



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İletişim Bilimleri Bölümü

İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı

**ÇİN HALK CUMHURİYETİ VE TÜRKİYE  
CUMHURİYETİ'NDE YARATICI ENDÜSTRİLER:  
BEIJING VE ANKARA'DA YARATICI ENDÜSTRİLERİN  
KARŞILAŞTIRILMASI**

Rukeyamu JILILI

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2019



**ÇİN HALK CUMHURİYETİ VE TÜRKİYE  
CUMHURİYETİ'NDE YARATICI ENDÜSTRİLER:  
BEIJING VE ANKARA'DA YARATICI ENDÜSTRİLERİN  
KARŞILAŞTIRILMASI**

Rukeyamu JILILI

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İletişim Bilimleri Bölümü  
İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2019

## TEŞEKKÜR

Tez konusunun belirlenmesinde ve tezin yürütülmesinde yardımlarını esirgemeyen, akademik açıdan bilgiler, yöntemler, tavsiyeler ve kaynaklar sunan ve bu çalışmanın ortaya çıkması için kıymetli vakti ile çabalarını sarf etmesi ve yaptığı katkılardan dolayı tez danışmanım sayın Doç. Dr. Ahmet Serhat KAYMAS'a saygılarımı sunarım. Çalışmamın gerçekleşmesi için bana desteklerini esirgemeyen öncelikli olarak annem Amina, ağabeyim Abdusalam, kardeşim Aybelik'e ve sonrasında yakın arkadaşlarıma da teşekkür ederim. Tez çalışmasının yürütülmesinde, çeviri, yazılım hatalarını düzeltme ve kaynak bulma konularında yardımda bulunan, her zaman destek olan arkadaşım Remzi AKPULAT'a çok müteşekkirim. Araştırma sırasında bana yön gösteren, uzaktan yardımlarını esirgemeyen Çin Müzik Konservatuarı Doç. Dr. Si SI'ye de teşekkür ederim. Tez savunmamdaki katkıları, verdikleri tavsiyeleri ve ayırdıkları kıymetli de değerli zamanlarından saygıdeğer jüri üyelerine de şükranlarımı sunarım. Tüm bu iki yıl içerisinde akademik açıdan gelişmeme yardımda bulunan Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünü İletişim Bilimleri Bölümü dekanı sayın Prof. Dr. Mutlu BİNARK başta olmak üzere bölümdeki hocalarıma ve Hacettepe Üniversitesinde derslerine katılma şerefinde bulunduğum tüm hocalarıma sonsuz şükranlarımı sunarım. Bana bu iki yıl içerisinde destek olan, benim ile tecrübelerini paylaşan tüm arkadaşlarıma da teşekkür ederim.

## ÖZET

Rukeyamu JILILI. *Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti'nde Yaratıcı Endüstriler: Beijing ve Ankara'da Yaratıcı Endüstrilerin Karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi.* Ankara, 2019.

20.Yüzyılın sonlarından itibaren dünya ekonomisi bir değişim süreci içindedir. Bu değişim sürecinde, kültür ve bilginin metalaşması gerçekleşmeye başlamış, fikri mülkiyetin sermaye olduğu alanlar hızla gelişmeye başlamıştır. Kültür ve yaratıcı endüstrileri, hızla gelişmekte olan bu alanlardan çoğunu kapsamaktadır. Söz konusu endüstriler gelişmekte olan ülkelerde refah ve istihdam kaynağı olarak görülmektedir. Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti gelişmekte olan ülkeler olarak kültür ve yaratıcı endüstrilerinde hızlı büyüme gösteren, dünya ekonomisinde önemli yere sahip olan ülkedir. Çin Halk Cumhuriyeti yıllardır küresel olarak bu alanda ihracat gerçekleştiren 1. ülke olup 2000li yılların başlarından itibaren “Bilimsel kalkınma”yı gerçekleştirmek için ağır sanayi yerine çevreyi kirletmeyen, yüksek gelir getiren, ülkenin yumuşak gücünü artıran kültür endüstrilerini tercih etmiştir. Özellikle devlet söz konusu endüstrilerin geliştirilmesi için türlü mali ve politika desteklerinde bulunmuştur. Akademik alanda kültür ve yaratıcı endüstrilerine dahil edilen birçok alanla ilgili bölümlerde söz konusu endüstrilerle ilgili çeşitli konularda çalışmalar gerçekleştirmiştir. Devlet ve özel sektörün propaganda hizmetlerinin sayesinde halkın bilinci artmıştır. Günümüzde, Beijing, Shanghai, Shenzhen gibi büyük kentlerde söz konusu endüstrilerin yerel ekonomiye katkısı büyüktür ve büyümeye devam etmektedir. Avrupa ve Asya arasındaki köprü olan, tarihten bu yana en gelişmiş medeniyetlerine ev sahipliği yapan, en zengin kültürel miraslara sahip ülkelerden biri olan Türkiye Cumhuriyeti global Yaratıcı ekonomide ilk 20 sırada yer almakla birlikte, kültür ve yaratıcı endüstrilerde büyük potansiyele sahiptir. Ancak Türkiye’de ister akademide ister özel ticari alanda, isterse politika düzeyinde söz konusu endüstrilere karşı duyulan ilgi son yıllarda anca artmaya başlamıştır. Türkiye Cumhuriyeti genelinde kültür ve yaratıcı endüstrileri üzerine gerçekleştirilen çalışmalar da çoğunlukla İstanbul iline yoğunlaşmış ve ülkeler arası karşılaştırmalı analiz henüz yapılmamıştır. Dolayısıyla, çalışma Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti’nin kültür ve yaratıcı endüstrilerinde yürütülmüş ve yürütülmekte

olan politika ve stratejilerini karşılaştırarak özellikle Türkiye Cumhuriyeti'nin söz konusu endüstrilerindeki eksiklikleri ortaya çıkarmayı ve ileride yapılacak olan çalışmalar için referans temin etmeyi hedeflemektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Yaratıcı Ekonomi, Kültürel Endüstriler, Kültür ve Yaratıcı Endüstriler, Çin Halk Cumhuriyeti, Türkiye Cumhuriyeti, Politika.

## ABSTRACT

Rukeyamu JILILI. *Creative Industries in the People's Republic of China and the Republic of Turkey: Comparison of Creative Industries in Beijing and Ankara*. Master Thesis. Ankara, 2019.

Since the end of the 20th century, the world economy has been in a process of change: commodification of culture and knowledge began to take place, and areas where intellectual property was capital began to develop rapidly. The Culture and Creative Industries cover many of these areas. In developing countries, these industries are seen as a source of prosperity and employment. Turkey and China are high-growth emerging economies and have an important position in the global creative economy. China is globally the No.1 exporter of Creative goods for the last decade. In the beginning of 2000s, China has preferred cultural industries to achieve “scientific development” rather than the heavy industry, for the reasons that Cultural Industries cause less pollution to the environment, generate high income and increase the soft power. In particular, the government has provided financial and policy support for the development of these industries. There is studies on various subjects related to these industries. Thanks to the public and private sector’s propaganda services, public awareness has increased. Today, in cities such as Beijing, Shanghai and Shenzhen, these industries contribute to the local economy and continue to grow. Turkey, as a bridge between Europe and Asia, is one of the countries with the richest cultural heritage. Despite it has great potential in Cultural and Creative Industries, interest in these industries has only started to increase in recent years, whether in academia, private or public area and on the policy level. The studies have been carried out in these industries are mostly concentrated in Istanbul, and cross-country comparative analysis has not yet been conducted. Thus, the study aims to execute and compare the policies and strategies of two countries, especially to uncover deficiencies in Turkey's Cultural and Creative Industries and aims to provide a reference for future studies.

**Key Words:** Creative Economy, Cultural Industries, Culture and Creative Industries, China, Turkey, Politics.

## İÇİNDEKİLER

|   |     |
|---|-----|
| GİRİŞ .....   | 1   |
| ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ .....  | 6   |
| 1. BÖLÜM .....  | 9   |
| KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİN KÜRESEL GELİŞİMİ .....   | 9   |
| 1.1. KÜLTÜR VE KÜLTÜR ENDÜSTRİLERİ TANIMLARI VE KARŞILAŞTIRILMASI .....   | 9   |
| 1.2. YARATICILIK VE YARATICI ENDÜSTRİ EKONOMİSİ .....   | 15  |
| 1.3. KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİN SINIFLANDIRMASI .....   | 21  |
| 1.4. KÜRESELLEŞME .....   | 24  |
| 1.5. YARATICI KÜMELER .....   | 26  |
| 2. BÖLÜM: TÜRKİYE CUMHURİYETİ VE ÇİN HALK CUMHURİYETİ KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ .....   | 31  |
| 2.1. TÜRKİYE CUMHURİYETİ KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ TANIMI VE SINIFLANDIRMASI .....  | 33  |
| 2.3. TÜRKİYE CUMHURİYETİ VE ÇİN HALK CUMHURİYETİ KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ SINIFLANDIRMASINDAKİ FARKLAR .....                                 | 40  |
| 2.4. TÜRKİYE CUMHURİYETİ VE ÇİN HALK CUMHURİYETİNİN KÜLTÜREL ALANINDAKİ BAZI VERİLER ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMA .....                      | 42  |
| 2.5. TÜRKİYE CUMHURİYETİ VE ÇİN HALK CUMHURİYETİ KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ ULUSAL POLİTİKALARI .....                            | 48  |
| 2.5.1. Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ve Yaratıcı Endüstrileri Politikaları .....   | 50  |
| 2.5.2. Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Ulusal Politikalar .....  | 62  |
| 2.6. TÜRKİYE CUMHURİYETİ VE ÇİN HALK CUMHURİYETİ KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ ULUSAL POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ ..... | 71  |
| 3. BÖLÜM: BEIJING VE ANKARA KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ .....   | 86  |
| 3.1. ANKARA VE BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ TANIMI .....   | 87  |
| 3.2. ANKARA VE BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ SINIFLANDIRMASI .....  | 88  |
| 3.3. BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ YEREL POLİTİKALARI .....   | 91  |
| 3.4. BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİN GELİŞİMİ .....  | 99  |
| 3.5. ANKARA KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ YEREL POLİTİKALARI .....  | 104 |



|   |     |
|---|-----|
| 3.6. ANKARA KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ GELİŞİMİ .....                              | 109 |
| 3.7. ANKARA VE BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ<br>KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ ..... | 112 |
| 3.8. ANKARA VE BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİNDE<br>MEVCUT OLAN SORUNLAR ..... | 115 |
| 3.8.1. Beijing Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Alanında Mevcut Olan Sorunlar ....       | 115 |
| SONUÇ .....   | 123 |
| KAYNAKÇA .....  | 135 |
| EKLER .....   | 150 |

## KISALTMALAR DİZİNİ

|         |   |
|---------|---|
| AA      | : Anadolu Ajansı  |
| AB      | : Avrupa Birliği  |
| ABD     | : Amerika Birleşik Devletleri   |
| AKP     | : Adalet ve Kalkınma Partisi  |
| BİT     | : Bilgi ve İletişim Teknolojileri   |
| BT      | : Bilişim Teknolojileri   |
| BYKP    | : Beş Yıllık Kalkınma Planı   |
| CCTV    | : Çin Merkez Televizyonu (China Central Television)   |
| CHP     | : Cumhuriyet Halk Partisi   |
| DCMS    | : Kültür Medya ve Spor Bakanlığı (Department of Culture, Media and Sport)   |
| DTÖ     | : Dünya Ticaret Örgütü  |
| GSYİH   | : Gayrisafi Yurt İçi Hasıla   |
| KOBİ    | : Küçük ve Orta Boy İşletme   |
| KUAR    | : Koç Üniversitesi Yaratıcı Endüstriler Uygulama ve Araştırma Merkezi   |
| MOM     | : Media Ownership Monitor   |
| NACE    | : Avrupa Topluluğu'nda Yürütülen Ekonomik Etkinliklerin İstatistikî Sınıflandırması                                     |
| SGK     | : Sosyal Güvenlik Kurumu  |
| TAVAK   | : Türkiye Cumhuriyeti-Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı  |
| TDK     | : Türk Dil Kurumu'nun   |
| TOBB    | : Türkiye Cumhuriyeti Odalar ve Borsalar Birliği  |
| TRIPS   | : Fikri Mülkiyet Haklarının Ticarete İlişkin Yönleri Anlaşması (Trade-Related Aspects of IntellectualProperty Rights)   |
| TRT     | : Türkiye Cumhuriyeti Radyo Televizyon Kurumu   |
| TTK     | : Türk Tarih Kurumu   |
| TÜBİSAD | : Türkiye Cumhuriyeti Bilişim Sanayiciler Derneği   |
| TÜİK    | : Türkiye Cumhuriyeti İstatistik Kurumu   |
| TÜSAK   | : Türkiye Cumhuriyeti Sanat Kurumu  |
| UNESCO  | : Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Konseyi (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) |

- UNCTAD : Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Kongresi (United Nations Conference on Trade and Development)
- WCT : WIPO Telif Hakları Anlaşması
- WIPO : Dünya Fikrî Mülkiyet Örgütü (World Intellectual Property Organization)
- YEKON : Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği
- YÖK : Yükseköğretim Kurulu

## TABLOLAR DİZİNİ

|  |     |
|--|-----|
| Tablo 1: Farklı Modellerden Kaynaklanan Kültür ve Yaratıcı Endüstrilerin Sınıflandırılma sistemi.....  | 23  |
| Tablo 2: Ulusal Kültür ve İlgili Endüstriler Sınıflandırması (2018) .....  | 37  |
| Tablo 3: DCMS Yaratıcı Endüstrileri Sınıflandırması.....   | 39  |
| Tablo 4: Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ekonomisi Sınıflandırması ve Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal Kültür ve İlgili Endüstriler Sınıflandırmasındaki farklar.....              | 41  |
| Tablo 5: Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin 2010 ve 2014 yılları arası Yaratıcı Endüstrileri gerçekleştirdiği ticaretin büyüklüğü (Milyon dolar) .....      | 42  |
| Tablo 6: Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin Kültürel Alandaki İstihdam Sayısı (Bin kişi) ve Toplam İstihdamdaki Payı (%) .....                              | 45  |
| Tablo 7: Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti Kültürel Kurumlar Sayısının Ulusal İstatistikler Üzerinde Karşılaştırması.....                                      | 46  |
| Tablo 8: Sinema Salonu Koltuk Sayısı, Gösteri Sayısı ve Seyirci Sayısı (2013-2017). .....  | 48  |
| Tablo 9: Tiyatro ve Opera Salonu Koltuk Sayısı, Gösteri ve Seyirci Sayısı (2013-2017) .....  | 48  |
| Tablo 10: Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Ulusal Politikalarının karşılaştırılması.....                                      | 73  |
| Tablo 11: Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Ulusal Politikalarının odak noktasının değişimi ve alana göre karşılaştırması..... | 75  |
| Tablo 12: Beijing Şehri Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Sınıflandırması.....   | 90  |
| Tablo 13: 2006-2017 Beijing Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Gelişim Durumu.....  | 100 |
| Tablo 14: Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Alt Grupların Beijing Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Ekonomisine Katkısı.....   | 101 |
| Tablo 15: 2009 Yılı Ankara'daki Kültür ve Yaratıcı Endüstrilerin Büyüklüğü.....  | 111 |
| Tablo 16: Ankara ve Beijing şehrinin Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri yerel politikalarının karşılaştırılması.....  | 114 |

## ŞEKİLLER DİZİNİ

|   |    |
|---|----|
| Şekil 1: Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Sınıflandırması..... | 22 |
| Şekil 2: Endüstrinin ‘Diamond’ Modeli.....                    | 27 |
| Şekil 3: Kültür Ekonomisi Sınıflandırması.....                | 35 |

## GRAFİKLER DİZİNİ

|  |    |
|--|----|
| Grafik 1: Türkiye Cumhuriyeti Yaratıcı Endüstrileri gerçekleştirdiği ticaretin büyüklüğü.....  | 43 |
| Grafik 2: Çin Halk Cumhuriyeti Yaratıcı Endüstrileri gerçekleştirdiği ticaretin büyüklüğü..... | 43 |
| Grafik 3: Hizmet ve sanayi Sektörünün Ülkeler Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'sındaki Payı.....      | 50 |

## EKLAR DİZİNİ

|  |     |
|--|-----|
| Ek 1: Yüksek Öğretim Kurulunda kaydedilen 1998-2019 yılları arası Türkiye'de gerçekleştirilen kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstrilerle ilgili çalışmalar..... | 153 |
| Ek 2: Yaratıcı Ürünler: Dünya Çapında İlk 20 İhracatçı Ülke, 2002 ve 2008.....   | 157 |
| Ek 3: Beijing, Shanghai, Hong Kong Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Sınıflandırması.....  | 158 |
| Ek 4: NACE Rev 2. Kültür Ekonomisi Sınıflandırması.....  | 159 |
| Ek 5: Türkiye Cumhuriyeti'nin uluslararası yaratıcı ekonomisindeki yeri.....   | 161 |
| Ek 6: Beijing'deki Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Gelişiminin Desteklenmesi Üzerinde Çeşitli Politikaların Özeti.....   | 162 |
| Ek 7: Beijing Şehrinin Tanımlamış Olduğu Kültür ve Yaratıcı Kümelerin Coğrafi Dağılımı.....  | 164 |
| Beijing Şehrinin Kültür ve Yaratıcı Kümelerinin Bölgelere Göre Dağılımı.....   | 166 |
| Ek 8: Ankara'daki Teknokent / Teknoparkların Coğrafi Dağılımı.....   | 167 |
| Ankara'daki Teknokent / Teknoparkların Bölgelere Göre Dağılımı.....  | 168 |

## GİRİŞ

Ülkelerin yeni refah ve istihdam kaynakları olarak, 1990'lı yılların sonundan itibaren, giderek genişleyen bir araştırma ve politika alanı olan “Kültür ve Yaratıcı Endüstriler” (Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri) bu tez içerisinde Çin Halk Cumhuriyeti (Çin Halk Cumhuriyeti) ve Türkiye Cumhuriyeti özelinde karşılaştırmalı bir analiz üzerinden değerlendirilmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti'nden Beijing ve Türkiye Cumhuriyeti'nden Ankara şehirleri, çalışma içerisinde araştırma uzamı olarak seçilmiştir.

Çalışma kapsamında her iki ülkenin kültür ekonomisi, yaratıcı ekonomisi incelenecek ve aynı zamanda bu ekonomilere büyük etki sağlayan alan politikaları, ileride de ayrıntılı olarak açıklanacağı üzere, karşılaştırmalı olarak ele alınacaktır. Lange (1966: 9) ekonomi politik, ekonomik sürecin çeşitli unsurları arasındaki boyuna tekrarlanan ilişkileri meydana getiren ekonomik kanunlarla ilgili olduğu kadar ekonomik yapıyı meydana getiren müdahale biçimleri ile de ilgili olduğu söyler. Bu açıdan Lange'e göre ekonomi politik bir “teorik bilimdir”. Bu çalışma içerisinde söz konusu teorik bilim, ülkelerin sürdürülebilir kalkınma modelleri içerisinde yalnızca ekonomik ilişkiler bağlamında değil bununla birlikte ekonomik ilişkilerin belirlediği sosyal ilişkiler temelinde de ele alınmaktadır.

Kültür ve Yaratıcı Endüstriler 1990'lı yılların sonunda, kapitalizmin post Fordist uğrağında, öncelikle İngiltere ve Avustralya olmak üzere yeni bir kültür politika deneyimleri ekseninde gündeme getirilmiştir. Ülkelere kazandırdığı yüksek ekonomik ve toplumsal değer söz konusu endüstrilerin ulusal ekonomi ve politikalarda daha da önem kazanmasını, uluslararası düzeyde ilgi çekmesini sağlamıştır. Hesmondhalgh'nin (2013: 2) ileri sürdüğü gibi, “büyük ölçüde değişen kültür endüstrileri politikaları global düzeyde yürütülmekle birlikte kentsel ekonomiyi yeniden canlandırma ve diğer şehirlere ve bölgelere karşı rekabet avantajı sağlama aracı olarak kültür endüstrileri yerel ve toplumsal politikalarda giderek önem kazanmaktadır”. Ancak, kültür ve yaratıcı endüstrileri ekonomi politiği farklı ülke ve bölgelerde söz konusu endüstrilerin tanımı ve sınıflandırması, sosyal sistem, gelişim durumundaki farklılıklara göre farklı şekilde uygulanmakta, dolayısıyla elde edilen neticeler de değişkenlik göstermektedir. Örneğin,

Wang'ın (2017, s.4) çalışmasında ileri sürdüğü gibi, Birleşik Krallığın kültür politikalarını analiz ederken, siyasi iktidar kontrolü ve sansür araştırmacıları ilgilendiren konular sıralamasında yer edinemez. Ama Çin Halk Cumhuriyeti ise “bir otoriter tek parti devleti” olduğundan dolayı, politikalarda her ne kadar ticari kari vurgulamakta olsa da kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları üzerinde ciddi bir biçimde devlet kontrolü mevcuttur (Wang, 2017, s.4). Dahası, kültür ve yaratıcı endüstrileri ekonomi politiği gelişmiş ülkelerde daha da gelişmiş, gelişmekte olan ülkeler içerisinde ise Kore, Singapur ve Çin (Fikri vd, 2017) gibi Asya ülkeleri hızla gelişmekte olan başlıca ülkelerdir. Gelişmiş ülkelerde, kültür ve yaratıcı endüstrileri ekonomi politiği ülkenin ekonomisini yükseltme ve yenilik yaratma amacıyla düzenlenirken gelişmekte olan ülkelerde ise yeni bilginin üretilmesinden ziyade, kültürel ürünlerin üretim maliyetlerinde karşılaştırmalı üstünlüklerinin kullanılmasına öncelik verme eğilimindedirler (Evans, 2009).

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Kongresi (UNCTAD) tarafından “gelişmekte olan ülkeler” olarak değerlendirilen Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti, çalışmanın ilerleyen kısımlarında değerlendirileceği üzere, kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında önemli bir varlık gösterdiği açık bir biçimde görülmektedir. Örneğin, UNCTAD (2010: 132) verilerine göre 2008 yılında Türkiye Cumhuriyeti küresel olarak bu alanda ihracat gerçekleştiren 16. ülkedir, Çin Halk Cumhuriyeti ise 1. ülkedir (Ek 2). 2011 yılı için Türkiye Cumhuriyeti'nde yaratıcı endüstrilerde istihdam edilen kişi sayısı 191.634 olup İstanbul ve Ankara illerindeki toplam yaratıcı istihdam (122.495) Türkiye Cumhuriyeti'nin ilgili endüstrilerdeki toplam iş gücünün (191.634) yaklaşık olarak %64'üne denk düşmektedir (Lazzeretti, Capone, Seçilmiş, 2014). Yine 2013 yılında, Beijing ilinde kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında istihdam eden kişi sayısı 1 milyon 409 bin'e ulaşmış, “2013 yılında Beijing'de 108, Shanghai'de 107 yaratıcı endüstriler kümesi bulunmaktadır” (Si, 2016, s.420). 2012-2013 yılında dünya çerçevesinde bulunan yaratıcı endüstriler küme sayısı 2161 olup (Si., 2016, s.420), Beijing ve Shanghai'deki toplam yaratıcı endüstriler küme sayısı bütün dünyadaki küme sayısının yaklaşık %1'ini oluşturmaktadır.

Kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları eliyle, Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti gibi gelişmekte olan ülkelerin küresel kültürel akış içerisinde daha geniş bir

yer edinmesi olanaklı hale gelmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti'nde, kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında yürütülmekte olan politikalar söz konusu alanın gelişimini sürükleyen en önemli unsurdur. Çin Halk Cumhuriyeti'nin modernleşme sürecinin bir önemli özelliği ve yaratıcı endüstrilerinin başarısı, ticaret, kültür, bilim ve teknoloji, enformasyon ve eğitim bakanlarının uyumlu bir şekilde çalışmasını sağlayan disiplinler arası politikalardan kaynaklanmakta (UNCTAD, 2010, s.47). Ancak Türkiye Cumhuriyeti'nde hem kültür endüstrilerini hem de yaratıcı endüstrilerin tamamını kapsayan sistematik politika sistemi henüz mevcut değildir. Buna rağmen, söz konusu alanda uluslararası düzeyde iyi performans sergilemekte olan Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti'nde, alanın ekonomi politiği alan araştırmasında merkezi yer edinmektedir. Bununla birlikte, öncelikle siyasa ve akademik ilgi düzeyinde olmak üzere her iki ülkenin de özellikle egemen siyasa ve akademik ilgi düzeyinde eleştiriye açık boyutlarının olması, bu tez çalışmasının gerçekleştirilmesi için önemli bir cesaret vermektedir. Gerçekten de her iki ülkenin kültür ve yaratıcı endüstrilerinin örnek şehirler özelinde karşılaştırmalı olarak ele alınması özellikle de Türkiye Cumhuriyeti'nde ilk kez gerçekleştirilmektedir<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Yüksek Öğretim Kurulu "Ulusal Çalışma Merkezi'nde" (2020) gerçekleştirilen alan araştırması kapsamında 1998 ve 2020 yılları arasında, Kültür endüstrisi, Yaratıcı Endüstriler ve yaratıcı sınıf üzerinde yapılan 76 adet çalışma bulunmakta (Ek 1), ancak bu çalışmanın yapmayı amaçladığı üzere karşılaştırmalı bir analizi bulunmamaktadır.



## ÇALIŞMANIN AMACI VE KONUSU

Kültür ve Yaratıcı Endüstriler bağlamında kültürün ekonomi ile ilişkilendirilmesi birçok araştırmacı tarafından bir “miyoği” olarak değerlendirilmektedir (Kaymas, 2019). Buna rağmen, günümüzde endüstrileşen kültür ekonomiden bağımsız düşünülmesinin aksine bu iki unsur birbirinin gelişimini teşvik etmektedir. Kültürel ürünler ülkelerin kültür aracılığı ile ekonomik gelir elde etmesini sağlamakla birlikte ülkelerin kültürel varlığını dünyaya tanıtmaktadır. Bu sayede, ülkeye gelen turist sayısı artmaktadır. Turist sayısındaki artış, ülkenin turizm alanındaki gelirinin artması ve ülke kültürünün turistler ve sosyal medya aracılığı ile daha geniş kitleye yayılması ve tanınmasını sağlamaktadır. Kültür aynı zamanda yaratıcı ürünlerin tasarım ve üretim sürecinde bir ilham kaynağıdır ve yaratıcılığı teşvik ederek yeni yaratıcı ürünlerin üretilmesine yardımcı bulunur. Dolayısıyla, kültür ve yaratıcı endüstrileri kültürün, yaratıcılığın ve ekonominin birleştiği bir alandır. Söz konusu endüstriler ülkelerde ekonomi politikaları eliyle geliştirilmektedir. Özellikle global yaratıcı ekonomide büyük bir yer edinen Çin Halk Cumhuriyeti’nde, 2000li yılların başlarından itibaren politika gündemine dahil edilen kültür ve yaratıcı endüstrileri başlangıçtan beri en çok devlet tarafından çeşitli yönlerde desteklenmektedir. Türkiye Cumhuriyeti’nde ise günümüze değin kültür ve yaratıcı endüstrilerine özel sistematik bir politika sistemi oluşmamış olsa da ülkenin Beş Yıllık Kalkınma Planları ve/veya ilgili alanların geliştirme politikaları belli ölçüde kültür ve yaratıcı endüstrileri gelişimini teşvik etmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti olmak üzere bu iki ülkenin kültür ve yaratıcı endüstrileri gelişim seviyesinin ülkelerin ulusal ve yerel politikaları ile doğrudan bağlantılı olduğu açıktır. Dolayısı ile iki ülkenin kültür ve yaratıcı endüstrilerinin istatistiksel veri ve politikaları üzerine yapılacak olan karşılaştırmalı analiz özellikle Türkiye Cumhuriyeti kültür ve yaratıcı endüstrilerindeki potansiyeli, geliştirilmesi gereken yönlerini ortaya çıkarma bakımından önem taşımaktadır.

Bu çalışma içerisinde, Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti’nin kültür ve yaratıcı endüstrileri Beijing ve Ankara Örneğinde karşılaştırmalı olarak değerlendirilirken, tartışma alanı aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

Ulusal politikalar düzeyindeki karşılaştırma, Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kültür ve yaratıcı endüstrilerin global ve ulusal ekonomideki payı, aynı zamanda söz konusu endüstrilerin ulusal politikalarını içermektedir. Bu doğrultuda, Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Kongresi (UNCTAD) ve Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) verileri ile her iki ülkenin şehirlerindeki kültür ve yaratıcı endüstrilerinin temel nitelikleri ele alınmaktadır. Bu kısım içerisinde kültür ve yaratıcı endüstrilerin küreselleşmesi ve uluslararasılaşması diğer ülke örneklerinde de değerlendirilmektedir. Çalışma içerisinde kültür ve yaratıcı endüstrilerinin bölgesel gelişim ile olan etkileşimi ve her iki ülkenin şehirlerinde kültür ve yaratıcı endüstrilerin varlığı karşılaştırmalı olarak sürdürülebilir kalkınma modelleri içerisinde değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, kültür ve yaratıcı endüstrilerin kümeleşmesi yerel düzeyde ele alınmaktadır. Karşılaştırmalı analizler ile her iki ülkenin politikalarındaki benzeyen ya da farklılaşan konuların, öne çıkartılan ya da ikincil kılınan gelişme alanlarının farklılığı çalışma içerisinde karşılaştırmalı olarak yer almaktadır. Ülkelerin alan politikaları gündemi en fazla istihdam fırsatı ve ekonomik değer yaratan ve ülkelerin dünya ekonomisindeki yerini yükseltmesine katkıda bulunacak olan sektörlere odaklanmak üzere değiştirilmektedir. Bu doğrultuda, her iki ülkenin ulusal ve yerel politikaların odak noktasının değişimi ve bu politikaların ağırlık verdiği alanlara ne ölçüde katkı sağladığı analiz edilecektir.

## ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Çalışma içerisinde literatür taraması yapılmış ve egemen siyasa ile ulus üstü düzenleyici otoritelerin (UNCTAD, UNESCO ve AB gibi) alandaki politikaları ele alınmıştır. Kültür endüstrisi, yaratıcı endüstri, kültür ve yaratıcı endüstrilerin ortaya çıkış tarihi ve dünya çapındaki gelişim durumu ile ilgili olarak alan yazın taraması gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda; Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti olmak üzere iki ülkenin söz konusu endüstrileri üzerine yapılan araştırmalar incelenmiştir.

İstatistiki veriler ise; UNCTAD kültür ve yaratıcı endüstrileri raporlarından alınmıştır. Türkiye Cumhuriyeti'ndeki ulusal veriler Türkiye Cumhuriyeti İstatistik Kurumu (TÜİK), Türkiye Cumhuriyeti Bilişim Sanayiciler Derneği (TÜBİSAD), Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), Türkiye Cumhuriyeti Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği (YEKON) vb raporlarından yararlanılmıştır. Çin Halk Cumhuriyeti için ise Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Bürosu, Çin Halk Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı, Çin Halk Cumhuriyeti Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığı, Çin Halk Cumhuriyeti Hong Kong Özel İdari Bölgesi Hükümeti Nüfus ve İstatistik Departmanı, Beijing Büyükşehir İstatistik Bürosu, Shanghai İstatistik Bürosu gibi devlet kurumlarının istatistik raporlarından yararlanmıştır.

Çalışma kapsamında her iki ülkenin kuruluş yılından bu yana kültür politikalarındaki değişiklikler kısaca analiz edilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti için Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planından (2014 yılı) bu yana, Çin Halk Cumhuriyeti için On İkinci Beş Yıllık Plan'dan (2011 yılı) bu yana yürütülen, odak noktasının gittikçe değiştiği ulusal politikalar ve beş yıllık planlar detaylı olarak incelenmiştir. Başkentler olan Ankara ve Beijing'in bölgesel beş yıllık planları, kültür ve yaratıcı endüstrileri alanına özgün strateji ve politikalar listelenmiş ve karşılaştırmalı analizi yapılmıştır.

Çalışma kapsamında, birinci bölümde çalışmanın temelini oluşturan kültür ve yaratıcı endüstrilerin tanımı ve farklı tanımların karşılaştırmaları, sınıflandırması, küreselleşme ve yaratıcı kümeler olmak üzere kültür ve yaratıcı endüstrileri ile ilgili temel konseptler

tanıtılmıştır. Bu bölümde yer alan konseptler ilerleyen bölümlerde yapılacak olan analizleri teorik açıdan destekleyecektir. İkinci bölümde, kültür ve coğrafya açısından birbirine uzak olan Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin kültür ve yaratıcı endüstrileri tanımı ve sınıflandırmaları, tanımı ve sınıflandırmalarındaki farklar ele alınmaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti 2000li yılların başlarından itibaren kültür ve yaratıcı endüstrileri ülkenin yeni ekonomik kaynağı, dünya ekonomisinde yer edinmenin bir aracı olarak görmüştür, dolayısıyla, Batı'nın oluşturduğu kültür ve yaratıcı endüstrileri tanımı ve sınıflandırmasından yararlanarak ve aynı zamanda Çin Halk Cumhuriyeti'nin sosyal, ekonomik ve kültürel yapısındaki özel durumları da göz önünde bulundurarak Batı'nın kültür ve yaratıcı endüstrileri tanımı ve sınıflandırmasından farklı olan sınıflandırmasını oluşturmuştur. Dolayısı ile bu bölümde, çoğunlukla Kültür Medya ve Spor Bakanlığının (DCMS'in) kültür ve yaratıcı endüstrileri sınıflandırmasını benimseyen Türkiye Cumhuriyeti ile Çin Halk Cumhuriyeti'nin kültür ve yaratıcı endüstrileri tanımı ve sınıflandırmasının karşılaştırılması önem taşımaktadır. İkinci bölümün ilerleyen kısmında, her iki ülkenin ulusal kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları ve politikalar üzerine analiz gerçekleştirilmektedir. Çalışmanın devamında yürürlüğe konulmuş ve hala yürütülmekte olan ulusal politikaların kültür ve yaratıcı endüstrilerinde ne gibi etki yarattığını anlamak için her iki ülkenin kültür ve yaratıcı endüstrilerinin boyutu ve ulusal ekonomideki payını gösteren istatistik veriler üzerine karşılaştırmalı analiz yapılmaktadır. Üçüncü bölümde ise üçüncü bölümü izleyerek Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin başkentleri olan Ankara ve Beijing kültür ve yaratıcı endüstrileri ele alınmaktadır. Bu bölümde, her iki kentin yaygın kullandığı kültür ve yaratıcı endüstrileri tanımı ve sınıflandırmaları sıralanmakta ve aralarındaki farklar da analiz edilmektedir. Ankara ve Beijing'e ait olan erişilebilir istatistik verilerle her iki kentin kültür ve yaratıcı endüstrileri büyüklüğü gösterilmekle birlikte karşılaştırılabilir veriler üzerine analiz yapılmaktadır. Ayrıca, Ankara ve Beijing'in kültür ve yaratıcı endüstrilerine etki yaratan yerel strateji ve politikalar, her iki kentin kendine özel yerel politikalarındaki farklar, odak noktaları ve değişimleri vb. üzerine karşılaştırmalı analizi yapılmaktadır. Beijing'in Çin Halk Cumhuriyeti şehirleri arasında kültür ve yaratıcı endüstrilerine en çok önem veren şehirlerden biri olarak ulusal kültür ve yaratıcı endüstrileri politikalarını temel alarak oluşturduğu yerel politikalarla kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirmesi ve söz konusu endüstrileri Beijing ekonomisinin önemli bir parçasına dönüştürmüş olması, Ankara'nın ise

Türkiye Cumhuriyeti'nin başkenti olmasına rağmen kültür ve yaratıcı endüstrilerinde geri kalmış olması iki kent üzerinde gerçekleştirilen karşılaştırmalı analizi anlamlı kılmaktadır. Son olarak Ankara ve Beijing kültür ve yaratıcı endüstrilerinde mevcut olan sorunlar iki ayrı alt bölümde listelenmektedir. Mevcut olan bu sorunlar her iki kentin kültür ve yaratıcı endüstrileri daha geliştirmesi ve söz konusu endüstrilerde sahip olduğu potansiyellerini açığa çıkarmasına engel olmaktadır. Dolayısı ile bu sorunlar için doğru çözümlerin üretilmesi gerekmektedir.

## 1. BÖLÜM

### KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİN KÜRESEL GELİŞİMİ

Kültür, teknolojik gelişim ve ekonomik faaliyetlerin birleşiminin ve iş birliğinin ürünü olan kültür ve yaratıcı endüstriler ekosistemi, geniş kapsama ve yüksek büyüme hızına sahip olmakla birlikte yerel ve global ekonomiye göz ardı edilemez katkılarda bulunmaktadır. Yaratıcılığı ve kültürü merkezine barındırarak sürekli olarak yeni ekonomik alan, yeni ürün ve istihdam yaratan söz konusu endüstriler halkın yaratıcı ve kültürel ürün tüketim taleplerini karşılamakla birlikte ülkelerin ekonomik kalkınma sürecine önemli katkılarda bulunma suretiyle ulusal ve yerel politikalarda nüfuzlu yer edinmektedir. Nüfuzlu uluslararası kuruluşların kültür ve yaratıcı endüstrileri tanımı, sınıflandırması ve ekonomi raporlarını yayınlamasının ardından daha da dikkat çekici konuma sahip olan kültür ve yaratıcı endüstrilerin yerel ekonomiye sağladığı katkı İngiltere, Amerika ve Japonya gibi gelişmiş ülkelerin bazı geleneksel endüstrilerinin sağladığı katkıyı aşmış olmakla birlikte ulusal ekonomideki payını gittikçe artırmaktadır. Ayrıca, kültür ekonomiyi etkilemekle birlikte, ekonomi de kültürü etkilemektedir: “kapitalist toplumlarda kültürün ticaret aracılığı ile geliştiğine ve ticaretin kültür tarafından teşvik edildiğine tanıklık ediyoruz” (Miège’den aktaran Loisa, 2003, s.159). Dolayısıyla, kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişim tarihi, kültür ekonomisi ve yaratıcı ekonomi ve ülkelerin alan politikalarının incelenmesi söz konusu endüstrilerin gelişimi dolayısıyla dünya ekonomisinin büyümesi açısından önem taşımaktadır.

#### 1.1. KÜLTÜR VE KÜLTÜR ENDÜSTRİLERİ TANIMLARI VE KARŞILAŞTIRILMASI

Raymond Williams (1983, s.90) kültürü şöyle açıklamaktadır: “genel olarak insanların, bir dönemin, bir grubun veya insanlığın olsun, belirli bir yaşam tarzını içerir”. Williams’ın kültür tanımı bazı araştırmacılar tarafından kültürün tanımını belirsizleştirdiği düşünüldüğünden dolayı eleştirilmiştir. Ancak, Jordi Pascual’a (2011,

s.23) göre kültür tanımlamak için fazlasıyla karmaşık bir kavram; kültür sanat ve kültürel mirasla ilgili bir dizi etkinlik, bir topluluğun yaşam tarzı ve dinamik bir kültürlenme süreci anlamlarına gelebilir. “Kültür; sosyal antropoloji, sosyal psikoloji, tarih, sosyoloji ve etnoloji gibi sosyal bilimlerin ortak olarak ele aldıkları bir konudur; bu bilimlerin her biri kültürü, kendilerini ilgilendiren yönleriyle ele almaktadırlar” (Arslanoğlu İ., 2000, s.2). Dolayısıyla, Alfred Kroeber ve Clyde Kluckhohn’ın (1952, s.39-79) kitabında özetlediği gibi, kültürün 161 farklı tanımı bulunmaktadır. Kitapta bu tanımları ait olduğu disiplinler ve vurgu yaptığı özelliklerine göre Tanımlayıcı, Tarihi, Normatif, Psikolojik, Yapısal, Genetik, Eksik Tanımlar olmak üzere yedi gruba ayırmaktadır.

Kültür kelimesi Türkçeye iki ayrı kaynaktan girmiş: Fransızcadan, Amerikan İngilizcesinden. Fransızca kültürün Türkçe karşılığı, irfan: Amerikan İngilizcesinde kültür, medeniyet (Meriç, 1986, s.4) anlamlarına geldiği görülür.

‘Fransızca kültürden kastedilen daha çok sosyologların manevi kültür dedikleri kültürdür. Amerikan İngilizcesinde ise kültürden anlaşılan maddi kültür yani Gökalp’in<sup>2</sup> deyimiyse medeniyettir’ (Arslanoğlu İ., 2000, s.1). Bu nedenle, günümüz Türkçesinde kullandığımız kültür kelimesi kültürün hem manevi hem maddi boyutunu kapsamaktadır. Bu doğrultuda, Uygur (2003, s.17) kültürü “doğanın insanlaştırılma biçimi, bu insanlaştırmaya özgü süreç ve verimdir” olarak tanımlamakla birlikte, “İnsanlar arasındaki her çeşit karşılıklı etkileşimlere, her türlü yapıp yaratma alışkanlıklarına, bütün ‘manevi’ ve ‘maddi’ yapıt ve ürünlerine kültür dendiğini” ileri sürmüştür. Gu.<sup>3</sup>(2007, s.156) da kültürün insan ve çevre arasındaki etkileşimden ortaya çıkan manevi ve maddi başarıların toplamı olduğunu, insanoğlunun anlam verdiği ve dönüştürdüğü insan özelliklerine sahip tüm maddi nesnelere içerdiğini, bu şekilde kültürün her şeyi kapsayan bir kavram olduğunu savunmaktadır. Dolayısıyla kültür doğal olarak çok geniş bir alanı kapsar.

Kültür endüstrisi kavramı radyo televizyon gibi kitle iletişim araçlarının gelişimi ve

<sup>2</sup> Ziya Gökalp (23 Mart 1876-25 Ekim 1924) Milli edebiyatın gelişmesinde önemli rol oynamıştır (Ersoy Ş., Çapcıoğlu İ., 2006, s.92). Burada onun “Türkçülüğün Esasları” (1976) kitabından kastedilmektedir.

<sup>3</sup>Gu Zhengkun., Beijing Üniversitesi Yabancı Diller Enstitüsü Dünya Edebiyatı Araştırma Merkezi’nin profesörü, müdürü; Uluslararası Çin ve Batı Kültürü Derneği’nin başkanı; Çin Yabancı Edebiyat Derneği Shakespeare Araştırma Merkezi’nin başkanı.

gündelik hayata girmesi ile popülerleşmiştir. Kültür endüstrisi teriminin ilk kullanım tarihi 1947 yıllarına dayanmakta olup, Adorno ve Horkheimer tarafından yazılan “Aydınlanmanın Diyalektiği” adlı kitapta yer almaktadır (Adorno, 2011, s.109). Horkheimer ve Adorno (2002) başlangıçta kültürel endüstriler terimini görsel ve sahne sanatları, müzeler ve galeriler olmak üzere sübvans edilen "sanat" dan farklı olan, endüstriyel olarak üretilen ticari eğlenceler- radyo veya televizyon, film, yayıncılık, kaydedilmiş müzikten bahsetmek için kullanmıştır (Galloway ve Dunlop, 2007, s.18). Horkheimer ve Adorno’dan sonra birçok araştırmacı kültür endüstrisi kavramı hakkında derinlemesine araştırma yapmaya başladı; Kültür endüstrisi kavramını ve özelliklerini farklı açılardan tanımladı ve analiz etti. İngiliz araştırmacı Nicholas Garnham, 1983 yılında kültürel endüstrilerin, sanayileşmiş büyük işletmelerin örgütlenme ve üretim modelinden yararlanarak, kültürel ürün ve hizmetleri üreten ve dağıtan sosyal örgütler olduğunu ifade etmektedir (Cai ve Wang., 2009, s.78). Japon araştırmacı Kunitoshi Kusuda<sup>4</sup> ise kültür endüstrisinin amacının bir kültürel sembol oluşturmak ve ardından bu tür kültürleri ve kültürel sembolleri satmak olduğunu ileri sürmüştür (Cai ve Wang., 2009, s.78). UNESCO’ya (1982, s.21) göre kültür endüstrisi, “kültürel mal ve hizmetler üretildiğinde, çoğaltıldığında, endüstriyel ve ticari hatlarda üretildiğinde, depolandığında veya dağıtıldığında, yani büyük ölçüde kültürel kaygılardan ziyade ekonomik kaygılara dayalı bir stratejiye uygun olarak üretildiğinde, bir kültür endüstrisi düzenlenir”. Bütün bu tanımlar kültür endüstrisini endüstriyel bakış açısından değerlendirmiş; kültürel ve yaratıcı ürünlerin üretim ve dağıtım sürecinde kritik rol oynayan teknoloji açık bir biçimde dile getirilmemiş; ancak kültürel ürünlerden ekonomik değer kazanma özelliği vurgulanmıştır. David Throsby, çağdaş kullanımlarda ‘kültür’ kelimesiyle birlikte ‘endüstri’ kelimesinin kültürel üretimin ekonomik potansiyelini ifade ettiğini kabul eder; ‘Yaratıcı Endüstriler’ terimi ile ilgili olarak ‘çıktı’, ‘istihdam’ ve ‘gelir’ üretebilir (Loisa, 2003, s.166). Dolayısıyla günümüzde, eskiden olduğu gibi, kültürün sadece sanatsal ve eğlence değeri öne çıkarılmamakta, aksine kültür bugün rekabet dolu ve esnek bir ekonomik endüstri olarak tanınmaktadır, kültür aynı zamanda kendisini ve ilgili diğer faktörleri de etkilemektedir: Örneğin, kültür yaratıcı yetenekleri kendine çekmekte, ekonomik, teknolojik ve sosyal inovasyon ve değişimlerin katalizörü olmaktadır (European Commission, 2017, s.32).

---

<sup>4</sup> Kunitoshi Kusuda (1989). New Cultural Industry Theory. Oriental Publishing House, 1989: 38- 39



Kültür endüstrisi başka herhangi bir alan gibi doğal olarak eleştirilere maruz kalmıştır. Kültür endüstrisi üzerindeki eleştirilerden bahsedildiğinde ilk olarak akla gelen şüphesiz Frankfurt Okuludur. Okul, geliştirdiği diğer teorilerinin yanı sıra, kültür kuramı ve kültür endüstrisi eleştirileri ile de tanınır. Frankfurt Okulu'na göre kültür endüstrisi tamamıyla olumsuz bir kavramdır. Kültür endüstrisi tüketiciyi kendi oluşturduğu düzeni kabullenmek zorunda bırakmaktadır; Kültür endüstrisi ürettiği ürünleri ile tüketiciye dünyanın hazır yorumlarını sunar, tüketiciyi düşünmeye, hayal gücünü kullanmaya sevk etmez; Kültür endüstrisinin ortaya çıkması ile birlikte yüksek kültür ve kitle kültürü ayrımı ortadan kaldırıldı, ancak bu kültür endüstrisinin topluma eşitlik getirdiği anlamına gelmez; Kültür endüstrisi bireylerin bireyselliklerine karşı çıkmakta, onların oluşmuş sisteme ayak uydurarak bütünselleşmesine yol açmaktadır (Şan ve Hira, t.y.).

Adorno, kültür endüstrisi üzerinde yazdığı yazılarında kültür endüstrisini toplumsal ve teknolojik dönüşüm bağlamında analiz eder ve eleştirel gözle bakar. Adorno'nun bahsettiği kültür endüstrisi kitle kültürüdür<sup>5</sup>. O yazılarında kültür endüstrisinin kâr amaçlı olduğunu, zihinsel faaliyetin metalaştığını ileri sürmektedir: “kültür endüstrisinin tüm pratiği, kâr güdüsünü zihinsel yapılara tüm çıplaklığıyla aktarır” (Adorno, 2011, s.110). Kültür endüstrisi alanındaki düşünce ve fikirler çoktandır birer meta olmuştur (Adorno, 2011, s.111). Yani burada, kültür endüstrisi terimi maddi olmayan kültür ürünlerinin de metalaşmasını, kültür ürünlerinden kazanç elde edildiğini ima etmekte ve kültürün sanatsal yönünden daha çok servet kazandırma özelliğini vurgulamaktadır. Kültüre endüstriyel bir bakış açısından bakıldığında zaten onun ekonomik boyutu öne çıkmaktadır. “Adorno da bazı postmodernistler gibi, tarihsel avangardı temel alarak, kültürün şeyleşmesini (metalaşmasını) kritik bir hareket olarak değerlendirir, ona göre bu hareket tamamlandığında yüksek sanatın vaadi de yerine getirilecektir” (Bernstein, 2011, s.30). Bu vaadin yerine getirilmesi, yüksek sanatın gizemini yitirmesi, yüksek sanatın düşük sanata karşı “üstünlüğünü koruyamaması” ve sanatın sadece toplumun üst tabakasına ait olan az sayıdaki kişilerin tükettiği şey olmayıp artık toplumdaki herkesin sahip olabileceği bir metaya dönüşmesi anlamına gelecektir (Bernstein, 2011, s.30). Gerçekten de eskiden yüksek kültür sadece seçkinler tarafından tüketilmiş, yüksek kültür ve eğlence

---

<sup>5</sup> Kitle kültürü kavramı ile “sanayi tekniklerle üretilen ve karşı koyma olanağı bulunamayan çok geniş kitlelere yayılan davranış, mitos ya da temsili olguların tümü” anlatılmak istenmiştir (Özkök, 1985: 107).

kültürünün sınır çizgileri belliyken, 1960'lara geldiğinde Batıdaki teknolojik gelişmeler ve ortaya çıkan toplumsal hareketlerin etkisi altında kültürün endüstriyel tekniklerle toplu olarak üretilmesi ve dağıtılması neticesinde geniş kitlenin de farklı kültür tüketiminde bulunması olanaklı hale gelmiştir; yüksek kültür ve geniş kitle kültürü ayrımı aşılmaya başlamıştır. Amerikan yazınsal eleştirisine yepyeni bir soluk kazandıran Sontag, yüksek kültür ve düşük düzeyli (kitle kültürü) kültür arasındaki farkın, tek ve asıla yönelik üretimle, çok sayıda insan için üretim olduğunu yazıyor (Özkök, 1985, s.145).

Yüksek kültürün sınırlarının aşılması, kültürel ürünlerin kitle iletişim araçları aracılığı ile geniş kitleye ulaşmasının sonucu kültürün demokrasileşmesinden söz edilmeye başlanmıştı. “Yani, kitle kültürünün, toplu üretim ve kitle iletişim araçları aracılığı ile kültürel etkinliklerden yoksun bırakılan geniş kitleye sanatsal yaratma sürecini takdir etme ve sanatsal etkinliklere katılma fırsatı sunarak demokratik bir toplumun inşasına katkıda bulunduğu; kitle kültürünün yüksek kültürün hiyerarşik yapısının sarstığını, yerine köklü bir eşitliliğin geçtiği düşünülmekteydi” (Özkök, 1985, s.144-145). Kültürel endüstrileri sadece toplumun küçük bir kısmına değil, geniş kitleye ulaştığı için yazarlar kültür endüstrilerin demokratik ve ademi merkezîyetçi olduklarını düşünüyor ve bunun için söz konusu endüstrileri alkışlıyorlardı (Loisa, 2003, s.132). Kültürün demokrasileşmesi kültürel ürünlerin sadece devlet desteği olmaktan çıkıp halk tarafından tüketiminin artış gösterdiğine işaretler. Ancak, Adorno bu düşüncelerin tam tersine kültür endüstrisinin eşitlik, demokrasi değil tekelleşme getirdiğini savunmuştur. Ona göre kültür sözcüğünün ardından kullanılan ‘endüstri’ sözcüğü kültür ürünlerinin ve çeşitliliklerinin evrensel düzeyde erişilebileceği anlamına gelmez; ‘endüstri’ sözcüğü yeni medya formlarının yukarıdan aşağıya doğru organize edildiğini ima eder, izleyicilerin aşağıda ve pasif olduğu varsayılır; kültürel ürünler yalnızca ortalama tüketicinin zevkine hitap eder, dolayısı ile kültür endüstrisi demokrasi değil, tekelleşme getirir (Loisa, 2003, s.39, 48). Burada dikkat edilmesi gereken husus şu ki, Adorno görece az sayıdaki kültürel ürünlerin geniş bir yayılımının sağlanmasının demokrasi olduğu fikrinin yanlış bir demokrasi anlayışı olduğunu ileri sürmektedir (Loisa, 2003, s.51). Ona göre gerçek demokrasi tüketicinin akımı takip etmesi değil, bireyin seçme özgürlüğüne sahip olmasıdır; gücün tek bir grubun elinde olması değil, pazarı ve tüketimi geniş kitlenin yönetmesidir; ürünün geniş yayılımı değil, pazara giriş bariyerinin düşük olmasıdır; tekelleşme değil, rekabeti

barındırır; ‘bütünsellik’i değil, ‘çeşitlilik’i teşvik eder (Loisa, 2003, s.52). Yukarıda bahsi geçen tekeli sistemde tüketici etkin konumda yer almış gibi görünse de gerçekte her zaman endüstri tarafından oluşturulan modele ayak uydurmak zorunda kaldıklarından dolayı tüketim sırasında özgürce seçim yapma hakkından mahrum bulunmaktadır. Sonuç olarak endüstri tüketicilerin bireyselliğine karşı çıkararak bütünselleştirilmesine yol açmaktadır. “Horkheimer ve Adorno’ya göre kültür endüstrisi kavramının ilk unsuru, izleyiciyi bütünselleştirmesi, onu mütemadiyen tekrarlanan, ama asla hayata geçirilmeyen bir vaade maruz bırakmasıdır: Kültür endüstrisi durmadan vaat ettiği şeylerle tüketicisini durmadan aldatır” (Raun, 2013). “Durmaksızın arzu üreten ve bu arzuyu asla sonuca varmayacak şekilde asılı tutan bu ezeli ebedi vaat döngüsü, kültür endüstrisinin kitleleri aldatma aracı olduğu fikrinin temelinde yatar” (Raun, 2013).

Kültür endüstrisi üzerinde yapılan başka bir eleştiri de onun yaratıcılığı kısıtladığı yönündedir. Çünkü, toplu üretim belli ölçüde standartlaşmış bir sisteme dayalıdır. Bu sistem içerisinde geniş kitlenin tüketimi için üretilen kültürel ürünler de standartlaştırılmaktadır. Ayrıca, kültür endüstrisi aracılığı ile üretilen kültür ürünlerinin sanatçıya kar ve şöhret kazandırma özelliği öne çıkarıldığında, tasarım ve üretim esnasında ürünün sanatsal değerinden daha çok ekonomik değerine önem verilmektedir. Marksist ve Aristokratik eleştirmenler kültürün bir ticaret metasına dönüştürülmesini doğru bulmamakta, onlara göre gerçek kültür metalaştırılmamalıdır (Özkök, 1985, s.114). Ancak, günümüzde kültür gelir kazandırma aracı olarak bir endüstri haline gelmiştir ve bu endüstride ister tasarımcı (sanatçı) ister ürün yapımcısında olsun bir ticari anlayış mevcuttur. Bu ticaret anlayışı sanatçıları gerçek bir yaratıcı sanat eseri yaratmak yerine hızlı bir şekilde topluca üretimi yapılabilecek, kitlenin beğenmesi sağlanabilecek ve yüksek katma değer yaratabilecek olan ürünler tasarlamaya ve üretmeye teşvik etmektedir. Bu kültürün temel özelliği ile çelişkilidir. Dolayısıyla, “kültür endüstrisi yaratıcılığı aklın dar sınırları içine kapatmakta, yaratıcıları verimsizleştirmekte, özgünlüğün giderek kaybolmasına yol açmaktadır” (Özkök, 1985, s.112).

Bütün bu eleştirilere rağmen, kültürün endüstri olarak tanımlanması, ekonomik değerinin, kar kazandırma potansiyelinin vurgulanması neticesinde kültürün ülkelerin politika yapım sürecine dahil edilmesi hızlanmıştır. Kültür endüstrileri 1970’lerde “akademik ve

politik” konusu olarak ortaya çıkmıştır” (O’Connor, 2011, s.27). Ancak kültür endüstrileri kavramı 1980’lerde UNESCO tarafından bütün dünyaya yayılmış, onun tanımı gittikçe müzik, sanat ile ilgili endüstriler, yazarlık, moda ve tasarım, medya gibi çok sayıda endüstriler ile birleşmiştir (Boccella & Salerno, 2016, s.292).

