

Türkiye’de Yaratıcı Endüstrilerin Kümelenmesi

Clustering of Creative Industries in Turkey

İ. Erdem SEÇİLMİŞ¹

ÖZET

Yaratıcı endüstrilere gösterilen ilgi son yıllarda hızla artmaktadır. Bu çerçevede, sosyal bilimciler yaratıcı kümelenmelerin oluşumunu açıklayabilmek için çaba sarf etmektedir. Bu çalışmanın amacı Türkiye’de yaratıcı endüstrilerin kümelenmesini iktisadi coğrafya perspektifinden araştırmaktır. 81 ili kapsayan bir yoğunlaşma katsayısı analizi aracılığıyla çalışmada elde edilen sonuçlardan; yaratıcı endüstrilerin büyük şehirlerde kümelenme eğiliminde olduğu varsayımının Türkiye için geçerlilik taşımadığı yargısına ulaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı endüstriler, kümelenme, iktisadi coğrafya, yoğunlaşma katsayısı

ABSTRACT

Interest in the creative industries has increased rapidly in recent years. In this context, social scientists have put effort into explaining the forming of creative clusters. The purpose of this study is to investigate, from the perspective of economic geography, the clustering of creative industries in Turkey. Through a location quotient analysis of 81 provinces, one conclusion can be inferred from the results obtained in this paper: The assumption that creative industries tend to cluster in large cities is not true for Turkey.

Keywords: Creative industries, clustering, economic geography, location quotient

1. GİRİŞ

Yaratıcı endüstrilerin gelişimi temelde iktisat, işletme, kamu yönetimi, coğrafya ve şehir planlacılığı olmak üzere pek çok bilim dalında gün geçtikçe daha sık ve detaylı olarak irdelenen bir araştırma konusu haline dönüşmektedir. Alanın karma yapısı özellikle sosyal bilimlerde disiplinler arası çalışmalara kaynaklık etmesine olanak sağlayan bir nitelik olarak öne çıkmaktadır. Yaratıcı endüstrileri sistematik bir biçimde inceleme çabalarının ivmelenmesi tüm dünyada gözlemlenen bir akımdır. Bu gelişmenin altında yatan temel neden özelde istihdam artışı ve katma değer üretimi genelde ise kalkınmanın hızlandırılması bakımından ilgili sektörlerin ulusların zenginleşmesi için etkili araçlar olarak kullanılabileceği varsayımdır.

Yaratıcılığı tek bir biçimde tanımlamak mümkün olmadığı için “yaratıcı ekonomi” kavramı da çeşitli şekillerde açıklanmaktadır (Markusen vd., 2008). Alanda kapsamlı araştırmalara imza atan Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) yaratıcı ekonominin “potansiyel olarak iktisadi büyüme ve kalkınmayı uyaran yaratıcı varlıklar üzerine temellenen” ve sürekli evrimleşen bir kavram olarak algılanmasını önermekte; ek olarak da yaratıcı ekonominin temelinde yaratıcı endüstrilerin yattığını belirtmektedir (UNCTAD, 2010:10). Bu çerçevede kaçınılmaz

olarak farklı “yaratıcı endüstri” sınıflandırmalarıyla karşılaşılması doğaldır. Vurgulanan çoklulaşmaya yol açan ana nedenler arasında kavramın muğlaklığı yanında tanımı ya da tasnifi yapan kişinin veya kurumun çalışma alanı, amacı, ülkesi ve içinde bulunulan sosyoekonomik konjonktür gibi pek çok faktör de rol oynamaktadır. Literatürde sıklıkla kullanılan ve genel geçer şekilde kabul gören tanımda Birleşik Krallık Kültür, Medya ve Spor Dairesi (DCMS) tarafından yaratıcı endüstriler “kökeni bireysel yaratıcılık, beceri ve yeteneğe dayanan; bünyesinde fikri mülkiyetin geliştirilmesi ve kullanılması ile servet ve istihdam yaratma potansiyeline sahip endüstriler” olarak betimlenmiştir (DCMS, 2001:5).

Günümüzde yaratıcı sektörler popülerleşen bir araştırma alanı haline dönüşse de halihazırda yaratıcı iş kollarının temel niteliklerinden biri olarak gözlemlenen coğrafi kümelenme özelliğini (geographical cluster) ve yaratıcı faaliyetlerin bölgesel kalkınmaya katkısını; ekonomik coğrafya (economic geography) perspektifinden tartışan eserlere nadiren rastlanmaktadır (De Propriis vd., 2009). Ancak üretilen çalışmalardan çıkarılan temel izlenim yaratıcılık odaklı büyümenin büyük ölçekli kentlerde yoğunlaşma eğilimine sahip olduğudur (Foord, 2008). Ek olarak; kısıtlı sayıda da olsa aksi yönde bulgulara ulaşan araştırmalar da mevcuttur (Collis vd., 2013).

¹ Yrd.Doç.Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, ies@hacettepe.edu.tr

Bu çalışmanın hazırlanmasının altında yatan temel motivasyon, bilindiği kadarıyla bu tarihe kadar, yaratıcı endüstrilerin coğrafi dağılımı alanında iktisadi coğrafya yaklaşımı ile Türkiye düzeyinde ulusal bir analiz gerçekleştirilmemesidir. İhtiyaç duyulan verilere ulaşımdaki güçlükler ve alanın göreceli olarak genç oluşu bahsedilen eksikliği tüm dünya için olduğu gibi Türkiye içinde doğal kılmaktadır. Çalışmanın temel amacı vurgulanan eksikliğin giderilerek temel düzeyde Türkiye’de yaratıcı endüstrilerin coğrafi kümelenmesini araştırmaktır.

Bu çerçevede DCMS tarafından 2013 yılı içerisinde önerilen yaratıcı endüstri ölçüm ve sınıflandırma yöntemi esas alınarak Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) ve Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) verileri incelenecektir. Araştırmada ekonomik faaliyetlerin coğrafi olarak toplulaşması irdelenirken sıklıkla kullanılan yöntemlerden biri olan yoğunlaşma oranı (location quotient: LQ) analizine yer verilecek; ek olarak temel düzeyde istatistikî sonuçlar ve regresyon çıktıları tartışılacaktır.

Giriş bölümünü takiben; çalışmanın ikinci kısmında yaratıcı kümelenme (creative clustering) yaklaşımları değerlendirilecek; üçüncü bölümde ise kullanılan metodoloji aktarılacaktır. Dördüncü bölümde Türkiye için gerçekleştirilen analizin sonuçları paylaşılacak; beşinci ve son bölümde ise genel değerlendirme ve önerilere yer verilecektir.

