

◆ *Original Research Article*

Location and Migration Decisions of the Creative Class: A Case Study of Tehran Metropolis in Iran

Bagher Fotuhi-Mehrabani¹, Keramatollah Ziari^{2*}, Ahmad Pourahmad³,
Saeid Zangane-Shahraki⁴

Abstract

The migration of creative and highly skilled people has received less attention, especially at the national level, compared to all types of migration. The purpose of this research is to explain the factors that influence the location and migration decisions of creative and highly skilled human capital in the metropolises of Iran, with a focus on the metropolis of Tehran. It also aims to understand and explain the mechanism by which Tehran attracts the country's creative class. This research was carried out using the method of content analysis, and the required data and information were collected from 19 participants using the interview technique. Based on the findings, in Iran and especially in the Tehran metropolis, nine variables have the greatest impact on the location and migration decisions of creative and highly skilled human capital. They are Tolerance and Diversity, Facilities, Advantages and Distinctions, Economic and Professional Life, Culture and Lifestyle, Feeling Progressed, Personal and Family, International Atmosphere, and Obstacles and Disadvantages. Since Tehran has the upper hand in these variables, it directs the flow of the country's creative class to itself; thus, 52% of the creative class of the metropolises is concentrated in Tehran. Moving towards decentralization policies, especially from the metropolis of Tehran and balanced regional development in the country, can provide the basis for brain circulation in the country and, consequently, a relatively balanced distribution of the creative class.

Keywords: Creative class, Spatial and migration decisions, Creative and highly skilled human capital, Tehran metropolis, Qualitative method.

Received: 2023-07-02

Accepted: 2023-09-02

1 . PhD Candidate in Geography, University of Tehran. , Tehran, Iran; fotuhi.b@ut.ac.ir

2* . Professor, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran(Corresponding Author);
zayyari@ut.ac.ir

3 . Professor, Faculty of Geography, University of Tehran. , Tehran, Iran; apoura@ut.ac.ir

4 . Associate Professor, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran; saeid.zanganeh@ut.ac.ir

E-ISSN: 2981-1066 / © Population Association of Iran. This is an open access article under the CC BY 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

DOI: <https://doi.org/10.22034/jpai.2023.2005721.1298>

Introduction

Less attention has been paid to explaining the factors that influence the location and immigration decisions of the creative class in the country, and the few studies that have been carried out have tended to look at the issue through the lens of a quantitative discourse. The use of two epistemological ideas, proof and interpretation, and the comparison and combination of results from the perspective of these two different ideas in the methodology of the human sciences, can provide us with a clear understanding of the phenomenon and problem under investigation. Therefore, in addition to quantitative research, research with qualitative discourse and in-depth interviews with members of the creative class should enter into the problem and understand the spatial preferences and internal migrations of creative capital based on this method.

Data and Method

To gain a deeper and better understanding of the factors influencing the location and migration decisions of creative capital, this research uses a qualitative method based on subjective data obtained through direct interviews with members of the creative class. In this section, the unit of analysis is members of the creative capital of the metropolis of Tehran. The reason for choosing the Tehran metropolis is that 23.5% of its employees are members of the creative class and 52% of the creative class of metropolises are located in the Tehran metropolis. This question indicates that the flow of creative capital at the national level is towards the Tehran metropolis. The method of collecting subjective data in this part of the research was based on direct interviews using open-ended questions. Before conducting the direct interviews, the conditions of the reviewed codes were checked and verified. These conditions included belonging to the creative class and immigrating to the metropolis of Tehran.

In this research, the selection of participants was done through purposive sampling to the point of data saturation. The aim here is not to have equal chances in the selection of community members but rather to select people with specific characteristics. In this respect, 19 people who were identified as belonging to the creative class (creative and highly skilled human capital) were selected as a sample.

Findings

In this section, the factors that influence the spatial decisions of the creative class are presented using qualitative discourse and subjective data obtained from members of the creative class. The qualitative method involves going to creative and skilled people and using the mental data obtained as a basis for analysis.

From the analysis of the codes studied, 433 initial codes were extracted. The initial classification of the codes started from the first interviews and dense codes, subclasses, and primary classes were formed. The codes from each interview were compared with each other and with other previous codes and then classified based on similarities, differences, and distinctions. The classes were reviewed and compared several times by the researcher.

This continuous comparison during the analysis process led to the development of classes and the placement of codes in the appropriate class. As data collection and analysis continued, some classes were merged and newer classes were created as new codes were extracted.

In total, 433 primary codes were generated from interviews with people working in creative and highly skilled occupations, which were categorized into 19 sub-classes and 9 central codes or main themes. This means that the analysis of the content of the results produced 9 core codes that showed that these 9 variables have the most significant impact on the choice location and migration preferences of the creative and highly skilled human capital of Iran and especially of Tehran. Those 9 variables, in order of importance, are Tolerance and Diversity, Facilities, Advantages and Distinctions, Economic and Job Opportunities, Role of University and Scientific Community, Culture and Way of Life, Feeling and Possibility of Advancement, Personal and Family, International Atmosphere, Barriers and Disadvantages.

Conclusion

Overall, the explanation of the effective factors on the location and migration decisions of the creative and highly skilled class in the Iranian megacities showed that the megacity of Tehran, with its tolerance and diversity, with its amenities and servicing role of the city, with its artistic and creative atmosphere with the concentration of artists, and with the provision of economic and employment possibilities, and with the concentration of top and prestigious universities and higher education and research centers, and with the concentration of talents such as students with higher education, who to some extent are the future creative capital; Along with the concentration of top and prestigious universities and higher education and research centers and the concentration of talents such as students with higher education who are to some extent the future creative capital; and by providing a desirable culture and lifestyle of the creative capital; by inducing feelings and the possibility of progress; And having an international atmosphere, along with removing the shortcomings and obstacles (economic, cultural, managerial, etc.) compared to

other parts of the country.) compared to other parts of the country, can be attractive to creative capital. It can influence their decisions about where to work and where to live in a city. But this does not mean that Tehran's work is finished and that it does not need to improve its position. At the national level, the flow of the creative class is to Tehran, but at the international level, Tehran is losing its creative capital, which shows that Tehran's advantage in terms of creative city indicators and factors affecting the attraction of the creative class is relative, and at the international level, compared to other world cities, it has basic shortcomings.

References

- Batabyal, A. A., Kourtit, K., & Nijkamp, P. (2019). Using local public goods to attract and retain the creative class: A tale of two cities. *Regional Science Policy & Practice*, 11(3), 571-581. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12214>
- Batabyal, A.A., Yoo, S.J. (2022). When Is Competition Between Cities for Members of the Creative Class Efficient?. In: Kawano, M., Kourtit, K., Nijkamp, P., Higano, Y. (eds) *Theory and History in Regional Perspective. New Frontiers in Regional Science: Asian Perspectives*, vol 56. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-6695-7_2
- Boschma, R. A., & Fritsch, M. (2009). Creative class and regional growth: Empirical evidence from seven European countries. *Economic Geography*, 85(4), 391-423. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2009.01048.x>
- Buettner, T., & Janeba, E. (2016). City competition for the creative class. *Journal of Cultural Economics*, 40(4), 413-451. <https://doi.org/10.1007/s10824-015-9258-1>
- Castles, S. (2012). Understanding the relationship between methodology and methods. In C. Vargas-Silva (Ed.), *Handbook of research methods in migration* (pp. 7-25). Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781781005231.00007>
- Clark, T. N., Lloyd, R., Wong, K. K., & Jain, P. (2002). Amenities drive urban growth. *Journal of Urban Affairs*, 24(5), 493-515. <https://doi.org/10.1111/1467-9906.00134>
- Florida, R (2019). *The Rise of the Creative Class--Revisited*. (Translated to Farsi by H, Hataminejad; M, Hajian & B, Fotuhi-Mehrabani) [2021]. Tehran: University of Tehran Press. [Persian]
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class. And How it's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. Routledge.
- Florida, R. (2014). The Creative Class and Economic Development. *Economic Development Quarterly*, 28(3), 196-205. <https://doi.org/10.1177/0891242414541693>

- Florida, R., Mellander, C., & Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional development-human capital, the creative class and tolerance. *Journal of Economic Geography*, 8(5), 615–649. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbn023>
- Fotouhi-Mehrabani, B., & Rajaei, S. A. (2018). Analysis of Spatial and Locational Patterns of Creative Class in Iranian Provinces. *Strategic Studies Quarterly*, 21(81), 7-32. [Persian] <https://dorl.net/dor/20.1001.1.17350727.1397.21.81.1.2>
- Fotouhi-Mehrabani, B., Zangeneh-Shahraki, S., Hosseini, S.A., Ahmadifard, N., Hosseini, S.M., & Yari-Hesar A. (2022), How Creative is Tehran? An International and National Benchmarking Analysis. *Social Indicators Research*, 162, 33–69. <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02814-4>
- Fotouhi-Mehrabani, B (2023). Explaining the Creative Urban Ecosystem Pattern in Metropolises of Iran, PhD Dissertation in Geography and Urban Planning, University of Tehran: Faculty of Geography. [Persian].
- Fotouhi-Mehrabani, B., Ziari, K., Pourahmad, A., & Zangane Shahraki, S. (2022). Explaining the Spatial Distribution of Creative Capital as a Driver of Economic Growth in Iranian Metropolises. *Urban Economics and Planning*, 3(3), 37-51. [Persian]. <https://doi.org/10.22034/uep.2022.344994.1241>
- Glaeser, E. L., Kolko, J., & Saiz, A. (2001). Consumer city. *Journal of Economic Geography*, 1(1), 27–50. <https://doi.org/10.1093/jeg/1.1.27>
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105–112. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2003.10.001>
- Hickey, G., & Kipping, C. (1996). A multi-stage approach to the coding of data from open-ended questions, *Nurse Researcher*, 4(1), 81–91. <https://doi.org/10.7748/nr.4.1.81.s9>
- ILO (2012), *International Standard Classification of Occupation: ISCO-08*/ International Labour Office: Geneva. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_172572.pdf
- Kvashnin, Y.D. (2022) European Urban Strategies for Attracting Highly Skilled Migrants. *Herald of the Russian Academy of Sciences*, 92(2), S113-8. <https://doi.org/10.1134/S1019331622080068>
- Marlet, G. A., & Van Woerkens, C. (2004). Skills and Creativity in a Cross-section of Dutch Cities. Discussion Paper Series/Tjalling C. Koopmans Research Institute (Vol. 4). UU USE Tjalling C. Koopmans Research Institute.
- Mohammadpour, A. (2000). *Anti-Method: Philosophical Contexts and Practical Procedures in Qualitative Methodology*. Qom: Logos. second edition. [Persian].

- Nazari, F., Jafari Mehrābādi, M., & Dāvoudi, M. (2022). Residential Preferences of the Creative Class of Rasht and the Factors Influencing It. *Geographical Studies of Coastal Areas Journal*, 3(3), 51-63. [Persian]. <https://doi.org/10.22124/gscj.2022.20759.1115>
- Potter, W. J., & Levine-Donnerstein, D. (1999). Rethinking validity and reliability in content analysis. *Journal of Applied Communication Research*, 27(3), 258–284. <https://doi.org/10.1080/00909889909365539>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. (Translated to Farsi by Gorban Abbasi) [2021]. Tehran: Masaleh Publication. [Persian].
- Saeidi, M., & Nedae Tousi, S. (2021). Spatial preferences of the creative class as driving forces to development in metropolitan Areas; Case study of Tehran metropolis. *Journal of Urban Social Geography*, 8(1), 193-220. [Persian]. <https://doi.org/10.22103/IUSG.2021.2039>
- Shapiro, J. M. (2006). Smart cities: Quality of life, productivity, and the growth effects of human capital. *The Review of Economics and Statistics*, 88(2), 324–335. <https://doi.org/10.1162/rest.88.2.324>
- Tanhaa, F., Rabiei-Dastjerdi, H. R., & Mahmoudian, H. (2023). The Impact of Internal Migration on the Sex Ratio of Iranian Counties in the 2011 to 2016 Period; Application of Geographically Weighted Regression. *Journal of Population Association of Iran*, 17(34), 207-240. [Persian]. <https://doi.org/10.22034/jpai.2023.1989119.1269>
- Vossen, D., Sternberg, R., & Alfken, C. (2019). Internal migration of the ‘creative class’ in Germany. *Regional Studies*, 53(10), 1359–1370. <https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1566699>

Citation:

Fotuhi-Mehrabani, B., Ziari, K., Pourahmad, A., & Zangane-Shahraki, S. (2023), Location and Migration Decisions of the Creative Class: A Case Study of Tehran Metropolis in Iran, *Journal of Population Association of Iran*, 18(35), 467-503. <https://doi.org/10.22034/jpai.2023.2005721.1298>