## 1.2. YARATICILIK VE YARATICI ENDÜSTRİ EKONOMİSİ

Yaratıcı Endüstrileri; her ne kadar 1990’lı yılların son döneminde özellikle Avustralya ve Birleşik Krallık olmak üzere iki ülke tarafından gerçekleştirilen çalışmalarla biçimlendirilmiş olsa da Andersson ve arkadaşları (2014) ve Markusen (2006) Yaratıcı Endüstrileri kavramının yeni bir şey olmadığını, sanat ve kültürel endüstrilerin uzun zamandan beri mevcut olduğunu savunmaktadır. Hartley’a (2005, s.5) göre; yaratıcı endüstriler kavramı, yaratıcı sanat (bireysel yetenek) ve kültürel endüstrilerin (büyük ölçekli) kavramsal ve uygulamalı bütünleşmesini tanımlamayı amaçlar. Burada, yaratıcı sanat ve kültürel endüstrilerin bütünleşmesi yeni bilgi ekonomisindeki Yeni Medya Teknolojisi (BİT) bağlamında gerçekleşmekte, yaratıcı endüstrileri yeni ‘etkileşimli vatandaş-tüketicileri’ için kullanıma sunulmaktadır. Yaratıcı sanat kavramı 18.yüzyılda ortaya çıktığına göre (Hartley, 2005, s.6), yaratıcı endüstri kavramı en azından on sekizinci yüzyılın ilk yarısına değin genişleyen bir tarihçeye sahiptir. Ancak, yaratıcı endüstriler kavramı, Moore’in (2013, s.739) ileri sürdüğü gibi, ilk olarak 1994 yılında Avustralya resmî belgelerinde kullanılmıştır. Yani yaratıcı endüstriler terimi, hükümetin Avustralya’nın yeni Bilişim Teknolojileri (BT) fırsatlarını ve dijital medya tarafından sağlanan küresel kültür akımını bünyesinde barındırmasına yardımcı bulunmak üzere tasarlanan yeni kültürel politikaları, “Yaratıcı Ulus”ta bulunmaktadır (Moore, 2013, s.739). Kültür politikası olarak ‘Yaratıcı Ulus’, kültür kavramının daha geniş bir kapsama sahip olmasını sağlamış; kültürün gelir kazanma, istihdam yaratma potansiyelini, inovasyon üzerindeki katkısını, yaratıcılığın yeni ekonomiye uyum sağlama sürecindeki önemli rolünü vurgulamıştır. Yaratıcı endüstrinin ilk olarak ulusal düzeyde ele alınması ise 1997 yılında İngiliz Kültür, Medya ve Spor Müdürlüğünün (DCMS) kurulmasından sonra İngiltere hükümeti tarafından gerçekleştirilmiştir. DCMS (2001, s.5) yaratıcı endüstriyi, temel kişisel yaratıcılık, beceri ve yeteneğe dayanan, fikri mülkiyetin geliştirilmesi ve kullanılması ile değer ve istihdam yaratma potansiyeline sahip olan etkinlikler olarak

tanımlamıştır. Moore (2014, s.740) “bu dönemin İngiliz Krallığında, Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin (BİT) gelişimi hakkında aktif bir düşünce, yaratıcı endüstrilerin ve ekonominin paralel olarak inşa edildiğine ve BİT gelişiminin onlara olanak sunduğuna dair fikirler mevcuttu”. Yaratıcı Endüstriler Harita Belgesi 2001 (DCMS, 2001, s.13) raporunda, yaratıcılık ile bağdaştırılabilen BİT'nin, tüm yaratıcı endüstrileri etkilediğinden, ticari açıdan pozitif gelişmeler sağladığından, bilgi ve iletişim konusunda kolaylıklar sağladığından bahsedilmiştir. Çünkü BİT geleneksel endüstriler (Örneğin eğitim, seyahat-eğlence, yayıncılık, sanat vs.) ile birleştirilip yeni istihdam fırsatları yaratır; bazı hizmetler ve ürünlerin dağıtımını internet aracılığı ile gerçekleştirilebilir; internet yaratıcı fikirlere daha büyük bir sahne temin eder; veri yayınlama ve toplama sürecine kolaylık sağlar, ama BİT'nin yaratıcı endüstrilere katkısı bunlar ile sınırlı değildir. Kısacası, Hesmondhalgh'nin (2013, s.4) de savunduğu gibi, internetin gelişimi, yeni enformasyon teknolojilerinin kültürel endüstrileri ile birleşmesi, insanların gündelik yaşamını ve kültürel deneyimlerini değiştirdi. Anlaşılan şu ki, ülkelerin BİT politikaları yaratıcı endüstrilerinin gelişimini doğrudan etkileyecektir.

UNESCO yaratıcı endüstriyi tanımı şöyledir, “doğası gereği maddi olmayan ve kültürel ürünlerin yaratılması, üretilmesi ve ticarileştirilmesinin birleşimi olan endüstrilerdir. Bu içerikler genellikle telif hakları ile korunmaktadır, mal veya hizmet olarak biçimlendirilebilir.” (Joffe, 2012, s.20). UNCTAD'ye (2008, s.13) göre yaratıcı endüstriler:

- Birincil girdisi yaratıcılık ve entelektüel sermaye olan ürün ve hizmetlerin yaratılması, üretilmesi ve dağıtılması çevrimleridir;
- Bir dizi bilgi tabanlı faaliyetleri oluşturur, sanat odaklı ancak bununla sınırlı kalmaz, potansiyel olarak ticaret ve fikri mülkiyet haklarından gelir elde eder;
- Yaratıcı içerik, ekonomik değer ve pazar amaçlarını, maddi ürünler ve maddi olmayan fikirler veya sanatsal hizmetlerin bünyesinde bulundurur;
- Sanatçı, hizmetler ve sanayi sektörlerin kesişme noktasıdır;
- Dünya ticaretinde yeni bir dinamik sektör oluşturur.

Bu tanımlardan görebildiğimiz gibi, sanayi toplumdaki sermayeden farklı olarak Yardımcı'nın (2016, s.67) ileri sürdüğü üzere, yaratıcı endüstrilerde bireysel bilgi, birikim ve yaratıcılık en önemli sermaye olarak görülmektedir. Yaratıcılığa ek olarak, kültürün de yaratıcı endüstrilerin temelinde yattığını öne sürerek kültürün yaratıcı endüstrideki rolünü göz ardı etmemekte, çünkü yaratıcı endüstriyi kültürden tamamen bağımsız ele almak

mümkün değildir. Ayrıca, kültürün ve yaratıcı fikirlerin somutlaştığı ve ticarileştiği, dolayısıyla servet ve istihdam yaratma potansiyeline sahip olduğunu öne sürülmekle birlikte, fikri mülkiyet haklarına vurgu yapılmaktadır. Tanımlar sadece yaratıcı ürünleri değil, yaratıcılığın bütün sanayi üretim zinciri ile birleşmesinin önemli olduğunun da altını çizmektedir. Yani, yaratıcı endüstriler artık sadece medya, sanat gibi kültür alanlarını değil, söz konusu alanlar ile ilişkili olan tüm ekonomi ve üretim alanlarını da kapsamaktadır. Bu nedenle, devletin sanat ve kültür alanının dışında, yaratıcı endüstriler kapsamındaki ekonomik faaliyetlere de yatırım yapması faydalı olacaktır.

Yukarıda adı geçen yaratıcılık son yıllarda sık kullanılmakta olan sözcük olarak günümüz ekonomisinin merkezinde yel almaktadır. Yaratıcılık sözcüğü Oxford sözlüğünde ‘Bir şey yaratmak için hayal gücü veya orijinal fikirlerin kullanılması; yaratıcılığı.’ olarak tanımlanmaktadır. “Akış” (Flow) teorisinin kurucusu, psikolog Macar Csikszentmihalyi, yaratıcılığın insanların kültürel değerlerine göre şekillenerek bilgi, üretim ve performans süreçlerinde ortaya çıkabileceğini savunmuştur” (Csikszentmihalyi’den aktaran, Gökçe, 2012, s.13). Bunlardan başka yaratıcılık yeni fikirler üretmek, yeni şeyleri keşfetmek ve yaratmak; alışlagelmişin dışına çıkabilmek, esnek olabilmek (Csikszentmihalyi’den aktaran, Gökçe, 2012, s.13); yaratıcı fikir içeren bir işi tamamlamak ve sorun çözümlenebilmek için gerekli unsur; kişinin bilgi, zekâ ve kişiliği ile yakından alakalı olan özelliği olarak tanımlanabilir. Yaratıcılık, bireysel yetenek ve fikri mülkiyetin kullanımıyla üretilen yaratıcı ürün ve hizmetlerin özdevinleştirilmesinin olanaklı olmaması ve değiştirilebilir olmaması, bu tür ürünleri diğer ürünlerden farklı kılmaktadır. Giderek artan küresel ekonomide yaratıcılık, bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımını artıran, zenginliğe, yeni pazarlara, daha fazla ekonomik alanların geliştirilmesine yol açmaktadır (Cunningham S. vd., 2008, s.65). Florida (2014, s.197) yaratıcılığın anahtar ekonomik kaynak olduğunu ileri sürmektedir:

Marx uzun zaman önce, fiziksel emeğin- doğayı dönüştürme yeteneğinin- insanları diğer türlerden farklılaştıran esas şey olduğunu iddia etti. [...] Ama ben, inşa ettiğimiz teknoloji ya da aklımıza gelen bilginin değil, aksine paylaşılan yaratıcılığın-her tür mesleğe gömülü, her türlü insana yayılmış, tüm sosyal kategorilerin ötesine geçmiş yaratıcılığın-anahtar insani ve ekonomik kaynağı olduğu sonucuna vardım. Toprak, sermaye ve emeğin aksine, yaratıcılık tükenebilecek şeylerin bir stoğu değil, aksine eğitim, iş başı deneyimi ve insan etkileşimi tarafından sağlanan simülasyon tarafından sürekli olarak yenilenen ve

geliştirilen sınırsız bir kaynaktır.

Tükenmek yerine gittikçe büyüyen bu kaynağın ülkeler tarafından daha çok teşvik ve tercih edilmesi şaşılacak bir şey değildir. Bilgi toplumu ve bilgi ekonomisi ile ilişkilendirilen yaratıcı endüstrileri küreselleşme bağlamında ortaya çıkan, tam da yukarıda bahsettiğimiz yaratıcılığın merkezinde yattığı, kültürün endüstrileştirildiği, bilginin metalaştırıldığı yeni alandır. Batı'daki gelişmiş ülkeler sanayileşme sürecini tamamladıktan sonra, ağır sanayiye az gelişmiş ülkelere bırakıp ekonomik değişim sürecine girmiştir. Florida "The Rise of the Creative Class" kitabında gelişmiş ülkelerin enformasyon temelli, bilgi destekli ekonomiye geçtiğini, yaratıcılığın bu yeni ekonomi ve toplumun anahtar faktörü olduğunu ve günümüz ekonomisinde son derece değerli meta haline geldiğini ileri sürmektedir (2012, s.5, 6, 29). Yaratıcı ekonomi olarak adlandırılan günümüz ekonomisinde, sanayi çağından farklı olarak, doğal kaynak, fiziksel güce, sermayeye değil, daha çok yaratıcılığa önem verilmektedir.

Yaratıcılığa ilişkin bilimsel tartışma, Florida'nın (2012) yaratıcı sınıf üzerindeki çalışmaları ile başlamıştır. Bu, yaratıcı sürecin özel desenini vurgulayarak yaratıcı mekânın, yaratıcı sürecin yerel birikimi şekillendirme sürecindeki yerinin daha iyi anlaşılmasını sağlamıştır (Boix vd., 2016). Günümüzde ise kültürel ve yaratıcı endüstriler ülkelerin yeni refah ve istihdam kaynağı, ekonominin yükselmesinin "motoru" olarak görülmekle birlikte uluslararası düzeyde popüler hale gelmiştir. Evrensel perspektiften baktığımızda kültür ekonomisi dünya ekonomisini ciddi bir ölçüde etkilemektedir. UNCTAD'a (2010, s.23) göre 2008 yılında yaşanan ekonomik kriz 2009 yılı dünya ekonomisinde (GSYİH) yüzde 2'lik bir düşüşe neden oldu, ancak krize rağmen yaratıcı endüstri ürünlerinin sayısı artmaya devam etmiştir. "Ekonomik açıdan, yaratıcı ekonomi birçok ülkede ekonominin geri kalanından daha hızlı büyümektedir. İlgili hizmetler ve imalat sektörlerinde ekonomik ve istihdam kar'ı yaratarak ekonomik çeşitlendirme, gelir, ticaret ve yenilikçiliği teşvik etmektedir" (UNCTAD, 2010, s.23). Örneğin Birleşik Devletlerde 1800 yılında yaratıcı sektörde çalışanların sayısının ülkedeki bütün işçi sayısındaki oranı sadece 12% iken, 2010 yılında 32.6%'ya yükselmiş, söz konusu sektörde çalışanların sayısı 40 milyondan daha fazla olmuştur (Florida R, 2012, s.46-50).

Günümüzde kültür endüstrileri ve yaratıcı endüstrileri terimi kimi zaman eş anlamda kullanılmakta, kimileri ise söz konusu iki endüstrinin birbirinden farklı olduğunu ve ayrıtılması gerektiğini savunmaktadır. UNESCO (<http://www.unesco.org/new/en/santiago/culture/creative-industries/>), kültür ve yaratıcı endüstrileri “temel amacı kültürel, sanatsal veya mirasa bağlı nitelikteki malların, hizmetlerin ve faaliyetlerin üretimi veya çoğaltılması, tanıtılması, dağıtılması ve / veya ticarileştirilmesi olan örgütlü faaliyetler sektörleri” olarak tanımaktadır. Çalışmada bu tanımı esas alarak kültür ve yaratıcı endüstriler terimi tercih edilmektedir.

Kültür ve Yaratıcı Endüstrilerin temel özellikleri aşağıdaki gibi maddeleştirilebilmektedir

1. Kültürel ve yaratıcı ürünlerin bir özelliği fikri mülkiyet haklarına sahip olması ve kültür endüstrisinin kültürel ürünlerin fikri mülkiyet haklarına tehdit oluşturmasıdır. “Fikri mülkiyet, kültürel bir ürünün ön şartıdır” (Loisa, 2003, s.141). Ancak, UNESCO’nun Cultural Industries, A Challenge for the Future of Culture (1982, s.101) metninde bahsedildiği üzere, “görsel işitsel ürünleri üreten ekipmanların hızlı gelişmesi sonucu, özellikle işitsel ürünlerin çoğaltılması fikri mülkiyetin korunmasına ilişkin bir dizi yeni ve acil sorun yaratmaktadır”. Yine aynı metinde, kimi uzmanların kültürel endüstriye yönelik bu eleştirilere verdiği yanıtlardan bahsedilmektedir. Yani yeni teknolojilerin sağladığı imkanlar sayesinde insanlar dünyada gerçekleşen önemli olaylardan anında haberdar olabilmekte, dünyamız, toplumlar ve kültürler çeşitlilik vb. konularda bilgi sahibi olmaktadır (UNESCO, 1982, s.22). Ayrıca, kültür endüstrileri sanatçının daha geniş kitleye ulaşması için çeşitli olanaklar sunmakta, sanat eserleri için de daha geniş pazar temin etmektedir (UNESCO, 1982, s.22). “Kültür endüstrisi, özellikle kitaplar ve radyo, gelişmekte olan ülkelere kültürel kalkınma sürecinde çok etkili bir araç sağlayabilir” (UNESCO, 1982, s.22). Kültür ve yaratıcı endüstrilerin eskiden sadece ‘elitlerin tükettiği kültürel ve yaratıcı ürünleri geniş kitlenin de tüketebileceği bir çağ yarattığı açık bir hakikattir. Ama, onun fikri mülkiyet haklarının korunmasını zorlaştırdığı gerçeği göz ardı edemeyiz. Dolayısıyla, ülkeler kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında fikri mülkiyet kanunu geliştirmeli ve iyi seviyede uygulamalıdır.

2. Yüksek katma değere sahiptir. Yaratıcılık içeren kültür ve yaratıcı endüstrileri



ürünleri kullanım değerine sahip olmakla birlikte yüksek katma değere sahiptir. “Katma değer, müşterinin bir kültür endüstrisi ürünü satın aldıktan sonra elde ettiği değeri (Örneğin eğlence, öğrenme) ifade eder” (Kültür Endüstrisi Komitesinden aktaran Loisa, 2003, s.203). Teknolojinin son derece geliştiği günümüzde kültürel ürünler artık kısa zamanda düşük maliyetle üretilebilmekte, tüketiciler istediği özelliklerde ürünleri kolay bulabilmektedir. Bu durum son dönemlerde kültürel ve yaratıcı ürünlerin kullanım değerinden daha çok ürünün verdiği zevk, kullanıcının manevi dünyasına sağladığı katkısı, tüketicinin toplumdaki statüsüne etkisi gibi soyut katma değerlerinin daha fazla önem kazanmasına neden olmaktadır.

3. Tüketicinin verdiği değer belirsizdir, duruma göre değişmektedir. “Miège’nin ileri sürdüğü üzere, kültürel ürünlerin yarattığı kullanım değerlerinin belirsizliği (veya istikrarsızlığı) kültür endüstrilerinin özgül bir özelliğidir” (Miège, B.’den aktaran Loisa, 2003, s.144). Kültürel ve yaratıcı ürünlerin katma değeri kullanım değerinden daha yüksektir. “Katma değer ise karakter niteliği taşımakla birlikte, kişisel, entelektüel ve sosyal refahı da beraberinde getirmektedir” (Loisa, 2003, s.203). Dolayısıyla, farklı endüstriyel ürün tüketim sürecinde tüketicinin kültürel ve yaratıcı ürünlerden katma değer beklentisi de farklılık gösterir. Böylelikle, yaratıcılık içeren bir ürün eğer tüketicinin beklentilerini karşılamıyorsa, tüketiciye göre bu ürün değersiz sayılır. Eğer aksine belli bir grup tüketicinin ihtiyaçlarını karşılıyorsa, bu ürün yüksek değer kazanır ve değerinden daha yüksek fiyattan satışa sunulsa bile tüketici satın almaktan çekinmez. Burada, bu tür ürünlerin pazar talebinin de belirsiz olduğu söylenebilir.

4. Kültür ve yaratıcı endüstrileri geniş kapsama sahiptir ve kapsadığı alanlar birbiri ile mükemmel iş birliği içindedirler. Yaratıcı faaliyetlerin birçok endüstri ile alakalı olduğunu söyleyebiliriz. Reklamcılık, el sanatı, mimarlık, moda vb., bütün bunlar yaratıcılık içeren alanlardır. Hepimizin bildiği ‘Yüzüklerin Efendisi’nin dünya da bu kadar başarılı olması ve ün kazanması basın yayıncılık, film yapımcılığı, oyuncak üretimi, dijital oyunculuk gibi alanların iyice birleşmesinin sonucudur.

### 1.3. KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİN SINIFLANDIRMASI

Yukarıda tartışıldığı üzere, kültürü ve yaratıcılığı tek bir biçimde tanımlamak mümkün olmadığı için, kültür ve yaratıcı endüstrileri de farklı tanımlarla karşılaşmaktadır. Birleşik Krallık, kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimini politikalarla destekleyen ilk ülkedir. Ülkeler tarafından en çok kabul gören tanım da DCMS tanımı olup, yaratıcı endüstriler DCMS tarafından “temeli kişisel yaratıcılık, beceri ve yeteneğe dayanan, fikri mülkiyetin geliştirilmesi ve kullanılması ile değer ve istihdam yaratma potansiyeline sahip sektörlerin birleşimidir” olarak tanımlanmıştır (DCMS, 2001, s.5).

Andrews ve arkadaşlarının çalışmasında ileri sürdüğü üzere kültürel politika çalışmalarının farkına vardığı bir gerçeklik her şeyin bir kültürel yönün olmasıdır (2017) ve bu kültür ve yaratıcı endüstrileri sınıflandırmalarının geniş kapsamlı bir alan olmasının sebebidir. DCMS tarafından sunulan ilk yaratıcı endüstriler sınıflandırması önerisinde kapsama 13 sektör dahil edilmiştir: Yazılım, film, video, yayıncılık, müzik, mimarlık, reklamcılık, sanat-antika, el sanatları, gösteri sanatları, tiyatro, radyo ve tv. Bu sınıflandırma pek çok araştırmacı tarafından kabul görmüş ve Avrupa’da temel sistem olarak kabul edilmiştir (Yardımcı A., 2016, s.67). UNCTAD’ın “Creative Economy Report 2010”da sunduğu sınıflandırma ise şöyledir:



Şekil 1: Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Sınıflandırması

Kaynak: UNCTAD, Creative Economy Report 2010

Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri sınıflandırması miras, sanat, medya, işlevsel yaratıcılık olmak üzere dört gurup altındaki toplamda 13 alt-gruptan oluşmaktadır. Sınıflandırmadan görebildiğimiz gibi, yaratıcı endüstriler içerisindeki alanlar birbirinden bağımsız değildir, aksine birbiriyle etkileşim içindedirler. Dolayısıyla, yaratıcı endüstriler, çeşitli sektörlerin etkileşimi ile ilgilenen geniş kapsamlı bir alandır. Bu yaratıcı sektörler, sanat bilgisi ve kültürel festivaller gibi geleneksel bilgi ve kültürel mirasa dayanan faaliyetlerden, görsel-işitseller ve yeni medya gibi daha fazla teknoloji ve hizmet odaklı alt gruplara kadar uzanmaktadır (UNCTAD, 2010).

Yaratıcı Endüstrileri yakından tanımak ve yapısal özelliklerini saptamak söz konusu endüstrilerin ekonomik ve sosyo-kültürel kalkınmaya katkıda bulunması ve sağlanması açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda farklı kurum ve kuruluşlar birkaç farklı yaratıcı endüstrileri sınıflandırma modellerini geliştirmiştir. Tablo 1 bu modeller çerçevesinde yapılan sınıflandırmaların özetidir. Tablo 1’de yer alan İngiliz Krallığı DCMS sınıflandırmasına dahil edilen sektörlerin büyük bir kısmı geleneksel anlamdaki kültür endüstrilerde yer almaktadır. Sembolik Metinler Modeli Hesmondhalgh’ya (2013, s.16) ait olup, ona göre “metinlerin endüstriyel üretimi ve dolaşımı ile yakından ilgilenen

**Tablo 1: Farklı Modellerden Kaynaklanan Kültür ve Yaratıcı Endüstrilerin Sınıflandırılma sistemi**

| İngiliz Krallığı DCMS Modeli | Sembolik Metinler <sup>6</sup> Modeli | Ortak Merkezli Model  | Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü telif hakkı modeli |
|------------------------------|---------------------------------------|-----------------------|--|
| Reklamcılık                  | Merkezi                               | Merkez                | Merkez   |
| Mimarlık                     | Kültürel Endüstriler                  | Sanatlar              | Telif Hakkı Endüstrileri                       |
| Sanat ve                     | Reklamcılık                           | Edebiyat              | Reklamcılık                                    |
| Antikalar                    | Film                                  | Müzik                 | Meslek Birlikleri                              |
| El Sanatları                 | İnternet                              | Gösteri sanatları     | Film ve Video                                  |
| Tasarım                      | Müzik                                 | Görsel sanatlar       | Müzik  |
| Moda                         | Yayıncılık                            |                       | Gösteri Sanatları                              |
| Film ve Video                | Televizyon ve                         | Başka Merkez Kültürel | Yayıncılık                                     |

<sup>6</sup> Metinler: Hesmondhalgh göre, içerik ve her türlü kültürel eser için en iyi kolektif isim: programlar, filmler, kayıtlar, kitaplar, çizgi romanları, resimler, dergiler, gazeteler ve kültürel endüstriler tarafından üretilen ürünler (Hesmondhalgh, 2013, s.3).

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| Müzik Gösteri Sanatları Yayıncılık Yazılım | Radyo Video Bilgisayar Oyunları                                       | Endüstriler Film Müze ve Kütüphaneler  | Yazılım Televizyon ve Radyo Görsel ve Grafik Sanatlar   |
| Televizyon ve Radyo Bilgisayar Oyunları    | Periferik Kültürel Endüstriler Yaratıcı Sanat                         | Daha Geniş Kültürel Endüstriler Miras Hizmetleri Yayıncılık Ses Kaydı Televizyon ve Radyo Video ve Bilgisayar Oyunları | Birbirine Bağlı Telif Hakkı Endüstrileri Boş kayıt Malzemeleri Tüketici Elektroniği Müzik Enstrümanları Kâğıt Fotokopi ve Fotoğraf Malzemeler |
|  | Sınırdaki Kültürel Endüstriler Tüketici Elektroniği Yazılım Moda Spor | İlgili Endüstriler Reklamcılık Mimari Tasarım Moda   | Kısmi Telif Hakları Endüstriler Mimarlık Giysi, Ayakkabı Tasarım Moda Ev Eşyaları Oyuncaklar  |

Kaynak: Creative Economy Report, (2010, s.7)

endüstriler kültür endüstrilerinin temelini oluşturmalarıdır”. Başka bir deyişle, kültür endüstrilerinin merkezinde geleneksel anlamdaki yaratıcı sanat, yani yüksek kültür değil, popüler kültür (kitle kültürü) yer almalıdır. Yaratıcı sanat, yeniden üretim yöntemlerinin kısıtlı olması nedeniyle modern yaşamda daha az sayıdaki insana ulaştığı, sosyal ve kültürel etkisinin merkezi kültürel endüstrilerden daha az olduğundan dolayı merkez çemberin kenarına yerleştirilmiştir (Hesmondhalgh, 2013, s.18). Ancak, merkezi kültürel endüstriler ve yaratıcı sanat etkileşim içindedir. Sınırdaki kültürel endüstriler ise doğrudan sembolik metin üretmediğinden (yazara göre moda alanı tüketim ürün endüstrisidir) ama kültür endüstrileri ile ilişkili olduklarından dolayı söz konusu alt grubuna dahil edilmiştir. Ortak Merkezli Modelde, Sembolik Metinler Modelinden farklı olarak, temel yaratıcı sanatlar merkeze yerleştirilmiştir. Kültür endüstrileri ve yaratıcı endüstrileri birbirinden ayırılmış ve aynı zamanda birbirini bütünlemektedir. Şöyle ki, “kültürel endüstrilerin odağında yaratıcı fikirler vardır ve bu yaratıcı fikirler diğer girdilerle birleşerek dışa doğru genişleyerek geniş bir ürün yelpazesine dönüşür” (Seçilmiş, 2013). Bu, "merkezde saf yaratıcı sanatların ortaya konmasının, sanatların tüm kültür sektörünü motive etme ve sürdürmesindeki temel rolünü temsil etmenin doğrudan

bir yolunu sağladığı" varsayımına dayanmaktadır (Throsby'den aktaran Hesmondhalgh, 2013, s.21). Ancak, Hesmondhalgh (2013, s.22) yaratıcı fikirlerin kaynağının sadece 'saf sanat' olmadığını, sanatçının yaşam deneyimlerinin ve hâlihazırda üretilmiş ürünlerin de yaratıcıya katkıda bulunabileceğini, dolayısıyla Ortak Merkezli Modelin tamamen doğru olmadığını öne sürmektedir. "Ortak Merkezli Model Avrupa Komisyonu için hazırlanan bir çalışmada Avrupa'daki yaratıcı endüstrileri sınıflandırmasının temelini oluşturmaktadır" (European Affairs'dan aktaran UNCTAD, 2010, s.6). Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Telif Hakkı Modeli, adından anlaşıldığı üzere, telif hakkı, fikri mülkiyet haklarına odaklanarak, telif hakkı ile doğrudan ilişkili olan ve telif hakkı ile korunan eserlerin oluşumu, üretimi, imalı, yayımlanması ve dağıtımı ile direkt ilgilenen endüstrileri söz konusu modelin merkezinde, dolaylı olarak ilgilenen endüstriler ise dış çemberlerde bulundurmaktadır (WIPO, 2011, s.6).

#### 1.4. KÜRESELLEŞME

Küreselleşme, 1980lerden bu yana dünya çapında gittikçe öne çıkan yeni olgudur ve günümüz dünyasının temel özelliğidir. Küreselleşme kavramı 1990lar ve 2000lerde sosyal teorinin kilit kavramı haline dönüşmüştür, Giddens (1990, s.64) küreselleşme olgusunu "Dünya çapında sosyal ilişkilerin yoğunlaşmasıdır, bu tür sosyal ilişkiler uzak mesafeleri birbirine bağlar, dolayısıyla yerel olaylar kilometrelerce uzakta gerçekleşen olayların etkisi altında şekillenir" olarak tanımlamıştır. Küreselleşme sürecinde, ulus ötesi sermaye akışının yanı sıra kültür, yaşam tarzı, ideoloji gibi manevi değerler entegrasyonu ve alışverişi de gerçekleşmektedir. Bu yeni dünyamızın coğrafi sınırları aşılmış, her alanda bir "Akış" içerisinde bulunmaktadır. Kısacası, "küreselleşme, ekonomik, siyasi, teknolojik gelişim (özellikle medya ve iletişim teknolojileri), çevresel değişim ve kültürel alanlar kapsamında gerçekleşmekte olan çok boyutlu süreçtir." (Tomlinson, 2007, s.352).

Tomlinson (2007, s.353-354) şunu savunmaktadır;

Küreselleşme kültür üzerinde etki yaratmakta, "çünkü küresel pazardaki simgesel ürünlerin dağıtımı ve tüketimi insanların kültürel deneyimleri üzerinde potansiyel bir etkiye sahiptir. Karşılık olarak, tüketici faaliyetleri kompleks küresel pazar ağı

oluşturmakta; sadece istihdamı değil, doğal kaynak kullanımı ve endüstriyel üretim sürecini de etkilemektedir. Sayısız bireysel eylemler toplumsal kurumların işleyiş biçimine sistematik bir şekilde entegre edilmektedir ve bu toplumsal kurumlar hayatımızı yönetmektedir”.

Ancak, Tomlinson’a (2007, s.353) göre bu küreselleşme sürecinin kültürel alanın dışında kendine özgü bir alana sahip olduğu anlamına gelmez, yukarıda da bahsedildiği üzere, küreselleşme süreci kültürel alan olmak üzere beş farklı alan kapsamında gerçekleşir, küreselleşmeyi bahsi geçen alanlardan bağımsız şekilde ele almak doğru olmayacaktır.

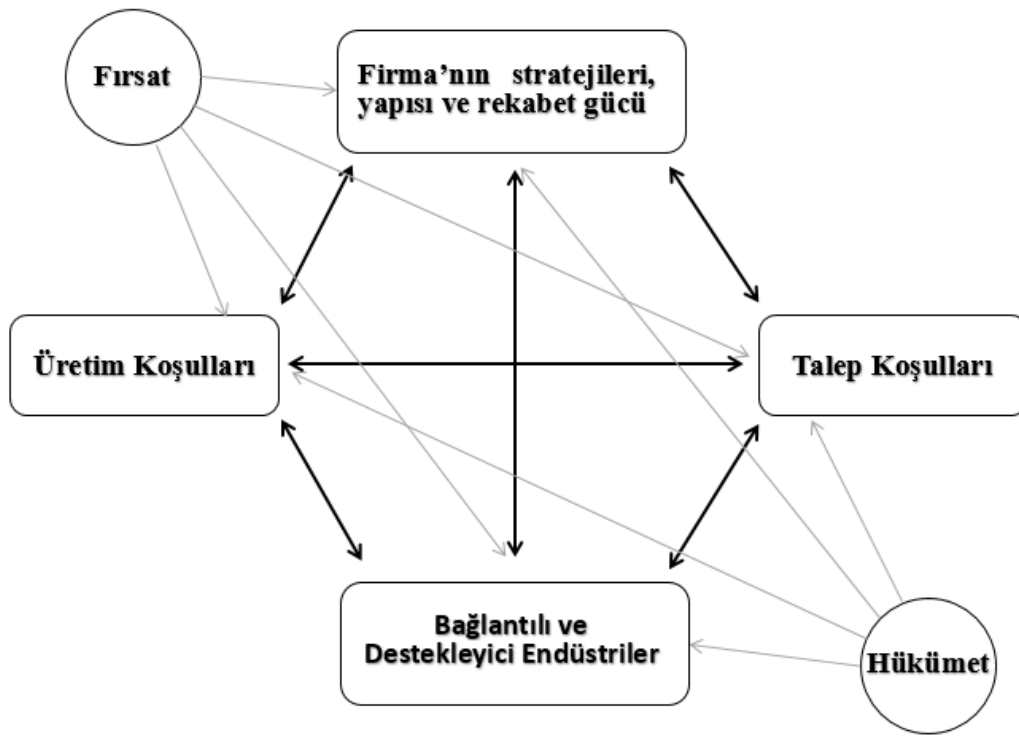
“Küreselleşme ve yaratıcı endüstrilerin gelişimi paralel süreçler olma eğilimindedir” (Hartley vd., 2013, s.103). Ritzer’e (2007, s.190) göre bunun sebebi, kültürün sadece belli bir coğrafyaya bağlı olmamasıdır. Gelişmiş teknolojiler sayesinde yaratıcı ürünler geleneksel formlarda üretilmekle birlikte, dijital formda üretimi ve dağıtımı da kolayca gerçekleştirmektedir, dolayısıyla taşınması ve yayılması daha da kolay olmaktadır (Hartley vd., 2013, s.103). Bu sebeple, farklı toplumlar arasındaki bilgi akışı ve kültürel etkileşim gittikçe artmaktadır. Belli bir topluluğa ait olmayan kültür de artık bu toplulukların yerel kültürü ile etkileşime girmekte ve insanların gündelik yaşamına entegre olmaktadır. Eskiden kültürün yerel olması onun bir büyük özelliği iken, günümüzde, yerel kültür de uzak mesafelerde yaşanan her türlü olaylardan etkilenmektedir. Bu noktada küreselleşmenin dünyamızın tek bir kültüre yönelmesine neden olduğu, çeşitliliği kaybedeceğimiz ve kültürel kimliğimizi yitireceğimiz de düşünülmektedir. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde farklı kültürleri öğrenmek ve deneyimlemek çok daha kolaylaştı. Bireyler ve farklı topluluklar aynı veya birbirine benzeyen yaşam tarzını benimsemeye başladı, insanların zevkleri de tek tipleşmeye başladı. Tomlinson’un da küreselleşmenin dünyamızda çeşitliliği kaybetmemize yol açtığı eleştirisini kabul ettiği söylenebilir. Ancak Tomlinson küreselleşmenin bahsi geçen kaybın dışında toplumlara yerelleşmeyi de beraberinde getirdiğini savunmaktadır (Ritzer, 2007, s.190). Basitçe söylenirse, Tomlinson’in ileri sürdüğü gibi, kültürel ürün tüketicileri bir küresel olguyu kendi yerel çıkarlarına göre yeniden şekillendirme kapasitesine sahiptir (Hartley, 2013, s.106). Ayrıca, Giddens’in savunduğu gibi (2003, s.17) “küreselleşme ülke içerisinde ve ülkeler arası yeni bir ekonomik ve kültürel alan oluşturmaktadır”. Küreselleşmenin,

bilişim teknolojileri ve medya ile yoğun etkileşim içerisinde olduğu da açıktır. Ancak, Giddens'e (2003) göre bu etkileşim sayesinde özellikle Batı kültürünün standart dünya kültürü haline dönüştüğü bir dünya yaratılmış gibi görünmekte. "Yaratıcı Endüstrileri bağlamında, kültürel küreselleşme ve medya küreselleşmesinin "kültürel emperyalizm" terimi ile eş anlamlı terimler olduğu düşünülmektedir" (Hartley, 2013, s.105). Giddens'e (2003, s.8, 16) göre küreselleşme sonucu dünyanın bir kısmının elindeki güç zayıflamakta, öbür kısmı ise gittikçe daha da yükseklerle tırmanmakta, ancak, küreselleşmenin etkisi bundan ibaret değildir, küreselleşme aynı zamanda "yerel kültürün çeşitlenmesine, yerel kültürel kimliğin yenilenmesine ve yeniden canlanmasına" katkıda bulunmaktadır.

### 1.5. YARATICI KÜMELER

Yaratıcı/kültürel kümeler, kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstri kavramına kıyasla yeni bir kavramdır. Yaratıcı kümeler terimi 1970'li yıllarda, sanayi sonrası çağına geçildikten sonra Avrupa ve ABD'de kullanılmaya başlanmıştır (Hartley vd., 2013, s.17). Ancak "küme kavramının ilk ortaya çıkışı Marshall'in 1920 yılındaki 'Ekonominin Temelleri' başlıklı çalışmasına dayanmaktadır" (Lazzeretti, Sedita , Caloffi, 2014, s.31). Sonraki yıllarda kümeler üzerine birçok araştırma yapılmış; 1990'lı yıllarda kümeler kavramı daha da geliştirilmiştir ve buna en büyük katkı sağlayan da Porter. olmuştur (Lazzeretti, Sedita, Caloffi, 2014, s.33). Lazzeretti ve arkadaşları (2014, s.22) çalışmasında bazı araştırmacıların "endüstriyel kümeler" terimi ve "sanayi bölgesi" teriminin birbirinin yerine kullandıklarını (Örneğin: Schmitz, 1995; Tallman vd., 2004; Bell, 2005); Markusen (1996), Gordon and McCann (2000), Porter ve Ketels (2009) gibi araştırmacıların ise iki kavramın farklı olduğunu savunduğunu, onlara göre endüstriyel bölgelerin kümelerin daha genel bir kategorisi olduğunu ileri sürmüştür. Lazzeretti, Cooke (2008) ile tamamladığı "Yaratıcı Şehirler, Kültürel Kümeler ve Yerel Ekonomik Gelişme" adlı kitabında, 'kültürel kümeler ve/veya bölgeler' terimini kullanmıştır.

Porter, *Competitive Advantage of Nations* (1998) adlı kitabında, bir ülkenin belirli bir endüstrisinin neden uluslararası düzeyde rekabet gücünün yüksek olduğunu analiz ederken 'Diamond' teorisini ortaya koymuştur. Kitapta gösterilen 'Diamond' modeli aşağıdaki yer alan şekil 2'de gösterilmektedir.



Şekil 2: Endüstrinin 'Diamond' Modeli

Kaynak: Competitive Advantage of Nations (1998).

Porter'a (1998) göre bu modeldeki her faktör birbirini etkiler ve aynı zamanda endüstrinin gelişimi ve rekabet gücünü etkiler. Bu faktörler arasında, bağlantılı ve destekleyici endüstriler bir ülkenin belirli endüstrisinin uluslararası piyasada önemli yer edinmesinde hayati rol oynamaktadır. Bu doğrultuda Porter, endüstrilerin kümelenme olgusuna dikkat etmemizi önermektedir. Ona göre, piyasadaki belli ölçüde avantaja sahip olan bir endüstri piyasada tek başına mevcut olamaz, bu endüstri ülkedeki başka güçlü olan endüstrilerle birlikte gelişmiş olmalıdır. Örneğin, Almanya, Japonya, Amerika'nın araba endüstrisinin rekabet avantajına sahip olmasında, ülkelerin demir ve çelik, makine, kimya sanayi gibi ilgili alanların desteği ve katkısı da büyüktür.

O zaman kümenin tanımı nedir? Porter (1998, s.2) kümeleri, "belirli konumlarda bulunan, belli bir alana ait olan ve birbiri ile bağlı firmalar, tedarikçiler, ilgili endüstriler ve uzmanlaşmış kurumlar grubu" olarak tanımlamıştır. Ona göre "kümeler endüstrilerin işlem maliyetlerini azaltır ve verimliliği artırır, gelişim teşvikinde bulunur, bilgi, uzman kurum ve itibar şeklinde kolektif varlıklar yaratır, daha da önemlisi kümeler, inovasyona



olanak sağlar ve verimlilik artışını hızlandırır; ayrıca yeni işletmelerin oluşumunu kolaylaştırır” (Porter, 1982, s.2). Dolayısıyla, endüstri kümeleri endüstrilerin gelişimini her yönden pozitif etkiler.

Kümelerde kurum ve kuruluşlar birbirini destekler. Porter (1998, s.135) kümelerdeki işletmelerin birbiri ile ilişkisi hakkında şunları söylemektedir:

“Kümelerde sağlanan yararlar ileri, geri ve yatay olmak üzere üç yönde akar. Kümelere yoğunlaşan işletmeler aynı alanda faaliyet gösteren, birbiri ile güçlü rekabet içerisinde bulunan ancak rekabet gücü farklı olan işletmeler olabilir, bu tür kümelere dikey genişleyen kümeler diyebiliriz. Ya da birbiri ile bağlantılı, birbirini destekleyen bir sanayi zinciri içerisinde bulunan kuruluşlar da olabilir; bu tür kümelere yatay genişleyen kümeler diyebiliriz.

Hangisi olursa olsun, kümelerde yer alan kuruluşlar birbirinden yararlanabilecektir. Bir sektördeki güçlü bir rakip aynı sektörde faaliyet gösteren başka kuruluşların da gittikçe güçlenmesini sağlar; bu rakip aynı zamanda ilgili sektörlerin de gelişiminde katkıda bulunur, aynı veya farklı sektörlerde yaratıcılığı tetikler; çünkü rekabet kuruluşların sürekli olarak yeni strateji, yeni ürünler üretmesini teşvik eder, kümede çeşitliliğin sağlanmasına yol açar. Küme, sektörler içerisindeki ve sektörler arası iletişim ve iş birliğini daha da kolaylaştırır. Hartley ve arkadaşlarının (2013, s.17) ileri sürdüğü üzere, benzer konumlarda rekabet eden, ancak benzer bilgilerin geliştirilmesinde iş birliği yapan işletmelerin aynı coğrafyaya yoğunlaşması işletmeler açısından yararlı bir durumdur. Kümeler içerisinde bulunan endüstrilerin ve ekonominin kalkınmasını pozitif etkilemektedir. Devlet ise kümelerin oluşması ve endüstrilerin gelişiminde önemli etkiler yaratmaktadır. Bu doğrultuda, Porter (1998, s.2) hükümetin “ilk olarak artan verimliliği destekleyen bir ortam yaratmaya çalışması” gerektiğini ileri sürmektedir. Ona göre bu çaba hükümetin bazı alanlarda (Örneğin: ticaret bariyerleri, fiyatlandırma) olabildiğince küçük rol oynaması gerektiği, diğer alanlarda (Örneğin, güçlü bir rekabetin sağlanması, yüksek kaliteli eğitim ve öğretim sağlanması) ise aktif rol oynaması gerektiğini ima etmektedir. Ancak, hükümet güvenlik ve çevresel etki için rekabeti kısıtlamamalı veya standartları kolaylaştırmamalıdır, çünkü bu tür “yardım” inovasyonu engelleyerek ve verimlilik artışını yavaşlatarak rekabete engel olacaktır. Kümelerde işletmelerin kullanması adına iyi bir altyapı inşa etmek de hükümetin görevidir.

Kümeler ve kümelerin bulunduğu coğrafyaya yakın olan üniversiteler de birbirinin etkisi altındadırlar. Porter'in (1998, s.139) de "Competitive Advantage of Nations" kitabında ileri sürdüğü üzere, yüksek rekabet gücüne sahip işletmeler genellikle sadece ucuz iş güçlerine değil, profesyonel bilgilere ve yeteneklere sahip elemanlara ihtiyaç duyarlar. Üniversiteler, rekabet içerisinde bulunan veya birbirini desteklemekte olan bu tür işletmelerin bir araya toplandığı kümelere nitelikli personel temin eder. Üniversiteler aynı zamanda kümelere yoğunlaşan endüstrinin en çok ihtiyaç duyduğu niteliklere sahip olan öğrencileri yetiştirebilir. Kümelere yoğunlaşan endüstrilere ilgi duyan ve söz konusu endüstri alanında çalışmak isteyenler üniversite seçerken kümelerle yakın bu üniversiteleri tercih edebilirler. Sonuç olarak, kümelerde bulunan işletmelerin eleman arama sürecini daha da kolaylaştırır; yetiştirdiği profesyonel elemanlar ise endüstrilerin gelişimine katkıda bulunurlar.

Hartley ve arkadaşlarının (2013, s.17) savunduğu üzere, kültür ve medya endüstrisi ekonomisine kıyasla yaratıcı kümeler kavramı daha yeni ortaya çıkmış kavramdır ve söz konusu endüstrilerle ilgilidir. "Kümelenme kavramı, 21. yüzyılın ilk on yılında yaratıcı endüstri politikalarının uluslararası düzeyde yaygınlaşmasından ötürü dünyaya yayılmıştır" (Hartley vd., 2013, s.17). Yaratıcı kümeler, terimin kendisinden anlaşıldığı gibi yaratıcı endüstri alanında faaliyet göstermekte olan kurum ve kuruluşların belirli ölçekteki bir coğrafyaya yoğunlaşması sonucu ortaya çıkmaktadır. Dolayısı ile yaratıcı kümelerle "teknik işçiler (programcılar, animatörler ve film ekipleri), en önemli fikri mülkiyet yaratıcıları (sanatçılar, yazarlar, tasarımcılar) ve kültürel araçlar (girişimciler, iş kolaylaştırma hizmetleri)" (Hartley vd., 2013, s.17) vb. yaratıcılığın temelinde yattığı sektörlerde çalışanlar yoğunlaşmaktadır. Yaratıcı kümelerde yer edinen işletmelerin görev alanı belli olduğundan dolayı işletmelerin yaratıcı iş güçlerinden beklediği yetenekler de belli olacaktır. Bu nedenle, yaratıcı kümeler kendileri için kolayca reklam yapabilirler ve "özel becerilere sahip çalışanları kendine çekecek ve kümeler içerisinde bulunan firmaların eleman arama maliyetlerini azaltabilirler" (Hartley vd., 2013, s.17). Kümelerde benzer firmaların bulunması, diğer işletmelerin de kümelere yerleşip bu firmalara uzmanlaşan hizmetler sunmasını, üretim değer zincirini tamamlamasını ve birçok durumda pazarlama ve dağıtımını kolaylaştırmasını teşvik etmektedir. Sırayla, bu, firmaların özel yeteneklerine yoğunlaşmasını sağlar, bu da kümeler içindeki tüm

firmaların ortalama üretkenliğini ve rekabet avantajını arttırır. Ölçek ekonomisi perspektifinden bakıldığında, altyapı, kamu hizmetleri, ulaşım, diğer iş gereksinimleri ve kurumları bir kümeye verimli bir şekilde sağlanabilir, bu yine işletmelerin ortalama maliyetleri düşürür ve küme içindeki firmaların küresel rekabet gücünü arttırır.

Özetle, kültür ve yaratıcı endüstrilerinin kümelenmesi söz konusu endüstrilerin gelişimini farklı yönlerden etkilemektedir. Burada, işletmelerin yanı sıra devletin etkisi de büyük olmaktadır. Devlet kümelere hem fazla müdahale etmekten hem de kendini görünmez kılmaktan kaçındığı, kümelerin özelliklerini temele alarak uygun politika ve stratejiler ürettiği zaman kümelerin gelişimini pozitif yönden etkilemektedir.

## 2. BÖLÜM

### TÜRKİYE CUMHURİYETİ VE ÇİN HALK CUMHURİYETİ KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ

Kültür ve Yaratıcı Endüstrilerin yeni dünya ekonomisinde gün geçtikçe önemli yer edindiği açık bir gerçektir. 2013 yılında söz konusu endüstriler 2250 milyar dolar gelir elde etmiş (dünya GSYİH'nın%3'ü) ve 29,5 milyon iş fırsatı temin ederek dünya nüfusunun 1%'inin bu endüstrilerde istihdam etmesinin sağlamıştı (EY, 2015, s.8, 15). UNESCO Genel Müdürü Irina Bokova (EY, 2015, s.5), kültür ve yaratıcı endüstrilerinin hem gelişmiş ülkeler hem de gelişmekte olan ülkeler ekonomisinin büyük itici güçleri olduğunu; söz konusu endüstrilerin dünya çapında en hızlı büyüyen sektörler arasında yer almakta olduğunu; ülke geliri, istihdam fırsatlarını ve ihracat kazançlarını etkilemekte olduğunu; aynı zamanda, birçok ülke için daha iyi bir gelecek yaratabileceğini ileri sürmektedir.

Uluslararası düzeyde gerçekleştirilen yaratıcı endüstriler raporlarında Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti'nin, yaratıcı ekonominin kalkınma potansiyeline sahip olan gelişmekte olan ülkelere ikisi olduğu ileri sürülmektedir. UNCTAD (2008, 2010, 2016) verilerine göre Çin Halk Cumhuriyeti, 30 yıldan fazla bir süredir dünyanın en hızlı ekonomik büyümesini gerçekleştiren, kültür ve yaratıcı endüstrilerinde son 20 sene içerisinde önemli büyüme gösteren ülkedir. UNCTAD raporuna göre (2010). "2000 yılından 2008 yılına kadar olan dönemde, kültürel çeşitliliğin zenginliği, gelenek ve yaratıcı teknolojinin iyi birleştiği ürünler üretme yeteneği nedeniyle, yaratıcı ürünler konusunda dünya pazarında lider bir oyuncu haline geldi". Dolayısıyla, yaratıcı endüstriler Çin Halk Cumhuriyeti'nin ekonomik kalkınma gelişim sürecindeki önemli unsur olarak tanımlanabilir. Gerçekten de istatistik veriler Çin Halk Cumhuriyeti Yaratıcı Endüstrilerin dünya ekonomisindeki rolünü daha da vurgulamaktadır. 2013 yılında, dünya çapında yaklaşık 2,6 milyon patent başvurusu bulunmuş olup, bunun yaklaşık yüzde 31'i, yani 800.000'den fazlası Çin'e aittir (UNCTAD, 2016, s.11-12). Kültürün ve teknolojinin iyice birleştirildiği, "Çin'de Üretildi" (Made in China) etiketi taşıyan ürünler

dünyanın her köşesine kadar yayıldı. Bunun yanı sıra, 2018 yılına kadar, UNESCO tarafından tanımlanan “yaratıcı şehirler” listesinde Çin Halk Cumhuriyeti’nin Beijing, Shanghai, Macau da dahil olmak üzere, 13 kenti bulunmaktadır. Ülkenin farklı kurumların iş birliğinin sonucu olan kültür politikaları sayesinde söz konusu alanda, dünya ekonomisinde yüce bir yer edinmiştir.

“Uluslararası piyasalar ve endüstriler arasında bir köprü niteliğine sahip olan Türkiye Cumhuriyeti” (UNCTAD, 2010) ise kültür ve yaratıcı endüstrilerin hızla geliştiği ve büyük gelişme potansiyele sahip olduğu ülkelerden biridir. Aynı zamanda Türkiye Cumhuriyeti AB’nin yaratıcılık odaklı iktisadi büyüme politikalarını belirlerken dikkate aldığı önemli bir ülke niteliğindedir (Lazzeretti, Capone, Seçilmiş, , 2014, s.196). İstanbul, özellikle Avrupa ile Asya arasında bir köprü olarak önemli bir rol oynayan hızla gelişen bir metropol olarak bilinmektedir. İstanbul’un 2010 yılında “Avrupa’nın Kültürel Başkenti” seçilmesi İstanbul’un yaratıcı kentler ve endüstriler konusunda uluslararası merkezi şehir olması için yol açmıştır (UNCTAD, 2010, s.52). Türkiye Cumhuriyeti’nin Gaziantep, Hatay, Kütahya ve İstanbul dahil olmak üzere 4 şehri UNESCO yaratıcı şehirler ağında yer almaktadır. “Türkiye Cumhuriyeti’ndeki devlet yetkilileri, kültür endüstrisinin sosyo-ekonomik etkisini artırmaya ve aynı zamanda yaratıcı endüstrileri yalnızca sermaye içinde değil, ülke çapında da geliştirmeye doğru ilerlemektedir” (UNCTAD, 2010, s.52).

UNCTAD (2016, s.10) verilerine göre, 2012 yılında dünya yaratıcı ürün ve servislerin ihracat hacımı 547.513 milyon dolar olup, yaratıcı ürünler ekonominin yüzde 86,53’ünü teşkil etmiş, yani 473.791 milyon dolardır. Dünya çapında, en çok yaratıcı ürün ihracatı gerçekleştiren ülkeler sıralamasında, Çin Halk Cumhuriyeti 151.182 milyon dolarlık ihracat hacımı ile birinci sırada, Türkiye Cumhuriyeti ise 7361 milyon dolarlık ihracat hacımı ile 14. sırada bulunmaktadır (UNCTAD, 2016, s.10). Her iki ülkenin dünya yaratıcı ekonomisine katkısı göz ardı edilemez konumdadır. Sadece gelişmekte olan ülkelerin yaratıcı ürün ihracatına bakıldığında, Çin Halk Cumhuriyeti yine birinci sırada kalmaya devam etmekte, Türkiye Cumhuriyeti ise dördüncü sıradadır (UNCTAD, 2016, s.7). Yaratıcı hizmetler söz konusu olduğunda, Türkiye Cumhuriyeti 1220 milyon dolarlık ihracat hacmi ile Kore’yi izleyerek ikinci sırada yer edinmektedir (UNCTAD, 2016, s.10).

UNCTAD (2010, s.292, 2016, s.34, 152) raporlarında yer alan istatistik verilere göre, Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti'nin, 2009 yılı hariç, 2002-2012 yılları arasındaki yaratıcı endüstriler ithalat ve ihracat hacımı sürekli olarak artış göstermiştir. Her iki ülkenin yaratıcı ekonomisi 2009 yılındaki ekonomik krizden etkilenmiştir. 2003-2012 yılları arası, her iki ülkenin yaratıcı ürün ihracatında en çok artış gösteren faaliyet grupları tasarım ve sanat ürünleri alanı olmaktadır (UNCTAD, 2016, s.34, 152). Örneğin; İncekara vd (2013) film endüstrisi içerisinde Türk filmlerinin piyasa payının giderek arttığını işaret etmiştir (Lazzeretti, Capone, Seçilmiş, , 2014, s.200).

5000 bin yıllık uzun tarihe sahip, dünya tarihindeki en eski uygarlıklarından biri olan (Aljazeera Turk, <http://www.aljazeera.com.tr/ulke-profil/ulke-profil-cin-halk-cumhuriyeti>) Çin Halk Cumhuriyeti ve coğrafi açıdan 8500 yılı (Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-165066/tarihce.html>) aşkın tarihe sahip, medeniyetin beşiği olan, farklı kültürlerin yaşandığı, Avrupa ile Asya arasındaki köprü niteliğinde olan Türkiye Cumhuriyeti zengin kültürel kaynakları, hızla büyüyen ekonomisi ile kültür ve yaratıcı ekonomide parlayan yıldızlardır. Kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında sahip olduğu konumu her iki ülkeye söz konusu alanda incelenmesi açısından değer kazandırmaktadır.

## **2.1. TÜRKİYE CUMHURİYETİ KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ TANIMI VE SINIFLANDIRMASI**

Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti, kültür ve yaratıcı endüstrilerinde göz ardı edilemez bir büyüme göstermekte olmasına rağmen, ulusal düzeyde hem kültür endüstrileri hem de yaratıcı endüstrileri kapsayan kültür ve yaratıcı endüstrileri standartlaştırılmış tanımı ve sınıflandırması henüz mevcut değildir. Türkiye Cumhuriyeti'nde, yapılan akademik araştırmalarda, çoğu zaman DCMS (Gökçe, 2012, s.18; Yardımcı A., 2016, s.68; Lazzeretti, Capone, Seçilmiş, , 2014, s.201), UNCTAD (Hocaoğlu, D., 2015, s.192; Seçilmiş E., 2013, s.17) gibi kurumların tanımı ve sınıflandırması kullanılmıştır.

28 Kasım 2012'de, Türkiye Cumhuriyeti'nde yaratıcılığın lobisini yapmak, yaratıcı

endüstrileri bir araya getirmek, yaratıcılığın değer-eder ilişkisini kurmak, kamu-bürokrasi nezdinde pozitif ayrımcılık yapılması için girişimlerde bulunmak üzere vakıf ve birliklerin katıldığı bir üst dernek olarak yaratıcı endüstriler Konseyi Derneği kurulmuştur (YEKON<sup>7</sup>). YEKON İstanbul Tasarım Haritası Atölyesi, Fikri Mülkiyet Hukuku Atölyesi, Yaratıcı Ekonomi Çalışmaları Atölyesi, Beyoğlu Üretici ve yaratıcı endüstrileri Buluşturma Atölyesi olmak üzere dört atölyeden oluşan Yaratıcı İstanbul Atölyeleri programını yürütmüş ve final raporu hazırlamıştır. Raporda (YEKON, 2014, s.6), atölye çalışmaları kapsamında UNCTAD raporlarında yaratıcı ekonomi olarak adlandırılan alanı tanımlamak için ‘Kültür Ekonomisi’ kavramının kullanıldığı, kültür ekonomisinin kapsamı UNCTAD çalışmasından (şekil 1) örnek olarak belirtildiği ileri sürülmektedir. Bahsi geçen kültür ekonomisi kapsamına dahil edilen alanlar aşağıda şekil 3’te gösterilmektedir. Şekilen görebildiğimiz gibi kültür ekonomisine dahil edilen 12 ekonomik alan birbirinden bağımsız değil aksine birbiri ile etkileşim içerisindedir.

Türkiye Cumhuriyeti kültür ekonomisinin büyüklüğünü, Avrupa ülkelerinin kullandığı NACE (Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiksel Sınıflandırması) kodlama sistemini benimseyerek ölçmektedir (YEKON, 2014, s.6). NACE Rev 2. kodlamasına göre, kültür ekonomisi sınıflandırmasında yer alan ekonomik alanlara karşılık gelen standart faaliyetler aşağıdaki gibidir (YEKON, 2014, s.6). Bu ekonomik alanların kapsadığı alt alanlar Ek 4’te gösterilmektedir.

