



İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
Cilt: 6 Sayı: 1, 2017
Sayfa: 519-536

Received/Geliş: Accepted/Kabul:
[22-11-2016] – [30-03-2017]

Yaratıcı Kentler ve Kentsel Yetenek Üzerine Bir Tartışma¹

Dilek MEMİŞOĞLU

Yrd. Doç. Dr., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Asst.Prof. İzmir Katip Çelebi Univ. Economics and Administrative Sciences
dilek.memisoglu@ikc.edu.tr

Gökhan KALAĞAN

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Asst.Prof. Mehmet Akif Ersoy Univ. Economics and Administrative Sciences
gkalagan@gmail.com

Öz

Günümüzde pek çok alanda yaşanan gelişim ve dönüşüm süreci, kentlere de yansımakta ve süreklilik arz eden bu süreçte insanı merkeze alan bir anlayış ön plana çıkmaktadır. Bu anlayışta kentlerin yaratıcı bireylere daha çok önem vermesi ve bu bireylerin kendini gerçekleştirerek daha inovatif ürünler üretebilmesi için onları motive edecek ortamlar oluşturulması söz konusu olmaktadır. Bu çalışmada yaratıcı bireylerin - yaratıcı kentler üzerindeki etkisi tartışılarak kentsel yeteneğin keşfinin sağlanması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda öncelikle yaratıcı endüstri, yaratıcı birey/sınıf ve yaratıcı kent kavramları ele alınmaktadır. Ardından bunların karşılıklı etkileşimleri sonucunda ortaya çıkan "kent yeteneği" kavramı üzerinde durulmakta ve bu noktada kentsel kimlik olgusunun önemi vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Endüstriler, Yaratıcı Kent, Yaratıcı Sınıf, Kentin Yeteneği, Kent Kimliği.

A Discussion on Creative Cities and City Talent

Abstract

Development and transformation process which is going on in many areas nowadays reflects on the cities and a sense which takes person to central point comes into prominence in this continuous period. In this sense, cities' giving more importance of creative individuals and creating environments that will motivate them to product more innovative products by realizing themselves come into question. In this study, providing of discovery of city talent is aimed by discussing creative individuals on creative cities. Accordingly, creative industry, creative individual/class and creative city concepts are studied firstly. Then, "talent of city" concept which arises as a consequence of mutual interactions of these is focused and in this point, importance of urban identity concept is stressed.

Keywords: Creative Industries, Creative City, Creative Class, Talent Of The City, City Identity.

¹ Bu çalışma, 15-17 Ekim 2015 tarihleri arasında düzenlenen 13. Kamu Yönetimi Kongresinde tam metin olarak sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

Giriş

Ekonomik gelişme ile kentler ve kentsel bölgeler arasında yüksek bir etkileşim bulunmaktadır. Öyle ki ekonominin büyümesi durumunda kentsel mekanlar büyümekte, ekonominin küçülmesi durumunda ise kentsel mekanlar da olumsuz etkilenmektedir. Tarihsel sürecin de bu durumu doğrular nitelikte olduğu söylenebilir. Zira ekonomik kalkınmanın farklı evreleri, kentsel kalkınma üzerinde etkili ve belirleyici olmuştur. 19. yüzyılda, Sanayi Devrimi ile birlikte tipik imalathane/fabrika kentleri doğmuş, 20. yüzyılda Fordist kitle üretiminin yükselişi geniş endüstriyel metropollerin büyümesine neden olmuştur. Kentsel ekonomik yapılar, Fordist kitle üretim rejiminden sonra belirgin bir değişim geçirmişlerdir. Bu durum, hem daha sermaye yoğun üretim yöntemlerine doğru bir dönüşüme hem de daha ucuz işgücünün bulunduğu yerlere doğru yönelmeye yol açmıştır. Aynı zamanda üretim yöntemi de değişmiş ve daha esnek üretim modelleri kabul edilmiştir. Daha esnek çalışma yapısına sahip post-Fordist piyasalar, zamanla Fordist dönemin katı işgücü piyasalarının yerini almıştır. Bu da kentsel bölgelerin ve şehirlerin gelişimi üzerinde etkili olmuştur. Değişen ekonomik yapılar, bazı ekonomik faaliyetlerin sona ermesi, bazılarının ise yükselmesi, üretim rutinlerinin değişimine yol açarak, kentsel alanlarda yaşamı yaygın şekilde etkilemiştir (ACRE, 2007: 1).

Ekonomik dönüşüm ve kentsel değişim/kalkınma arasında her zaman bir ilişki bulunmakla birlikte, son dönemde, neden bazı bölgelerin yeni ekonomik faaliyetleri cezbediği sorusu ciddi anlamda merak uyandırmaktadır. Zira bu ekonomik faaliyetler, bir bölgede veya belli bazı kentlerde ekonominin büyüyen sektörlerini temsil etmekte ve önem kazanmaktadır. Bu noktada akademik çevrelerde çeşitli çalışmalar ve araştırmalar yapılmaktadır. Bu çalışmaların ağırlıklı olarak, kümelenme teorileri (Keskin ve Dulupçu, 2010; Küçükler, 2012; Belleflamme vd., 1999; Asheim vd., 2008), izlek bağımlılığı (path dependency) teorisi (Dopfer, 1991; Hunt ve Morgan, 1996; Bebhuk ve Roe, 1999) ve iktisadi yerleşim (hard location) ve sosyal yerleşim (soft location) faktörleri (Murphy and Redmond, 2009; Eickelpasch, 2007) üzerinde yoğunluk kazandığı görülmektedir. Bununla birlikte son dönemlerde, ekonomik gelişme ve kentsel kalkınma ile ilgili sözü edilen teorilerin yanında yeni kavramların ve konuların da literatürde tartışılmaya başladığı görülmektedir. Yaratıcı ekonomi, yaratıcı endüstri ve yaratıcı sınıf kavramı bunlar arasında yer almaktadır.

Ekonomi ve kültür, çağdaş dünyada, hem makro ve hem de mikro boyutta kalkınmanın ekonomik, kültürel, teknolojik ve sosyal yönlerini birleştiren yeni bir kalkınma paradigması olarak ortaya çıkmaktadır. Yaratıcılık, bilgi ve bilgiye erişim, bu yeni paradigmanın merkezinde giderek belirginleşen bir gerçek olarak ortaya çıkmaktadır. Yaratıcılık, bilgi ve bilgiye erişim, ekonomik büyümeyi hızlandıran motor güç olarak nitelendirilmekte ve küreselleşen dünyada ekonomik gelişmeyi teşvik etmektedir. Bu bağlamda



"yaratıcılık", yeni fikirlerin formülasyonu ve bu fikirlerin sanat ve kültür ürünleri, fonksiyonel kreasyonlar, bilimsel buluşlar ve teknolojik yenilikler gibi alanlarda özgün eserler üretmek için uygulanması anlamına gelir. (UNCTAD, 2008: 3)

Yaratıcı Ekonomi ve Yaratıcı Endüstriler

Sübjektif bir içeriğe sahip olan ve genel bir tanımı olmayan yaratıcı ekonomi; potansiyel ekonomik büyüme ve kalkınmayı üreten, yaratıcı varlıklara dayalı, gelişmekte olan bir kavram olarak nitelendirilmektedir. Bu doğrultuda yaratıcı ekonomi, sosyal içerme, kültürel çeşitlilik ve insani gelişmeyi teşvik etmek suretiyle gelir elde etmeyi, yeni iş alanlarının açılmasını ve ihracat gelirlerinin artmasını sağlayabilecek niteliktedir. Ekonomik, kültürel ve sosyal yönleri olan yaratıcı ekonomi, aynı zamanda teknoloji, fikri mülkiyet/fikir hakkı ve turizm hedefleri ile de etkileşim içindedir. Yaratıcı ekonomilerin en önemli özelliği bilgi temelli ekonomik faaliyetlerin bütünü olmasıdır. Bu sebeple makro ekonomik ve mikro ekonomik düzeyde gelişme hacmine sahiptir. Bir yandan disiplinlerarası yenilikçi politikaları teşvik eden, diğer yandan da bunların gelişmesi için uygun ortamlar sağlayan yaratıcı ekonomilerin merkezinde ise, yaratıcı endüstriler bulunmaktadır (UNCTAD, 2008: 4).