ارجاع:

فتوحی‌مهربانی، باقر، زیاری، کرامت‌اله، پوراحمد، احمد، و زنگنه‌شهرکی، سعید (۱۴۰۲). فهم عوامل زمینه‌ساز تصمیمات مکانی و مهاجرتی طبقه خلاق به کلانشهر تهران، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، ۱۸(۳۵)، ۴۶۷-۵۰۳. <https://doi.org/10.22034/jpai.2023.2005721.1298>

فهم عوامل زمینه‌ساز تصمیمات مکانی و مهاجرتی طبقه خلاق به کلانشهر تهران

باقر فتوحی مهربانی^۱، کرامت‌اله زیاری^{۲*}، احمد پوراحمد^۳، سعید زنگنه‌شهرکی^۴

چکیده

در مقایسه با انواع گونه‌های مهاجرت، مهاجرت افراد خلاق و بامهارت بالا به‌ویژه در داخل کشور کمتر مورد توجه قرار گرفته است. هدف این پژوهش تبیین دلایل تصمیمات مکانی و مهاجرتی سرمایه انسانی خلاق و بامهارت بالا به کلانشهر تهران است؛ تا سازوکاری که تهران از طریق آن طبقه خلاق کشور را به خود جذب می‌کند را فهم و درک نماید. این پژوهش از دریچه نگاه گفتمان تفسیری و روش کیفی به مسئله پژوهش نگاه می‌کند و از تحلیل محتوا کیفی برای تحلیل داده‌ها استفاده می‌کند. داده‌ها، با تکنیک مصاحبه از بین ۱۹ مشارکت‌کننده گردآوری شده است. براساس یافته‌ها، ۹ متغیر بیشترین تأثیر را در تصمیمات مکانی و مهاجرتی سرمایه انسانی خلاق و بامهارت بالا در ایران و به‌ویژه کلانشهر تهران دارند که به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: مدارا و تنوع؛ امکانات، مزیت‌ها و تمایزات؛ فرصت‌های اقتصادی و شغلی؛ نقش دانشگاه و محیط علمی؛ فرهنگ و سبک زندگی؛ احساس و امکان پیشرفت؛ عوامل شخصی و خانوادگی؛ داشتن جو بین‌المللی؛ موانع و معایب. تهران با داشتن دست بالا در این متغیرها، جریان طبقه خلاق کشور را به سمت خود روانه می‌کند. حرکت به سمت سیاست‌های تمرکززدایانه به‌ویژه از کلانشهر تهران و توسعه متوازن منطقه‌ای در کشور می‌تواند زمینه چرخش نخبان در کشور و به تبع توزیع نسبتاً متوازن طبقه خلاق را فراهم آورد.

واژگان کلیدی: طبقه خلاق، تصمیمات مکانی و مهاجرتی، سرمایه انسانی خلاق و بامهارت بالا، کلانشهر تهران، روش کیفی

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۱۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۱

۱. دانشجوی دکترا، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران؛ fotuhi.b@ut.ac.ir
۲. استاد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)؛ zayyari@ut.ac.ir
۳. استاد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران؛ apoura@ut.ac.ir
۴. دانشیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران؛ saeed.zanganeh@ut.ac.ir

DOI: <https://doi.org/10.22034/jpai.2023.2005721.1298>

مقدمه و طرح مسئله

یکی از جدیدترین نظریات و رویکردها در زمینه توسعه شهری- منطقه‌ای، نظریه طبقه خلاق است که به نقش سرمایه انسانی خلاق و بامهارت بالا در رشد و توسعه اقتصادی شهرها، مناطق و کشورها اشاره دارد (Boschma & Fritsch, 2009; Florida, 2014; Florida, Mellander, & Stolarick, 2008; Marlet & Van Woerken, 2004). باین وجود که طبقه خلاق تاثیر مثبتی بر عملکرد اقتصادی و تکنولوژیک شهری و منطقه‌ای دارد؛ ولی الگوهای مکانی و مهاجرتی خاصی دارد و شهرها و مناطق خاصی را برای کار و زندگی انتخاب می‌کند. شهرهای و مناطقی که بتوانند محیطی مطلوب و موردنظر سرمایه خلاق را پیاده کنند در گذر به سمت اقتصاد خلاق، تحقق زیست بوم خلاقیت و نوآوری و رقابت‌پذیری بالا موفق عمل خواهند کرد و جریان‌های جمعیتی و مهاجرتی سرمایه خلاق را به سمت خود هدایت خواهند نمود. بررسی‌های اولیه در زمینه الگوهای جمعیتی و مهاجرتی سرمایه خلاق نشان می‌دهد سرمایه خلاق در بستر کشور ایران پدیده‌ای کلان‌شهری است و کلان‌شهرها با وجود این‌که حدوداً ۲۶ درصد جمعیت کشور ایران و ۲۶ درصد کل شاغلان کشور را در خود جای داده‌اند، ۴۲ درصد کل طبقه خلاق و بامهارت بالای کشور را در دارا هستند. باین وجود توزیع سرمایه خلاق در کلان‌شهرها نیز به صورت متوازن نبوده است و سرمایه انسانی خلاق، کار و زندگی در برخی کلان‌شهرها را به برخی دیگر ترجیح می‌دهد (فتوحی‌مهربانی و همکاران، ۱۴۰۱)؛ به طوری که کلان‌شهر تهران در بین ۸ کلان‌شهر بالای یک میلیون نفر کشور به‌تنهایی بیش از ۵۲ درصد سرمایه خلاق کلان‌شهرها را تشکیل می‌دهد (فتوحی‌مهربانی، ۱۴۰۱: ۱۳۹) و این بیانگر آن است که جریان جمعیتی و مهاجرتی سرمایه خلاق به سمت کلان‌شهر تهران است.

تبیین عوامل مؤثر بر تصمیمات مکانی و مهاجرتی طبقه خلاق در درون کشور کمتر مورد توجه قرار گرفته است و اندک تحقیقات انجام شده نیز بیشتر از دریچه نگاه گفتمان کمی به موضوع نگاه کرده‌اند. به‌کارگیری دو انگاره معرفت‌شناختی اثباتی و تفسیری و مقایسه و ترکیب یافته‌های حاصل از دریچه نگاه این دو انگاره متفاوت در روش‌شناسی علوم‌انسانی

می‌تواند درک روشنی از پدیده و مسئله مورد بررسی به ما ارائه دهد. به این ترتیب علاوه بر پژوهش‌های کمی لازم پژوهش‌هایی با گفتمان کیفی و مصاحبه عمیق با اعضای طبقه خلاق به مسئله ورود کنند و ترجیحات مکانی و مهاجرت‌های داخلی سرمایه خلاق را براساس این روش درک کنند. همان گونه که کاسلز^۱ (۲۰۱۲: ۸-۱۰) استدلال می‌کند که نیازی اساسی به روش‌های کیفی در مطالعات مهاجرت به‌ویژه در کشورهای جهان سوم و در حال توسعه وجود دارد و این به درک تجربیات زیسته مهاجرتی خاص کمک می‌کند. در همین راستا این تحقیق این موضوع را مورد توجه قرار می‌دهد و بر آن است تا دلایل مهاجرت سرمایه خلاق به کلانشهر تهران را به صورت عمیق با استفاده از روش‌های کیفی درک نماید تا سازوکاری که تهران از طریق آن سرمایه خلاق کشور را به خود جذب می‌کند را فهم و تبیین نماید.

ادبیات نظری و تجربی تحقیق

در نقد و توسعه بحث سرمایه انسانی، ریچارد فلوریدا^۲ (۲۰۰۵) بحث طبقه خلاق را مطرح می‌کند. فلوریدا معتقد است شاخص در نظر گرفته شده برای سرمایه انسانی که بیشتر با تحصیلات و شاخص شاغلان با تحصیلات عالی سنجیده می‌شود، کارایی لازم را ندارد. فلوریدا بیان می‌کند اگر در تعریف طبقه خلاق صرفاً به سال‌های آموزش و تحصیل توجه کنیم، تعداد زیادی از افرادی را که کارهای بسیار خلاقانه انجام داده‌اند را نادیده می‌گیریم، از جمله این افراد کارآفرینان جهانی مانند استیو جابز و بیل گیتس، هنرمندان و سایر افرادی هستند که مدارک عالی دانشگاهی نداشته‌اند (فلوریدا، ۲۰۱۹). در همین راستا تعریف فلوریدا از طبقه خلاق "افرادی که از طریق خلاقیت‌شان ارزش افزوده اقتصادی به وجود می‌آورند"، کاملاً ورای شاخص‌های سنتی در نظر گرفته شده برای سرمایه انسانی است (Florida, 2005). تحقیقات فلوریدا نشان می‌دهد سرمایه خلاق به‌عنوان موتور محرکه‌ای رشد شهری - منطقه‌ای توانایی زیادی در توضیح رشد

1. Castles
2. Florida

اقتصاد شهری-منطقه‌ای دارد. فلوریدا بیان می‌کند همچنان که تحقیقات نشان می‌دهد سرمایه خلاق باعث رشد اقتصادی می‌شود، همچنین تحقیقات نشان می‌دهد سطوح سرمایه انسانی خلاق در مکان‌های مختلف متفاوت و ناهمگون است و این باعث شکل‌گیری سؤال دوم فلوریدا می‌شود. چه عواملی توزیع جغرافیایی سرمایه خلاق را شکل می‌دهند؟

فلوریدا (۲۰۰۲ و ۲۰۰۵) یک مدل نظری را شرح و بسط می‌دهد که در آن حضور سرمایه خلاق در هر مکانی منجر به خلاقیت محلی می‌شود و بعدازآن به‌طور مثبتی رشد اقتصاد منطقه‌ای را در قالب سطوح بالای خلاقیت و بخش‌های به‌شدت تکنولوژیک تحت تأثیر قرار می‌دهد. ریچارد فلوریدا نظریه طبقه خلاق را به این صورت بسط می‌دهد که سرمایه خلاق (طبقه خلاق) محرز می‌سازد که افراد خلاق و نوآور نیروی عمده در رشد اقتصاد شهری- منطقه‌ای هستند. از این چشم‌انداز، رشد اقتصادی در مکان‌های دارای سرمایه خلاق بیشتر، روی خواهد داد.

فلوریدا بیان می‌کند همچنان که تحقیقات نشان می‌دهد استعداد (سرمایه انسانی و سرمایه خلاق) باعث رشد اقتصادی می‌شود، همچنین تحقیقات نشان می‌دهد سطوح سرمایه انسانی در مکان‌های مختلف متفاوت و ناهمگون است و این سؤال دوم اصلی فلوریدا را شکل می‌دهد. دقیقاً چه عواملی در وهله اول توزیع جغرافیایی استعداد را شکل می‌دهند؟ در این زمینه سه نظریه رقیب مختلف ارائه شده است. اولی استدلال می‌کند که دانشگاه‌ها نقش کلیدی در ایجاد مزیت‌های اولیه در سرمایه انسانی ایفا می‌کنند که در طول زمان انباشته شده و خود تقویت می‌شود (Glaeser et al., 2001). دومی استدلال می‌کند که امکانات رفاهی در جذب و حفظ خانواده‌های دارای تحصیلات عالی و مهارت بالا نقش دارند (Glaeser et al., 2001; Clark, 2002; Shapiro, 2006). نظریه سوم استدلال می‌کند که مدارا و گشودگی در برابر تنوع مهم است (Florida, 2002). فلوریدا بیان می‌کند این سه رویکرد در تقابل با یکدیگر نیستند و به‌احتمال زیاد این عوامل نقش مکمل در توزیع جغرافیایی استعدادها و توسعه منطقه‌ای دارند.

به دنبال فلوریدا، طیف وسیعی از تحقیقات انجام شده در ادبیات به اهمیت روزافزون ویژگی‌های مکان محور در تمرکز و توزیع متفاوت سرمایه انسانی خلاق و بامهارت بالا اشاره می‌کنند. ووسن^۱ و همکاران (۲۰۱۹) علاوه بر تایید نقش عوامل نرم همچون مدرنا و گشودگی به نقش عوامل سخت در مهاجرت طبقه خلاق اشاره می‌کنند. در تحقیقات اخیر در مورد طبقه خلاق و عوامل مؤثر بر مهاجرت و جابه‌جایی‌های مکانی او نیز بیتنر و جانبیا^۲ (۲۰۱۶) و باتابایل^۳ و همکاران (۲۰۱۹) اشاره می‌کنند که شهرها می‌توانند از کالاهای عمومی محلی مانند امکانات فرهنگی، مدارس باکیفیت و حمل‌ونقل عمومی برای اجرای مؤثر عملکرد "جذب" طبقه خلاق استفاده کنند. بعلاوه باتابایل و یو^۴ (۲۰۲۲) یک مدل بهینه ارائه کالاها و خدمات عمومی محلی برای حفظ و جذب طبقه خلاق ارائه می‌دهند. در جدیدترین تحقیقات صورت‌گرفته در این زمینه نیز کواشنین^۵ (۲۰۲۲) به نقش افراد خلاق و بامهارت بالا در رشد اقتصادی اشاره می‌کند. او اشاره می‌کند مدیریت شهری می‌تواند با ایجاد یک محیط شهری راحت، سیاست‌های مسکن، افزایش دسترسی به حمل‌ونقل، تسهیل اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های محلی، حمایت از بازگشت نخبگان مهاجرت کرده و سایر اقدامات و سیاست‌های نرم در راستای جذب افراد بامهارت بالا و طبقه خلاق اقدام کند.