2. YARATICI KÜMELENME

Kümelere, Porter (2000:15) tarafından “belirli bir alanda sadece rekabet etmeyen aynı zamanda işbirliği de yapan birbiri ile bağlantılı şirketlerin, uzmanlaşmış arz kesiminin, hizmet sağlayıcıların, ilgili endüstrilerdeki firmaların ve ilişkili kurumların (örneğin üniversiteler, derecelendirme kuruluşları, ticari birlikler) coğrafi yoğunlaşması” olarak tanımlanmaktadır. Vurgulanan yoğunlaşma başarılı bir yaratıcı kümelenme gelişimi haline dönüştürülebilir ve işaret edilen hamle sürdürülebilir kılınırsa bölgesel rekabetçi bir avantaj sağlamak amacıyla etkili bir yöntem olarak kullanılabilir (DCMS, 2001).

Her ne kadar mekanın (space) ve yerin (place) iktisadi performans üzerindeki etkisinin içselleştirilmesi ekonomik farklılaşmanın bölgesel boyutlarına dikkat çekse de; kümelenme kavramının muğlaklığı ve karmaşıklığı; firma ve endüstrilerin küme olarak kabul edilebilmesi için ne derecede toplulaşması gerektiği, bağların sıklık seviyesinin nasıl belirleneceği, mekansal ölçek ve yoğunlukta gözetilecek hususların neler olduğu gibi sorulara net yanıtlar verilmesini engellemektedir (Turok, 2003). Bu tip zorluklar değer zinciri içerisinde yer alan işletmelerin iktisadi katkı düzeyin-

den bağımsız olarak taşınması gereken özelliklerin tanımlanmasını ve tek tipleştirilmesini daha da güçleştirmektedir. Ancak kümelenmenin genelde yayılma etkisi nedeni ile üretkenliği arttırdığı ve yeni oluşumlara imkan tanıyarak büyümeyi tetiklediği kabul gören bir yaklaşımdır (DTI, 2001).

Özellikle geri kalmış bölge ekonomilerinin canlandırılması amacıyla devlet müdahalesine meşruiyet kazandırabilecek nitelikte bir araç olarak işaret edilebilecek endüstriyel kümeler için literatürde pek çok modelden bahsedilmekle birlikte temelde iktisadi faaliyete odaklanan üç çeşit kümelenmenin varlığından söz etmek mümkündür (Bassett vd., 2002; Gordon ve McCann, 2000):

1. Saf kümelenme modeli (The model of pure agglomeration): Temelinde coğrafi yakınlık yatan bu model kümelenmenin azalan işlem maliyetleri, uzmanlaşmış yerel iş gücü, bilgi akışı ve dışsallık üzerine etkilerine dikkat çekmektedir.

2. Endüstriyel kompleks modeli (The industrial-complex model): Bu model ticari bağları temel alarak şirketler arasındaki tanımlanabilir ve istikrarlı ilişkileri kümelenmenin varlığını tespit için kullanır.

3. Sosyal Ağ Modeli (The social-network model): Bahsedilen model resmi olmasa dahi kurumların ve ağların rolleri ile iktisadi faaliyetlerin sosyal entegrasyonuna odaklanmaktadır.

Özelde ise yaratıcı bir kümenin taşınması gereken özellikler De Propriis vd. (2009:11) tarafından açık şekilde tanımlanmıştır. Yaratıcı bir küme: (a) öncelikle aynı alanda olmasa dahi yenilik üretmeye ve özgün katkı yapmaya ilgi duyan yaratıcı insan topluluğunu ihtiva etmelidir (Florida, 2002); (b) insanların, ilişkilerin, fikirlerin ve yeteneklerin birbirlerini uyabilecekleri bir yer tahsis etmelidir; (c) çeşitliliğin, etkileşimin, ifade özgürlüğünün sunulduğu ve korunduğu bir ortam sağlamalıdır; (d) nihai olarak bireylerin kişiliklerini besleyen açık, değişken ve sık bir kişiler arası etkileşim ağı sunmalıdır.

Yaratıcı endüstrilerin kümelenmesinin altında yatan başlıca dört nedenden bahsedilebilir. Ancak vurgulanması gereken husus bu yaklaşımların birbirinin ikamesi olarak değil tamamlayıcısı olarak algılanması gerekliliğidir (Lazzeretti vd., 2012). Bunlardan ilki kültür ekonomisi perspektifinden bir yaklaşımla toplulaşmanın odağına kültür, sanat ve miras birikiminin yoğunlaşmasını oturtur. Kümelenme ekonomileri (agglomeration economies) yaklaşımı ise yayılma etkileri ve mekansal maliyet avantajları üzerinde durmaktadır. Üçüncü bir bakış açısı olarak değerlendirilebilecek ilgili çeşitlilik (related variety) açılımında endüstrinin inovasyon ve bilgi akışı yolu

ile bölgesel büyüme üzerine etkileri tartışılmaktadır (Frenken vd., 2007). Dördüncü ve son yaklaşım olarak sıralanabilecek yaratıcı sınıf (creative class)¹ perspektifi de merkezine beşeri sermayeyi yerleştirerek yaratıcı insanın kümelenme üzerine etkilerini irdelemektedir (Florida, 2005).

3. METODOLOJİ

3.1. Yaratıcı Endüstrilerin Sınıflandırması

Yaratıcı endüstri kavramı ilk defa Avustralya'da ticari ve kültürel faaliyetler ile teknoloji destekli olarak gelişen yeni medya arasındaki farkları işaret etmek için kullanılmıştır (Foord, 2008). Daha sonra DCMS tarafından yapılan ve giriş bölümünde aktarılan tanım ekseninde çeşitli varyasyonlar gelişmiştir. Yaratıcı endüstrilerin kapsamı, UNCTAD ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) gibi pek çok uluslar arası kuruluş ve araştırmacı tarafından sistematize edilmeye çalışılmış ve içinde bulunulan konjonktüre göre güncellenmiştir.

Bu çalışmada alandaki öncü bir kurum tarafından yapılmış güncel bir sınıflandırma olması nedeniyle DCMS (2013) tarafından önerilen tasnif kullanılmıştır. Sahip olunan bilgiye göre eserin hazırlandığı tarihte yayınlanmış en güncel düzenleme ilgili DCMS çalışmasıdır.

DCMS raporunda bilgiler Birleşik Krallık'da kullanılan standart endüstriyel sınıflandırma (SIC) kodları aracılığı ile aktarılmıştır. Bu çalışmada ise Avrupa Birliği tarafından iktisadi faaliyetlerin istatistiki sınıflandırması için kullanılan ve Türkiye'de veri üreten kurumlar tarafından tercih edilen NACE kodlarının en güncel versiyonu Rev2. esas alınacaktır. Ancak ilgili hesaplamada en fazla dört basamaklı kodlara ihtiyaç duyulduğu ve dört basamağa kadar yapılan sınıflandırmalarda NACE ve SIC kodları arasında herhangi bir ayrışma olmadığı için vurgulanan farklılık bir önem teşkil etmemektedir (Diğer sınıflandırma örnekleri: Tüm ekonomik faaliyetlerin uluslar arası standart endüstriyel sınıflandırması (ISIC), Kuzey Amerika endüstriyel sınıflandırma sistemi (NAICS), Avustralya ve Yeni Zelanda standart endüstriyel sınıflandırması, vb.)

