



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ **ERSA**

ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ (RSAI, ERSA)

“Οικονομική Κρίση και Πολιτικές Ανάπτυξης και Συνοχής”

10ο Τακτικό Επιστημονικό Συνέδριο ,
Θεσσαλονίκη, 1 – 2 Ιουνίου 2012

Συνδιοργάνωση

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης:

Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών
Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ Ή Η ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ΩΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΠΟΛΗ: ΜΙΑ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΥΠΟΛΟΓΙΑΣ.

Θανάσης Καλογερέσης, Λέκτορας, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης, ΑΠΘ

Νίκος Βογιατζής. Υποψήφιος Διδάκτορας, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

1. Η έννοια της δημιουργικότητας: δημιουργικοί άνθρωποι, πόλεις, κλάδοι και δημιουργική οικονομία

Το ανά χείρας κείμενο είναι μια από τις πρώτες προσπάθειες (επίσης βλ. Κουρτέσης 2008) μεταφοράς στην ελληνική βιβλιογραφία των ζητημάτων που σχετίζονται με τη δημιουργικότητα και την ανάπτυξη και αποτελεί το πρώτο μέρος ενός ευρύτερου ‘προγράμματος’ ανάλυσης των πηγών της ελληνικής ανταγωνιστικότητας προ και μετά κρίσης. Το κείμενο αναπτύσσεται ως εξής: Από την κεντρική έννοια της δημιουργικότητας μετακινούμαστε διαδοχικά στις έννοιες του δημιουργικού κλάδου, της δημιουργικής οικονομίας, πόλης και τάξης. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα ζητήματα της εννοιοποίησης και μέτρησης. Τέλος, κλείνουμε με μία πρώτη προσπάθεια κατανόησης των παραπάνω σχετικά νέων εννοιών στα πλαίσια της Θεσσαλονίκης, αλλά και των προβλημάτων που η ελληνική πραγματικότητα συνεπάγεται.

Μετά από αρκετές δεκαετίες συζήτησης γύρω από το περιεχόμενο της έννοιας της *δημιουργικότητας*, φαίνεται πως σήμερα υπάρχει μια σχετική συναίνεση. Η δημιουργικότητα, λοιπόν, ορίζεται ως η *παραγωγή καινοφανών και χρήσιμων προϊόντων* (Mumford, 2003, p. 110). Είναι προφανές πως αυτός ο ιδιαίτερα απλός ορισμός απαιτεί περαιτέρω εξειδίκευση προκειμένου να γίνει κατανοητός ο ρόλος του, αλλά και δυνατή η μέτρησή του. Σύμφωνα με την ΚΕΑ, European Affairs (2006) η εξέταση του ρόλου της δημιουργικότητας στην σημερινή οικονομία απαιτεί τον ορισμό τεσσάρων ‘τύπων’ δημιουργικότητας: της καλλιτεχνικής, της οικονομικής, της επιστημονικής και της τεχνολογικής.

Παρά το γεγονός πως η δημιουργικότητα (ή έστω οι διάφορες συνιστώσες της, π.χ. καινοτομία, γνώση, τεχνογνωσία κλπ) έχει αποτελέσει ένα σημαντικό θέμα συζήτησης στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών, η δημοσίευση το 2002 του βιβλίου του Richard Florida ‘The Rise of the Creative Class’ ήταν η απαρχή μιας μεγάλης στροφής η οποία έβαλε τα ζητήματα της δημιουργικότητας στο επίκεντρο των συζητήσεων σχετικά με την – περιφερειακή – ανάπτυξη. Σύμφωνα με τον Florida, το ‘ανθρώπινο κλίμα’ (δηλ. οι

παράγοντες που επηρεάζουν θετικά τη χωροθέτηση των ανθρώπων) τείνει να γίνει εξίσου σημαντικός, αν όχι σημαντικότερος παράγοντας από το επιχειρηματικό κλίμα (τους παράγοντες που επηρεάζουν τη χωροθέτηση των επιχειρήσεων) (Asheim & Hansen, 2009, p. 426) στην ενίσχυση της περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με τον Florida, ιδιαίτερα οι εργαζόμενοι που ανήκουν στη λεγόμενη ‘δημιουργική τάξη’ δεν ακολουθούν τις δουλειές, αλλά αντίθετα οι δουλειές ακολουθούν τη δημιουργική τάξη.