Yaratıcı ekonomi, özellikle gelişmekte olan ülkeler için özel bir önem taşımaktadır. Bu nedenle yaratıcı ekonomiyi teşvik edici politikalar geliştirilmeli, bu doğrultuda öncelikle yaratıcı kapasite ve teknik beceri arasındaki ilişki göz önünde bulundurularak eğitime ve sosyal sermayeye yatırım yapılmalı, gelişmiş dijital alt yapı tamamlanmalı ve hızlı ağlara erişim sağlanmalıdır. Ayrıca kültürel varlık yönetimi ve toplumun kültürel gelişiminin sağlanması için stratejiler belirlenmelidir. Yaratıcı endüstrilerde, küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansmanında yenilikçi teknikler desteklenmeli, formel ve informal yaratıcı endüstriler bir araya getirilerek, yaratıcı kümelenmeler oluşturulmalıdır. Bunların yanında yerel, bölgesel ve ulusal düzeyde karar alıcıların rol oynadığı genel bir kültür politikası hayata geçirilmelidir. Ulusal düzeyde yaratıcı endüstrilerin büyüklüğünü ve önemini tespit etmek ve aralarındaki ilişkiyi anlamak için gelişmiş bir veri toplama sistemine ihtiyaç olduğu da gözden kaçırılmamalıdır (Flew, 2013).

Yaratıcı endüstriler kavramı, 1994 yılında Avustralya'da Yaratıcı Ulus Raporunun yayınlanması ile gündeme gelmiştir. Ancak yaratıcı endüstrilerin politika yapıcılarını daha fazla etkilemesi, 1997 yılında Birleşik Krallık'ta Hükümetin Kültür, Medya ve Spor Bölümü aracılığıyla "Yaratıcı Endüstriler Görev Gücü"nü kurmasından sonra olmuştur. Yaratıcı endüstri kavramı, dikkat çekici şekilde sanatın ötesinde kültürel endüstrileri de kapsayacak bir şekilde gelişmiştir ve son zamanlara kadar ticari değeri olduğu kabul edilmeyen potansiyel ticari ekonomik faaliyetlere yaklaşımda bir değişim yaratmıştır. 2004 yılında düzenlenen Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD), yaratıcı endüstriler kavramı için



önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu kongrede yaratıcı endüstriler konusu uluslararası alanda ekonomi ve kalkınma gündemine taşınmıştır (UNCTAD, 2008: 11-12).

UNCTAD, "yaratıcılık" kavramının sadece güçlü bir sanatsal bileşene sahip faaliyetleri değil, aynı zamanda fikri mülkiyete dayanan ve mümkün olduğunca geniş bir pazar için üretilen ekonomik faaliyetleri de kapsadığını vurgulamakta ve bu doğrultuda yaratıcı endüstrilerin kapsamını genişletmektedir. "Üretime dönük faaliyetler" (sahne sanatları veya görsel sanatlar gibi geleneksel kültürel etkinlikler) ile "satışa dönük faaliyetler" (reklam, yayıncılık veya medya ile ilgili faaliyetler gibi daha piyasaya yönelik) arasında bir ayrım yapan UNCTAD, ikinci grubun ticari değerinin düşük üretim maliyetlerinden ve diğer ekonomik alanlara kolayca transfer edilebilmesinden kaynaklandığını savunmaktadır. Bununla birlikte, üretime dönük faaliyetlerin de yaratıcı endüstri anlamında altını çizmektedir. Bu açıdan kültürel endüstrilere ayrı bir vurgu yaparak yaratıcı endüstrilerin bir alt dalını da kültürel endüstrilerin oluşturduğunu ifade etmektedir (UNCTAD, 2008: 13). Kültürel endüstrilerin, yaratıcı endüstrilerin bir parçası/bölümü olarak değerlendirilmesi son yıllarda yaratıcı-kültürel endüstrilere yapılan vurgunun artmasına ve bu anlamda kültürel endüstrilerin giderek daha fazla önem kazanmasına neden olmuştur.

Bu doğrultuda yaratıcı endüstrilerin, yaratıcılık ve entelektüel sermayenin birincil girdi olarak kullanıldığı mal ve hizmetlerin ortaya çıkarılması, üretimi ve dağıtılması döngüsü olarak tanımlanması mümkündür. Yaratıcı endüstriler bilgiye dayalı faaliyetler bütününden oluşur ve bu süreçte yaratıcı içerik, ekonomik değer ve pazar hedefleri gözeterek somut mallar ve soyut, entelektüel veya sanatsal hizmetler üretir. Yaratıcı endüstriler, çeşitli yaratıcı faaliyetlerin etkileşimi ile ilgili geniş ve heterojen bir alan oluşturmaktadır. Bu kapsamda geleneksel sanatlar ve el sanatları, yayıncılık, müzik, görsel sanatlar ve sahne sanatlarından film, televizyon ve radyo yayıncılığı, yeni medya ve tasarım gibi teknoloji yoğun ve hizmet odaklı endüstrilere kadar uzanan bir dağılım söz konusudur. (UNCTAD, 2008: 4)

Yaratıcı endüstriler, gelişen dünyada kentsel ve bölgesel ekonomik gelişmenin önemli bir unsurudur. Yaratıcı endüstrilerin yükselişi ile Keynesyen düzenleyici rejime dayanan Fordist üretim tarzının sona ermesi arasında bir ilişki olduğunu söylemek mümkündür. Böylece küresel pazarlara entegre olunması ve yeni teknolojilerin ortaya çıkarılması yoluyla rekabet avantajı oluşturacak yeni kaynakları arama çabası ortaya çıkmıştır. Yaratıcı endüstrilerin genellikle küçük ve çevik firmalardan oluştuğu ve birbiriyle ilişkili bir ağ içerisinde faaliyette bulunduğunu söylemek mümkündür. Yaratıcılığa ve üretime ek olarak, pazarlama ve dağıtım da bu ağ içinde yer alan anahtar kavramlardır (Rantisi vd., 2006:).

Yaratıcı endüstriler, üzerinde tartışılan geniş kapsamlı bir konu olmakla birlikte, belli başlı noktaların altını çizmek mümkündür. Buna göre yaratıcı



endüstriler, girdi olarak yaratıcılık ve entelektüel sermayeyi kullanan mal ve hizmetlerin oluşturulması, üretimi ve dağıtımını döngüsünden oluşturmaktadır. Bilgi temelli etkinliklerden meydana gelen yaratıcı endüstriler; sanata, potansiyel gelir getiren ticari faaliyetlere ve fikri mülkiyet haklarına odaklanmaktadır. Bu doğrultuda yaratıcı içerik, ekonomik değer ve pazar hedefleri doğrultusunda hem somut ürünleri hem de maddi olmayan entelektüel veya sanatsal hizmetleri içermektedir. Sanatkarlar, hizmetler ve endüstriyel sektörler arasında bir kavşak noktası olan yaratıcı endüstriler, dünya ticaretinde yeni bir ekonomik sektör oluşturmaktadırlar (UNCTAD, 2008: 13).