Tablo 1: Yaratıcı Endüstriler

Sektörler	Kodlar	
Reklamcılık ve pazarlama		
	70.21	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri
	73.1	Reklamcılık
Mimarlık		
	71.11	Mimarlık faaliyetleri
Tasarım ve moda tasarımı		
	74.10	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri
Film, TV, video, radyo ve fotoğraf		
	59.1	Sinema filmi, video ve televizyon programı faaliyetleri
	60	Programcılık ve yayıncılık faaliyetleri
	74.20	Fotoğrafçılık faaliyetleri
Bilgi teknolojileri (BT), yazılım ve bilgisayar hizmetleri		
	62.01	Bilgisayar programlama faaliyetleri
	62.02	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri
Yayımcılık		
	58.1	Kitapların, süreli yayınların yayınlanması ve diğer yayımcılık faaliyetleri
	58.2	Yazılım programlarının yayımlanması
	74.3	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri
Müzik, gösteri ve görsel sanatlar		
	59.20	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri
	85.52	Kültürel eğitim
	90.01	Gösteri sanatları
	90.02	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler
	90.03	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri
	90.04	Sanat tesislerinin işletilmesi

(Kaynak: DCMS:2013)

DCMS bu öneriyi hazırlarken öncelikli olarak değişen teknoloji ve faaliyet algısı ışığında yaratıcı meslekleri tanımlamış daha sonra da eğer herhangi bir endüstride yaratıcı istihdamın oranı %30'u aşıyorsa ilgili endüstriyi yaratıcı endüstri sınıflandırılmasına dahil edilebilecek bir aday olarak belirlemiştir. Aktarılan şekilde hazırlanan sınıflandırma Tablo 1'de sunulmuştur.

DCMS'nin tasnif sistemini güncelleyerek gerçekleştirdiği temel değişiklikler: (a) sanat ve antika ile zanaat sektörlerinin sınıflandırmadan çıkarılması; (b) tasarım ve moda tasarımının tek bir sektör altında birleştirilmesi; (c) film, video, TV ve radyonun tek bir sektör altında toplanması; (d) ve son olarak interaktif yazılım ve yazılım-bilgisayar hizmetlerinin tek çatı altına alınması şeklinde aktarılabilir. Bu şekilde düzenlemenin daha rafine ve anlaşılır hale getirilmesi amaçlanmıştır.

3.2. Veri Kaynakları ve Yöntem

Kültürel ve yaratıcı sektörlerle ilgili veri kaynaklarının yetersizliği genelde araştırmacıları çeşitli veri seti kombinasyonları türetmeye, farklı tanımlar kullanmaya, yakınsamalar yapmaya ve değişik kurum çıktılarını entegre şekilde değerlendirmeye zorlamaktadır (Bassett vd., 2002). Bahsedilen durum Türkiye için geçerlidir. Vurgulanan nedenlerle çalışmada Frontier Economics (2007; 2009) gibi kurumların kullandığı ve daha ayrıntılı olan beş basamaklı katma değer odaklı katman analizi sınıflandırılmasına yer verilememekte ve DCMS'nin tavsiyesi üzerine bölgesel sapmalardan kaçınmak için yaratıcı faaliyetlerle ilgili yakınsamalarda ulusal düzey dikkate alınmaktadır.

Tasarlanan hesaplamaların yapılabilmesini olanaklı kılan ve tercih edilen teknikle uyumlu en güncel veriler üç kaynaktan elde edilmiştir. Bu kaynaklar SGK İstatistik Yıllıkları (işyeri ve çalışan sayılarının illere göre dağılımı), TUIK Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri (yerel birim faaliyetlerine göre temel göstergeler); ve ADNKS'dir (nüfus ve demografi istatistikleri). Çalışmanın hazırlandığı tarihte TUIK tarafından NACE Rev.2 kodlarıyla düzenlenen istatistik raporların en günceli 2011 yılı için hazırlanmıştır. Bu nedenle makale kapsamında çeşitli kurumlar tarafından sunulan veri setlerinin dönemsel uyarlığını tesis etmek amacıyla hesaplamalarda 2011 yılı referans olarak alınmıştır.

Kümelenme ekonomilerini ve bölgesel yoğunlaşmaları mekansal yönüne odaklanarak inceleyen çeşitli yöntemler mevcuttur (Vom Hofe ve Ke, 2006). Disiplinin önde gelen bilim insanlarından yaratıcı sınıf hipotezinin sahibi Florida'nın (2005) ürettiği indeksler yoğunlaşma analizlerinde genellikle başvurulan araçlar olarak dikkati çekmektedir. Florida, iktisadi büyüme performansının üç faktörün bileşimi ile belirlendiğini ileri sürmektedir. Bu çerçevede; 3T olarak adlandırılan teknoloji (technology), yetenek (talent) ve toleransın (tolerance) yoğunlaştığı bölgeleri saptamada kullanılan bohem indeksi, soğukkanlılık indeksi (coolness) ve gay indeksi gibi göstergeler iktisadi kalkınma hamlelerinin başarısını ölçme olanağı sunmaktadır. İlerleyen süreçte Florida'nın çalışmaları çeşitli katkılarla daha da zenginleşmiştir. Özellikle, UNCTAD (2008, 2010) tarafından 5C modeli kapsamında geliştirilen yaratıcılık indeksi yaratıcı sermayeyi dört farklı sermaye tipi (beşeri, kültürel, sosyal, yapısal-kurumsal) ile etkileşimli olarak irdeleme fırsatı sunmaktadır. Ancak aktarılan bu indekslerin yerel bazda hesaplanabilmesi çok çeşitli ve detaylı verilerin toplulaştırılmasını gerektirmektedir. Türkiye için halihazırda bu tip bir veri birikiminden bahsetmek mümkün değildir. Son yıllarda Bilim, Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı'nın girişimleri çerçevesinde iller bazında ulaşılabilen veriler daha çeşitli ve

sağlıklı hale gelse de henüz aktarılan indekslerin hesaplanabilmesi için ihtiyaç duyulan nitelikte bilgileri tamamıyla kapsayan veri setleri oluşturulamamıştır². Örneğin il bazında yaratıcı insan sermayesi, kültürel miras, yabancı ülke doğumlu nüfus, miras ve kültürün iş payları, ürün çeşitliliği, sosyal sermaye vb. açıklayıcı değişkenlere ulaşmak olanaklı değildir (Çetindamar ve Günsel'de (2012) çalışmalarında benzer problemlerden bahsetmişlerdir). Bu nedenle çalışmada; basit, şeffaf ve gereksinim duyulan verileri elde etmenin görece olarak daha kolay olduğu LQ yöntemi kullanılmıştır. Alandaki araştırmalarda sıklıkla kullanılan LQ analizinin mekansal kümelenmeyi incelenen yerin büyüklüğünden bağımsız olarak belirlemeyi mümkün kılması da bu tercihte rol oynayan bir diğer etkidir (Flegg vd, 1995; Miller vd., 1991; Moineddin vd., 2003). Ek olarak çalışmada bağıntıları daha rafine bir şekilde sunabilmek için temel istatistik analizlere de yer verilmiştir.