NACE Rev.2: kodu ve tanımı

18- Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması

58- Yayıncılık faaliyetleri

59- Sinema filmi, video ve tv programları yapımcılığı, ses kaydı ve müzik yayımlama faaliyetleri

60- Programcılık ve yayıncılık faaliyetleri

62- Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler

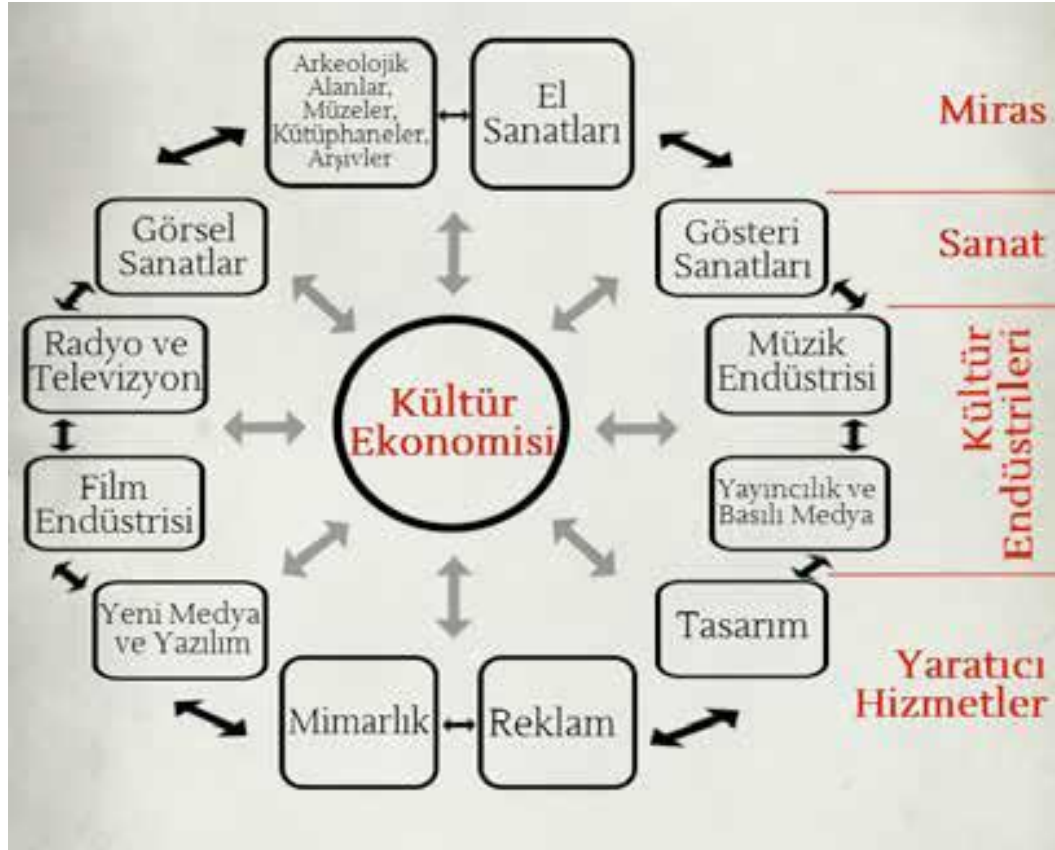
63- Bilgi ve hizmet faaliyetleri

72- Bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetleri

---

<sup>7</sup> Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği web sitesi, Kısaca YEKON’dan alıntılanmıştır.  
<http://www.yekon.org/index.htm>

- 73- Reklamcılık ve piyasa araştırması  
 74- Diğer mesleki, bilimsel, teknik faaliyetler  
 90- Yaratıcı sanatlar, görsel sanatları ve eğlence faaliyetleri  
 91- Kütüphaneler, arşivler, müzeler ve diğer kültürel faaliyetler



Şekil 3: Kültür Ekonomisi Sınıflandırması

Kaynak: YEKON, 2014, s.6. Bu sınıflandırma Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Kongresi'nin şekil 1'de gösterilen yaratıcı endüstri sınıflandırmasını örnek olarak oluşturulmuştur.

## 2.2. ÇİN HALK CUMHURİYETİ KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ TANIMI VE SINIFLANDIRMASI

Öncelikle, Çince'deki *wenhua* (文化) kelimesine İngilizce ve Türkçe'deki kültür kelimelerinden de farklı anlamlar yüklendiğini belirtmek yararlı olacaktır. Çince'de *wenhua* geniş anlamıyla toplumun tarih boyunca ürettikleri tüm maddi ve manevi değerlerin toplamıdır. Kültür bir ideolojidir, belirli bir süreçte toplumun ekonomik ve siyasi ve toplumsal durumu kültüre yansır, kültür de aynı zamanda ekonomik ve siyasi ve



toplumsal durumunu etkiler. Çin Halk Cumhuriyeti'nin yakın tarihindeki son dönemi incelediğimizde, özellikle 1978 yılından önce kültürel kurumlar devlete aitti, kültür devletin amaçlarına hizmet ederdi. Ayrıca Çin Halk Cumhuriyeti'nde, tarihten bu yana süregelen Konfüçyüsçü geleneğin etkisi altında Çin kültürü insanların yaratıcılıktan kaçınması gerektiğini (Kean, 2009, s.6), Konfüçyüs kültürü siyasi iktidara ve yaşlılara itaati vurgular (Xu ve Schirato, s.28). Sonuç olarak, sıra dışı olmak, normalin dışında davranmak, alışlagelenin dışında farklı düşüncelere sahip olmak toplum tarafından hoş karşılanmaz. Dolayısıyla, Çin Halk Cumhuriyeti'nde kültür, ülkenin Komünist ideolojisi, Marksist düşünce, devletin yöneticilerine karşı koşulsuz güven ve itaat anlamlarına da gelmekte olup bu noktada kültür tamamen siyasi bir kavrama dönüşmektedir. Kültür aynı zamanda vatan sevgisi, parti övgüsü, iktidar yanlısı olma kavramlarıyla bağdaştırılmaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti'nin geleneksel kültürü gibi Çin'e özel sosyalist kültür, devrimci kültür de ülkenin kültür endüstrilerinin önemli bir kısmıdır (China Daily.com.cn: Lian Ji<sup>8</sup>, 27 Mart 2018). Eğer Çin'in seçkin geleneksel kültürünü tanırsak, sosyalizmin temel değerlerini doğal olarak tanıyacağız (China Daily.com.cn: Lian Ji, 27 Mart 2018). Burada sosyalist kültür ve devrimci kültür, sosyalist değerler Komünist Parti'nin değerleri ile ilişkilidir. Parti İdeolojisi yine açık bir şekilde kültüre yansımaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti'nde her kent kendi kültürel ve ekonomik durumuna dayanarak, uluslararası düzeyde ülkeler tarafından en çok kabul gören sınıflandırmalardan yararlanarak, kendine özgün sınıflandırmalar oluşturmuştur. Örneğin, Beijing şehri kültür ve yaratıcı endüstrileri 9 grup ve 24 alt guruba ayırırken, Shanghai şehri 11 grup ve 30 alt guruba, Hong Kong ise 11 guruba ayırmaktadır (Ek 3). Ancak, ulusal düzeyde, Ulusal İstatistik Bürosunun internet sitesinde "Ulusal Kültür ve İlgili Endüstriler Sınıflandırması" (2018) bulunmaktadır. Sınıflandırmaya dahil edilen kültür ve ilgili endüstriler; halka kültürel ve kültür ile ilgili ürünler sunan üretim faaliyetlerin toplamı olarak tanımlanmıştır (Ulusal İstatistik Bürosu, 2018). Söz konusu endüstriler: 1. temel içeriği kültür olan, halkın manevi ihtiyaçlarını karşılama amacı ile yürütülen kültürel ürün üretim faaliyetleri; 2. kültürel ürünlerin üretimi için gerekli olan kültür destekli üretim ve aracılık hizmetleri, kültürel ekipman üretimi ve kültürel tüketim terminali üretimi gibi faaliyetleri içerir (Ulusal İstatistik Bürosu, 2018). Kültür ve ilgili endüstriler sınıflandırmasının sadece kültür alanına odaklanması, kültürel cihaz ve

---

<sup>8</sup> Lian Ji: Çin Halk Cumhuriyeti Sanat Akademisi Dekanı, Kültürel Olmayan Miraslar Merkezinin Müdürü

ekipman üretim sürecini de kapsamı bu sınıflandırmayı başka kültür ve yaratıcı endüstrileri sınıflandırmalarından farklı kılmaktadır.

Çin Halk Cumhuriyeti'nde, 'kültür endüstrileri' ve 'yaratıcı endüstriler', 'kültür ve yaratıcı endüstrileri' terimleri devlet politikaları ve resmî belgelerde birbirinin yerine kullanılmaktadır. Çince, *wenhua* (文化) kelimesi İngilizcedeki culture (kültür) kelimesinden daha geniş kapsama sahip olduğundan dolayı<sup>9</sup> Çin Halk Cumhuriyeti'nde kültür endüstrilerinin kapsamı oldukça geniştir. Kültür endüstrisi ve kültürel faaliyetlerle ilişkisi olan her alan bu sınıflandırmaya dahil edilmiştir. Sınıflandırma ticari ve kar kazandırma potansiyeline sahip alanları kapsamakla birlikte, Çin Halk Cumhuriyeti'nin seçkin kültürünü koruma ve dünyaya tanıtmasına yardımcı bulunabilecek olan alanları da kapsamaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti dünyadaki yerini sadece ekonomi aracılığı ile değil seçkin kültürü ile de yükseltmeyi amaçlamıştır.

Çin Halk Cumhuriyeti kültür ve ilgili alanlar sınıflandırması; 'içerik kayıt ve koruma hizmetleri', 'kültürel eserler ve maddi olmayan kültürel mirasın korunması', 'kütüphane', 'müze', 'şehitler mezarlığı, anma müzesi', 'arşivler' olmak üzere beş alt grubu içermektedir. Ancak, Tablo 3'te gösterilen DCMS'in sınıflandırması bu beş farklı faaliyeti kapsamamaktadır. DCMS yaratıcı endüstrileri sınıflandırmasında bulunan Bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri grubu Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve İlgili Endüstriler sınıflandırmasına dahil edilmemiştir. DCMS (2001, s.5) turizm, müze, galeri, kültürel miras vs. sektörlerini de yaratıcı ekonomiye yakın ekonomiler olarak tanımlamaktadır.

| <b>Tablo 2: Ulusal Kültür ve İlgili Endüstriler Sınıflandırması (2018)</b> |  |
|--|--|
| Ana grup   | Alt grup   |
| Haber- Enformasyon Hizmetleri  | Haber hizmetleri;<br>Gazete enformasyon hizmetleri;<br>Radyo, televizyon enformasyon hizmetleri;<br>İnternet enformasyon hizmetleri; |

<sup>9</sup> Çinli Prof. Gu Zhengkun'un (2007: 156), kültürün insan ve çevre arasındaki etkileşimden ortaya çıkan manevi ve maddi başarıların toplamı olduğunu, insanoğlunun anlam verdiği ve dönüştürdüğü insan özelliklerine sahip tüm maddi nesnelere içerdiğini, bu şekilde kültür her şeyi kapsayan bir kavram olduğunu ileri sürmektedir.

|  |  |
|--|--|
| İçerik Yaratma ve Üretim                       | Basın hizmetleri;<br>Radyo, televizyon programları üretimi;<br>Performans hizmetleri;<br>Dijital içerik hizmetleri;<br>İçerik kayıt ve koruma hizmetleri;<br>El sanat ürünleri üretimi;<br>Sanatsal seramik üretimi;   |
| Yaratıcı ve Tasarım Hizmetleri                 | Reklamcılık;<br>Tasarım hizmetleri;  |
| Kültürü Yayma Yolları                          | Basım yayıncılık hizmetleri;<br>Radyo, televizyon programları iletimi;<br>Radyo, televizyon dağıtımı ve gösterisi;<br>Sanat performansı;<br>İnternet kültürel eğlence platformu;<br>Sanat ürünleri açık arttırma satışı ve ajans hizmeti;<br>El sanat ürünleri satışı; |
| Kültürel Yatırım Operasyonu                    | Yatırım ve sermaye yönetimi;<br>Operasyon yönetimi;  |
| Kültürel Eğlence Hizmetleri                    | Eğlence hizmetleri;<br>Doğal manzara tur hizmetleri;<br>Boş zaman gezi tur hizmetleri;   |
| Kültür Destekli Üretim ve Mütevassıt Hizmetler | Basın ve çoğaltma hizmetleri;<br>Telif hakkı hizmetleri;<br>Toplantı-sergi hizmetleri;<br>Kültürel komisyonculuk ajans hizmetleri;<br>Kültürel ekipman kira hizmetleri;<br>Kültürel araştırma eğitim hizmetleri;   |
| Kültürel Cihaz Üretimi                         | Basın ekipmanları hizmetleri;<br>Radyo, televizyon, film ekipmanları üretimi ve satış;<br>Video kayıt ekipmanları üretimi ve satış;<br>Sahne sanat ekipmanları üretimi ve satışı;<br>Eğlence ekipmanları üretimi ve satışı;<br>Müzik aleti üretimi ve satışı;          |

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| Kültür Ekipmanı Terminal Üretimi | Yazı malzemeleri üretimi ve satışı;<br>Kalem-mürekkep üretimi;<br>Oyuncak üretimi;<br>Bayram malzemeleri üretimi;<br>Enformasyon hizmetleri terminal ekipmanları üretimi ve satışı; |
|----------------------------------|---|

Kaynak: Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Bürosu

| <b>Tablo 3: DCMS yaratıcı endüstrileri Sınıflandırması</b> |   |
|--|---|
| Faaliyet Grubu   | Açıklama  |
| Reklamcılık ve pazarlama                                   | Halka ilişkiler ve iletişim faaliyetleri<br>Reklamcılık   |
| Mimarlık   | Mimarlık faaliyetleri   |
| Tasarım ve moda tasarımı                                   | Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri  |
| Film, TV, video, radyo ve fotoğraf                         | Sinema filmi, video ve televizyon program faaliyetleri<br>Programcılık ve yayıncılık faaliyetleri<br>Fotoğrafçılık faaliyetleri   |
| Bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri      | Bilgisayar programlama faaliyetleri<br>Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri  |
| Yayımcılık   | Kitapların, süreli yayınların yayımlanması ve diğer yayımcılık faaliyetler<br>Yazılım programlarının yayımlanması<br>Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri  |
| Müzik, Gösteri ve görsel sanatlar                          | Ses kaydı ve Müzik yayıncılığı faaliyetleri<br>Kültürel eğitim<br>Gösteri sanatları<br>Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler<br>Sanatsal yayıncılık faaliyetleri<br>Sanat tesislerinin işletilmesi |

Kaynak: İçerdiği Faaliyet Gruplarına Göre Türkiye Cumhuriyeti'ndeki Yaratıcı Endüstri Üzerine Bir Çalışma

### 2.3. TÜRKİYE CUMHURİYETİ VE ÇİN HALK CUMHURİYETİ KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ SINIFLANDIRMASINDAKİ FARKLAR

Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal Kültür ve İlgili Endüstriler Sınıflandırması (2018) ve Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ekonomisi sınıflandırmasındaki fark aşağıdaki Tabloda gösterilmektedir. Yukarıda bahsedildiği üzere, Çince’de *wenhua* (Kültür) kelimesi insan faaliyetlerinin nerede ise hepsini kapsadığından dolayı ve bunun dışında da siyaset ile bağdaştırıldığından dolayı Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve İlgili Alanlar Sınıflandırmasının kapsamı da doğal olarak büyüktür. Söz konusu sınıflandırmaya kültür endüstrilere ait bazı faaliyetlere hizmet eden teknolojik cihazların üretimi ve satışı; kültürel yatırım ve yönetim faaliyetleri, telif hakkı hizmetleri de dahil edilmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti sosyal bilimler araştırma ve geliştirme faaliyetlerini sınıflandırmaya dahil etmiş ama Türkiye Cumhuriyeti Kültür ekonomisi sınıflandırmasında yer alan doğal bilimler ve mühendislikle ilgili araştırma ve deneysel geliştirme faaliyetleri sınıflandırmanın dışında bırakmaktadır. Araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin her iki ülkenin kültür ve yaratıcı endüstrileri sınıflandırmasına dahil edilmesi söz konusu endüstrilerin gelişimi açısından büyük önem arz etmektedir. Araştırma ve geliştirme faaliyetleri kültür endüstrisinin temelini oluşturmakta, söz konusu endüstrilerdeki en önemli faaliyetler olmaktadır, üretim ise, bazı endüstrilerden farklı olarak, ikincildir (Lash & Urry’den aktaran Loisa, 2003, s.160). Çünkü, kültür ve yaratıcı endüstrilerin temelinde yaratıcılık yatmaktadır, yeni ürünün tasarımı gibi bilgi odaklı yaratıcı faaliyetler araştırma ve geliştirme personellerinin günlük rutin faaliyetlerinin en önemlisidir. Üretim ve tasarım, Lash ve Urry’in ileri sürdüğü gibi, yeniden üretimden daha önemlidir (Lash & Urry’den aktaran Loisa, 2003, s.160). Burada dikkat edilmesi gereken husus şu ki, Lash ve Urry’a göre ‘üretim’ (ör: bir romanın ‘kitap formatında’ basılması) olarak adlandırılan süreç gerçekte yeniden üretim sürecidir; üretim gerçekte tasarım, ürün geliştirme veya araştırma- geliştirme faaliyetleridir (Lash & Urry’den aktaran Loisa, 2003, s.160).

Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ekonomisi Sınıflandırmasında yer alan Bilgisayar programlama ve danışmanlık faaliyetleri, tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri de kültürel faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Tablo 4’te gösterildiği üzere, iki ülkenin kültür ve ilgili endüstriler sınıflandırması büyük farklılık göstermektedir. Bu nedenle, iki

ülkenin kültür endüstrilerinin büyüklüğünü ulusal istatistik veriler üzerinde karşılaştırmak mümkün olmamaktadır.

| <b>Tablo 4: Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ekonomisi Sınıflandırması ve Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal Kültür ve İlgili Endüstriler Sınıflandırmasındaki Farklar</b>  |  |
|--|--|
| Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal Kültür ve İlgili Endüstriler Sınıflandırmasına dahil edilen ama Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ekonomisi sınıflandırmasına ait olmayan alan ve hizmetler   | Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ekonomisi Sınıflandırmasına dahil edilen ama Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal Kültür ve İlgili Endüstriler Sınıflandırmasına ait olmayan alan ve hizmetler |
| Kültürel Yatırım Operasyonu:<br>-Yatırım ve sermaye yönetimi;<br>-Operasyon yönetimi;  | Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler:<br>-Bilgisayar programlama faaliyetleri;<br>-Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri;                                     |
| Kültür Destekli Üretim ve Mutavassıt Hizmetler:<br>-Telif hakkı hizmetleri;  | Bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetleri:<br>-Doğal bilimler ve mühendislikle ilgili araştırma ve deneysel geliştirme faaliyetleri;   |
| Kültürel Cihaz Üretimi:<br>-Basın ekipmanları hizmetleri;<br>-Radyo, televizyon, film ekipmanları üretimi ve satışı;<br>-Video kayıt ekipmanları üretimi ve satışı;<br>-Sahne sanat ekipmanları üretimi ve satışı;<br>-Eğlence ekipmanları üretimi ve satışı;<br>-Müzik aleti üretimi ve satışı; | Diğer mesleki, bilimsel, teknik faaliyetler:<br>-Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri;  |
| Kültür Ekipmanı Terminal Üretimi:<br>-Yazı malzemeleri üretimi ve satışı;<br>-Kalem-mürekkep üretimi;<br>-Oyuncak üretimi;<br>-Bayram malzemeleri üretimi;<br>-Enformasyon hizmetleri terminal ekipmanları üretimi ve satışı;  |  |

## 2.4. TÜRKİYE CUMHURİYETİ VE ÇİN HALK CUMHURİYETİNİN KÜLTÜREL ALANINDAKİ BAZI VERİLER ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMA

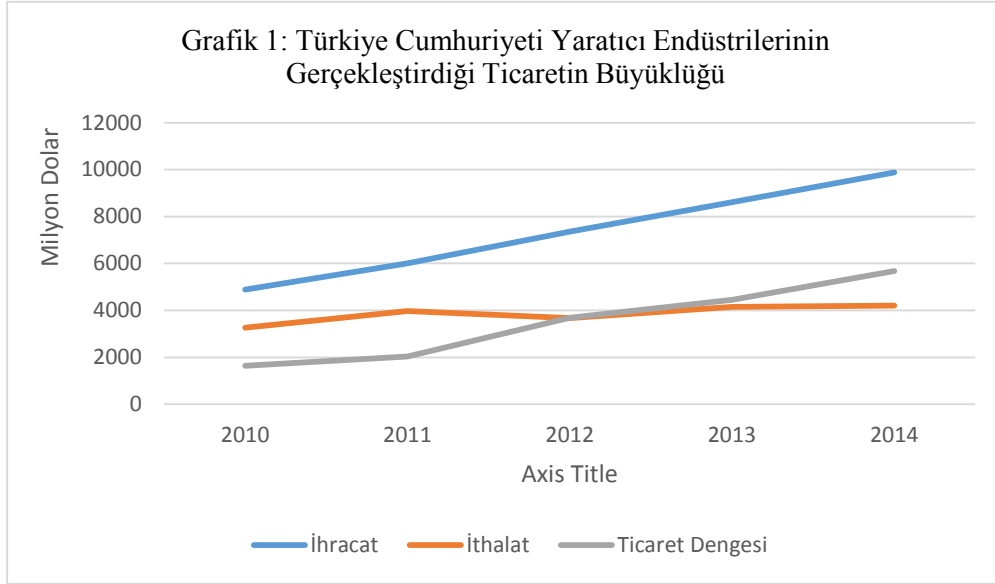
Analiz konusu ülkeler kültür ve yaratıcı endüstrilerinde uluslararası düzeyde kayda değer performans sergilemektedir. Çin Halk Cumhuriyeti sadece gelişmekte olan ülkeler arasında değil, tüm dünya çapında kültür ve yaratıcı endüstrileri ticaretinde ilk sırada gelmektedir. Türkiye Cumhuriyeti ise 2015 yılında söz konusu endüstrilerde en çok ihracat gerçekleştiren gelişmekte olan ülkeler listesinde 8690 milyon dolar ile 4'üncü<sup>10</sup> sırada, dünya çapında söz konusu endüstrilerde gerçekleştirilen ticaretten elde edilen kar karşılaştırıldığında en çok kar elde eden ülkeler listesinde Çin Halk Cumhuriyeti, İtalya ve Hindistan'ı izleyerek 5 milyar dolar ile 4'üncü sırada yer almaktadır (UNCTAD, 2018, s.21, 24) (Ek 5). Özellikle sanat eserleri ihracatında, Çin Halk Cumhuriyeti 17383 milyon dolar ile ilk sırada, Türkiye Cumhuriyeti ise 2754 milyon dolar ile 2'nci sırada yer almaktadır (UNCTAD, 2018, s.26). İki ülkenin sanat eserleri ihracatında 2003 ve 2015 yılları arası gerçekleştirdiği ortalama büyüme oranı sırayla 12,9% ve 13,58% olup (UNCTAD, 2018, s.26) sayılardan anlaşıldığı üzere Türkiye Cumhuriyeti de söz konusu alanda şaşırtıcı hızla ilerlemiştir. Aşağıdaki Tabloda, UNCTAD'in "Creative Economy Outlook" adlı raporunda (2018) gösterilen Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti'ne ait istatistik veriler karşılaştırmalı olarak yer almaktadır.

| <b>Tablo 5, Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin 2010 ve 2014 yılları arası Yaratıcı Endüstrileri Gerçekleştirdiği Ticaretin Büyüklüğü (Milyon Dolar)</b> |           |           |           |          |           |
|--|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Türkiye Cumhuriyeti  |           |           |           |          |           |
| Yıl  | 2010      | 2011      | 2012      | 2013     | 2014      |
| İhracat  | 4891,86   | 6000,47   | 7360,29   | 8609,62  | 9881,96   |
| İthalat  | 3259,61   | 3969,97   | 3672,09   | 4155,53  | 4204,98   |
| Ticaret Dengesi  | 1632,25   | 2030,5    | 3688,2    | 4454,09  | 5676,98   |
| Çin Halk Cumhuriyeti   |           |           |           |          |           |
| Yıl  | 2010      | 2011      | 2012      | 2013     | 2014      |
| İhracat  | 101775,17 | 129032,75 | 150645,08 | 166620   | 191409,94 |
| İthalat  | 11372,97  | 14054,12  | 14113,65  | 13971,44 | 14507,33  |

<sup>10</sup> Söz konusu listede Türkiye Cumhuriyeti, Çin Halk Cumhuriyeti, Hong Kong, Hindistan, Singapur ve Tayvan'ı izleyerek 6'ncı sırada gelmektedir. Ancak Hong Kong ve Tayvan Çin Halk Cumhuriyeti'nin iki farklı eyaleti olduğundan dolayı bu çalışmada ülkeler olarak değerlendirilmemektedir.

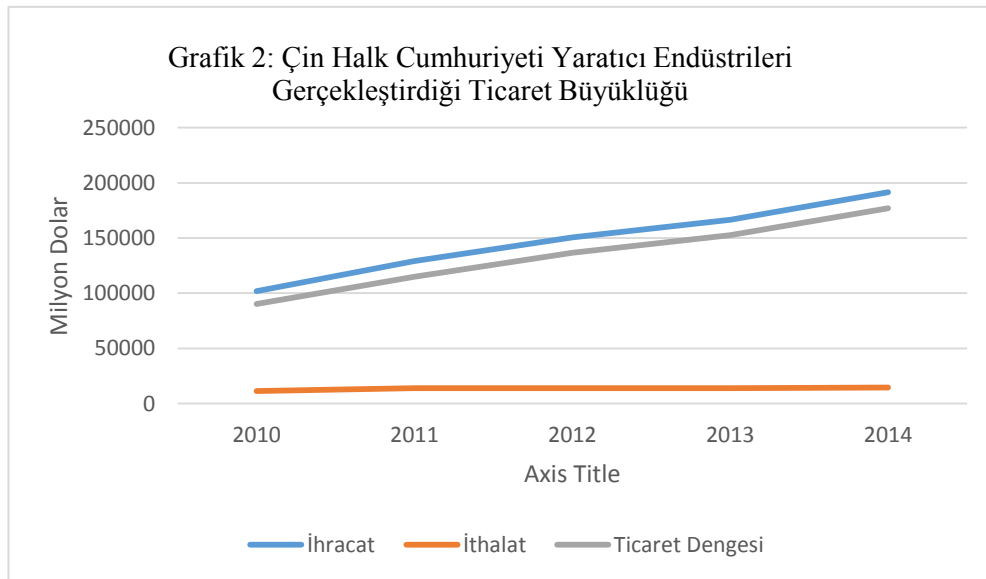
|                 |         |           |           |           |           |
|-----------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ticaret Dengesi | 90402,2 | 114978,63 | 136531,43 | 152648,56 | 176902,61 |
|-----------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|

Kaynak: Creative Economy Outlook, (2018).



Kaynak: Creative Economy Outlook, (2018).

Grafik 1’de Türkiye Cumhuriyeti yaratıcı endüstrileri gerçekleştirdiği ticaretin büyüklüğü gösterilmektedir. 2010 ile 2014 yılları arası Türkiye Cumhuriyeti’nin yaratıcı ürün ihracat hacmi sürekli olarak artış göstermekle birlikte ithalat hacminde neredeyse büyük değişiklik kaydedilmemiştir.



Kaynak: Creative Economy Outlook, (2018)



Grafik 2’de Çin Halk Cumhuriyeti yaratıcı endüstrileri gerçekleştirdiği ticaretin büyüklüğü gösterilmiş olup, Türkiye Cumhuriyeti’ne benzer şekilde, Çin Halk Cumhuriyeti’nde de ihracat hacmi sürekli olarak artış göstermiş, ithalat hacmi ise ne negatif ne de pozitif artış göstermiştir.

Tablo ve grafiklerden anlaşıldığı üzere, her iki ülkenin yaratıcı endüstrisindeki ithalat faaliyetleri stabil olmuş, ihracat artmış, dolayısı ile 2010 ve 2014 yılları arası söz konusu endüstriler kapsamında ticaret dengesi pozitif artış göstermiştir. Her iki ülkenin en çok ihracat ve ithalat gerçekleştirdiği alan tasarım alanı olmaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti’nin kültür endüstrisi sınıflandırmasındaki büyük farktan dolayı söz konusu alanla ilgili ulusal istatistik verilere erişmek mümkün olsa da bu veriler üzerinde karşılaştırmalı analizin gerçekleştirilmesi mümkün olmamaktadır. Buna rağmen, Türkiye Cumhuriyeti için Avrupa Birliği’nin yayımladığı “Cultural Statistics 2016 Edition” başlıklı raporunda, Çin Halk Cumhuriyeti için ise Ulusal İstatistik Bürosu’nun yayımladığı “Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 Yılı Kültür ve Turizm Gelişiminin İstatistiksel Tebliği”nde yer alan verilerin karşılaştırılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir.

Birleşmiş Milletler İstatistik Bölümü’nün gerçekleştirdiği kültürel alan istatistik çalışmalarında adı geçen kültürel alan; miras, arşiv, kütüphaneler, kitaplar ve basın, görsel sanatlar, sahne sanatları, görsel-işitsel sanat ve multimedya, mimarlık, reklamcılık, el sanatları olmak üzere on sektörü kapsamaktadır (Avrupa Birliği, 2018, s.5). Avrupa Birliği’nin “Cultural Statistics 2016 Edition”da (s.58) 2014 yılında Türkiye Cumhuriyeti’nde kültürel alanda istihdam eden kişi sayısı 477 bindir. TÜİK (2014) verilerine göre aynı yılda Türkiye Cumhuriyeti’ndeki toplam istihdam sayısı 25933 bindir. Dolayısı ile Türkiye Cumhuriyeti’nin kültürel alandaki istihdam sayısı toplam istihdamın yüzde 1,84’ünü teşkil etmektedir. Avrupa Birliği üye ülkeleri ile karşılaştırıldığında, Türkiye Cumhuriyeti’nde kültürel alanda istihdam eden kişi sayısının toplam istihdamdaki oranı son sıralarda yer almakta olsa da (33 ülke içerisinde sondan ikinci sıradadır) (Avrupa Birliği, 2016, s.58) Çin Halk Cumhuriyeti ile kıyaslandığında bu oran oldukça yüksek olmaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti’nde kültürel ve ilgili alanlar ekonomik

açından büyük paya sahip olmasına rağmen istihdam konusunda zayıf kalmaktadır. Yani, Çin Halk Cumhuriyeti kültürel ve ilgili alanlarda istihdam eden kişi sayısı toplam istihdam sayısının sadece yüzde 1,31'ini oluşturmaktadır.

| <b>Tablo 6: Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin Kültürel Alandaki İstihdam Sayısı (Bin kişi) ve Toplam İstihdamdaki Payı (%)</b> |                                       |                            |                        |
|--|---------------------------------------|----------------------------|------------------------|
|  | Kültürel alandaki istihdam (Bin kişi) | Toplam istihdam (Bin kişi) | Toplam istihdamın% "si |
| Türkiye Cumhuriyeti  | 477                                   | 25933                      | 1.84%                  |
| Çin Halk Cumhuriyeti   | 10158,235                             | 772530                     | 1,31%                  |

Kaynak: Avrupa Birliği (2016, s.58). Cultural Statistics;

Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Bürosu İstatistiksel Yıllığı (2015).

Çin Halk Cumhuriyeti ulusal istatistik verilerine bakıldığında, 2006 ve 2015 yılları arası kültürel ve ilgili alanlarda istihdam sayısı fazla değişiklik sergilememektedir; 2007-2009 ve 2011-2014 yılları arası düşmüş, 2010 yılı ve 2015'ten sonra artış göstermiştir. İstatistik sayılardaki fazla değişikliğin sebeplerin biri de kültürel ve ilgili alanlarda sürekli olarak yapılan düzenlemelerdir. Örneğin, 2012 yılında kültürel ve ilgili alanların kapsamına dahil edilen alt grupların sayısının 80'den 120'ye yükselmiştir. Ayrıca, Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2016 Yılı Kültür Gelişimi İstatistiksel Raporu'nda, 2014 yılında kültürel kurumlarda çalışan kişi sayısı 2040,2 bin kişi olup toplam istihdam sayısındaki payı yüzde 0,26'dır. Bu sayının Ulusal İstatistik Bürosu'nun 2015 Yılı İstatistiksel Yıllığı'ndaki kültürel ve ilgili alanlarda çalışan kişi sayısı ile aralarındaki fark 8118,035 bindir. Yani, farklı kurumların yayımladığı istatistiksel veriler çok farklılık göstermektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kültürel alanda çalışan kişi sayısı sadece kamu kuruluşlar ve karışık sisteme (özel+kamu) sahip olan kuruluşlarda çalışan kişi sayısının toplamı olduğu için, bu bölümde, Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Bürosu'nun verilerinin daha kapsamlı olduğu düşünüldüğünden dolayı Avrupa Birliği'nin istatistik verileri ile karşılaştırılması için Ulusal İstatistik Bürosunun verileri kullanılmaktadır.

İki ülkenin istihdam oranının dışında, her iki ülkenin kültür endüstrileri sınıflandırmasında yer edinen film endüstrisi, tiyatro, kütüphane ve müzeler ulusal düzeyde incelendiğinde, Çin Halk Cumhuriyeti'nin sinema salonları sayısı hariç, her iki ülkenin diğer kültürel kurumların sayısında olumlu yönde sürekli olarak gelişim gösterdiğini görebilmekteyiz. Sinema, tiyatro ve opera gibi görsel sanatlar ve sahne sanatları ile ilişkili verilere bakıldığında sinema, tiyatro ve opera salonu koltuk sayısı, gösteri sayısı ve seyirci sayılarının genel olarak artış olduğu gözlemlenmektedir. Analiz döneminde, söz konusu sektörlerin kalkınması belli ölçüde ulusal strateji ve politikalara dayanmaktadır.

**Tablo 7: Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti Kültürel Kurumlar Sayısının Ulusal İstatistikler Üzerinde Karşılaştırması**

| Yıl  | Kütüphaneler <sup>11</sup> |                      | Sinema              |                      | Tiyatro ve Opera    |                      | Müzeler             |                      |
|------|----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|
|      | Türkiye Cumhuriyeti        | Çin Halk Cumhuriyeti | Türkiye Cumhuriyeti | Çin Halk Cumhuriyeti | Türkiye Cumhuriyeti | Çin Halk Cumhuriyeti | Türkiye Cumhuriyeti | Çin Halk Cumhuriyeti |
| 2013 | 1652                       | 3112                 | 2102                | 18195                | 690                 | 575                  | 350                 | 3473                 |
| 2014 | 1681                       | 3117                 | 2170                | 23600                | 626                 | 576                  | 392                 | 3658                 |
| 2015 | 1686                       | 3139                 | 2356                | 31600                | 730                 | 853                  | 409                 | 3852                 |
| 2016 | 1690                       | 3153                 | 2483                | 41129                | 732                 | 996                  | 417                 | 4109                 |
| 2017 | 1711                       | 3166                 | 2692                | 50776                | 794                 | 1084                 | 438                 | 4721                 |

Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Bürosu Ulusal İstatistik Verileri (2013-2017)

**Tablo 8: Sinema Salonu Koltuk Sayısı, Gösteri Sayısı ve Seyirci Sayısı**

| Yıl | Sinema Salonu Koltuk Sayısı |                      | Sinema Gösteri Sayısı |                      | Sinema Seyirci Sayısı |                      |
|-----|-----------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|
|     | Türkiye Cumhuriyeti         | Çin Halk Cumhuriyeti | Türkiye Cumhuriyeti   | Çin Halk Cumhuriyeti | Türkiye Cumhuriyeti   | Çin Halk Cumhuriyeti |

<sup>11</sup> Türkiye Cumhuriyeti'nde kütüphaneler, 'Milli Kütüphane', 'Halk kütüphanesi', 'Üniversite kütüphanesi'ni kapsamaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti'nde ise 'Ulusal Kütüphane', 'Bölgesel Kütüphaneler', 'İl Kütüphanesi', 'İlçe Kütüphanesi', 'Şehir Kütüphanesi', 'Klise Kütüphanesi', 'İlk ve Ortaokul Kütüphanesi', 'Müzik Kütüphanesi', 'Gençlik Kütüphanesi', 'Hastane Kütüphanesi', 'Cezaevi Kütüphanesi', 'Alet Kütüphanesi', 'Görme Engelliler Kütüphaneleri', 'Askeri Kütüphane'lerini kapsamaktadır.

|      |        |        |       |        |          |          |
|------|--------|--------|-------|--------|----------|----------|
| 2013 | 293025 | 452527 | 40406 | 633000 | 45077509 | 41100000 |
| 2014 | 276318 | 431399 | 41517 | 587700 | 55378716 | 34130000 |
| 2015 | 297610 | 444132 | 49151 | 698000 | 57148011 | 36710000 |
| 2016 | 307456 | 426697 | 53443 | 747000 | 55260600 | 32200000 |
| 2017 | 328845 | 451774 | 58214 | 942000 | 68482526 | 33670000 |

Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Bürosu Ulusal İstatistik Verileri (2013-2017)

| <b>Tablo 9: Tiyatro ve Opera Salonu Koltuk Sayısı, Gösteri ve Seyirci Sayısı</b> |                                       |                      |   |                      |                                 |                      |
|--|---------------------------------------|----------------------|---|----------------------|---------------------------------|----------------------|
|  | Tiyatro ve Opera Salonu Koltuk Sayısı |                      | Tiyatro ve Opera Gösteri Sayısı <sup>12</sup> |                      | Tiyatro ve Opera Seyirci Sayısı |                      |
| Yıl  | Türkiye Cumhuriyeti                   | Çin Halk Cumhuriyeti | Türkiye Cumhuriyeti                           | Çin Halk Cumhuriyeti | Türkiye Cumhuriyeti             | Çin Halk Cumhuriyeti |
| 2013   | 260587                                | 436776               | 28359+234                                     | 130200               | 6620044                         | 23320000             |
| 2014   | 276865                                | 445654               | 28877+188                                     | 126900               | 6476548                         | 23320000             |
| 2015   | 265330                                | 663009               | 28257+190                                     | 221000               | 6190452                         | 41440000             |
| 2016   | 268283                                | 851217               | 26816+170                                     | 273000               | 6289340                         | 61900000             |
| 2017   | 293612                                | 728034               | 31690+198                                     | 283000               | 7287479                         | 62530000             |

Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Bürosu Ulusal İstatistik Verileri (2013-2017)

Türkiye Cumhuriyeti Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (2014-2018), 'görsel, işitsel ve sahne sanatları başta olmak üzere kültürel ve sanatsal faaliyetlerin gelişiminde ve sunumunda mahalli idarelerin, özel ve sivil girişimlerin rolü artırılacağı üzerinde karar alınmıştır. Bu Türkiye Cumhuriyeti'nin zengin kültürünü dünyaya tanıtmaya amacını gerçekleştirmesinde pozitif rol oynayacaktır. Sinema sektörüne sağlanan çeşitli desteklerin katkısı ile yerli sinema ürünleri ve izleyici sayısının artması, hasılasında artışlar yaşanması, Türk sinemasının dünyaya tanınması ve ihracatın artması beklenmektedir. Kitle iletişim kurumlarının geniş bir anlamda özelleştirilmesi medya ve

<sup>12</sup> Türkiye Cumhuriyeti Tiyatro ve Opera Gösteri Sayısı içerisinde, opera gösteri sayısı yıl içerisinde gösterilen eser sayısıdır.

sanat sektöründe siyasi iktidar kontrolünün azalması, söz konusu sektörlerin topluma hizmet etme görevini yerine getirmekle birlikte daha yaratıcı içerikli sanat eserleri üretmesinin ve yüksek gelir elde ederek ülke ekonomisine katkıda bulunması beklendiği anlamına gelmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi 18. Ulusal Kongre’de (8-14 Kasım 2012) film, radyo, televizyon endüstrilerinin ve kamu kültürel hizmetleri sisteminin (Kütüphaneler ve müzeler kamu kültürel hizmetlere aittir.) mükemmelleştirilmesi gerektiği dile getirilmiştir. Ulusal Ekonominin Gelişimi ve Toplumsal Kalkınma Üzerinde On İkinci Beş Yıllık Plan’da (2011-2015), kırsal bölgelerde halk için ücretsiz film gösteriminin gerçekleştirilmesi; dijital film gösterimi projesinin ilerletilmesi, İl bazında kamu kütüphanelerin, müzelerin ve kültür merkezlerinin inşa edilmesi gerektiği beyan edilmiştir. Ulusal Ekonominin Gelişimi ve Toplumsal Kalkınma Üzerinde On Üçüncü Beş Yıllık Plan’da (2016-2020) film, radyo, televizyon endüstrilerinin yeni teknolojilerle birleştirilip yeni gelişim alanlarının keşfedilmesi ve kültür tüketimi teşvik edilmiştir.

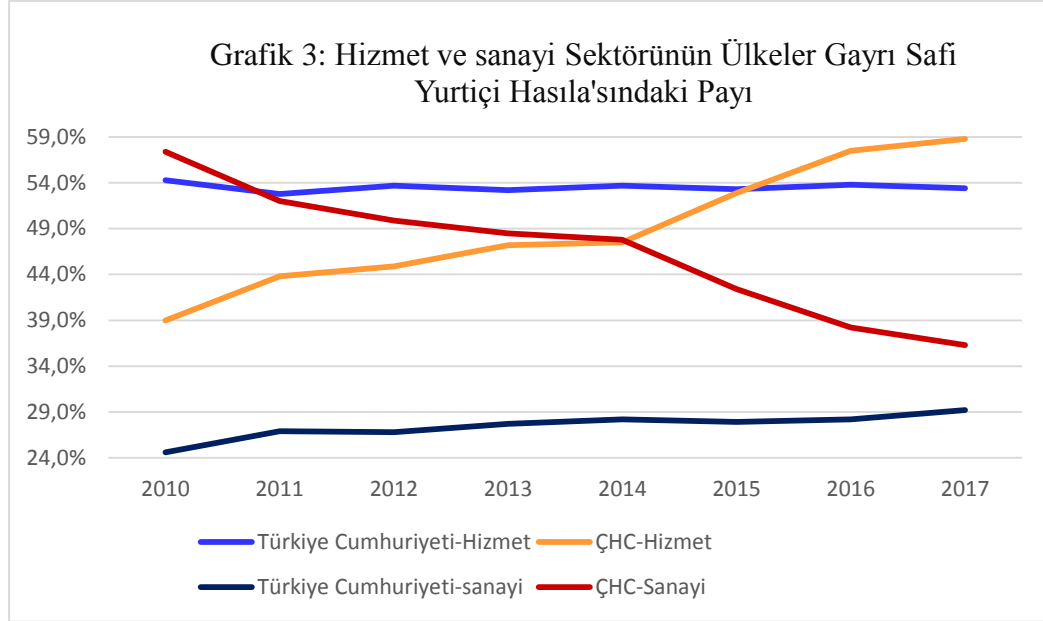
## **2.5. TÜRKİYE CUMHURİYETİ VE ÇİN HALK CUMHURİYETİ KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ ULUSAL POLİTİKALARI**

Uluslararası, ulusal ve yerel politikaların kültür ve yaratıcı endüstrileri üzerindeki etkisinin büyük olduğu artık bir sır değildir. Batı’da çok sayıdaki uluslararası otoriter kurumlar ve araştırmacılar kültür ve yaratıcı endüstrileri politikalarının önemini anlamış, araştırmalar yapmış, makale ve kitaplar yayımlayarak devletleri söz konusu endüstrileri ve alan politikalarını önemsemesi gerektiği hususunda uyardıya çalışmıştır. Örneğin, UNESCO, 24-26 Haziran 2001 tarihleri arasında Paris’te, Amerika ve Avrupa ülkelerinden gelen, kültür politikaları ve araştırmaları alanından 30 uzmanın katılımıyla, konusu ‘ABD ve Avrupa Sanat ve Kültür Endüstrileri Üzerine Araştırma’<sup>13</sup> olan çalıştay gerçekleştirmiştir. Çalıştayda, ABD ve Avrupa kültür endüstrisi alanındaki politikalar karşılaştırılmış ve analiz edilmiş, uzmanlar söz konusu alandaki araştırma bulgularını paylaşmıştır (UNESCO, 2001, s.3).

<sup>13</sup> İngilizcesi: Research in the Arts and Cultural Industries in the US and in Europe.

Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri politikalarının kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişim sürecinde oynayan rolünün boyutunu anlamak için söz konusu endüstrilerin ülkelerin Gayrı Safi Yurtiçi Hasıla'daki payının hangi yönde değişim gösterdiğine bakılabilir. 2000li yılların başlarından itibaren kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirme politikalarının uygulanmaya başlandığı Çin Halk Cumhuriyeti'nde, Ulusal İstatistik Bürosunun İstatistiksel Yıllıklarındaki veriler analiz edildiğinde kültür ve yaratıcı endüstrilerin ulusal ekonomiye katkısının gittikçe arttığını görebilmekteyiz. Söz konusu İstatistiksel Yıllıklara göre 2000'li yılların başlarından 2017 yılına kadar (2008-2010 yılları hariç) üçüncül endüstri olan hizmet sektörünün Gayrı Safi Yurtiçi Hasıla'daki payı sürekli olarak artmıştır. 2008 yılında yaşanan global ekonomik krizin etkisi altında 2008-2010 yılları arasında hizmet sektörü payında düşüş sergilenmiştir. Grafik 3'te gösterildiği üzere, 2010 yılından sonra Hizmet sektörünün ulusal ekonomiye katkısı artmış olup hizmet sektörünün Çin Halk Cumhuriyeti Gayrı Safi Yurtiçi Hasıla'daki payı 2010 yılındaki yüzde 39,0'dan 2017 yılındaki yüzde 58,8'e yükselmiştir. 7 sene içerisinde hizmet sektörünün Çin Halk Cumhuriyeti Gayrı Safi Yurtiçi Hasıla'daki payında yüzde 51,28'lik artış göstermiştir. Günümüzde hizmet sektörü ülke Gayrı Safi Yurtiçi Hasıla'sının yarısından fazlasını teşkil etmektedir. Hizmet sektörünün tam tersine, sanayi endüstrilerinin payı aynı oranda düşüş sergilemiştir. İstatistik verilerden anlaşıldığı üzere, kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları Çin Halk Cumhuriyeti kültür ve yaratıcı endüstrileri ni pozitif etkilemiştir. Gelişmekte olan ülke olarak Çin Halk Cumhuriyeti, sanayi sonrası toplumlar gibi üçüncül endüstrilerin sanayi endüstrilerden daha da önemli olduğu bir çağa doğru sağlam adımlar atmıştır.

Türkiye Cumhuriyeti'nde ise, Çin Halk Cumhuriyeti'nden farklı olarak, hizmet sektörü her zaman Türkiye Cumhuriyeti Gayrı Safi Yurtiçi Hasıla'sının yarısından fazlasını oluşturmaktadır, ancak son 8 yılda hizmet sektöründe neredeyse hiç büyüme kaydedilmemiştir.



Kaynak: Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Bürosu (2018 İstatistiksel Yıllığı)  
TÜİK, Uluslararası Seçilmiş Göstergeler (2010-2017)

Görüldüğü üzere, Çin Halk Cumhuriyeti'nde, kültür ve yaratıcı endüstrilerin hızla gelişmesi ulusal ve yerel politikalara dayanmaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti'nde 'kültür endüstrileri' terimini devlet kurumlarının kullanması 1992 yılına dayanmaktadır (Çin Yaratıcı Endüstrileri Gelişim Raporu, 2013, s.93). 2000 yılındaki Onuncu Beş Yıllık Planda, devlet tarafından ilk defa kültür endüstrilerin gelişiminin desteklenmesi önerildikten sonra, ilk adımın geç atılmasına rağmen, iyi tasarlanan politikaların sayesinde söz konusu endüstriler, geçen yaklaşık yirmi yıl boyunca Çin Halk Cumhuriyeti'nde patlamaya başlamıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nde ise Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Plan'larında kültür endüstrisi, yaratıcı endüstri, yaratıcı ekonomi gibi söz konusu alanla ilgili terimleri kullanılmış olsa da ulusal düzeyde alana özel politikalar henüz yapılandırılmamıştır. Buna rağmen, Türkiye Cumhuriyeti'nin kültür ve yaratıcı endüstrileri akademide ve ülke ekonomisinde gittikçe önem kazanmaktadır. Dolayısı ile bu bölümde Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kültür ve yaratıcı endüstrileri alanındaki politikalarının incelenmesi ve karşılaştırma analizi yer alacaktır.

### 2.5.1. Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ve Yaratıcı Endüstrileri Politikaları

Türkiye Cumhuriyeti'nde kültür ve yaratıcı endüstrileri üzerine ulusal politikalar

yapılmamış olsa da devlet kuruluş yılından bu yana hazırlanmış olan kanun ve politikalarda kültür önemli yer edinmiş, kültürün ekonomik ve kültürel kalkınma sürecindeki önemi vurgulanmıştır. Özellikle Beş Yıllık Kalkınma Plan'larında (BYKP), somut ve maddi olmayan kültürün geliştirilmesi, yayılması ve korunması gerektiği öne sürülmüştür. Bu bölümün ilerleyen kısmında, Türkiye Cumhuriyeti devlet kuruluş yılından başlayıp Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı dönemine kadar geçen süreçte kültür politikaları ve politikaların odak noktalarındaki değişimler incelenecektir. Bu süreci üç aşamaya ayırabiliriz:

### 1. Aşama (1923-1946) Tek Parti Dönemi: Atatürk (Milli Kültür İnşası) Ve İsmet İnönü (Hümanist kültür) Dönemi.

1923 yılındaki cumhuriyet ilanından sonra yaşanan siyasi, sosyal ve iktisadi sıkıntılar tarafından etkilenen kültürel hayatta bulunan sıkıntılar Atatürk'ün dikkatini çekmiş ve yeni politikalar üretmeye sevk etmiştir (Uluskan, 2010, s.2). Ancak, ülkede yaşanan siyasi problemlerin kültür politikalarının oluşturulması üzerindeki engelleyici etkisinin sonucu, 1930 sonuna kadar geçerli bir kültür politikası yapılandırılmamıştır (Uluskan, s.10). 1931'den itibaren uygulamaya başlanan resmî kültür politikasından ve Atatürk'ün bazı konuşmalarından onun kültür meselelerine büyük önem verdiğini; zengin Türk tarihinin, dilinin, sanatının önemini vurguladığını; sanat kurumlarının oluşturulması ve yeni sanat eserlerinin meydana getirilmesine öncülük verdiğini; milli kültür ile seçkin yabancı kültürlerin birleştirilmesine önem verdiğini; iyi olanı devam ettirip, yetersiz kültür elemanlarını yok ederek yerine yenisini koymaya çalıştığını görebilmekteyiz (Uluskan, 2010, s.11-14). Bilindiği üzere, Atatürk döneminde Türkiye Cumhuriyeti'nde büyük bir kültür ıslahı gerçekleştirerek bir milli kültür inşa etme çabasında bulunmuştur. 3 Mart 1924'te Öğretimin Birleştirilmesi Kanununun<sup>14</sup> kabul edilmesi, 1928 yılındaki Türkçe alfabenin değiştirilmesine yönelik gerçekleştirilen Harf İnkılabı<sup>15</sup>, 1931 yılında Türk

---

<sup>14</sup> Eğitime son derece önem veren Atatürk'ün, ıslahatçı ve öngörülü vatandaşların çabalaması sonucu Öğretimin Birleştirilmesi Kanunu 3 Mart 1924'te kabul edilmiştir. Osmanlı döneminde Batıdaki endüstrileşmenin etkisi altında, 19. yüzyılın ortalarından sonra askeri eğitim ve yöneticilerin eğitimi devlet tarafından yürütülmeye başlasa da devletin görevi dışında bırakılan diğer türlü eğitim öğretim işleri Türkiye Cumhuriyeti Millî Eğitim Bakanlığı görevlerinin kapsamına dahil edilmiştir (Arı, 2002:182-188).

<sup>15</sup> Arap alfabesinin yerine yeni Türkçe harflerin eklendiği, günümüzde kullanılmakta olan Latin alfabesi kullanılmaya başlamıştır.



Tarih Kurumu'nun (TTK), 1932 yılında Halkevleri ve Türk Dil Kurumu'nun (TDK) kuruluşu Türkiye Cumhuriyeti'nde kültürel kalkınmanın ve milli kültür inşa etmenin temelini oluşturmuştur. Burada, kalkınma sözcüğü İngilizcedeki 'growth' sözcüğünden farklıdır. Erder'e göre (Türkiye Cumhuriyeti'nde Kültür Politikaları, 2003, s.51) "İngilizce 'de 'growth' ekonomik büyüme anlamına, 'development' ise işin toplumsal ve kültürel boyutunu da vurgulayan 'gelişme' anlamına gelmektedir. Türkçe'deki 'kalkınma' terimi, İngilizce 'deki hem 'growth' hem de 'development' kavramlarını içerdiği için, tek bir sözcük ile her iki süreci de ifade etmek ve 'kalkınma' terimini, hem 'ekonomik büyüme' hem de 'beşerî gelişme' için kullanmak olanaklı olmuştur". Bu nedenle, 'kültürel kalkınma' terimi kültürün ekonomi açısından da büyüme göstereceği ve ülke ekonomisine katkıda bulunacağı anlamına gelmektedir. kültür ve yaratıcı endüstrilerinde, gelir elde etme amacıyla metalaştırılan kültür tam da kültürel kalkınma planları için hizmet etmektedir.

Atatürk döneminde siyasetle ilişkilendirilmeyen "Halk evleri milli kültür anlayışını halka aktarılma isteğine hizmet etmiş ve partili partisiz bütün vatandaşların yararlanmasına bırakılmıştır" (Şeker, 2006, s.19, 27). "Halkevleri çalışmalarını edebiyat, güzel sanatlar, tiyatro sanatı ve spor üzerine yoğunlaştırmıştır" (Ada, 2011, s.192).

Atatürk hayatının sonuna kadar eğitim, dil, sanat, tarih olmak üzere kültürel alanların geliştirilmesine büyük önem vermiştir. 1938 yılında Atatürk'ün vefatından sonra İsmet İnönü'nün Cumhurbaşkanlığı olmasından sonra bazı kurumlarda değişiklikler görülmeye başlamıştır. Milli kültür yerine hümanist kültür <sup>16</sup> tercih edilmiştir, tüm halkın yararlanması için tasarlanan Halk evleri 1939'dan sonra siyasallaşmış, giderek Cumhuriyet Halk Partisi'nin (CHP) siyasi ve kültürel örgütü haline gelmiş (Şeker, 2006, s.24). Bu dönemde, Türkiye Cumhuriyeti nüfusunun yaklaşık yüzde sekseninin köylerde yaşamakta olduğundan dolayı, Halkevlerine ek olarak 1939'da kırsal bölgelerde Halkodalarının açılmasına karar alınmış (Şeker, 2006, s.20), 1940'ta Köy Enstitüleri başlatılmıştır.

---

<sup>16</sup> Hümanizm, insana ve insani değerlere büyük ağırlık veren Rönesans'ın temel kültürel akımıdır (Şeker K., 2006: 13).

## 2. Aşama (1946-2000). Çok Partili Dönem

Türkiye Cumhuriyeti 1946 yılında tek parti yönetimine son vererek çok partili döneme geçiş yapmıştır. Bu dönemde Halkevleri tamamen CHP'ye bağlı kalmış. Ancak, 1951 yılında 5830 sayılı yasa ile işlevlerine son verilmiştir (Türkiye Cumhuriyeti'nde Kültür Politikaları, 2003, s.166). “Cumhuriyetin ilk dönemlerinde bilim ve kültür kurumları olarak kabul edilen, Millî Eğitim Bakanlığına bağlı bir kurum olarak varlığını sürdüren üniversite gelen eleştiriler ve dünya da esen demokrasi rüzgarları sayesinde 1946 yılında Üniversite Kanunu çıkarılarak özerk yapıya kavuşmuştur” (Şeker, 2006, s.46-48).

Kültür, 1960'lerden sonra politika gündemine dahil edilmiştir. Kültürel haklar kavramından bahseden ilk anayasanın 1961 Anayasanın, İktisadi ve Sosyal Hayatın Düzeni bölümünü düzenleyen 41. Maddesine göre: İktisadî, sosyal ve kültürel kalkınmayı demokratik yollarla gerçekleştirmek; bu maksatla, milli tasarrufu arttırmak, yatırımları toplum yararının gerektirdiği öncelikleri yöneltmek ve kalkınma plânlarını yapmak Devletin ödevidir (IV. İktisadi ve Sosyal Hayatın Düzeni, 41. Madde) (Gençkaya ve Demirci, 2018, s.65). Tek başına bir kültür politikası yapılandırılmamış olsa da Türkiye Cumhuriyeti Birinci Beş Yıllık (1963 -1967) Kalkınma Plânında, el sanatları (s.121), radyo ve televizyon (s.272), yayıncılık (s.352), opera ve tiyatrolardan (s.21) bahsedilmiştir. Kalkınma planında, devlet opera ve tiyatroları çalışmalarını daha geniş çevrelere yararlı kılacağı, bölge tiyatrolarının kurulacağı, sanat değeri ve toplum eğitiminde faydaları tespit edilen özel tiyatroların teşvik edileceği dile getirilmiştir. Bunlardan yola çıkarak, söz konusu dönemde, kültürel kurumların sadece kamuya ait olmadığı, kültürel alanda özel girişimlerin de faaliyet gösterdiği, kültürün toplumsal değerine önem verildiği sonucuna varabiliriz. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Plânında (1968 -1972), çoğunlukla kamu kuruluşları tarafında yürütülmüş olan, amacı Türk kültürünü korumak, geliştirmek ve dünyaya tanıtmak olan kültürel faaliyetlerin toplumsal ve eğitim değerine önem verilmiştir. Radyo, televizyon ve sinema eğitim aracı olarak görülmüştür. Sanat ve eğitim değeri yüksek olan eserlere, tiyatro ve sinema sektöründeki özel girişimlere yönelik devlet desteğinin artırılacağından bahsedilmiştir. 1971 yılında kurulan Kültür Bakanlığı bu dönemin kültürel alandaki en büyük başarısıdır. 1973 yılındaki Üçüncü Beş Yıllık kalkınma Plan'ından (1973-1977) 2000 yılına kadar uygulanan

Yedinci Beş Yıllık kalkınma Plan'ında (1996-2000), kültürün küreselleşme ve demokratikleşme sürecinde toplumun gelişimi üzerindeki etkisi vurgulanmıştır. Kültürün teknoloji ve ekonomi ile ilişkilendirilmesi gerektiği ve kültürel ürün yapımında yaratıcılığın önemli ilke haline getirilmesi gerektiği öne sürülmüştür. Sinema, radyo, televizyon ve sanat sektörlerindeki gelişimleri vurgulanmakla birlikte, alanda özgün yerel üretimin geliştirilmesi ve kültürel ürün yapımcılarının fikirlerini özgürce ifade etmesine olanak sağlamanın önemi vurgulanmaya başlanmıştır. Hızlı gelişen dünya da milli kültürün korunması, yayılması ve yaratıcılık içeren sanat eserlerinin daha çok sayıda yapılmasını teşvik etme amacına hizmet edecek olan politika ve etkinlikler gibi devlet destekleri dile getirmiştir. Üçüncü Beş Yıllık kalkınma Plan'ından sonra bilişim teknolojileri ve bilgisayar yazılım sektörü Kalkınma Planlarında gittikçe önemli yer edinmeye başlamıştır. Söz konusu sektörlerin geliştirilmesi için Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerinin, yetenekli personellere yönelik eğitimin de destekleneceği ileri sürülmüştür. Kalkınma Planlarına göre fikri mülkiyet hakları korunacak ve Ar-Ge harcamalarının GSYİH'deki payı yükseltilecektir. Kısacası, bu dönemlerde kültürün daha çok toplumsal ve eğitim değeri vurgulanmış, ekonomik değerinden neredeyse söz edilmemiştir.