Τι συνιστά όμως τη ‘δημιουργική τάξη’; Σύμφωνα με τον Florida η δημιουργική τάξη ορίζεται ως αυτή της οποίας τα μέλη ‘προσθέτουν οικονομική αξία μέσω της δημιουργικότητάς τους’. Ενώ, όμως, αναγνωρίζει την αξία, αλλά και τη συνάφεια των θεωριών του ανθρώπινου κεφαλαίου, ως καθοριστικού παράγοντα της οικονομικής ανάπτυξης (Glaeser, 1998; Simon, 1998; Lucas, 1988), θεωρεί πως πέρα από το επίπεδο εκπαίδευσης πρέπει κανείς να προχωρήσει πέρα από τις θεωρίες αυτές, καθώς αυτό που καθορίζει την ένταξη ή όχι κάποιου στη δημιουργική τάξη δεν είναι ποιος είναι, αλλά τι κάνει¹. Συγκεκριμένα, αναγνωρίζεται η ύπαρξη δύο υπο-ομάδων στη δημιουργική τάξη: Ο υπερ-δημιουργικός πυρήνας που, ενδεικτικά, περιλαμβάνει (Florida, 2003, p. 8) *‘επιστήμονες και μηχανικούς, καθηγητές πανεπιστημίου και καλλιτέχνες, και οι ‘δημιουργικοί επαγγελματίες’ που εργάζονται σε μια ‘σειρά επαγγελμαμάτων γνώσης’.*

Επομένως, είναι επίσης σημαντικό να αποσαφηνιστεί η έννοια των δημιουργικών κλάδων, που αποτελεί και ένα κομβικό σημείο της συζήτησης γύρω από τη δημιουργικότητα. Σύμφωνα με την UNCTAD (2010) υπάρχουν 5 βασικά μοντέλα συστηματικής κατανόησης των δημιουργικών κλάδων τα οποία στηρίζονται σε αρκετά διαφορετικά κριτήρια, όπως συνοψίζονται παρακάτω (Πίνακας 1).

Από τα παραπάνω είναι καταρχάς προφανές πως δημιουργικές πόλεις είναι αυτές που καταφέρνουν να συγκεντρώσουν μεγάλους αριθμούς δημιουργικών ανθρώπων, που απασχολούνται σε δημιουργικούς κλάδους. Συνεπώς, το σημαντικό είναι η κατανόηση των παραγόντων που κάνουν κάποιες πόλεις περισσότερο επιτυχημένες στην προσέλκυση και (αν και αυτό φαίνεται να είναι πολύ λιγότερο σημαντικό στη σχετική βιβλιογραφία) στη συγκράτηση δημιουργικών ανθρώπων.

¹ Οφείλουμε εδώ να τονίσουμε πως η θέση αυτή του Florida έχει αμφισβητηθεί έντονα. Όπως υποστηρίζουν οι Markusen et al. (2008), τουλάχιστον η αρχική προσέγγιση του Florida, παρά την προς το αντίθετο επιμονή του, ήταν ουσιαστικά βασισμένη στο επίπεδο εκπαίδευσης.