LQ bir endüstrinin bir bölgedeki yoğunluğunun ulusal yoğunluğa nispetini göstermektedir. Ancak LQ yöntemi yukarıda sıralanan avantajlarının yanında yerel endüstrilerin mutlak büyüklüklerini dikkate almaması gibi nedenlerle de eleştirilere açıktır (Lazzeretti vd., 2008). LQ hesaplamaları yapılırken kullanılacak olan araziye ait birim (territorial unit) için de çeşitli alternatifler mevcuttur. Literatürdeki eserlerde yoğunlaşmaların gözlemleneceği coğrafya belirlenirken (tercih edilen teknik ve amaç doğrultusunda) eyalet, belediye, il, dar-geniş bölge, yerel işgücü pazarı, vb. farklı birimler kullanılmaktadır. Türkiye çalışmasında veri kaynağı kısıtı nedeni ile il seviyesinde bir analiz gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada alandaki genel akıma uygun şekilde istihdam temel gözlem birimi olarak kullanılmıştır. Çalışan sayısının hesaplamalarda kullanılmasının öncelikli nedeni yaratıcı sınıf söz konusu olduğunda bireylerin bilişsel faaliyetlerine daha fazla önem atfedilmesi gerekliliğidir. İkincil olarak Türkiye ve benzeri ülkelerde gözlemlenen ufak ölçekli firma yoğunluğunun sapsamalara neden olabileceği şüphesi ve küçük firmaların faaliyetlerine olduğundan daha fazla değer biçilebileceği kaygısı türevsel nedenler olarak sıralanabilir (Clifton ve Cooke, 2009; Lazzeretti vd., 2012). Ancak literatürde firmaların gözlem birimi olarak kullanıldığı çalışmalara da rastlanmaktadır (Środa-Murawska ve Szymańska, 2013). Bu tercihlerde elbette ki kullanılan tekniklerin ve çalışmaların hedeflerinin ayrışmasının da rolü büyüktür. Ancak yukarıda vurgulanan nedenlerden ötürü Türkiye için hazırlanan ve LQ yöntemini odağa alan bu çalışmada istihdam verisi daha uygun bir tercih olarak öne çıkmıştır³.

Aktarılan bilgiler ışığında LQ şu şekilde tanımlanmaktadır (Klosterman, 1990):

$$LQ = \frac{\frac{\text{il düzeyinde endüstrinin istihdamı}}{\text{endüstrinin ulusal istihdamı}}}{\text{toplam ulusal istihdam}} \quad (1)$$

Eğer LQ birden büyük olarak hesaplanırsa bu incelemenin yapıldığı ilde yaratıcı endüstri kümelenmesinin ulusal ortalamadan yüksek olduğunun diğer bir ifadeyle bölgedeki yaratıcı endüstri yoğunlaşmasının göstergesidir.

4. SONUÇLAR

2011 yılı itibarı ile Türkiye'de toplam 191636 kişi yaratıcı endüstrilerde çalışmaktadır. Bu rakamın toplam istihdam içindeki oranı yaklaşık olarak %2'ye denk gelmektedir. Referans çalışmalarda (İngiltere, İtalya, İspanya, vd.) bahsedilen oranın %4 ve %6 arasında değiştiği gözlemlenmektedir (Pratt, 1997; Hall, 2000; DCMS, 2001; Lazzeretti vd., 2008). Aradaki fark Türkiye'de yaratıcı endüstrilerin kalkınmış ülkelere nispetle az gelişmişliğini işaret etmektedir. Türkiye için 2011 yılında yaratıcı sektörlerin toplam yaratıcı istihdam içindeki payları Tablo 2'de aktarılmıştır. Görüldüğü üzere, reklamcılık ve pazarlama sektörü yaklaşık olarak %36'lık payla en çok çalışan istihdam eden sektördür; tasarım ve moda tasarımı sektörü yaklaşık %3'lük payla en az istihdam yaratan sektördür. Oysaki moda tasarımı açısından özel bir yere sahip olan İtalya örneğinde ilgili endüstrilerin payı toplam istihdam içinde 2001 yılı için %5'lere yaklaşırken; yaratıcı endüstriler içinde %68'lere kadar çıkmaktadır (Bertacchini ve Borrione, 2013).

Tablo 2: Türkiye'de Yaratıcı Endüstrilerin İstihdam Payları (2011)

Sektörler	Kodlar	Paylar
Reklamcılık ve pazarlama		
	70.21	0.1214
	73.1	0.2422
Mimarlık		
	71.11	0.1601
Tasarım ve moda tasarımı		
	74.10	0.0261
Film, TV, video, radyo ve fotoğraf		
	59.1	0.0733
	60	0.0310
	74.20	0.0201
Bilgi teknolojileri (BT), yazılım ve bilgisayar hizmetleri		
	62.01	0.0821
	62.02	0.0681
Yayıncılık		
	58	0.0796
	74.3	0.0038
Müzik, gösteri ve görsel sanatlar		
	59.20	0.0097
	85.52	0.0288
	90	0.0536

Ancak asıl vurgulanması gereken husus reklamcılık ve pazarlama sektörünün Türkiye'de lider konumda olmasıdır. Elbette çeşitli ülkelerdeki tecrübe edilen farklı iktisadi örgütlenmeler lider sektörleri de farklılaştırabilmektedir. Ama genel gözlemler; coğrafya ve zamandan bağımsız olarak; geleneksel olmayan bir yaratıcı bir endüstri (mimari, grafik tasarımı, moda, reklamcılık, yazılım ve bilgisayar hizmetleri, vb.) niteliğindeki reklamcılık ve pazarlama sektörüne tüm dünyada istihdam yaratma kapasitesi açısından daha az önem ithaf edildiğini işaret etmektedir (Boix vd. 2013; Capone, 2008; Lazzeretti vd., 2008).

Tablo 3'de ise Türkiye için il bazında LQ ilişkili temel istatistikî göstergeler aktarılmaktadır. Tablo 3 iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümdeki göstergeler tüm iller için (81 il) yapılan hesaplamalardan elde edilen sonuçları işaret etmektedir. İkinci bölümdeki bilgiler ise nüfusu bir milyondan fazla olan büyük iller için durumu aktarmaktadır⁴. Ortalama LQ değerlerine bakıldığında genelde tüm Türkiye'de özelde ise büyük şehirlerde yaratıcı endüstri yoğunlaşmasının zayıflığı dikkat çekmektedir. Türkiye genelindeki standart sapma değeri ilgili endüstrilerin geri kamışlığının yaygın olduğunu gösterirken; büyük şehirlerde beklenenin aksine daha dengesiz bir yapı dikkati çekmektedir. Ancak genel akımla farklılaşması bakımından daha da ilginç olarak yorumlanabilecek husus il nüfusu ve LQ değerleri arasındaki korelasyon açısından Türkiye geneli (0.6394) ile büyük iller (0.6419) arasında hemen hemen herhangi bir farka rastlanmamasıdır. Üst düzey bir ilişkiyi işaret etmeyen bu değerlerin; birbirlerine yakınlıkları da dikkate alındığında il büyüklüğünün yaratıcı endüstri yoğunlaşması üzerine kayda değer bir etkisi olmadığı şeklinde yorum yapmak mümkündür.