Bir taraftan geniş kapsamlı bir içeriğe sahip olması, diğer taraftan subjektif muhteviyatı nedeniyle, yaratıcı endüstrilerin sistematik bir şekilde sınıflandırılması ve daha anlaşılır bir gruplama yapılması için çeşitli modeller geliştirilmiş ve sınıflandırmalar yapılmıştır. Bu sınıflandırmalardan biri de UNCTAD tarafından geliştirilmiştir. Yaratıcı endüstrilerin geniş bir çerçevede ele alındığı bu sınıflandırmada, birçok ülkenin ve endüstrinin "yaratıcı endüstriler" başlığı altında sahip olduğu çeşitli sanayiler göz önünde bulundurulmuş ve buna göre yaratıcı endüstriler şu dört temel gruba ayrılmıştır (UNCTAD, 2008: 14):

1. Kültürel miras: Geleneksel kültürel ifadeler (sanat ve el sanatları, festivaller ve kutlamalar), Kültürel siteler (arkeolojik siteler, müzeler, kütüphaneler, sergiler)

2. Sanat: Görsel sanatlar (resim, heykel, fotoğraf ve antikalar), Sahne sanatları (canlı müzik, tiyatro, dans, opera, sirk, kukla)

3. Medya: Yayıncılık ve basılı medya (kitap, basın ve diğer yayınlar), Görsel-işitsel (film, televizyon, radyo ve diğer yayınlar)

4. Fonksiyonel tasarımlar: Tasarım (iç tasarım, grafik, moda, mücevher, oyuncak), Yeni Medya (yazılım, video oyunları, dijital yaratıcı içerik) ve Yaratıcı hizmetler (mimari, kültür ve eğlence reklam, yaratıcı araştırma ve geliştirme (Ar-Ge), dijital ve diğer ilgili yaratıcı hizmetler).

Kültürden sanata, medyadan tasarıma kadar geniş bir içeriğe sahip olan yaratıcı endüstriler, günümüzde hem gelişmiş ülkelerde hem de gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyüme ve istihdamın sağlanması ile sosyal uyumun yeniden inşa edilmesi için stratejik bir araç olarak kabul edilmektedir. Bu önemine istinaden, yaratıcı endüstriler esas itibarıyla yaratıcılığı ve entelektüel sermayeyi birincil girdi olarak kullanmakta ve bu girdilerle mal ve hizmet geliştirmekte ve üretim ve dağıtım yapmaktadırlar. Yaratıcı endüstrilerin merkezinde bireysel beceri ve yetenekler ile bireysel yaratıcılık bulunmaktadır. Bu sayede yaratıcı endüstriler entelektüel zenginliği artırabilme, yeni iş alanları oluşturabilme ve zenginlik ve refah yaratma potansiyeli taşırlar. Bu kapsamda yazılım, yayıncılık, mimarlık, tasarım, radyo ve televizyon, reklamcılık, film, müzik, sahne sanatları, görsel



sanatlar, grafik sanatları, video ve bilgisayar oyunları ve moda gibi geniş bir yaratıcı endüstri yelpazesi söz konusu olmaktadır (UNCTAD, 2008).

Bu noktada üzerinde durulması gereken önemli bir diğer konu da, sözü edilen yaratıcı endüstrilerin büyük bir bölümünün, bilgi yoğun faaliyetler ile önemli bir ilişki içinde olduğudur. Örneğin medya, eğlence, tasarım veya mimarlık alanlarında üretim yapmak, yetenekli ve uzman çalışanları gerektirir. Bu anlamda yaratıcılık ve bilgi, ciddi anlamda iç içe geçmiştir. Diğer bir deyişle, ifade edilen ekonomik faaliyetler yaratıcı endüstrinin bir parçasıdır ve yaratıcı endüstriler bilgi yoğun endüstriler ile iç içedir (ACRE, 2007: 19). Bu durum bir kez daha yaratıcı sınıfın önemini ortaya koyması açısından dikkate değerdir. Yaratıcı endüstrilerin ve yaratıcı ekonomik faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli bilgi, yaratıcı bireylerde bulunmakta ve bu bireyler tarafından kullanılmaktadır. Dolayısıyla yaratıcı endüstrinin dinamik gücünü yaratıcı bireylerin ve yaratıcı sınıfın oluşturduğu söylenebilir. Yaratıcı sınıf yaşadığı yerde, yaşadığı kentte bilgisini ürüne dönüştürmekte ve yaratıcı endüstrinin oluşturulmasında önemli rol oynamaktadır. Bu anlamda yaratıcı sınıfın bir kentte yaşaması, o kent için önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu nedenle kentler için sahip oldukları fiziki koşullar kadar kentte yaşayan yaratıcı sınıf da kentsel kalkınma anlamında önemli hale gelmektedir.

Yaratıcı Sınıf

Richard Florida'nın ortaya attığı yaratıcı sınıf kavramı, Amerika'da hızla popülerlik kazanmış ve akademik çevrelerce de tartışılmaya başlamıştır. Yaratıcılığın ekonomik kalkınma ile kentsel ve bölgesel başarıdaki rolünü analiz eden Florida; yetenek, teknoloji ve hoşgörünün bu başarıda önemli kriterler olduğu sonucuna ulaşmıştır. Florida, ortaya attığı 3T (Talent, Technology, Tolerance) modelinde, büyümenin yaratıcı insanlar (yetenek) tarafından desteklendiğini, bu insanların kültürel çeşitliliğin olduğu, yeni fikirlere açık yerleri tercih ettiğini (hoşgörü) ve kültürel sermaye yoğunluğunun yeni ürünlere (teknoloji) dayandığını öne sürmüştür. İfade edilen bu kriterlerin sağlanması sonucunda iş oluşumu, iş yaratma ve ekonomik büyümenin gerçekleşeceği varsayılmaktadır (Florida, 2002: 11).

Yaratıcı bir çağa girildiğini iddia eden ve bu çağda insanların orijinal fikirleri ile kilit bir rol oynadığını ileri süren Florida, şehirlerin ekonomik kalkınmasında önemli rol oynayacağını belirttiği yaratıcı sınıfı, çekirdek grup ve profesyonel grup olarak ikiye ayırmaktadır. Çekirdek grup; bilim adamları, mühendisler, üniversite profesörleri, şairler, yazarlar, eğlence sektöründe çalışanlar, sanatçılar, mimarlar, tasarımcılar, kültürel açıdan önemli kişiler, araştırmacılar ve analistlerden oluşmaktadır. Profesyonel grup ise, iş yönetimi, ileri teknoloji ile bağlantılı sektörler, finansal hizmetler, hukuk ve sağlık hizmetleri gibi alanlarda çalışanları kapsamaktadır (Florida, 2002: 8-9).



Yaratıcı sınıf, ekonomik işlevi yeni fikirler, yeni teknoloji veya yeni yaratıcı içerik oluşturmak olan; fen ve mühendislik, mimarlık ve tasarım, eğitim, sanat, müzik ve eğlence sektöründeki insanları kapsamaktadır. Florida'nın yaklaşımında, yaratıcı sınıf ayrıca iş, finans ve hukuk dünyasından da geniş bir yaratıcı profesyonel grubu içerir. Yaratıcı sınıf, ister sanatçılar ya da mühendisler, isterse de müzisyen veya bilgisayar bilimciler ya da yazarlar ve girişimciler olsun, bu işçiler yaratıcılık, bireysellik, farklılık ve liyakat gibi ortak yaratıcı değerleri paylaşırlar. Yaratıcı sınıf, yaratıcılık yoluyla ekonomik değer üreten insanlardır ve bireysellik, meritokrasi (yeteneğe göre adam atama üzerine kurulu sistem), çeşitlilik ve açıklık yaratıcı sınıfın değerlerini oluşturur. (UNCTAD, 2008: 16)