Bu dönemde, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki olumlu gelişimler kültür alanında büyük etki yaratmıştır. Kitle iletişim kuruluşları programlarını hem ulusal hem de küresel ölçekte yapabilir olmuştur. İnternet, iletişimin sadece geleneksel anlamda, tek yönde gerçekleşmesine değil, daha etkili olan interaktif iletişime de olanak sağlamıştır. Bu sayede kitle iletişim kuruluşları kamuoyunu etkileyen ve ülkelerin ideolojilerini yayma amacına hizmet eden kuruluşlar olarak da görev yapmaktadır. Burada önemli nokta, kitle iletişim kuruluşlarının, büyük ölçekli kapitalist işletmeler oluşudur, yani mantığındaki temel ögenin kar getirme amacı olmasıdır (Türkiye Cumhuriyeti'nde Kültür Politikaları, 2003, s.94). Kültür ürünleri ile ilgili kuruluşların kapitalist işletmeler olmasının bir sonucu kültür ürünlerinde metalaşma sürecinin giderek yaygınlık kazanmasıdır (Türkiye Cumhuriyeti'nde Kültür Politikaları, 2003, s.94). Bir meta olarak piyasada yer alan kültür ve yaratıcı endüstrilerinin kültürel ve yaratıcı ürünleri ülkelere yüksek ekonomik değer kazandırmaktadır. Dolayısıyla dünya ekonomisinde, kültürel ürünlerin ekonomik değerine vurgu yapılması doğaldır. Örneğin, birçok ülkede kitle iletişim kuruluşları

özelleştirilmekte, kültürel ürünlerde siyasi iktidar kontrolü kaldırılmakta veya azaltılmaktadır. Sonuç olarak, kitle iletişim kuruluşları devletin belirttiği, topluma yaymak istediği toplumsal değerleri içeren programlar ve ürünler üretmek zorunda kalmamaktadır. Yaratıcılığı kısıtlayan bu bariyerler ortadan kalktığı için çeşitli yeni ürünler geniş kitleye sunulmakta ve artık sadece izleyicilerin (veya okuyucuların) en çok ilgisini çeken yüksek izleme oranı elde eden programlara devam etmektedir. Ancak, analiz dönemi Türkiye Cumhuriyeti'nde, kamu kuruluşlarının özelleştirilmesinden bahsedilmiş olsa da bazı kitle iletişim kuruluşların özelleştirilmesi çok daha sonra gerçekleştirilmiştir. 1960 yılında kurulan Devlet Planlama Teşkilatı'nın Beş Yıllık Planlarının Analizinde, bu dönemde yapılan devlet programları kültürel yatırımların ve kültürel kurumların geliştirilmesinin kamu hizmetlerinin bir kısmı ve devletin sorumluluğu olarak düşünüldüğünü ileri sürülmüştür (Sivil Toplum Gözüyle Türkiye Cumhuriyeti Kültür Politikası Raporu, 2011, s.194). 24 Aralık 1963 tarihli yasayla "tüzel kişiliğe sahip özerk bir kamu iktisadi teşebbüsü" statüsü tanınan TRT, 12 Mart 1971 darbesinden sonra 20 Eylül 1971 tarihinde yeni bir yasayla özerkliğine son verilerek güdümlü duruma düşmüştür (Sivil Toplum Gözüyle Türkiye Cumhuriyeti Kültür Politikası Raporu, 2011, s.282). Kültürel kuruluşların kamu kuruluşları olarak belirlenmesinin sonucu, kültürel ürünlerin içerikleri kısıtlı kalır, kar elde etme potansiyelinden daha çok toplumsal ve kültürel değerine önem verilebilir. Tıpkı Türkiye Cumhuriyeti'nde olduğu gibi, devlet politikalarında, kalkınma planlarında kültürün gelir elde etme özelliğinden ve kültür endüstrisi aracılığı ile ülke ekonomisinin geliştirilmesinden neredeyse hiç bahsedilmemiştir. Örneğin, Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Plan'ında (1973-1977), "özel film şirketlerinin çok sayıda ve düşük nitelikte filmlerden çok sanat yönü kuvvetli, kültür ve eğitime katkıda bulunacak filmlerin yapımına yönelmelerini sağlamak amacıyla bir özendirme ve ödüllendirme sistemi kurulacağı" planlanmıştır. Ancak, Sivil Toplum Gözüyle Türkiye Cumhuriyeti Kültür Politikası Raporu'na (2011, s.194) göre 1950-1980 yılları döneminde kültürün yavaşça bir metaya ve bir endüstriye dönüşümü de gerçekleşti: daha yeni şekillenmiş (fledgling) müzik endüstrisi, yeni bir müzik ve kültürel anlatım biçimi olan "Arabesk"<sup>17</sup>in popülaritesi ile

<sup>17</sup> Türk halk müziğinin tüm teknik öğelerini bünyesinde barındıran Arabesk müzik, ilk veya erken dönem adını verdiğimiz 1930 ile 1950 yılları arasında halk müziğinin kendine özgü yapısını farklı kültürlerin müzik unsurlarıyla bezeyerek ortaya çıkmıştır. Arabesk müziğin temelinde olan kültürel çeşitlenme, Türk halk müziğinin kendi yerel özelliklerinden sıyrılarak, öncelikle yakın kültürlerin, sonrasında da giderek kendisine benzemeyen kültürlerin müzikleriyle bezenmesi biçiminde şekillenmiştir. 1950'li yıllarda başlayıp 1980'li yıllara kadar süren süreç Arabeskin

karakterize edildi, Türk sineması altın çağını yaşıyordu, ‘Yeşilçam filmleri’<sup>18</sup> ve film şirketlerinin çoğalması ile simgelenir.

### 3. Aşama: 2001- bugüne kadar-Adalet ve Kalkınma Partisi Dönemi

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (2001-2005), kültürün geliştirilmesi, uluslararası alanda katkı ve kapasitesinin artırılması ve bu amaca ulaşmak için eğitim seviyesi yüksek olan insan gücünün yetiştirilmesine önem verilmiştir. 2001 yılında yürürlüğe giren ‘Sanat Eserlerinin Radyo ve Televizyon Yayınlarında Kullanımına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’ Fikir ve Sanat Eserleri telif haklarının daha iyi korunması açısından önem taşımaktadır. Dokuzuncu Kalkınma Plan’ında (2007-2013) ise Kültür alanında nitelikli insan gücü ihtiyacının karşılanması, ilgili kurumlar arasında gerekli koordinasyonun sağlanması ve tanıtımla ilgili eksikliklerin giderilmesinin önemi vurgulanmıştır. Bu dönemde, politikalar aracılığı ile ülkenin ekonomik rekabet gücünün artırılacağı ve yüksek katma değer sağlayan üretin yapısına geçiş yapılacağı planlanmıştır. Ayrıca, aynı hedefi gerçekleştirmek adına, kalkınma planında Ar-Ge faaliyetlerinin yenilik üretecek şekilde ve pazara yönelik olarak tasarlanması sağlanacağı ve Ar-Ge harcamalarının GSYİH’deki payının artırılacağı da dile getirilmiştir. Kültür ve yaratıcı endüstrileri temelinde yüksek yaratıcılık barındıran ve yüksek katma değere sahip alanlar olarak değerlendirildiğine göre, bu planda bahsi geçen yüksek katma değer sağlayan üretim yapısının kültür ve yaratıcı endüstrilerin üretim yapısını da kapsadığı; devlet politikalarının yaratıcılığı teşvik ettiği tahmin edilmektedir. Dokuzuncu Kalkınma Planı’nda bilişim teknolojileri sektörüne, yazılım hizmetleri alanına yoğun ilgi gösterilmiştir. Bu doğrultuda, Bilgi Toplum Stratejisinin (2006-2010) amaçlarına yönelik olarak elektronik haberleşme hizmetlerindeki yüksek vergi yükü tedricen makul seviyelere çekilmesi; bilgi teknolojileri sektöründe rekabet gücünün artırılması amacıyla, doğrudan yabancı yatırımlar için uygun ortam oluşturulması ve bu yolla teknoloji

---

Orta veya Gelişme dönemidir. Bu dönemde, toplumdaki ekonomik çalkantılar, toplumsal kimlik çatışmaları ve siyasi olaylar, köylü kentli kültürünün ayrışması ve sınıfsal farklılıkların ayrılığa dönüşmesi, Arabesk müziğin ve elbette böyle bir anlayışın oluşmasındaki başlıca etmenlerdendir (Türk Kültür Vakfı, <http://www.turkishmusicportal.org/tr/turk-muzigi-turleri/populer-muzikler-arabesk>).

<sup>18</sup> Türk Sinema tarihi içinde ilk akla gelen olgulardan biri Yeşilçam filmleridir. Yeşilçam sineması birçok farklı film türünün değişimi, birleşimi ve yeniden kendine has özellikleri ile ortaya çıkmasıdır (Becerikli R., 2017:101). Nilgün Abisel, Yeşilçam’ın genel film türlerini şöyle sıralamaktadır: “avantür filmler, köy filmleri, salon güldürüleri, şarkıcılı filmler, yabancı filmlerin /popüler aşk romanlarının uyarlamaları, çocuk yıldızlı filmler” (Abisel’den aktaran Becerikli R., 2017:101).

transferi sağlanması planlanmıştır. Görsel işitsel alt yapısının geliştirileceği, Teknopark<sup>19</sup> ların yazılım ve hizmetler alanında bölgesel ve öncelikli endüstrileri destekleyecek şekilde ihtisaslaşmasının sağlanacağı ve yazılım sektöründe fikri mülkiyet haklarının korunacağı ortaya konulmuştur.

2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Plan’da (2013, s.1) planın, “Türkiye Cumhuriyeti’nin 2023 hedefleri doğrultusunda, toplumu yüksek refah seviyesine ulaştırma yolunda önemli bir kilometre taşı olacağı ileri sürülmüştür”. Plan, “küresel ekonomide geleceğe dönük risklerin ve belirsizliklerin sürdüğü, dünya ekonomisinde değişim ve dönüşümlerin yaşandığı, yeni dengelerin oluştuğu, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında güç dengelerinin yeniden şekillendiği bir ortamda hazırlanmıştır” (T.C. Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü, 2013). Küresel ekonomide son derece önemli yer edinen kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstri ilk defa kalkınma plana dahil edildiğinden dolayı, Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Türkiye Cumhuriyeti kültür ve yaratıcı endüstrilerin geleceği adına büyük önem taşımaktadır. Kalkınma Plan’da (T.C. Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü, 2013, s.148) Yaratıcı Endüstriden şu şekilde bahsedilmiştir:

964. Kentsel dönüşüm projelerinde yenilikçi ve katma değer yaratan sektörleri, yaratıcı endüstriler ile yüksek teknolojik ve çevreye duyarlı üretimi destekleyen uygulamalara öncelik verilecektir.

Yaratıcı endüstriler yenilikçi ve yüksek katma değer yaratan sektörleri kapsamaktadır. Planda Yaratıcı Endüstrilere öncelik verileceği dile getirilmiş olsa da nasıl öncelik verileceği hakkında detaylı bilgi verilmemiştir. Ama, yaratıcı endüstri teriminin Kalkınma Planında yer alması söz konusu endüstrinin Türkiye Cumhuriyeti’ndeki popülerliğini artıracak, devlet kuruluşlarının söz konusu endüstri üzerine ulusal ve yerel politikalar geliştirmesini hızlandıracaktır. Devlet, çevreye duyarlı üretimi destekleyen

---

<sup>19</sup> Türkiye Cumhuriyeti’nde ilk Teknopark kurma düşüncesi 1980’li yılların başında oluşmaya başlamıştır. İ.T.Ü İstanbul Sanayi ve Ticaret Odası ile 1985 yılında bir Teknopark uygulamasını faaliyete geçirmiştir. 1988 yılından itibaren Türkiye Cumhuriyeti’nin Ankara, İzmir, İzmit gibi farklı şehirlerinde Teknopark/Teknokentler kurulmaya başlanmıştır (Pamukkale Teknokent, <http://pauTeknokent.com.tr/dunyada-ve-turkiyede-Teknokentler>). Ancak, Teknoparklar, Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planından itibaren kalkınma planlarında yer almıştır. Günümüzde, Teknopark sayısı 54 şehirde 81’e ulaşmıştır (AA, <https://www.aa.com.tr/tr/politika/sanayi-ve-teknoloji-bakani-varank-Teknopark-sayisi-54-sehirde-81e-ulasti/>, erişim tarihi:17.02.2019)

uygulamalara öncelik vererek sürdürülebilir kalkınmayı hedeflemiştir.

Kültür endüstrisi terimini ise planın ‘kültür ve sanat’ ve ‘fikri mülkiyet hakları’ olmak üzere iki farklı alt başlığı altında rastlamaktayız. ‘Kültür ve sanat’ alt başlığı altında ‘296. Ortak tarihi geçmişi olan ülkeler başta olmak üzere dünya ülkeleriyle kültürel ilişkilerinin geliştirileceği, kültür endüstrisinin milli gelir, ihracat ve ülke tanıtımına katkısı artırılacağı’ ileri sürülerek ilk defa kültürün toplumsal değerinin yanı sıra kültürün ve kültür endüstrisinin ekonomik değerine vurgu yapılmıştır. Kültür endüstrisinin ihracat ve ülke tanıtımına katkısının artırılacağı beklentisi devletin, söz konusu endüstrileri ülkenin uluslararası düzeyde yerini yükseltme hedefini gerçekleştirmesine yardımcı bulunacak olan endüstrileri olarak düşündüğü anlamına gelmektedir. Çünkü kültür bir ülkenin yumuşak gücüdür. Batı ülkelerin yumuşak gücünü artırarak, bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanarak kendi kültürünü popüler bir kültür haline getirdiği, bu sayede ekonomik ve kültürel kalkınmayı gerçekleştirdiği açıktır. Eğer, medeniyetin beşiği olan topraklara sahiplik yapan Türkiye Cumhuriyeti kültürel zenginliğinden doğru şekilde yararlanırsa, Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Plan’ında (T.C. Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü, 2013, s.49) ileri sürüldüğü gibi “kültürünün özgün yapısını ve zenginliğini kaybetmeden gelişime açık olmasını ve evrensel kültür birikimine katkıda bulunmasını sağlanırsa”, kuşkusuz dünyanın en büyük ekonomileri sıralamasında ön sırada yer edinecektir. Artık bunun farkına varan devlet, “fikri mülkiyet hakları” alt başlığı altında ‘705. Telif haklarıyla korunan ve dünya da giderek önem kazanan kültür endüstrilerini izlemek ve politika oluşturmak için kayıt, veri ve ulusal istatistiklerin geliştirilmesi ihtiyacının önemini korumakta’ olduğunu öne sürmüştür. Ayrıca, “Ulusal Fikri Haklar Stratejisi Eylem Planı: 2015-2018” (2014) Türkiye Cumhuriyeti’nin “Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu”, “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun” ve “Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun” gibi fikri mülkiyet hakları ile ilişkili mevzuatların ve politikaların amaçlarına nitelikli katkı sağlayabilecek, etkin, yaygın ve toplumca benimsenmiş bir fikri haklar sistemi oluşturmayı ve fikri mülkiyet haklarına sahip ürünlerin ülke ekonomisindeki katkısını artırmayı amaçlamıştır.

Ulusal mevzuat ve politikaların yanı sıra Türkiye Cumhuriyeti bugüne kadar telif hakları ile ilgili 4 global sözleşmeyi kabul etmiştir: 1) 93 ülkenin taraf olduğu, Türkiye Cumhuriyeti'nin de 28 Kasım 2008 tarihi itibarıyla taraf olduğu "WIPO Telif Hakları Anlaşması (WCT)<sup>20</sup>"; 2) 94 ülkenin taraf olduğu, Türkiye Cumhuriyeti'nin de 28 Kasım 2008 tarihi itibarıyla taraf olduğu "WIPO İcralar ve Fonogramlar Anlaşması"<sup>21</sup>; 3) 93 ülkenin taraf olduğu, Türkiye Cumhuriyeti'nin de 7 Temmuz 1995 tarihi itibarıyla taraf olduğu "Roma Sözleşmesi"<sup>22</sup>; 4) 168 ülkenin taraf olduğu, Türkiye Cumhuriyeti'nin de en son 7 Temmuz 1995 tarihi itibarıyla taraf olduğu "Edebiyat ve Sanat Eserlerinin Korunmasına İlişkin Bern Sözleşmesi"<sup>23</sup>. Kültür ve yaratıcı endüstrilerin en belirgin özelliklerinin biri olan telif hakkının bu denli korunması söz konusu endüstrilerin dolayısı ile ülke ekonomisinin büyümesine katkıda bulunacaktır.

Şu an Türkiye Cumhuriyeti İstatistik Kurumu kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstri üzerine özel istatistik raporlar hazırlamamaktadır. Söz konusu endüstriler üzerine yazılan makale ve çalışmalarda kullanılan veriler DCMS yaratıcı endüstriler sınıflandırması esasında Türkiye Cumhuriyeti İstatistik Kurumunun hazırlamış olduğu başka raporlarından yararlanarak elde edilmektedir. 705. maddede kültür endüstrisi üzerine politika oluşturmak için kayıt, veri ve ulusal istatistiklerin geliştirilmesi ihtiyacının dile getirilmesi Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planını Türkiye Cumhuriyeti kültür endüstrisinin tarihi dönüm noktası kılacaktır.

Türkiye Cumhuriyeti'nin Beş Yıllık Kalkınma Plan'larında sanat her zaman önemini korumuştur. Bu kapsamda, Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Plan'ına (T.C. Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü, 2013, s.49) göre "Kültür değerleri ve geleneksel sanatların yaşatılmasına yönelik destekler etkinleştirilerek uygulamaya devam edilecektir". "Esnaf ve sanatkârların değişen ekonomik ve sosyal şartlara uyum sağlayabilmesi için gerekli yapısal dönüşümleri desteklenecek ve alışveriş merkezlerinin küçük esnaf ve sanatkârlara yönelik olumsuz etkilerinin giderilmesi sağlanacaktır" (T.C.

---

<sup>20</sup> Telif Hakları Genel Müdürlüğü: <http://www.telifhaklari.gov.tr/WIPO-Telif-Haklari-Anlasmasi-WCT>

<sup>21</sup> Telif Hakları Genel Müdürlüğü: <http://www.telifhaklari.gov.tr/WIPO-Icralar-ve-Fonogramlar-Sozlesmesi-WPPT>

<sup>22</sup> Telif Hakları Genel Müdürlüğü: <http://www.telifhaklari.gov.tr/Roma-Sozlesmesi>

<sup>23</sup> Telif Hakları Genel Müdürlüğü: <http://www.telifhaklari.gov.tr/Edebiyat-Ve-Sanat-Eserlerinin-Korunmasina-Iliskin-Bern-Sozlesmesi>



Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü, s.106). Kültürel ürünlerin önemli bir kısmı olan sanat ürünleri Türkiye Cumhuriyeti'nin hem kültürel değerlerini dünyaya tanıtması hem de ekonomik gelir elde etme açısından önem taşımaktadır. Görsel, işitsel ve sahne sanatları ile tarih ve edebiyatın birleşiminden ortaya çıkan sanatsal eserler yurt içi ve dışında ülkenin en iyi temsilcisi olacaktır. Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Plan'ının (T.C. Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü, 2013, s.48) “kültür ve sanat” alt başlığı altında “Görsel, işitsel ve sahne sanatları başta olmak üzere kültürel ve sanatsal faaliyetlerin gelişiminde ve sunumunda mahalli idarelerin, özel ve sivil girişimlerin rolü artırılacağı”, “Türk tarihinin önemli şahsiyetleri, olayları, masal kahramanları ve kültürel zenginlik unsurlarının belgesel, dizi ve çizgi filmlere dönüştürüleceği”, “Türk film endüstrisinde kültürün temel unsurları ve değerlerinin işlenmesine yönelik teşvik mekanizması oluşturulacağı”, “Türk sinemasının dünya da tanınan bir marka haline gelmesini sağlayacak yapımlar yaygınlaştırılacağı ve sektörün ihracata katkısı artırılacağı” üzerine plan yapılmıştır. Buna ek olarak “Yurtiçi ve yurtdışındaki kültür mirasının, [...] kültür turizmine katkı sağlayacak [...] şekilde korunacağından bahsedilmiştir (T.C. Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü, 2013). Turizm alanı, kültür endüstrisine büyük ekonomik katkıda bulunacak olan alanlardan biri olduğundan dolayı onun geliştirilmesi kültür endüstrisi için büyük önem taşır. Bu nedenle devlet, kültür turizminin yanı sıra, sağlık turizmi başta olmak üzere, kongre turizmi, kış turizmi, kurvaziyer turizmi, golf turizmine ilişkin altyapı eksiklikleri tamamlanarak pazarın çeşitlendirilmesini sağlamayı ve alternatif turizm türlerinin gelişimi desteklemeyi planlamıştır (T.C. Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü 2013, s.131).

Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Plan'ında (T.C. Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü, 2013, s.108) tartışıldığı üzere bilgi ve iletişim teknolojilerinin, ülkelerin rekabet gücünün artırılması, refah düzeyinin yükseltilmesi ve nitelikli istihdamın geliştirilmesi bakımından taşıdığı önem giderek artmaktadır. Bir ülkenin iletişim teknolojileri altyapısı kitle iletişim sektörünün ve diğer kültürel sektörlerin faaliyetlerini büyük ölçüde etkilemektedir. Planda, bilgi toplumuna dönüşüm sürecini hızlandırılması, iletişim teknolojisi altyapısının geliştirilmesi, sektörde Ar-Ge faaliyetlerinin, yenilik ve ihracatın teşvik edilmesi, başta oyun olmak üzere mobil uygulama, yazılım ve bilgi teknolojileri hizmetleri desteklenmesi üzerine politikalar hazırlanmıştır.

Son dönemlerde, yaratıcı endüstriler Türkiye Cumhuriyeti’nde hem özel sektörün hem de hükümetin program gündemine alınmış durumda gözükmektedir. Bunun ilk örneği 2015 yılında Koç Üniversitesi ve Arçelik A.Ş.’nin yatırımı ile kurulan “Koç Üniversitesi Yaratıcı Endüstriler Uygulama ve Araştırma Merkezidir (KUAR)”. Merkez, yapılacak olan araştırmalar aracılığı ile Türkiye Cumhuriyeti yaratıcı endüstrilerinin verimliliği ve rekabet gücünü artırmayı amaçlamaktadır (<https://kuar.ku.edu.tr/about/>). Kasım 2016’da listeye bir üniversite yaratıcı endüstrileri araştırma merkezi daha eklenmiştir: Başkent Üniversitesi Yaratıcı Kültür Endüstrileri Uygulama ve Araştırma Merkezi. Bu merkezin temel amacı ise “kültür ve yaratıcı endüstrileri ve ilgili alanlarda mevcut olan problemleri tespit etmek ve problemlere çözüm üretmek” (<http://yakem.baskent.edu.tr/index.php/yonetmelik/>) olarak belirlenmiştir. Yine 2016’da Türkiye Cumhuriyeti-Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı-TAVAK, Türkiye Cumhuriyeti’ndeki kültür ekonomisinin boyutlarını gösteren “Türkiye Cumhuriyeti’nde Kültür (Kreatif) Ekonomisinin Boyutları” başlıklı çalışmayı gerçekleştirmiş. Çalışmada, Türkiye Cumhuriyeti’nde 2016 yılına kadar ister resmî kurumların isterse özel sektörün kültür endüstrisi üzerine sistematik bir çalışma ve istatistiksel ölçme gerçekleştirmediğinden bahsedilmiştir. Haziran 2017’de Türkiye Cumhuriyeti Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) “Türkiye Cumhuriyeti Kreatif Endüstriler Meclisi toplantısı”nı gerçekleştirmiştir. Toplantıda, “yaratıcı sektör” teriminin tanımı yapılması için, toplumun yaratıcı sektör farkındalığının artırılması, sektör gelişiminin hızlandırılması üzerine çalışmalar yapılması hakkında karar alınmıştır (TOBB, 2017). Ayrıca, Telif Hakları Alt Komitesi, Mevzuat ve Vergi Alt Komitesi, Teşvik ve Destekler Alt Komitesi kurulmuştur (TOBB, 2017). Mart 2019 tarihinde, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Varank, 2007 yılından bu yana yürütmekte olduğu Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında "Yaratıcı Endüstriler" ve "Ar-Ge" başlıklarında yaklaşık 50 milyon Avroluk yeni bir proje teklif çağrısına çıktıklarını ve bu fon desteğinin Türkiye Cumhuriyeti KOBİ'lerinin, girişimcilerinin ve araştırmacılarının teknolojik birikimini, proje geliştirme uygulama ve iş birliği kapasitelerini artırmayı, ayrıca ticarileşme, markalaşma faaliyetlerini destekleyerek küresel ölçekte başarılı örneklerin ortaya çıkmasını hedeflediğini belirtmiştir (Anadolu Ajansı (AA)). Mayıs 2019 tarihinde (AA) ise, yaratıcı endüstrileri üzerinde yapılacak olan, Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilen, toplamda 18 ay sürecek olan "Connect for Creativity" projesinin tanıtımı yapıldı. Proje

tanıtım programında İngiltere'nin İstanbul Başkonsolosu Judith Slater: “Yaratıcı Endüstrileri yalnızca her gün biraz daha artan ekonomik rolü dahilinde değil, aynı zamanda toplumu oluşturan büyük bir role sahip bir etkinlik olarak da göz önünde bulundurmamız.” değerlendirmesini yapmıştır (AA).

Kısacası, Türkiye Cumhuriyeti’nde kültür ve yaratıcı endüstrileri çalışmaları yakın tarihte başlamıştır. Son birkaç yılda söz konusu endüstriler ile ilgili yayınlanan akademik makaleler, internet yazıları, devlet kurumlarının araştırma raporlarının sayısı hızla artmakta, kalitesi yükselmekte ve kapsama alanı genişlemektedir. Kurulan araştırma merkezleri ise standartlaştırma çalışmalarını yürütmektedir. İleride Türkiye Cumhuriyeti’nin kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında sahip olduğu avantaj ve potansiyellerinden yararlanarak dünya ekonomisine katkıda bulunması, söz konusu alanda kayda değer neticeleri elde etmesi beklenmektedir.

### **2.5.2. Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Ulusal Politikalar**

Çin Halk Cumhuriyeti’nde kültür ve yaratıcı endüstrileri gelişimi üç aşamadan geçmiştir, şu an dördüncü aşamadır:

Birinci aşama (1949-1978): devlet kuruluş yılından “Reform ve Dışa Açılma”a (Reform and Opening-Up) kadar. 1978’den önce Çin Halk Cumhuriyeti’nde Planlı Ekonomi<sup>24</sup>(planned economy) sistemine sahipti, kültür kurumları devlete aitti. Wang (2017, s.35-36) çalışmasında kültür kurumlarının tamamen devlete ait olduğu dönemlerin (1949-1978) kültürel politikalarını şöyle özetlemiştir:

Merkezi hükümet kültürel üretimi kontrolü altına almıştır ve Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisinin ve sosyalist medeniyetin liderlik rolünü güven altına alma adına politik ve eğitim aracı olarak kullanılmıştır (White ve Xu, 2012). [...] Kitle kültürü (mass culture) ve yüksek kültür (high culture) arasındaki fark dikkate alınmamıştı, kültür endüstrisi ve kültür pazarı da mevcut değildi; kültür, devlete ait olan, ticari amaçlı olmayan ve kamu desteğine dayanan kamusal kültürel kurumlar (shiyue danwei)

<sup>24</sup> Çin Halk Cumhuriyeti kuruluşundan (1949) 1978’in sonuna kadar planlı ekonomi sistemine sahipti (Lin’den aktaran Wang, 2017, s.36). Jean Oi (1995, s.1134), planlı ekonomi döneminde, “her fabrikaya hangi ürünlerin hangi miktarda üretilmesi gerektiği, hangi malzemelerin kullanılması gerektiği, malzemelerin nereden geleceği, ne kadar maliyete ihtiyaç duyulduğu ve bu ürünlerin nereye ve ne kadar fiyatla satılması gerektiği söylenirdi” (Oi,1995, s.1134). Tüketici seçimi kesinlikle sınırlıydı (Oi,1995, s.1134).

tarafından üretilirdi (Chen, 2003). [...] Kültürel işçiler (cultural workers) devlet tarafından işe alınır, kültürün içeriği ve formu resmî kurumların ve sansürün denetimine tabi kalırdı (Kean ve Weihong, 2008, s.255). Mesele şu ki, farklı kültürel ürünler arasında rekabet mevcut değildi, sayısı kısıtlı olan kültürel ürünler izleyicilerin ihtiyacını karşılamazdı (Long, 2012).

İkinci aşama (1978-2002): “Reform ve Dışa Açılma” politikasının ortaya konulmasından kültür endüstrisi ve kamusal kültürel kurumların farklı yollarla geliştirilme önerisine kadar. 1978 yılındaki Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi On Birinci Merkez Komitesi'nin Üçüncü Genel Kurulunda “Reform ve Dışa Açılma” (Reform and Opening-Up) politikasının ortaya konulması ile birlikte ekonomi sistemine yönelik reform resmî olarak başladı (People’s Daily Online, 1978). “Reform ve Dışa Açılma”, “Kültür Devrimi” nin hatalarını düzeltmek, kaosu ortadan kaldırmak ve normal düzene geri dönmek, sosyalist modernleşmeye odaklanmak ve ulusal canlanmayı (*民族复兴- national rejuvenation*) gerçekleştirmektir, reform en başından beri ekonomik, politik ve kültürel yönlerde başlatılmıştır (Shanghai Observe, 09.12.2018). 1982’deki Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi On İkinci Ulusal Kongresinde “Planlı Ekonomi Esas, Pazar Düzenlemesi İkincil” modeli, 1985 yılındaki Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi On İkinci Merkez Komitesinin Üçüncü Genel Kurulunda “Planlı Meta Ekonomisi” modeli, 1987 yılındaki Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi On Üçüncü Ulusal Kongresinde “Devlet Piyasayı Düzenler, Piyasa Şirketi Yönlendirir” modeli, 1989 yılındaki Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi On Üçüncü Merkez Komitesinin Üçüncü Genel Kurulunda “Planlı Ekonomi ve Pazar Düzenlemesinin Kombinasyonu” modeli, 1992’deki Çin Halk Cumhuriyeti On Dördüncü Ulusal Kongresi’nde sosyalist pazar ekonomisi kuramı ortaya konulmuş (Yao, 2016, s.3-4) ve uygulanmaya başlamıştır. Sonuç olarak, ekonomik sistem kademli olarak değiştirilmiş, devletin ekonomiye müdahale biçimi ve seviyesi de değişmiş, böylelikle devlete ait olan kültürel kurumların özelleşmesi olanaklı hale gelmiştir. 2000 yılında Çin Komünist Partisi tarafından formüle edilen Onuncu Beş Yıllık Planda devlet, ilk olarak kültür endüstrisi terimini kullanmış ve ilgili politikalarını mükemmelleştirip, kültürel pazar inşası ve yönetimini güçlendirip, kültür ile ilgili endüstrilerin gelişimini desteklemeyi önermiştir (Zhang, 2006, s.93). Devlet kültürün ekonomik katkısının farkına varmaya başlamış, ancak kültürün ideolojik doğası da göz ardı edilmemiştir (Wang, 2017, s.36). Çin Halk Cumhuriyeti Aralık 2001’de Dünya Ticaret Örgütü’ne katılmıştır. Bu ülkenin yabancı yatırıma açılma

kararlılığını ortaya çıkarmıştır, kültürel ticaret üzerindeki kısıtlamaları azaltmak anlamına geliyordu (Kean, 2009, s.28). Kültürel taahhütlerin (cultural undertakings (*wenhua shiye*)) çoğunun özelleştirilmesi tam anlamıyla gerçekleştirilecekti. 2002'deki Çin Halk Cumhuriyeti 16. Ulusal Kongresi'nde kâr amacı gütmeyen kültürel taahhütler ve operasyonel kültür endüstrisi kavramı ortaya konulmakla birlikte, ikisini farklı yollarla reform edilmesi ve kültürün toplumsal faydasının (social benefits) her daim birinci sıraya konulması gerektiği ifade edilmiştir. (People's Daily Online, 2011). Sonraki yıllarda ister beş yıllık planlarda ister Ulusal Kongrelerde ve kültür alanına özel politikalarda kültür sistemi reformunun derinleştirilmesi; kültürün toplumsal faydasının öne çıkarılması gerektiği ve aynı zamanda kültür endüstrisinde ekonomik gelir elde etmenin önemi vurgulanmakta, kültür sistemindeki reform hala devam etmektedir.

Bu dönemde kültür alanında reform ağırlıklı olarak sanat ve performans organizasyonları üzerinde gerçekleşmiş, aynı zamanda televizyon, film, kütüphane ve basın-yayınçılık alanlarının da reform edilmesine önem verilmiştir (Cao, 2017, s.94). Kültürel ürünler kamu ve özel işletmeler ve kamusal kültürel kurumlar (*shiye danwei*) tarafından üretilmiştir (Shan'den aktaran Wang, 2017, s.36). Pazar ekonomisini teşvik eden bu süreçte, sayısı gittikçe artan özel üreticiler kültür pazarındaki rekabete katılmıştır (Wang, 2017, s.37). Devlet artık tüm gazete, yayın medya ve televizyon programlarının içeriğini kontrol edemiyordu (Wang, 2017, s.51), ancak, otonom kültürel yaratıcılık hala ciddi bir sansür altındaydı, özellikle devlet üzerinde yapılan eleştiri ve ironi ile ilgili kültürel ürünler kamuya sergilenemezdi, televizyon, radyo veya basın yayınlarında yer alamazdı (Feng'den aktaran Wang, 2017, s.37).

Üçüncü aşama (2003-2012), kültür endüstrisi teriminin resmî belgelerde kullanılmasından sonra, alanla ilgili çeşitli politikalar ortaya çıkmaya başlamış, kamusal kültürel kurumları üzerinde gerçekleştirilecek olan reform kültür sistemi reformunun deneyim noktası olarak tamamıyla başlamıştır (China Internet Information Center, 2007). Yukarıda bahsedildiği üzere, 2002'de kültür endüstrisi ve kültürel taahhütler (*wenhua shiye*) ayrıt edilmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı (2003) Kültür Bakanlığının Kültür Endüstrilerinin Gelişimini Destekleme ve Teşvik Etme Üzerindeki Çeşitli Görüşleri isimli dosya da kültür endüstrileri: kültür ürünleri üreten ve kültürel

hizmetler temin eden, kar amaçlı endüstri olarak tanımlamış ve kültür endüstrileri performans, sinema ve televizyon, görsel-işitseller, kültürel eğlence, kültürel turizm, internet kültürü, kitap/gazete basını, kültürel kalıntılar, sanat eserleri ve sanat eğitimi olmak üzere 10 guruba ayırmıştır. Yine 2003'te, hükümet ve kamusal kültürel kurumların (*shiye danwei*) fonksiyonlarının ayrıt edilerek aralarındaki ilişkinin yeniden kurulması: yani kamusal kültürel kurumların (*shiye danwei*) kültürel ürünlerin üretimi ve dağıtımını gerçekleştireceği, devletin ise kültürel ürünlerin üretimi ve dağıtımını yöneteceği planlanıp 2005'te başarıyla sona ermiştir (China Internet Information Center, 2007). Devlet Konseyinin Bireysel Ticaret, Özel İşletme Gibi Kamusal Olmayan Ekonominin Gelişimini Teşvik Etme, Destekleme ve Yönetimi Üzerinde Bazı Görüşlerinde (2005, 3.numaralı) özel sermayenin kültür, bilim-araştırma, eğitim vb. toplumsal taahhütler<sup>25</sup> (social undertakings-社会事业) alanına girmesine izin verilmiştir. 2009 yılında ise özel sermayenin spesifik olarak kültür yaratıcılığı, sinema ve televizyon eserlerinin üretimi, sahne sanatları ve eğlence, animasyon gibi alanlara girmesine izin verilmiş; Basın-yayıncılık, sinema ve sanatsal performans organizasyonları olmak üzere kamuca finanse edilen işlevsel kültürel kurumların işletmelere dönüştürülme sürecinin kısa sürede tamamlanması planlanmıştır (Devlet Konseyi). Radyo, televizyon programlarının üretimi ve yayını Partinin dergi ve gazete yapım ve yayınından bağımsızlaştırılacaktır (Devlet Konseyi, 2009). Merkezi hükümet, kültürel hizmetlerde devletin rolünü yavaş yavaş azaltmış ve daha fazla kültürel ürün ve hizmetlerin kamu dışı üreticiler tarafından üretilmesine olanak sağlamıştır (Wang, 2017). 2012 yılına geldiğinde, Changchun Li, Ulusal Kültür Sistemi Reform Hizmetleri Ödüllendirme Genel Meclisinde, 10 yıl içinde merkezi hükümetin belirlediği kültür sistemi reformunun dönemsel görevinin tamamlandığını belirtmiştir (Cao, 2017).

Bu aşamada kültür sistemi reformunun dışında devlet, bilim, teknoloji ve bilgi endüstrisinin ülke ekonomisindeki önemli rolünü anlamıştır. Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi Merkez Komitesi'nin Ulusal Ekonominin gelişimi ve toplumsal Kalkınma üzerinde Onuncu Beş Yıllık Planın Oluşturulması Üzerine Önerilerinde

<sup>25</sup> Toplumsal taahhütler (social undertakings)- devlet, kamu rafağı adına, devlet organları veya başka organizasyonlar tarafından düzenlenen eğitim, bilim-teknoloji, kültür, sağlık vs alanındaki faaliyetlerle ilgilenen toplumsal hizmetlerdir (baidu baike)

yaratıcılığın, teknolojinin ve bilgi endüstrinin gelişiminin desteklenmesi, bilgi endüstrinin ilgili kültür endüstrisi ile birleştirilmesi önerilmiştir (2000). Sonraki yıllarda teknoloji ve bilgi endüstrini geliştirme önerileri ve stratejileri devlet politikalarında gittikçe önemli yer edinmiştir. 2009 yılında Devlet Konseyi'nin Ulusal Ekonominin Hızlı ve İstikrarlı Gelişiminin Kolaylaştırılmasında Bilim ve Teknolojinin Destekleyici Rolünün uygulanmasına İlişkin Görüşlerinde (9.Numaralı), yüksek-teknolojinin ekonomideki rolü ve yerel hükümetlerin animasyon, yazılım, oyunlar olmak üzere (Kültür endüstrilerine ait) filizlenmekte olan endüstrileri geliştirmesi gerektiği vurgulanmıştır (Devlet Konseyi'den aktaran Wang, 2017, s.39). Kültür Endüstrileri Yeniden Canlandırma Planında (Devlet Konseyi, 2009), teknoloji aracılığıyla kültür endüstrilerin daha da geliştirilmesi önerilmiş; Ulusal Ekonominin Gelişimi ve Toplumsal Kalkınma Üzerinde On İkinci Beş Yıllık Plan'da (Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi Merkez Komitesi, 2011) ekonominin kalkınmasının daha çok teknolojideki yaratıcılığa dayandığı belirtilmiştir.

Aralık 2007'de düzenlenen Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi 17. Ulusal Kongresinde kültürel yumuşak gücü<sup>26</sup>(soft power) terimi ilk defa kullanılmış; Yaratıcılık teşvik edilip Çin Halk Cumhuriyeti'nin seçkin kültürünün dünyaya tanınması ve etkisinin büyümesinin desteklenmesi, kültürel yumuşak gücünün artırılması önerilmiştir. 18. ve 19. Ulusal Kongrede ülkenin kültürel yumuşak gücünü artırmaya devam edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. 29 Kasım 2012 tarihinde Xi Jinping "Çin Rüyası" kavramını açıklamıştır; Çin Halkının geçen asır ve bu asırdaki en büyük rüyası Zhonghua milletlerinin<sup>27</sup> yeniden canlanma yolundaki parlak beklentisine ulaşmaktır (*实现中华民族伟大复兴, to achieve the Chinese nation's bright prospect on the road to revival*).

<sup>26</sup> Ülkeler için yumuşak güç "devletlerin diğerlerinin davranışlarını ve kararlarını nasıl etkilediğini inceleyen maddi olmayan kaynaklar" olarak tanımlanmaktadır (Ullah, 2015, s.1). Bound To Lead'te (1990) Joseph Nye ilk olarak yumuşak güç kavramını uluslararası ilişkilerin alternatif ama önemli bir yönü olarak ortaya koydu (Xu, and Schirato, 2015, s.30).

<sup>27</sup> Zhonghua Milletleri: 中华民族. Bu terimin kökeni eskiden Sarı Nehir anlamına gelen Huang He'nın çevresinde yaşayan ve kendilerinin dünyanın merkezinde yaşadığını düşünen Huaxia milletinin adıdır. Zhonghua kelimesindeki Zhong sözcüğü, merkez anlamına gelen ve Çin'in adı olan Zhongguo (中国: merkezdeki ülke) kelimesinin ilk harfi olan Zhong (中) sözcüğüdür, Hua sözcüğü ise Huaxia (华夏) milletinin adındaki Hua (华) sözcüğüdür. İki sözcük birleştiğinde "dünyanın merkezinde yaşayan Huaxia milleti" anlamı da çıkmaktadır. Günümüzde, Zhonghua milletleri terimi Çin'deki Han milleti (Çinliler) ve diğer 55 azınlık milletlerin hepsini kapsayan bir kavram olarak tanımlanır. Buna rağmen, halk Zhonghua milletleri terimini çoğu zaman Han milletinden bahsetmek için kullanmaktadır.

Bu hedefe ulaşmak için hükümet, 1. Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisinin 100. yıl dönümüne gelindiğinde (2021) refah bir toplumun inşasını gerçekleştirmek, 2. Çin Halk Cumhuriyeti 100. yıl dönümüne gelindiğinde (2049) güçlü, demokratik, medeni ve uyumlu bir sosyalist modern ülke kurma hayalini gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda ülkenin yumuşak gücü, kültürel alan da bu hedefe ulaşmak için önemli rol oynayacaktır.

Bu aşamada, ekonomik ve kültürel reform sonucu kültür alanında yaratıcılığa yer vermeye başlamış, kültür alanındaki özel işletmelerin sayısı önceki aşamaya kıyasla dikkat çekici seviyede yükselmiştir. Ancak devlet yurt içi ve uluslararası sermayenin medya operasyonunun başka alanlarına (ör: eğlence, ticaret ve teknik bilgi ile ilgili programlarının yapımı) girmesine izin verirken, özel ve yabancı sermayenin Parti organlarına ve güncel politikalarla ilgili haber yapım sürecine katılmasını reddetmektedir (Yuezhi Zhao'dan aktaran Wang, 2017, s.52).

Dördüncü aşama (2013-2018): yaratıcılık teşvik edilmektedir, internet ve teknolojinin rolü vurgulanmaktadır. 2014 yılında, Devlet Konseyinin Kültürel Yaratıcılık ve Tasarım Hizmetlerinin ve İlgili Sektörlerin Entegrasyonunu ve Geliştirilmesini Teşvik Etme Üzerinde Bazı Görüşlerinde kültürel yaratıcılık ve tasarım hizmetlerinin yüksek bilgi, yüksek katma değer, düşük enerji tüketimi ve düşük kirlilik gibi özelliklere sahip olduğu, söz konusu sektörlerin gelişiminin ekonomiye katkı sağlayacağı ileri sürülmüş; ülkenin kültürel yumuşak gücünü artırması ve “Çin’de Üretildi ”den “Çin’de Yaratıldı ”ya<sup>28</sup> geçiş sürecinin gerçekleştirilmesini hızlandıracağı ortaya konulmuştur (Devlet Konseyi, 10.Numara). Ayrıca, çok sayıda yetenekli personellerin yetiştirilmesi, [...] ilgili alandaki vergi desteklerinin artırılması önerilmiştir (Devlet Konseyi, 10.Numara).

“İnternet +” Çin Halk Cumhuriyeti’nin ülke endüstrilerini geliştirme ve yenilik yaratma stratejisidir. İnternetin son derece geliştiği günümüzde, ekonomik form sürekli bir değişim geçirmekte, ekonominin gelişimini tetiklemekte, yaratıcılık ve yenilikçilik için büyük bir sahne temin etmektedir. “İnternet+” Eylemini Aktif Olarak Gerçekleştirme

---

<sup>28</sup> From “Made In China” to “Created In China”



Üzerinde Rehberlik Görüşlerinde (Devlet Konseyi, 2015) ülkelerin “İnternet+” eğilimine uyum sağlayarak ilgili alanların gelişiminin teşvik edilmesi önerilmiş, İnternetin geleneksel ve yeni endüstrilerin gelişimi için, aynı zamanda yaratıcılığın teşvik edilmesi için iyi bir ortam yaratacağı ileri sürülmüştür. “İnternet +”, “İnternet + geleneksel endüstriler” anlamına gelmekte olup, enformasyon ve dijital teknolojileri, internet platformundan yararlanarak, geleneksel endüstrileri internet ile birleştirerek yeni bir gelişim yolu bulmak teşvik edilmektedir. Çünkü, Moore’ın (2014, s.740) bahsettiği gibi, “Yaratıcı Endüstri ve medya endüstrileri dijital teknoloji ile birleştiğinde, tüm ekonomi için önemli bir iş ve yaratıcılık kaynağı haline gelecektir”. “İnternet+” kavramından ilham alarak Devlet Konseyi On Üçüncü Beş Yıllık Plan döneminde (2016) “dijital yaratıcı endüstriyi”, Kültür Bakanlığı (2017) “dijital kültür endüstrisinin” geliştirilmesi üzerinde öneriler sunmuştur. Dijital kültür endüstrisi kültürel yaratıcılığı temele alan, dijital teknolojiye dayanarak yaratma, üretim, yayın ve hizmet süreçlerini tamamlayan yeni endüstrilerdir (The State Information Center, 2017). Dijital yaratıcı endüstriler yaratıcılığı temele alan, dijital teknolojinin öncülük yaptığı yeni endüstri olarak tanımlanmış ve internet edebiyatı, animasyon, sinema ve televizyon, yaratıcı tasarım, sanal gerçeklik, e-egitim olmak üzere 7 dala ayrılmaktadır (Beijing Zhongyu Zhiku Danışmanlık Ltd, 2016). 2015 yılında dijital yaratıcı endüstrinin ölçeği 593,9 milyar RMB’ye, alandaki işletme sayısı 37 bin’e, istihdam sayısı 3 milyon 840 bine ulaşmıştır (Beijing Zhongyu Zhiku Danışmanlık Ltd, 2016).

2018 yılındaki “Shuang Chuang”i<sup>29</sup> teşvik etme çağırısı ise açık bir şekilde yaratıcılık ve yenilikçiliğin önemini vurgulayarak kültür ve yaratıcı endüstrilerin Çin Halk Cumhuriyeti’ndeki yerini belirlemiştir (Devlet Konseyi, 2018, 32.Numara). 2018 yılında Dijital Ekonomi İstikrarlı Gelişmesi ve İstihdamın Artmasına Dair Görüşler ’de internet ve teknolojinin rolü vurgulanmış ve geleneksel endüstrilerin dijitalleşmesinin hızlandırılması önerilmiştir (Kalkınma ve Reform Komisyonu, 1363.Numara). Kentler ulusal politikalara dayanarak kendi durumunu göz önünde bulundurarak, kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimi için en uygun politikalar düzenlemeye çalışmaktadır. Gerçekten de çalışmanın ilerleyen kısmında göreceğiniz gibi son yıllarda Beijing şehrinin

---

<sup>29</sup> “Shuang Chuang”: Shuang-çift anlamına, Chuang- yaratma anlamına gelmektedir. Böylece “Shuang Chuang” çift yaratma anlamındadır. Buradaki “Chuang” kelimesi Çince ’deki “Chuangxin”-yenilik yaratma ve “Chuangye”-iş kurma sözcüklerinin ilk harfidir.

sanat, tasarım, yazılım, internet ve bilgisayar hizmetleri sektörleri şaşırtıcı hızla gelişmektedir.

Çin Halk Cumhuriyeti Sosyal Bilimler Akademisi Kültür Politikaları Araştırma Merkezi'nin müdür yardımcısı, araştırmacı Xiaoming Zhang “2018 Karakteristik Kültür Endüstrisi ve Kırsal Yeniden Canlandırma (Yunnan) Zirvesi Forumu”nda Kültür endüstrileri kalkınma sürecinde kültür endüstrilerin sadece GSYİH'deki oranına bakmayıp yeni bir yolun bulunması gerektiğini ileri sürmüştür (Zhongjing Kültürel Endüstri, 2018). Kültür ve yaratıcı endüstrileri üzerinde yapılan raporlardan görebildiğimiz gibi, daha çok ekonominin yükselişine, kültür endüstrilerinin ülke ekonomisine sağladığı katkıya önem verilmiştir. Devlet politikalarında kültürün toplumsal ve kültürel değerinin en önemli olduğu vurgulanmakta olmasına rağmen, yeni fikir, orijinal yaratıcılık gibi kültür endüstrilerin temel nitelikleri kültürün ekonomik değerinin karşısında belli ölçüde göz ardı edilmektedir. Son 20 yıllık verilerden de kültürün büyük oranda geliştiğini ve son yıllarda büyüme oranının düşüş eğilimi gösterdiğini görebilmekteyiz. Xiaoming Zhang'ın (Zhongjing Kültürel Endüstri, 2018) sözüyle kültür endüstrisi gelişim süreci yeni bir aşamaya adım atmıştır ve bu yeni aşamada kültür ürünlerinin kalitesine ve kültürün başka endüstrilerle birleştirilip geliştirilmesi gerekmektedir.

Devlet bilim ve teknolojinin önemini vurgulamakla birlikte, yenilik yaratan ve küçük ölçekli şirketleri desteklemektedir. Mart 2018'de, Devlet Konseyi'nin İkinci Yönetim Kurulu Toplantısında, kurumların katma değer vergisini (iki farklı oranda) 1% oranda düşürme gibi politikalar dahil olmak üzere, katma değer vergisi reformunu derinleştirme tedbirleri resmî ortaya konulup 2018 yılında 400 milyar RMB'den fazla vergi indiriminin (tax reduction) gerçekleştirilmesi planlanmıştır (Beijing News<sup>30</sup>, 2018). Nisan 2018'de, yaratıcılığı ve küçük ölçekli şirketleri destekleme amacıyla 7 türlü vergi indirimi tedbirleri yayınlanıp ve 60 milyar RMB'den fazla vergi indiriminin gerçekleştirilmesi planlanmıştır (Beijing News, 2018).

<sup>30</sup> Beijing News (www.bjnews.com.cn), Beijing merkezli bir günlük gazetedir. 'Guangming Daily' ve 'Nanfang Daily Group' tarafından ortaklaşa oluşturulmuştur. Basın ve Yayın Genel Müdürlüğü'nün onaylaması ile, 1.Eylül 2011'de Beijing News'ın düzenleyici kurulu değiştirilmiştir. Günümüzde gazete, Beijing Şehir Meclisi Propaganda Departmanı tarafından denetlenmektedir (Beijing News-About Us, 2018).

Bu aşamada, devletin kültür ürünleri üzerindeki kontrolü önceki aşamalarda olduğu kadar yoğun olmasa da kültür politikaların yaratıcılığı belli ölçüde kısıtladığı düşünülebilir. Özellikle medya sektöründe yürütülmekte olan bazı politikalar medya içeriklerine sınır belirlemektedir. Wechat, Weibo gibi sosyal platformlarda görsel işitsel program hizmetleri sunmak için ve büyük ölçekli politik, askeri, ekonomik, sosyal, kültürel, spor ve diğer etkinlik ve olayların görsel-işitsel canlı yayını yapmak için izin belgesi almanın zorunlu hale getirilmesi; bu tür platformlarda internet kullanıcılarının yaptığı siyasi içerikli görsel-işitsel haber programlarının yüklenmesi ve paylaşılmasının yasa dışı bırakılması (Çin Halk Cumhuriyeti Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığı, 2016) medya programları içeriklerinin sınırlandırılması konusunda birkaç örnektir. Buna ek olarak, medya programları içeriklerin sosyalizmin temel değerlerini teşvik etmesi gerekmektedir<sup>31</sup> (Çin Halk Cumhuriyeti Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığı, 2016). Televizyon Dizilerinin Kayıt, Üretim, Dosyalama, Tanıtım ve Yönetim Hizmetlerinin Mükemmelleştirilmesi Hakkında Bildirim (Çin Halk Cumhuriyeti Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığı, 2016) dizi yapım süreci başlamadan önce dizinin içeriği hakkında rapor hazırlanması gerektiğini bildirmektedir. Bu raporla devlet, kendi değerleri ve amaçlarına aykırı içeriklerin izleyicilere sunulmasını engellemeyi, kontrolü güçlendirmeyi amaçlamıştır. Bu tür politikalar bir yandan sağlam değer anlayışına sahip vatandaş yetiştirmek için en doğru yol olarak görülürken, öte yandan medya programı içeriklerini sınırlayarak yapımcıların gerçek anlamda yaratıcı olamamasına neden olmaktadır.

Yukarıda sıralanan politikalara ek olarak, son yıllarda Çin Halk Cumhuriyeti çeşitli yollarla kültür ve yaratıcı endüstrileri gelişimini desteklemekte. Uluslararası düzeyde, devlet tarafından yürütülmekte olan “The Belt and Road” projesi, ulusal düzeyde “Ulusal Kültürel Yaratıcılık yarışması”, “İnternet +” gibi strateji ve planlar söz konusu endüstrilerin Çin Halk Cumhuriyeti’nde hızla gelişmesine yol açmaktadır. “The Belt and Road” projesi 2015 yılında başlatılmış olup, eski “İpek Yolunu” izleyerek Asya’dan Avrupa’ya kadar uzanan coğrafyadaki ülke ve kentlerin kültür alışverişinde bulunması,

---

<sup>31</sup> Çin’in seçkin geleneksel kültürünü, sosyalist, devrimci, temelinde vatanseverliğin yattığı ulusal ruhu teşvik etmeli; anavatanı, kahramanları övmeli; vatandaşlara tarih ve millet, devlet, kültür hakkında doğru değer anlayışı kazandırmalı; ana akım değerlerini mahvedecek her türlü içeriğe karşı kararlı bir şekilde direnmeli; tarihin çarpıtan içeriklere karşı durmalı, pozitif enerji dağıtmalı (Çin Halk Cumhuriyeti Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığı, 2016).

projenin ülkelerin ekonomisine katkı sağlaması beklenmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti bu proje aracılığı ile binlerce yıllık kültürünü dünyaya tanıtmayı, ülkelerle iletişimi güçlendirip, çeşitli konularda iş birliği yapıp karşılıklı çıkar elde etmeyi planlamaktadır. 2013 yılından bu yana düzenlenmekte olan “Ulusal Kültürel Yaratıcılık Yarışması” yetenekli kişiler, yaratıcı fikirleri keşfetmekte ve yaratıcı fikirlerin ülkeye gerçekten kar kazandıran projelere dönüşmesine destek olmaktadır.

## **2.6. TÜRKİYE CUMHURİYETİ VE ÇİN HALK CUMHURİYETİ KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ ULUSAL POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

Önceki bölümlerde bahsedildiği üzere, Çin Halk Cumhuriyeti’nde, kültür ve yaratıcı endüstrilerin hızla gelişmesi ulusal ve yerel politikalara dayanmaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti’nde kültür endüstrisinin geliştirilmesi ilk defa 2000 yılındaki Onuncu Beş Yıllık Plan’da önerilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti’nde kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstri yine Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planında, 2014 yılına gelindiğinde ancak BYKP’nda yer alabilmiştir. İki ülkenin kültür ve yaratıcı endüstrilerinin özeti aşağıdaki Tablo 10 ve Tablo 11’de gösterilmektedir.