متناسب با ادبیات جهانی، تبیین عوامل مؤثر بر تصمیمات مکانی و الگوهای مهاجرتی سرمایه انسانی خلاق و بامهارت بالا در تحقیقات داخلی نیز مورد توجه بوده است. سعیدی و طوسی (۱۴۰۰) به تبیین رابطه میان طبقه خلاق به‌مثابه پیشران و رشد و توسعه فضایی به‌مثابه دستاورد و نیز شناسایی ترجیحات فضایی متنوع طبقات خلاق کلان‌شهر تهران پرداخته‌اند. همچنین داودی، نظری و جعفری‌مهرآبادی (۱۴۰۱) نیز به ترجیحات سکونتی طبقه خلاق شهر

-
1. Vossen
 2. Buettner & Janeba
 3. Batabyal
 4. Batabyal & Yoo
 5. Kvashnin

رشت و عوامل مؤثر بر آن می‌پردازند. فتوحی‌مهربانی و رجایی (۱۳۹۷) به این نتیجه می‌رسند که طبقه خلاق در ایران از الگوی ناهمگون و متمرکز شده در برخی نقاط پیروی می‌کند، به طوری که متمرکزترین خوشه طبقه خلاق در پایتخت و اطراف آن قرار دارد. فتوحی‌مهربانی و همکاران (۱۴۰۱) نیز با توجه به ادبیات نظری و طبقه‌بندی سازمان بین‌المللی کار^۱، مدیران و قانون‌گذاران، و متخصصان (شامل ۱۰۳ رده شغلی براساس آمار مرکز آمار ایران) را به‌عنوان طبقه خلاق در نظر می‌گیرند. این مشاغل نسبت به سایر مشاغل دارای بالاترین سطح خلاقیت و نوآوری هستند و در رده مهارتی ۴ قرار می‌گیرد. در تعریف سازمان بین‌المللی کار سطح مهارتی ۴ این‌طور آمده: مشاغل با سطح مهارت ۴، به‌طور ویژه مستلزم انجام وظایفی است که نیاز به حل مسائل پیچیده، خلاقیت و تصمیم‌گیری براساس پیشینه قابل‌ملاحظه‌ای از دانش نظری و عملی در حوزه‌های تخصصی دارد (ILO, 2012: 14). آنها در این تحقیق به این نتیجه می‌رسند که کلان‌شهرهای ایران با اینکه سهمی ۲۶ درصدی از جمعیت و شاغلان کشور دارند، ۴۶ درصد سرمایه خلاق کشور را در خود جای‌داده‌اند. تنها و همکاران (۱۴۰۱) نیز معتقدند اعمال سیاست‌هایی در جهت کاهش نابرابری‌های توسعه‌ای در حوزه اقتصادی و آموزش عالی می‌تواند منجر به کاهش مهاجرت‌های داخلی شود.

به‌طورکلی می‌توان این‌گونه جمع‌بندی نمود که قرن بیست‌ویکم، قرن شهرها، ایده‌ها و خلاقیت‌هاست و خلاقیت انسان و استعداد او یکی از محرک‌های اصلی توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تلقی می‌شود. اما مسئله اینجاست که سرمایه انسانی خلاق و با مهارت بالا مکان‌های خاصی را برای کار و زندگی انتخاب می‌کند و توزیع آن در همه جا به صورت یکسان نیست. پس شهرها و مکان‌هایی که در پرورش، حفظ و جذب سرمایه انسانی خلاق و با مهارت بالا مطلوب عمل نمایند، توسعه‌یافته‌تر و شکوفاتر می‌شوند و بالعکس شهرها و مکان‌هایی که از سرمایه خلاق کمتری برخوردار باشند، در رقابت‌پذیری آتی شهرها حرفی برای گفتن نخواهند

داشت و افول خواهند نمود. در همین راستا، یافته‌های علمی نشان می‌دهد جریان طبقه خلاق در کشور به سمت کلانشهرها به‌ویژه کلانشهر تهران است. بررسی و فهم سازوکاری که تصمیمات مکانی و مهاجرتی سرمایه انسانی خلاق و بامهارت بالا در داخل کشور را نشان می‌دهد چندان مستند نیست و تحقیقاتی که در این زمینه وجود دارد صرفاً از دریچه نگاه روش‌شناسی کمی به موضوع نگاه کرده‌اند و این نمی‌تواند درک روشنی از مسئله مورد بررسی ارائه دهد. از همین رو فهم عوامل زمینه‌ساز تصمیمات مکانی و مهاجرتی طبقه خلاق به کلانشهر تهران مهم‌ترین هدف این پژوهش است.

روش و داده‌های تحقیق

این پژوهش از دریچه نگاه گفتمان تفسیری به مسئله پژوهش نگاه می‌کند و برای دستیابی به درکی عمیق و بهتر از عوامل مؤثر بر تصمیمات مکانی و مهاجرتی سرمایه خلاق، روش کیفی براساس داده‌های ذهنی به‌دست‌آمده از طریق مصاحبه مستقیم با اعضای طبقه خلاق بکار گرفته می‌شود. برای تحلیل داده‌ها، روش تحلیل محتوای کیفی بکار گرفته شد و در این راستا از روش ۸ مرحله‌ای گرانهایم و لوندمن^۱ (۲۰۰۴) برای تحلیل محتوا بهره گرفته شد. برای انجام این فرآیند نیز از نرم افزار *MAXQDA* استفاده شد. واحد تحلیل را اعضای سرمایه خلاق کلانشهر تهران تشکیل می‌دهد. دلیل انتخاب کلانشهر تهران این موضوع است که کلانشهر تهران، ۲۳/۵ درصد از شاغلینش را اعضای طبقه خلاق تشکیل می‌دهد و ۵۲ درصد طبقه خلاق کلانشهرها در کلانشهر تهران قرار دارد (فتوحی‌مهربانی، ۱۴۰۱). شیوه گردآوری داده‌های ذهنی در این بخش از تحقیق براساس، مصاحبه مستقیم با استفاده از سؤال‌های باز بود. قبل از اجرای مصاحبه‌های مستقیم شرایط کدهای مورد بررسی، بررسی و احراز می‌گردید. این شرایط عبارت بود از جز اعضای طبقه خلاق بودن و مهاجرت به کلانشهر تهران. سوال اولیه و اساسی که از این افراد پرسیده شد این بود که چرا آنها تهران را برای کار و زندگی ترجیح می‌دهند و چه

عواملی در تصمیمات و ترجیحات مکانی آنها به عنوان طبقه خلاق در حرکت به سمت تهران موثر است؟

در این پژوهش انتخاب مشارکت‌کنندگان به صورت نمونه‌گیری به روش هدف‌مند تا سطح اشباع داده‌ها انجام شد. در اینجا هدف شانس برابر برای انتخاب شدن افراد جامعه نیست؛ بلکه هدف آن است تا افرادی دارای مشخصات ویژه انتخاب شوند. در همین راستا ۱۹ نفر که به عنوان طبقه خلاق (سرمایه انسانی خلاق و با مهارت بالا) شناسایی شدند، به عنوان نمونه انتخاب شدند (جدول ۱). با به دست آمدن داده‌های ذهنی در کد ۱۹ ام به فرایند پژوهش خاتمه داده شد. دلیل این موضوع رسیدن به اشباع نظری بود، به طوری که در کد ۱۳، ساختاری از کدهای محوری به دست آمد که تحلیل محتوای کدهای بعدی با اینکه کدهای باز جدیدی افزود؛ ولی کد محوری جدیدی به ساختار شکل گرفته نیفزود و کدهای باز به دست آمده از نقرات جدید در درون کدهای محوری شکل گرفته جای گرفت. همچنین با توجه به استفاده از تحلیل محتوای جهت‌دار در این بخش، مورد دیگری که بر اشباع نظری داده و کدهای مورد بررسی صحنه گذاشت این بود که نه تنها متغیرهای موجود در ادبیات نظری در کدهای محوری به دست آمده شکل گرفت، بلکه ۶ کد محوری دیگر نیز به این ساختار اضافه گردید.

فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت هم‌زمان و مستمر با جمع‌آوری داده‌ها و بر مبنای روش ۸ مرحله‌ای گرانهایم و لوندمن (۲۰۰۴) انجام گردید: ۱) آماده کردن داده‌ها: در این مرحله داده‌ها به فرمت متنی تبدیل می‌گردد. ۲) تصمیم‌گیری در خصوص واحد تحلیل ۳) کدگذاری و طبقه‌بندی ۴) آزمون کدگذاری در نمونه‌ای از متن ۵) کدگذاری تمام متن ۶) بررسی ثبات کدگذاری‌ها ۷) نتیجه‌گیری از داده‌های کدگذاری شده و کدگذاری محوری ۸) گزارش داده‌ها و یافته‌ها. در این پژوهش جهت تحلیل محتوای کیفی از تحلیل محتوای جهت‌دار استفاده شده است. گاه نظریه یا پژوهش‌های قبلی درباره یک پدیده مطرح هستند که یا کامل نیستند و یا به توصیف و توضیح‌های بیشتری نیازمند هستند (Potter & Levine-Donnerstein, 1999). هدف تحلیل محتوای جهت‌دار معتبر ساختن و گسترش دادن مفهومی چارچوب نظریه و با خود نظریه

است. تحلیل محتوای جهت‌دار نسبت به دیگر رویکردهای تحلیل محتوا ساختارمند است (Hickey & Kipping, 1996).

جهت‌روایی و اعتبار پژوهش نیز چهار معیار "اعتماد‌پذیری یا قابلیت اعتماد" برای ارزیابی کیفیت نتایج کیفی استفاده شد. گوبا و لینکن (به نقل از: محمدپور، ۱۳۹۸: ۴۹۶) چهار معیار باورپذیری یا قابل‌قبول بودن^۱، اطمینان‌پذیری یا قابلیت اطمینان^۲، تأییدپذیری^۳ و انتقال‌پذیری^۴ را برای قابلیت اعتماد نتایج تحقیق کیفی بیان نموده‌اند. در این پژوهش، معیار قابل‌قبول بودن و باورپذیری از طریق درگیری طولانی‌مدت و صرف زمان کافی برای جمع‌آوری داده‌ها توسط محقق و بازنگری کدهای استخراج شده هر یک از مصاحبه از طریق مشارکت‌کنندگان لحاظ گردید. برای معیار اطمینان‌پذیری از یک ناظر خارجی برای بررسی دقیق داده‌ها جهت افزایش اطمینان‌پذیری استفاده گردید. برای معیار تأییدپذیری نیز جزئیات داده‌های متنی مشارکت‌کنندگان مستندسازی شده و در بخش‌های مختلف یافته‌ها به صورت خام برای بررسی سایر پژوهشگران ارائه شده است به صورتی که آنها نیز بتوانند آنها را تحلیل نمایند. مثال‌آوری زیاد از متن مصاحبه‌ها یکی دیگر از مصادیق این موضوع در بخش یافته‌ها است. همچنین جزئیات روش و فرایند انجام مصاحبه‌ها و تحلیل به‌طور تفصیلی ارائه شده است. همچنین در این پژوهش برای ایجاد انتقال‌پذیری، همه جزئیات مرتبط با فرایند تحقیق توصیف عمیق شده است. همچنین از مقایسه نتایج تحقیق با تحقیقات پیشین برای انتقال‌پذیری استفاده شده است.