Son yıllarda kentsel ve bölgesel rekabete yönelik vurgunun, iktisadi yerleşim (hard location) faktörlerinden (yığın ekonomileri, kira seviyeleri, ofis alanı, erişilebilirlik, trafik ve teknik altyapı, vergi oranları) sosyal yerleşim (soft location) faktörlerine doğru kaydığına ilişkin ciddi bir tartışma söz konusudur (Bontje ve Musterd, 2009: 844). Sosyal yerleşim faktörlerinin tam olarak ne olduğu veya olabileceği net olmamakla birlikte, barlar, kafeler ve restoranlar dahil olmak üzere insanların bir araya geldiği fiziki yapılar ve kamusal veya yarı kamusal alanlar, konut olanakları, estetik ve kültürel olanaklar, alternatif yaşam tarzlarına ve etnik çeşitliliğe karşı hoşgörülü olunması, iş ve eğlence amaçlı toplantı yerlerinin oluşturulması gibi faktörlerden bahsetmek mümkündür. Giderek küreselleşen bir ekonomide, mekana özgü sosyal yerleşim faktörleri, detaylı mekansal tercihlere neden olabilmektedir. Kent atmosferi, sosyal iklim gibi ölçümü çok zor olan kavramlar ile konut ve mahalle kalitesi ve konut piyasasının işleyişi gibi daha az belirsiz kavramlar bu tartışmanın temel boyutlarını oluşturmaktadır. Örneğin, eğer konut piyasası yaratıcı sınıfın istediği şartları sağlamazsa, yaratıcı bireyler başka bir yere kayabilecektir (ACRE, 2007: 21). Bu durum kentsel mekanların ve kentsel mekan kalitesinin önemini artırmaktadır. Zira yaratıcı sınıf kentsel mekan kalitesinin yüksek düzeyde olduğu kentleri, kendini rahatça ifade edebildiği yaratıcı kentleri yaşam alanı olarak tercih etmektedir.

Florida (2006) da, yaratıcı sınıfın yerleşim yeri tercihinde iktisadi yerleşim faktörleri kadar sosyal yerleşim faktörlerinin de önem taşıdığını ileri sürerek kentsel mekan kalitesi üzerinde durmakta ve yaratıcı sınıfın bu doğrultuda çeşitliliğin ve hoşgörü ortamının olduğu kentlerde yaşamayı tercih ettiğini iddia etmektedir. Durağanlıktan uzak, akıcı ve hareketli bir nitelik sergileyen yaratıcı sınıf, yaşadığı yerden memnun olmaması durumunda bir yerden diğerine hareket edebilme serbestiliğine sahiptir. Bu noktada yaratıcı sınıfın yaşadığı kentten beklentisi, hoşgörü ikliminin olması ve istediği gibi yaşayıp özgürce kendini ifade edebildiği ortamların bulunmasıdır. Yaratıcı sınıfa ilişkin bu tespitler, sosyal yerleşim faktörlerin önemini ortaya koyması açısından dikkat çekicidir. Zira, hem yaratıcı sınıfın yükselişinin desteklenmesi hem de yaratıcı endüstrilerin ortaya çıkışı, yeni bir tür



yaratıcılık ve bilgi temelli ekonomi ile paralel gitmektedir. Bu yeni durumda sosyal yerleşim faktörleri önemli bir rol oynamaktadır (ACRE, 2007: 21). Bu nedenle yaratıcı kentler oluşturulmak isteniyorsa, kentler iktisadi yerleşim faktörleri kadar sosyal yerleşim faktörlerini de dikkate almalıdır. Bu kapsamda yüksek eğitim mezunlarını, bilgi yoğun ve yaratıcı endüstrilerde çalışanları, yaratıcı ve bilgi yoğun firmaların yöneticilerini ve göçmenleri kente çekebilecek yatırımlar yapılmalıdır (Florida, 2006).

Yaratıcı Kentler

Yaratıcı kent kavramı ve fikri 1980'lerin sonunda ortaya çıkmıştır ve kentlerin küreselleşmeyle mücadelesinde rol oynayarak kentlerin yeniden yapılanmasında yardımcı bir faktör olmuştur. "Yaratıcı kent" kavramı 1990'ların başında daha belirgin bir şekilde tartışılmaya başlandığında ise, bazı kentlerde yaratıcılık konusunda daha fazla potansiyel olduğu kabul edilmiş ve bu doğrultuda Londra, Tokyo, New York, Amsterdam gibi şehirlerin daha kapsamlı bir yaratıcılığa sahip olduğunun da altı çizilmiştir. Bununla birlikte, yaratıcı kent kavramı kentin potansiyelinin ortaya çıkarılabilmesi adına önemli kabul edilmiştir. Yaratıcı kent fikri, insanların hayal gücü ile düşünmesi, planlaması ve hareket edebilmesi için gerekli koşulların yaratılması gerektiğini savunmaktadır (UNCTAD, 2008: 18).

Yaratıcı kentlerle ilgili ön plana çıkan önemli nokta, yaratıcı kentlerin bilgi temelli olması ve kentlerde yaşayan bilgi işçilerinin yaratıcı kentlerin oluşmasında ve şekillenmesinde önemli rol oynamasıdır. Bu nedenle kentlerde değer yaratılması için bilgi işçileri desteklenmeli ve daha iyi bir kent rejimi oluşturulması için özen gösterilmelidir. Bilgi temelli yaratıcı kent, kolektif bilgiyi teşvik etmek ve beslemek üzerine tasarlanmalıdır. Çünkü entelektüel sermaye ve yaratıcı sınıfın yetenekleri, zamanla etkin ve sürdürülebilir refah eylemlerini şekillendirecektir. Bu bağlamda kent, insan sermayesini de çevreleyen yapısal sermaye olarak öne çıkmakta ve yaratıcı bilgi işçisine daha fazla değer vererek yapısal sermaye ile insan sermayesini birleştirmektedir (Edvinsson, 2006: 7). Böylelikle kentler, yaratıcı sınıfın yaşamayı tercih ettiği, bilgisini ekonomiye ve üretime aktardığı ve yaratıcı ekonominin hayat bulduğu yerler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yaratıcı bilgi işçileri, ekonomik işlevi "yeni fikirler, yeni teknoloji ve/veya yeni yaratıcı içerik" yaratmak olan ekonomistler, hukuki ve mali danışmanlar, bilişim danışmanları, mühendisler, doktorlar, bilim adamları, gazeteciler, sanatçılar ve yöneticiler gibi meslek gruplarından oluşmaktadır (Trip, 2007: 502). Kentlerin tasarımı ve kentsel mekan kalitesi, söz konusu yaratıcı sınıf ve bilgi işçileri için kritik bir öneme sahiptir. Bu nedenle kent tasarımında ve yönetiminde küresel vatandaşlar ve yerel politikacılarla işbirliği içinde olan tasarımcılara ve idarecilere kilit roller düşmektedir. Bu durum aynı zamanda, yerel fırsat alanıyla küresel fırsat alanının birleştirilmesi ve güçlendirilmesi anlamına da gelmektedir. Yaratıcı kentler oluşturmak anlamında bilgi temelli kent tasarımı; ekonomi, kentsel



çalışmalar ve bilgi yönetimi perspektiflerini entegre etmeye yardımcı olacak bir birleştirici kavram niteliğindedir (Edvinsson, 2006: 12).

21. yüzyıl kentlerin yüzyılı olacaktır. Bu nedenle yaratıcı kent kavramının bir eylem çağrısı olarak nitelendirilmesi mümkündür. Günümüzde özellikle gelişmiş ülkelerde, kentlerde yaşayan insan sayısı ülke nüfusunun yarısını çoktan geçmiş ve hatta % 75-80 düzeylerine ulaşmıştır. Bu durum şehirlerin yaşanabilecek cazip yerler haline getirilmesi gerektiği inancını da beraberinde getirmektedir. Zira kentlerin en önemli kaynağı, burada yaşayan insanlardır. İnsan zekası, arzuları, motivasyonu, hayalleri ve yaratıcılıkları kentsel kaynaklar olarak; yerleşim yeri, doğal kaynaklar ve pazara erişim gibi unsurların yerini almaktadır. Kentlerde yaşayanların ve çalışanların yaratıcılığı, kentlerin gelecekteki başarısını da belirleyecektir. Bu durum aynı zamanda kentlerin hayatta kalma ve uyum yeteneğinin geliştirilmesi üzerinde de etkili olacaktır (Landry, 2004: xiii).