Çin Halk Cumhuriyeti’nde kültür endüstrisine 2003 yılından sonra büyük ilgi gösterilmeye başlanmıştır. Ülkedeki sanayi kirlilik devletin dikkatini çekmiş, sanayi kirliliği ve onun etkisini azaltmak amacı ile, Cumhurbaşkanı Hu Jintao “İnsan ve çevre arasındaki ilişkinin koordinasyonu ve dengesi hakkında genel, uyumlu, sürdürülebilir bir görünüm yaratmayı amaçlayan” ‘Kalkınmaya Bilimsel Bakış’ terimini ortaya koymuştur (Xinhua’dan aktaran Wang, 2017, s.38). Bu, devlet politika odağının çevreye zarar vermeyen aynı zamanda ülkenin yüksek ekonomik gelir elde etmesini sağlayabilecek olan kültürel alana yönelmesine sebep olmuştur. Her kent kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında kendi yerel özelliklerine uygun olan politikalar hazırlamış, birçok kentte söz konusu endüstrilerin hızla geliştirilebilmesi için devlet tarafından ekonomik destek verilmiştir. Wang’ın (2017, s.38) çalışmasında bahsettiği üzere, özellikle Beijing şehri 2008 yılında Beijing’de gerçekleştirilecek olan Olimpiyat yarışmalarının getirdiği fırsatı iyi değerlendirerek, Olimpiyata hazırlık yapma sürecinde kültürel ve yaratıcı

| Tablo 10: Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Ulusal Politikalarının karşılaştırılması |   |   |
|--|---|---|
|  | <b>Çin Halk Cumhuriyeti</b>   | <b>Türkiye Cumhuriyeti</b>  |
| Kültür ve/veya yaratıcı endüstrisi teriminin ilk kullanım tarihi   | -1992 (terim), 2000 (kavram), 2004 (sınıflandırma)<br>-Onuncu Beş Yıllık Plan   | -2014<br>-Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı  |
| İlgi görme nedeni  | -Sanayi kirlilik<br>-Hu Jintao- bilimsel kalkınma politikası  | -Ülkenin rekabet gücünün artırır<br>-Katma değeri yüksek  |
| Mali destek  | -Kültür endüstrisi özel fon desteği,<br>-Medya, animasyon sektörlerine verilen fon desteği<br>-KOBİ'ler için vergi muafiyeti/ indirimi                          | -Yaratıcı Endüstri Geliştirilmesi Mali Destek Programı (2012, 2015- İKA): 15 milyon TL<br>-Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının 2007 yılından bu yana yürütmekte olduğu Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında yapılan “Yaratıcı Endüstriler” ve “Araştırma ve Geliştirme” başlıklarında çıkılan ve toplam bütçeleri sırasıyla 20 ve 30 milyon Avro olan proje çağrısı. (2019) |
| Proje destekleri   | -Ulusal Kültürel Yaratıcılık Yarışması (2013-2019)<br>-İpek Yolu Projesi (2015 yılında başlatıldı)<br>- “Çin’de Üretildi”den “Çin’de Tasarlandı”ya geçiş (2015) | -Uluslararası Yaratıcı Kültür endüstrileri ve Yükseköğretim Semineri (12-13 Ekim 2017)<br>- “Connect for Creativity” projesi (2019)   |
| Akademik alan  | -Özellikle İktisat, Ticaret, Maliye, sanat, Tasarım, iletişim (medya), Çevre ve Şehir Planlama bölümlerinin öğrenci ve/veya öğretim üyeleri                     | -Maliye, Tasarım, Sosyal Bilimler (Kültür Yönetimi, İletişim Bilimleri), Güzel Sanatlar, İşletme, Halka İlişkiler vb. Bölümlerin öğretim üyeleri ve öğrencileri   |

|                                       |   |  |
|---------------------------------------|---|--|
|                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>-Araştırma Enstitüleri çalışanları</li><li>- Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Araştırma Merkezleri çalışanları.</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>-Vakıf, dernek ve Yaratıcı Endüstrileri Araştırma Merkezleri çalışanları.</li></ul>  |
| İstatistiksel veriye erişim kolaylığı | <ul style="list-style-type: none"><li>-Ulusal İstatistik Bürosu</li><li>-Çin Yaratıcı Endüstrileri Araştırma Merkezi (2005)</li><li>-Üniversite ve Bilim ve Teknoloji Enstitülerinde bulunan Yaratıcı Endüstrileri Araştırma Merkezleri</li><li>-Özel şirketler</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>-Daha çok TÜİK, vakıf, dernekler (YEKON) ve üniversitelerde kurulan araştırma merkezleri (YAKEM, KUAR) tarafından yapılan çalışmalarda kısmen güncel olmayan veriler bulunmaktadır</li></ul> |

| Tablo 11: Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Ulusal Politikalarının odak noktasının değişimi ve alana göre karşılaştırması |  |   |
|---|--|---|
|   | <b>Çin Halk Cumhuriyeti</b>  | <b>Türkiye Cumhuriyeti</b>  |
| Politika odak noktası   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-kültürel kuruluşların (kısmen) özelleştirilmesi</li> <li>-Bilgi ekonomisi + kültür endüstrisi</li> <li>-Kültürel yumuşak güç, yaratıcılık</li> <li>-Animasyon, yazılım, çevrimiçi oyunlar</li> <li>-Yaratıcılık, Teknoloji, İnternet+</li> <li>-Dijital kültür endüstrisi, Dijital yaratıcı endüstriler</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sinema, radyo, televizyon ve sanat (kamu ve özel)</li> <li>-Yaratıcılık, yenilikçilik</li> <li>-Telif hakları, Ar-Ge</li> <li>-Bilişim teknolojileri ve bilgisayar yazılım sektörü, Dijital oyun</li> <li>-Kültür endüstrileri, Yaratıcı Endüstriler</li> </ul> |
| Medya ve sanat  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Medya kuruluşlarının çoğu halen devlete ait</li> <li>-Medya ve sanat sektöründeki devlet kontrolü</li> <li>-Medya sektörüne ilişkin özel teşvik ve destekler</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Medya kuruluşlarının çoğu özel işletmelere ait</li> <li>-Medya üzerinde belli ölçüde siyasi iktidar kontrolü mevcuttur</li> <li>-Medya sektörüne ilişkin özel teşvik ve destekler</li> </ul>   |
| Bilişim teknolojileri<br>İnternet   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-ÇHC Sanayi ve Bilgi Teknolojileri Bakanlığı</li> <li>-Beş Yıllık Planlar</li> <li>-Devlet konseyi Stratejileri</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Beş Yıllık Kalkınma Planları</li> <li>-Bilgi Toplum Stratejisi (2006)</li> <li>-Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (2008)</li> </ul>  |
| Fikri mülkiyet ve/veya telif haklarının   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Devlet konseyi-kanun</li> <li>-Ulusal Fikri Mülkiyet Stratejisi Geliştirme Liderlik Grubu</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Beş yıllık Kalkınma Planları</li> <li>-Uluslararası anlaşma/sözleşmeler (1995, 2008)</li> </ul>   |
| Özet  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ gelişimi daha çok devlet tarafından desteklenmiş</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Devletten daha çok özel sektörün dikkatini çekmiş</li> <li>-Uluslararası örgüt ve Türkiye Cumhuriyeti'nin ortak projeleri</li> </ul>  |

endüstrilerine büyük özen göstermiştir. Sonuç olarak kültürel alanda büyük devrim yaşanmıştır. Devrim öncesi sinema, tiyatro, bale gibi kültürel kuruluşlar devlete ait iken, devrim sürecinde bu tür kuruluşların özel işletmelere dönüştürülmesi söz konusu olmuştur; televizyon ve radyo kurumların da özelleştirilmesine izin verilmiştir (Wang K., 2017, s.38).

Burada, karşılaştırmalı analiz olarak Türkiye Cumhuriyeti'ndeki kültürel kuruluşların özelleştirilmesinden de bahsetmekte yarar vardır. Türkiye Cumhuriyeti'nde, 1960'larda kültürün politika gündemine dahil edilmesinden sonra ülkenin BYKP'larında, tiyatro ve sinema gibi kültürel alanda özel girişimlerin teşvik edileceği, onlara yönelik devlet fon desteğinin artırılacağı öne sürülmüştür. Ancak analiz dönemi Türkiye Cumhuriyeti'nde kültürel alanın geliştirilmesi devletin görevi sorumluluğu olarak düşünüldüğü görülmektedir. Buna rağmen, kültürel alanda sinema ve müzik sektöründe özel kuruluşların da mevcut olduğu bilinmektedir. 24 Aralık 1963 tarihli yasayla 'tüzel kişiliğe sahip özerk bir kamu iktisadi teşebbüsü' statüsü tanınan Türkiye Cumhuriyeti Radyo Televizyon Kurumu (TRT), 12 Mart 1971 darbesinden sonra 20 Eylül 1971 tarihinde yeni bir yasayla özerkliğine son verilerek güdümlü duruma düşmüştür (Sivil Toplum Gözüyle Türkiye Cumhuriyeti Kültür Politikası Raporu, 2011, s.282). TRT o tarihten bu yana devlete ait medya kurumu olarak görev yapmaktadır. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'ndan (1973-1977) bu yana gerçekleştirilmesi beklenen kamu iktisadi kuruluşların özelleştirilmesi hakkında yasal düzenlemeler yapılmıştır<sup>32</sup>. Ancak günümüzde, TRT, Devlet Tiyatroları Genel Müdürlüğü, Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Atatürk Kültür Merkezi, Türk Dil Kurumu, Türk Tarih Kurumu, Türk Patent ve Marka Kurumu, Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı 307 müze, Basın İlan Kurumu Genel Müdürlüğü gibi kültürel kurum kuruluşların devlete ait olduğu bilinmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı; Boyacıoğlu H., 2016, 15 Ağustos).

<sup>32</sup> Özelleştirmeye ilişkin ilk yasal düzenleme 1984 yılında 2983 sayılı Kanun ile yapılmıştır. 1986 yılında çıkarılan 3291 sayılı Kanun ile özelleştirme uygulamalarında karşılaşılan sorunların aşılmasına yönelik düzenlemeler yapılmıştır. Özelleştirme uygulamalarının sağlam yasal temellere dayandırılması ve geniş bir siyasi uzlaşma zeminine oturtulması amacıyla, 1994 yılında 4046 sayılı Özelleştirme Kanunu çıkarılmıştır (Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1995:166). 21 Temmuz 2005 tarihinde ise, 5398 sayılı "Özelleştirme Uygulamalarının Düzenlenmesine ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunda ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun"u ile özelleştirme kanununun bazı maddeleri değiştirilmiştir (Özelleştirme İdaresi Başkanlığı, <https://www.oib.gov.tr/5398-sayili-kanun/>).



Türkiye Cumhuriyeti Sanat Kurumu (TÜSAK) gibi bir kurumun özerkliğinin sağlanması, sanatta çeşitliliğin desteklenmesi, kültürel ifadenin özgürlüğü ve çok kültürlülüğün sağlanması gibi demokratik bir kültür politikasının temel girdileri hükümetin kültür politikası yaklaşımında yer bulamamaktadır (Kültür Politikaları ve Yönetimi Yıllık 2014-2015, s.96).

Türkiye Cumhuriyeti çapında, 258 özel müze bulunmakta (Kültür ve Turizm Bakanlığı); TRT hariç diğer medya kuruluşları özel işletmeler tarafından yürütmektedir. Media Ownership Monitor (MOM) -Türkiye Cumhuriyeti'ne (<https://turkey.mom-rsf.org/tr/>) göre, Türkiye Cumhuriyeti'nde yazılı basının yüzde 60'ı, internet yayıncılığının yüzde 83'ü, Radyo sektörünün yüzde 40'ı ve TV sektörünün yüzde 44'ünde yatay yoğunlaşma gözlenmiştir. Yani aynı sermaye sahipleri birbirinden bağımsız birden fazla yayın organına sahip olmaktadır. MOM'a göre İlk onda yer alan medyaların sermaye sahipleri hükümetle yakın ilişkiler içinde. Örneğin, Türkiye Cumhuriyeti'nin en büyük haber ajansı olan AA, TRT her zaman iktidar yanlısı olmakla eleştirilmiştir (MOM). Dolayısıyla, Türkiye Cumhuriyeti'nin medya kuruluşlarının çoğu özel işletmelerin elinde olmasına rağmen medya sektörünün yoğun iktidar kontrolüne maruz kaldığı söylenebilir. Ayrıca, Türkiye Cumhuriyeti'nde Kültür Politikaları (2003, s.237) adlı kitapta bahsedildiği üzere, devlet önce kitle iletişim aracılığıyla ilgili alanları demokratik yasalarla düzenlemekten ve desteklemekten kaçınmıştır. Kısıtlayıcı ve yasaklayıcı yasalar altında basının, radyo-televizyonların, sinemanın ezilmesi ve düşüncenin suç sayılmasının sonucunda ülkede kitle iletişim araçlarının halk üzerinde olumlu etkileri yaratması engellenmektedir.

Bilindiği üzere, Çin Halk Cumhuriyeti özel bir siyasi yapıya sahiptir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin 1949 yılından sonra sosyalizm ile yönetilmeye başlamasının sonucu, 1978 yılına kadar bütün kurum ve kuruluşlara devlet sahip olmuştur. Bunlar arasında kitle iletişim kuruluşlarının çoğu halen siyasi iktidar kontrolü altındadır. Örneğin, Çin Halk Cumhuriyeti'nin en büyük medya organı China Central Television (CCTV) doğrudan devlet konseyine bağlıdır. Devlete ait kitle iletişim kuruluşları genellikle elde ettiği geliri ve devlet fon desteği sayesinde yürütülmektedir. Her iki ülkede, söz konusu kuruluşlara kaçınılmaz olarak devletlerin ideolojilerini güvenceye alma (Çin Halk Cumhuriyeti için sosyalist ideolojiyi güvenceye almak söz konusudur.), devlet çıkarlarına hizmet etme

görevinin yüklendiği, medya programları içeriklerinin siyasi iktidar kontrolünden geçmeden programın kamuya yayımlanamayacağı da açık ortadadır. O'Connor'e (2011, s.27-28) göre devletlerin kültürel politikaları endüstride bulunan "olumsuz eğilimlerin" bir kısmına meydan okumalıdır. Buradan hareketle, medya kuruluşları devletin olumlu olarak düşündükleri konularda programlar yapmalı; medya programları devletin topluma yaymak istediği değerleri doğrultusunda yapılmalıdır; milli kültürü tekrar yaşatma ve dünyaya tanıtmaya yolunda avangart kuruluş olmalıdır. Kitle iletişim kuruluşlarına yüklenen bu tür görevler ve kontrol söz konusu alanda yaratıcılığın kısıtlanması, bazen de gerçekliğin çarpıtılması, medya sektöründe ise izlenme oranı yüksek olan programların değil, devletin yüklediği görevleri yerine getirme amacına hizmet etmek adına yapılmış programların yayımlanması dolayısıyla yüksek gelir elde edememesi ile sonuçlanmaktadır. Wang (2017), Çin Halk Cumhuriyeti kültür ve yaratıcı endüstrileri ulusal ve yerel politikaları üzerine yaptığı doktora çalışmasında, söz konusu politikaların neoliberal politikalar olmadığı sonucuna varmıştır ve çalışmasında kültürel üretimde göz ardı edilemez biçimde otoriter kontrolün mevcut olduğundan söz etmiştir). Ayrıca, Çince'de kültür kelimesi vatan, parti sevgisi olmak üzere siyasetle ilgili kavramları da içerisinde bulundurur. Ancak, Çin Halk Cumhuriyeti'nde 1978 yılından sonra medya ve sanat alanında daha fazla ifade özgürlüğü söz konusu olsa da bu alanlardaki devlet kontrolünü önemsememek mümkün değildir (Wang, 2017, s.52). Örneğin, habercilik sektörüne ve devlet organlarına yabancı yatırımcıların girmesi söz konusu değildir (Wang, 2017, s.52). Vatan ve parti sevgisini tema olarak seçen kültürel ürünler, özellikle sanat eserleri ve medya ürünlerinin sayısı oldukça büyüktür. Ayrıca, Xu ve Schirato'nun (2015, s.33) ileri sürdüğü üzere, Çin Halk Cumhuriyeti'nin Devlet Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığı, Çin medyasında gösterilecek içeriklere ilişkin düzenlemeler yapılandırır, televizyon ve internet en yoğun şekilde düzenlenmiş alanlar arasındadır ve erotik içerik kesinlikle yasaklanmıştır. Kean (2009, s.186) bu düzenlemelerle ilgili şunları söylemektedir:

Televizyon drama senaryolarının önceden Devlet Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığı yetkililerine sunulması gerekir (yönetmenlerin güvenilir kişiler olduğu durumlar hariç). Yapımcılar, yönetmenler ve senaristler çok fazla finansal yatırım yapmadan ve gereksiz siyasi çatışmalara yol açmadan çoğaltılabilecek fikirler ararlar. Kültürel

klasiklerin yeni versiyonları ve Kırmızı Klasikler <sup>33</sup>(*Red Classics*) olarak bilinen devrimci kahramanların güncellenmiş masalları yaygındır (Qian, 2008).

Sinema, televizyon sektörlerinde, kitlelerin “ruhsal sağlığını” koruma amacına hizmet eden düzenlemeler yeniliği kısıtlamaktadır (Keane, 2009, s.185). Kitlelerin ruhsal sağlığına tehdit eden içerikler cinsellik, eleştiri, izleyicilere yabancı kültürü ve yönetim sistemini özendiren vb. konulardır (Xu ve Schirato, 2015). Bu bağlamda, Çin Halk Cumhuriyeti ülkenin yumuşak gücünü artırmayı, Çin halkını Amerikan, Kore gibi dünyada en etkili kültürlerinin etkisi altında bırakmamayı, kendi kültürel ürünleri aracılığı ile Çin’in geleneksel “seçkin” kültürünü ve değerlerini gelecek nesillere aktarmayı kendine görev tanımıştır. 2014 yılında yapımı tamamlanıp galası yapılan *The Empress of China* dizisi galadan sonra yayını yasaklanmıştır. Resmî açıklamada yetkililer, bunun 'teknik nedenlerden' kaynaklandığını (Xu ve Schirato, 2015, s.33) söylemiştir. Ancak, halk arasında dizinin yasaklanmasının sebebi, dizide çok fazla cinsellik ile ilgili sahnelerin olması, kadın oyuncuların çok fazla dekolte giymesi olduğu konuşulmuştur. Daha erken tarihte, *What is Love All about* (“Sarang-i Mwojille”) (1997) filmi ile birlikte Çin pazarına giren Hallyu (*Kore dalgası*, 韩流) (Binark, 2019, s.63) genç neslin beğenisini kazanmıştır. Sinemalarda, televizyonda sık sık oynatılan Kore film ve dramalar Çin’deki izleyicileri derin etkisi altına almıştır. Gençler arasında Kore tarzında giyinmek, Kore makyajı yapmak, Kore film ve dizilerindeki oyuncular gibi davranmak ve Kore yıldızlarını çılgınca sevmek (*追星*, *adore a star*) bir trend haline dönüşmüştür. Bu durum Çin hükümetini endişelendirmiştir. 2016 yılında Çin ve Kore medyasında, Çin Halk Cumhuriyeti Devlet Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığının Kore’nin THAAD Sistemi (Terminal High Altitude Area Defense) kullanmaya karar vermesi bahanesi ile, Koreli yıldızların Çin’de gösteriler düzenlemesini, yeni Kore kültür endüstrisi şirketlerinin yatırım yapmasını, Koreli idol grupların 10.000’den fazla izleyici için gösteri düzenlemesini, yeni Kore televizyon dizileri ve çeşitli gösteri projeleri ile iş birliği yapmayı, Koreli oyuncularının rol aldığı televizyon dizilerinin televizyonda yayımlanmasını yasaklayan Güney Koreli şovmenlere karşı hükümet yasağı (*限韩令*, *a*

<sup>33</sup> 2010 yılında yurtiçi pazarında en çok satılan 4 televizyon draması: Üç Krallık (*The Three Kingdom*), Batıya Yolculuk (*The Journey to the West*), Batakılık kanun kaçakları (*Outlaws of the Marsh*), Kırmızı Konakların Rüyasıdır (*The Dream of Red Mansions*) (Keane, 2009, s.186). Bu dört drama Çin’in en meşhur dört klasığıdır.

*government ban on South Korean entertainers*) uygulamaya başlaması ile ilgili haberler sıklıkla yayımlanmıştır (Baidu Baike). Çin hükümeti böyle bir yasağın mevcut olduğunu inkâr etse de (gerçekten de bu yasa ile ilgili resmi bildiri veya belge bulunmamaktadır) gerçekte Çin'in medya, sinema, televizyon sektörlerindeki değişimlerden yasağın uygulandığını anlayabilmekteyiz.

Bu nedenle kültür ve yaratıcı endüstrilerinde yabancı kültür ve yaratıcılığın kısıtlandığı söylenebilir. Burada yaratıcılık, bir şeyi yoktan var etmek değil, mevcut bilgi ve materyalden yararlanarak yeni bilgi, fikir ve nesnelere üreten faaliyetlerdir. Bu tür faaliyetler genelde bireysel yaratıcı faaliyetleri kapsamakta. Yaratıcı ürünlerin temaları dünyamızda bulunan, insanın kavrayabildiği, tanıdığı ve hayal edebildiği her şey olabilir. Ancak, Çin Halk Cumhuriyeti'nde kültürel ve yaratıcı ürünlerin içeriği parti ideolojisine aykırı içerikler barındırmaz, bu da söz konusu alanda yaratıcılığın kısıtlanmasına neden olmaktadır. Bunun sebebini Çin Halk Cumhuriyeti'nin yaratıcılık anlayışından arayabiliriz. Çin Halk Cumhuriyeti'nde yaratıcı faaliyetler sadece bireysel faaliyetleri değil, bir grup insan tarafından yürütülen kitlesel yaratıcı faaliyetleri de kapsamaktadır. Yaratıcılık hem ekonomik hem de toplumsal amaca hizmet eden faaliyettir, yaratıcılığın temel görevi ekonomiyi kalkındırmaktır (Zhang, 2009, s.157). Çin Halk Cumhuriyeti'nde toplumsal amaca hizmet eden kültür partinin ideolojini ve ülkenin 'seçkin' kültürünü vatandaşlara ve bütün dünya halkına yaymak ile yükümlüdür. Bu nedenle kültürel ürünler ve bazı yaratıcı ürünler ve fikirler herhangi bir konuda üretilemez, bu ürünler estetik ve sanatsal amaçtan daha çok ekonomik ve siyasi amaçlara hizmet etmelidir.

Çin Halk Cumhuriyeti'nde işletmeler, bazı özel fon desteklerini alabilmek için de devletin belirttiği konularda çalışma yapmak ya da propaganda amaçlı ürünler ve projeler yapmak zorunda bırakılmaktadırlar. 2016 yılında, Maliye Bakanlığı, 4,44 milyar RMB'lik "kültür endüstrisinin Geliştirilmesi İçin Özel Fon" ile 944 büyük projeyi desteklemiştir (Çin Halk Cumhuriyeti Maliye Bakanlığı, 5 Ağustos 2016). Seçilen büyük projeler ağırlıklı olarak Parti Merkez Komitesine ve Devlet Konseyi'nin şartlarına uyan, ya da Propaganda ve Kültür Departmanı tarafından belirlenen önemli çalışmalarını destekleyen projelerdir (Çin Halk Cumhuriyeti Maliye Bakanlığı, 5 Ağustos 2016). 2018 yılında, Çin Halk Cumhuriyeti Basını, Yayın, Radyo, Film ve Televizyon Bakanlığı, Teması "Sosyalizmin

temel değerlerini teşvik edip, birlikte Çin rüyası inşa etmek” olan orijinal internet görsel-ışitsel programlara mali destekte bulunacağını açıklamıştır.

Ancak, devletler medya sektörüne türlü destekler sağlamaktadır. Örneğin, Türkiye Cumhuriyeti’nde, sinema alanında doğrudan veya dolaylı olarak proje desteği, yapım desteği ve yapım sonrası desteğin yapılması için, 13 Kasım 2004 tarihinde Sinema Filmlerinin Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik düzenlenmiş; destekleme başvurusunda bulunan projeleri değerlendirmek ve desteklenecek olanları belirlemek üzere, Bakanlık bünyesinde Destekleme Kurulu oluşturulmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı). 8 Aralık 2018 tarihinde, amacı Kültür ve Turizm Bakanlığınca özel tiyatrolar tarafından gerçekleştirilecek projelere nakdi yardımda bulunulmasına ilişkin usul ve esasları düzenlemek olan Özel Tiyatroların Projelerine Yapılacak Yardımlara İlişkin Yönetmeliği yürürlüğü konulmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı). Yönetmeliğe göre, bakanlıkça özel tiyatroların projelerine, başvuruda sunacakları toplam tahmini maliyetin %50’sine kadar yardım yapılabilir; yardım tutarları profesyonel tiyatrolar için yıllık 80.000 TL, amatör tiyatrolar için yıllık 18.000 TL ve geleneksel tiyatrolar için yıllık 15.000 TL’yi geçemeyecektir. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019), animasyon, belgesel ve kısa filmler ile senaryo ve diyalog yazım türlerinde 141 projeye 5 milyon 526 bin lira destek sağlamıştır.<sup>34</sup>

Çin Halk Cumhuriyeti’nde ise, Maliye Bakanlığı ve/veya Basını, Yayın, Radyo, Film ve Televizyon Bakanlığı, “Ulusal Film Endüstrisi Geliştirme Özel Fonu”-(2006), “Seçkin Çocuk Programlarının Geliştirilmesi İçin Özel Fonlar ve Yerli Animasyonların Geliştirilmesi İçin Özel Fonlar”-(2008-2010, 2013-2014, 2016), “Seçkin Çocuk Programlarının Geliştirilmesi İçin Özel Fonlar”-(2017), “Kültür Endüstrisinin Geliştirilmesi İçin Özel Fon”-(2013-2018) ile kültür endüstrisine ve kültür endüstrisine ait olan medya sektörüne de mali destekte bulunmuştur. Bunun içerisinde, 2016 yılındaki 4,44 milyar RMB’lik “Kültür Endüstrisinin Geliştirilmesi İçin Özel Fon” ile 944 büyük projeyi desteklemiştir (Çin Halk Cumhuriyeti Maliye Bakanlığı, 5 Ağustos 2016).

---

<sup>34</sup> Program kapsamında, 11 animasyon film yapım projesine 270 bin, 57 belgesel yapım projesine 4 milyon 284 bin, 51 kısa film yapım projesine 737 bin ve 22 senaryo ile diyalog yazım projesine 235 bin lira destek sağlandı (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019).

Bilimin ve teknolojinin gelişimi, bilgi ekonomisinin yükselişi ve ekonomik küreselleşme sürecinin hızlanmasıyla, dünya çapında fikri mülkiyet ve/veya telif haklarının önemi gittikçe artmaktadır. Ülkelerde fikri mülkiyet ve/veya telif hakları sisteminin inşası ve sürekli iyileştirilmesi, ulusal fikri mülkiyet ve/veya telif hakları stratejilerinin formüle edilmesi ve uygulanması, kapsamlı fikri mülkiyet ve/veya telif haklarını oluşturma, yönetme, uygulama ve koruma yeteneğinin geliştirilmesi küresel ekonomide ülkeler için büyük önem arz etmektedir. Çalışma kapsamında analiz edilen Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti de fikri mülkiyet ve/veya telif haklarının korunmasına büyük özen gösterilmiştir. Örneğin, Türkiye Cumhuriyeti'nde, İkinci ve Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planları hariç bütün kalkınma planlarında fikri mülkiyet ve/veya telif haklarından bahsedilmiş ve söz konusu haklar kalkınma planlarında gittikçe önem kazanmıştır. Bundan yanı sıra, fikir ve sanat eserlerinin sahipleri, eserleri icra eden oyuncular, yapımcıların vb. telif haklarının belirlenmesi ve korunması amacı ile 5 Aralık 1951 tarihinde 5846 sayılı “Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu”<sup>35</sup> düzenlenmiştir. Türkiye Cumhuriyeti 1975 yılında “Dünya Fikrî Mülkiyet Örgütü”ne (WIPO) üye oldu (Semiz, 2004, s.91). 23 Ocak 1986 tarihinde kabulden geçen, ancak 14 Temmuz 2004 tarihli ve 5224 sayılı Kanunun 16'ncı maddesiyle yürürlükten kaldırılan “Sinema, Video ve Müzik Eserleri Kanunu”nda da sinema, video, müzik eserlerinin telif hakkının korunması gerektiği öne sürülmüştür (Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı). 25 Şubat 1995 tarihinde ise, Dünya Ticaret Örgütü'nün tüm üye ülkeleri arasında uluslararası bir yasal sözleşme olan “Fikri Mülkiyet Haklarının Ticarete İlişkin Yönleri Anlaşması”na (TRIPS<sup>36</sup>) katılmıştır (Semiz, 2004, s.97). Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) üye ülkelerinin ulusal mevzuatlarını gözden geçirme ve TRIPS ile belirlenen standartlara uyulup uyulmadığını denetleyen TRIPS Konseyi, Türkiye Cumhuriyeti ile ilgili ilk gözden geçirmeyi 2000-2001 döneminde tamamlamış olup mevzuatımız anlaşma hükümleri ile büyük ölçüde uyumludur. (Telif Hakları Genel Müdürlüğü, <http://www.telifhaklari.gov.tr/Ticaretle-Baglantili-Fikri-Mulkiyet-Anlasmasi-TRIPS>).

<sup>35</sup> “Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu” daha sonra sırayla 6552 sayılı kanun, 6279 sayılı Kanun ve Anayasa Mahkemesi'nin 3/7/2014 tarihli ve E:2014/62, K:2014/125 sayılı Kararı ile kısmen değiştirilmiştir (Mevzuat Bilgi Sistemi, erişim adresi: <http://www.mevzuat.gov.tr/Metin1.aspx?MevzuatKod=1.3.5846&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=&Tur=1&Tertip=3&No=5846>).

<sup>36</sup> TRIPS: Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights. TRIPS, bugüne kadar fikri mülkiyet alanında uluslararası düzeyde kabul edilen en kapsamlı anlaşma olarak geçmektedir; Anlaşmanın amacı: uluslararası ticaretteki engelleri ve düzensizlikleri azaltmak, fikri mülkiyet haklarının uygulanmasına ilişkin usul ve önlemlerin ticaret için bir engel teşkil etmemesini sağlamaktır (Telif Hakları Genel Müdürlüğü, <http://www.telifhaklari.gov.tr/Ticaretle-Baglantili-Fikri-Mulkiyet-Anlasmasi-TRIPS>).

Ayrıca, yukarıda sıralandığı üzere Türkiye Cumhuriyeti, ‘WIPO Telif Hakları Anlaşması (WCT)’; ‘WIPO İcralar ve Fonogramlar Anlaşması’; ‘Roma Sözleşmesi’ ve ‘Edebiyat ve Sanat Eserlerinin Korunmasına İlişkin Bern Sözleşmesi’ne tara olmuştur.

Çin Halk Cumhuriyeti’nde ise, 1985 yılında “Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal Telif Hakları Yönetimi” kurulmuştur. Fikri mülkiyet hakları kanunu ilk olarak 1986 yılında düzenlenen “Genel Medeni Hukuk Kuralları”nın<sup>37</sup> 106’ncı maddesinde bulunmaktadır. “Çin Halk Cumhuriyeti Telif Hakları Kanunu” 1 Haziran 1991 tarihinde yürütmeye başlanmış, daha sonra 27 Ekim 2001 tarihli, Dokuzuncu Ulusal Kongresi Daimî Komitesi 24. Toplantısında alınan "Çin Halk Cumhuriyeti Telif Hakkı Kanunu Değişiklik Kararı" ve 26 Şubat 2010 tarihli On Birinci Ulusal Kongresi Daimî Komitesinin On Üçüncü Toplantısında alınan “Çin Halk Cumhuriyeti Telif Hakkı Kanunu Değişikliği Kararı” ile de kısmen düzeltilmiştir (Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal Telif Hakları Yönetimi). Bu kanunun dördüncü bölümünde, medya ve sanat eserlerinin, oyuncu ve yapımcıların telif haklarının korunacağı ileri sürülmüştür. Devlet Konseyi’nin resmî olarak yayımladığı belgelerine göre, ulusal fikri mülkiyet stratejilerini belirleme amacı ile Ocak 2005’te “Ulusal Fikri Mülkiyet Stratejisi Geliştirme Liderlik Grubu”<sup>38</sup> kurulmuştur.

Yeni teknolojiler, özellikle bilgi ve iletişim teknolojileri ülkeleri kapalı bir kültürel ve ekonomik ortam olmaktan uzaklaştırmış, ülkelerin kültürünü dünyaya tanıtmasına kolaylık sağlamıştır. Hızla gelişen dünya ekonomisinde, bu teknolojilerden doğru ve etkin biçimde yararlanarak kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirebilen ülkeler, ülkenin refah seviyesini ve dünya ekonomisindeki yerini yükseltme yolundaki öncül ülkeler olmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerin kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimini teşvik etmesi söz konusu endüstriler üzerinde yapılan araştırmalarda sıkça dile getirilen konudur. Ancak, kültür ve yaratıcı endüstrileri aynı zamanda, içeriği üreterek ve yeni elektronik ve telekomünikasyon cihazlarının piyasa talebini artırarak bilgi ve iletişim teknolojilerinin sektörel büyümesinde katkıda bulunmaktadır (European Commission, 2017, s.36).

Nitekim, gelişmiş iletişim araçlarının sağladığı kültürel akış, dünyamıza çeşitlilik

<sup>37</sup> Genel Medeni Hukuk Kuralları’nın Çincesi: 民法通则 (min fa tong ze).

<sup>38</sup> “Ulusal Fikri Mülkiyet Stratejisi Geliştirme Liderlik Grubu” Çincesi: 国家知识产权战略制定工作领导小组

getirmekle birlikte baskın kültürlerin geri kalanını büyük ölçüde etkilemesinden dolayı tek tipleşmeyi de getirmektedir. Dolayısıyla ülkelerin kendi kültürlerini koruması ve çeşitli yöntemlerle dünya kültür pazarında en çok tercih edilenler sırasında yer alabilmesi, kültürel ve ekonomik açıdan hayati önem taşımaktadır. Çünkü, kültür yüksek gelir elde edilebilen, dünya ekonomisinde gittikçe önem kazanan bir alandır. Ülkelerin bunu başarmak için kullanabileceği bir yöntem de kültürünü medya aracılığı ile dünyaya tanıtmaktır. Medya dendiğinde ilk akla gelen sinema, televizyon, radyo ve gazetedir. Günümüzde, medya daha çok dijital ortamda var olmaktadır ve kültür de kolayca dijital biçimde yapılandırılabilir. Bilgi ve iletişim araçlarının sağladığı kolaylıklar sayesinde medyadan yararlanarak kültür alışverişi yapmak artık çok kolaydır. Bu nedenle, ülkelerin küresel ekonomide yüksek bir konuma sahip olabilmesi için iletişim teknolojileri ve alt yapısını geliştirmesi şarttır. İletişim teknolojilerinin geliştirilme konusu Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti olmak üzere her iki ülkenin ulusal plan ve stratejilerinde gittikçe önem kazanan konulardan biridir. Türkiye Cumhuriyeti'nde bilgi ve iletişim sektörü Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'ndan (1996-2000) itibaren kalkınma planı gündemine dahil edilmeye başlanmıştır. Özellikle Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda, bilgi ve iletişim sektörü ülkenin rekabet gücünü artırmak için geliştirilmesi gereken sektörler arasında yer almaktadır. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005) döneminde planlanıp Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde yürürlüğe başlayan e-devlet uygulaması yeni iletişim teknolojilerinden yararlanarak halka hizmet etmeyi amaçlamış ve Türkiye Cumhuriyeti'nin bilgi toplumuna dönüşüm projesine katkıda bulunmuştur. 1979 yılında Türkiye Cumhuriyeti'nde, bilgi teknolojileri, telekomünikasyon, yeni medya, internet ve tüketici elektroniği alanlarında faaliyet gösteren şirketlerin güçlü ortak sesini temsil eden "Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD)" kurulmuştur (TÜBİSAD). O tarihten bu yana, TÜBİSAD, eğitim ve istihdam, yerel katma değer üretimi, teknolojik gelişmeler, hukuksal ve kurumsal altyapının oluşturulması, sektörün ve pazarın büyümesi ve güçlenmesi, bilişim sektörüne yönelik standartların oluşturulması ve yerleştirilmesi, sektörün ve Türkiye Cumhuriyeti'nin AB ile bütünleşmesi gibi konularda çalışmalar yapmaktadır (TÜBİSAD) ve sektörün gelişimine büyük katkılarda bulunmaktadır. Devlet Planlama Teşkilatı'nın 2006 yılında hazırladığı Bilgi Toplum Stratejisi küreselleşme sürecinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin önemini vurgulamış ve Türkiye



Cumhuriyeti'nin bilgi toplumuna dönüşüm vizyonunun gerçekleştirilmesi için bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkin bir araç olarak kullanılması gerektiğini öne sürmüştür. Bunların yanı sıra, 10 Kasım 2008 tarihinde “Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu”<sup>39</sup> kurulmuş ve “5809 Sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu”, “5070 Sayılı Elektronik İmza Kanunu” gibi sektör ile ilgili pek çok kanun, yönetmelik ve tebliğ düzenlenmiştir (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu).

Çin Halk Cumhuriyeti'nde de durum farklı değildir. Bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründen Ulusal Kalkınma ve Reform Komisyonu ve Devlet Konseyi'nin 11 Mart 2008 tarihli Kurumsal Reform Planı gereği kurulan Çin Halk Cumhuriyeti Sanayi ve Bilgi Teknolojileri Bakanlığı sorumludur. Sanayi ve Bilgi Teknolojileri Bakanlığı'nın temel görevleri şunlardır: sanayi politikaları ve standartlarını formüle etmek ve uygulamak, büyük teknolojik ekipman geliştirme ve bağımsız inovasyonu teşvik etmek, iletişim endüstrisini yönetmek, bilgi teknolojisinin geliştirilmesine rehberlik etmek ve ulusal bilgi güvenliğinin bakımını koordine etmek vb (Sanayi ve Bilgi Teknolojileri Bakanlığı). Bir endüstri yönetimi departmanı olarak, esas olarak endüstrinin gelişmesine rehberlik etmek için planlama, yönetim politikaları ve yönetim standartlarını yönetir, ancak işletmelerin üretim ve işletme faaliyetlerine müdahale etmez (Sanayi ve Bilgi Teknolojileri Bakanlığı). Çin Halk Cumhuriyeti Onuncu Beş Yıllık Planı'nda (2001-2005) bilgi ve iletişim teknolojilerinin endüstriyel gelişmede hayati rol oynayacağı, bilişim teknolojileri kullanımının yaygınlaştırılmasının ve daha da geliştirilmesinin önemi vurgulanmıştır. Devlet Konseyi 17 Temmuz 2012 tarihli, [2012] 23 Numaralı “Bilgi Toplumuna Dönüşümün İyice Teşvik Edilmesi ve İnternette Bilgi Güvenliğinin Etkili Bir Şekilde Korunması Üzerine Bazı Görüşler” ülkenin önemli alanlarda bilişim teknolojileri kullanımının artırılması, bilişim teknolojileri alt yapısının daha da iyileştirilmesi ve bilim sektöründeki güvenliğin sağlanması vb. adına düzenlenmiştir. Devlet Konseyi yine 4 Temmuz 2015 tarihli “’İnternet+’ Eylemini Aktif Olarak Gerçekleştirme Üzerinde Rehberlik Görüşleri”nde ülkelerin “İnternet+” eğilimine uyum sağlayarak ilgili alanların

---

<sup>39</sup> Telekomünikasyon sektörünü düzenleme ve denetleme fonksiyonunun bağımsız bir idari otorite tarafından yürütülmesi amacıyla 2813 sayılı Telsiz Kanunu'nda değişiklik yapan 27.1.2000 tarihli ve 4502 sayılı Kanunla kurulan Telekomünikasyon Kurumu, 10.11.2008 tarihli ve 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ile yeni bir düzenlemeye tabi olmuş ve adı Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu olarak değiştirilmiştir. 2813 sayılı Telsiz Kanunu yeni bir düzenleme ile Kanunun adı Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun Kuruluşuna İlişkin Kanunu olarak değiştirilmiştir. (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, <https://www.btk.gov.tr/kurulus>).

gelişinin teşvik edilmesi önerilmiş, İnternetin geleneksel ve yeni endüstrilerin gelişimi için, aynı zamanda yaratıcılığın teşvik edilmesi için iyi bir ortam yaratacağı ileri sürülmüştür. Devlet Konseyi 2016 yılında e-devlet sistemine benzeyen “İnternet+Devlet Hizmetleri” sisteminin teşvik edilmesi hakkında da belge yayınlamıştır. Günümüzde, dijital yaratıcı endüstrileri ve dijital kültür endüstrileri kavramı kullanılmaktadır.

Özetle, Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin ulusal politikalarına bakıldığında her iki ülkenin politikaları kısmen benzerlik göstermekte. Her iki ülkenin alan politika gündemi en fazla istihdam fırsatı ve ekonomik değer yaratan ve ülkelerin dünya ekonomisindeki yerini yükseltmesine katkıda bulunacak olan sektörlerle odaklanmak üzere değiştirilmektedir. Ancak Çin Halk Cumhuriyeti'nin kültür ve yaratıcı endüstrilerin önemini daha erken anladığı ve alana özel politikalar eliyle söz konusu endüstrileri ülke ekonomisinin önemli bir bileşeni haline getirdiği, bu sayede kendi kültürünü dünyaya tanıttığı ve giderek “yumuşak gücünü” arttırdığı söylenebilir. Türkiye Cumhuriyeti'nde, Çin Halk Cumhuriyeti'ne benzer politikalar yapılandırılmış olsa da kültür endüstrileri ve Yaratıcı Endüstrilerinin tamamını kapsayan sistematik politikalar yapılandırma sistemi daha mevcut değildir. Söz konusu alanda yüksek gelişim potansiyeline sahip olmasına rağmen şu anki gelişim seviyesi beklentiyi karşılamamaktadır.

### 3. BÖLÜM

#### BEIJING VE ANKARA KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ

Uçkan'a göre (2009, s.50) "Bilginin en önemli ekonomik girdi haline geldiği günümüzde, entelektüel sermaye, yaratıcılık dinamiği olarak ekonominin itici gücü haline gelmiş olan teknolojik inovasyon, ağ ekonomisi ve sınır aşan kültürel etkileşim, hep birlikte bir değerler evreni kuruyor. Bu değerler ağ üzerinde hareket ediyor ve kentlerde üretiliyor". Dolayısıyla, kültür ve yaratıcı endüstrileri kent düzeyinde iyi seviyede geliştirilmektedir (European Commission, 2017, s.32). Avrupa Komisyonu (2017, s.32) bunun sebebini şöyle özetlemektedir:

1. Kentler tarihten bu yana inovasyon ve değişimlerin merkezi olmuştur. Kent nüfusunun artması ve kentlerin odaklandığı ekonomik aktiviteler, son birkaç on yılda kentlerin sosyo-ekonomik gelişim açısında daha da büyük rol oynadığı görülmektedir. 2. Yerel özerklik zamanla artmıştır, bu kentlerin belirli fırsat ve zorlukları daha iyi ele almalarını sağlamıştır. 3. Kültürel ve yaratıcı sektörlerin en belirgin bir özelliği olan coğrafi kümelenme, buldukları alanlarda olumlu dışsallıklar yaratmaktadır. Olumlu dışsallıklar kentlerin imajının yükselmesi, itibar kazanması ve turist sayısının artmasından, daha büyük toplumsal gurura sahip olması ve yerel ekonominin canlanmasına kadar çeşitli faktörleri kapsamaktadır.

Kırsaldaki nüfusun kentlere göç etmesinden ortaya çıkan kentleşme olgusu kentleri günümüzde dünya nüfusunun büyük bir kısmının yaşam alanı haline getirmiştir. Dünya çapında hala devam etmekte olan kentleşme, kentlerin büyümesi ve metropollerin oluşmasına neden olurken, küreselleşme süreci kentler arası ekonomik bağları daha da güçlendirmekte ve kültürel alışverişin daha etkin bir biçimde gerçekleşmesini sağlamaktadır. 21'inci asırda kültür, sadece toplumların tarihi ile ilgili olan maddi ve manevi değer olmaktan çıkıp, kentlerin ekonomik gelir elde etme aracı ve kent ekonomisinin itici gücü haline dönüşmüş durumdadır. Hele ki bilgi ekonomisi çağında, sanayileşme sürecini tamamlamış olan toplumlar artık kültürel ve yaratıcı içerikli ürünlerin üretimine odaklanmıştır. Kültür ve yaratıcılık bu toplumların en etkin silahına dönüşmüştür. Kültür ve yaratıcı ekonomi gelişmekte olan ülkelerde de gittikçe önem kazanmakta ve bu ülkelerin belirli kentlerinin ekonomisinin büyük bir kısmını teşkil etmektedir. Dolayısıyla, bu kentlerin kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları, söz

konusu endüstrilerin daha etkin bir biçimde geliştirilebilmesi, kentlerin rekabet gücünün artırılması ve ekonomisinin güçlendirilebilmesi adına önem arz etmektedir.

Dolayısı ile bu bölümde, gelişmekte olan ülkeler listesinde yer alan, dünya ekonomisinde- özellikle kültür ve yaratıcı ekonomide belli bir konuma sahip olan Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin başkentleri, Ankara ve Beijing'deki kültür ve yaratıcı endüstrileri politikalarının ve söz konusu endüstrilerin kent ekonomisindeki payı üzerine karşılaştırmalı analizi yapılacaktır.

### **3.1. ANKARA VE BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ TANIMI**

Beijing şehri (Beijing Belediye Kalite ve Teknik Denetim Bürosu, 2010) kültür ve yaratıcı endüstrileri şöyle tanımlamıştır:

Temel aracı yaratıcılık, üretim ve yenilikçilik olan, merkezi değeri kültürel içerik ve yaratıcı başarılar olan, işlem özelliği ise fikri mülkiyet haklarının kullanımı veya tüketimi olan ve toplum için kültürel deneyim sağlayan, içsel bağlantısı olan endüstrilerin birleşimidir.

Zhou Hongduo'ya (2006, s.62) göre kültür ve yaratıcı endüstrileri bilgi kaynaklarını geliştirip kullanma yoluyla sonsuz yeni ürün, yeni pazar, yeni fırsatlar oluşturarak ekonomik ve sosyal gelişmeyi teşvik eden endüstrilerdir. Yukarıda bahsedildiği üzere (üçüncü bölüm) yaratıcı endüstriler DCMS tarafından “temeli kişisel yaratıcılık, beceri ve yeteneğe dayanan, fikri mülkiyetin geliştirilmesi ve kullanılması ile değer ve istihdam yaratma potansiyeline sahip sektörlerin birleşimidir” olarak betimlenmiştir. (DCMS, 2001, s.5).

Beijing ve Kültür Medya ve Spor Bakanlığı kültür ve yaratıcı endüstrileri tanımının ortak yönü şu ki, her iki tanım bu endüstrilerin değer yaratma potansiyelini, fikri mülkiyetin kullanımını ve yaratıcılığın önemini vurgulamaktadır. Zhou ve Kültür Medya ve Spor Bakanlığı'nın tanımı kültür ve yaratıcı endüstrilerin daha çok ekonomik değerini önemli yere koyarken, Beijing şehri kültür ve yaratıcı endüstrileri tanımı ise ekonomik değerinin

yanı sıra yaratıcılık, yenilikçiliği, üretilen ürünlerin kültürel ve toplumsal değerine de eşit düzeyde önem vermektedir. Ancak, çalışmanın ilerleyen kısmında tartışılacağı üzere, yerel politika ve stratejiler söz konusu endüstrilerin ve kültürel üreticilerin kar kazandırma potansiyeline odaklanmasına neden olmaktadır.

Kültür Medya ve Spor Bakanlığı'nın yaratıcı endüstriler tanımı daha çok bireysel yaratıcılığın önemini vurgulamaktadır. Ancak, Zhou'ya (2006, s.62) yaratıcılık sadece bireyden kaynaklanmaz, özellikle bilgi ekonomi çağında yaratıcılık konusunda sadece birey önemli rol oynamamakta, yaratıcılık kimi zaman kişilerarası iş birliğinin ürünüdür. Dolayısıyla, Zhou, Kültür Medya ve Spor Bakanlığı yaratıcı endüstriler tanımının tek yanlı olduğunu düşünmektedir (Creative Industry of Media Culture & Its Development, 2006, s.62).

### **3.2. ANKARA VE BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ SINIFLANDIRMASI**

Beijing şehri On Birinci Beş Yıllık Plan'da, kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişiminin, başkentin endüstri yapısını bir üst düzeye geçirmenin ve ekonomik kalkınma biçimini değiştirmenin önemli yolu olarak görülmesi gerektiği ortaya konulmuştur (Beijing Belediyesi İstatistik Bürosu, Ulusal İstatistik Bürosu Beijing Araştırma Ofisi, 2006). Dolayısıyla, Beijing Belediyesi İstatistik Bürosu, Ulusal İstatistik Bürosu Beijing Araştırma Ofisi 2006 yılında kültür ve yaratıcı endüstrileri standartlaştırma hizmetlerine başlamış, yurt içi ve dışında yapılan sınıflandırmalardan örnek alarak, Ulusal Ekonomi Sınıflandırmasını esas alarak, aynı zamanda Beijing ekonomisinin gelişim durumundan yola çıkarak kültür ve yaratıcı endüstrileri kültür ve sanat, haber yayıncılığı, radyo, televizyon ve film, yazılım, internet ve bilgisayar hizmetleri, reklamcılık ve gösteri, sanat çalışmaları ticareti, tasarım hizmetleri, seyahat ve eğlence, başka yardımcı hizmetler olmak üzere dokuz guruba ayırmıştır (Beijing Belediyesi İstatistik Bürosu, Ulusal İstatistik Bürosu Beijing Araştırma Ofisi, 2006). Sınıflandırma yapılırken Beijing'in sahip olduğu avantajlar ve gelecekte ağırlıklı olarak geliştirilmesi gereken alanlar dikkate alınmıştır (Beijing Belediyesi İstatistik Bürosu, Ulusal İstatistik Bürosu Beijing

Araştırma Ofisi, 2006). Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Bürosunun kültür endüstrisi standardı kültür ve ekonominin birleşiminin yansıması iken, Beijing'in kültür ve yaratıcı endüstrileri, bilim ve teknolojinin kültürel ve ekonomik faaliyetler üzerindeki derin etkilerine daha fazla önem vermekte; kültür, teknoloji ve ekonominin derin entegrasyonunu vurgulamaktadır (Beijing Belediyesi İstatistik Bürosu, Ulusal İstatistik Bürosu Beijing Araştırma Ofisi, 2006). Bu kapsamda, sınıflandırmada yalnızca kültür endüstrisinin tüm içeriğini değil, aynı zamanda kültür endüstrisi dışındaki teknolojik yenilik yaratma faaliyetler de yer almaktadır (Beijing Belediyesi İstatistik Bürosu, Ulusal İstatistik Bürosu Beijing Araştırma Ofisi, 2006). Beijing kültür ve yaratıcı endüstrileri sınıflandırmasının DCMS (2001) ve Birleşik Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı'nın (UNCTDA, 2010) sınıflandırması ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin başka kentlerinin sınıflandırmasından en büyük farkı şu ki, seyahat ve eğlence hizmetleri sınıflandırma kapsamına dahil edilmiştir. Ayrıca Beijing sınıflandırmasında “Kültürel korunma ve kültürel tesis hizmetleri” alt grup altında “kültürel kalıntıları koruma hizmetleri” bulunmaktadır. DCMS ise kültürel kalıntıları sınıflandırmaya dahil etmemektedir. Eleştirmenler de DCMS sınıflandırmasında oldukça keyfi bir münhasırlığın mevcut olduğunu söylemektedir; örneğin, kültürel kalıntıların, en az sınıflandırmadaki diğer sektörler kadar ekonomik, yaratıcı ve kültürel özelliklere sahip olmasına rağmen, sınıflandırmadan ihmal edilmektedir (Cunningham, 2002, s.1). Ancak, İngiliz Krallığı Ulusal Miras Departmanının Kültür, Medya ve Spor Departmanı olarak yeniden adlandırılması, ülkenin geleneksel yüksek sanat yerine yaratıcı, yeni şeyleri tercih ettiği, kültür ve sanatı artık sadece eğlence sektörü olarak değerlendirmeyip ekonomik alana taşıdığına işaretler (Garnham, 2005, s.27). Dolayısıyla, kültürden daha çok yaratıcı endüstrileri, moda daha uygun olan yenilikçi ürünleri tercih eden İngiliz Krallığında kültürel kalıntılar gibi geleneksel ve kültürel alanların politika bakımında arka planda kalmış olması da normaldir.

2013 yılında Beijing şehri dokuz ana gruptan oluşan sınıflandırmayı temel alarak yeni bir sınıflandırma oluşturmuştur (Tablo 12). Bu sınıflandırma Beijing şehri kültür ve yaratıcı endüstrileri gelişim durumunu temel alarak yapılmış; sınıflandırmada yaratıcı faaliyetlerin katma değeri vurgulanmıştır (Beijing Belediyesi İstatistik Bürosu, Ulusal İstatistik Bürosu Beijing Araştırma Ofisi, 2011). Sınıflandırma kültür ve yaratıcı

endüstrileri 9 guruba ayırmakta olup her gurup iki alt guruptan oluşmaktadır.

| Tablo 12: Beijing Şehri Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Sınıflandırması |   |
|---|---|
| Ana gurup   | Alt gurup   |
| Kültür ve Sanat   | Edebi ve sanatsal üretim, performans yerleri;<br>Kültürel korunma ve kültürel tesis hizmetleri;<br>Kamu kültür hizmetleri (ör. sanat müzesi);<br>Kültürel çalışma ve kültürel topluluk hizmetleri (ör. yerel kütüphane);<br>Kültür ve sanat ajans hizmetleri; |
| Haber Yayıncılığı   | Basın hizmetleri;<br>Kitap, gazete ve dergi yayıncılığı;<br>Görsel-işitsel ve elektronik yayımların yayınlanması;<br>Kitap ve görsel-işitsel ürünlerin Kiralanması;   |
| Radyo, Televizyon, Film   | Radyo ve televizyon servisleri;<br>Radyo ve televizyon yayını;<br>Film hizmetleri;  |
| Yazılım, İnternet ve Bilgisayar Hizmetleri                              | Yazılım hizmetleri;<br>Ağ servisleri;<br>Bilgisayar servisleri;   |
| Reklamcılık ve Gösteri  | Reklamcılık servisleri;<br>Gösteri servisleri;  |
| Sanat Çalışmaları Ticareti  | Sanat çalışmalarını açık artırma satış;<br>Sanat çalışmalarını pazarlama;   |
| Tasarım Hizmetleri  | İnşaat tasarımı;<br>Kent planlama;<br>Başka tasarım işleri;   |
| Seyahat ve Eğlence  | Seyahat hizmetleri;<br>Eğlence hizmetleri;  |
| Başka Yardımcı Hizmetler  | Kültürel malzeme, ekipman ve ilgili ürünlerin üretimi;<br>Kültürel malzeme, ekipman ve ilgili ürünlerini pazarlanma;<br>Kültürel ticari hizmetler;  |

Kaynak: Beijing Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Sınıflandırma Standardı

### 3.3. BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ YEREL POLİTİKALARI

Çin Halk Cumhuriyeti'nde kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişim seviyesi eşitsiz olup, Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Macau, Hong Kong gibi ekonomi, politika, kültür ve teknoloji açısından daha gelişmiş ve avantajlara sahip kentlerde kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişim seviyesi diğer bölgelere kıyasla çok daha yüksektir. Kültür ve yaratıcı endüstrileri Araştırma Merkezinin yayımladığı Çin Yaratıcı Endüstrileri Gelişim Raporunda (2013, s.77) söz konusu endüstrilerin bu kentlerde daha da gelişmesinin nedenini aşağıdaki dört noktaya özetlemiştir:

1. Kentler kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişmesi için gerekli olan “yaratıcılığı” temin etmelidir. Beijing, Shanghai, Shenzhen gibi gelişmiş kentlerde yaratıcı entelektüellerin sayısı daha fazla olup bu kültür ve yaratıcı endüstrilerin istikrarlı gelişimi için zorunludur.
2. Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri gelişimi sadece birey veya bir tek şirketi gerektirmez, aksine yaratıcı entelektüellerin ve şirketlerin etkileşimi ve iş birliğini gerektirir. Büyük kentlerdeki yaratıcı kümeler söz konusu alanda faaliyet gösteren şirketlerin bir araya toplanıp enformasyon paylaşması ve iş birliği yapmasını kolaylaştırır. Ayrıca yaratıcı kümelerde günlük hayat ve iş birleştirilmiş, üretim ve tüketim aynı yerde gerçekleşir, kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişmesi için mükemmel bir ortamdır.
3. Kentlerin teknik alt yapısı kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimi için uygun olmalıdır. Büyük kentlerde teknolojinin gelişim seviyesi daha yüksek olduğundan dolayı kültür ve yaratıcı endüstrileri gelişimi için avantaj sağlamaktadır.
4. Kentleri teknik alt yapısından başka umumi servis, ulaşım sistemi, iletişim sistemi, afet yönetim sistemi ve şehir yönetim alt yapıları da kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimi için önemlidir. Büyük kentler yukarıda kastedilen alanlarda iyi performans sergilemekte dolayısıyla kültür ve yaratıcı endüstrileri büyük kentlerde gittikçe gelişmektedir.