-
1. Trustworthiness
 2. Credibility
 3. Dependability
 4. Confirmability
 5. Transferability

جدول ۱- ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان در پژوهش

کد	سن	جنسیت	تحصیلات	شغل	استان محل تولد
کد ۰	۴۵	مرد	کارشناسی ارشد	مدیرکل ترویج و توسعه خوشه‌های نوآوری	آذربایجان شرقی
کد ۱	۲۸	مرد	دکتری تخصصی	پژوهشگر در بنیاد ملی نخبگان	خوزستان
کد ۲	۳۴	مرد	کارشناسی ارشد	مهندس ارشد معدن	قزوین
کد ۳	۳۱	مرد	دکتری تخصصی	فعال حوزه استارت‌آپی و بنیان‌گذار استارت‌آپ	آذربایجان شرقی
کد ۴	۳۵	مرد	کارشناسی ارشد	فعال در شرکت دانش‌بنیان	کردستان
کد ۵	۳۶	مرد	دکتری تخصصی	مدرس دانشگاه و پژوهشگر	آذربایجان شرقی
کد ۶	۴۰	مرد	کارشناسی	فعال در شرکت دانش‌بنیان	کردستان
کد ۷	۳۹	مرد	کارشناس ارشد	مدیریت مالی، ارشد حسابداری	یزد
کد ۸	۴۳	مرد	کارشناسی	مدیر در مجموعه‌های بنیاد ملی نخبگان	مرکزی
کد ۹	۳۰	زن	دکتری تخصصی	پژوهشگر حوزه انسان‌شناسی و فرهنگ	اصفهان
کد ۱۰	۳۳	مرد	دانش‌آموخته سینما و ادبیات نمایشی	نویسنده، فیلم‌نامه‌نویس و شاعر	گیلان
کد ۱۱	۳۱	مرد	کارشناسی ارشد	مدیر پروژه در شرکت مهندسی مشاور و پژوهشگر در وزارت راه و شهرسازی	آذربایجان شرقی
کد ۱۲	۴۸	مرد	دکتری تخصصی	استاد دانشگاه، معمار	فارس
کد ۱۳	۴۵	مرد	دکتری تخصصی	استاد دانشگاه - جامعه‌شناسی	گیلان
کد ۱۴	۳۲	مرد	کارشناسی ارشد	کارشناس ارشد و متخصص در شرکت مهندسی مشاور	مازندران
کد ۱۵	۳۸	مرد	دکتری تخصصی	استاد دانشگاه - برنامه‌ریزی شهری	خراسان رضوی
کد ۱۶	۴۲	مرد	کارشناسی ارشد	مدیر و بنیان‌گذار چندین استارت‌آپ و شرکت خلاق، مدرس دوره‌های کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار	مازندران
کد ۱۷	۴۱	زن	دکتری تخصصی	استاد دانشگاه، برنامه‌ریزی و طراحی شهری	خراسان رضوی
کد ۱۸	۴۳	مرد	کارشناسی ارشد	مؤسس و مدیر شرکت دانش‌بنیان در حوزه خودرو	تهران - دماوند

دامنه‌ای سنی ۱۹ مشارکت‌کنندگان بین ۲۸ تا ۴۸ سال قرار دارد و میانگین سنی آنها ۳۸ سال است. همچنین از بین افراد مشارکت‌کننده ۱۷ نفر مرد (۸۹ درصد) و ۲ نفر زن (۱۱ درصد) بوده‌اند. به‌علاوه، ۸ نفر (۴۲ درصد) از مشارکت‌کنندگان دارای مدرک دکترای تخصصی، ۸ نفر (۴۲ درصد) دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۳ نفر (۱۶ درصد) دارای مدرک کارشناسی بوده‌اند.

یافته‌ها

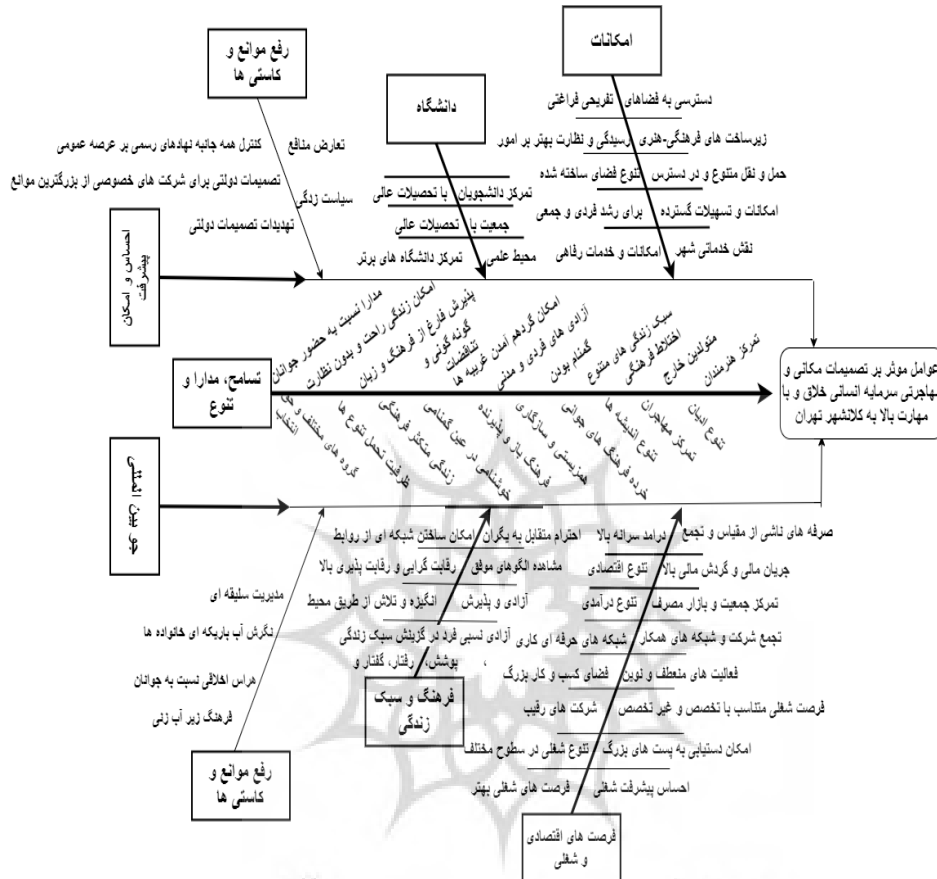
در این بخش عوامل زمینه‌ساز تصمیمات مکانی طبقه خلاق با استفاده از گفتمان کیفی و داده‌های ذهنی به‌دست‌آمده از اعضای طبقه خلاق ارائه می‌گردد. در واقع در روش کیفی هدف این است که واحد تحلیل را فرد قرار دهیم و به سراغ افراد خلاق و بامهارت بالا برویم و داده‌های ذهنی به‌دست‌آمده را مبنای تحلیل این بخش قرار دهیم.

از تحلیل کدهای مورد بررسی شده ۴۳۳ کد اولیه استخراج شد. دسته‌بندی اولیه کدها از همان مصاحبه‌های اولیه شروع شد و کدهای متراکم، زیرطبقات و طبقات ابتدایی شکل گرفتند. کدهای حاصل از هر مصاحبه با یکدیگر و با سایر کدهای قبلی مقایسه می‌شدند و سپس براساس تشابه، تفاوت و تمایز طبقه‌بندی گردید. طبقات چندین بار توسط محقق مورد بازبینی قرار گرفته و با یکدیگر مقایسه شدند. این مقایسه مداوم در حین فرایند تحلیل منجر به توسعه طبقات و نیز جاگذاری کدها در طبقه متناسب گردید. با تداوم جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل هم‌زمان آنها بعضی از طبقات درهم ادغام شده و طبقات جدیدتر با توجه به استخراج کدهای جدید، شکل گرفت.

جدول ۲- کدهای باز و کدهای محوری

کدهای باز	کدهای محوری
تنوع	تسامح، مدارا و تنوع (۹۷ کد باز)
تسامح و مدارا	
امکانات فرهنگی، تفریحی و رفاهی	امکانات، مزیت‌ها و تمایزات (۸۴ کد باز)
مزیت‌ها و تفاوت‌ها	
فرصت‌های اقتصادی	فرصت‌های اقتصادی و شغلی (۵۵ کد باز)
فرصت‌های شغلی	
دانشگاه	نقش دانشگاه و محیط علمی (۳۸ کد باز)
محیط علمی	
فرهنگ	فرهنگ و سبک زندگی (۳۳ کد باز)
سبک زندگی	
احساس پیشرفت	احساس و امکان پیشرفت (۲۳ کد باز)
امکان پیشرفت	
مسائل شخص و خانوادگی	عوامل شخصی و خانوادگی (۲۱ کد باز)
امکانات و ارتباطات بین‌المللی	
اقتصادی	موانع و معایب (۶۳ کد باز)
اجتماعی و فرهنگی	
محیطی	
مدیریتی و سیاسی	
روان‌شناختی	

به‌طورکلی از مصاحبه با افراد شاغل در طبقات شغلی خلاق و با مهارت بالا ۴۳۳ کد اولیه به‌دست‌آمده است که در ۱۹ زیرطبقه، ۹ کد محوری یا درون‌مایه اصلی دسته‌بندی شدند. در زیرطبقات حاصله آمده است (جدول ۲ و شکل ۱).



شکل ۱- ساختار عوامل زمینه‌ساز تصمیمات مکانی و مهاجرتی سرمایه انسانی خلاق و بامهارت بالا

۱- تسامح، مدارا و تنوع

درون‌مایه یا کد محوری تسامح، مدارا و تنوع از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر تمرکز نخبگان در تهران یا عوامل مؤثر بر جذابیت تهران برای افراد خلاق و با استعداد است. این کد محوری از ۲ زیرطبقه تنوع، تسامح و مدارا شکل گرفته است. این درون‌مایه نقش مهمی در شکل‌دادن به جغرافیای سرمایه خلاق و سوق‌دادن آنها به سمت تهران دارد. اولین زیرطبقه‌ای که در این کد

محوری قرار دارد، تنوع است؛ ویژگی که افراد خلاق و بااستعداد برای تهران در ابعاد مختلف برشمرده‌اند.

در تهران تنوع اندیشه‌ها و ایده‌ها وجود دارد و در معرض این تنوع‌ها قرارگرفتن باعث تغییر و تعدیل می‌شود" (کد ۱۵). "تهران محیطی را فراهم می‌کند که سلیق و تنوعات مختلف را در بر می‌گیرد. اختلاط فرهنگی، همه فرهنگ‌ها می‌توانند در تهران قاطی شوند" (کد ۱۴). "جمعیت میلیونی و ناهمگونی که در طی دوپست سال گذشته از سراسر ایران آمده و در تهران سکونت گزیده، در کنار هم چهل‌تکه‌ای رنگارنگ و جذاب از تنوع در جامعه انسانی را به نمایش می‌ذارد که چشم و جان بیننده را خیره می‌کنند. از سوی دیگر، تهران، برخلاف دیگر شهرها و روستاهای ایران که مظهر همگونی و یکدستی، سادگی و عدم پیچیدگی هستند، سمبل هویت‌های ناهمگون است" (کد ۹). "تنوع اندیشه‌ها، افکار، باورها، تنوع کالبدی و تنوع اقتصادی از جمله تنوعاتی است که بر تهران حاکم است" (کد ۳). "افراد متنوع، باورهای متنوع، تنوع در سبک زندگی‌ها تنوعات حاکم بر تهران است" (کد ۱۷).

زیرطبقه دوم این کد محوری را تسامح و مدارا تشکیل می‌دهد.

"آزادی‌های فردی و مدنی نسبی بیشتر نسبت به سایر نقاط کشور از جمله عوامل من برای ترجیح تهران است" (کد ۱). "تهران همه را می‌پذیرد فارغ از فرهنگ و زبان، پس تهران من را فارغ از فرهنگ و زبان می‌پذیرد. تأثیر نداشتن یکسری فاکتورها از جمله زبان و فرهنگ برای زندگی در تهران، یعنی مهم نیست من زبانم چیست و از چه فرهنگی آمده‌ام" (کد ۱۴). "عدم تحمل‌پذیری نسبت به موضوعات مختلف در شهرستان‌ها و پذیرش آن در تهران، تهران من را به‌عنوان X در تهران پذیرش می‌کند" (کد ۴). "اصل گمنامی در عین خوشنامی در تهران یکی از مزیت‌های آن برای من است و من می‌توانم به‌راحتی خودم باشم و زندگی خودم را داشته باشم، وقتی شهرستان هستم دوستانم ازم انتظار دارند؛ چون دکتر هستم و موقعیتی دارم با کت و شلوار و لباس رسمی در عرصه اجتماع حاضر شوم؛ ولی در تهران انتخاب نوع پوشش بیشتر دست خودت هست" (کد ۱۴). "شهر تهران شهر بزرگی است و من در این شهر راحت و آزادتر هستم و خود را تحت نظارت و کنترل نمی‌بینم" (کد ۵). "امکان زیست مجردانه و مستقلانه در تهران نسبت به سایر نقاط کشور یکی از موضوعات جذاب برای جوانان و افراد خلاق برای مهاجرت به این مکان است. فردگرایی، امکان زندگی بدون نظارت در برخی بخش‌ها و مدارای نسبی به جوانان از جمله تمایزات تهران است" (کد ۱۳).