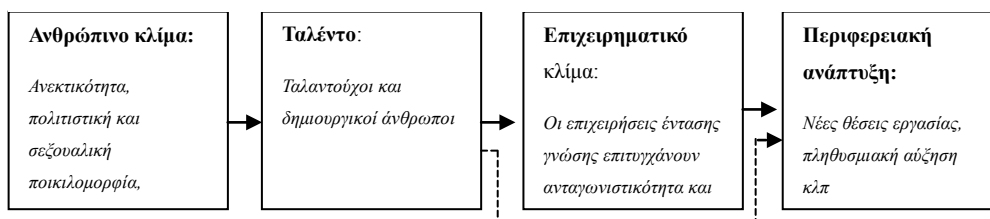
Πίνακας 1 Το περιεχόμενο των δημιουργικών κλάδων: πέντε βασικές προσεγγίσεις

Μοντέλο DCMS	Μοντέλο συμβολικών κειμένων	Μοντέλο ομόκεντρων κύκλων	Μοντέλο πνευματικών δικαιωμάτων WIPO	Μοντέλο UNCTAD
Ως δημιουργικοί ορίζονται οι κλάδοι που απαιτούν δημιουργικότητα, δεξιότητες και ταλέντο, με δυνατότητα δημιουργίας πλούτου και θέσεων εργασίας μέσω της εκμετάλλευσης των πνευματικών δικαιωμάτων τους	Οι "υψηλές" ή "σοβαρές" τέχνες βρίσκονται στο πεδίο της δημόσιας παρέμβασης. Έτσι ως δημιουργικά αντιμετωπίζονται εκείνα τα προϊόντα που αφορούν τη "βιομηχανική" παραγωγή, διανομή και κατανάλωση συμβολικών κειμένων ή μηνυμάτων που μεταδίδονται από διάφορα μέσα	Διακρίνει δύο είδη αξίας: της πολιτιστική και την εμπορική. Στον πυρήνα του μοντέλου βρίσκονται οι κεντρικές δημιουργικές τέχνες οι οποίες ήζο, λόγω και εικόνα υψηλής πολιτιστικής αξίας που διαχέεται προς τους εξωτερικούς κύκλους. Στην πορεία αυτής της διάχυσης η πολιτιστική αξία μειώνεται και αυξάνεται η εμπορική	Περιλαμβάνει κλάδους που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στη δημιουργία, παραγωγή, μετάδοση και διανομή προϊόντων πνευματικά δικαιώματα	Διευρύνει την έννοια της δημιουργικότητας περιλαμβάνοντας οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα παράγει συμβολικά προϊόντα εξαρτώμενα από πνευματική ιδιοκτησία και απευθυνόμενα σε ένα ευρύ κοινό 1. Πολιτιστική κληρονομιά 2. Τέχνες 3. Media 4. Λειτουργικές δημιουργίες

Πηγή: UNCTAD (2010), ίδια επεξεργασία

Σύμφωνα με τον Florida οι κεντρικοί παράγοντες επιτυχίας μιας περιοχής συνοψίζονται στα 3T: Talent, Technology, Tolerance. Εδώ συνυπάρχουν ενδογενείς και εξωγενείς παράγοντες, αίτιο και αιτιατό και όχι ένας απλός κατάλογος παραγόντων που προκαλούν την ανάπτυξη. Η δημιουργική τάξη προσελκύει τις επιχειρήσεις έντασης γνώσης. Αυτό που ωστόσο προσελκύει αυτούς τους ανθρώπους είναι οι ανεκτικές, φιλελεύθερες κοινότητες και περιβάλλοντα εργασίας, αλλά και ένας 'μποέμικος' χώρος κατανάλωσης (Pratt, 2008). Σύμφωνα με τον Florida τα τρία "T" είναι απαραίτητα για τη δημιουργία της ανάπτυξης, αλλά αν δεν συνυπάρχουν είναι αδύνατο για έναν τόπο να 'προσελκύσει δημιουργικούς ανθρώπους, να παραγάγει καινοτομία και να προκαλέσει οικονομική μεγέθυνση' (Florida, 2002, p. 249)

Εικόνα 1 Ο μηχανισμός ανάπτυξης του Florida



Πηγή: Ashheim & Hansen (2009)