Tablo 3: Temel Göstergeler

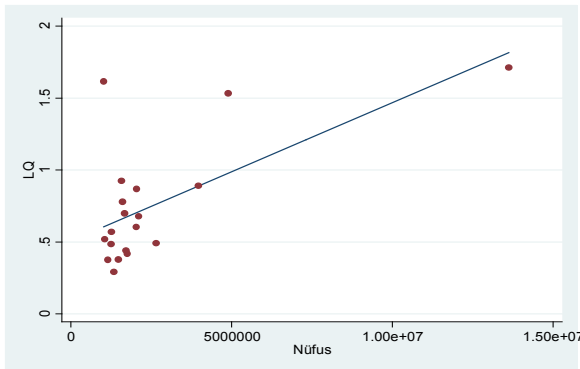
	2011
Tüm iller (81)	
Ortalama	0.5395
Standart Sapma	0.2757
Maksimum LQ (İstanbul)	1.7125
Minimum LQ (Karaman)	0.1718
Korelasyon Katsayısı	0.6394
Büyük iller (19)	
Ortalama	0.7510
Standart Sapma	0.4285
Maksimum LQ (İstanbul)	1.7125
Minimum LQ (Manisa)	0.2900
Korelasyon Katsayısı	0.6419

(Not: Göstergeler 0.01 düzeyinde anlamlıdır.)

Aktarılan durumu daha ayrıntılı incelemek için üretilen Şekil 1 büyük şehirlerde nüfus ve yaratıcı endüstri istihdamı arasındaki ilişkiyi sergilemektedir. Pozitif eğimli regresyon doğrusuna göre pozisyonlar değerlendirildiğinde gözlemlenen sapmalar il büyüklüğünün kümelenebilirliği tahmin etmek için yeterli olmadığını tanımlayıcı istatistiklere benzer şekilde işaret etmektedir (Tahmin ilişkili değerler: Gözlem sayısı=19, $R^2=0.4120$, Güven düzeyi=0.0030). Şekil 1 üzerinde dikkati çeken başlıca dört nokta mevcuttur. Bunlar sırasıyla Türkiye'nin en büyük üç ili İstanbul, Ankara, İzmir ve ek olarak Van'dır. LQ sıralamasında ise İstanbul birinci, Van ikinci, Ankara üçüncü, İzmir dördüncü basamakta yer almaktadır.

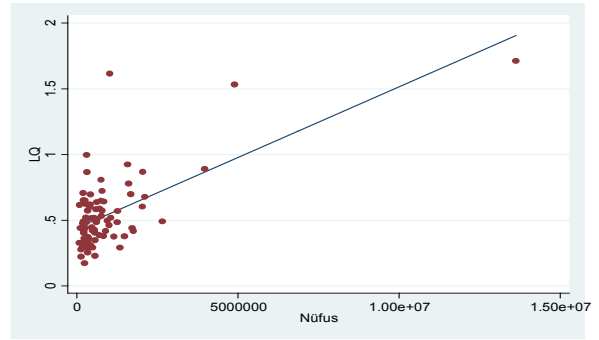
İstanbul'un 1.71 LQ ile sıralamada birinci basamakta olmasına rağmen regresyon doğrusunun altında kalmasının temel nedeni olarak Türkiye'nin finansal başkenti olan İstanbul'da yaratıcı endüstrilerin görece olarak zayıf istihdam yaratması görülebilir. Her tür sektörde yatırımlara ev sahipliği yapan İstanbul'da iş gücü potansiyeline sahip öncül alanların başında imalat sanayi (giyim), ticari faaliyetler ve konut sektörü olmasının gözlemlenen tabloda payı büyüktür (Türkiye'de imalat sanayinin bölgesel iktisadi büyüme üzerindeki anahtar rolüne dikkat çeken bir çalışma için bakınız Güçlü (2013)). Bu çerçevede; İstanbul'da yaratıcı faaliyetlere daha fazla önem atfedilmesinin kent ekonomisine kayda değer düzeyde ek katkı sağlayacağı öngörülebilir.

1.53 LQ ile üçüncü sıradaki Ankara'nın regresyon doğrusunun üst kısmında oldukça ayırık olarak kalmasının temel nedeni olarak başkent Ankara'nın İstanbul benzeri bir finans ve ticaret merkezi olmamasına rağmen özellikle mimarlık-mühendislik benzeri teknik konularda; ve BT, yazılım ve bilgisayar hizmetlerinde oldukça aktif bir faaliyet alanı olması görülebilir⁵. İzmir 0.89 LQ ile bir kritik eşiklinin altında kalmasına rağmen regresyon doğrusu üzerinde yer almaktadır. Türkiye'nin üçüncü büyük kenti olarak doğru ile çakışan bir konuma sahip olan İzmir'de reklamcılık ve pazarlama ile mimarlık ve mühendislik alanlarındaki faaliyetler dikkat çekmektedir.



Şekil 1: Yaratıcı Endüstri Yoğunlaşması - Nüfus İlişkisi (Büyük iller için 2011 yılı)

Van ili ise yaklaşık 1.62 LQ ile beklenilenin oldukça dışında farklı bir tablo sergilemektedir. Şekil 1'de regresyon doğrusu üzerinde en fazla ayırışma gösteren nokta ile temsil edilen Van'daki yaratıcı endüstri yoğunlaşmasının altyapısı incelendiğinde farklılaşmayı yaratan ana unsurun -diğer mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler- kapsamında değerlendirilen -uzmanlaşmış tasarım, fotoğrafçılık, tercüme benzeri faaliyetlerin- Türkiye'de yarattığı toplam istihdamın yaklaşık olarak %10'nun Van ilinde üretilmesinin yattığı anlaşılmaktadır. Bu tespit karşılaştırmalı üstünlüklere önem atfedilmesinin; ilgili bölgede yaratıcı sektörlerin gelişimine katkı sağlayabileceğinin; genelde ise iktisadi performansı pozitif yönde etkileyebileceğinin göstergesi olarak yorumlanabilir.