Yaratıcı ekonomilerle kentler arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Yaratıcı ekonomilerin, kentlerin ekonomik canlılığı üzerinde hem doğrudan hem de dolaylı etkisinden ve katkısından bahsetmek mümkündür. Bu doğrultuda, yaratıcı ekonomilerin çıktı, gelir ve istihdam, katma değer üzerinde doğrudan katkıları görülmektedir. Ayrıca kültürel etkinlikler nedeniyle kenti ziyaret eden turistlerin harcamaları gibi dolaylı katkılardan da söz etmek mümkündür. Buna ek olarak kentler, sahip oldukları aktif kültürel hayat ile merkezlerinde bulunmak isteyen diğer endüstrileri çekebilirler ve böylece çalışanlar için de keyifli ve teşvik edici bir ortam sağlayabilirler (UNCTAD, 2008: 17).

Yaratıcı kentlerle ilgili mevcut anlayış ve araştırmalar, yaratıcı endüstrilerin (istihdam, firmalar) varlığına, ekonomik üretimlerine (brüt katma değer, ihracat, vs.) ve nasıl çalıştıklarına (kilit aktörleri, yerel ağlar) odaklanma eğilimindedir. Bu paralelde "yaratıcı kentler", sözü edilen göstergelerde yüksek değerlere sahip olan ve/veya bu girişimlerde belirli politikaya sahip olan kentler olarak değerlendirilmektedir. Birçok Avrupa ve dünya kenti artık yaratıcı endüstrileri geliştirici teşvik politikaları uygulamaktadır. Bu aşamada, yaratıcı endüstriye sahip olmanın yaratıcı kenti oluşturmak için yeterli olup olmadığı sorusu da giderek anlam kazanmaktadır (Chapain and Comunian, 2009: 220-221). Bu kapsamda Hall (2004), "yaratıcı kent"i tanımlamak amacıyla hem kültürel üretimin hem de tüketim varlığının önemini vurgulamaktadır. Buna göre, bir yaratıcı kent sadece kültürel üretim ve tüketimin altyapılarının bulunduğu yer değil, aynı zamanda bu ikisinin bağlantılı olduğu bir yerdir.

Yaratıcı kent kavramı, geniş bir içeriğe sahip olmakla birlikte, basitleştirmek için UNCTAD (2008: 18) tarafından şu dört başlıkta ele alınmıştır: Sanat ve kültür altyapısı olarak yaratıcı kent, yaratıcı bir ekonomi olarak yaratıcı kent, güçlü bir yaratıcı sınıf anlamında yaratıcı kent ve yaratıcılık kültürünü teşvik eden bir birim olarak yaratıcı kent. Bununla birlikte yaratıcı kent



kavramı, yaratıcı ekonomiden de yaratıcı sınıftan da daha kapsayıcıdır. Yaratıcı kent, birçok kuruluşun entegre olduğu bir sistem ve kamu, özel ve sivil toplum sektörlerinin oluşturduğu bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzün hızlı ve etkili değişim şartlarında, kentteki tüm sektörler ve yapılar daha yaratıcı olmalı ve sorunlara karşı birlikte hareket etmelidir (UNCTAD, 2008: 18). Bu durum karşımıza kentteki tüm aktörleri yaratıcılık sürecine dahil eden ve bu kapsamda yaratıcılığı da teşvik eden bir yaratıcı kent yapısını çıkarmaktadır.

Yaratıcı kentlerde, sadece sanatçılar veya yaratıcı ekonomiye dahil olanlar yoktur. Zira yaratıcılık, sorunları yaratıcı bir şekilde çözen herhangi birinden gelebilir veya bir sosyal hizmet uzmanı, bir işadamı, bir mühendis, bir bilim adamı ya da bir kamu görevlisi yaratıcı olabilir. Bu nedenle kentsel bağlamda ilginç fikirler ve projeler üretmek için farklı anlayışlarda takımların oluşturulmasına fırsat tanınmalıdır. Bu durum, yaratıcı kentin kapsamlı bir yaratıcı yer olduğu vurgusunu da güçlendirmektedir. Kentlerin yaratıcı bürokrasisi, yaratıcı bireyleri, örgütleri, okulları, üniversiteleri ve çok daha fazlası olmalıdır. Böylece yaratıcılığı teşvik ederek ve kamusal, özel ve toplumsal alanlarda yaratıcılık fikrini destekleyerek, kentsel sorunlar için daha kapsayıcı çözüm potansiyelleri ve olanakları ortaya koymak mümkün olabilir (UNCTAD, 2008: 19).

Bir birey ya da örgüt olarak yaratıcı olmak nispeten kolaydır. Fakat bir kent olarak yaratıcı olmak farklı kültürlerin katılımını ve karışımını gerektiren farklı bir yapıdır. Bu yapı, ölçülebilir risk almaya, yaygın liderliğe, stratejik olarak ilkeli ve esnek olmaya işaret eder. Bu durumu maksimize etmek ise zihniyet değişikliği, algı, irade, kentin ağ kapasitesinin anlaşılması, kültürel derinlik ve zenginlik gerektirir. Bu değişiklik ve dönüşüm örgüt kültürü üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. Zihniyet değişikliği, insanlar için yaratıcı koşullar oluşturma ve dönüşüm, bir kerelik bir olay olarak değil, devam eden bir süreç olarak görülmelidir (UNCTAD, 2008: 19).

Yaratıcı kentlerin oluşturulması ve gelişiminin desteklenmesi sadece kent ekonomisi için değil aynı zamanda ülke ekonomisi için de önemli ve gereklidir. Çünkü yaratıcı kentler dinamizmin, esnekliğin ve ulusal ekonominin rekabet gücünün artmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu rol, kentsel bölgelerde bulunan bilgi işçileri, firmalar ve diğer örgütler tarafından yenilikçiliği geliştirmek suretiyle yerine getirilmektedir. Bilgi temelli veya öğrenen ekonomilere doğru yaşanan kayma ile birlikte, yaratıcı kentler yenilik, esneklik ve kalitenin geliştirilmesini destekleyerek ekonomik değer yaratılmasında önemli bir odak haline gelmiştir. Rekabet fırsatlarının ve yaşam kalitesinin artırılmasında önemli bir potansiyele sahip olması nedeniyle yaratıcı kentlerin gelişimi teşvik edilmeli ve desteklenmelidir. Ekonomik dinamizmin artırılması ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesi, mekan kalitesinin güçlendirilmesi üzerinde de etkili olmaktadır (Gertler, 2004: 1). Dolayısıyla yaratıcı kentlerin gelişimi ile ekonomik rekabetin ve



kentsel mekan kalitesinin iyileşmesi ve kentsel mekan kalitesinin artması ile kentlerin yaratıcı kapasitesinin artması ve ekonomik katma değerin yükselmesi arasında karşılıklı, güçlü bir ilişki bulunmaktadır.