Beijing, Çin Halk Cumhuriyeti'nin başkenti, teknolojinin geliştiği, enformasyonun ve lisans üstü eğitim yeri sayısının en fazla olduğu (Beijing şehrinde toplamda 79 yüksek öğretim yeri bulunmakta, bunların 63'ü lisans ve lisans üstü eğitim veren üniversiteler, 28'i de ön lisans eğitimi veren meslek enstitüleridir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin en iyi iki üniversiteleri olan Tqinghua Üniversitesi ve Beijing Üniversitesi de Beijing'dedir) dolayısıyla yetenekli kişilerin en yoğun olduğu kent ve aynı zamanda ülkenin siyasal, kültürel merkezi olarak (Beijing şehri 3000 yılı aşkın kent tarihine, 857 yılı aşkın bir başkent olma tarihine sahiptir) kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimi için gerekli faktörlere ve kendine özgür üstünlüğe sahiptir. Siyasal, teknoloji, eğitim konularında sahip olduğu avantajlar ve yerelleştirilen kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları, Beijing'deki söz konusu endüstrilerin gelişiminde son derece önemli rol oynamaktadır.

Hartley'in 2017 yılında Çin Halk Cumhuriyeti Renmin Üniversitesi Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Araştırma Merkezi'nin direktörü Jin Yuanpu ile görüşmesinde kültür ve yaratıcı endüstrilerin global bir olgu olduğunu, onun gerçekleştirilmesinin ise yerel olduğunu ileri sürmüştür. Şöyle ki, kültür ve yaratıcı endüstrileri küresel bir kavramdır, söz konusu endüstriler küreselleşme süreci ile birlikte, özellikle bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde küresel düzeyde büyümekte ve gelişmekte. Bilgi, kültür ve çeşitli ürünler coğrafi sınırları olmaksızın farklı toplumlar tarafından paylaşılmaktadır. Dünyanın farklı köşelerindeki insanlar aynı filmi izlemekte, aynı tarzda giyinmekte, aynı müziği dinlemekte, aynı değerlere ve zevklere sahip olmaktadır. Ancak, her ülke ve kent bir veya birkaç alanda daha iyi gelişime sahip olmaktadır, bu alanlarda ulusal ve uluslararası düzeyde daha iyi performans sergilemektedir. Aynı zamanda, kendisini başkasından farklı kılan, yüksek rekabet gücüne sahip kılan alanları geliştirme eğilimindedirler. Dolayısıyla, kendi durumuna uygun yerel strateji ve politikalarla ilgili alanların gelişimini destekler. Beijing, Çin Halk Cumhuriyeti'nin kültürel ve siyasi merkezi olduğundan dolayı sahip olduğu avantajları ve iyice tasarlanmış ulusal ve yerel politikaları sayesinde, kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimini destekleyerek, söz konusu endüstrileri Beijing'in dünya piyasasındaki yerini yükseltme ve kültürünü tanıtmaya aracı olarak kullanmaktadır.

Çin Halk Cumhuriyeti Eyaletlerin Kültürel Endüstrileri Gelişim Endeksi (2017) sonuçları

Beijing Şehrinin yüksek Etki Endeksi (88,47) ve İtici Güç Endeksi (83,85)<sup>40</sup>, Kültür Tüketim Endeksi (89,0) ile birinci sırada kalmaya devam ettiğini göstermektedir (Zhongjing Kültürel Endüstri, 2018). Gerçekten de çalışmanın ilerleyen kısmında okuyuculara sunulacak olan istatistik veriler Beijing Őhrin Çin Halk Cumhuriyeti'nde kültür ve yaratıcı endüstrilerin en yüksek seviyede geliştiği kent olduğunu göstermektedir. Bu gelişmeyi Beijing Büyükşehir belediyesinin ve belediyeye bağlı devlet kurumlarının desteği ve doğru yöne yönlendiren politikalarından bağımsız düşünmek mümkün değildir.

Beijing Őhri kültür ve yaratıcı endüstrileri üssü ve kümeleri oluşturarak,  s, küme ve kültürel (ve yaratıcı) sektörde faaliyet gösteren işletmelere iktisadi destekte bulunarak kültürel ve yaratıcı ekonomiyi Beijing ekonomisinin en önemli bir kısmına dönüştürme çabasında bulunmuştur ve amacına ulaşmıştır. Çin Halk Cumhuriyeti'nin diğer Şehirlerinde olduğu gibi, Beijing Őhrinde de söz konusu endüstriler ilk etapta hükümet tarafından teşvik edilmiş, endüstride faaliyet gösteren işletme ve bireyler ve tüketicilerin de katılımı ile bugünkü başarılar elde edilmiştir.

### **3.3.1. Beijing Kültür ve Yaratıcı Endüstri Politikasının Evrimi**

#### **1.Kültürel kamu hizmetler dönemi:**

1978 yılında başlatılan 'Reform ve Dışa Açılma' döneminin yaklaşık ilk 20 yılında kültür kamu hizmeti olarak görülüp kültürel hizmetler halka devlet kurumları tarafından sunulmuştur. Kültürel alanda yürütülen politikalar her zaman kültürün kâr amacı gütmeyen özelliğini, kültürel altyapının halkın temel kültürel ihtiyaçlarını karşılaması gerektiğini vurgulamıştır.

#### **2.Kültür endüstrisi dönemine geçiş:**

Ancak, 1996 yılında, Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi Beijing Komitesi ve Belediye Hükümeti, "Beijing Kültürünün Gelişimini Hızlandırmak İçin eşitli Görüşler"

<sup>40</sup> Etki Endeksi: Influence Index; İtici Güç Endeksi: Driving Force Index

ni hazırlamıştır (Sen S., 2014, s.8). Beijing'in, Çin Halk Cumhuriyeti'nde ilk olarak ortaya çıkan bu kentsel kültürel gelişim stratejisinde, kültür endüstrisinin gelişimi ilk defa hükümetin gündemine alınmıştır. Stratejinin ortaya konulması kültürün endüstrisinin ekonomik etkisi giderek daha belirgin olmaya başlamıştır. Pazar ekonomisinin etkisi altında, kültür sadece kamu hizmeti olmaktan çıkıp kültürel kamu hizmetler ve kültür endüstrisinin eşzamanlı gelişimi sağlanmıştır. Kültür endüstrisi hükümetin politika ve strateji gündeminde kalmaya devam etmiştir. 2000 yılında, Beijing kültür endüstrisinin geliştirilmesine kısmen öncülük tanıyan '2001-2005 Yılları Beijing Kültür İnşası, Kültürü Geliştirme Anahatları'nı düzenlemiştir (Sen S., 2014, s.8).

### 3.Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri dönemi:

21. asrın başlarında, Çin Halk Cumhuriyetin ekonomisi şaşırtıcı hızla gelişmiştir. Ancak, ülkede gelişimi destekleyecek olan doğal kaynaklar yetersiz kalmış, çevre kirliliği artmıştır. Bu durumda, uluslararası düzeyde gittikçe ilgi gören, çevreyi kirletmeyen, enerji tüketimi son derece düşük ancak katma değeri yüksek olan kültür ve yaratıcı endüstrileri ülke yöneticilerinin ilgisini çekmiştir. 2004 yılında, kültür ve yaratıcı endüstrilerin ilk defa 'Ulusal Ekonomik Endüstriler Sınıflandırması'nda yer almasından sonra, 2005 yılında 'Beijing Şehri Genel Planı (2004-2020)<sup>41</sup>'nda ilk defa kültür ve yaratıcı endüstrilerin geliştirileceğinden bahsedilmiştir. Genel planda, kültürel performanslar, yayıncılık ve telif hakkı ticareti, film ve televizyon yapımcılığı ve ticareti, kültürel sergiler, antik sanat ticareti, animasyon ve çevrimiçi oyun üretimi olmak üzere altı alanın öncelikle geliştirileceği belirtilmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti Kültür Bakanlığının Kasım 2004'te 42 'Kültür endüstrisi Örnek Üssü' tanımlamasından sonra, Beijing şehri 2005 yılında 'Zhongguancun Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler Üssü' ve 'Daxing Yeni Medya Endüstrisi Üssü'nü kurmuştur. Bu endüstri üsleri Beijing'de mevcut olan terk edilmiş fabrika gibi eski arazileri kullanmış olup, belli ölçüde çevresel dönüşümü sağlamış olmakla birlikte kültür ve yaratıcı endüstrileri ne ait olan endüstriler arasındaki iletişim, etkileşimi ve iş birliğini hızlandırmış, kolaylaştırmıştır.

Beijing Belediyesi Parti Komitesi, Beijing Valiliğinin stratejik kararı ve Beijing

<sup>41</sup> Erişim adresi: <https://wenku.baidu.com/view/91c15d63ddccda38376baf3.html>. S.19

Büyükşehir Örgütsel Yapı Komitesi Ofisi'nin Kasım 2006'da onaylaması neticesinde "Beijing Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Geliştirme Merkezi" kurulup Beijing'deki kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimi için hizmet etmeye başlamıştır. Merkez, kültür ve yaratıcı endüstrileri tanımlama ve sınıflandırmasını oluşturmakla birlikte, Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisinin kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirme strateji, planlarını ve şehrin sahip olduğu avantajları temel alarak, kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında çeşitli strateji ve politikaları geliştirmiştir. Merkez ilk olarak 2006 yılında "Beijing'deki kültür ve yaratıcı endüstrileri Gelişiminin Desteklenmesi Üzerinde Çeşitli Politikaları" yayınlamıştır (Ek 6). Söz konusu politikalar özel sermayenin kültürel alana girmesini teşvik etmeyi, devlet kurumlarının ülkemizde üretilen kültürel ürünleri satın almasını zorunlu kılarak kültürel ürünlerin pazar ihtiyacını artırmayı, eğitim, vergi ve fon desteği temin ederek kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimini teşvik etmeyi hedeflemiştir. Ayrıca, yetenekli kişilerin Beijing'de çalışmasını sağlama amacı ile yurt içi ve dışından gelen yaratıcı yetenekleri çalıştıran işletmelerin ödüllendirilmesine ve Beijing'de ikamet etmeyen yaratıcı yeteneklere 'Beijing Şehri Çalışma İkameti' (kısaca, yeşil kart denmektedir) verilmesine karar verilmiştir. Teknolojik inovasyonun rolü vurgulanıp, teknolojik araştırma ve teknolojik başarıların desteklenmesi ve ödüllendirilmesi üzerine durulmuştur.

2007 yılında düzenlenen 'Beijing Şehri On Birinci Beş Yıllık Plan Döneminde Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Geliştirme Planı'<sup>42</sup>nda, 'Beijing Şehri Genel Planı (2004-2020)'nda öncelik verilen kültürel performanslar, yayıncılık ve telif hakkı ticareti, film ve televizyon yapımcılığı ve ticareti, kültürel sergiler, antik sanat ticareti, animasyon ve çevrimiçi oyun üretimi olmak üzere 6 kültürel alanın yanı sıra, tasarım-yaratıcılık, reklam, kültür turizmi, kültürel ve sportif eğlenceler olmak üzere hem kültür endüstrisine hem de yaratıcı endüstriye ait olan alanlar da önemli alanlar olarak belirlenmiştir.

2009 yılındaki ekonomik kriz bütün dünyada birçok ülke için çok büyük darbe olmuştur. Devlet Konseyi bu krize karşılıklı olarak 'Kültür Endüstrisi Canlandırma Planı'nı yürütmeye başlamıştır. Söz konusu planın yürürlüğe konulması Beijing şehrinin kültür ve

---

<sup>42</sup> Erişim adresi: <https://www.doc88.com/p-67316459851.html>

yaratıcı endüstrilerinin gelişimine daha da önem vermesini sağlamıştır. Çünkü, bu yeni alanlar Beijing şehrinin ekonomik krizin etkisini azaltmasında yardımcı olmakla birlikte, sanayileşme sonrası Beijing ekonomisinin yeniden canlanması ve Beijing'in uluslararası büyük kent olma hedefine ulaşmasına da katkıda bulunacaktır. Beş yüz yıllık başkent olarak Beijing, sahip olduğu zengin kültürel mirasları ile yalnızca Çin Halk Cumhuriyeti'nin kültür başkenti olmayıp, dünyanın kültür merkezi olma potansiyeline sahiptir. Dolayısı ile, kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları Beijing şehri için hayati önem taşımaktadır. Bu dönemde, kültür ve yaratıcı endüstrilerinde, özellikle animasyon ve internet oyun endüstrilerinin gelişimine büyük özen gösterilmiştir. Beijing şehri Devlet Konseyi'nin oluşturduğu, ülkenin söz konusu iki endüstrisinin geliştirilmesi hakkındaki stratejiler üzerine 'Film, Televizyon ve Animasyon Endüstrisinin Gelişimini Desteklemeye Yönelik Uygulama Tedbirleri (Deneme)' ve 'İnternet Oyun Endüstrisinin Gelişimini Desteklemeye Yönelik Uygulama Tedbirleri (Deneme)' oluşturmuştur. Bu iki endüstri bilişim teknolojileri ile ilgilidir, yüksek rekabet gücüne ve gelir elde etme potansiyeline sahiptir. Bu iki alanda üretilen ürünleri sadece iç pazara değil, uluslararası pazara da girmesi sağlanırsa, Beijing, hatta ülkenin ekonomik kalkınma planlarının gerçekleştirilmesinde önemli rol oynayacaktır.

2011 yılına geldiğinde, 'Beijing On İkinci Beş Yıllık Plan'da (2011-2015) kültür ve yaratıcı endüstrilerinin bir kez daha politika gündemine alınmıştır. Plan'da 'yenilikçilik kalkınmanın sürücü gücüdür' başlıklı ve teknoloji ile ilgili bölümler bulunmakta olup, 'yenilikçilik kalkınmanın sürücü gücüdür' başlıklı bölüm Plan'ın 'Genel Amaçlar' bölümünden sonra gelen ilk bölümdür. Yenilikçilik konusunun Plan'ın ilk sayfalarında yer alması, Beijing şehrinin kültür ve yaratıcı endüstrileri ne son derece önem verdiğinin göstergesidir. Plan Beijing'i ülkenin yenilikçilik merkezi kılmayı amaçlamıştır. Bunu başarmak için beş yılda 50 milyon RMB fon desteği vermeyi, büyük bilimsel ve teknolojik araştırma projelerin desteklemeyi ve devlet kurumlarının beş yılda 30 milyar RMB'lik yenilikçi ürün satın almasını sağlamayı planlamıştır (Beijing Şehir Hükümeti, 2011).

2014 yılında düzenlenen 'Beijing Şehri Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Geliştirme Planı (2014-2020)' (Beijing Devlete Ait Kültür Varlıkları Denetleme ve İdare Ofisi, 2014) üç

büyük alanda gelişimi gerçekleştirileceğini ileri sürmektedir: 1. Geleneksel alanlar. Kültür, sanat; radyo, film ve televizyon; haber ve basın, yayın endüstrileri alanında özgün ürünleri yapılması ve bu alanlarda üretilen ürünlerin yurt dışına ihracat yapılması desteklenecektir. 2. Avantajlı endüstriler. Modern enformasyon teknolojilerini kullanılarak, reklamcılık, fuar; sanat eserleri ticareti ve tasarım hizmetleri olmak üzere üç büyük endüstrileri alanının ticaret ve pazarlama modelleri konusunda inovasyon gerçekleştirilecektir. Özellikle reklamcılık ve fuar endüstrisinde, çapraz medya yoğunlaşması teşvik edilecektir. 3. Entegre edilmiş ticari faaliyetler. Kültürün liderlik rolüne tam anlamıyla yer verilecek, kültür ve teknoloji, kültür ve finansın derinlemesine entegrasyonunu teşvik edilecek, geleneksel üretim ve tüketim modelleri aşamalı olarak değiştirilecektir. Özetle plan, kültür ve yaratıcı endüstrilerinde yaratıcılığı ve günümüzde en yaygın olan farklı ve birbirine bağlı alanların entegrasyonunu teşvik etmektedir.

‘Beijing On Üçüncü Beş Yıllık Plan’ (2016-2020), Beijing şehrinin günümüzde yürütmekte olduğu plandır. Bu Plan’da, yukarıda bahsi geçen, On İkinci Beş Yıllık Plan’da yer alan konuların yanı sıra, Beijing’i ülkenin kültür merkezi kılma planı da yer almaktadır. Plan’da kültür endüstrisinin geliştirilmesi, kültürel alanda yaratıcılığın teşvik edilmesi, Beijing’in tarihi kalıntılarının korunması, seçkin kültürün daha geniş kitleye ulaştırılması gerektiği ileri sürülmüştür. Bunun üzerine Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi Beijing Belediye Komitesi ve Beijing Şehir Hükümeti ‘kültür ve yaratıcı endüstrilerin Yenilikçi Gelişimini Teşvik Etme Hakkındaki Görüşler’i hazırladı (Çin Halk Cumhuriyeti Merkezi Hükümeti, 2018). Dünyaca ünlü kültürel gruplar ve yaratıcı yetenekler yetiştirmek, özgün kültürel ürünler yaratmak, yüksek rekabet gücüne ve yüksek yaratıcılığa sahip olan kümeler inşa etmek, kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişme şeklini daha makul hale getirmek ve kültürel inovasyonun liderlik rolünü daha da öne çıkarmak, ‘Görüşler’in genel amacıdır. ‘Görüşler’ uygulanırken çevresel kalkınmaya elverişli olmayan ve piyasa faktörlerinin iyileştirilmesine elverişli olmayan endüstrilerin bu eleme turunda kademeli olarak kaldırılacağı öngörülmektedir (Sohu haberleri, 2018).

#### 4. Kümeler

2006 yılından, Beijing şehri ‘Zhongguancun Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler Üssü’ başta

olmak üzere toplamda 10 kültür ve yaratıcı endüstrileri kümeleri tanımlamış ve kümelerin altyapı inşasını destekleme amacı ile 3 yılda 500 milyon RMB fon desteği vereceğini açıklamıştır (Çin Halk Cumhuriyeti Merkezi Hükümeti, 2006). İlk adım başarı ile atıldıktan sonra, Beijing şehri iki kez daha kültür ve yaratıcı endüstrileri kümeleri listesi oluşturmuştur. Böylece, 2006 yılından 2018 yılına kadar, Beijing'deki 16 bölge ve ilçede, kültür ve yaratıcı endüstrileri sınıflandırmasındaki 9 grup kapsamında 30 kültür ve yaratıcı küme bulunmaktadır. Haberlere göre, kültür ve yaratıcı endüstrileri kümesi olarak tanımlanabilmek için, kümeleri aşağıda listelenen 7 koşula uyması gerekmektedir (Çin Halk Cumhuriyeti Merkezi Hükümeti, 2006):

- 1) Kümelerin bilimsel planı olmalı;
- 2) Kendine özgü endüstriyel özelliklere ve konumlandırmaya sahip olmalı;
- 3) Belirli ölçekte endüstriyel alana sahip olmalı;
- 4) İleri endüstriyel formlara sahip olmalı;
- 5) Makul ve standart bir yönetim organizasyonu ve işletme mekanizmasına sahip olmalı;
- 6) İyi bir altyapıya ve kamu hizmetine destek verebilen sistemine sahip olmalı;
- 7) Endüstriyel gelişim potansiyeline sahip olmalıdır.

Bahsi geçen kültür ve yaratıcı endüstrileri kümeleri, kümede yer alan işletmeleri hedef olarak, işletmelerin inşasını standartlaştırma ve yönlendirme, yaratıcı bir ortam inşa etme, pazardaki rekabet gücünü artırma ve sürdürülebilir kalkınma modeline uyum sağlayabilmesine yardımcı bulunma çabasında bulunmaktadır. Ayrıca, kültür ve yaratıcı kümelerinde yer alan işletmelerin yıllık geliri Beijing ekonomisinin büyük bir kısmını teşkil etmektedir. Beijing şehrinin ilk kümelerinden biri olan 'Zhongguancun Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler Üssü' Yenilikçiliği teşvik eden 'Beijing On İkinci Beş Yıllık Plan'ının odak noktası olmuştur. Beijing Şehir Hükümeti Genel Sekreter Yardımcısı Liu Changchun hükümetin söz konusu kümeye politika avantajları sağladığını, gelecekte bu kümeyi ülkenin yaratıcı merkezi haline getireceğini ileri sürmektedir (Beijing Şehir Hükümeti, 2011).

Dikkate değer ki, Beijing'de sadece 30 yaratıcı küme bulunmamaktadır. Beijing'deki yaratıcı küme sayısı 150'ye yaklaşmış durumdadır. Ancak, devletin kümelere ayırabileceği finansal destek sınırlıdır. Dolayısı ile devlet, geleceği parlak olan, diğer kümelere örnek olabilecek, nispeten mükemmel yönetim sistemine sahip olan ve en önemlisi, ekonomiye büyük katkı sağlayabilen kümelere finansal destekte bulunmayı

tercih etmektedir.

### 3.4. BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİN GELİŞİMİ

Beijing Büyükşehir İstatistik Bürosunun verilerine göre 2017 yılında Beijing'deki kültür ve yaratıcı endüstrilerin yıllık artı değeri 400,06 milyar RMB olup, Beijing şehri GSYİH'sinin 14.28% teşkil etmekte ve rekoru yenilemiştir (Tablo 13). Aynı yılda, Beijing şehri GSYİH'si 7,72%, kültür ve yaratıcı endüstrileri ise 9,14% artış göstermiştir. Başka bir deyişle kültür ve yaratıcı endüstrilerin büyüme hızı Beijing ekonomisinin büyüme hızını aşmıştır. 2011 yılından bu yana söz konusu alanın büyüme hızı Beijing şehri GSYİH'nin yıllık artış hızından yüksek olmaktadır. 2016 yılında söz konusu alanda istihdam eden personel sayısı 1,981 milyon kişidir. Beijing şehrindeki büyük ölçekli<sup>43</sup> kültürel ve Yaratıcı Endüstriler işletmelerinin sayısı 8033, bu işletmelerde istihdam eden kişi sayısı 1,257 milyon kişi olup büyük ölçekli işletmelerin temin ettiği iş fırsatı tüm alandaki iş fırsatının 63,5% teşkil etmektedir. Beijing'deki kültür ve yaratıcı endüstrileri işletmelerin 2016 yılında tamamladığı vergi miktarı 41,79 milyar, tüm şehir yerel vergisinin 10,7% teşkil etmekte; ödenen ulusal vergi 79,19 milyar RMB, Beijing şehrinin ödediği ulusal verginin 8,9% teşkil etmektedir. Tablodan görebileceğimiz gibi, kültür ve yaratıcı endüstrileri istihdam sayısı hariç diğer konularda sürekli olarak büyüme göstermektedir.

Tablo 13'ten Beijing şehri kültür ve yaratıcı endüstrileri sınıflandırmasında yer alan 9 alt gurubun son 10 sene içerisinde Beijing ekonomisine sağladığı katkıyı görebilmekteyiz.

|      | Beijing GSYİH'indeki Payı (%) | Artı Değeri (milyar RMB) | İstihdam Sayısı (bin kişi) | Toplam Gelir (milyar RMB) |
|------|-------------------------------|--------------------------|----------------------------|---------------------------|
| 2006 | 10.3                          | 82.32                    | 895                        | 361.48                    |
| 2007 | 10.6                          | 100.83                   | 1025                       | 460.16                    |
| 2008 | 12.1                          | 134.64                   | 1070                       | 543.96                    |

<sup>43</sup> Büyük ölçekli kültür ve Yaratıcı Endüstriler işletmeleri: yıllık geliri 5 milyon RMB üzerinde veya yıl sonunda 50 üzerinde personele sahip olan kültür ve Yaratıcı Endüstriler işletmeleri.



|      |       |        |      |         |
|------|-------|--------|------|---------|
| 2009 | 12.3  | 148.99 | 1149 | 598.57  |
| 2010 | 12.0  | 169.77 | 1229 | 744.23  |
| 2011 | 12.2  | 198.99 | 1049 | 901.22  |
| 2012 | 12.3  | 220.52 | 1529 | 1031.36 |
| 2013 | 12.3  | 240.67 | 1836 | 1237.74 |
| 2014 | 13.2  | 282.63 | 1916 | 1398.20 |
| 2015 | 13.7  | 325.38 | 2023 | 1587.78 |
| 2016 | 14.0  | 358.11 | 1981 | 1788.58 |
| 2017 | 14.28 | 400.06 | 2060 | 2080.67 |

Kaynak: Beijing Büyükşehir İstatistik Bürosu  
GSYİH: Gayri Safi Millî Hasıla

| Tablo 14: Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Alt Gurupların Beijing Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Ekonomisine Katkısı (%) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|  | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
| Kültür ve Sanat  | 4.35  | 3.91  | 3.17  | 3.28  | 3.16  | 3.42  | 3.45  | 3.75  | 4.09  | 4.27  | 4.50  | 4.39  |
| Haber Yayıncılığı  | 16.66 | 14.33 | 11.42 | 10.73 | 10.12 | 9.64  | 9.45  | 9.36  | 8.48  | 8.66  | 9.01  | 8.55  |
| Radyo, Televizyon, Film  | 9.05  | 10.35 | 8.92  | 8.36  | 8.16  | 7.74  | 8.05  | 7.41  | 7.09  | 6.91  | 6.46  | 5.82  |
| Yazılım, İnternet ve Bilgisayar Hizmetleri   | 46.24 | 48.73 | 52.22 | 47.69 | 49.90 | 52.37 | 53.98 | 55.15 | 56.80 | 58.39 | 58.90 | 61.08 |
| Reklamcılık ve Gösteri   | 6.43  | 6.54  | 8.33  | 6.61  | 7.50  | 7.99  | 7.65  | 7.99  | 7.79  | 6.68  | 6.19  | 6.04  |
| Sanat Çalışmaları Ticareti   | 1.24  | 1.39  | 1.52  | 2.07  | 2.53  | 2.83  | 2.68  | 2.35  | 1.99  | 1.98  | 1.83  | 1.74  |
| Tasarım Hizmetleri   | 4.95  | 4.96  | 3.92  | 5.13  | 4.96  | 4.55  | 4.42  | 5.07  | 4.52  | 4.15  | 4.57  | 4.18  |
| Seyahat ve Eğlence   | 5.96  | 5.06  | 4.34  | 4.07  | 4.09  | 3.95  | 3.78  | 3.65  | 3.53  | 3.31  | 3.33  | 3.44  |
| Diğer Yardımcı Hizmetler   | 6.49  | 6.36  | 6.16  | 12.07 | 9.57  | 7.50  | 6.55  | 5.27  | 5.72  | 5.64  | 5.20  | 4.75  |

Kaynak: Beijing Büyükşehir İstatistik Bürosu

Sınıflandırmada ye alan 9 gurup içerisinde en göze çarpan Yazılım, İnternet ve Bilgisayar Hizmetleri sektörü olmaktadır. 2017 yılında söz konusu sektörün artı değeri 244,34 milyar RMB, büyüme oranı 15,83%, Beijing şehri kültür ve yaratıcı endüstrileri yıllık artı değerinin 61,08% oluşturmuştur. Aynı yılda söz konusu sektörde istihdam eden kişi sayısı 1077 bin, bu sayı kültür ve yaratıcı endüstrileri alanındaki istihdam sayısının 52,28% oluşturmaktadır. Erişilebilir verilere göre söz konusu sektör son yıllarda kültür ve yaratıcı endüstrileri alanındaki istihdam sayısı ve artı değeri açısından sürdürülebilir büyüme içinde olan tek sektördür. Yukarıda tartışıldığı üzere, yenilikçiliği teşvik eden bilgi toplumunda bilgi ve iletişim teknolojileri hayati öneme sahiptir. Teknoloji alanda kaydedilen gelişim ve yenilikler kalkınmayı desteklemekle birlikte sosyal kalkınmayı da etkiler, çünkü verimliliği artıran teknolojiler sayesinde insanların tüketim şekli ve yaşam tarzları değişir. (Moore, 2014, s.740). Bu nedenle teknoloji kültürü, kültür de teknolojiyi etkiler veya teknolojik yenilik sosyal inovasyona yol açar (Moore, 2014, s.740). Bu nedenle, Yazılım, İnternet ve Bilgisayar Hizmetlerini de kapsayan ileri teknolojilerin, kültür ve yaratıcı endüstrilerin büyümesinde katkıda bulunan en önemli etkenlerden biri olduğu söylenebilir. Kültür ve yaratıcı endüstrileri de aynı zamanda teknolojinin ilerlemesini hızlandırır. Dolayısıyla, Beijing'in uluslararası rekabet gücünü artırma amacı ile, Genel Sekreter Xi Jinping Şubat 2014'te Beijing'deki hizmetleri denetlerken yaptığı önemli konuşmasında, siyasal merkez, kültür merkezi, uluslararası değişim merkezinin yanı sıra, "Bilim ve Teknolojik İnovasyon Merkezi İnşasını" Beijing endüstrileri gelişimindeki yeni trend olarak belirlemiştir (Liding ve Ming, 2015). Ayrıca Beijing, Çin Halk Cumhuriyeti'nin başkenti olarak teknolojik kaynaklar, teknolojik işletme ve kurumlar konusunda da avantajlıdır: Beijing'in sahip olduğu teknolojik kaynaklar ülkenin toplam teknolojik kaynaklarının yaklaşık üçte birini, teknolojik işletmeler ülkenin toplam teknolojik işletmelerinin yaklaşık dörtte birini; teknolojik inovasyon, araştırma merkezleri yaklaşık üçte biri oluşturmaktadır (Liding ve Ming, 2015). Bu konumlandırma ve avantajlar, Beijing'in teknolojik kalkınmasının hızlanması, yatırımların çoğalmasına neden olmaktadır.

Yukarıda bahsedildiği gibi, Beijing şehri başka şehirlere kıyasla, siyaset ve kültürün daha geliştiği kenttir. Dolayısıyla, yayıncılık, kültür ürünleri, film ve televizyon Beijing

şehrinin güçlü yönüdür. Bu açıdan baktığımızda, Beijing’de medya sektörünün daha da gelişmesi hiç tesadüfi değildir, ayrıca veriler de bunu kanıtlamaktadır. Yine Tablo 14’ten görebileceğimiz gibi, Haber Yayıncılığı, Radyo, Televizyon, Film sektörü- kısacası medya sektörü Yazılım, İnternet ve Bilgisayar Hizmetleri sektörünü izleyerek, Beijing şehri kültür ve yaratıcı endüstrileri ekonomisi için en çok katkıda bulunan sektörler arasında ikinci sırada gelmektedir. 2016 yılında medya sektörünün toplam artı değeri 55,43 milyar RMB, Beijing şehri GSYİH’indeki payı 15,48%. Son 3 yılda Haber Yayıncılık sektörünün büyüme hızı daha yüksektir. 2017 yılında Haber Yayıncılığı yıllık geliri 85,32 milyar RMB, 8,2% büyüme oranına sahip olmuştur. Radyo, Televizyon, Film sektörünün yıllık geliri 86,72 milyar RMB, büyüme oranı ise sadece 3,9%. Bunun içinde Film geliri 3 milyar RMB’i, gazete hariç geleneksel medya reklam geliri 25,49 milyar RMB’i aşmıştır. İki sektörün yıllık geliri neredeyse aynı seviyede olmasına rağmen büyüme oranı büyük fark göstermektedir. Son yıllarda hızla artan akıllı telefon, yeni medya kullanım ve internet kapsama oranının artması radyo televizyon kullanıcıları sayısının azalmasına neden olmaktadır. Birçok radyo, televizyon programı hızlı ve yeni hayatın taleplerini karşılama amacı ile ikinci ekrana- sosyal medyaya geçiş yapmayı tercih etmektedir. Sosyal medyanın kullanıcılara zaman ve mekân sınırı olmaksızın servis yapabilme özelliği, aynı programı televizyonda izleyebilir, radyodan dinleyebilirken, kullanıcıların sosyal medyayı tercih etmesine neden olmaktadır.

Son yıllarda ülke ekonomisinin büyüme hızının yavaşlaması medya sektörü gibi birçok sektörün de gelişim hızının yavaşlaması ile sonuçlandı. Ancak, Çin Halk Cumhuriyeti On Üçüncü Beş Yıllık Plan’da kültürün ülke ekonomisindeki önemli rolü belirtildikten sonra, medya sektörü yeni bir entegrasyon dönemine adım atmıştır. Medya sektörünün, 2017 yılında ortaya konulan “Çin Halk Cumhuriyeti Film Endüstri Geliştirme Yöntemi” gibi ilgili politikaların etkisi altında yeni baharı rastlaması beklenmektedir.

Dikkate değer ki, 2017, 2018 yıllarında Beijing şehri Sanat Çalışmaları Ticareti ve Tasarım Hizmetleri sektörünün yıllık geliri ve istihdam sayısı şaşırtıcı ölçüde artmıştır. Bu hususta, Başkan Xi Jinping’in Çin Halkının kültür özgüvenini artırmak, yenilikçiliği teşvik edip “Çin’de Üretildi”den “Çin’de Tasarlandı”ya geçiş çağırısının söz konusu alanda gerçek sonuçlar elde edilmesinde mühim rol oynadığı düşünülebilir. Sanat

Çalışmaları Ticareti ve Tasarım Hizmetleri sektörünün gelişimini destekleyen politikalardan başka, şehrin ekonomisinin yükselmesi, dolayısıyla halkın yıllık gelir ve tüketim seviyesinin artması da söz konusu alanın hızla gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

### **3.5. ANKARA KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ YEREL POLİTİKALARI**

Türkiye Cumhuriyeti'nin başkenti Ankara'dır. Ancak, ülkede kültür ve yaratıcı endüstrileri ile ilgili strateji ve çalışmaları başlatan şehir ise İstanbul'dur. İstanbul Türkiye Cumhuriyeti'nin hem kültür merkezi hem de finansal merkezi niteliğindedir. İstanbul'un Avrupa ve Asya olmak üzere iki büyük kıtayı birbirine bağlayan tek şehir ve 2500 yıllık başkent olduğunu, tarihi ve kültürel zenginliği göz önünde bulundurduğumuzda, kültür ve yaratıcı endüstrileri çalışmalarını ilk olarak İstanbul'un başlatmış olması şaşırtıcı değildir. İstanbul sahip olduğu tüm avantajlarına rağmen, söz konusu alandaki ilk adımını 2010 yılında İstanbul Avrupa Kültür Başkenti yapılanması kapsamında yürütülen "İstanbul Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi" örnek projesi (Seçilmiş, Cahit 2013, s.3) ile atmıştır. Ankara'da ise 2013 yılında T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültürel İrtibat Noktası'nın Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri Projesi kapsamında hazırlanan, Ankara'da kültür politikaları oluşturulmasında önemli bir altyapı oluşturulması beklenen 'Ankara Kültür Ekonomisi Sektörel Büyüklüklerin Değerlendirilmesi' başlıklı çalışma (Seçilmiş ve Cahit, 2013, s.3), Ankara'daki ilk kültür ekonomisi çalışması olmuştur. Çalışmada istatistik rakamlar ile Ankara'daki kültür ekonomisinin büyüklüğü gösterilmiş olup şehir ekonomisindeki payının göz ardı edilememesi gerektiği vurgulanarak söz konusu alanda gerekli politikaların yapılandırılmasını önermiştir.

2013 yılından önce uygulanmış olan Ankara Bölge Planı'nda (2011-2013) yenilikçiliği teşvik etmiş, yenilikçilik yoluyla yüksek katma değer yaratan sektörleri geliştirerek Ankara'nın küresel düzeyde rekabet gücünü artırmayı hedeflemiştir. Ankara'nın teknoloji odaklı sektörlerde daha da gelişmiş olduğundan dolayı, Plan'da özellikle de teknoloji sektöründe yenilikçi ve bilgi yoğun ürünlere yönelik proje, patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayısının artırılması, bilgi ve işbirliği platformların gerçekleştirilmesi, teknoloji sektöründe ihracatın ve rekabetçiliğin artırılması, bilişim kümelenmesi ve

yazılım bilgisayar teknolojileri alanında büyük projelerin gerçekleştirilmesi ve Ankara'nın teknoloji merkezi imajının güçlendirilmesi, çeşitli seyahat programlarının teşvik edilmesi önerilmiştir. Ancak, spesifik olarak kültür endüstrisi ve/veya yaratıcı endüstrilerin geliştirilmesi hakkında hiçbir madde bulunmamaktadır. Plan'da sadece kültür ve yaratıcı endüstrilerde değil, tüm ekonomik alanlarda yenilikçilik teşvik edilmiş, nitelikli ve yenilikçi personellerin yetiştirilmesi hakkında ve Ankara'nın yenilikçi personelleri kendine çekmesi için tedbirler belirlenmiştir. Bahsi geçen ileri teknolojik ve bilgi yoğun sektörler de sadece kültür ve yaratıcı endüstrileri ne ait alanları değil, tüm ekonomik alanları kapsamaktadır. Ancak, 2014 ve 2023 yıllarını kapsayan Ankara Bölge Planı'nda, yukarıda sıralanan konuların yanı sıra ilk defa 'yaratıcı endüstrileri' terimi kullanılmıştır. Yaratıcı endüstriler 'yenilikçilik ve girişimcilik kültürünün beslenmesinde etkili bir role sahip olan' alan olarak tarif edilmiştir (Ankara Bölge Planı, 2014, s.11). Plan'da yapılan değerlendirme, analiz ve strateji önerileri, Ankara hükümetinin Yaratıcı Endüstrilerin Ankara ekonomisindeki önemini anladığını göstermektedir. Plan'da (Ankara Bölge Planı, 2014, s.11) yaratıcı endüstrilerin Ankara'nın mevcut rekabet yapısını oluşturan bileşenlerden biri olduğu, Ankara'nın yüksek katma değer yaratan bir ekonomik yapıya sahip olma hedefinin gerçekleştirilmesi için değerlendirilmesi gereken önemli potansiyellerden biri olduğu ileri sürülmüştür. Plan'a göre, söz konusu alandaki iş yeri sayısı ve istihdam kapasitesi bakımından Ankara Türkiye Cumhuriyeti'nin birincisi değilse de (İstanbul'u izleyerek ikinci sırada gelmektedir), çok sayıdaki yüksek eğitim yeri, araştırma merkezi ve kümelere sahiptir: 2019 itibarıyla Türkiye Cumhuriyeti'nde 207, Ankara'da 21 üniversite ve araştırma merkezleri bulunmakta (Yükseköğretim Kurulu (YÖK)), <https://www.yok.gov.tr/universiteler/universitelerimiz>); 2018 itibarıyla Türkiye Cumhuriyeti'nde 81, Ankara'da 6 Teknokent<sup>44</sup> bulunmaktadır. Ankara, Türkiye Cumhuriyeti'nin diğer şehirlerine kıyasla gelişmiş teknolojik alt yapısına sahip, farklı medeniyet ve imparatorluğun binlerce yıl boyunca içinde yaşadığı bir coğrafya olarak bu alanda potansiyele sahiptir. Sahip olduğu bu potansiyeli Ankara'nın gelecekte Türkiye Cumhuriyeti'nin teknolojik merkezi olma, küresel düzeyde yüksek rekabet gücüne sahip olmasını sağlama, yüksek katma değer üreten bir ekonomik yapıya geçiş yapma planının gerçekleşmesi için önemli rol oynayacaktır. Ankara Bölge Planı'na (s.107) göre Ankara,

<sup>44</sup> ODTÜ Teknokent, Bilkent Cyberpark, Gazi Teknopark, Ankara Üniversitesi Teknopark, Hacettepe Teknokenti, OSTİM Teknopark.

özellikle kültür ve yaratıcı endüstrileri ne ait olan en önemli sektörlerden biri olan yazılım sektöründe Türkiye Cumhuriyeti'nin en iyilerinden biridir, sektördeki yazılımcıların %33'ü Ankara'da çalışmaktadır. Bu nedenle, Ankara kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında büyüme potansiyeline sahiptir. Bu hususta, Ankara zengin beşerî sermayesi ve teknolojik alt yapısının getirdiği avantajlardan yararlanarak rekabet gücünü artırmayı, katma değeri yüksek, yenilikçi ve bilgi yoğun sektörlerin ekonomisindeki payları arttırmayı hedeflemektedir (Ankara Bölge Planı 2014-2023, s.90). Ayrıca, Ankara'nın uygulamayı planladığı tedbirler, zengin kültürel, sanatsal ve tarihsel varlıklarının kent sosyal hayatına ve turizme kazandırılmayı, yenilikçiliğin yaygınlaştırılmasını, kümelerin dış ticaret ve teknoloji kullanımı gibi stratejik unsurların desteklenmesini de kapsamaktadır (Ankara Bölge Planı 2014-2023, s.84, 113).

Ankara Kalkınma Ajansı, Ankara'nın teknolojik alt yapısı, yüksek eğitim kurumları ve bu kurumlarda yetiştirilen nitelikli iş gücü ve Türkiye Cumhuriyeti'nin siyasi merkezi konumuna dayanarak, Ankara'nın Teknoparklarında gerçekleştirilen faaliyetlerin yüzde 58'ini oluşturan bilişim ve yazılım sektöründe öncü bir pozisyonda yer aldığını (Ankara Kalkınma Ajansı, 2014, s.8), söz konusu sektörün geliştirilmesinin Ankara ekonomine ve uluslararası rekabet gücünün artırılmasına büyük katkı sağlayacağını ileri sürmektedir. Dolayısı ile söz konusu sektörlerin geliştirilmesi için özel politikalar hazırlanması gerektiğine karar vermiştir. Gerçekten de Ankara Kalkınma Ajansı, 2010 Doğrudan Destek Programı kapsamında Ankara İli Bilgi İletişim Teknolojileri Sektörü İnovasyon Kapasitesi Stratejik Analizi Projesi'ni gerçekleştirmiştir. Projenin final raporunda, bilgi ve iletişim sektörünün gelişiminin toplumun ihtiyaçlarını karşılamakla birlikte, diğer sektörleri de doğrudan etkileyeceği, söz konusu sektörün sürdürülebilir kalkınma sürecinin önemli bileşeni olduğu ileri sürülmüştür (Ankara Kalkınma Ajansı, 2011, s.8). Rapor'da, bilgi ve iletişim alanında gerekli araştırmaların yapılması, politika yapılandırılması, destek programları, yabancı yatırımı vb teşvik edilmiştir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2011, s.269-271). Ancak, Raporda ortaya konulan, en göze çarpan bir nokta ise Ankara'nın bilgi ve iletişim sektöründe daha somut ve ticarileştirilmiş teknolojik çıktılara ulaşmasının gerektiğini (Ankara Kalkınma Ajansı, 2011, s.270) ortaya koymasıdır. Bu, bilginin ticarileşmesinin ulusal ve bölgesel kalkınmadaki rolünü, aynı zamanda dolaylı olarak kültür ve yaratıcı endüstrilerin önemini vurgulamaktadır.

Ancak halihazırda bilgi ve iletişim sektörü ile ilgili veri kaynakları sayısının kısıtlı olması nedeniyle sektör üzerinde nitelikli analizlerin yapılabilmesinin güç olduğu söylenmektedir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2014, s.126). Bu bağlamda, Ankara Kalkınma Ajansı sektörde yapılacak olan çalışmalara destek olabilecek bir veri tabanının oluşturulması çalışmalarına hız verilmesini önermektedir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2014, s.126). Buna ek olarak, Ankara'daki ve başka şehirlerdeki yüksek eğitim kurumlarından mezun olan nitelikli iş gücünü Ankara'ya çekmek için Ankara'nın sahip olduğu avantajların yoğun tanıtım kampanyaları ile duyurulması gerektiği de öne sürülmektedir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2014, s.127). Sektörde mesleki bilgi sürekli olarak yenilediğinden dolayı, hızlı değişime ayak uydurmak için sektörde çalışan personellere mesleki yeterlilik kazandırabilecek eğitim merkezlerinin kurulması önerilmektedir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2014, s.128). Yabancı sermayenin yatırım yapmasını sağlamak da Rapor'un politika önerileri kısmında yer almaktadır.

Dijital oyun sektörü, yazılım sektörünün yanı sıra, Ankara'nın avantajlara sahip olduğu sektörlerden biridir. 2014-2023 yıllarını kapsayan Ankara Bölge Planı'nda teknoloji ve yenilikçiliğin öneminin vurgulanmasından sonra, 2017 yılında yayınlanan "Dijital Oyun Sektörü Raporu"nda, Ankara Kalkınma Ajansı dijital oyun sektöründe yapılan araştırma sonucu, söz konusu sektörde ilerlemeler elde etmek için sektörü geliştirme strateji önerisinde bulunmuştur. Rapor'da (2017, s.57-59) listelenen strateji önerileri aşağıdaki maddeleri kapsamaktadır:

- Oyun sektörüne yönelik hizmet sunacak ön kuluçka ve kuluçka merkezlerinin geliştirilmesi ve bu işleve sahip yeni merkezlerin kurulması;
- Oyun sektöründeki yenilikçi eğilimleri takip etmek ve alanlarda çalışma yapmak üzere ortak çalışma laboratuvarlarının kurulması;
- Oyun sektörünün gelişimine ve konsolidasyonuna yönelik yeni hizmetler ve altyapılarının geliştirilmesi ya da mevcut merkezlere entegre edilmesi;
- Üniversitelerdeki eğitim programlarının oyun sektörünün farklı bileşenlerine hizmet edecek biçimde çeşitlendirilmesi;
- Örgün eğitim dışında oyun sektöründe insan kaynakları kapasitesinin geliştirilmesine yönelik teknik eğitimlerin verilmesi;
- Kamu kurumları tarafından uygulanan mevcut destek programlarının düzenlenmesi;



- Oyun sektörünün yapısı ve ihtiyaçlarına yönelik yeni destek programlarının oluşturulması.

2014-2023 yıllarını kapsayan Ankara Bölge Planı'nın yukarıda bahsedilen amaç ve hedeflerine ulaşmak için Ankara Kalkınma Ajansı koordinasyonu, Kasım 2017'de "Ankara Bölgesel Yenilik Stratejisi"<sup>45</sup> başlatılmış olup, 'bu çalışma ile Ankara'nın üstünlüğü olan uzmanlaşma alanlarının tespit edilmesi, buna yönelik işbirliklerinin sağlanması, uluslararası fonlardan faydalanılması ve kamu tarafından verilen teknik ve mali desteklerin bu alanlara odaklanması amaçlanmaktadır' (Ankara Kalkınma Ajansı, 2018). Bilişim sektöründe yapılacak olan çalışma da Ankara Bölgesel Yenilik Stratejisi kapsamında yer almaktadır. Burada bilişim sektöründeki çalışmalar; yazılım programları, telekomünikasyon, veri işleme-barındırma, yapay zekâ, artırılmış gerçeklik, robotik teknolojiler, üç boyutlu yazıcılar, nesnelerin interneti, büyük verilerden ibarettir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2018).

Yukarıda yapılan analizden anlaşılacağı üzere, Ankara kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında sistematik bir politika yapısına sahip değildir. Ankara, söz konusu sektörün önemini anlamakta geç kalmıştır. Ankara Kalkınma Ajansı'nın Bölge Planlarında veya son dönemde gerçekleştirilen projelere kültür ve yaratıcı endüstrileri ne ait olan bazı alanlar, özellikle bilişim ve teknoloji sektörleri dahil edilmiştir. Ancak bu, Ankara'nın diğer sektörlerin gelişimine önem vermediği anlamına gelmez. Çünkü Ankara aynı zamanda kültür ve turizm alanlarının gelişimine de önem vermektedir. Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, turizmini geliştirmek ve Ankara'nın turizm alanını için belirlenen hedeflere ulaşmak için 30 Nisan 2019 tarihinde "Ankara Kültür Turizm Çalıştayı" düzenlemiştir (Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü<sup>46</sup>, 2019). Yine Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne, 02-05 Mayıs 2019 tarihlerinde "Gelenekten Geleceğe Kültür Miraslarımız" Somut Olmayan Kültürel Miras Tanıtım Günleri<sup>47</sup>, Türk Süsleme ve

<sup>45</sup> Bölgelerin daha yüksek katma değerli üretim yapılarına geçiş yapabilmesi amacıyla Kalkınma Ajansları eliyle bölgelerin rekabet gücünü artıracak, yenilikçi, ekonomik ve toplumsal gelişmeyi hızlandırıcı, istihdam artırıcı projeler hayata geçirilmektedir. Bu projelerle bölgelerin mevcut potansiyelinin değerlendirilmesi, ekonomik ve sosyal kalkınmanın hızlandırılması ve her bölgenin 2023 yılı hedeflerine katkısının azami düzeye çıkarılması hedeflenmektedir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2018: <http://yenilikci.ankaraka.org.tr/tr-51-ankara-bolgesi-yenilik-stratejisi-ve-akilli-uzmanlasma-calismalari/>).

<sup>46</sup> Ankara Kültür Turizm Çalıştayı, erişim adresi: <http://ankara.ktb.gov.tr/TR-235455/ankara-kultur-turizm-calistayi.html>

<sup>47</sup> Erişim adresi: <http://ankara.ktb.gov.tr/TR-236002/gelenekten-gelecege-kultur-miraslarimiz-somut-olmayan-k-.html>

Geleneksel El Sanatları kursları<sup>48</sup> gibi seçkin kültürün yeni nesillere aktarılmasını sağlayan etkinlikler düzenlenmiştir. 14-17 Kasım 2019 tarihleri arası ise Travel Expo Ankara 4. Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı "Kültür Turizmi"<sup>49</sup> nin gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.

### 3.6. ANKARA KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ GELİŞİMİ

Ankara kültür ve yaratıcı endüstrileri için güncel istatistik veriler bulunmamaktadır. Türkiye Cumhuriyeti İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2009 Sanayi ve Hizmet Sektörü İstatistiklerinden yola çıkarak aşağıdaki Tabloya erişebilmekteyiz (Seçilmiş, 2013, s.42). Tablodan görebildiğimiz gibi, istatistik verilerin yayınlanma tarihinin eski olması nedeniyle Programcılık ve Yayıncılık Faaliyetleri alt sektörüne ait herhangi bir veri bulunmamaktadır. Tabloda 9 alt sektör yer almakta olup Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması; Bilgisayar Programlama, Danışmanlık ve İlgili Faaliyetler; Reklamcılık ve piyasa araştırması olmak üzere üç alt sektörün payı en yüksektir. İş yeri sayısı ve ciro bakımından Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması ilk sırada gelmektedir. Söz konusu sektörde iş yeri sayısı 1146, yıllık ciro ise 976 milyonu aşmıştır. Çalışan sayısı ve yapılan yatırım miktarı açısından, Bilgisayar Programlama, Danışmanlık ve İlgili Faaliyetler önde gelmektedir. Söz konusu sektör 8590 iş imkânı sunmuş, alanda 31 milyon Lirayı aşkın yatırım yapılmıştır. Söz konusu sektörün ciroya katkısı Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılmasını izleyerek ikinci sırada gelmektedir. Bu Ankara'nın yeni teknoloji sektörlerinin gelişimine önem verdiğini bir kez daha kanıtlamaktadır. Ancak, ister bahsi geçen üç sektörün olsun, ister diğer sektörlerin olsun iş yeri, çalışan, ciro ve yatırımlar içindeki payına bakıldığında, bütün alanların yüzdesi ve toplam yüzdesi çok düşük kalmaktadır. Tabloda yer alan dokuz sektör içerisinde, sadece Bilgisayar Programlama, Danışmanlık ve İlgili Faaliyetler sektöründeki çalışan sayısı Ankara'da çalışan sayısındaki payı yüzde biri aşmaktadır. Genel olarak bakıldığında, Ankara'nın medya ve bilgisayar teknolojileri sektörünün diğer sektörlerle kıyasla daha da geliştiği söylenebilir.

<sup>48</sup> Erişim adresi: <http://ankara.ktb.gov.tr/TR-235296/turk-susleme-ve-geleneksel-el-sanatlari-kurslari-baslam-.html>

<sup>49</sup> Erişim adresi: <http://ankara.ktb.gov.tr/TR-237651/travel-expo-ankara-4-uluslararasi-turizm-ve-seyahat-fua-.html>

Ankara kültür ve yaratıcı endüstrilerinde çalışan sayısı Ankara'da çalışan sayısının %2,85'ini teşkil etmesine rağmen, söz konusu endüstrilerin cirosu Ankara Cirosunun sadece %1.57'ini teşkil etmektedir. Londra, Tokyo, Beijing gibi kültür ve yaratıcı endüstrilerin geliştiği başkentlerle kıyaslandığında, Ankara kültür ve yaratıcı endüstrileri ne ait olan bu sayılar oldukça küçük kalmaktadır. Ancak pozitif açıdan baktığımızda bu, Ankara'nın söz konusu alanda büyük büyüme potansiyeline sahip olduğunu da düşünebiliriz.

| Kod No | Faaliyet Grupları   | İşyeri Sayısı | İşyeri Sayısı İçindeki Payı (%) | Çalışan Sayısı | Çalışan Sayısı İçindeki Payı (%) | Ciro (Bin TL) | Ciro İçindeki Payı (%) | Yatırımlar (Bin TL) | Yatırımlar İçindeki Payı (%) |
|--------|---|---------------|---------------------------------|----------------|----------------------------------|---------------|------------------------|---------------------|------------------------------|
| 18     | Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması  | 1146          | 0.640                           | 6071           | 0.7364                           | 976961        | 0.592                  | 25810               | 0.166                        |
| 58     | Yayıncılık faaliyetleri   | 212           | 0.1183                          | 1167           | 0.1416                           | 153120        | 0.093                  | ***50               | -                            |
| 59     | Sinema filmi, video ve televizyon programları yapımıcılığı, ses kaydı ve müzik yayımlama faaliyetleri | 57            | 0.0318                          | 503            | 0.0610                           | 41644         | 0.025                  | 2314                | 0.015                        |
| 60     | Programcılık ve yayıncılık faaliyetleri   | -             | -                               | -              | -                                | -             | -                      | -                   | -                            |
| 62     | Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler   | 573           | 0.3198                          | 8590           | 1.0420                           | 965530        | 0.585                  | 31416               | 0.203                        |
| 63     | Bilgi hizmet faaliyetleri   | 74            | 0.0413                          | 2228           | 0.2703                           | 137295        | 0.083                  | 3837                | 0.025                        |
| 73     | Reklamcılık ve piyasa araştırması   | 902           | 0.5034                          | 4949           | 0.6003                           | 319897        | 0.194                  | 3350                | 0.022                        |
| 90     | Yaratıcı sanatlar, gösteri sanatları ve eğlence faaliyetleri  | 76            | 0.0424                          | *51            | -                                | *             | -                      | *                   | -                            |
| 91     | Kütüphaneler, arşivler, müzeler ve diğer kültürel faaliyetler   | 1             | 0.0006                          | **52           | -                                | **            | -                      | **                  | -                            |
|        | Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Toplam  | 3041          | 1.6973                          | 23508          | 2.8515                           | -             | 1.573                  | 66726               | 0.430                        |

Kaynak: Ankara Kültür Ekonomisi: Sektörel Büyüklüklerin Değerlendirilmesi (Seçilmiş E., 2013:42-52)

<sup>50</sup>5429 Sayılı Türkiye Cumhuriyeti İstatistik Kanununun gizli verilerle ilgili maddesi uyarınca girişim sayısı üç ve daha fazla olduğu halde bir veya iki girişimin hâkim durumda olması nedeniyle bilgiler verilmemiştir (Seçilmiş E., 2013:56).

<sup>51</sup> Gizlenmiş girişimlere ait bilgilerin aritmetik işlem sonucu elde edilmesini önlemek amacı ile verilmemiştir. (İkincil gizlilik) (Seçilmiş E., 2013:48, 52)

<sup>52</sup> 5429 Sayılı Türkiye Cumhuriyeti İstatistik Kanununun gizli verilerle ilgili maddesi uyarınca, girişim sayısının üçten az olması nedeniyle bilgiler verilmemiştir (ikincil gizlilik) (Seçilmiş E., 2013:48, 52).

### 3.7. ANKARA VE BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Ankara ve Beijing olmak üzere iki başkent kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları ve gelişim durumuna bakıldığında aralarındaki büyük farkı kolaylıkla görebilmekteyiz. Ancak bazı kaynaklar açısından benzerlik göstermektedir. Örneğin, her iki kent de ülkelerdeki en çok sayıda yüksek öğretim kurumlarının ve kümelerin yer aldığı kentlerden biridir. Dolayısı ile insan kaynakları açısından, söz konusu endüstriler için yeterli sayıda nitelikli personelleri temin etme potansiyeline sahiptir. İnovasyon kaynağının bireyler olduğuna göre, inovasyonun merkezinde yattığı kültür ve yaratıcı endüstrilerin geliştirilmesi açısından her iki kentin büyük avantaj ve potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Kümelere sağlanan çeşitli destekler aracılığı ile doğrudan ve/veya dolaylı şekilde söz konusu endüstrilerin gelişimini teşvik etmektedir. Bir kentin sağladığı nitelikli personel, eğitim ve araştırma kurumları, ulaşım ve teknolojik altyapısı vb konularındaki avantajları bu kentin söz konusu endüstrilerini geliştirme sürecine büyük katkılarda bulunmaktadır. Ankara ve Beijing ülkelerdeki diğer kentlere kıyasla, bahsi geçen konularda daha fazla avantajlar ve daha yüksek potansiyeller barındırdığından dolayı doğal olarak kültür ve yaratıcı endüstrilerinde avantajlara sahip olmaktadır. Ama söz konusu kümeler olduğunda, Beijing'e kıyasla Ankara dezavantajlı konumdadır. Yaratıcı ve kültürel kümeler Beijing'in kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirme politikalarının merkezinde yer edinmekte, Beijing hükümeti kültürel ve yaratıcı işletmelerin kümelerde yer almasını sağlamaya ve kümelerde diğer endüstrilere ait olan işletmeler sayısının artmasını engellemeye çalışmaktadır. Çünkü, Porter'ın 'Diamond' modeline göre, ister aynı coğrafyaya yoğunlaşan birbirine benzer alanda faaliyet gösteren işletmeler olsun isterse bu coğrafyada yer alan birbirini destekleyen kuruluşlar olsun, hepsi kümelerdeki endüstrilerin gelişmesinde katkıda bulunacaktır. Buna ilişkin benzeri bir örnek aşağıdaki Tablo 16 içerisinde yer almaktadır.