2. Μέτρηση της "δημιουργικότητας"

Τα ζητήματα μέτρησης της δημιουργικότητας περιλαμβάνουν δύο βασικά αντικείμενα αναφοράς: τη "δημιουργική πόλη" και τη "δημιουργική οικονομία". Για την πρώτη περίπτωση έχει επικρατήσει η χρήση του "δείκτη δημιουργικότητας" (creativity index), του Florida (2002), ο οποίος περιλαμβάνει τέσσερις παραμέτρους: α) το ποσοστό της "δημιουργικής τάξης" επί του συνόλου του εργατικού δυναμικού μίας πόλης, β) την παρουσία επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας, γ) το καινοτομικό δυναμικό, με βάση το δείκτη "ευρεσιτεχνίες/κάτοικο" και δ) το βαθμό ανεκτικότητας, όπως προκύπτει από τον αριθμό των

ομοφυλόφιλων ζευγαριών που μένουν μαζί προς το συνολικό πληθυσμό. Η εφαρμογή του δείκτη αυτού κατατάσσει στην πρώτη θέση τέσσερις πόλεις: Νέα Υόρκη, Λονδίνο, Τόκιο και Παρίσι.

Στη δεύτερη περίπτωση, αυτή της δημιουργικής οικονομίας, οι σχετικοί δείκτες (θα πρέπει να) αποτυπώνουν τον αριθμό των επιχειρήσεων και των εργαζομένων στους δημιουργικούς κλάδους, καθώς και το οικονομικό αποτέλεσμα της δραστηριοποίησής τους (Montgomery, 2005), σε όρους αξίας του παραγόμενου προϊόντος. Έτσι, αναφορικά με την απασχόληση, μία σημαντική διάκριση αναφέρεται σε αυτή μεταξύ των εργαζομένων σε δημιουργικούς κλάδους και σε αυτούς που ασκούν δημιουργικά επαγγέλματα (Markusen et al., 2008, p. 25), η οποία θα μπορούσε να επεκταθεί και για την περίπτωση των επιχειρήσεων.

Είναι, ίσως, φανερό ότι και στις δύο από τις παραπάνω περιπτώσεις δημιουργούνται δύο κρίσιμα ζητήματα: το πρώτο αφορά στο *τί ακριβώς μετράται* και το δεύτερο στο *πώς αυτό μετράται*. Με άλλα λόγια, υπάρχει το πρόβλημα του καθορισμού των στατιστικών στοιχείων που απαιτούνται και του τι αυτά περιλαμβάνουν, αλλά και της διαθεσιμότητά τους ανά χωρικό πεδίο ανάλυσης (Tepper, 2002).

Αρχικά, σε σχέση με τη μέτρηση της δημιουργικής τάξης, ο Florida (2002) εξαρχής κατέταξε σε αυτή τους απόφοιτους ανώτερης και ανώτατης εκπαίδευσης, ανεξάρτητα με το αν αυτοί ασκούν ένα δημιουργικό επάγγελμα, γεγονός που ταυτόχρονα αποκλείει τα άτομα εκείνα που "παράγουν ένα δημιουργικό αποτέλεσμα", χωρίς, όμως, να έχουν ένα τίτλο σπουδών από ανώτατα ιδρύματα. Ταυτόχρονα, τίθεται και το θέμα της απασχόλησης, με την έννοια ότι, προφανώς, δεν αρκεί η παρουσία των ατόμων ανώτερης εκπαίδευσης, αλλά και η απασχόλησή τους. Ένα δεύτερο εμπόδιο στη μέτρηση της απασχόλησης σε δημιουργικούς κλάδους σχετίζεται, όπως αναφέραμε παραπάνω, με τον ορισμό τους. Μία χαρακτηριστική απόπειρα αναφέρεται από τους Markusen κ.ά. (2008) οι οποίοι χρησιμοποιώντας μια σειρά διαφορετικών μεθοδολογιών υπολογισμού των απασχολούμενων στους "πολιτιστικούς κλάδους" κατέληξαν σε σχετικά ποσοστά για την πόλη της Βοστώνης που κυμαίνονταν 1% και 50%, ανάλογα με το ποιος ορισμός υιοθετείται.