از مهم‌ترین عواملی که از مصاحبه‌ها استخراج شد می‌توان به نقش عامل تسامح، مدارا و تنوع اشاره کرد. عاملی که حکایت از تأثیر بالای آن در انتخاب تهران به‌عنوان محل کار و زندگی توسط افراد خلاق و بامهارت بالا دارد. این عامل را از طریق کلیدواژه‌هایی همچون افراد

متنوع، سبک زندگی‌های متنوع، تنوع اندیشه‌ها، اختلاط فرهنگی، خرده‌فرهنگ‌های جوانی، زندگی متکثر فرهنگی، سلايق و علايق متنوع، هویت‌های ناهمگون، گوناگونی‌ها و تناقضات، تنوع اقوام، هم‌زیستی و سازگاری؛ آزادی‌های فردی و مدنی، پذیرش تنوعات در حوزه‌های گوناگون، اصل گمنامی در عین خوشنامی، امکان زندگی راحت، امکان زندگی بدون نظارت، پذیرش اقوام و فرهنگ‌های مختلف، مدارای نسبی نسبت به حضور جوانان، پذیرش نسبی دیگران، فرهنگ باز و گروه‌های مختلف، پذیرش فارغ از فرهنگ و زیان، گروه‌های مختلف و حق انتخاب حضور در این گروه‌ها، آزادی در انتخاب سبک زندگی و پوشش، ظرفیت تحمل تنوع‌ها، فردگرایی، امکان گرد هم آمدن غریبه‌ها، گمنام بودن، احترام متقابل فارغ از جنس و زبان، ظرفیت تحمل‌پذیری نسبت به موفقیت‌ها، ایده‌ها و انتقادات، امکان گفتگو و... از مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگان، استخراج گردید.

یکی دیگر از نکات مهم در زمینه تسامح و مدارا در تهران نقش تعدیل‌گری تهران است. به‌طوری‌که تهران باعث تعدیل افکار، اندیشه‌ها و باورهای افراد مختلف می‌شود.

"نقش تعدیل‌گری تهران برای خود من نمایان شده است. به‌عنوان مثال دوستانی داشتم که در ابتدای آشنایی با آنها چون از قومیت خاصی بودن این دوستانم بقیه افراد را تهدید می‌دیدن و فکر می‌کردن افراد غیر از قومیت و باورهای او تهدید هستن ولی نشست و برخاست با اقوام و فرهنگ‌های مختلف و دیدن خوبی‌های دیگران ذهنش باز شد و توانایی پذیرش نسبی دیگران را به دست آورد و در آخر گفت اینکه من فکر می‌کردم افراد هم راستا با قومیت و باورهای من آدم‌های خوبی هستن این‌طور نبود و دیگران نیز قابل‌اعتماد و خوبی‌هایی داشتند. البته خود من هم تغییرات زیادی در حوزه‌های مختلف داشتم. در واقع تغییر یکی از دستاوردهایی است که زندگی در تهران به ارمغان خواهد آورد" (کد ۱۱).

۲- امکانات، مزیت‌ها و تمایزات

درون‌مایه یا کد محوری امکانات، مزیت‌ها و تمایزات از تبیین عوامل مؤثر بر تجمع نخبگان در تهران یا عوامل مؤثر بر جذابیت تهران برای افراد خلاق و بااستعداد استخراج گردید. این کد محوری از ۲ زیرطبقه امکانات فرهنگی، تفریحی و رفاهی؛ و مزیت‌ها و تمایزات شکل‌گرفته است. این درون‌مایه حاکی از ویژگی‌هایی دارد که نقش مهمی در شکل‌دادن به جغرافیای سرمایه خلاق و سوق دادن آنها به سمت تهران دارد. اولین زیرطبقه‌ای که در این کد محوری قرار دارد، امکانات

فرهنگی، تفریحی و رفاهی است و ویژگی که افراد خلاق و با استعداد از نقش آن در جهت‌دادن به انتخابات مکانی آنها اشاره کرده‌اند.

"امکانات بیشتر همچون مدارس خوب، بیمارستان و مراکز درمانی خوب باکیفیت و دسترسی راحت به آنها و به‌طورکلی امکانات به معنای عام در تهران نسبت به سایر نقاط کشور یک سرگردن بالاست" (کد ۱). "وجود بازارها و مراکز خرید زیاد با امکان به‌دست‌آوردن کالاهای موردنظر با قیمت مناسب، حمل‌ونقل شهری و عمومی مناسب و در دسترس به‌ویژه در مقایسه با سایر نقاط کشور، مکان‌های رفاهی و تفریحی متعدد همچون پارک‌ها و مراکز گردشگری و دسترسی نسبتاً آسان به آنها از جمله امکاناتی است که تهران دارد" (کد ۲).

"کتابفروشی‌ها و شهر کتاب‌ها، سینماها، گالری‌های هنری، سالن‌های نمایش و موسیقی، کافی‌شاپ‌ها و رستوران‌ها، و صدا البته مراکز خرید شلوغ و مدرن تهران، همه و همه تا آخرین ساعات شب سرزنده و شاداب به فعالیت مشغول‌اند و زندگی فراغتی و مصرفی جذابی را به مردم عرضه می‌کنن" (کد ۹).

از دیگر ویژگی‌های که در این کد محوری مورد تأکید بوده است مزیت‌ها و تمایزاتی بوده است که تهران با سایر نقاط سرزمین داشته است و برای طبقه خلاق جذاب بوده است.

"در کشور ما دریاچه‌های طبیعی در بسیاری از نقاط خشک می‌شود ولی تهران جایی است که در آن در خشکی، دریاچه می‌سازند" (کد ۱۲). "چرا تهران مهم است؟ آمریکایی‌ها یک ضرب‌المثل دارند، نیویورکی‌ها می‌گویند نیویورک عطسه می‌کند آمریکا سرما می‌خورد. آمریکایی‌ها می‌گویند آمریکا عطسه می‌کند جهان سرما می‌خورد. من فکر می‌کنم این را می‌شود به تهران هم تعمیم داد. از این نظر، تهران مهم است که وقتی که عطسه می‌کند ایران سرما می‌خورد" (کد ۱۲).

"تهران مرکز قدرت، تهران مرکز تصمیم‌گیری و سیاست، مرکز ثروت و آدم احساس می‌کند می‌تواند از این مزایا بهره‌مند شود. تهران را به‌نوعی می‌توان جهان توسعه‌یافته ایران دانست. نزدیکی به سازمان‌ها و نهاد تصمیم‌گیرنده خود از عواملی است که در تهران باعث بهره‌مندی بیشتر افراد حاضر در تهران نسبت به سایر نقاط کشور می‌شود" (کد ۱۱). "رسیدگی و نظارت در تهران بهتر از سایر شهرها و نقاط کشور است" (کد ۵). "تمرکزگرایی و به‌تبع آن تجمع امکانات، فرصت‌ها و تسهیلات اجتماعی و اقتصادی در شهر تهران؛ فرصت‌های اشتغال بیشتر و وجود امکانات رشد فردی؛ نابرابری‌های منطقه‌ای در سطح کشور و وجود بیکاری و فقر گسترده در مناطق روستایی؛ و درنهایت جذابیت‌ها و امکانات زندگی در کلان‌شهرها" (کد ۶). "دلیل اول اینکه جایی نیست دیده بشی و تهران تا حدود زیادی امکان دیده شدن را برات فراهم می‌کنه و اینکه در سایر نقاط کشور فراهم نیست یا نسبت به تهران کم‌تر فراهمه" (کد ۱۸).

بعد از عامل تسامح و تنوع، عامل امکانات، مزیت و تمایزات از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تصمیمات مکانی سرمایه خلاق و انتخاب تهران به‌عنوان محل کار و زندگی است. ویژگی‌های یک محیط با امکانات، در بیان افراد خلاق و با مهارت بالا با کلیدواژه‌هایی همچون امکانات و خدمات رفاهی، تنوع فضای ساخته شده، امکانات و تسهیلات گسترده برای رشد فردی و اقتصادی، حمل‌ونقل متنوع و در دسترس، زیرساخت‌ها و مکان‌های تکنولوژیک، زیرساخت‌های فرهنگی-هنری، دسترسی به فضاهای تفریحی فراغتی، رسیدگی و نظارت بهتر بر امور، مقوله‌بندی شده است. البته خود این مقوله‌ها از کدهای بسیاری تشکیل شده است. به‌عنوان مثال مقوله امکانات و خدمات رفاهی شامل سالن‌های نمایش و موسیقی، سینما، کافی‌شاپ و رستوران‌ها، کتاب‌فروشی و شهر کتاب، گالری‌های هنری، موزه، مراکز خرید مدرن، پارک‌ها و مراکز گردشگری از جمله مواردی است که سرمایه خلاق برای این مقوله عنوان نموده‌اند. موضوع دوم بحث مزیت‌ها و تمایزات تهران نسبت به سایر نقاط سرزمین است که در بیان مصاحبه‌شوندگان به روشنی دیده می‌شود.

۳- فرصت‌های اقتصادی و شغلی

درون‌مایه یا کد محوری فرصت‌های اقتصادی و شغلی به‌عنوان عامل مهم سوم از تبیین عوامل مؤثر بر تجمع نخبگان در تهران یا عوامل مؤثر بر جذابیت تهران برای مهاجرت افراد خلاق و بااستعداد استخراج گردید. این کد محوری از ۲ زیرطبقه فرصت‌های اقتصادی و شغلی شکل گرفته است. این درون‌مایه حاکی از ویژگی‌هایی دارد که نقش مهمی در شکل‌دادن به جغرافیای سرمایه خلاق و سوق دادن آنها به سمت تهران دارد. اولین زیرطبقه‌ای که در این کد محوری قرار دارد، فرصت‌های اقتصادی است.

"یکی از دلایل اینکه چرا شهرهای بزرگ یا سایر نقاط کشور سرمایه خلاق خود را به نفع تهران از دست می‌دهند این موضوع است که ظرفیت بهره‌برداری از اینها را ندارند، بازار کوچک است، بازار اصلی در تهران قرار دارد، از طرفی ظرفیت‌های شغلی، تجارت و بازرگانی تهران بلاست و اختلاف مبدا و مقصد باعث می‌شود جریان سرمایه خلاق به سمت تهران باشد" (کد ۰). "بزرگ‌ترین بازار ایران در تهران قرار دارد و جریان مالی و گردش مالی بالاتری وجود دارد. صرفه‌های ناشی از تجمع در تهران در ابعاد مختلف ایجاد می‌شود. تهران به‌نوعی جریان اولیه اقتصادی است و فرایند پخش از تهران اتفاق می‌افتد" (کد ۱۴). "برای

ادامه تحصیل رتبه و بعد از اتمام دوره به این خاطر برگشتم تهران که فضای کسب‌وکار فقط در تهران وجود دارد. یک اصطلاحی در بین فعالین استارت‌آپی کشور وجود دارد که می‌گن ماهی در دریا بزرگ می‌شه، به عبارت دقیقتر فضای کسب‌وکار بزرگ فقط در تهران وجود دارد. ولی هیچ‌وقت نمی‌تونی اون اسکیلی که برای کار در تهران داری را در مازندران داشته باشی اصلاً نمی‌تونی" (کد ۱۶). "فراهم بودن زیرساخت، زیرساخت‌های پیشرفته کسب‌وکار، فعالیت‌های منعطف و نوین، شبکه‌های حرفه‌ای کاری، تجمع شرکت‌ها و شبکه‌های همکار از جمله فرصت‌های اقتصادی است که تهران دارد" (کد ۱۷)

زیرطبقه دوم این کد محوری را فرصت‌های شغلی تشکیل می‌دهد.

"شرایط و وجود فرصت‌های شغلی از جمله مزیت‌های تهران است. سابقه همکاری با استانداری خراسان رضوی در تهران، راه و شهرسازی شهرستان اسلام‌شهر، کار در مهندسين مشاور، سازمان جمعیت‌شناسی و معرفی من از طریق راه و شهرسازی شهرستان اسلام‌شهر به سازمان ملی زمین و مسکن به‌عنوان ناظر شهرستان از جمله فرصت‌های شغلی است که در طول این مدت برای من به وجود آمده است که در سایر نقاط به نظرم کمتر پیش می‌آمد" (کد ۱۱). "فرصت‌های شغلی متعدد اگرچه نه مربوط به تخصص" (کد ۲). "دستیابی به شغل و فرصت‌های شغلی بهتر از جمله عوامل مؤثر. در تهران هر کاری می‌توان انجام داد، به‌عنوان مثال کارهایی که در شهرستان نمی‌توان انجام داد به‌عنوان مثال در اینجا ماساژوری می‌توان انجام داد؛ ولی در شهرستان نه به‌راحتی تهران. امکان پیدا کردن شغل مرتبط با تخصص. امکان دستیابی به پست‌های بزرگ" (کد ۵).