Beijing Kültür ve

| Tablo 16: Ankara ve Beijing şehrinin Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri yerel politikalarının karşılaştırılması   |   |
|--|---|
| Pekin  | Ankra   |
| <p>-2006- Pekin Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Geliştirme Merkezi” kuruldu: kültür ve yaratıcı endüstrileri tanımı ve sınıflandırması, kültür ve yaratıcı endüstrileri Gelişiminin Desteklenmesi Üzerinde Çeşitli Politikalar</p> <p>-2007- ‘Pekin Şehri On Birinci Beş Yıllık Plan Döneminde Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Geliştirme Planı’nda önemli sektörler olarak belirtilenler- geleneksel kültürel sektörler ek olarak animasyon ve çevrimiçi oyun üretimi, tasarım-yaratıcılık, sportif eğlenceler.</p> <p>-2009-Animasyon ve internet oyun endüstrilerinin geliştirilmesi için özel fon desteği oluşturmuştur.</p> <p>-2011-Yaratıcılık (beş yılda 50 milyon RMB fon desteği, bilimsel ve teknolojik araştırma projelerine destek, devlet kurumlarının beş yılda 30 milyar RMB’lik yenilikçi ürün satın alması zorunlu kılınmıştır)</p> <p>-2014-Tüm kültürel alanlara önem verilmiştir, kültür ve diğer ekonomik alanların birleştirilmesi önerilmiştir</p> <p>-2016 Yaratıcılık, yenilikçilik, yaratıcı yeteneklerin yetiştirilmesine önem verilmiştir.</p> <p>-2006-2018 yılları arası 30 yaratıcı küme tanımlanmıştır.</p> | <p>-2010-Bilgi ve iletişim sektörü</p> <p>-2013-Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri Projesi: Yenilikçilik, teknoloji (özellikle yazılım sektörü), tasarım, seyahat sektörlerine ağırlık verilmiştir.</p> <p>- Ankara Bölge Planı (2014- 2023)-yaratıcı endüstrileri terimi ilk defa kullanılmıştır. Yaratıcılık, dijital oyun ve seyahat sektörüne önem verilmiştir</p> <p>-Kasım 2017’de Ankara Bölgesel Yenilik Stratejisi kapsamında oluşturulmuş olan Bilişim Çalışma Grubunun toplantıları: yazılım programları, telekomünikasyon, veri işleme-barındırma, yapay zekâ, artırılmış gerçeklik, robotik teknolojiler, üç boyutlu yazıcılar, nesnelerin interneti, büyük veri</p> <p>-Ankara’da 6 teknopark bulunmaktadır.</p> |
| <p>-Pekin İstatistik kurumu istatistiksel raporlarında “kültür ve yaratıcı endüstrileri” alt başlığı bulunmaktadır</p>   | <p>-Ankara istatistiksel raporlarında “kültür ve yaratıcı endüstrileri” alt başlığı bulunmamaktadır</p>   |

Yaratıcı Endüstrilerin istatistik verilerinden anlaşıldığı üzere, kültürel ve yaratıcı kümelerin geliştirilmesi üzerinde harcadığı çabaları ve verdiği destekleri olumlu sonuçlar elde etmektedir. Ankara'da ise Teknoparklar, adından anlaşıldığı üzere, teknoloji sektörüne ait işletmelerin yoğunlaştığı yerdir. Dolayısı ile Teknoparklarda bilgisayar, yazılım, bilişim alanları da geliştirilmekte ve bu alanlar Ankara kültür ve yaratıcı endüstrileri 'ne katkıda bulunmaktadır. Teknopark veya kültürel ve yaratıcı kümeler içerisinde yer alan endüstri ve sektörlerin daha da tanınmasını kolaylaştırmakta, böylece kümelerin ziyaretçi sayısını artmasına yol açmaktadır. Aynı sektörde ve coğrafyada farklı seçenekler sunduğu için tüketicilerin kümeleri tercih edebilirler ve böylelikle tüketimi artırabilir.

Dahası, her iki kent de hükümetin ilgili desteklerinden yararlanabilmektedir. Özellikle Beijing kültür ve yaratıcı endüstrileri başlangıçta hükümet eliyle geliştirilmiştir. Açıklanması gereken nokta şu ki, piyasada endüstrilerin içerisinde ve endüstriler arası rekabetin tetikleyicisi işletmelerdir, rekabetten etkilenen de yine işletmelerdir. Hangi alanda ilerlemek istediklerine, hedeflerinin ne olduklarına ve hedefe nasıl ulaşacaklarına işletmeler kendileri karar vermelidir. Hükümet sadece dışarıdan destekte bulunmalıdır. Örneğin, kümelerde daha iyi altyapı inşa etmek, işletmeler için pazar fırsatı yaratmak, piyasa analizi yaparak güncel verilere erişimi sağlamak, işletmelerden ürün satın alarak onlar için pazar yaratmak ve aynı zamanda ürün hakkında geri dönüş yaparak daha iyi ürün üretebilmelerini sağlamak vb. Beijing şehrinin belirlediği 30 kümenin çoğunun alt yapı inşası hükümetin kontrolü altında yürütülmüştür; istatistik kurumlar en güncel ve detaylı verilerle temin etmektedir; devlet kurumlarının kültürel ve yaratıcı kuruluşlardan ürün satın alması gerektiği yasal olarak belirtilmiştir; en önemlisi, Beijing şehri söz konu endüstrileri üzerinde araştırmalara büyük önem vermekte ve ilgili politikalarla en doğru yolu gösterme çabasında bulunmaktadır. Yani, Beijing hükümeti kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişiminde iyi ve tetikleyici rol oynamaktadır. Ankara ise Teknoparkların alt yapı inşasını sağlamakta, Teknoparklara mali destekte bulunmakta, teknoloji sektöründe inovasyonun önemini vurgulamakta ve yapılan rapor çalışmalarında sektörün istatistik verilerini sunmakla birlikte gelecek için yol haritası çizmeye çalışmakta, milli kültürün yeni nesillere aktarılmasını sağlamakta ve kültürel alanların gelişimini de teşvik

etmektedir. Sayısı yetersiz ve veriler güncel olmasa da söz konusu endüstriler ile ilgilenen kişi ve kurumlara araştırma sonuçları temin etmektedir.

Sonuç olarak her iki şehrin kültür ve yaratıcı endüstrileri yerel politikaları ulusal politikaların değişimini takip ederek aynı zamanda şehrin sahip olduğu avantajlardan yararlanarak yerel politikalar oluşturmaktadır. Her iki başkent yaratıcı yetenekler ve teknolojik alt yapı konusunda avantajlıdır ve bunu kullanarak Ankara'yı Türkiye Cumhuriyeti'nin, Beijing'i ise Çin Halk Cumhuriyeti'nin teknolojik olarak gelişmiş bir şehri kılmayı planlamaktadır. Ancak, her iki kentin kültür ve yaratıcı endüstrilerinde göz ardı edilemez sorunlar mevcut olmaktadır. Çalışmanın ilerleyen kısmında iki kentin söz konusu endüstrilerinde rastlanan sorunları ayrı ayrı ele alınmaktadır.

### **3.8. ANKARA VE BEIJING KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİLERİNDE MEVCUT OLAN SORUNLAR**

Çalışma kapsamında analiz konusu olan Ankara ve Beijing kültür ve yaratıcı endüstrileri'nde belli ölçüde gelişmeler kaydetmiş olsa da başka herhangi bir alanda olduğu gibi, söz konusu endüstrilerin gelişim sürecinde az olmayan sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu sorunlar her iki kentin söz konusu endüstrilerinin gelişimi ve büyümesini engellemekte ve aynı zamanda akademik alandaki ilgili araştırmalara konu olmaktadır. Araştırmalar sonucu elde edilen veriler ve ortaya konulan sorunlar ise ilgili yetkililerin söz konusu endüstrileri için daha iyi strateji ve politikalar üretmesine yardımcı bulunmaktadır. Dolayısı ile, Çalışma kapsamında Ankara ve Beijing olmak üzere her iki kentin kültür ve yaratıcı endüstrileri'nde mevcut olan sorunları listelemek ve karşılaştırmak özellikle Ankara kültür ve yaratıcı endüstrilerin geleceği için büyük önem taşıyacaktır.

#### **3.8.1. Beijing Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Alanında Mevcut Olan Sorunlar**

Beijing kültür ve yaratıcı endüstrileri ile ilgili haber ve yazılar Beijing şehrinin söz konusu alanda aşağıda sıralanan desteklerde bulunduğunu ve belli ölçüde başarıya ulaştığını ileri



sürmektedir:

1. Yaratıcılığı destekleyip inovasyonu teşvik etmektedir. Fikri mülkiyet hakkını koruyup yaratıcılığa uygun ortam yaratmaktadır. Kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında faaliyet gösteren kuruluşlar gerek olduğunda patent başvuru maliyeti için Beijing Patent Başvuru Destek Fon’undan destek alabilmektedir. Bunlardan başka Beijing şehri “Kültürel Yaratıcılık Yarışması”, “Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Yatırım ve Kredi Ödülü”, “Borsaya Girme Ödülü” gibi çeşitli ödüllendirme stratejileri ve fon destekleri aracılığıyla, halkın kültür ve yaratıcı endüstrileri’yi daha yakından tanınmasını, yatırımcıları cesaretlendirip daha fazla kişinin söz konusu alana yatırım yapmasını sağlamak ve yenilikçi fikirlere sahip kişileri cesaretlendirip kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişiminde katkıda bulunmaktadır.

2. Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri hizmetleri ve ürünlerinin global pazara çıkmasını teşvik etmektedir. Bağımsız fikri mülkiyet hakkına ve markasına sahip kültür ve yaratıcı endüstrileri hizmet ve ürünleri ihracat edilirken vergi muafiyeti veya vergi iadesi politikası uygulanmakta, en çok ihracat gösteren kültür ve yaratıcı endüstrileri işletmeleri ödüllendirilmektedir. Kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında çeşitli sergiler düzenleyerek Çin Halk Cumhuriyeti kültürünün dünyaya tanınmasında katkıda bulunmaktadır.

3. Özel sermayenin piyasaya girişini teşvik etmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti 2001 yılında Dünya Ticaret Örgütüne üye olduktan sonra, uluslararasılaşmanın etkisi altında kültür piyasasının erişimini genişletip özel sermayenin piyasaya girişini teşvik etmeye başlamıştır. Sonuç olarak kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında faaliyet gösteren özel şirketlerin sayısı devlet işletmelerinin sayısını aşmıştır.

Ancak, Wang (2017) ‘The Local Politics Of Creative Industries Policies In China’ adlı çalışmasının ‘Beijing Örneği’ bölümünde, kültür endüstrileri terimi yerini kültür ve yaratıcı endüstrileri terimini kullanmayı tercih eden Beijing şehrinin, daha çok yaratıcılığa önem verdiğini görebileceğimizi ileri sürmektedir. Ama ona göre Beijing şehri yaratıcılığı teşvik etme konusunda söylendiği kadar iyi değildir. Çünkü, merkezi hükümetin yürürlüğe koyduğu politikalara kıyasla, Beijing şehrinin yerel politikaları daha

fazla kontrol ve ‘yönlendirme’ özelliği barındırmaktadır. Böylece kültürel söylem daha fazla kısıtlamalara maruz kaldığı için kültür ve yaratıcı endüstrilerinde yaratıcılığı teşvik etme stratejisinin tam anlamıyla uygulanması mümkün olmamaktadır. Yaratıcılık, türlü hassas kelimeler, hassas konulardan oluşan ‘duvarlar’ın arkasında etkisiz kalmaktadır. Ayrıca, bazı akademik makalelerde kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında yaratıcılığın eksik olmasının sebebi farklı şekilde açıklanmıştır. Hong ve arkadaşları (2013, s.39) ‘Beijing ve Londra Kültür ve Yaratıcı Endüstrilerinin Gelişimi Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma’ başlıklı çalışmasında, yaratıcılığın eksik olmasının Çin kültüründen kaynaklı olduğunu ileri sürmektedir. Onlara göre Çin toplumu toplulukçu bir toplumdur, halkın düşünceleri ortodoksluğu sürdürme ve tutarlılığı koruma eğilimindedir. Çin Halk Cumhuriyeti’ndeki bu tür bir ulusal kültürel gelenek, insanların yaratıcı düşüncesini belli ölçüde kısıtlar: İnsanlar genellikle aktif olarak yenilikçi davranışlarda bulunmaz, gruptan sapmaktan ve başkaları tarafından farklı olarak kabul edilmektedir korkarlar.

Özel sermayenin kültür ve yaratıcı endüstrileri alanına girmesi konusunda da merkezi hükümetin uyguladığı politikalara kıyasla, Beijing şehri politikalarında daha fazla sınırlama ve yasaklamalar mevcuttur (Wang, 2017, s.116). Kültürel ve yaratıcı endüstriler her zaman devlet denetimine tabi tutulmakta, gerçek anlamda serbest Pazar rekabeti oluşturulamamaktadır. Ayrıca, kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında faaliyet gösteren işletmelere sağladığı fon desteklerinde de belli kısıtlamalar mevcut olmaktadır. Örneğin, Beijing şehri ‘Özel Fon’una başvuru yapan işletmelerin tescili varlığı en az bir milyon RMB olmalıdır, işletme en az iki sene yürütülmüş olmalıdır, ‘Özel Fon’ kullanılacak olan projenin en az yüzde 20’si tamamlanmış olması şarttır (Wang, 2017, s.122). Dolayısı ile, yeni kurulmuş, küçük ve orta ölçekli işletmelerin gelecekte yüksek ekonomik gelir elde edebileceğini ispatlamadan fon desteği alabilmesi, vergi muafiyeti veya vergi iadesi politikalarından yararlanması oldukça güçtür. Beijing Şehri Kültür ve Yaratıcı Endüstrilerin Gelişimini Teşvik Etmek Üzerine Çeşitli Politikalar’da yer alan aşağıdaki madde bu bu sonucun doğruluğuna destek olmaktadır:

Zhongguancun Bilim ve Teknoloji Parkı’nda kurulan, yüksek teknolojik işletme olarak tanımlanan (bir işletmenin yüksek teknolojik işletme olarak tanımlanabilmesi için teknolojik araştırma yapması ve telif hakkına sahip teknolojik ürün yapmasının yanı sıra,

her yıl elde ettiği gelir ve işletmenin toplam varlığı bir önceki yıla kıyasla yükseliş gösteriyor olması gerekmektedir) yeni bir kültür ve yaratıcı işletmeler, kar elde etmeye başladıktan sonraki iki yıl içerisinde kurumlar gelir vergisine muaf tutulur, iki yıl sonra ise ödeyecek olan vergi oranı azaltılıp yüzde 15 olacaktır (Beijing Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Geliştirme Merkezi, 2006).

Yukarıda bahsedildiği üzere, Beijing şehrinin 2006 yılından bu yana toplamda 30 kültür ve yaratıcı endüstrileri kümesi tanımlamış, genelde sadece 30 yaratıcı küme hükümet desteğinden yararlanabilmektedir. Ancak, Beijing şehrinin bir politika yapımıcısına göre Beijing şehrinde bulunan kültür ve yaratıcı endüstrileri kümelerinin sayısı 140'ı aşmıştır ve hükümetin bu kümelerin tamamına finansal destekte bulunması mümkün değildir (Wang, 2017, s.125). Dolayısı ile, kendiliğinden oluşmuş yaratıcı kümeler<sup>53</sup>, eğer belli bir zaman dilimi içerisinde iyi yürütülmüşse ve kar elde etmişse, Beijing hükümeti bu kümeyi resmî yaratıcı küme olarak tanımlar, kümeyi destekler ve onu yönetir (Wang, 2017, s.125). Nitekim, yaratıcı kümelerin çoğunun kaderi serbest pazarın eline bırakılmakta.

Bu da Beijing kültür ve yaratıcı endüstrileri politikalarının kültürel yaratıcılığa ve kültürel söyleyişe söylendiği kadar önem vermediğini, kültürel ve yaratıcı ürünlerden elde edilen gelirin daha çekici olduğunu göstermektedir. Yaratıcı kümelerde mevcut olan diğer bir problem ise, desteğinden yararlanmakta olan bazı kümelerde kültürel veya yaratıcı faaliyetler göstermeyen işletmeler bulunmaktadır. Kimi işletmeler sadece kümede yer kiralayıp, kiraladığı yeri başkasına yüksek fiyatta kiraya vererek gelir elde etmektedir. Bu noktada, kültür ve yaratıcı endüstrileri politikalarının kültürel ve yaratıcı işletmeler üzerindeki düzenlemelerinin de yeterli olmadığı söylenebilir.

Ek 6'da listelenen, Beijing kültür ve yaratıcı endüstrileri politikalarından yola çıkarak politikaların çoğu zaman soyut kaldığı söylenebilir. İlgili stratejik plan ve politikalarda

---

<sup>53</sup> Beijing'deki yaratıcı kümelerin şekillenme biçimi 4'e ayrılmaktadır: 1. Kaynak toplanmasından dolayı kendiliğinden oluşan kümeler; 2. var olan kaynakları yeniden yapılandırarak kullanan kümeler; 3. var olan kaynakları direkt kullanan ve iyileştiren kümeler; 4. yepyeni plan ile inşa edilen kümeler. Burada, kümelerin dördüncü oluşma biçimi devlet tarafından, kısmen özel sermaye tarafından yürütülmektedir. Yukarıda bahsi geçen 'kendiliğinden oluşmuş yaratıcı kümeler' birinci, ikinci ve üçüncü olmak üzere üç farklı biçimde şekillenmiş kümelerdir (Çoğu).

her zaman ‘yaratıcılığı teşvik etmek’, ‘küçük ölçekli girişimlere destekte bulunmak’, ‘yabancı sermayenin yatırım yapmasını teşvik etmek’, ‘Pazar ihtiyacını artırmak’, ‘yetenekli personelleri yetiştirmek’ gibi terimler kullanılmakta, ancak bunlar üzerinde spesifik standart ve yöntemler belirlenmemekte veya Çin Halk Cumhuriyeti’nin siyasi merkezi olan Beijing’de mevcut olan bazı kısıtlamalardan dolayı gerçek anlamda bu hedeflere ulaşmak pek mümkün olmamaktadır. Araştırmacılar tarafından en sık dile getirilen yetersizlik de üstün yetenekli, inovasyona açık personellerin az olmasıdır. kültür ve yaratıcı endüstrilerinde yenilikçilik ve inovasyon esastır. Özellikle, Çin Halk Cumhuriyeti’nin “Üretim ülkesi” etiketini “Tasarım ülkesi” etiketine değiştirme, Beijing’in teknolojiyi daha da geliştirme sürecinde çok sayıda üstün yetenekli personellere ihtiyaç duymaktadır. Ancak, eğitim sistemi söz konusu endüstrilerin gereksinimlerini karşılayamamaktadır. Öğrencilerin üniversitelerde aldığı eğitim geniş kapsamlı olup, öğrencilere genellikle özel eğitim verilmemektedir. Dolayısı ile, işletmeler bazı pozisyonlara uygun yeteneklere sahip personelleri bulmakta zorluk çekmektedir.

Mevcut olan başka bir sorun ise Beijing’deki ilgili kurumların kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirme konusunda sorumluluklarının belirsiz olmasıdır. Beijing Büyük Şehir Kültür Bürosu hem kültür alanının yönetimi hem kâr amacı gütmeyen kültürel projelerin sorumluluğunu hem de kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirme sorumluluğunu üstlenmektedir. Kültür ve yaratıcı endüstrileri teşvik etme ve geliştirme amacı adına kurulan “Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Geliştirme Merkezinin kadrosunu, Beijing Büyük Şehir Kültür Bürosu gibi toplamda 31 devlet kurumundan gelen memurlar oluşturmaktadır. Bu 31 kurumun fikirleri merkezde alınacak olan kararlar, oluşturulacak olan strateji ve politikaları etkileyebilmektedir.

### **3.8.2. Ankara Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Alanında Mevcut Olan Sorunlar**

Ankara’da çok sayıda yüksek eğitim kurumu bulunmaktadır. Ankara Bölge Plan’larında da Ankara’nın teknolojik altyapı ve nitelikli beşerî sermaye açısından avantajlara sahip olduğu vurgulanmakta ve bu avantajlardan yararlanarak bölgenin kalkınmasına hizmet etmeyi amaçlayan planlar yer edinmektedir. Bu doğrultuda, Ankara Bölge Planı’nda çeşitli strateji ve planlar ortaya konulmuştur. Özellikle, istihdam alanların geliştirileceği,

girişimcilik ve yenilikçiliğin teşvik edileceği, katma değeri yüksek, yenilikçi ve bilgi yoğun sektörlerin ekonomisindeki paylarının arttırılacağından söz edilmiştir. Ancak bu hedeflerin gerçekleştirilmesi için verilen öneriler çok soyut kalmakta, yapılan spesifik plan ve gerçekleştirilen ilgili program sayısı kısıtlı kalmaktadır. Ankara Bölge Planı'nda en sık adı geçen 'katma değeri yüksek sektörler' için bir standartlaştırma çalışması yapılmamış, bu sınıflandırmanın sınırları belirsiz kalmıştır. Ankara'nın en gelişmiş sektörlerinden biri olan yazılım sektörü bölge planlarında büyük yer edinmektedir. Erişilebilir istatistik veriler de Ankara'nın diğer sektörlerine kıyasla yazılım sektörünün daha da gelişmiş olduğunu kanıtlamaktadır. Bu nedenle Ankara sahip olduğu avantajı değerlendirmek için büyük çabalar harcamaktadır. Ancak, yazılım sektörünün bir üst sektörü BİT'in gelişimine ilişkin çabaların büyük ölçüde fiziksel altyapı kurulmasına yönelmiş olduğu gözlemlenmektedir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2014:129). Ayrıca, Ankara BİT sektöründe özel sektör zayıftır, yazılım alanında talep çoğunlukla kamu kurumlarından gelmektedir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2011, s.128). Ayrıca, Plan ve diğer raporlarda her ne kadar Ankara'nın nitelikli iş gücü konusunda avantajlı olduğu vurgulanmakta olsa da Ankara Kalkınma Ajansının yazılım sektörü üzerinde gerçekleştirdiği araştırma sonucu yapılan raporda (2014, s.127) Ankara'daki yüksek öğretim kurumlarında eğitim gören gençlerin mezuniyet sonrası tercihlerinin Ankara olmadığı, başka şehir üniversite mezunları ve uzmanları açısından da Ankara'nın cazip bir şehir konumunda olmadığı ileri sürülmektedir.

Ankara, bölge planlarında bazı sektörlerin gelişimine öncelik vermekte ve bu sektörler için mali destekte de bulunmayı planlamaktadır. Ancak, öncelik tanınan sektörlerin biri olan dijital oyun sektörü üzerinde yapılan Raporu'na (2017, s.47) göre söz konusu sektörde herhangi bir tür devlet desteğinden yararlanan geliştirici sayısı toplam geliştirici sayısının sadece yaklaşık %25'ini teşkil etmektedir. Yani dijital oyun sektörü de dahil birçok alanın devlet desteğinden yararlanma oranı düşük kalmaktadır.

Ankara Bölge Plan'larının odak noktası olan teknoloji alanı Florida'nın (2012, s.228-266) 'The Rise of Creative Class' kitabında tanımladığı ekonomik kalkınma için gerekli olan 3T'nin biridir. Karl Marx ve Joseph Schumpeter de teknoloji alanındaki ilerlemelerin ekonomiyi pozitif etkileyeceğini ileri sürmüştür (Florida, s.229). Florida'ya göre yeni

ekonominin gelişimi için önemli olan üç unsur Teknoloji, Yetenek ve Toleranstır<sup>54</sup>; bu üçü de ekonomik kalkınma için zorunludur ama tek başına yetersiz kalacaktır; gerçek bir yaratıcı ortam yaratmak istendiğinde ve ekonominin sürekli olarak büyümesi beklendiğinde kentler bahsi geçen üç unsurun hepsine sahip olmalıdır (Florida R., s.228). Ankara'nın teknoloji alanında en çok avantaja sahip olduğu düşünülmekte ve bu alanın ekonomiyi güçlendireceği düşünülmektedir. Yaratıcı kentler yaklaşımı da teknolojiyi sadece yaratıcı potansiyeli, iş fırsatlarını, kültürel ve yaratıcı profesyonellerin ve aktivitelerin faaliyetlerini artıran, tamamlayıcı bir araç olarak görmektedir (European Commission, 2017, s.42). Ankara'nın teknolojik gelişmeyi teşvik etmesi iyi bir gelişim stratejisi olsa da teknolojiyi merkeze koyması doğru değildir; Ankara, teknolojiden doğru şekilde yararlanarak, onu ekonominin diğer dallarını geliştirmek için kullanılmalıdır. Dolayısıyla, Ankara'nın kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında geri kalmasının sebebi de yetenekli personelleri kendine çekememesi ve tolerans endeksinin düşük olması olarak açıklanabilir. Çünkü Florida'nın (2012, s.232) bahsettiği tolerans daha çok firmalar ve endüstrilerin çeşitliliğinden ibarettir. Bu açıdan bakıldığında, Ankara'daki Teknokentlerde teknoloji ve ilgili alanlarda faaliyet gösteren işletmeler yer aldığından dolayı firma ve endüstri çeşitleri az olmaktadır. Bu da Ankara kültür ve yaratıcı endüstrileri'nin yavaş ilerlemesinin nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Aynı zamanda, Beijing kültür ve yaratıcı endüstrileri'ne bakıldığında, teknolojiyi merkeze almayıp aksine diğer sektörleri geliştirmek için, onları ve toplumu daha verimli kılmak için kullanıldığı görülmektedir. Beijing kültür ve yaratıcı endüstrileri kümelerinde kültürün teknoloji ile birleştirilme, "İnternet+" gibi stratejilerle (State-Owned Cultural Assets Supervision and Administration Office of the People's Government of Beijing Municipality, Cultural Development Research Institute of Communication University of China, 2017, s.8) teknolojinin söz konusu endüstriler için hizmet etmesini sağlamayı planlaması bunun bir örneğidir.

Ankara kültür ve yaratıcı endüstrilerinde mevcut olan en büyük sorun ise alana özgün sistematik tanım, sınıflandırma bulunamaması, istatistik raporların yapılması, güncel verilere ulaşmanın mümkün olmamasıdır. Türkiye Cumhuriyeti İstatistik kurumunun yayınladığı bölgesel istatistik raporlara baktığımızda NACE Rev.2 temelli her alt alanın

---

<sup>54</sup> Technology, Talent, Tolerance

istatistiklerini içeren Tablolar bulunmamaktadır. Bu nedenle son dönemde söz konusu alanlarda yapılan çalışmalarda güncel olmayan veriler kullanılmakta ve eski, tarihi geçmiş sorunlar tartışılmaktadır. Bu durum söz konusu alanda yeni çalışmaların yapılmasını, alana ilişkin analizlerin yapılmasını, doğru ve etkili strateji ve politikaların yapılandırılmasını güç hale getirmektedir.

## SONUÇ

İlk olarak sanayi sonrası toplumlarda ilgi gören, katma değeri yüksek olan kültür ve yaratıcı endüstriler ekosistemi; toplum ve ekonomiye sağladığı katkılarından dolayı gittikçe daha çok ülkenin dikkatini çekmektedir. Çalışma kapsamında, söz konusu endüstrileri desteklemeye, ‘yaratıcı ekonomi’ olarak adlandırılan bu yeni ekonomiye adapte olmaya çalışan, iki farklı kıtada bulunan, dünya ekonomisinde önemli yerlere sahip olan iki ülke olarak Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti ve iki ülkenin başkentleri-Beijing ve Ankara incelenmiştir.

Kültür endüstrisi uzun bir tarihe sahiptir. Ancak Yaratıcı Endüstri 1990lı yıllardan itibaren gelişmiş ülkeler tarafından kullanılmaya, tanımı ve sınıflandırması yapılmaya başlanmış yeni bir kavramdır. Özellikle Batı’daki sanayileşmiş kentlerin bu iki endüstride yeni çıkış yolu görmüştür. Söz konusu endüstrilerin Batı’nın ulusal ekonomisi ve gittikçe küreselleşen dünya ekonomisinde göz ardı edilemez başarılarla imza atması bu endüstrilerin araştırmacılar ve diğer ülkeler tarafından yoğun ilgi görmesini sağlamıştır. Çalışma içerisinde incelenen Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti de bu yeni “trend”e ayak uydurmuştur. Çin Halk Cumhuriyeti’nde 2000li yılların başından itibaren ülkenin özel sosyo-ekonomik yapısına uygun kültür endüstrisi politikaları yapılandırılması ile birlikte, UNCTAD (2008, 2010) raporlarında gösterildiği üzere, global yaratıcı ekonominin önderlerinden biri haline gelmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti’nde kültür ve yaratıcı endüstrileri, daha çok devletin isteği üzerine geliştirilmiştir. Başka bir deyişle, Çin Halk Cumhuriyeti kültür ve yaratıcı endüstrileri ülkenin uluslararası düzeydeki “yumuşak gücünü” artırma aracı olarak görmüş, devlet tarafından sistematik şekilde araştırmalar ve istatistik çalışmalar yapılmıştır. 2000li yıllarda, binlerce yıllık tarih boyunca elde edilen zengin kültür Çin Halk Cumhuriyeti’nin global “yumuşak güç” rekabetinde öne geçmesini sağlayamamıştır. Ülke ekonomisi hızla büyümüş olsa da özellikle kültürel alanda pasif konumda olmuştur. Dolayısıyla, “yumuşak güç” teriminin 2007 yılında devlet resmî belgelerinde ilk defa kullanılmasının ve “Çin Halk Cumhuriyeti’inin yumuşak gücünün” kültür endüstrileri aracılığı ile artırılmasının önerilmesinin ardından kültür endüstrileri ve yaratıcılık tüm ülke çapında ilgi görmeye başlanmıştır. Devlet her türlü yollarla Çin Halk Cumhuriyeti kültürünü dünyaya



tanıtmaya çalışmış, tüm alanlarda yaratıcılık ve yenilikçilik teşvik edilmiş, gelişmiş büyük kentlerde kültürel ve yaratıcı kümeler inşa etmiştir. Devletin çabalamasının sonucu Çin Halk Cumhuriyeti'nde kültür ve yaratıcı endüstrileri hızla gelişmiş, günümüzde ise yerel, ulusal ve global ekonominin önemli bir kısmını teşkil etmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin başkenti olan Beijing söz konusu endüstrilere en çok önem veren kentlerin biri olarak Çalışma içerisinde analize tabi tutulmuştur. Ülkenin kültür ve yaratıcı endüstrileri ulusal strateji ve politikalarının yanı sıra Beijing, sahip olduğu bütün avantajlardan yararlanarak kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirmek adına yerel politikalar üretmiş, maddi desteklerde bulunmuş, özellikle kültürel ve yaratıcı kümeler aracılığı ile söz konusunda faaliyet gösteren şahıs ve işletmelere destekte bulunmuştur.

Türkiye Cumhuriyeti'nin global yaratıcı ekonomide göz ardı edilemez bir konuma sahip olduğu UNCTAD raporlarından anlaşılmaktadır. Rapora (2018, s.21, 24) göre Türkiye Cumhuriyeti, 2015 yılında en çok yaratıcı ürün ihracat eden 3'üncü gelişmekte olan ülkedir<sup>55</sup>; aynı yılda, Yaratıcı Endüstrilerde elde ettiği 5 milyar dolar kar ile dünya çapında söz konusu endüstrilerde en çok kar elde eden 4'üncü ülke olmuştur (Ek 5). Uluslararası Yaratıcı Endüstri ticaretinde, gerçekleştirilen ihracat ithalattan fazla olup ticaret dengesi pozitif olmakla birlikte ihracat sürekli olarak artış göstermiştir. Çin Halk Cumhuriyeti kültür ve yaratıcı endüstrileri ile karşılaştırıldığında yukarıdaki sayılar küçük kalsa da Türkiye Cumhuriyeti ekonomisi açısından belli ölçüde öneme sahiptir. Ancak, ülke ekonomisine büyük katkıda bulunmakta olan kültür ve yaratıcı endüstrileri Türkiye Cumhuriyeti'nde hak ettiği ilgiyi ve önemi kazanamamaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti Batı'yı izleyerek, 2000'li yılların başlarından itibaren kültür ve yaratıcı endüstrileri ülkenin yeni ekonomisi olarak belirlerken Türkiye Cumhuriyeti'nde, ta ki 2010'lu yıllara kadar ister istatistik kurumu isterse akademisyenler tarafında kapsamlı bir araştırma gerçekleştirilmemiştir. Çin Halk Cumhuriyeti kültür ve yaratıcı endüstrileri eliyle sadece dünya ekonomisinde değil, 5000 yıllık tarihini ve kültürünü tanıtarak kültürel alanda da egemen konuma geçmeyi hedeflemekte. Ancak, coğrafi olarak en eski ve farklı medeniyetlere ev sahipliği yapan, iki büyük kıta ve farklı kültürler arasında köprü rolünü

<sup>55</sup> 5.4. bölümde de belirtildiği üzere, söz konusu listede Türkiye Cumhuriyeti, Çin Halk Cumhuriyeti, Hong Kong, Hindistan, Singapur ve Tayvan'ı izleyerek 6'ncı sırada gelmektedir. Ancak Hong Kong ve Tayvan Çin Halk Cumhuriyeti'nin iki farklı eyaleti olduğundan dolayı bu çalışmada ülkeler olarak değerlendirilmemektedir.

oyunmakta olan Türkiye Cumhuriyeti sahip olduğu kültürel zenginliğinden iyi bir şekilde ve boyutta yararlanamamaktadır.

Yaratıcı Endüstrisi teriminin Türkiye Cumhuriyeti resmî belgelerinde kullanılması 2013 yılında yapılan Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda gerçekleştirilmiş olup ilk adımı atmakta söz konusu endüstrilerde geliştiği ülkelerden on seneden daha fazla geç kalmıştır. Çin Halk Cumhuriyeti'nden farklı olarak, Türkiye Cumhuriyeti'nde kültür ve yaratıcı endüstrileri üzerindeki çalışmalar daha çok TÜİK gibi resmî kurumlar tarafından değil, aksine YEKON (2012-), KUAR (2015-), Başkent Üniversitesi Yaratıcı Kültür Endüstrileri Uygulama ve Araştırma Merkezi (2016-), TAVAK (2016), TOBB (2017) gibi sivil toplum kuruluşları ve araştırma merkezleri tarafından gerçekleştirilmekte ve İstanbul gibi belirli kentler üzerine yoğunlaşmaktadır. TÜİK'in asıl görevi hem ulusal hem de yerel düzeyde her ekonomik alan için en güncel istatistik veriler temin ederek her ekonomik alanda yapılacak olan araştırmalara, devletin ve halkın ülkenin her alandaki güncel durumunu daha iyi anlaması ve devletin her alanda en doğru politikalar üretmesine yardımcı olmaktır. Ama TÜİK kültür ve yaratıcı endüstrileride yapılması gereken araştırmalar için gerekli olan verileri temin edememektedir, yani TÜİK görevini yerine getirememiştir. Dolayısı ile Türkiye Cumhuriyeti kültür ve yaratıcı endüstrileri üzerinde incelemeler yapmak, hatta Türkiye Cumhuriyeti kültür ve yaratıcı endüstrilerin gerçek boyutunu öğrenmek bile mümkün olmamaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti söz konusu endüstrilere daha çok Teknoparklar (ya da Teknokent) aracılığı ile destek vermektedir. Ancak adından da anlaşıldığı gibi, Teknoparklara yoğunlaşan işletmeler çoğunlukla teknoloji alanında faaliyet göstermekte, kültür ve yaratıcı endüstrilerinin diğer alanları yine konu dışı bırakılmaktadır. Ayrıca, Teknoparklarda devlet desteklerinden (politika ve ekonomik destekler) yararlanan işletmelerin sayısı da sınırlı kalmaktadır. Teknoloji alanında özellikle BİT sektörü devletin odak noktası olmaktadır, sektöre özel politikalar yapılandırılmakta, BİT sektörü hem ulusal hem yerel kalkınma plan ve stratejilerde sıklıkla dile getirilen sektörlerin biri olmaktadır. BİT sektörüne gösterilen yoğun ilgi söz konusu sektörün belli ölçüde gelişmesini sağlamaktadır. UNCTAD (2018, s.417) raporuna göre Türkiye Cumhuriyeti 2010-2014 yılları arası bilgisayar, telekomünikasyon ve enformasyon hizmetlerinde

sırayla 16, 18, 17, 18, 18 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Ne yazık ki, son yıllarda söz konusu sektörlerde ithalat faaliyetleri artmaktadır. Yine UNCTAD (2018, s.417) raporuna göre Türkiye Cumhuriyeti 2010-2014 yılları arası söz konusu sektörlerde sırayla 13, 11, 15, 24, 39 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. Yani 2013 ve 2014 yıllarında ihracat stabil kalmışken ithalatta büyük artış sergilenmektedir. Bir önceki bölümde tartışıldığı üzere, yerel BİT teknolojileri ürünlerinin kullanıcıları çoğunlukla devlet kurumları olup özel sektörden gelen talep sınırlı kalmaktadır. İç pazar oldukça kısıtlı olmakla birlikte Türk Firmaları ürün ve hizmet satın alırken daha çok ihracat edilmiş ürün ve hizmetleri tercih etmektedir. Bu da söz konusu sektörün büyüme ve gelişim hızını kısıtlamakta, söz konusu sektörlerde ilerleme kaydetmek oldukça zor olmaktadır.

Sanat ve tasarım alanlarının Türkiye Cumhuriyeti'nin kültür ve yaratıcı endüstrileri sınıflandırmasına dahil edilen en gelişmiş alanlar olduğu söylenebilir. Sanat eserleri ve tasarım ürünleri Türkiye Cumhuriyeti'nin yaratıcı ürün ihracatının en büyük kısmını teşkil etmektedir (UNCTAD, 2018, s.415). 2014 yılındaki ihracat faaliyetinde, mücevher ihracatı 4,3 milyar dolar, iç tasarım 1,5 milyar dolar, moda aksesuarları ise 701 milyon dolar ile ilk sıralarda gelmektedir (UNCTAD, 2018, s.415). Yeni medya, görsel-işitsel ürünler, basın-yayın, gösteri sanatları, görsel sanatlar olmak üzere diğer sanat türleri ve medya sektörü çarpıcı neticeler elde edememektedir. Bunun bir sebebinin ise medya sektöründe mevcut olan siyasi iktidar kontrolünden kaynaklandığı söylenebilir. Bilindiği üzere, Türkiye Cumhuriyeti'nin medya kuruluşlarının çoğu özel işletmelerin elindedir. Buna rağmen medya sektörü kısıtlayıcı ve yasaklayıcı yasaların denetimine maruz kalmaktadır. Medya iktidarın çıkarına hizmet ederek halkın düşünce özgürlüğü elinden alınmakla birlikte Türk kültürünün dünyaya tanıtılması ve yüksek gelir elde ederek ülke ekonomisine katkıda bulunmasını engellemektedir. Oysaki, müze, tarihi kalıntılar, turizm ve diğer sanatsal sektörler bilgi ve iletişim teknolojileri desteği ile daha da geliştirilebilecektir, bu teknolojiler aynı zamanda uluslararası platformlarda kendine özgü yer edinebilecek olan güçlü işletmelerin ortaya çıkmasında önemli rol oynayacaktır. kültür ve yaratıcı endüstriler Ankara özelinde ele alındığında, Türkiye Cumhuriyeti genelinde olduğu gibi Ankara'nın yerel politikalarının söz konusu endüstrilere değinmemiş olması şaşırtıcıdır. Siyasa gündeminde yer edinemeyen kültür ve yaratıcı

endüstrilerin akademik düzeyde de yeterince ilgi görmüyor olması başkent söz konusu endüstrilerdeki gelişimin geride kalmasının nedenlerinden biridir. Ankara, söz konusu endüstrilerde yüksek gelişim potansiyeline sahip olmasına rağmen şu anki gelişim seviyesi beklentiyi karşılamamaktadır. Ankara’da, kültür ve yaratıcı endüstrileri ile ilgili güncel istatistik veriler bulunmamakta, dolayısı ile Ankara kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında yapılan az sayıdaki araştırmalar da verilerle desteklenememektedir. Ankara bölgesel kalkınma planlarında yaratıcılığın sıklıkla adı geçmekte olmasına rağmen gerçekte yaratıcılığı teşvik eden aktivite ve ilgili uygulamalar çok az miktarda hayata geçirilmektedir. Ayrıca, yaratıcılığa yönelik teşvik ve mali destekler genelde sadece teknoloji alanına odaklanmaktadır. Bu da Ankara’nın teknolojik gelişime öncülük ve önem verdiği söylemini desteklemektedir.

Ankara’nın teknolojik gelişmeye verdiği önem ve teknoloji alanında kaydettiği gelişim ve başarılar Ankara’nın söz konusu endüstrilerdeki potansiyelini temsil etmektedir. Günümüzde, her sektörün temelinde teknoloji yatmaktadır. Söz konusu alanda gelişim elde etmeden diğer sektörlerin geliştirilmesi beklenemez. Bu nedenle, Ankara sahip olduğu teknolojik alt yapısı ve bu alana özgün geliştirme strateji ve politikaları ile kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirme konusunda büyük potansiyele sahip olduğu açıktır. İleride Ankara’nın teknoloji alanındaki avantajlarından yararlanarak, teknoloji alanını daha da geliştirerek hem iç pazarı genişletmesi, ülke içindeki tüketicilerin güvenini kazanmasının, hem de Kaymas’ın (2019, s.122) da makalesinde ileri sürdüğü üzere, Ankara’nın yerel markalarının yeni enformasyon teknolojileri ile güçlendirilerek küresel markalara dönüştürülebilmesi ve yanı sıra bu alanda yenilikçi uygulamaların teşvik edilmesi yoluyla kentin kültürel değerlerinin korunabilmesinin önemli olduğu belirtilmelidir. Gelişmiş teknolojinin Ankara’nın diğer kültürel sektörlerine hizmet ederek Ankara’daki müze, turistik ve sanatsal mekanların tanınmasını sağlaması Ankara’nın kültür ve yaratıcı endüstrilerinin geliştirilmesi bakımından yararlı olacaktır. Ankara’da bulunan üniversitelerde yetiştirilen yetenek sahiplerinin Ankara’da kalmasını sağlayacak teşvik ve türlü desteklerin uygulanması başkent kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirmekte önemli rol oynayacaktır. Buna ek olarak, halk içinde yaygın olan “kültürel alan kapsamına dahil edilen sanat, medya vb. bölümlerden mezun olan yetenek sahipleri iş bulamaz” düşüncesinin giderilmesi gerekmektedir. Bu amaca ulaşmak için de ilgili

bölüm mezunları için iş imkanları sunulmalıdır. Kültür ve yaratıcı endüstrileri gelişiminin daha üst düzeye çıkarılması için üniversitelerdeki kültür ve yaratıcı endüstrileri ile ilgili bölümlerin ders programlarında değişiklik yaparak kültür ve yaratıcı endüstrilerin ihtiyaç duyduğu nitelikli personelleri yetiştirmesi söz konusu endüstrilerin gelişim hızını artıracaktır. Beijing şehrinde olduğu gibi, Ankara’da da kültür ve yaratıcı endüstrileri araştırma ve geliştirme merkezi kurulması zorunludur. Bu merkez siyasetçi ve akademisyenlerden oluşan seçkin bir ekip ile kültür ve yaratıcı endüstrilerinde gerekli araştırmaları yapmalı, araştırma sonuçlarını Ankara’nın güncel durumu ile birlikte analiz ederek gerekli geliştirme stratejileri oluşturmalıdır. Politika desteğinin yanı sıra, kültür ve yaratıcı endüstrilere mali destekte bulunmalıdır. Söz konusu endüstrileri tanıtan faaliyetler ve ödüllü yarışmalar düzenleyerek halkın kültür ve yaratıcı endüstrileri bilincini artırmalı ve kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimini teşvik etmelidir. Sonuç olarak, Çin Halk Cumhuriyeti ve Beijing şehri ile karşılaştırıldığında, Türkiye Cumhuriyeti ve Ankara’nın kültür ve yaratıcı endüstrileri gelişim seviyesi yetersiz kalmaktadır. Yetersizlik sosyal ve kültürel çevre, işgücü eğitimi, politika ve strateji, mali destek, kültürel ve Yaratıcı Endüstri kümelerinin ve yasal çevrenin inşaatı vb konular üzerinde görülmektedir. Yukarıda tartışıldığı üzere, Çin Halk Cumhuriyeti kültür ve yaratıcı endüstrilerinde de bazı ciddi sorunlar mevcut olmaktadır. Özellikle, kültür ve yaratıcı endüstrilerinde yaratıcılığın kısıtlanması söz konusu endüstrilerde mevcut olan en büyük sorunlardan biridir. Yaratıcılık son yıllarda en çok teşvik edilen şey olmasına rağmen, Xi Jinping başta olmak üzere devlet yetkililer de ülkede birçok alanda yaratıcılığın eksik olduğunu ileri sürmektedirler. Xi Jinping 2015 yılında Çin Halk Cumhuriyeti’nin sadece üretim ülkesi olmayıp bir tasarım ülkesi olma amacına ulaşmak için çaba harcanması gerektiğini ileri sürmüştür. Burada, “o zaman Çin Halk Cumhuriyeti’nde kültür ve yaratıcı endüstrileri neden bu kadar hızlı gelişti?” sorusu ortaya çıkmaktadır. Devlet 2000li yılların başlarından itibaren kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstrileri politika gündemine dahil ettikten sonra, medya aracılığı ile, yerel hükümetin propaganda ve diğer kültürel faaliyetleri gibi çeşitli yollarla halkın ve özel sektörün dikkatini söz konusu endüstriler üzerine çekmiştir. Bu endüstrilerde faaliyet gösteren işletmelere mali destek vermekle birlikte yüksek gelir elde eden işletmeler için ödüllendirme sistemini uygulamaktadır. Ancak bu, söz konusu endüstrilerin gelişmesinin sebebinin yaratıcılık olduğu anlamına gelmez. Çin Halk Cumhuriyeti dünyadaki en büyük

üretici ülkelerden biridir, her türlü sanayi, sanatsal, kültürel ve yaratıcı ürünlerin üretim yeridir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin dünya yaratıcı ekonomisinde büyük paya sahip olmasının bir sebebi de onun kültürel ve yaratıcı malların toplu üretim yeri olmasıdır. Buna ek olarak, yabancı sosyal medya uygulamalarının yasak olması, sinema, televizyon, dijital oyunculuk vb. sektörlerde uygulanan bazı düzenlemelerin Çin pazarına girebilecek olan yabancı film, dizi, animasyon, dijital oyunların içeriği ve sayısını kısıtlayarak seyircilerin daha çok yerli film, dizi, animasyon izlemesini, yerli oyunları oynamasını sağlama çabası da ulusal kültür ve yaratıcı endüstrilerin boyutunu etkilemektedir.

Xi Jinping iktidara geldikten sonra kültürel alan ile ilgili iki büyük değişim gerçekleştirmiştir. Bunlardan biri, 29 Kasım 2012 tarihinde Xi Jinping'in tanımladığı “Çin Rüyası” kavramıdır. O Çin'in en büyük rüyasının Zhonghua milletlerinin yeniden canlanma yolundaki parlak beklentisine ulaşmak (*实现中华民族的伟大复兴, to achieve the Chinese nation's bright prospect on the road to revival*) olduğunu ileri sürmüştür. Zhonghua milletlerinden bahsederken “Zhonghua milletlerinin ruhundan” (中华民族精神) bahsetmek gerekmektedir. Xi Jinping 17 Mart 2013 tarihli Onikinci Ulusal Halk Kongresi'nin İlk Oturumunda yaptığı konuşmasında “vatanseverliğin”, millet ruhunun temelinde yattığını ileri sürmüştür (www.wenming.cn, 09 Mayıs 2014). Dolayısıyla, Zhonghua milletlerine ait olan her vatandaş vatansever olmak zorundadır. Ayrıca, yukarıda tartışıldığı üzere, Çin Halk Cumhuriyeti'nde kültür kavramı da aynı şekilde vatanseverlik ile ilişkilendirilir. Bu kavramlar hem siyasi alana hem de vatandaşların gündelik hayatına etki etmektedir. “Çin rüyasını” gerçekleştirmek için vatani, partiyi sevmek, partinin çizdiği yol haritasını izlemek, kültürünü bütün dünyaya yaymak, Batı merkezci yaklaşımı reddederek Çin kültürünün propagandasını yapmak gerekmektedir. Bütün bunlar Çin Halk Cumhuriyeti'nin kültür endüstrilerini ilgilendiren konulardır. Xi Jinping'in kültürel alanda yaptığı ikinci büyük değişim ise 2015 yılında başlatılan “The Belt The Road” projesidir. Bu proje İpek Yolu'nu izleyerek İpek Yolu üzerinde bulunan ülkelerle işbirliği yapmayı, projeye katılan her ülkenin ekonomisini kalkındırmayı, dünyanın iki ucunu bir birine bağlamayı hedeflemektedir. Bu proje aynı zamanda Çin Halk Cumhuriyeti'nin kültür politikasının bir kısmıdır. Hükümet bu proje aracılığı ile kendi kültürünü tüm dünyaya tanıtmayı ve kendi kültürünü farklı toplumlara benimsetmeyi amaçlamaktadır.

Ankara ve Beijing şehirleri karşılaştırıldığında, çok sayıda yükseköğretim kuruluşları ve araştırma merkezlerinin bulunması ve diğer şehirlere kıyasla teknolojik alt yapısının daha sağlam olması her iki kentin kültür ve yaratıcı endüstrilerinde büyük avantaja sahip olmasına yol açmaktadır. Şöyle ki, yaratıcılık kültür ve yaratıcı endüstrilerin temelinde yer almaktadır. Yaratıcılığı gerçekleştirenler bireyler olduğundan dolayı nitelikli personel yetiştirme konusunda avantaja sahip olanlar kültür ve yaratıcı endüstrilerin geliştirilmesinde de avantaja sahip olacaktır. Ayrıca, her iki kentin de kültür ve yaratıcı endüstrilerin temel girdisi olan teknolojik gelişmeye önem vermesi iki kentin de kültür ve yaratıcı endüstrilerinde büyük ilerleme kaydedebileceğini göstermektedir.

Gelecekte her iki ülke mevcut durumları analiz ederek ve değerlendirerek kendine özel kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları ve gelişim stratejileri yapılandırılmalıdır. UNESCO'ya(<http://www.unesco.org/new/en/santiago/culture/creative-endustries/>) göre, gelişmekte olan ülkelerin kültürel endüstrilerde yaşadığı zorluk yerel kapasitenin güçlendirilmesi, yeni ortaklıklar yoluyla küresel pazarlara erişimin artırılması, uzmanlardan destek alınması ve korsanlıkla mücadele ve fikri mülkiyet haklarının savunulması konularında yatmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti'nde gelişmekte olan ülkeler olarak yukarıda sıralanan zorlukların üstesinden geldiği zaman kültür ve yaratıcı endüstrilerinde lider konuma sahip olacaktır.

Ankara ve Beijing şehirlerinin kültür ve yaratıcı endüstrileri politikalarını karşılaştırdığımızda, Beijing şehri daha da gelişmiş bir sisteme sahiptir. Beijing İstatistik bürosu kültür ve yaratıcı endüstrileri istatistik raporu hazırlamaktadır, Beijing hükümeti ise kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirme planları yapılandırmaktadır, belli bir alt yapıya ve gelişim potansiyeline sahip kümeleri yaratıcı küme olarak tanımlayıp mali desteklerde bulunmaktadır. Ankara'da ise kültür ve yaratıcı endüstrileri bölge planlarında yer almakta, 2013-Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri Projesi, Ankara Bölgesel Yenilik Stratejisi gibi proje ve stratejilerle desteklenmektedir. İstatistik rakamlara bakıldığında Beijing şehri kültür ve yaratıcı endüstrilerinin şehrin ekonomisine katkısı daha da büyüktür. Beijing, aynı zamanda yaratıcı şehir olarak kültür ve yaratıcı endüstrilerinde başka şehirlere örnek olabilecek konumdadır. Dolayısıyla aşağıda

Beijing'in kültür ve yaratıcı endüstrileri ile ilgili durumlarından ve faaliyetlerinden yola çıkarak Ankara şehri için bir dizi öneride bulunmaktadır.

1. Çin Halk Cumhuriyeti, 2000li yılların başlarından, Beijing şehri ise 2006 yılından itibaren, kültür ve yaratıcı endüstrilerini çeşitli yöntemlerle teşvik etmektedir. Devlet medyanın geniş kapsamlı etkisinden yararlanarak 'kültür endüstrisi', 'yaratıcı endüstri' ve 'yaratıcı küme' terimlerinin halk arasında tanınması ve yaygın kullanılmasını sağlamıştır. Devletin halkın bilincini artırma çabası kültür ve yaratıcı endüstrileri üzerinde olumlu etkiler yaratmıştır. Söz konusu endüstrilerde büyük potansiyele sahip olan Ankara, öncelikle siyasetçi, akademisyen, üniversite öğrencilerinin kültür ve yaratıcı endüstrileri tanınmasını sağlayarak söz konusu endüstriler üzerine yoğun çalışmaların gerçekleştirilmesini sağlamalıdır. Niversite, Teknopark/Tekonokent, araştırma merkezlerinde konferanslar düzenleyerek, medyada sıklıkla adını zikretme yoluyla kültür ve yaratıcı endüstrilerin halk tarafından tanınmasını da sağlamalıdır. Kültür ve yaratıcı endüstrilerin tanımı, kapsamı, toplumsal, kültürel ve ekonomik etkileri herkese anlatılmalı, söz konusu endüstrilerin günümüz dünya ekonomisindeki rolü vurgulanmalı, devletin de dikkatini çekerek üzerine geliştirme politikalarının yapılandırılması sağlanmalıdır. Kültür ve sanatla ilgili eğitim programları ve mesleklerin de doktor, avukat vs. meslekler gibi halk tarafından beğenilmesi ve saygı duyulması sağlanmalıdır.

2. Wang,'in (2017) çalışmasında ileri sürdüğü üzere, Çin Halk Cumhuriyeti ulusal ve yerel kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları tam anlamıyla neobiberal politikalar değildir. Çünkü, Çin Halk Cumhuriyeti kâr amacı gütmeye kültürel kurumlar hala mevcuttur ve kültür sadece ekonomi ile değil, Çin Halk Cumhuriyeti'nin global imajı ve yumuşak gücü ile yakından ilişkilidir (Wang,2017, s.141). Bu, devletin kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında regülasyon ve kontrol mekanizmalarını uygulamasına neden olmaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti'nin siyasal başkenti olarak Beijing bu tür kontrole daha fazla maruz kalmaktadır. Kültürel ürünlerin içeriğini oluşturan konuların sayısı kısıtlı kalmakta, sanatçılar gerçek bir sanat eseri yaratmak yerine, kontrolden geçebilecek olan ve belirli konuları içeren eserler yapmak zorunda bırakılmaktadır. Bu Beijing kültür ve yaratıcı endüstrilerinin ekonomik rekabet gücünü zayıflatmaktadır. Dolayısı ile, Ankara şehrinin kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları hazırlarken politikanın



neoliberal olup olmadığına, sanat ve medya alanına yeterince özgürlüğün tanınıp tanınmadığına dikkat etmelidir.

3. Beijing'nin yerel politikalarına bakıldığında, spesifik olmayan kimi politikalar dikkatleri üzerine çekmektedir. Başka bir deyişle, kimi politikalar sadece 'Kültür ve Yaratıcı Endüstrilerin gelişimini teşvik etmek', 'Kültür ve Yaratıcı Endüstrilerin gelişimini desteklemek', 'ilgili alanlara mali destekte bulunmak' gibi belirsiz ve/veya sonuca odaklı terimlerle ifade edilmektedir, söz konusu endüstrilerin gelişimini destekleyecek ve teşvik edecek spesifik çözüm ve/veya yöntemler geliştirilmemektedir. Bu durumda, Ulusal Basını, Yayın, Radyo, Film ve Televizyon Bakanlığı, Çin Halk Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı gibi ilgili kurumlar kurum içerisinde birbirinden farklı ve yine kısmen spesifik olmayan politikalar hazırlamaktadırlar. Sonuç olarak, konuyla ilgili politikaların sayısının fazla olmasına rağmen beklenen sonuca ulaşamamaktadır. Bu nedenle, Ankara şehri kültür ve yaratıcı endüstrileri politikaları hazırlama sürecinde ilgili politikaların yeterince spesifik olup olmadığına, mevcut ve/veya gelecekte rastlanılabilir problemleri çözüp çözemeyeceği konusuna dikkat etmelidir.