Ένα τρίτο σημείο κριτικής αφορά στο "δείκτη ανεκτικότητας", ο οποίος έχει δεχτεί έντονη κριτική (Storper & Scott, 2009), αλλά και η επιλογή 'δείκτη ομοφυλοφίλων', ο οποίος, όπως πολύ εύστοχα παρατηρεί και ο Κουρτέσης (2008, p. 272), μάλλον αντανακλά μία "αμερικανοκεντρική" οπτική για τη μέτρηση του βαθμού ανεκτικότητας.

3. Η περίπτωση της Ελλάδας και της Θεσσαλονίκης

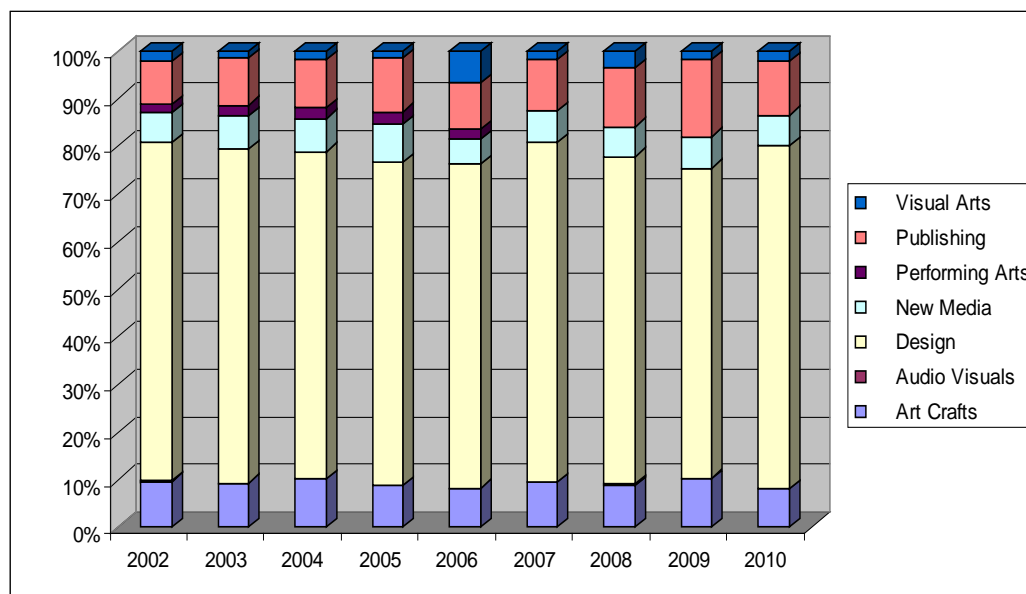
Αναζητώντας κάποιες ενδείξεις για τη μέτρηση της "δημιουργικότητας" στην περίπτωση της Ελλάδας, οι δυσκολίες είναι εξίσου σημαντικές. Συγκεκριμένα, η Στατιστική Ταξινόμηση Επαγγελμάτων (ΣΤΕΠ-92) της ΕΛ.ΣΤΑΤ., που βασίζεται στη Διεθνή Τυποποιημένη

