 2016	U.S. Patent and Trademark Office, 2015
Sidney	ABS Census of Population and Housing, 2018	Australian Bureau of Statistics, 2016	City of Sydney, 2012	IP Australia Report, 2017
Toronto	Statistics Canada Annual Population Estimates, 2017	Statistics Canada 2016 Census	City of Toronto Economic Development Committee and Toronto City Council, 2011	OECD Online Patent Database, 2011
Amsterdam	The Amsterdam Metropolitan Area (AMA), 2018	Statistics Netherlands/TNO, 2013	The Amsterdam Metropolitan Area (AMA), 2016	European Patent Office, 2016
Singapur	Department of Statistics Singapore, 2017	Department of Statistics Singapore, 2014	Critical and Cultural Studies Commons, 2010	Intellectual Property Office of Singapore, 2016
Hong Kong	Census and Statistics Department, 2017	Census and Statistics Department, 2016	Report Dello Stage Svolto Presso Polytechnic University, 2011	World Intellectual Property Organisation , 2012
Buenos Aires	Ministerio de Economía, 2018	TIMSS Encyclopedia, 2015	Creative Industries Observatory (OIC), 2015	X
Kudüs	Israel Central Bureau of Statistics, 2017	Jerusalem Institute for Policy Research, 2015	Jerusalem Transportation Management Team 2013	OECD, 2011
Seul	Statistics Korea, 2018	Statistics Korea, 2015	Seoul Metropolitan Government, 2009	Korea Intellectual Property Office, 2010

Ek A. (Devamı)

Metropoliten Alanlar	Yüksek Teknoloji Endüstri İstihdam payı(%)	Yabancı Doğumlu Nüfusun Oranı(%)	Sanatsal Aktiviterdeki İstihdam Payı(%)	Tarihi ve Kültürel Mekanlar (her 100.000 nüfus için)
Stockholm	SCB / Statistics Sweden, 2005	Statistics Sweden, 2017	Statistics Sweden, 2015	Culture Administration of Stockholm, 2018
New York	U.S. Census Bureau, 2016	U.S. Census Bureau, 2016	Center for an Urban Future Creative New York Report, 2015	National Park Service, 2015
Sidney	City of Sydney, 2006	Australian Bureau of Statistics, 2016	Compiled by City of Sydney research team, 2014	Herritage Division, NSW Office of Environment and Herritage / Australian Government Department of Energy and Environment, 2018
Toronto	CBRE Group, 2017	Statistics Canada 2016 Census	City of Toronto / Statistics Canada 2016	Canada's Historic Places, 2018
Amsterdam	Statistics Netherlands Statline (2005b), OECD (2006), USPTO (2009), 2015	Statistics Netherlands/TNO, 2014	LISA, 2014	The Amsterdam Metropolitan Area (AMA), 2018
Singapur	Economic Development Board ,2015	Department of Statistics Singapore, 2014	Ministry of Manpower, 2017	National Heritage Board, 2017
Hong Kong	Research Office Legislative Council Secretariat, 2015	Census and Statistics Department, 2016	Census and Statistics Department, 2015	Leisure and Cultural Services Department, 2018
Buenos Aires	X	INDEC, 2010	Observatorio de Industrias Creativas GCBA, 2014	CNMMLH, 2013
Kudüs	PitchBook, 2014	Jerusalem Development Authority 2014	Jerusalem Transportation Management Team 2013	UNESCO World Heritage List, 2013
Seul	Invest Seoul, 2017	Statistics Korea, 2016	Statistics Korea, 2012	Seoul Metropolitan Government, 2018