Şekil 2: Yaratıcı Endüstri Yoğunlaşması - Nüfus İlişkisi (Tüm iller için 2011 yılı)

Şekil 2'de 81 il için nüfus-yaratıcı endüstri yoğunlaşmasına ait ilişki de ek olarak yansıtılmıştır (Tahmin ilişkili değerler: Gözlem sayısı=81, $R^2=0.4088$, Güven düzeyi=0.0000). Ancak Şekil 2; Şekil 1'den yola çıkılarak yapılan yorumların ötesinde bir açıklama vaat etmemektedir. Geri kalan büyük ya da küçük illerin neredeyse tümü dar bir alanda toplulaşmaktadır. Ek olarak; Şekil 1 ve 2'de aktarılan regresyon analizleri gözlemlenen ayırık değerler değerlendirme dışı bırakılarak tekrar edilmiş ancak daha önce aktarılan tespitlerden anlamlı şekilde farklılaşan bir sonuca ulaşılamamıştır.

Tablo 4'de tüm iller için LQ değerleri ile nüfus arasındaki ilişki aktarılmaktadır. Bu ilişkiden çıkartılabilecek en net tespit nüfusun bir milyondan küçük olduğu illerde birden büyük yani yaratıcı endüstri kümelenebilirliğini işaret eden bir skorun elde edilemediğidir. Ancak buradan hareketle küçük iller için kümelenebilirliğin imkansızlığından bahsetmek de çok yerinde bir yorum olmayacaktır çünkü diğer tüm iller için gözlemlenen yaygınlık daha önce de çeşitli şekillerde işaret edildiği üzere il büyüklüğü ile yaratıcı yoğunlaşma arasında tatmin edici bir tahmin ilişkisi kurulmasını engellemektedir⁶.

Tablo 4: Tüm İller için LQ - Nüfus Matrisi (2011)

LQ	1.8	1	0.7	0.5	0.3
Nüfus	-	-	-	-	-
	1.5	0.7	0.5	0.3	0.1
>1000000	İstanbul, Van, Ankara	Kocaeli, Diyarbakır, İzmir, Antalya	Kahramanmaraş, Kayseri, Mersin, Konya, Adana	Hatay, Balıkesir, Gaziantep, Şanlıurfa, Bursa, Samsun	Manisa
1000000 - 500000		Trabzon, Erzurum	Batman, Mardin, Eskişehir, Adıyaman, Ordu, Malatya, Muğla, Zonguldak, Sivas	Ağrı, Afyonkarahisar, Tekirdağ, Elazığ, Sakarya, Amasya, Bolu, Çorum, Aydın, Denizli, Tokat	Kütahya
500000 - 200000		Kars, Siirt	Rize, Şırnak, Kırıkkale, Bitlis, Edirne, Muş, Hakkari, Isparta, Yalova, Burdur	Uşak, Aksaray, Giresun, Bilecik, Kırklareli, Kastamonu, Kırşehir, Karabük, Erzincan, Çanakkale, Yozgat, Bingöl, Sinop, Nevşehir	Karaman, Niğde, Osmaniye, Düzce
200000<		İğdir	Tunceli	Bayburt, Bartın, Ardahan, Çankırı	Gümüşhane, Artvin, Kilis

Tablo 4'de ilgi çeken noktalardan biri de 1.53 LQ değerine sahip Ankara ile 0.99 LQ değerine sahip Kars illeri arasında yoğunlaşma bakımından geçiş aşamasını işaret edecek LQ değerine sahip olan herhangi bir ile rastlanmamasıdır. Bu tespit yaratıcı endüstri kümelenmesindeki dengesiz dağılımın bir göstergesi olarak da nitelenebilir. Bu nedenle salt olarak il büyüklüğünden hareket ederek yaratıcı faaliyetlerin yoğunlaşmasıyla ilgili öngöründe bulunmak güçleşmektedir⁷. Ancak tatmin edici bir ekonometrik araştırma yapabilmek için ihtiyaç duyulan verilerin nerdeyse hiçbirine yakınsamak dahi olanaklı olmadığı için donanımlı bir modelleme arzu edilen değişkenlerle kurgulanamakta ve istenilen çıktılar türetilmemektedir. Bu nedenle analizde sıklıkla temel düzeyde ilişkiler incelenmektedir.

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

Yaratıcılığın sürdürülebilir kalkınma üzerindeki olumlu etkisi tüm dünyada kabul görmektedir. Bu nedenle yaratıcı endüstrilerin gelişimini ve yaygınlaşmasını desteklemek amacıyla alandaki tüm paydaşlar tarafından ekonomik ve sosyal politikalar üretilmekte; eylem planları kurgulanmaktadır. Türkiye açısından da vurgulanan hususun geçerliliği hazırlanan İstanbul (Aksoy ve Enilil, 2011), Ankara (Güran ve Seçilmiş, 2013) ve İzmir (İZKA, 2013) envanterlerinde açıkça gözlemlenmektedir. Ancak yaratıcı endüstrilerin ekonomik etkileri araştırılırken yalnızca hacimsel gelişime odaklanmak analizin kapsamını daraltmaktadır. Bunun yanında ilgili sektörlerin coğrafi dağılımının ve kompozisyonunun da istihdam ve katma değer üretimi üzerine etkisi oldukça fazladır. Bu nedenle çalışmada Türkiye'deki yaratıcı endüstri kümelenmesi ekonomik coğrafya boyutu ile araştırılmıştır. Bu amaçla küresel olarak kabul gören sınıflandırma sistemleri

referans alınarak; il çapında istihdama odaklanan yoğunlaşma katsayıları ve temel istatistikler çeşitli veri setleri toplulaştırılarak incelenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında Türkiye için bir takım tespitler yapılmış ve bu tespitler ışığında da öneriler geliştirilmiştir.

Öncelikli olarak; eşik LQ değeri olan birin üzerinde skor elde edebilen sadece üç adet il olması Türkiye'de yaratıcı endüstrilerin gelişmediğini açık bir şekilde işaret etmektedir. Bu üç ilde gözlemlenen yoğunlaşmalar ikinci bölümde vurgulanan kümelenme modeli çerçevesinde şekillenmiş ekonomilere örnek olarak gösterilebilir. Tespit edilen kümelenmelerin temel güdüleyicileri arasında azalan işlem maliyetlerini ve yayılma etkilerini saymak mümkündür. Ancak genel olarak Türkiye ölçeğinde bir yoğunlaşmadan bahsedilemediği için daha ayrıntılı bir kategori saptaması olası gözükmemektedir.

Tüm illerin %86'sının LQ skorları 0.7-0.3 aralığında sıralanmaktadır. Bahsedilen kümelenme problemiyle bütünleşik olarak yaratıcı endüstri faaliyetlerinin; bilgi ve teknoloji tabanlı sektörlerdence reklamcılık ve pazarlama benzeri alanlarda toplulaşması beklenen katkının elde edilmesine ket vurmaktadır (De-Miguel-Molina vd., 2012). Bu ve benzeri gerekçelerle düşük kalan iş gücü yaratma potansiyelinin eş anlı olarak dengesiz dağılımı ülke performansını olumsuz etkilemektedir. Oysaki yaratıcı istihdamın artışı ve dağılımı ekonomik gelişim üzerinde kritik rol oynayan unsurlar olarak yorumlanmalıdır. Örneğin Singapur'un iktisadi evrimleşmesinde; yaklaşık olarak on beş yıllık bir süreç içerisinde tecrübe ettiği %13'ün üzerinde yaratıcı istihdam artışının payı büyüktür.