Ταξινόμηση Επαγγελμάτων (ISCO 88) του ILO, είναι οργανωμένη υπό τη μορφή πυραμίδας τεσσάρων επιπέδων. Στην προσπάθεια εντοπισμού δημιουργικών επαγγελμάτων, εντοπίζουμε στη 2^η μονοψήφια κατηγορία τα "*Πρόσωπα που ασκούν επιστημονικά, καλλιτεχνικά επαγγέλματα*", η οποία, για παράδειγμα, περιλαμβάνει ένα πολύ ευρύ φάσμα επαγγελμάτων στα επόμενα επίπεδα, όπως αρχιτέκτονες, λογιστές, εκπαιδευτικούς, νομικούς, βιβλιοθηκονόμους, χορογράφους, κληρικούς κ.ά. Με δεδομένο ότι τα δημοσιευμένα στοιχεία σε επίπεδο Δήμου περιλαμβάνουν τους απασχολούμενους σε μονοψήφιο επίπεδο της ΣΤΕΠ-92, είναι φανερό ότι δε μπορεί να υπάρξει μία ακριβής εκτίμηση για το ύψος της απασχόλησης στους δημιουργικούς τομείς. Επιπλέον, ακόμη και αν τα στοιχεία αυτά ήταν διαθέσιμα μέχρι του τέταρτου επιπέδου, το πρόβλημα θα παρέμενε, δεδομένου ότι π.χ. η κατηγορία 2210 περιλαμβάνει τους "αρχιτέκτονες, πολεοδόμους και συγκοινωνιολόγους" και, άρα, θα έπρεπε να γίνει μία υπόθεση για το ποσοστό αυτών που απασχολούνται σε "δημιουργικά επαγγέλματα" (π.χ. υπάρχει σαφής διαφορά μεταξύ των αρχιτεκτόνων που ασχολούνται με το design και αυτών που απασχολούνται σε δημόσια έργα).

Σε επίπεδο χώρας, και όσον αφορά το μέγεθος της δημιουργικής οικονομίας, τα σχετικά στοιχεία που είναι διαθέσιμα μέσω της UNCTAD δείχνουν ότι η αξία των εξαγωγών προϊόντων του δημιουργικού κλάδου της Ελλάδας αυξήθηκε από \$413 εκ. το 2002 σε \$780 εκ. το 2010. Τα προϊόντα αυτά διακρίνονται μεταξύ 7 βασικών κατηγοριών (art crafts, audio visuals, design, new media, performing arts, publishing και visual arts), που περιλαμβάνουν διάφορες υποκατηγορίες. Εξετάζοντας, τώρα, τη σύνθεση των εξαγωγών αυτών, μπορούμε να δούμε ότι στην περίοδο 2002-2010, περίπου το 70% αφορά σε προϊόντα που κατατάσσονται στην κατηγορία "design" (βλ. Εικόνα 2), εκ των οποίων το 65% περιλαμβάνεται στην κατηγορία "fashion". Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει τσάντες, ζώνες και λοιπά αξεσουάρ (γραβάτες, σάρπες, γάντια, καπέλα), γυαλιά, δερμάτινα είδη κτλ., ενώ δεν περιλαμβάνονται τα ρούχα και τα υποδήματα. Σε κάθε περίπτωση, είναι φανερό πως τμήμα της παραγωγής αυτή δύναται, για παράδειγμα, να αποτελεί την εκτέλεση μίας υπεργολαβίας από μία επιχείρηση του εξωτερικού, ενώ, επιπλέον, δεν είναι σαφής ο "βαθμός δημιουργικότητας" που η εν λόγω παραγωγή ενσωματώνει. Εξάλλου, όπως σημειώνεται και στις σχετικές μεθοδολογικές παρατηρήσεις της UNCTAD,² υπάρχει ένα σαφές πρόβλημα της διάκρισης μεταξύ των προϊόντων που παράγονται μαζικά ή όχι, των χειροποίητων από αυτά που παράγονται αυτοματοποιημένα, καθώς και εκείνων που έχουν διακοσμητική χρήση και όχι λειτουργική. Είναι, επομένως, σαφές πως τα σχετικά μεγέθη αποτελούν εκτιμήσεις και όχι ακριβείς μετρήσεις, και άρα δύναται να μην αποτελούν πάντοτε ρεαλιστικές ενδείξεις για το μέγεθος και το ρόλο της δημιουργικής οικονομίας.