Yaratıcı kentlerle ilgili uluslararası kuruluşlar tarafından da çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Bu doğrultuda UNESCO tarafından 2004 yılında kurulan Yaratıcı Şehirler Ağı, değişen kültür algısını ve ekonominin bir parçası olarak kültürün toplumdaki rolünü yansıtmaktadır. Ağ fikri, dünyadaki pek çok kentin, yaratıcı endüstrilerin ekonomik ve sosyal kalkınmada nasıl daha büyük bir rol oynamaya başladığını fark etmesine dayanmaktadır. Bununla birlikte, kentlerin bu potansiyeli nasıl kullanacaklarını veya kalkınmada uygun aktörlerle nasıl bir araya gelebileceklerini net olarak bilememeleri, böyle bir ağın varlığına ihtiyaç duyulmasına neden olmuştur. Bu nedenle, bu ağın temel amacı, teknik bilgi ve uzmanlık, deneyim ve en iyi örnek uygulamaların alışverişini sağlamak, dünya üzerindeki kültürel kümelenmelerin gelişimini kolaylaştırmak ve böylece yaratıcı endüstriler yoluyla yerel ekonomik ve sosyal kalkınmayı teşvik etmektir. Kültürel endüstriler kapsamında belli alt sektörlerin kalkınma ihtiyaçlarına daha iyi odaklanabilmek için, Yaratıcı Şehirler Ağı yedi tematik ağ planlamıştır ve şehirler bu yedi temadan odaklanmak istedikleri bir alanı seçebilirler. Kentler, yaratıcı potansiyellerinin olduğu edebiyat, sinema, müzik, halk sanatı, tasarım, bilgi teknolojisi/medya sanatları veya gastronomi alanlarında ağa katılmak için başvuruda bulunabilirler. Bu noktada kentler, ekonomik ve sosyal kalkınma için en büyük potansiyele sahip oldukları alanlarda aday olmaya teşvik edilmektedir (UNCTAD, 2008: 19).

Yaratıcı kentlerle ilgili uluslararası alanda yapılan çalışmalar yanında gözden kaçırılmaması gereken bir nokta da ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde politika oluşturulmasına ilişkindir (Musterd, vd. 2010: 9). Yaratıcı kentlerin geliştirilmesi ve desteklenmesi amacıyla üst ölçekte kamu politikası oluşturulması ayrı bir önem kazanmaktadır. Zira ulusal düzeyde alınan kararlar, kabul edilen kamu politikaları, yerel düzeyde de etkiler yaratmaktadır. Bu anlamda kaynak transferleri ve harcamaları, yerel düzeyde fiziksel ve sosyal altyapıya yatırım yapılmasını desteklemektedir. Ayrıca ulusal kültür politikasının doğrudan kültürel organizasyonları desteklemesi ve kültürel ürünler (müzik, dans, görsel sanatlar, film, televizyon, edebiyat, dergi ve kitap basımı gibi) üzerinde vergi indirimine gidilmesi, kültürel yaratıcı endüstrilerin teşvik edilmesinde ve yabancı hakimiyetinden korumasında etkili olacaktır. Diğer yandan ifade özgürlüğünün korunması ve fikri mülkiyet haklarının güvence altına alınması kültürel yaratıcılığın beslenmesine ve desteklenmesine yönelik bir iklim oluşturacaktır. Bu tür politikalar, kimi zaman farkında olmadan, yeni, kültür temelli ekonomik aktivitelerin ortaya çıkmasında, yaratıcı kültür endüstrilerinin kurulmasında ve teknolojik uzmanlık bilgisinin ortaya çıkmasında etkin koşulların yaratılmasına yardımcı olacaktır (Gertler, 2004: 7).



Yaratıcı kentlerin geliştirilmesi ve desteklenmesi kentlerin rekabet düzeylerinin artmasında ve kent ekonomisinin güçlenmesinde önemli ve etkili olduğu kadar ülke ekonomisinin iyileşmesinde de etkilidir. Bu nedenle kentlerin yaratıcı kapasitelerinin geliştirilmesi hem kentsel düzeyde hem de ulusal düzeyde ekonomik çıktıyı ve katma değeri artıracaktır. Bununla birlikte yaratıcı kentler için geliştirilebilecek tek bir modelden bahsetmek mümkün gözükmemektedir. Tüm kentlere uygulanabilecek standart bir modelden söz etmek, başarısız uygulamaların da yolunu açacaktır (Musterd vd., 2010: 9). Zira her kentin özellikleri, sahip olduğu değerler, yetenekler ve kapasite değişmekte ve birbirine göre farklılaşmaktadır. Bu nedenle bir kentte uygulanan ve başarılı olan bir modelin veya uygulamanın başka bir kente uygulanması aynı sonuçları vermeyecektir. Başarılı modeller ve uygulamalar örnek olması, fikir vermesi ve yol gösterici olması açısından önemli ve yararlıdır. Bununla birlikte kentlerin kendi yerel güçlerine ve dinamiklerine göre bir yol izlemesi, kendilerine göre özgün bir model geliştirmesi yaratıcı kent uygulamasının başarılı olması için gereklidir.

Kentsel Yetenek ve Kent Kimliği

Kimlik kavramı “Doğadaki herhangi bir canlıyı veya objeyi başka canlı veya objelerden ayıran, öncelikle onu görsel, işitsel vb. diğer duyularla algılanan, kendine özgü olma durumu” olarak tanımlanabilir (Es, 2008: 91). Kent kimliği ise kent imajını etkileyen; her kentte farklı ölçek ve yorumlarla kendine özgü nitelikler taşıyan; fiziksel, kültürel, sosyo-ekonomik, tarihsel ve biçimsel faktörlerle şekillenen; kentliler ve onların yaşam biçiminin oluşturduğu; sürekli gelişen ve sürdürülebilir kent kavramını yaşatan; geçmişten geleceğe uzanan büyük bir sürecin ortaya çıkarttığı anlam yüklü bütünlük olarak özetlenebilir (<http://sehirkimligi.com>, 2015).

Kent kimliği, bir kentin özgünlüğünün oluşmasında ve yaşatılmasında özel bir öneme sahiptir. Bu kimlik aynı zamanda kentin yeteneğinin keşfedilmesinde ve değerlendirilmesinde de etkili olacaktır. Şöyle ki, kentin kimliğinin olması, en başta onun diğer kentler arasından ayrılıp, tanınır bir hale gelmesini sağlamaktadır. Kentin var olan kimliğine zarar verebilecek kullanımlar en baştan reddedilecek ve toplumsal duyarlılık kent kimliğine bağlı olarak artacaktır. Ayrıca kentsel kaynakların kent kimliğine paralel şekilde kullanımı sağlanacak ve yapılması düşünülen yatırımlarda nitelik ve uygunluk aranmaya başlanacaktır. Bunlara ek olarak, kentsel büyüme modeli kent kimliğine uygun bir şekilde gelişecektir (Demir, 2006, 117- 122).

Kent kimliğinin oluşturulması ve korunması önemli olmakla birlikte, kent kimliği ile o kente ait kültürel, yerel, özgün değerleri birbirleri ile kaynaştırmak, bir bütün haline getirmek oldukça zorlu ve tek başına yürütülemeyecek bir süreçtir. Dolayısıyla bu süreç, kentle ilgili çeşitli katılımcıları ve aktörleri ilgilendirmekte ve kapsamaktadır. Bu katılımcıları ve temel aktörleri şöyle sıralayabiliriz:



- Kentin “seçilmiş” yöneticilerinden oluşan yerel ve genel “siyaset” temsilcileri.
- Kentin “atanmış” yöneticilerinden oluşan “bürokrasi” temsilcileri.
- Kentin “adlanmış” yöneticilerinden oluşan “sivil toplum” temsilcileri.
- İlgili bölümlerin yöneticilerinden ve öğretim üyelerinden oluşan “üniversite” temsilcileri.
- Sanayi, ticaret ve meslek odalarının yöneticilerinden oluşan “sektör” temsilcileri.
- Alanında uzman, usta, yönetici olmuş “kültür-sanat-spor” öncüleri.
- Sosyal doku içinde “kanaat önderi” özelliği taşıyan seçkin kişiler.
- Kentin kamuoyu algısının oluşmasında ve gelişmesinde etkili olan “medya” mensupları.