Alandaki çalışmalarda ulaşılan genel izlenim yaratıcı endüstrilerin büyük şehirlerde kümelenme eğiliminde olduğudur (Scott, 2006; Stam vd., 2008;

Baum vd., 2009). Ancak çalışmada Türkiye için benzer bir bulguya ulaşılamamıştır. Yapılan temel kümelenme sınımları ve istatistik analizler ışığında nüfus ve yaratıcı endüstri kümelenmesi arasında üst seviyede açıklayıcılık niteliğine sahip bir ilişki tespit edilememiş ve il büyüklüğünün yaratıcı kümelenme yoğunlaşması için yeterli bir tahmin edici olmadığı sonucuna varılmıştır. Ek olarak bölgesel karakteristikler de saptanamamıştır. Veri kısıtlarının hedeflenen modellerin kurgulanmasını güçleştirmesi ve kullanılmak istenen gözlem birimlerine ulaşmada tecrübe edilen zorluklar analizlerin derinleştirilmesini önlemektedir.

Kalkınmayı temel iktisadi hedef olarak belirlemiş Türkiye'nin yaratıcı endüstrilere daha fazla önem atfetmesi gerekmektedir. Son yıllarda Kültür Bakanlığı ve Kalkınma Ajansı benzeri kurumlar tarafından hazırlanan projeler de alandaki farkındalığın arttığının açık göstergeleridir. Ancak üst düzeyde hedefleri olan Türkiye'de yaratıcı endüstrilerin gelişimi için sarf edilen çabalar bunlarla sınırlı kalmamalıdır. Kamu ve özel kesimdeki ilişkili tüm paydaşların (bakanlıklar, firmalar, üniversiteler, bilimsel ve teknolojik araştırma kurumları, vb.) işbirliğiyle gelişimin ivmelendirilmesi için

patikalar belirlenmeli; ve özellikle 2011 yılı için toplam istihdam içindeki payı 0.15 civarında olan "bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri" alanında girişimcilik ve yaratıcılık teşvik edilmelidir. Ek olarak; Van ili için yapılan saptamadan hareketle (LQ=1.62); her ilde yaratıcı faaliyetler alanında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olunan sektöre odaklanılmasının yaratıcı endüstri yoğunlaşmasında gözlemlenen dengesiz dağılım probleminin aşılması için katkı sağlayabileceği şeklinde bir değerlendirme yapmak mümkündür (De Propri vd., 2009).

Son yıllarda tüm dünya ülkeleri yaşanan derin ekonomik krizlerin olumsuz etkilerinden sıyrılmak için alternatif yöntemler araştırmaktadır. Bu çerçevede ülke ekonomilerinin gelişimini ivmelendirmek için benimsenen ortak çözümlerden biri de yaratıcı endüstrilere daha fazla önem ve değer atfedilmesidir. Küresel rekabette öne çıkmak isteyen Türkiye için de vurgulanan bu eğilime uyum sağlamak hedeflere ulaşmak için akılcı bir yol olacaktır.

SON NOTLAR

¹ Yaratıcı sınıf bilim, mühendislik, tasarım, sanat, müzik, vb. alanlarında çalışan ve ana ekonomik işlevi yaratıcı içerik ve yeni fikirler-teknolojiler üretmek olan gruptur (Florida, 2002).

² İller bazındaki mevcut veriler için (“81 il durum raporları” ve “Sanayi ve ticaret durum raporları”) bakınız <http://www.sanayi.gov.tr/DocumentList.aspx?lng=tr> (21.04.2014)

³ Gözlemlenebilecek farklılaşmanın boyutlarını kontrol etmek amacıyla tüm hesaplamalar firma sayısı verisi ile de tekrarlanmıştır. Ancak kayda değer anlamlı bir farklılaşma tespit edilemediği için ve yukarıda vurgulanan kaygılar nedeniyle çalışmada aktarılmamıştır.

⁴ Çalışmada “büyük il-şehir-kent” kavramları nüfusu bir milyondan fazla olan illeri betimlemek için kullanılmaktadır. Bu çerçevede “il büyüklüğü” kavramına da “il nüfusu” ifadesi ile dönüşümlü olarak yer verilmektedir.

⁵ Uçkan (2010) da eserinde bunu açıkça belirtmektedir: “Türkiye’nin en büyük, en gelişmiş ve nüfusu en çok, en fazla üniversiteye ve en büyük sanayine sahip olan ili İstanbul olmasına rağmen, İstanbul bilim ve teknolojiye

Ankara’nın gölgesinde kalmaktadır”. Ek olarak bakınız Gülersoy vd. (2006).

⁶ Ek olarak; her ne kadar nüfus yoğunluğu ve yaratıcı endüstri kümelenmesi arasındaki ilişkinin incelenmesi; nüfus yoğunluğu hesaplamalarında yüzölçümü verileri kullanılması nedeniyle; çalışmanın temel rasyoneline aykırı ise de okuyucuların fikir sahibi olması bakımından basit saptamalar yapılmıştır. Türkiye’de nüfus yoğunluğunun en düşük olduğu Doğu Anadolu Bölgesi’ndeki illerin LQ değerleri ortalaması diğer bölgelerle karşılaştırıldığında 0.65 ile birinci sırada çıkmakta; nüfusun en çok kümelendiği bölge olan Marmara Bölgesi ise ancak 0.60 LQ değerine ulaşabilmektedir. Karadeniz Bölgesi ise 0.43 LQ ile son sırada yer almaktadır. Ancak genelde bölgelerdeki illerin faaliyetlerle ilişkili olarak ortak bir nitelik sergilediğinden bahsetmek oldukça güçtür.

⁷ Kontrol amaçlı olarak firma sayısı kullanılarak hesaplanan LQ değerleri ile il büyüklüğü ilişkisi de incelenmiş ancak modelin açıklayıcılık özelliğinin daha da azaldığı gözlemlenmiştir. Tahmin ilişkili değerler: Gözlem sayısı=81, R²=0.2094, Güven düzeyi=0.0000

KAYNAKLAR

Aksoy, A. ve Enlil, Z. (2011) *Kültür Ekonomisi Envanteri İstanbul 2010*, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Bassett, K., Griffiths, R. ve Smith, I. (2002) “Cultural Industries, Cultural Clusters and the City: The Example of Natural History Film-Making in Bristol” *Geoforum*, 33(2):165-177.

Baum, S., O’Connor, K. ve Yigitcanlar, T. (2009) “The Implications of Creative Industries for Regional Outcomes” *International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 5(1-3):44-64.

Bertacchini, E.E. ve Borrione, P. (2013) “The Geography of the Italian Creative Economy: The Special Role of the Design and Craft-Based Industries” *Regional Studies*, 47(2):135-147.