² Βλ. http://unctadstat.unctad.org/UnctadStatMetadata/Documentation/CER2010_StatAnnex.pdf

Εικόνα 2 Ποσοστιαία κατανομή των εξαγωγών των προϊόντων της δημιουργικής οικονομίας της Ελλάδας ανά κατηγορία προϊόντων (2002-2010)*



* τα στοιχεία για την κατηγορία "performing arts" δεν είναι διαθέσιμα για την περίοδο 2007-2010

Πηγή: Επεξεργασία συντάκτη – δεδομένα από: UNCTAD, *Values and shares of creative goods exports, annual, 2002-2010*

4. Συμπεράσματα, κατευθύνσεις της έρευνας

Τα παραπάνω προβλήματα αναφορικά με τη μέτρηση του δημιουργικού κλάδου εγείρουν κάποια σημαντικά ζητήματα σχετικά με την αξιοπιστία των δεικτών που έχουν χρησιμοποιηθεί, ενώ αναδεικνύουν και τη διάσταση της διαθεσιμότητας των δευτερογενών στατιστικών δεδομένων. Ωστόσο, πέρα από την αναμφίβολη ανάγκη καλύτερης μέτρησης της δημιουργικότητας, ίσως ακόμη σημαντικότερη είναι η *συστηματική απόπειρα καταγραφής και κατανόησης της δομής της δημιουργικής οικονομίας, μέσω του εντοπισμού των βασικών δρώντων, τη μελέτη των σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ τους και της διασύνδεσης της δημιουργικής οικονομίας με τους άλλους οικονομικούς κλάδους της πόλης.*

5. Βιβλιογραφία

Asheim, B. & Hansen, H. K. (2009). Knowledge Bases, Talents, and Contexts: On the Usefulness of the Creative Class Approach in Sweden. *Economic Geography*, 85(4), 425–442. Retrieved April 6, 2012,

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

- Florida, R. L. (2003). Cities and the Creative Class. *City & Community*, 2(1), 3–19.
- Glaeser, E. L. (1998). Are Cities Dying? *The Journal of Economic Perspectives*, 12(2), 139–160. Retrieved May 2, 2012,
- KEA, European Affairs. (2006). *The Economy of Culture in Europe*. Brussels: study prepared for the European Commission (Directorate General for Education and Culture).
- Lucas, R. E. (1988). On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 3–42.
- Markusen, A., Wassall, G. H., DeNatale, D. & Cohen, R. (2008). Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches. *Economic Development Quarterly*, 22(1), 24–45.
- Montgomery, J. (2005). Beware “the Creative Class”.creativity and Wealth Creation Revisited. *Local Economy*, 20(4), 337–343.
- Mumford, M. D. (2003). Where Have We Been, Where Are We Going? Taking Stock in Creativity Research. *Creativity Research Journal*, 15(2-3), 107–120. Retrieved May 17, 2012,
- Pratt, A. C. (2008). Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2), 107–117.
- Simon, C. J. (1998). Human Capital and Metropolitan Employment Growth. *Journal of Urban Economics*, 43(2), 223–243. Retrieved May 3, 2012,
- Storper, M. & Scott, A. J. (2009). Rethinking Human Capital, Creativity and Urban Growth. *Journal of Economic Geography*, 9(2), 147–167.
- Tepper, S. J. (2002). Creative Assets and the Changing Economy. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 32(2), 159–168.
- UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010*. Paris. Retrieved February 6, 2012, from http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf
- Κουρτέσης, Αρτέμης. (2008). Δημιουργικές Πόλεις Και Θεσσαλονίκη: Μία Αρχική Θεώρηση, in: Καυκαλάς, Γρηγόρης, Λαμπριανίδης, Λότης, and Παπαμίχος, Νίκος (Eds.), *Η Θεσσαλονίκη στο Μεταίχμιο: Η Πόλη ως Διαδικασία Αλλαγών*. Αθήνα: Κριτική.