فرصت‌های اقتصادی و شغلی از جمله دیگر مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تصمیمات مکانی سرمایه خلاق است. کلیدواژه‌های تجمع شرکت و شبکه‌های همکار، تنوع اقتصادی، تنوع درآمدی، جریان مالی و گردش مالی بالا، تمرکز جمعیت و بازار مصرف، شبکه‌های حرفه‌ای کاری، صرفه‌های ناشی از مقیاس و تجمع، فضای کسب‌وکار بزرگ، فعالیت‌های منعطف و نوین، شرکت‌های رقیب؛ امکان پیدا کردن شغل مرتبط با تخصص، امکان دستیابی به پست‌های بزرگ، تنوع شغلی در سطوح مختلف، احساس پیشرفت شغلی، فرصت‌های شغلی بهتر، فرصت شغلی متناسب با تخصص از جمله مواردی که افراد خلاق و بامهارت بالا در این زمینه ذکر کرده‌اند.

۴- نقش دانشگاه و محیط علمی

درون‌مایه یا کد محوری دانشگاه و محیط علمی از تبیین عوامل مؤثر بر تجمع نخبگان در تهران یا عوامل مؤثر بر جذابیت تهران برای افراد مهاجرت خلاق و بااستعداد استخراج گردید. این کد محوری از ۲ زیرمجموعه دانشگاه و محیط علمی شکل گرفته است. این درون‌مایه نشانگر ویژگی‌هایی است که نقش مهمی در شکل‌دادن به جغرافیای سرمایه خلاق و سوق‌دادن آنها به سمت تهران دارد. به‌نوعی می‌توان دانشگاه و محیط علمی را اولین آهنربا و عامل جذب در فرایند ورود افراد خلاق و بااستعداد دانست. اولین زیرطبقه‌ای که در این کد محوری قرار دارد، نقش دانشگاه است و ویژگی که افراد خلاق و بااستعداد در جهت بهره‌مندی و تحصیل در دانشگاه‌های برتر کشور وارد تهران می‌شوند و به‌نوعی می‌توان آن را گیت ورود بسیاری از افراد خلاق و بااستعداد جهت ورود به تهران عنوان کرد.

"از سال ۹۲ برای تحصیل وارد تهران و دانشگاه‌های تهران شدم. دلیل انتخاب دانشگاه‌های سطح تهران، سطح علمی و جایگاه بالاتر نسبت به سایر دانشگاه‌های کشور، منابع علمی و دسترسی و موقعیت مناسب از دیگر عوامل مؤثر بود. تجمع دانشگاه‌ها در تهران خود مزیت ایجاد می‌کند. امکانات دانشگاه‌های برتر تهران نسبتاً به سایر دانشگاه‌ها یک‌لول بالاتر است" (کد ۱۴). "از دلایل انتخاب دانشگاه تهران و محیط تهران، روبه‌رو شدن با شخصیت‌های علمی بزرگ و تلمذ از محضر آنها، برند دانشگاه تهران، نقش برند دانشگاه تهران در تسهیل فرایند اپلای و مهاجرت‌های آتی به خارج از کشور، کیفیت امکانات رفاهی و علمی دانشگاه بود" (کد ۲). "بیشتر به نام و برند دانشگاه‌های برتر سطح شهر تهران آمدم و فکر می‌کردم در فرصت‌های آتی بسیار تأثیرگذار خواهد بود. بودن در دانشگاه‌های تهران یک جایگاه اجتماعی خاصی می‌دهد. وجود امکانات مناسب و مطلوب دانشگاهی از دیگر عوامل بود. دانشگاه‌های تهران پلی به سمت دنیای بین‌الملل هستند. همچنین رقابت و جو موجود در دانشگاه‌های تهران فرد را به جنب‌وجوش و فعالیت و رقابت وامی‌دارد و انتظار از خودت بالا می‌رود" (کد ۱۱).

آنچه از صحبت‌های افراد خلاق و با‌مهارت بالا در زمینه دانشگاه مشخص است، این است که دانشگاه به‌عنوان گیت ورود عمل می‌کند و همچون مغناطیسی، افراد مستعد را به پهنه تهران جذب می‌کند.

محیط علمی برتر، دومین ویژگی است که افراد خلاق و بااستعداد در زمینه عوامل مؤثر بر انتخاب تهران برای کار و زندگی عنوان نموده‌اند.

"نقش محیط علمی برتر تهران در تصمیم من برای ادامه کار و زندگی در تهران تأثیرگذار است" (کد ۱). جریان علمی کشور عملاً در تهران قرار دارد و به سایر نقاط کشور هم از اینجا پخش می‌شود" (کد ۱۴). "تهران را به نوعی می‌توان مرکز تمام اتفاقات علمی، اجتماعی و فرهنگی دانست" (کد ۶). "امکانات و جو علمی برتر، دسترسی به دانشگاه‌های معتبر کشور، دسترسی به اساتید و نخبگان و سرآمدان علمی" (کد ۳).

یکی از ابزارهای تهران در جذب استعدادها، دانشگاه‌ها به‌خصوص دانشگاه‌های برتر و محیط علمی آن است که همچون آهنربا عمل می‌کنند و استعدادها را به خود جذب می‌کنند. در واقع تهران از گیت دانشگاه‌ها ورود استعدادها به خود را فراهم می‌نماید. سپس از طریق قابلیت‌هایی که دارد استعدادها را پرورش داده و به مرحله سرمایه خلاق می‌رساند. در واقع پنجره ورود بسیاری از استعدادهایی که به سرمایه خلاق تبدیل می‌گردند از طریق دانشگاه‌های شهر تهران و محیط علمی و به‌خصوص دانشگاه‌های برتر آن است. البته باید ذکر نمود که دانشگاه تنها عامل نیست و عوامل مهم دیگری در این فرایند دخیل‌اند و در کنار هم نقش مکمل بازی می‌کنند.

۵- فرهنگ و سبک زندگی

درون‌مایه یا کد محوری فرهنگ و سبک زندگی از تبیین عوامل مؤثر بر تجمع نخبگان در تهران یا عوامل مؤثر بر جذابیت تهران برای افراد خلاق و بااستعداد استخراج گردید. این کد محوری از ۲ زیرطبقه فرهنگ و سبک زندگی شکل گرفته است. این درون‌مایه حاکی از ویژگی‌هایی دارد که نقش مهمی در شکل‌دادن به جغرافیای سرمایه خلاق و سوق‌دادن آنها به سمت تهران دارد. اولین زیرطبقه‌ای که در این کد محوری قرار دارد، فرهنگ است؛ ویژگی که افراد خلاق و بااستعداد در نقش آن در جهت‌دادن به انتخابات مکانی آنها اشاره کرده‌اند.

"قراردادن افراد در چرخه رقابت و واداشتن آنها به تلاش بیشتر از دیگر نقش‌هایی که تهران ایفا می‌کند. به عبارتی محیط تهران روحیه رقابت را افزایش می‌دهد، و یک رقابت‌گرایی بالا وجود دارد" (کد ۱۴). "رقابت و جو موجود در تهران فرد را به جنب‌وجوش و فعالیت و رقابت وامی‌دارد" (کد ۱۱). "فرهنگ بالا در تهران و احترام به حق و حقوق دیگران از تمایزات مهم تهران" (کد ۴). "به نظرم پارامترهای فرهنگی هم تأثیرگذارند به‌عنوان مثال یک نخبه برود شهر X حتی امکانات بهتر و بیشتری به او هم بدهند احتمال زیاد نمی‌تواند

تحمل کند. رقابت‌های بیشتری در سطح تهران وجود دارد، در واقع یک فرهنگ رقابت جاافتاده است" (کد ۶). "به‌خاطر موقعیت‌ها و فرصت‌های شغلی بیشتر و همچنین جو فرهنگی تهران به تهران آمدم" (کد ۷).

زیرطبقه دوم این کد محوری سبک زندگی است.

"یک‌لول از باکلاس بودن و سبک زندگی خاص در تهران وجود دارد. یک احترام متقابل نسبی فارغ از جنس و زبان و... وجود دارد" (کد ۱۴). "وقتی می‌ای و در تهران زندگی می‌کنی اینجا با یکسری شرایط برخورد می‌کنی و با سبک زندگی تهرانی اخت پیدا می‌کنی که دیگه نمی‌تونی از اون جدا بشی و بری جای دیگه" (کد ۱۰). "در واقع در طول این مدت سکونت به‌نوعی به زندگی در تهران خو گرفته بودم و نمی‌تونستم کار و زندگی در تهران را رها کنم. تهران یک نوع سبک زندگی خاصی دارد که وقتی اینو تجربه می‌کنی ادم دلش نمی‌خواد اینو ولش کنه و بره؛ یعنی به‌نوعی نمی‌تونی بری از بس وابسته می‌شوی" (کد ۱۵). "قبل از آمدن به تهران از سبک زندگی تهرانی می‌ترسیدم و دوست داشتم زندگی در یک کلان‌شهر را تجربه کنم. به نظرم تهران دارای یک سبک زندگی خاص خود است و من می‌تونم در این سبک زندگی راهی برای خود پیدا کنم" (کد ۲)

فرهنگ و سبک زندگی حاکم بر شهر از دیگر مؤلفه‌های تأثیرگذار در انتخاب شهر و مکانی است که سرمایه خلاق ترجیح می‌دهد. آزادی نسبی نسبت به سایر نقاط سرزمین، احترام متقابل به حقوق دیگران، امکان ساختن شبکه‌ای از روابط، رقابت‌گرایی و رقابت‌پذیری بالا، دادن انگیزه به افراد و واداشتن آنها به جنب‌وجوش و رقابت از طریق مشاهده الگوهای موفق، بالارفتن انتظار از خود از طریق محیط از جمله ویژگی‌های مطرح شده برای این عامل است.

۶- احساس و امکان پیشرفت

درون‌مایه یا کد محوری احساس و امکان پیشرفت از تبیین عوامل مؤثر بر تجمع نخبگان در تهران یا عوامل مؤثر بر جذابیت تهران برای افراد خلاق و بااستعداد استخراج گردید. این کد محوری از ۲ زیر کد احساس پیشرفت و امکان پیشرفت شکل گرفته است. این درون‌مایه حاکی از ویژگی‌هایی دارد که نقش مهمی در شکل‌دادن به جغرافیای سرمایه خلاق و سوق‌دادن آنها به سمت تهران دارد. اولین زیرطبقه‌ای که در این کد محوری قرار دارد، امکان پیشرفت است ویژگی که افراد خلاق و بااستعداد در نقش آن در جهت‌دادن به انتخابات مکانی آنها اشاره کرده‌اند.

"آن موقعی که اوادم تهران به این جمع‌بندی رسیدم که قراره تهران بمونم. مهم‌ترین دلیلش هم این بود که زمینه رشد و پیشرفت را در اینجا برای خودم بیشتر فراهم می‌دیدم/ بخصوص رشد و پیشرفت شغلی" (کد ۱۰). "امکان پیشرفت در تهران نسبت به سایر نقاط کشور بیشتر است" (کد ۱۱). "فرصت ارتقا و پیشرفت و به‌طورکلی امکان پیشرفت در تهران به مراتب از سایر نقاط کشور خیلی بالاست" (کد ۱۱). "احساس می‌کنم که می‌توانم در این محیط به موقعیت‌های بهتر در آینده دست‌یابم و این باعث می‌شود شهر تهران را به‌عنوان اولویت اول انتخاب کنم. همچنین امکان بروز و ظهور خود را در این مکان بهتر می‌بینم. به‌طورکلی وجود امکان رشد و پیشرفت بیشتر در تهران از عوامل تأثیرگذار" (کد ۵). "در تهران امکان پرزنت و ارائه خود، ایده‌ها و دیدگاه‌ها وجود دارد. تهران امکان دیده‌شدن می‌دهد، به‌عنوان مثال کسی که تئاتر خوانده هم امکانات و هم امکان دیده‌شدن در این بستر را دارد" (کد ۶).

زیرطبقه دوم این کد محوری را احساس پیشرفت تشکیل می‌دهد.

"یکی از نکات اینکه شاید یک فرد از این مزایای مالی و تجاری تهران بهره‌مند نشود؛ ولی این احساس در درون ما وجود دارد که ما از این مزایا بهره‌مند می‌شویم و همان‌طور که گفتم ممکن است بهره‌مند نشویم. یکی از دلایلی که با وجود مشکلات هنوز در تهران ادامه می‌دهم اینکه به پیشرفت امیدوارم و در تهران امید و حس پیشرفت بیشتری دارم و اینکه روزی به آن نقطه مدنظر می‌رسم" (کد ۱۴). "مشاهده الگوهای موفق قبلی از دوستان و آشنایان این حس را می‌دهد که من هم می‌توانم موفق باشم" (کد ۳). "ترافیک و آلودگی هوا آزاردهنده است؛ ولی منو از ماندن در تهران منصرف نمی‌کنم، به‌نوعی احساس پیشرفت بیشتر در تهران به من انگیزه می‌دهد با وجود موانع" (کد ۴). "به‌خاطر پیشرفت آدم دانشگاه‌های تهران چون فکر می‌کردم در دانشگاه‌های تهران می‌توانم بیشتر پیشرفت نمایم و احساس پیشرفت بیشتری در تهران دارم" (کد ۵).