Görüldüğü gibi yerele ait özgün ve kültürel değerlerin ortaya koyulması ve kent kimliğinin oluşturulması geniş bir katılımcı çevresini gerektirmektedir. Bu süreçte yer alan temel aktör ve katılımcılar, özgün kent kimliği ve yeteneğini keşif ve belirleme sürecinde çeşitli kriterlerden yararlanmakta ve bu kriterler doğrultusunda hareket etmektedirler. Söz konusu bu değerlendirme kriterlerinin başında kenti anlatan temel simge ve semboller gelmektedir. Zira bu temel simge ve semboller kentin özgünlüğünü ayırt edici bir şekilde ortaya koymaktadırlar. Bunların yanında kente ait tabiat güzelliği, tarihi, kültürel, sosyal ve sanatsal özgün unsurlar da önem taşımaktadır. Temel simge ve sembollerde olduğu gibi, kentle özdeşleşen tabiat güzellikleri, tarihi, kültürel, sosyal ve sanatsal unsurlar da kentin özgün yapısının oluşmasında önemli rol oynamaktadır Kentin teknik ve ekonomik gelişmişliği, üretim alanları ve konuları, iç ve dış turizm potansiyelleri de söz konusu değerlendirme kriterleri arasında yer almaktadır. Yaratıcı sınıf olarak da ele alınabilecek kentin beşeri sermayesi; bilimsel ve akademik yapısı, insan kaynakları ve demografik durumu önemli bir kriter olarak karşımıza çıkmaktadır. Son olarak kentin çevresel sorunları, kentsel dönüşüm ve gelişim politikaları kentsel özgünlük yaratmada ve kent kimliğinin oluşturulmasında dikkat edilen kriterler arasında yer almaktadır (<http://sehirkimligi.com>, 2015).

Özgün kent kimliği ve yeteneği konusunda, katılımcıların, kent ile ilgili özetlenen unsurları analiz etmeleri sonucunda, o kentin olan ve olması gereken vizyonu belirlenebilmektedir. Bu çerçevede kentin; kaybedilmiş değerlerini geri kazanma, kazanılmış değerlerini koruma ve yeni değerler üretme plan ve programları sistematize edilebilir. Türkiye’de özellikle son yıllarda Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, kentlere ait özgün değerleri içeren, kentsel kimlik ve yeteneğin keşfine yönelik çalışmalar yapmaktadır. 2014–2015 yılları arasında gerçekleştirilen, “Kent Kimliği Çalıştayları”, özellikle,



“Ordu, Kırşehir, Adıyaman, Düzce, Sivas, Kütahya, Konya, Kahramanmaraş, Bursa, Samsun, Şanlıurfa, Tokat, Amasya, Sakarya, Nevşehir, Kastamonu, Gaziantep ve İstanbul (Üsküdar)”da, kent kimliği ve kentsel yeteneklerin keşfi ve belirlenmesi konusunda oldukça başarılı görüş ve çalışmalara yer vermiştir.

Ayrıca, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın yanı sıra; daha çok yerel düzeyde olmak üzere; “Eyüp, Selçuk, Bornova, Altındağ, Kırşehir, Yalova, Selçuklu ve Büyükçekmece” belediyelerinin; Kent kimliğinin doğal, tarihi ve kültürel miras ile olan ilişkisi, kent kimliğinin ayırt edici özelliklerini belirleme ve pekiştirme, küreselleşmenin tek tipleştirici etkisine karşı kente kendine özgü farklılık kazandırma ilke ve yöntemleri, kentin ulusal ve uluslararası düzeyde bilinirliğini sağlama doğrultusunda bilinç, bilgi ve vizyon geliştirme konularında çalışanlar ve gönüllü katılımcılara yönelik eğitim çalışmaları, dikkat çekici örneklerdir (<http://www.tarihikentlerbirliigi.org>, 2015). Yerel ve ulusal düzeyde bu tür etkinlik ve çalışmaların yaygınlık kazanması, kent kimlik ve yeteneğinin keşfi ve bilinirliğinin sağlanması bakımından yararlı olacaktır.

Sonuç

Son yıllarda kentlerin önemi giderek artmaktadır. Bir yandan kentlerin ülke nüfuslarının önemli bir kısmını barındırması ve bu anlamda ciddi bir nüfus yoğunluğunu içermesi diğer yandan kentlerin ekonomik kalkınmanın itici gücü olarak görülmeye başlanması ile birlikte kentler üzerine yapılan vurgu daha da kuvvetlenmektedir. Bu anlamda yaratıcı endüstrilerin de odak noktasında yaratıcı kentler bulunmaktadır. Yaratıcı kentler sahip oldukları yaratıcı sınıf ve yaratıcı potansiyelle ekonomik kalkınmanın yeni lokomotifleri olarak nitelendirilmektedir.

Yaratıcı kentlerin ekonomik kalkınmadaki önemli rolü kadar, kentsel yeteneklerin ortaya koyulmasında ve kentsel kimlik oluşturulmasında da ciddi bir payının olduğunu söylemek mümkündür. Diğer yandan kentsel yeteneğin keşfi ve değerlendirilmesi de yaratıcı sınıfı kente çekeceği için kentin yaratıcılık potansiyelini yükseltecektir. Bu noktada, yaratıcı kent fikrinin kentsel yeteneğin geliştirilmesinde nasıl etkili olabileceği ve kullanılabilmesi sorusu önem kazanmaktadır. Zaman zaman göz ardı edilmiş veya silinmiş olsa da her kentin kendi içsel dinamiklerinden kaynaklanan bir kentsel kimliğinin olduğunu ifade etmek mümkündür. Kent kimliğinin ortaya çıkarılması ve korunması, yaratıcı kent ortamının sağlanmasına yardımcı olacaktır. Bunun yanında yaratıcı kent fikrinin geliştirilmesi ve yaratıcı kentlerin oluşturulması kent kimliğinin güçlenmesine ve kentsel yeteneğin değerlendirilmesine olanak sağlayacaktır.

Bu noktada ulusal ve yerel düzeyde hem politika yapıcılara ve uygulayıcılara hem de diğer kentsel aktörlere, üniversitelere, özel sektör



temsilcilerine ve sivil toplum katılımcılarına önemli rol ve sorumluluk düşmektedir. Bu doğrultuda kentsel altyapı yatırımları ya da iktisadi yerleşim faktörleri göz ardı edilmeden sosyal yerleşim faktörlerine de gereken önem verilmelidir. Diğer bir ifadeyle, kentin tanımlanmasında ve yapılandırılmasında kentsel değerler, kente özgü değerler göz ardı edilmemelidir. Burada gözden kaçırılmaması gereken nokta, her kentin kendine özgü yapısı ve değerleri, kent kimliği ve yeteneğinin olduğu gerçeğidir. Bu özgün yapı ve kimlik, kentsel yaratıcılık bağlamında kentin yapılandırılmasına yansıtılmalıdır.

Kentlerin özgün kimliklerinin ve yeteneklerin ortaya çıkarılması ve korunması, bir yandan kentsel yaratıcılığı olumlu yönde etkileyip yaratıcılık potansiyelinin kullanılabilmesini sağlarken diğer yandan da kentlerde yaşanan sosyal, fiziksel ve kültürel erozyonun önlenmesinde yardımcı olacaktır. Bunun yanında, kendini yaşadığı kente ait hisseden bireylerin oluşmasına yardımcı olacak ve kentlerin hem yaratıcı sınıf için bir çekim merkezi haline gelmesini sağlayacak hem de kentsel yaratıcı ekonominin gelişmesinde önemli bir rol oynayacaktır. Diğer yandan özellikle kentsel dönüşüm sürecinde birbirine benzeyen kentlerin ve yapılanmaların ortaya çıktığı bir dönemde, birbirinin aynı olan kentlerin önlenmesini sağlayacak ve her kent kendi özgün doğasıyla ve yapısıyla varlığını sürdürmeye devam edecektir. Son olarak, hepsini de tamamlayacak şekilde kültürel mirasın yeni nesillere aktarılması ve yaşatılması sağlanabilecektir (<http://www.tarihiKentlerBirliği.org>, 2015).