Boix, R., Lazerretti, L., Capone, F., De Propris, L. ve Sanchez, D. (2013) “The geography of Creative Industries in Europe: Comparing France, Great Britain, Italy and Spain” Lazerretti (eds.) *Creative industries and innovation in Europe*, London, Routledge.

Capone (2008) “Mapping and Analysing Creative Systems in Italy (1991-2001)” Cooke and Lazerretti (eds.) *Creative cities, cultural cluster and local economic development*, Cheltenham, Edward Elgar.

Clifton, N. ve Cooke, P. (2009) “Creative Knowledge Workers and Location in Europe and North America: A Comparative Review” *Creative Industries Journal*, 2(1):73-89.

Collis, C., Freebody, S. ve Flew, T. (2013) “Seeing the Outer Suburbs: Addressing the Urban Bias in Creative Place Thinking” *Regional Studies*, 47(2):148-160.

Çetindamar, D. ve Günsel, A. (2012) “Measuring the Creativity of a City: A Proposal and an Application” *European Planning Studies*, 20(8):1301-1318.

DCMS (2001) *The Creative Industries Mapping Document*, London, DCMS.

DCMS (2013) *Classifying and Measuring the Creative Industries*, London, DCMS.

De-Miguel-Molina, B., Hervas-Oliver, J.L., Boix, R. ve De-Miguel-Molina, M. (2012) “The Importance of Creative Industry Agglomerations in Explaining the Wealth of European Regions” *European Planning Studies*, 20(8):1263-1280.

De Propris, L., Chapain, C., Cooke, P., MacNeill, S. ve Mateos-Garcia, J. (2009) *The Geography of Creativity*, NESTA.

DTI (2001) *Industrial Clusters in the UK*, A first Assessment Department of Trade and Industry.

Flegg, A.T., Webber, C.D. ve Elliott, M.V. (1995) "On the Appropriate Use of Location Quotients in Generating Regional Input-Output Tables" *Regional Studies*, 29(6):547-561.

Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class: and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York, Basic Books.

Florida, R. (2005) *Cities and the Creative Class*, New York, Routledge.

Foord, J. (2008) "Strategies for Creative Industries: An International Review" *Creative Industries Journal*, 1(2):91-113.

Frenken, K., Van Oort, F. ve Verburg, T. (2007) "Related Variety, Unrelated Variety and Regional Economic Growth" *Regional Studies*, 41(5):685-697.

Frontier Economics (2007) "Creative Industry Spillovers – Understanding Their Impact On The Wider Economy" DCMS.

Frontier Economics (2009) *Creative Industry Performance*, DCMS.

Gordon, I.R. ve McCann, P. (2000) "Industrial Clusters: Complexes, Agglomeration and/or Social Networks?" *Urban Studies*, 37(3):513-532.

Güçlü, M. (2013) "Manufacturing and Regional Economic Growth in Turkey: A Spatial Econometric View of Kaldor's Laws" *European Planning Studies*, 21(6): 854-866.

Gülersoy, Z.N., Ayataç, H., Önem, B. ve Arslanlı, K.Y. (2006) "Teknokentler ve Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Üzerine Bir Araştırma" İBB Yerleşmeler ve Kentsel Dönüşüm Müdürlüğü/İTÜ Çevre ve Şehircilik UYG-AR Merkezi.

Güran, M.C. ve Seçilmiş, İ.E. (2013) "Ankara Kültür Ekonomisi: Sektörel Büyüklüklerin Değerlendirilmesi" Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri Projesi <http://www.envanter.gov.tr/files/kultur-ekonomisi/ake.pdf>, (29.10.2013)

Hall, P. (2000) "Creative Cities and Economic Development" *Urban Studies*, 37(4): 639-649.

İZKA (2013) "İzmir 2012 Kültür Ekonomisi, Kültür Altyapısı Envanteri ve İzmir Kültür Ekonomisi Gelişme Stratejisi Projesi" İzmir Kalkınma Ajansı, http://izka.org.tr/files/planlama/2_bolge_plani_dokumanlari/2014-2023/izmir_kultur_stratejisi.pdf, (22.04.2014)

Klosterman, R.E. (1990) *Community Analysis and Planning Techniques*, Maryland, Rowman and Littlefield Publishers.

Lazzeretti, L., Boix, R. ve Capone, F. (2008) "Do Creative Industries Cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain" *Industry & Innovation*, 15(5):549-567.

Lazzeretti, L., Capone, F. ve Boix, R. (2012) "Reasons for Clustering of Creative Industries in Italy and Spain" *European Planning Studies*, 20(8): 1243-1262.

Markusen, A., Wassall, G.H., DeNatale, D. ve Cohen, R. (2008) "Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches" *Economic Development Quarterly*, 22(1): 24-45.

Miller, M.M., Gibson, L.J. ve Wright, N.G. (1991) "Location Quotient A Basic Tool for Economic Development Analysis" *Economic Development Review*, 9(2): 65-68.

Moineddin, R., Beyene, J. ve Boyle, E. (2003) "On the Location Quotient Confidence Interval" *Geographical Analysis*, 35(3):249-256.

Porter, M. E. (2000) "Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy" *Economic Development Quarterly*, 14(1):15-34.

Pratt, A.C. (1997) "The Cultural Industries Production System: A Case Study of Employment Change in Britain, 1984-91" *Environment and Planning A*, 29(11):1953-1974.

Scott, A.J. (2006) "Entrepreneurship, Innovation and Industrial Development: Geography and the Creative Field Revisited" *Small Business Economics*, 26(1):1-24.

Środa-Murawska, S. ve Szymańska, D. (2013) "The Concentration of the Creative Sector Firms As a Potential Basis for the Formation of Creative Clusters in Poland" *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 20(1):85-93.

Stam, E., De Jong, J.P.J. ve Marlet, G. (2008) "Creative Industries in the Netherlands: Structure, Development, Innovativeness and Effects on Urban Growth" *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2): 119-132.

Turok, I. (2003) "Cities, Clusters and Creative Industries: The Case of Film and Television in Scotland" *European Planning Studies*, 11(5):549-565.

Uçkan, Ö. (2010) "Politika Yapım Süreci ve Yönetişim: Türkiye'de Bilgi Toplumu ve Bilgi Ekonomisi Politikalarının Üretiminde Yönetişim Fobisi" Çukurçayır vd. (eds.) *Yönetişim: Kuram, Uygulama ve Boyutlar*, Konya, Çizgi Kitabevi.

UNCTAD (2008) "The Challenge of Assessing the Creative Economy: toward Informed Policy-making" Creative Economy Report 2008 United Nations Conference on Trade and Development.

UNCTAD (2010) "Creative Economy: A Feasible Development Option" Creative Economy Report 2010 United Nations Conference on Trade and Development.

Vom Hofe, R. ve Chen, K. (2006) "Whither or not Industrial Cluster: Conclusions or Confusions?", *The Industrial Geographer*, 4(1):2-28.