۷- عوامل شخصی و خانوادگی

درون‌مایه یا کد عوامل شخصی و خانوادگی از تبیین عوامل مؤثر بر تجمع نخبگان در تهران یا عوامل مؤثر بر جذابیت تهران برای افراد خلاق و با استعداد استخراج گردید. این کد محوری از زیرطبقه عوامل شخصی و خانوادگی شکل گرفته است. این درون‌مایه حاکی از ویژگی‌هایی دارد که نقش مهمی در شکل‌دادن به جغرافیای سرمایه خلاق و سوق‌دادن آنها به سمت تهران دارد.

"از مهم‌ترین دلایل انتخاب تهران نزدیکی به محل سکونت است، تجربه یک محیط دیگر به‌خصوص یک محیط بزرگ و متنوع همچون تهران در نزدیکی محل سکونت اصلی من از عوامل مهم است. در بحث اجتماعی یک از موضوعات خانواده‌ها این است که بچم می‌خواهد کجا درس بخونه چه کلاس‌هایی بره و

چه آموزش‌هایی ببیند با کیا دوست بشد، تهران محیطی را فراهم می‌کند که سلاقی و تنوعات مختلف را در بر می‌گیرد. خیلی از ایران می‌رن می‌گن به‌خاطر بچه‌ها مون از ایران می‌ریم که آینده خوبی داشته باشن. با اینکه تهران سختی‌های برای خانواده‌ها در زمینه‌ها مختلف داره ولی تعدادی دوست دارن بچه‌هاشون در این محیط بزرگ بشه و تیزویش شه" (کد ۱۴). "خانم باعث شد بعد از اتمام دکتری در تهران بمانم. روابط دوستانه و صمیمانه و شبکه‌ای از همکاری‌ها که ایجاد شد در ادامه تأثیرگذار بود. در حال حاضر که معایب تهران برام داره بیشتر می‌شود و شاید یکی از عوامل تأثیرگذار در این مورد نقش سن و بالارفتن سن باشد" (کد ۱۵). "بعد از جذب اولیه به تهران یک جذابیت و احساس تعلق نسبی شکل گرفت و این باعث شد برای ادامه هم این شهر را انتخاب نمایم" (کد ۵)

یکی از نکات مهم در بحث مصاحبه با طبقه خلاق این است که عامل سن نقش مهمی در ترجیحات آنها دارد، به‌طوری‌که افراد خلاقی که در اوایل جوانی هستند اظهار می‌کنند که معایب تهران در این وهله چندان برای آنها مهم نیست و آن‌قدر عوامل جذب‌کننده و مزیت از نظر آنها وجود دارد که این موضوع را برای‌شان حل می‌کند؛ ولی هرچه آنها به سمت میان‌سالی می‌روند این معایب و کاستی‌ها در نظر آنها برجسته می‌شود به‌طوری‌که کفه ترازوی معایب سنگین‌تر می‌شود. در این زمینه می‌توان عنوان نمود عامل سن و حرکت به سمت میان‌سالی کفه معایب تهران برای طبقه خلاق برجسته می‌کند.

۸- بین‌المللی شدن

درون‌مایه یا کد محوری بین‌المللی شدن از دیگر عوامل مؤثر بر تجمع نخبگان در تهران یا عوامل مؤثر بر جذابیت تهران برای افراد خلاق و بااستعداد است. این کد محوری از زیرطبقه امکانات و ارتباطات بین‌المللی شکل گرفته است. این درون‌مایه حکایت از ویژگی‌هایی دارد که نقش مهمی در شکل دادن به جغرافیای سرمایه خلاق و سوق دادن آنها به سمت تهران دارد.

"یکی از عوامل متفاوت بودن تهران این است که با خارج ارتباط بیشتری دارد، روابط بین‌المللی بیشتری دارد. دیدن افراد مختلف در شهر و محیط دانشگاه که با خارج از کشور در ارتباط هستند بسیار تأثیرگذار است. در همین راستا دانشگاه‌های تهران پلی به سمت دنیای بین‌المللی هستند و این موضوعی است که من در انتخاب تهران مدنظر داشتم" (کد ۱۱). "بسیاری از اعضای طبقه خلاق تهران را به‌عنوان یک سکوی پرتاب به جامعه بین‌المللی می‌بینند و به همین دلیل مقصد تعدادی از اعضای طبقه خلاق، بین‌المللی بودن تهران نسبت با سایر نقاط کشور و استفاده از این فرصت برای ورود به جو بین‌المللی است. در تهران

اکثر خانواده‌ها یک نفر را دارند که خارج از کشور زندگی کنه و اصلاً رفت‌وآمد بین‌المللی برایشون عادی هست و دوروبرشون حتماً یکی هست که خارج از کشور باشد، بخصوص برای اعضای طبقه خلاق تهران یک پل پرتاب به سمت جامعه بین‌المللی است. یکی از نمونه‌های ساده داشتن فرودگاه بین‌المللی است، هیچ از کلان‌شهرها به اندازه تهران پرواز و تنوع مقصد بین‌المللی ندارند" (کد ۱۵).

۹- موانع و معایب

درون‌مایه یا کد موانع و معایب از تبیین عوامل مؤثر بر تجمع نخبگان در تهران یا عوامل مؤثر بر جذابیت تهران برای افراد خلاق و بااستعداد استخراج گردید. این کد محوری از ۵ زیرطبقه موانع و کاستی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، محیطی، مدیریتی و سیاسی و روان‌شناختی شکل گرفته است. این درون‌مایه حکایت از موانع و کاستی‌هایی دارد که افراد خلاق و بامهارت بالا به آن اشاره نموده‌اند. این موانع از جمله مواردی که افراد خلاق و بامهارت بالا در مصاحبه‌ها اشاره کرده‌اند؛ ولی یکی از نکات مهم این است که اگر این موانع رفع گردد آنها رضایت بیشتری بدست می‌آورند ولی این موانع مسیر تصمیمات مکانی آنها را در کل تغییر نمی‌دهد. به‌عنوان مثال می‌توان به نمونه‌ای از مصاحبه‌ها اشاره کرد که با وجود این موانع همچنان تهران را برای کار و زندگی انتخاب می‌کنند. همچنین می‌توان به متغیر سن اشاره نمود که هرچه سن افزایش می‌یابد کفه ترازوی معایب نمایان‌تر می‌شود.

به نظرم آلودگی و ترافیک با توجه به شرایط سنی و انگیزه و مزیت‌هایی که تهران داره برام کم‌رنگ است. مگر اینکه در ادامه زندگی و میان‌سالی برام مهم شود" (کد ۱۱). ترافیک و آلودگی هوا آزاردهنده است؛ ولی منو از ماندن در تهران منصرف نمی‌کنم، در واقع حس پیشرفت است که این موضوع را برایم قابل تحمل می‌کند (کد ۳).

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش این بود تا عوامل مؤثر بر تصمیمات مکانی و مهاجرتی سرمایه انسانی خلاق و بامهارت بالا به کلان‌شهر تهران را به صورت عمیق با استفاده از روش‌های کیفی بررسی نماید تا سازوکاری که تهران از طریق آن سرمایه خلاق کشور را به خود جذب می‌کند را فهم و تبیین

نماید. یافته‌های بخش کیفی به پژوهش‌های کمی قبلی در ادبیات پژوهش عمق می‌دهد و ابعاد جدیدی از واقعیت را بر ما نمایان می‌کند.

از تحلیل محتوای داده‌های ذهنی به‌دست‌آمده از افراد خلاق و بامهارت بالا، ۴۳۳ کد اولیه به‌دست‌آمده است که در ۱۹ زیرطبقه و ۹ کد محوری یا درون‌مایه اصلی دسته‌بندی شدند. به‌عبارتی، این ۹ متغیر زمینه‌ساز ترجیحات مکانی و مهاجرتی سرمایه انسانی خلاق و بامهارت بالا در ایران و بخصوص به کلان‌شهر تهران هستند. این ۹ متغیر به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از مدارا و تنوع؛ امکانات، مزیت‌ها و تمایزات؛ فرصت‌های اقتصادی و شغلی؛ نقش دانشگاه و محیط علمی؛ فرهنگ و سبک زندگی؛ احساس و امکان پیشرفت؛ عوامل شخصی و خانوادگی؛ داشتن جو بین‌المللی؛ موانع و معایب. این نتایج با یافته‌های گلایزر و همکاران (۲۰۰۱) مبنی نقش کلیدی دانشگاه‌ها در ایجاد مزیت‌های اولیه در جذب سرمایه انسانی و استعداد، یافته‌های کلارک و همکاران (۲۰۰۲)، بیتنر و جانبا (۲۰۱۶) و باتابایل و همکاران (۲۰۱۹) در نقش امکانات رفاهی در جذب و حفظ افراد دارای تحصیلات عالی، مهارت بالا و خلاق سازگار است. همچنین یافته‌های این تحقیق با تحقیقات فلوریدا (۲۰۱۴) مبنی بر نقش عامل تسامح و تنوع در جذب افراد خلاق و بامهارت بالا سازگار است. یافته‌های این پژوهش همچنین با یافته‌های فتوحی‌مهربانی و همکاران (۱۴۰۱) که به این نتیجه می‌رسند که بین حضور طبقه خلاق و عامل استعداد، مداراگری و تنوع و خدمات مصرف‌کننده یا امکانات رفاهی که بیانگر نقش خدماتی شهر است رابطه قوی و معنی‌داری وجود دارد، همراستا است؛ ولی نکته‌ای که وجود دارد این است که تحقیقات مورد اشاره بیشتر به صورت کمی انجام شده‌اند و یافته صرفاً منحصر به یکسری متغیرها شده است در حالی که تحقیق حاضر با ورود به اعماق ذهنی طبقه خلاق به بحث و یافته‌های کمی عمق می‌دهد و به‌طور دقیق عوامل زمینه‌ساز تصمیمات مکانی و مهاجرتی طبقه خلاق را فهم نماید.

همان‌طور که یافته‌ها نشان داد مدارا و تنوع از عوامل مهم تاثیرگذار در تصمیمات مکانی و مهاجرتی سرمایه خلاق است. در واقع می‌توان اینگونه عنوان نمود که مکان‌ها و شهرهایی که به روی افکار، اندیشه، سبک زندگی، ادیان و ... مختلف پذیرا و گشوده هستند و می‌توانند آنها را تحمل کنند از مدارای بیشتری برخوردارند و برای طبقه خلاق بسیار جذاب هستند. یافته‌های

این پژوهش هم نشان می‌دهد عامل مدارا و تنوع در جهت دادن طبقه خلاق به سمت کلانشهر تهران نقش کلیدی بازی می‌کند. در عامل مدارا و تنوع ذکر دو نکته لازم است. اولاً، با اینکه تنوع در تهران در زمینه‌های مختلف بالاست ولی این تنوع در وهله اول با همبستگی اجتماعی تناقضاتی دارد که در تهران نمود آن دیده می‌شود. البته این مشکل نه در تهران بلکه در بسیاری از شهرهای چندفرهنگی کشورهای مختلف به‌ویژه کشورهای پیشرفته نیز دیده می‌شود. تنوع می‌تواند به‌صورت ایجاد جوامع قوم و قبیله‌گرا یا ایجاد یک جامعه مدنی آشکار شود. نمودهایی از جوامع قوم و قبیله‌گرا در تهران در سه سطح اجتماعی- فرهنگی، مکانی- فضایی و اقتصادی قابل‌مشاهده است. در زمینه قوم‌گرا بودن تهران در زمینه اجتماعی- فرهنگی می‌توان به عزاداری‌های ماه محرم اشاره کرد که در آن مهاجران از یک فرهنگ، زبان و شهر، عزاداری‌های مخصوص به خود را برگزار می‌کنند و عناوینی همچون عزاداری همدانی‌ها، تبریزها، خوزستانی‌ها، افغانستانی‌ها و... در سطح شهر قابل‌مشاهده است. در سطح فضایی می‌توان به الگوهای سکونت اعضای یک فرهنگ، زبان یا یک شهر یا به عبارتی کلونی قومیت‌ها در بخش خاصی از پهنه شهر تهران اشاره کرد که با سایر بخش‌ها متمایز است. در زمینه فعالیت‌ها و اصناف اقتصادی نیز می‌توان ردپای شبکه‌های اجتماعی اقوام را پیدا کرد که اصناف خاصی در دست یک قوم خاص است. به‌عبارتی می‌توان این موضوع را تحت عنوان سرمایه اجتماعی درون‌گروهی و برون‌گروهی جای داد که همبستگی اقوام در درون گروه و شبکه اجتماعی خود به سرمایه اجتماعی درون‌گروهی تعبیر می‌شود. سرمایه اجتماعی برون‌گروهی را هم می‌توان به‌عنوان پل ارتباطی گروه‌های اجتماعی گوناگون دانست. پاتنام (۲۰۰۰) نظریه‌پرداز سرمایه اجتماعی در فصل ۲۲ کتاب "بولینگ به‌تنهایی" به بخش تاریک سرمایه اجتماعی اشاره دارد و معتقد است که ترکیب نامتوازن دو بعد سرمایه اجتماعی درون‌گروهی و بین‌گروهی ممکن است باعث کاهش مدارا و انعطاف بین گروه‌های مختلف گردد. وی سرمایه اجتماعی را شامل هر دو بعد می‌داند. سرمایه اجتماعی بالای درون‌گروهی به یک جامعه قوم‌گرا و قبیله‌گرا منجر می‌شود، اما جامعه مدنی از افزایش سرمایه اجتماعی بین‌گروهی به دست می‌آید. در کل می‌توان تهران را نه یک جامعه قوم‌گرا و نه یک جامعه مدنی بلکه در یک حالت بینابینی تلقی کرد. اما یکی از

نکات مهمی که در تهران در حال ظهور است شیوه‌ای از یک سبک زندگی خاص است که می‌تواند زمینه را برای حرکت به سمت جامعه مدنی فراهم نماید.