Özellikle son yıllarda gündemde olan ve kentlerin yeniden yapılandırılmasında ciddi rol oynayan kentsel dönüşüm çalışmaları bu anlamda bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Böylelikle bir yandan kentin sosyal dokusu korunup sürdürülürken, sosyal faktörler anlamında eksiklikleri giderilebilir, diğer yandan da bir anlamda yaratıcı ekonominin itici gücü olan ve kentsel kalkınmada rol oynaması beklenen yaratıcı sınıf için de cazip ve tercih edilir yaşam alanları, kentsel mekanlar oluşturulabilir. Ancak yaratıcı kent kavramının ve uygulamasının tüm kentlere uygulanabileceğini ve tüm kentlerin ekonomik kalkınmasında bir araç olarak kullanılabilmesini söylemek çok da gerçekçi bir durumu yansıtmamaktadır. Bununla birlikte, yaratıcılık kapasitesi olan kentlerin bu kapasitelerinin ve kentsel yeteneğinin keşfedilmesi, yaratıcı potansiyellerinin ortaya çıkarılması ve beslenerek güçlendirilmesi, bu niteliklere sahip kentler için yararlı olacaktır. Böylece yaratıcı potansiyele sahip kentlerin bu özelliğinin ortaya çıkarılması ve kentsel ekonomi için değer yaratması söz konusu olabilecektir. UNESCO'nun Yaratıcı Şehirler Ağı da, bu anlamda kentlerin, şehirlerin yaratıcılık potansiyellerinin ortaya çıkarılabilmesi adına önemli bir rol oynamakta ve kılavuzluk yapmaktadır.

Yaratıcı kentlerle ilgili gözden kaçırılmaması gereken bir diğer nokta da, yaratıcı kentlerin yerel ve ulusal kamu politikalarıyla desteklenmesi



gerektiğidir. Gerek ulusal gerekse de yerel kamu politikalarıyla sürece sahip çıkılması, kent genelinde bu yönde bilinç oluşturulması, yaratıcı kent sürecine ilgili tüm aktörlerin katılımının sağlanması ve görüşlerinin değerlendirilmesi başarılı sonuç alınmasını sağlayabilecektir. Kamu politikalarıyla desteklenmeyen uygulamaların yaratıcı kentle sonuçlanması beklemek iyimser bir beklenti olmaktan öteye geçmeyecektir.

Kaynakça

ACRE - Accommodating Creative Knowledge Competitiveness of European Metropolitan Regions within the Enlarged Union (2007). A Literature Review from a European Perspective, University of Amsterdam

Asheim, B., Cooke, P. ve Martin, R. (2008) Clusters and Regional Development: Critical Reflections and Explorations. *Economic Geography*. 84 (1): 109-112.

Bebchuk, L. A. ve Roe, M. J. (1999). A Theory of Path Dependence in Corporate Ownership and Governance. *Stanford Law Review*. 52 (1): 127-170.

Belleflamme, P., Picardb, P. ve Thisse, J. F. (2000). An Economic Theory of Regional Clusters. *Journal of Urban Economics*. 48 (1): 158-184.

Bonjite, Marco ve Musterd, Sako (2009) Creative Industries, Creative Class and Competitiveness: Expert Opinions Critically Appraised. *Geoforum*, 40 (5): 843-852.

Chapain, Caroline and Comunian, Roberta (2009) Creative cities in England: researching realities and images. *Built Environment*, 35, (2), 220-237.

Demir, Cüneyd (2006). "Kent Kimliği Geliştirme Sürecinde Mekânsal Model Tasarımı ve Kent Plancılarının Rolü", *Planlama*, 2006/3,s. 117-122.

Dopfer, K. (1991). Toward a Theory of Economic Institutions: Synergy and Path Dependency. *Journal of Economic Issues*. 25 (2): 535-550.

Edvinsson, Leif (2006) Aspects on the city as aknowledge tool. *Journal of Knowledge Management*, vol. 10. no.5, 6-13.

Eickelpasch, A., Lejpras, A. ve Stephan, A. (2007). Hard and Soft Locational Factors, Innovativeness and Firm Performance: An Empirical Test of Porter's Diamond Model at the Micro-Level. Discussion papers German Institute for Economic Research, No. 723. Erişim tarihi: 02.06.2015 <https://www.econstor.eu/dspace/bitstream/10419/27247/1/550045295.PDF>

Es, Muharrem (2007); "Kentlilik Bilinci ve Yerel Siyaset", *Yerel Siyaset Sempozyum Bildirileri* (8 Aralık 2007), Okutan Yayıncılık, İstanbul, s.91-114.

Flew, Terry (2013) Creative Industries – A New Development Pathway, <http://terryflew.com/2014/03/creative-industries-a-new-development-pathway.html>, (03.08.2015)



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

Florida, Richard L. (2006). *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*. Liberal Education, Summer 2006. http://www.aacu.org/liberaleducation/le-su06/le-su06_feature3.cfm, (03.08.2015)

Hall, Peter (2004) *Creativity, Culture, Knowledge and the City*. *Built Environment*, 30, 256-258.

Hunt, S. D. ve Morgan, R. M. (1996). *The Resource-Advantage Theory of Competition: Dynamics, Path Dependencies, and Evolutionary Dimensions*. *Journal of Marketing*. 60 (4): 107-114.

Gertler, Meric S. (2004) *Creative Cities: What Are They For, How Do They Work, and How Do We Build Them?*, Canadian Policy Research Networks, Background Paper F-48, http://www.cprn.org/documents/31348_en.pdf, (03.08.2015)

Keskin, H. ve Dulupçu, M. A. (2012). *Kümelenmeler: Bir Literatür İncelemesi*. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 15 (1): 441-461.

Küçüker, C. (2012). *Endüstriyel Kümelenme Yaklaşımları: Bir Değerlendirme*. Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metni, No. 2012/13. Erişim tarihi: 02.06.2015 <http://tek.org.tr/dosyalar/balkanlar6.pdf>

Landry, Charles (2004) *A Creative City A Toolkit for Urban Innovators*, Comedia Earthscan Publications, London Sterling, VA. <https://books.google.com.au/books?hl=en&lr=&id=0zEEMxe96tMC&oi=fnd&pg=PA1&ots=xNSkdRV3XP&sig=2X2Mx6Mk4SYFPfQLoQAAapLBIGU#v=onepage&q&f=false>, (03.08.2015)

Murphy, E. ve Redmond, D. (2009). *The role of 'hard' and 'soft' factors for accommodating creative knowledge: insights from Dublin's 'creative class'*. *Irish Geography*. 42 (1): 69-84.

Musterd, Sako, Julie Brown, Jane Lutz, John Gibney ve Alan Murie, (2010) *Making Creative-Knowledge Cities A Guide for Policy Makers*, Amsterdam Institute for Social Science Research (AISSR), University of Amsterdam.

Rantisi, N.M., D. Leslie and S. Christopherson (2006). *Placing the creative economy: Scale, politics, and the material*. *Environment and Planning*, 38 (10): 1789-1797.

Trip, Jan Jacob (2007) *Assessing Quality of Place: A Comparative Analysis of Amsterdam and Rotterdam*, Vol. 29, No. 5, 501-517.



UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2008). Creative Economy Report, http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf, (08.07.2015)

<http://sehirkimligi.com/sehir-kimligi.html>, (28.08.2015)

<http://www.tarihiKentlerBirliGi.org/kent-kimligi-ve-kentlilik-bilinci-egitimi-tamamlandi/>, (28.08.2015)