یکی دیگر از نکات مهم در زمینه تسامح و مدارا در تهران نقش تعدیل‌گری تهران است. به طوری که تهران باعث تعدیل افکار، اندیشه‌ها و باورهای افراد مختلف می‌شود. یکی از سازوکارهایی که منجر به تعدیل افراد می‌شود، نقش تنوع در تعدیل است. در کلانشهر تهران ما با طیف وسیعی از تنوع در حوزه‌های مختلف همچون تنوع افکار، اندیشه‌ها، اقوام، تنوع در مباحث اقتصادی و... روبه‌رو هستیم و دامنه‌ای تغییرات یا پراکندگی بالاست. وقتی دامنه تغییرات/پراکندگی بالاست ما با افراد و اندیشه‌های مختلف روبه‌رو می‌شویم و خود این روبه‌رو شدن و گفتگو باعث می‌شود تعدیل افراد می‌شود. ولی در سایر نقاط و مکان‌هایی که تنوع وجود ندارد، چون یک روایت حاکم است دامنه‌ای تغییرات/پراکندگی بسیار پایین است و تعدیل و تغییر هم بالتبع کمتر مشاهده می‌شود.

به طور کلی تبیین عوامل مؤثر بر تصمیمات مکانی و مهاجرتی طبقه خلاق و بامهارت بالا در کلانشهرهای ایران نشان داد که کلانشهر تهران با داشتن یک محیط متسامح، مداراگر و متنوع؛ دارای امکانات رفاهی و نقش خدماتی شهر؛ با داشتن جو هنری و خلاقانه شهر با تمرکز هنرمندان؛ همچنین ارائه فرصت‌های اقتصادی و شغلی؛ به همراه تمرکز دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و تحقیقاتی برتر و معتبر و تمرکز استعدادهایی همچون دانشجویان با تحصیلات عالی که تا حدودی سرمایه خلاق آتی هستند؛ و با ارائه یک فرهنگ و سبک زندگی مطلوب سرمایه خلاق؛ با القا احساس و امکان پیشرفت؛ و داشتن یک جو بین‌المللی در کنار رفع کاستی و موانع (اقتصادی، فرهنگی، مدیریتی و...) نسبت با سایر نقاط سرزمین می‌تواند برای سرمایه خلاق جذاب بوده و تصمیمات مکانی او برای کار و زندگی در یک شهر را تحت تأثیر قرار دهد. اما این پایان کار برای کلانشهر تهران نیست و به معنای آن نیست که تهران نیازی ندارد جایگاه خود را بهبود بخشد؛ بلکه کاملاً برعکس. با اینکه در سطح ملی جریان طبقه خلاق به سمت تهران است؛ ولی در یک مقیاس بین‌المللی تهران به شدت سرمایه خلاق خود را از دست می‌دهد و این نشان می‌دهد برتری تهران در شاخص‌های شهر خلاق و عوامل موثر بر جذب

طبقه خلاق نسبی است و در یک مقیاس بین‌المللی و در مقایسه با سایر شهرهای جهانی از کمبودهای اساسی برخوردار است. در این زمینه می‌توان به تحقیق فتوحی‌مهربانی و همکاران (۲۰۲۱) اشاره کرد که در مقایسه تهران با شهرهای جهانی در زمینه شاخص‌های شهر خلاق به این نتیجه می‌رسند که تهران در جایگاه آخر قرار می‌گیرد و نیازمند بهبود شرایط خویش است.

یافته‌های این پژوهش سازوکاری که تصمیمات مکانی و مهاجرتی طبقه خلاق را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد، آشکار می‌سازد. با توجه به اینکه جریان طبقه خلاق کشور به سمت تهران است، یافته‌های پژوهش زمینه را برای سیاست چرخش نخبگان فراهم می‌کند چرا که سایر نقاط سرزمین با در نظر گرفتن این موارد و تقویت خود در آن زمینه‌ها می‌توانند طبقه خلاق و نخبگان مهاجرت کرده را به بستر خود بازگردانند و زمینه را برای ظهور بروز قابلیت‌ها و توانمندی‌های آنها فراهم آورند.

تقدیر و تشکر

این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول مقاله در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری است که در دانشکده جغرافیا دانشگاه تهران به انجام رسیده است. نویسندگان مقاله، از نظرات ارزشمند داوران رساله و نیز داوران ناشناس مقاله حاضر سپاسگزاری می‌نمایند.

منابع

پاتنام، رابرت (۱۴۰۰). *بولینگ به تنهایی: فروپاشی و بازسازی روابط همبسته در آمریکا*. (ترجمه قربان عباسی). تهران: نشر مساله: مؤسسه مطالعات راهبردی جهان‌پژوه.

تنها، فاطمه؛ ربیعی، حمید؛ محمودیان، حسین. (۱۴۰۱). تأثیر مهاجرت داخلی بر تغییرات نسبت جنسی شهرستان‌های ایران در دوره ۱۳۹۵-۱۳۹۰؛ کاربرد رگرسیون وزن‌دار جغرافیایی، *نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران*، ۱۷ (۳۴)، ۲۰۷-۲۴۰. <https://doi.org/10.22034/jpai.2023.1989119>

داودی، محمود؛ نظری، فرهاد؛ جعفری‌مهرآبادی، مریم. (۱۴۰۱). ترجیحات سکونتی طبقه خلاق شهر رشت و عوامل مؤثر بر آن. *مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی*. ۳ (۳). ۶۳-۵۱.

<https://doi.org/10.22124/gscjaj.2022.20759.1115>

سعیدی، مینا، و ندائی طوسی، سحر. (۱۴۰۰). ترجیحات فضایی طبقه خلاق به‌مثابه پیشران توسعه کلانشهرها؛ موردپژوهی کلانشهر تهران. *جغرافیای اجتماعی شهری*. ۱(۱)، ۲۲۰-۱۹۳.

<https://doi.org/10.22103/IUSG.2021.2039>

فتوحی‌مهربانی، باقر. (۱۴۰۱). تبیین الگوی زیست‌بوم خلاق شهری در کلانشهرهای ایران. رساله دکتری در جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران.

فتوحی‌مهربانی، باقر، زیاری، کرامت‌اله؛ پوراحمد، احمد؛ زنگنه‌شهرکی، سعید. (۱۴۰۱). تبیین توزیع فضایی سرمایه خلاق به‌عنوان پیشران رشد اقتصادی کلانشهرهای ایران. *اقتصاد و برنامه‌ریزی شهری*. ۳(۳). ۵۱-۳۷.

<https://doi.org/10.22034/uep.2022.344994.1241>

فتوحی‌مهربانی، باقر؛ رجایی، سیدعباس. (۱۳۹۷). تحلیل الگوهای فضایی- مکانی طبقه خلاق در شهرستان‌های ایران. *فصلنامه مطالعات راهبردی*. ۲۱(۸۱). ۳۲-۷.

<https://dori.net/dor/20.1001.1.17350727.1397.21.81.1.2>

فلوریدا، ریچارد. (۲۰۱۹). *ظهور طبقه خلاق (بازبینی شده)*، ترجمه حاتمی‌نژاد، حسین؛ حاجیان، محمد؛ فتوحی‌مهربانی، باقر. (۱۳۹۹). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

محمدپور، احمد. (۱۳۹۸). *ضد روش، زمینه‌های فلسفی و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی*. ویراست دوم. قم: انتشارات لوگوس.

Batabyal, A. A., Kourtit, K., & Nijkamp, P. (2019). Using local public goods to attract and retain the creative class: A tale of two cities. *Regional Science Policy & Practice*, 11(3), 571-581. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12214>

Batabyal, A.A., Yoo, S.J. (2022). When Is Competition Between Cities for Members of the Creative Class Efficient?. In: Kawano, M., Kourtit, K., Nijkamp, P., Higano, Y. (eds) *Theory and History in Regional Perspective. New Frontiers in Regional Science: Asian Perspectives*, vol 56. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-6695-7_2

Boschma, R. A., & Fritsch, M. (2009). Creative class and regional growth: Empirical evidence from seven European countries. *Economic Geography*, 85(4), 391-423. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2009.01048.x>

Buettner, T., & Janeba, E. (2016). City competition for the creative class. *Journal of Cultural Economics*, 40(4), 413-451. <https://doi.org/10.1007/s10824-015-9258-1>

- Castles, S. (2012). Understanding the relationship between methodology and methods. In C. Vargas-Silva (Ed.), *Handbook of research methods in migration* (pp. 7–25). Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781781005231.00007>
- Clark, T. N., Lloyd, R., Wong, K. K., & Jain, P. (2002). Amenities drive urban growth. *Journal of Urban Affairs*, 24(5), 493–515. <https://doi.org/10.1111/1467-9906.00134>
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class. And how it's transforming work, leisure and everyday life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. Routledge.
- Florida, R. (2014). The Creative Class and Economic Development. *Economic Development Quarterly*, 28(3), 196–205. <https://doi.org/10.1177/0891242414541693>
- Florida, R., Mellander, C., & Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional development—human capital, the creative class and tolerance. *Journal of Economic Geography*, 8(5), 615–649. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbn023>
- Fotuhi Mehrabani, B., Shahraki, S.Z., Hosseini, S.A., Ahmadifard, N., Hosseini, S. M., & Yari Hesar, A. (2022). How Creative is Tehran? An International and National Benchmarking Analysis. *Social Indicators Research*, 162, 33–69. <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02814-4>
- Glaeser, E. L., Kolko, J., & Saiz, A. (2001). Consumer city. *Journal of Economic Geography*, 1(1), 27–50. <https://doi.org/10.1093/jeg/1.1.27>
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105–112. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2003.10.001>
- Hickey, G., & Kipping, C. (1996). A multi-stage approach to the coding of data from open-ended questions. *Nurse Researcher*, 4(1), 81–91. <https://doi.org/10.7748/nr.4.1.81.s9>
- ILO (2012), *International Standard Classification of Occupation: ISCO-08*/ International Labour Office: Geneva. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_172572.pdf
- Kvashnin, Y.D. (2022) European Urban Strategies for Attracting Highly Skilled Migrants. *Herald of the Russian Academy of Sciences*, 92(2), S113-8. <https://doi.org/10.1134/S1019331622080068>
- Marlet, G. A., & Van Woerkens, C. (2004). Skills and Creativity in a Cross-section of Dutch

Cities. Discussion Paper Series/Tjalling C. Koopmans Research Institute (Vol. 4). UU USE Tjalling C. Koopmans Research Institute.

Potter, W. J., & Levine-Donnerstein, D. (1999). Rethinking validity and reliability in content analysis. *Journal of Applied Communication Research*, 27(3), 258–284.
<https://doi.org/10.1080/00909889909365539>

Shapiro, J. M. (2006). Smart cities: Quality of life, productivity, and the growth effects of human capital. *The Review of Economics and Statistics*, 88(2), 324–335.
<https://doi.org/10.1162/rest.88.2.324>

Vossen, D., Sternberg, R., & Alfken, C. (2019). Internal migration of the 'creative class' in Germany. *Regional Studies*, 53(10), 1359–1370.
<https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1566699>