4. Beijing şehri kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimini teşvik etme ve destekleme amacı ile 2006 yılında bir araştırma merkezi kurmuştur. Bu merkezde ilgili devlet kurumlarından yetkililer farklı konularda görevlendirilmiş olup, gerekli araştırma ve çalışmaları yürütmekle sorumlu kılınmıştır. Merkez, kuruluş yılında (2006) birtakım stratejiler hazırlayıp yayımlamıştır. Ancak bu stratejiler belirli bir kuruma hitap etmemektedir. Başka bir ifade ile, hazırlanan stratejiler belirli bir alanda elde edilmesi gereken sonuç ve bu sonuca ulaşmak için nelerin yapılması gerektiğini açıklamakta, ancak görevi hangi kurumun üsteleneceğine karar verilmemiştir. Sonuç olarak bazı konular aynı zamanda birkaç kurum tarafından ilgi görürken, bazı konular tamamen unutulmuştur. Bu durum, kültür ve yaratıcı endüstrilerin kapsadığı sektörlerin gelişim seviyesinin eşitsiz olmasının nedenlerinden biridir. Türkiye Cumhuriyeti ve Ankara şehri Beijing'in yolunu izleyerek kültür ve yaratıcı endüstrileri araştırma ve geliştirme grubu oluşturabilir, Ulusal ve yerel düzeyde çalışmalar yürüterek Türkiye Cumhuriyeti kültür ve yaratıcı endüstrilerinin kalkınması için katkıda bulunabilir. Ancak, benzeri olumsuz sonuçtan kaçınmak için Türkiye Cumhuriyeti ve Ankara'nın kültür ve yaratıcı endüstrileri

geliştirme politikaları ve stratejileri yapılandırma sürecinde stratejileri uygulayacak olan kurumları da açıkça belirmesi kültür ve yaratıcı endüstrilerine dahil edilen sektörlerin eşit seviyede gelişmesi sağlama açısından yararlı olacaktır. Bu doğrultuda örneğin Ankara kent merkezi ve bileşen alt alanlarında “kültür ve bilim merkezleri ile kamusal eğitim yapan yaratıcı endüstriler merkezleri” açılması bir örnek model olarak değerlendirilebilir. Her ne kadar Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti arasında önemli kültürel, sosyal ve ekonomik farklar olmasına karşın toplumun geniş kesimlerinin alana ilişkin farkındalıklarının arttırılması söz konusu popüler kamusal alanların kurulması ile gerçekleştirilebilecektir.

5. Yaratıcı kümelerle ilgili stratejiler Beijing şehri kültür ve yaratıcı endüstrileri geliştirme stratejilerinin önemli bir kısmını teşkil etmektedir. Beijing şehrinde yaratıcı kümelerin sayısı fazladır ancak devlet sadece 30 kümeyi yaratıcı küme olarak tanımlamış, bu kümeleri yönetimi ve kontrolü altında tutmaktadır. Devlet tarafından tanımlanmış 30 yaratıcı kümeye dahil edilmeyen kümelerin kaderi serbest pazara bırakılmakta ve kümelerin yönetim şeklinde farklılıklar mevcut olmaktadır. Sonuç olarak, kümelerin büyüklüğü ve gelişim seviyesi de farklı olmaktadır. Devletin bazı yaratıcı kümeler ile yoğun bir şekilde ilgilenmesi ve bazı kümelerle hiç ilgilenmemesi her iki kümeyi olumsuz etkilemektedir. Örneğin, devletin türlü yollarla halka tanıttığı ve destekte bulunduğu kümeler çok sayıdaki işletmeler tarafından ilgi gördüğünden dolayı kümelerde bulunan ticari binaların kirası yükselmiştir. Bu nedenle kira meselesi, orta ve küçük ölçekli işletmeler için, hatta büyük çokuluslu şirketler için de ciddi bir sorun haline gelmiştir. Bazı şirketler ise küme içerisinde belli bir ücret karşılığında yer kiralayıp kiraladığı yeri daha yüksek fiyatta tekrar kiraya vermektedir. Anlaşılan şu ki, yaratıcı kümelerde her zaman düşünüldüğü gibi yaratıcı faaliyetler yürütülmemektedir. Bu nedenle Türkiye Cumhuriyeti, yaratıcı kümeleri yönetirken, yönetim metodunun eşitsiz bir şekilde uygulanmamasına, kümelerin fırsatçı birey ve/veya kuruluşlar tarafından yanlış yönlerde kullanılmasına dikkat etmelidir.

6. Şu an Türkiye Cumhuriyeti'nin Teknopark ve Teknokentlerinin durumuna bakıldığında, bu kümeler sadece içerisinde yer alan işletmelerde çalışan personeller, alanla ilgili akademisyen ve devlet yetkilileri tarafından bilinmektedir. Başka bir deyişle,

Teknopark ve Teknokentler halk arasında popüler değildir. Teknoloji alanında faaliyet gösteren işletmelerin yoğunlaştığı bu kümelerde dijital oyun, sanal gerçeklik, robot endüstrisi gibi teknolojik sektörlerle ilgili deneyim merkezleri kurulduğunda, kümeler bir eğlence yerine dönüşmekle birlikte çok sayıda vatandaşı, özellikle de gençleri kendine çekecektir, böylelikle kümelerin popülerliği artacak, aynı zamanda halkın Yaratıcı Endüstrileri bilinci de artacaktır. Bu deneyim merkezleri daha çok sayıda gençlerin günümüzün ileri teknolojileri ile tanışmasını, onların ilgisinin artırılmasını sağlayacaktır, böylelikle Ankara'nın Türkiye Cumhuriyeti'nin teknoloji merkezi olma hedefine ulaşmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca, Ankara'da bulunan, Teknopark/Teknokent adı verilen yaratıcı kümeler üniversitelerden yer almaktadır. Şu anki duruma bakıldığında Ankara'da sadece üniversiteler yaratıcı kümeler kurabilmektedir. Bu, Ankara'da yaratıcı küme sayısının, yaratıcı kümelerde yer alabilecek işletmelerin faaliyet alanlarının kısıtlanmasına neden olacaktır. Eğer Ankara'da, yaratıcı kümelerin üniversiteler dışındaki coğrafyalarda da oluşmasına, yaratıcı kümelerde teknolojinin dışında diğer kültürel ve yaratıcı endüstrilere ait olan sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin yer almasına izin verilirse, Ankara kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimi için faydalı olacaktır.

## KAYNAKÇA

- AA (08 Mayıs 2019). Connect For Creativity Projesi Tanıtıldı. Erişim adresi: <https://www.pusulahaber.com.tr/connect-for-creativity-projesi-tanitildi-1113090h.htm>
- AA (31 Mayıs 2019). Kobi'lere 50 Milyon Avroluk Destek. Erişim adresi: <https://www.pusulahaber.com.tr/kobilere-50-milyon-avroluk-destek-1086543h.htm>
- Andrews S. J., Peck J., Rodman G. B., Yang F. (2017). Media, Culture, Policy, or What We Talk About When We Talk About (Cultural) Policy. *Communication+1*, 6, 1-25
- Ankarag Kalkınma Ajansı (2011). Ankara İli Bilgi İletişim Teknolojileri Sektörü İnovasyon Kapasitesi Stratejik Analizi Projesi Final Raporu.
- Ankara Kalkınma Ajansı (2011). Ankara Bölge Planı 2011-2013. Seyrağans Reklam ve Tasarım Hizmetleri.
- Ankara Kalkınma Ajansı (2014). Küresel Rekabet Sürecinde Ankara Yazılım Sektörünün Stratejik Önemi, Potansiyeli ve Politika Arayışları.
- Ankara Kalkınma Ajansı (2015). Ankara Bölge Planı 2014-2023.
- Ankara Kalkınma Ajansı (2017). Dijital Oyun Sektörü Raporu.
- Arı A. (2002). Tevhid-i Tedrisat ve Laik Eğitim. *G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt 22*, 181-192
- Arslandoğlu İ. (2000). Kültür ve Medeniyet Kavramları. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*. Cilt: VI, 15, 243-255.
- Avrupa Birliği (2018). Guide to Eurostat Culture Statistics. Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler İstatistik Bölümü birlikte yayımladı.
- Avrupa Birliği (2016). Culture Statistics.
- Baidu Baike. Toplumsal Taahhütler (social undertakings). Erişim Tarihi:20.10.2018. Erişim adresi: <https://baike.baidu.com/item/社会事业/百度百科,社会事业>
- Becerikli R. (2017). Çağın İrmak Filmlerinde Yeşilçam Filmlerinin İzleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 59, 100-114
- Bejing News, (28 Nisan 2018). Devlet Konseyi, Yedi Tane Vergi Teşvik Tedbirleri Daha

Yayınladı, Başlangıç Düzeydeki Şirketlerin hangileri İçin Uygun? Erişim adresi:  
<http://www.bjnews.com.cn/invest/2018/04/27/484866.html> /新京报, 国务院再推  
 7项税收优惠, 哪些适合创业公司?

Beijing Belediyesi İstatistik Bürosu, Ulusal İstatistik Bürosu Beijing Araştırma Ofisi  
 (2006). Beijing Kültür ve Yaratıcı Endüstriler Sınıflandırma Standartları ve  
 Hesaplama Sonuçları. Erişim adresi:  
[http://tjj.beijing.gov.cn/zwgk/tjgz/jddt/201511/t20151102\\_303786.html](http://tjj.beijing.gov.cn/zwgk/tjgz/jddt/201511/t20151102_303786.html) / 北京市  
 统计局国家统计局北京调查总队, 《北京市文化创意产业分类标准》及测算  
 结果

Beijing Belediye Kalite ve Teknik Denetim Bürosu (2010). Kültür ve Yaratıcı  
 Endüstrilerinin Sınıflandırılması. Erişim adresi:  
<http://www.bjnews.com.cn/invest/2018/04/27/484866.html> / 北京市质量技术监  
 督局, 文化创意产业分类.

Beijing Büyükşehir İstatistik Büros (2006). Beijing Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri  
 Sınıflandırma Standardı /北京市统计局, 北京市文化创意产业分类标准.

Beijing Şehir Hükümeti (2011). Beijing'in "On İkinci Beş Yıllık Plan'ının Ana Hattının  
 Yorumlanması- Yenilikçilik Beijing'i Daha Hızlı Geliştirmeye Yönlendirir / 北京  
 市人民政府, 北京“十二五”规划纲要解读——创新驱动北京更快发展

Beijing Zhiyan Kexin Danışmanlık Ltd. 2017-2022 yılı Çin Kültür ve Yaratıcı  
 Endüstrileri Kümeleri, Derinlemesine Endüstri Analizi ve Yatırım Prospekti  
 Analizi / 北京智研科信咨询有限公司, 2017-2022年中国文化创意产业园区行  
 业市场调研与投资前景研究报告.

Beijing Zhongyu Zhiku Danışmanlık LTD. (2016). 2016 Çin Halk Cumhuriyeti Dijital  
 Yaratıcı Endüstriler Gelişim Raporu. Erişim adresi:  
<https://mp.weixin.qq.com/s/C8VO6IZrbr6DulNH2ALsA> / 北京中娱智库咨询  
 有限公司, 北京中娱智库咨询有限公司.

Bernstein J. M. (2011). Sunuş, içinde: Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi. İletişim  
 Yayıncılık A. Ş.

Binark M. (2019). Kültürel Diplomasi ve Kore Dalgası "Hallyu" Güney Kore'de Sinema  
 Endüstrisi, K-Dramalar ve K-Pop. Siyasal Yayınevi

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü Yaratıcı Şehirler Ağı Creative Cities

- Network. Erişim adresi: <https://en.unesco.org/creative-cities/>.
- Birleşik Milletler Kültür, Medya ve Spor Müdürlüğü (DCMS) (2001). Creative Endustry Mapping Document
- Boccella N., Salerno I. (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development. *Social and Behavioral Sciences* 223, 291 – 296
- Boix R., Capone F., Propriis L. D., Lazzeretti L., Sanchez D. (2016). Comparing Creative Industries In Europe. *European Urban and Regional Studies*, 1–6
- Boyacıoğlu H. (15 Ağustos 2016). Ağustos. İşte Özelleştirme Yolu Açılan 100 Kuruluş. *Hurriyet*. Erişim Adresi: <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/iste-ozellestirme-yolu-acilan-100-kurulus-40195316>
- Cai R. S. ve Wang Y. (2009). Research on Foreign and Domestic Policies in Developing Cultural Creative Industries. *China Soft Science*, 8, 77-84 / 蔡荣生&王勇, 国内外发展文化创意产业的政策研究.
- China Daily, 27 Mart 2018. Kültür, Çin Ulusunun Üzerinde Yaşadığı Temeldir. Erişim Adresi: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1596050044607913128&wfr=spider&for=pc> / 中国日报网, 文化是中华民族赖以生存的根基.
- Lazzeretti L. Ve Cooke P., (2008). *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Edward Elgar Publishing.
- Cunningham S. (2002). *From Cultural to Creative Industries*
- Cunningham S., Ryne M. D., Keane M., Ordonez D. (2008). Financing Creative Industries in Developing Countries, içinde, *Creative Industries and Developing Countries-Voice, Choise and Economic Growth*. Routledge, 65-110
- Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi Merkez Komitesi (2000). Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi Merkez Komitesi Ulusal Ekonominin Gelişimi ve Toplumusall Kalkınma Üzerinde Onuncu Beş Yıllık Planın Oluşturulması Üzerine Öneriler. Erişim adresi: <http://cpc.people.com.cn/GB/64162/71380/71382/71386/4837946.html> / 中国共产党中央委员会, 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议
- Çin Halk Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı (2017). 2016 yılı Kültür Gelişimi İstatistik Raporu / 中华人民共和国文化部, 2016 年文化发展统计报告.
- Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı (2003). Kültür Bakanlığının Kültür

Endüstrilerinin Gelişimini Destekleme ve Teşvik Etme Üzerindeki Çeşitli Görüşleri. Erişim adresi:<http://zwgk.mct.gov.cn/auto255/200807/t20080724465696.html?keywords=> / 中华人民共和国文化和旅游部, 文化部关于支持和促进文化产业发展的若干意见.

Çin Halk Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016). Çin Halk Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı 2016 Kültürel Gelişim İstatistiksel Raporu. Erişim adresi: [http://zwgk.mct.gov.cn/auto255/201802/t20180209\\_831188.html?keywords=](http://zwgk.mct.gov.cn/auto255/201802/t20180209_831188.html?keywords=) / 中华人民共和国文化和旅游部, 中华人民共和国文化部2016年文化发展统计公报.

Çin Halk Cumhuriyeti Merkezi Hükümeti (2006). Beijing, İlk On Kültürel ve Yaratıcı Endüstri Kümelerini Belirledi. Erişim adresi: [http://www.gov.cn/fwxx/wy/2006-12/15/content\\_469753.htm](http://www.gov.cn/fwxx/wy/2006-12/15/content_469753.htm) / 中华人民共和国中央政府, 北京确定首批 10 个文化创意产业集聚区

Çin Halk Cumhuriyeti Merkezi Hükümeti (2018). Kültür ve Yaratıcı Endüstrilerin Yenilikçi Gelişimini Teşvik Etme Hakkındaki Görüşler / 中华人民共和国中央政府, 关于推进文化创意产业创新发展的意见.

Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi Merkez Komitesi (2011). Ulusal Ekonominin Gelişimi ve Toplumsal Kalkınma Üzerinde On İkinci Beş Yıllık Plan. Erişim Adresi:[http://www.npc.gov.cn/wxzl/gongbao/2011-8/16/content\\_1665636.htm](http://www.npc.gov.cn/wxzl/gongbao/2011-8/16/content_1665636.htm) / 中国共产党中央委员会, 国民经济和社会发展十二五规划纲要

Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi Merkez Komitesi (2011). Ulusal Ekonominin Gelişimi ve Toplumsal Kalkınma Üzerinde On Üçüncü Beş Yıllık Plan. Erişim Adresi: [http://www.gov.cn/xinwen/2016-03/17/content\\_5054992.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2016-03/17/content_5054992.htm) / 中国共产党中央委员会, 国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要

Çin Halk Cumhuriyeti Maliye Bakanlığı, (05 Ağustos 2016). Maliye Bakanlığı, 4.44 Milyar Yuan'lık "Kültürel Sektör Geliştirme Özel Fonu" Düzenledi. Erişim Adresi: <https://mp.weixin.qq.com/s/mMjrtahW-E3pKDbDZACGuQ> / 中华人民共和国财政部, 财政部下达 44.2 亿元文化产业发展专项资金.

Çin Halk Cumhuriyeti Hong Kong özel idari bölgesi Hükümeti Nüfus ve İstatistik

Deparmanı (2016). Hong Kong Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri, 2006 ve 2012- 2016 / 中华人民共和国香港特别行政区政府统计处, 香港文化创意产业, 2006 和 2012- 2016

Çin Halk Cumhuriyeti Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığı (2016). Weibo ve WeChat gibi Sosyal Ağ Platformlarında Görsel-İşitsel Programların Yönetiminin Güçlendirilmesine Dair Bildirim. Erişim adresi: <https://mp.weixin.qq.com/s/GkNacP8NHajV6l1HqnfysA> / 中华人民共和国国家新闻出版广电总局, 关于加强微博、微信等网络社交平台传播视听节目管理的通知.

Çin Halk Cumhuriyeti Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığı (2016). İnternet Görsel-İşitsel Canlı Yayın Programların Yönetiminin Güçlendirilmesine Dair Bildirim. Erişim adresi: <https://mp.weixin.qq.com/s/A-McTN1obF0sc5NwzQuvNg> / 中华人民共和国国家新闻出版广电总局, 关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知.

Çin Halk Cumhuriyeti Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığı (2016). İnternet Görsel-İşitsel Programların Yapım ve Yayın Hizmetleri Yönetiminin Güçlendirilmesine Hakkında Bildirim. Erişim adresi: <https://mp.weixin.qq.com/s/bnVC-8l2Rfdi5zurftG-Q> / 中华人民共和国国家新闻出版广电总局, 关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知.

Çin Halk Cumhuriyeti Basın, Yayın, Radyo, Sinema ve Televizyon Bakanlığı (2016). Televizyon Dizilerinin Kayıt, Üretim, dosyalama, Tanıtım ve Yönetim Hizmetlerinin Mükemmelleştirilmesi Hakkında Bildirim. Erişim adresi: [https://mp.weixin.qq.com/s/BonCROyTHrq7fb26GPDF\\_A](https://mp.weixin.qq.com/s/BonCROyTHrq7fb26GPDF_A) / 中华人民共和国国家新闻出版广电总局, 关于进一步完善规范电视剧拍摄制作备案公示管理工作的通知.

Çin Halk Cumhuriyeti Basın, Yayıncılık, Radyo, Film ve Televizyon Başkanlığı, 2016 İstatistik Bülteni (Yayın ve Televizyon kısmı) Devlet Pasın, Yayıncılık, Radyo, Film ve Televizyon Başkanlığı İstatistik Bilgileri. Erişim adresi: <http://gdtj.chinasarft.gov.cn/showtiaomu.aspx?ID=42b02470-bb57-4d54-8d4b-a6b2a4c49a3f> / 中华人民共和国国家新闻出版广电总局, 2016 年国家新闻出版广电总局广播影视统计信息



- Çin Halk Cumhuriyeti Basını, Yayın, Radyo, Film ve Televizyon Bakanlığı, (07.05.2018). ÇİN Çin Halk Cumhuriyeti Basını, Yayın, Radyo, Film ve Televizyon Bakanlığı'nın 2018 Yılı İnternet Görsel İşitsel Programların İnşası İçin Özel Fon Desteği Projesine Başvuru Hizmetleri Hakkında Bildirim. Erişim Adresi: <http://www.gapp.gov.cn/sappprft/govpublic/6668/1796.shtml> / 中华人民共和国国家新闻出版广电总局, 国家新闻出版广电总局关于开展2018年度网络视听节目内容建设专项资金扶持项目申报工作的通知.
- Çin Halk Cumhuriyeti Ulusal Telif Hakları Yönetimi. Çin Halk Cumhuriyeti Telif Hakkı Kanunu. Erişim Adresi: <http://www.ncac.gov.cn/chinacopyright/contents/479/17542.html> / 中华人民共和国国家版权局, 中华人民共和国著作权法.
- Çin İnternet Enformasyon Merkezi (China Internet Information Center) (2007). Çin Halk Cumhuriyeti Kamusal Kültürel Kurumların Reformu Üzerinde Araştırma. Erişim Adresi: [http://www.china.com.cn/culture/zhuanti/07ggwhfubg/2007-12/19/content\\_9403473\\_2.htm](http://www.china.com.cn/culture/zhuanti/07ggwhfubg/2007-12/19/content_9403473_2.htm) / 中国互联网信息中心, 中国文化事业单位改革研究.
- Çin İnternet Enformasyon Merkezi (China Internet Information Center), (2011). Gelişime Bilimsel Bakış Nasıl Ortaya Çıktı? china.com.cn. Erişim adresi: [http://www.china.com.cn/cpc/2011-06/21/content\\_22826381.htm](http://www.china.com.cn/cpc/2011-06/21/content_22826381.htm)/ 中国互联网信息中心, 科学发展观是怎么提出来的?
- Devlet Konseyi (2005). Kamu Dışı Ekonominin Gelişimi Konusunda Destek ve Rehberliğe İlişkin Görüşler (3.Numara). Erişim adresi: [http://www.gov.cn/zwgk/2005-08/12/content\\_21691.htm](http://www.gov.cn/zwgk/2005-08/12/content_21691.htm) / 国务院, 国务院关于鼓励支持和引导个体私营等非公有制经济发展的若干意见, 国发(2005)3号
- Devlet Konseyi (2009). Kültür Endüstrileri Yeniden Canlandırma Planı. Erişim Tarihi:20.10.2018. Erişim Adresi [http://www.china.com.cn/policy/txt/2009-09/27/content\\_18607771\\_2.htm](http://www.china.com.cn/policy/txt/2009-09/27/content_18607771_2.htm) / 国务院, 文化产业振兴规划
- Devlet Konseyi (2010), 9.Numara. Devlet Konseyi Genel Müdürlüğünün Film Endüstrisinin gelişiminin Teşvik Edilmesi Hakkındaki Görüşler. Erişim adresi: [http://www.gov.cn/zhuanti/2015-06/13/content\\_2879032.htm](http://www.gov.cn/zhuanti/2015-06/13/content_2879032.htm) / 国务院, 国务院办公厅关于促进电影产业繁荣发展的指导意见
- Devlet Konseyi (2014), 10.Numara. Devlet Konseyinin Kültürel Yaratıcılık ve Tasarım Hizmetlerinin ve İlgili Sektörlerin Entegrasyonunu ve Geliştirilmesini Teşvik Etme

- Üzerinde Bazı Görüşleri, Erişim adresi: [http://www.gov.cn/zhengce/content/2014-03/14/content\\_8713.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2014-03/14/content_8713.htm) / 国务院, 国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见
- Devlet Konseyi (2015). “İnternet+” Eylemini Aktif Olarak Gerçekleştirme Üzerinde Rehberlik Görüşleri. Erişim Adresi:[http://www.xinhuanet.com/politics/2015-07/04/c\\_1115815944.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2015-07/04/c_1115815944.htm) / 国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见
- Devlet Konseyi (2016). On Üçüncü Beş Yıllık Plan Döneminde Ulusal Stratejik Yeni Endüstriler Kalkınma Planı / 国务院, “十三五”国家战略性新兴产业发展规划
- Devlet Konseyi (2018), 32.Numara. İnovasyon ve Girişimciliğin Yüksek Kaliteli Gelişimini Desteklemek, “Çift Yaratma”yı Teşvik Etmeye Yönelik Görüşlerin Yükseltilmiş Versiyonu, Erişim adresi: [http://www.gov.cn/xinwen/2018-09/26/content\\_5325522.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2018-09/26/content_5325522.htm) / 国务院, 关于推动创新创业高质量发展打造“双创”升级版的意见
- Devlet Radyo ve Televizyon Bakanlığı. 2016 Yılı Ulusal Basın ve Yayıncılığı Temel Durumu. Erişim adresi: <http://www.gapp.gov.cn/govpublic/80/1802.shtml> / 国家新闻出版广电总局, 2016 年全国新闻出版业基本情况
- European Commission (2017). Culture and Creative Cities Monitor-2017 Edition
- Evans G. (2009). Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy. *Urban Studies*, 46(5&6), 1003–1040
- EY (2015). Cultural Times: The First Global Map of Cultural and Creative Industries
- Ersoy Ş., Çapcıoğlu İ., 2006. Bir Türk Düşünürü Olarak Ziya Gökalp: Hayatı, Kişiliği ve Düşünce Yapısı Üzerine Bir İnceleme. *AÜİFD* 47 (2006), sayı 2, s. 89-98.
- Fikri Z. F., Philip M., Sierdjan K. (2017). Creative Economy Policy In Developing Countries: The Case of Indonesia. *Urban Studies*, 54(6) 1367–1384
- Florida R. (2012). The Raise of the Creative Class. A Member of the Perseus Books Group, New York
- Foord J. (2009) Strategies for Creative Industries: An International Review, *Creative Industries Journal*, 1:2, 91-113
- Galloway S. ve Dunlop S. (2007). A Critique of Definition of the Cultural and Creative Industries In Public Policy. *International Journal of Cultural Policy*, 13:1, 17-31,
- Garnham N. (2005). From cultural to creative industries: An analysis of the implications

- of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, 11:1, 15-29
- Gençkaya Ö. F. ve Demirci E. Ü. (2018). Türkiye Cumhuriyeti’nde Kültür Politikasının Kurumsallaşma Sürecine Genel Bir Bakış. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3 (2018): 57-70
- Giddens A. (1990) *The Consequences of Modernity*. Oxford: Polity Press.
- Giddens A. (2003) *Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives*. Profile Books Ltd, New York.
- Gökçe Sanul R. (2012). *Kentsel Ekonomik Kalkınma Aracı Olarak Yaratıcı Endüstriler: İzmir Analizi ve Öneriler*
- Cao G. Z. (2017). Yeni nesil Parti ve Merkezi Hükümetin Kültür Sistemi Reformunu Teşvik Etme Üzerindeki Yeni Gelişmeler. *China Academic Journal Electronic Publishing House*. Erişim Tarihi: 17 Ekim 2018. Erişim Adresi:[http://www.hprc.org.cn/gsyj/whs/whlyhd/201802/t20180228\\_408100.html](http://www.hprc.org.cn/gsyj/whs/whlyhd/201802/t20180228_408100.html) / 曹光章, 新一届党中央推进文化体制改革的新发展
- Hartley J. (2005). *Creative Industries*. Blackwell Publishing.
- Hartley J. vd. (2013). *Key Concepts in Creative Industries*. SAGE publication Ltd.
- Hesmondhalgh D, Baker S. (2008). A Very Complicated Version of Freedom: Conditions and Experiences of Creative Labour in Three Cultural Industries. *Variant* 41, 34-38
- Hesmondhalgh D. (2013). *The Cultural Industries* (3rd Ed.). ResearchGate.
- Hocaoğlu, D. (2015). “Yaratıcı Endüstrilerin Yerel Ekonomilerdeki Önemi ve Tasarımın Bu Endüstrilere Katkısı”. *Planlama*. 25(3), 189-194.
- Zhou H. D. (2006). *Media Culture Creative Industry and Development- China Business Update*, 60-64 / 周鸿铎, 传媒文化创意产业及发展
- Zhang J. C. (2006). *Çin Halk Cumhuriyeti Yaratıcı Endüstriler Gelişim Raporu*. Çin Ekonomik Yayın Evi:1.Basın / 张京成, 中国创意产业发展报告-2006, 中国经济出版社
- Yao J. J. (2016). Çin’in “Reform ve Dışa Açılma”dan Bu Yana Ekonomi Sistemi Üzerindeki Reform ve Değişimler. *Economic Research Guide* / 姚晶晶, 中国改革开放以来经济体制的变革
- Joffe A. (2012). ‘Cultural and Creative Industries’, *The Cultural Economy*. Presentation

to UNESCO Experts Meeting

- Hong J., Liu ., Sun D. L., Fu J. W. (2013). Beijing ve Londra Kùltür ve Yaratıcı Endüstrilerinin Gelişimi Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma. Kent Problemleri Dergisi / 洪涓、刘甦、孙黛琳、付建文, 北京与伦敦文化创意产业发展比较研究
- Kalkınma ve Reform Komisyonu, (2018), 1363. Numara Dijital Ekonomi İstikrarlı Gelişmesi ve İstihdamın Artmasına Dair Görüşler, Erişim adresi: [http://www.gov.cn/xinwen/2018-09/26/content\\_5325444.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2018-09/26/content_5325444.htm) / 发改委, 关于发展数字经济稳定并扩大就业的指导意见
- Kaymas A. S. (2019). Yaratıcı Endüstriler Ekosistemi İçerisinde Ankara: Sorunlar, Olanaklar ve Potansiyeller zerine Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 108- 125
- Kaymas S. (2019). Is development possible without cultural policies? Rethinking creative industries and sustainable development in the case of Turkey. Creative Industries Journal.
- Keane, Michael A. (2009). Creative industries in China : four perspectives on social transformation. International Journal of Cultural Policy, 15(4). s. 431-434.
- Keane, Michael A. (2013). Creative Industries in China. Cambridge: Polity Press.
- Kùltür ve Turizm Bakanlığı (2004). Sinema Filmlerinin Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik. Erişim Adresi: <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR-14498/sinema-filmlerinin-desteklenmesi-hakkinda-yonetmelik.html>.
- Kùltür ve Turizm Bakanlığı (2018). Özel Tiyatroların Projelerine Yapılacak Yardımlara İlişkin Yönetmelik. Erişim Adresi: <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR-220839/ozel-tiyatrolarin-projelerine--yapilacak--yardimlara--i-.html>.
- Kùltür ve Turizm Bakanlığı, Kùltür ve Turizm Bakanlığında Sinema Sektörüne 5 Milyon Lira Destek. Erişim Adresi: <http://basin.kulturturizm.gov.tr/TR-231013/kultur-ve-turizm-bakanligindan-sinema-sektorune-5-milyo-.html>.
- Kùltür ve Turizm Bakanlığı. Özel Müzeler. Erişim adresi: <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-135633/ozel-muzeler.html>
- Kùltür ve Yaratıcı Endüstrileri Araştırma Merkezi (2013). Çin Yaratıcı Endüstrileri Gelişim Raporu.
- Kroeber A. L. ve Kluckhohn C. (1952). Culture-A Critical Review of Concept and

- Definitions. Harvard University Printing Office, Cambridge, Massachusetts.
- Lange O. (1966). Ekonomi Politiğın Metodu. Çeviren: Muaffak Şeref. Araç Kitap Evi.
- Lazzeretti L, Capone F., Seçilmiş İ.E. (2014). Türkiye Cumhuriyeti'nde Yaratıcı ve Kültürel Sektörlerin Yapısı
- Lazzeretti L., Sedita S. R., Caloffi A. (2014). Founders and Disseminators of Cluster Research. *Journal of Economic Geography*, 21–43
- Liding W. & Ming H. (2015). İnovasyon Geliştirme Stratejisini Geliştirir, Bilim ve Teknoloji İnovasyon Merkezi İnşasını Destekler. *Qian Xian Dergisi*, 07-2015
- Loisa R. L. (2003). The Polysemous Contemporary Concept: The Rhetoric of the Cultural Industry. Department of Social Sciences and Philosophy/sociology, University of Jyväskylä
- Meriç C. (1986). Kültürden İrfana, İstanbul, İnsan Yayınları.
- Moore I. (2014). Cultural and Creative Industries Concept – A Historical Perspective. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 738 – 746
- News of Communist Party of China, Mao Zedong'un "Kültür Devrimi" ni başlatmasının ana fikri neydi? Erişim tarihi: 03 Ocak 2020. Erişim adresi: <http://cpc.people.com.cn/GB/64156/64157/4418429.html> / 中国共产党新闻网, 毛泽东发动“文化大革命”的主要观点是什么?
- Garnham N. (1983). Public Service Versus the Market. *Screen*, 1983, 24 (1): 314- 329.
- O'Connor J. (2011). The Cultural and Creative Industries: A Critical History. *Ekonomiaz* N.º 78, 3.º Cuatrimestre, 24-45
- Özkök E. 1985. İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü. Tan Yayınları
- People's Daily Online, (1978). Çin Halk Cumhuriyeti Komünist Partisi 11. Merkez Komitesi'nin Üçüncü Genel Oturumu Duyurusu. Erişim adresi: <http://cpc.people.com.cn/GB/64162/64168/64563/65371/4441902.html> / 人民网, 中国共产党第十一届中央委员会第三次全体会议公报
- People's Daily Online (2011). Binjie Liu: Reform ve Dışa Açılımı Daha da Derinleştirip, Kültürün Gelişimi İçin Faydalı Olan Bir Sistem Mekanizmasının İnşasını Hızlandırılm. Erişim adresi: <http://theory.people.com.cn/GB/16193727.html> / 人民网, 柳斌杰: 进一步深化改革开放 加快构建有利于文化繁荣发展的体制
- Porter M. E. (1998). *Competitive Advantage of Nations*. The Free Press.

- Raun G. (2013). Kitlelerin Aldatılışı Olarak Yaratıcı Endüstriler. Skop, E-Dergi, Sanat Tarihi. Çeviri: Elçin Gen.
- Richard Florida (2014). The Creative Class and Economic Development. *Economic Development Quarterly* 2014, 28(3) 196– 205
- Ritzer G. (2007). ‘Part II Introduction’, in Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion to Globalization*. Malden, MA: Blackwell, s.178–200.
- Seçilmiş E., Cahit Güran M. (2013). Ankara Kültür Ekonomisi: Sektörel Büyüklüklerin Değerlendiri. T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültürel İrtibat Noktası’nın Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri Projesi kapsamında hazırlanmıştır.
- Semiz Ö. (2004). Batı’da ve Türkiye Cumhuriyeti’nde Fikri Hakların Gelişim Süreci ve Günümüzdeki Durumu
- Shi S. (2014). Research and Suggestions on Beijing’s Cultural and Creative Industry Policy. / 石森, 北京市文化创意产业政策研究及建议
- Shanghai İstatistik Bürosu (2012). 2012 Yılı Shanghai Kültür ve Yaratıcı Endüstrilerinin Gelişimine Genel Bakış. / 上海市统计局, 2012 年上海市文化创意产业发展报告
- Shanghai Observer, 09 Aralık 2018. Hu Wei: Çin Neden 40 Yıl Önce Reform ve Açılış Politikasını Uyguladı? Erişim adresi: <https://www.jfdaily.com/news/detail?id=120540/> 上观, 胡伟: 40 年前, 中国为什么要实行改革开放?
- Si S. (2016). A Report on Beijing’s Cultural and Creative Industries Media Clusters. *Global Media and China*. *Global Media and China* 2016, 1(4) 412–421
- Sivil Toplum Gözüyle Türkiye Cumhuriyeti Kültür Politikası Raporu (2011). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Sohu Haberleri (06 Temmuz 2018). Beijing Kültürel ve Yaratıcı Endüstrisi "Büyük Bir Değişiklik" Getirecek! Yeni Politika Beijing’i Nasıl Daha Güzel Yapacak? Erişim adresi: [https://www.sohu.com/a/239763626\\_182272/](https://www.sohu.com/a/239763626_182272/) / 搜狐新闻, 北京文化创意产业即将迎来“大洗牌”! “新政”, 如何让北京更美好
- Sohu Haberleri, (22 Eylül 2018). [http://www.sohu.com/a/236873846\\_488939/](http://www.sohu.com/a/236873846_488939/) / 搜狐新闻, 北京发布专项政策 启动首批文化创意产业园区认定
- Sohu Haberleri (10 Temmuz 2018). 2018’in İlk Yarısında Beijing Kültür ve Yaratıcı

Endüstrileri Politikaları, Erişim Tarihi (07.10.2018),  
[http://www.sohu.com/a/240231586\\_99918863/](http://www.sohu.com/a/240231586_99918863/) 搜狐新闻, 一文看尽 2018 上半年北京市文化创意产业政策

Şan M.K. & Hira İ. (t.y.) Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Eleştirisi.

Şeker K. (2006). İnönü Dönemi Kültür Hayatı (1938-1950). Doktora Çalışması

T.C Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü (1968 -1972). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.

T.C Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü (1973-1977). Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı.

T.C Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü ((985-1989). Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.

T.C Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü (1996-2000). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.

T.C Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü (2001-2005). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.

T.C Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü (2007-2013). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı.

T.C Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü (2013-2018). Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı. Erişim Tarihi: 08.12.2018

Theodor W. Adorno (2011). Kültür Endüstrisine Genel Bir Bakış, içinde: Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi. İletişim Yayıncılık A. Ş.

Türkiye Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı (2016). Kültür (Kreatif) Ekonomisinin Boyutları.

Türkiye Cumhuriyeti-Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı (TAVAK) (2016). Türkiye Cumhuriyeti'nde

Türkiye Cumhuriyeti'nde Kültür Politikaları (2.Basım) (2003). Ofset Filmcilik Matbaacılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. Türkiye Cumhuriyeti Birinci Beş Yıllık (1963- 1967) Kalkınma Plânı

Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sinema, Video ve Müzik Eserleri Kanunu. Erişim Tarihi: 22.04.2019. Erişim Adresi: <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR-14949/sinemavideo-ve-muzik-eserleri->

kanunu.html

- Türkiye Cumhuriyeti Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), (08 Haziran 2017). Kreatif Endüstriler Meclisi, Sektörel Farkındalık Çalışmalarına Başlıyor. Erişim adresi: <https://tobb.org.tr/Sayfalar/Detay.php?rid=7728&lst=Haberler>
- Tomlinson J. (2007). ‘Cultural Globalization’, in Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion to Globalization*. Malden, MA: Blackwell, 352–66.
- Uçkan Ö. (2009). Kültür Endüstrileri, Kentler ve Ağlar: Kültür Politikaları. RH+ Artmagazine, S: 66. Erişim Adresi: <http://www.ozguruckan.com/kategori/kategorilenmemis/22196/kultur-endustrileri-kentler-ve-aglar-kultur-politikalari>
- Ullah C. S. (2015). *China’s Soft Power: Changing The World Perception*. Naval Postgraduate School
- Ulusal Enformasyon Merkezi (The State Information Center) (2017). Dijital Kültür Endüstrisi Gelişim Durumu. Erişim Tarihi: 23.10.2018. <http://www.sic.gov.cn/News/459/8143.htm>
- Uluskan B. S. (2010). *Atatürk’ün Sosyal ve Kültürel Politikaları*. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Araştırma Merkezi.
- Ulusal Fikri Haklar Stratejisi Eylem Planı: 2015-2018, (2014). Yayına Hazırlayan: Türk Patent Enstitüsü Yayın Kurulu, Haziran 2015.
- UNCTAD (2010). *Creative Economy Report 2010*
- UNCTAD (2016). *Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends In International Trade In Creative Industries*
- UNCTAD (2018). *Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends In International Trade In Creative Industries (2002–2015), Country Profiles (2005-2014)*
- UNESCO (2001). *Research In the Arts and Cultural Industries: Towards New Policy Alliance*.
- UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), (1982). *Cultural industries, A Challenge for the Future of Culture*
- Uygur N. (2003). *Kültür Kuramı*. Yapı Kredi Yayınları
- Williams, R. (1983). *Keywords*. London: Fontana.
- Wang K. (2017). *The Local Politics Of Creative Industries Policies In China. An Analysis of Chinese Municipal Creative Industries Policies From Different Regions*. The



Case of Beijing, Harbin and Guangzhou.

World Intellectual Property Organization (2011). National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries, Creative Industries Series No.4

[www.wenming.cn](http://www.wenming.cn) (09 Mayıs 2014). Çin Rüyasını Gerçekleştirmek İçin Çin ruhunu Yayımak Gerekmetedir. Erişim adresi: [http://www.wenming.cn/xjpd/zgdlzgm/xjpcszgm/201405/t20140509\\_1928956.shtml](http://www.wenming.cn/xjpd/zgdlzgm/xjpcszgm/201405/t20140509_1928956.shtml) / 中国文明网, 实现中国梦必须弘扬中国精神.

Xiao Y. Y., Jiang D., McArthur I., Miller B. (2013). Shaping Cultural And Creative Space: Beijing As a Case Study. **Conference Paper. September 2013**

Xu X. R. and Schirato, T. (2015). 'Chinese Creative Industries, Soft Power and Censorship: The Case of Animation', Communication, Politics & Culture, vol. 48, issue 2, s.24-43.

Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği (YEKON) (2014). İstanbul Yaratıcı Ekonomi Çalışmaları Atölyesi Final Raporu

Yardımcı A. (2016). İçerdiği Faaliyet Gruplarına Göre Türkiye Cumhuriyeti'ndeki Yaratıcı Endüstriler Üzerine Bir Çalışma. Finans Politik & Ekonomik Yorumlar 2016 Cilt: 53 Sayı: 613, s.65-77

Gu Z. K. (2007). Çin ve Batı Kültürüne Giriş. Beijing Üniversitesi Yayınevi / 辜正坤, 中西文化比较概论

Zhongjing Kültürel Endüstri, 2017. 18. Ulusal Kongreden Bu Yana "Kültür ve Kültürel Endüstrilerin" Gelişimi ile İlgili Büyük Veriler. Erişim Tarihi: 23.10.2018. <https://mp.weixin.qq.com/s/4QO9t6anyO7Tj356iaW4Pw> / 中经文化产业(2018), 十八大以来“文化及文化产业”发展大数据

Zhongjing Kültürel Endüstri (2018). Çin Halk Cumhuriyeti Eyaletlerin Kültürel Endüstri Gelişim Endeksi (2017), Erişim Tarihi: 10.10.2018. <https://mp.weixin.qq.com/s/LMqZjejd9HdPpoOHul-ffg> / 中经文化产业(2018). 中国省市文化产业发展指数报告2017

Zhongjing Wenhua Chanye, (2018). Yeni Dönemde Kültür Endüstrisinin Gelişimi "GSYİHism"i Reddetmelidir. Erişim Tarihi: 23.10.2018. Erişim Adresi: <https://mp.weixin.qq.com/s/bhYiqcj5o6i9zUYm-k8cwA> / 中经文化产业(2018).

新时期文化产业的发展必须否定“GDP挂帅”

State-Owned Cultural Assets Supervision and Administration Office of the People's Government of Beijing Municipality, Cultural Development Research Institute of Communication University of China (2017). Beijing Cultural and Creative Industries White Paper./ 北京市国有文化资产监督管理办公室, 中国传媒大学文化发展研究院, 北京文化创意产业发展白皮书 (2017)

## EKLER

Ek 1: Yüksek Öğretim Kurulunda kaydedilen 1998-2019 yılları arası Türkiye'de gerçekleştirilen kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstrilerle ilgili çalışmalar

|                      |      |  |
|----------------------|------|--|
| AYŞE YÖRÜKOĞLU       | 2019 | Türkiye televizyon dizisi yapım süreçleri: Dijital çağda yaratıcı pratikler üzerindeki kısıtlamalar  |
| BÜŞRA GEZER          | 2019 | Yaratıcı sınıf ve soylulaşma ilişkisi: Yeldeğirmeni örneği   |
| MEHMET RONAEL        | 2019 | Mekân kalitesinin yaratıcı endüstrilerin yer seçimi üzerine etkileri: İstanbul'da mimarlık sektörü   |
| MERT ÖZCÖMERT        | 2019 | Yeni ürün geliştirme sürecinde rakip yönelimliliğin firmanın inovasyon uygulaması ve rekabetçiliğine etkisi- Yaratıcı endüstri araştırması |
| NİSA AKIN            | 2019 | Sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmada yaratıcı sınıflar ve yaratıcı endüstriler: İzmir'in yaratıcı şehir potansiyeli                   |
| ERDEM AKGÜN          | 2019 | Yemek 'tüketimi'nin kozmopolitleşmesi: Kültür endüstrisi'nin bir örneği olarak steakhouse'lar  |
| CANSU VAROL          | 2019 | Kültür endüstrisinde yazarlık: Azra Kohen'in roman serisi fi, çi ve pi   |
| AHMET HAMİT YILDIZ   | 2019 | Çoksatar sistemi kültür endüstrisi bağlamında romanın üretim ve tüketimi: 'Orhan Pamuk örneği'   |
| AYSUN EYREK          | 2019 | Kültür endüstrisinde bellek yitimi: Ekran belleği  |
| ÇAĞRI ÇOLAK          | 2019 | Kültür endüstrisi bağlamında dizilerin giyim sektörüyle ilişkisinin toplumsal yansımaları  |
| FAHRİ GÜLER          | 2019 | Kültür endüstrisi kavramından hareketle çağdaş sanatta öznenin yeri  |
| GİZEM BAŞER GÜNEŞ    | 2019 | Görsel sanatlar öğrencilerinin bir kültür endüstrisi olarak sanat hakkındaki farkındalık düzeyleri   |
| ŞÜKRÜ CAN ÇELİK      | 2019 | Kültür endüstrisi ve sanat ilişkisi içerisinde esin, taklit, alıntı, çalıntı   |
| BURAK PAKLACI        | 2019 | Görsel kültür unsurlarından hareketle 21. yüzyılda kültür endüstrisi ve tüketim toplumu  |
| SELEN AVCI           | 2019 | Neoliberalizm ve kültür endüstrisi ekseninde dönüşen bir endüstri mirası: Bomonti bira fabrikası   |
| BURCU DİRİ           | 2019 | Kültür endüstrisi bağlamında selfie ve kimlik  |
| SÜLEYMAN HİLMİ AKTUĞ | 2019 | Yeni kapitalizm ve kültür endüstrisi bağlamında alışveriş merkezlerinde yaşanan kimlik erozyonunun analizi                                 |
| JALE AVYÜZEN ZOBAR   | 2019 | Kültür endüstrisi ve tüketim bağlamında Frankfurt Okulu'ndan günümüze birey, tahakküm ve özgürlük ilişkisi                                 |
| OZAN YILDIRIM        | 2019 | Kültür endüstrisi olarak internetin bireysel özgürleşme ve toplumsal dayanışma kavramları çerçevesinde değerlendirilmesi                   |

|                                |      |  |
|--------------------------------|------|--|
| ÇAĞDAŞ<br>GÖKBEL               | 2019 | Kültür endüstrisi ürünü olarak batı dünyası dizisinin ideolojik analizi  |
| RECEP SAMET<br>IRMALI          | 2019 | Kültür endüstrisi bağlamında Recep İvedik serisinin değerlendirilmesi  |
| ZÜBEYDE<br>GAMZE<br>BİRGİN     | 2018 | Sahte hayatlar: Bir kültür endüstrisi ürünü olarak televizyon dizileri   |
| ELİF AK                        | 2018 | Kültür endüstrisine bir karşıt örnek olarak Reha Erdem Sineması  |
| ENES<br>ÇETİNKAYA              | 2018 | Popüler müzik eserlerinin reklamlarda kullanılmasına ilişkin kültür endüstrisi yaklaşımları çerçevesinde betimleyici bir araştırma                     |
| TOLGA<br>KAYRAK                | 2018 | Kültür endüstrisi ve müzikal tiyatro   |
| TAXIMAIMAITI<br>TAILAITI       | 2018 | Dijital medya ve kültür endüstrisi   |
| EZGİ ÇAKIR                     | 2018 | Yeni çalışma alanlarında yaratıcı endüstri çalışanları arasında iş birliği: İstanbul'da bir yaratıcı merkez  |
| HALİD<br>SEYFULLAH<br>ŞİMŞEK   | 2018 | Yaratıcı endüstri kavramı bağlamında televizyon filmi fenaryoları: Saruhan ve Pinhan örneği  |
| NESLİGÜL<br>DENİZ<br>KOLAŞINLI | 2018 | Yaratıcı sınıfın yükselişi: Türkiye'de yeni bir kültür endüstrisi olarak oyun  |
| PINAR ASLAN                    | 2018 | Bir uluslararası halkla ilişkiler stratejisi olarak kültür ve yaratıcı endüstri ürünleri: Latin Amerika pazarında Türk dizileri üzerine bir araştırma  |
| NESLİGÜL<br>DENİZ<br>KOLAŞINLI | 2018 | Yaratıcı sınıfın yükselişi: Türkiye'de yeni bir kültür endüstrisi olarak oyun  |
| BÜŞRA GÜVEN                    | 2017 | Yaratıcı endüstrilerde eğitim ve işgücü ilişkisi: İstanbul çalışması   |
| İŞİL KIROĞLU                   | 2017 | Yaratıcı endüstrilerde bireysel inovasyon eğilimini etkileyen faktörler: Reklamcılık sektöründe bir alan araştırması                                   |
| ILGIN<br>DİNSEVER<br>ÖNDE      | 2017 | Kültür ekonomisi ve yaratıcı endüstriler: Türkiye için kültür bütçesi modeli   |
| BÜŞRA ŞİŞECİ                   | 2017 | Kültür endüstrilerinin haritalanması: İstanbul örneği  |
| HARUN ÖZALP                    | 2017 | Kültür endüstrisi bağlamında 'Örnek Aile' filminin gösterebilimsel analizi   |
| DENİZ YÜCE                     | 2016 | İstanbul ilinde yaratıcı endüstriler kapsamında faaliyet göstermekte olan KOBİ'lerin rekabetçilikleri üzerine bir araştırma: Dışsal ağların öncül rolü |
| E. NİLÜFER<br>ÜSTÜNDAĞ         | 2016 | Yaratıcı endüstrilerde illüstrasyonun rolü   |

|                          |      |   |
|--------------------------|------|---|
| ÜLKÜHAN<br>BİKE ESEN     | 2016 | Yaratıcı ekonomi odağında yaratıcı şehirler: Türkiye örneği   |
| ÖNDER KULAK              | 2016 | Theodor Adorno: Kültür endüstrisinin kıskacında kültür  |
| DİLSAD<br>NAĞME<br>AKBAŞ | 2016 | Kültür endüstrisi bağlamında Mevlana'nın yeniden üretimi  |
| UĞUR YILMAZ              | 2016 | Kültür endüstrisinin çağdaş Türk resim sanatına ve sanat eğitime yansımaları  |
| BİROL BAHA<br>BAĞ        | 2015 | Kültürel / yaratıcı endüstriler ve ekonomideki yerleri: Sinema sektörünün 100 yıllık bilançosu üzerine bir araştırma                              |
| ONUR MENĞİ               | 2015 | Yaratıcı endüstri kümelerinin ekosistem yaklaşımı ile değerlendirilmesi: İzmir'deki gelinlik sektörünün araştırılması                             |
| TUĞBA AYDIN<br>ÖZTÜRK    | 2015 | Müzik icracılarının kültür endüstrisi ve dinleyici beklentileri arasında yeni medya bağlamında uyum stratejileri                                  |
| ŞENAY ŞEN                | 2015 | Kültür endüstrisinde sanat ve tasarım nesnelere ilişkin göstergeleri ve seramik uygulamalar   |
| GABRİELA<br>OANA EVREN   | 2014 | Online iletişim ağları'nın bilimsel araştırma ve inovasyona etkisi: Yaratıcı sınıf ve online iletişim ağları Türkiye örneği üzerine bir araştırma |
| BAŞAR<br>HATIRNAZ        | 2014 | Kültür endüstrisi bağlamında stok fotoğrafçılığının dönüşümü: Dijital çağda mikrostok endüstrisi ve içerik üretimi                                |
| AHMET ENGİN              | 2013 | Yaratıcı endüstrilerin gelişim seyri, İstanbul ili kapsamında bir uygulama  |
| FEYZA<br>BALTAÇI         | 2013 | Yaratıcı endüstri ve şehirlerde tasarım: İstanbul'daki Hollanda tasarım faaliyetlerine ilişkin vaka analizi                                       |
| SİBEL FÜGAN<br>VAROL     | 2013 | Kültür endüstrisi bağlamında cinsiyetçi ideoloji ve kadın kimliğinin inşası   |
| MERVE ÇETİN              | 2013 | Medyatokrazi üzerinden kültür endüstrisinde subliminal mesajların rolü  |
| RUKİYE<br>GÖKÇE SANUL    | 2012 | Kentsel ekonomik kalkınma aracı olarak yaratıcı endüstriler: İzmir analizi ve öneriler  |
| ERDAL<br>BEKTAŞ          | 2012 | Kültür endüstrisinin alt gelir grubu üzerindeki dönüştürücü etkisi  |
| AYDIN ÇAM                | 2012 | İletişim ve kültür endüstrilerine anlık katılımlar  |
| DENİZ<br>SÖNMEYEN        | 2012 | Adorno ve Horkheimer'ın Aydınlanmanın Diyalektiği eserinde kültür endüstrisi ve iktidar ilişkileri  |
| GÖZDE<br>KARTAL          | 2012 | Kültür endüstrisinde birey, otorite ve tahakküm ilişkisi  |
| EVREN ERMAN<br>RUTLİ     | 2011 | Max Horkheimer ve Theodore Adorno'da eleştirel teori ve kültür endüstrisi kavramı   |
| RAMİZ TUNCA<br>TUTKUN    | 2011 | Kültür endüstrilerinin bir aracı ve ürünü olarak MTV Avrupa ve MTV Türkiye  |

|                      |      |  |
|----------------------|------|--|
| İHSAN KOLUAÇIK       | 2010 | Kültür endüstrisi ve ideoloji: Hollywood ve Steven Spielberg sineması örneği   |
| ASLI YURDİGÜL        | 2010 | Kültür endüstrisi bağlamında yemek kültürü eleştirisi  |
| FATMA GÖZDE KÖSEOĞLU | 2010 | Haliç'te; kültür endüstrilerinin yer seçimi, kümelenme eğilimi ve kentsel yenileşme ile kültür endüstrileri arasındaki etkileşim |
| EBRU ÖZGÜZ           | 2009 | Yaratıcı endüstrilerde sanat fuarlarının rolü  |
| FATMA PELİN ÖZTÜRK   | 2009 | İstanbul kent mekânında kültürel / yaratıcı endüstrilerin mekânsal dağılımı ve yer seçimi kriterleri - Beyoğlu örneği            |
| GÖKSEL GÜNAY         | 2009 | Kültür endüstrisi ve Türkiye'ye yansımaları  |
| EVİRİM ÖZKAN         | 2009 | Kentsel dönüşümde kültür endüstrileri: İstanbul'da film endüstrisinin kentsel dönüşüm yaratma potansiyellerinin belirlenmesi     |
| AYŞEGÜL YAMAN KURT   | 2009 | Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi eleştirisi üzerine bir inceleme  |
| NAZLI BUDAN          | 2008 | Kültür endüstrisi çerçevesinde santralistanbul örneği  |
| BİLGİN AYDIN SEVİM   | 2008 | Kültür endüstrisi bağlamında yıldızlaştırılan anahaber sunucularının haberin izlenmesine etkileri                                |
| AYŞEGÜL BİLSİN       | 2007 | Kültür endüstrisi olgusunun özel bir görünümü olarak günümüz Türk toplumunda eğlencenin ideolojik temellendirilmesi              |
| SERENGÜL SEÇMEN      | 2005 | Yaratıcı kültür endüstrilerinin kentlerin yerel kimliği ve imajı üzerindeki etkileri   |
| H. AYÇA İNCE         | 2003 | Kültür endüstrisinde araçların rolü ve Asmalımescit semtinin değişen yüzü  |
| YUSUF ADIGÜZEL       | 1998 | Kültür endüstrisi ve kitle toplumunun paradoksları   |

## Ek 2: Yaratıcı Ürünler: Dünya Çapında İlk 20 İhracatçı Ülke, 2002 ve 2008

| Rank |                      | Value (in millions of \$) |        | Rank | Market share % | Growth rate % |
|------|----------------------|---------------------------|--------|------|----------------|---------------|
| 2008 | Exporter             | 2008                      | 2002   | 2002 | 2008           | 2003 - 2008   |
| 1    | China                | 84,807                    | 32,348 | 1    | 20.8           | 16.9          |
| 2    | United States        | 35,000                    | 18,557 | 3    | 8.6            | 13.3          |
| 3    | Germany              | 34,408                    | 15,213 | 6    | 8.5            | 14.7          |
| 4    | China, Hong Kong SAR | 33,254                    | 23,667 | 2    | 8.2            | 6.3           |
| 5    | Italy                | 27,792                    | 16,517 | 4    | 6.8            | 9.7           |
| 6    | United Kingdom       | 19,898                    | 13,657 | 7    | 4.9            | 6.5           |
| 7    | France               | 17,271                    | 8,999  | 9    | 4.2            | 10.2          |
| 8    | Netherlands          | 10,527                    | 3,686  | 15   | 2.6            | 11.6          |
| 9    | Switzerland          | 9,916                     | 5,141  | 11   | 2.4            | 13.5          |
| 10   | India                | 9,450                     | ..     | -    | 2.3            | 15.7          |
| 11   | Belgium              | 9,220                     | 5,387  | 10   | 2.3            | 6.7           |
| 12   | Canada               | 9,215                     | 9,327  | 8    | 2.3            | -0.9          |
| 13   | Japan                | 6,988                     | 3,976  | 13   | 1.7            | 14.7          |
| 14   | Austria              | 6,313                     | 3,603  | 16   | 1.6            | 8.5           |
| 15   | Spain                | 6,287                     | 4,507  | 12   | 1.5            | 4.9           |
| 16   | Turkey               | 5,369                     | 2,154  | 23   | 1.3            | 15.0          |
| 17   | Poland               | 5,250                     | 1,983  | 24   | 1.3            | 14.9          |
| 18   | Mexico               | 5,167                     | 3,797  | 14   | 1.3            | 9.1           |
| 19   | Thailand             | 5,077                     | 2,899  | 18   | 1.2            | 10.3          |
| 20   | Singapore            | 5,047                     | 2,619  | 21   | 1.2            | 6.0           |

Source: UNCTAD, based on official data in UN COMTRADE database

Kaynak: UNCTAD, Creative Economy Report 2010

Ek 3: Beijing, Shanghai, Hong Kong Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Sınıflandırması:

|               | Beijing   | Shanghai   | Hong Kong   |
|---------------|---|--|---|
| Sınıflandırma | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Kültür ve Sanat;</li> <li>-Haber Yayıncılığı;</li> <li>-Radyo, Televizyon, Film;</li> <li>-Yazılım, İnternet ve Bilgisayar Hizmetleri;</li> <li>-Reklamcılık ve Gösteri;</li> <li>-Sanat Çalışmaları Ticareti;</li> <li>-Tasarım Hizmetleri;</li> <li>-Seyahat ve Eğlence;</li> <li>-Başka Yardımcı Hizmetler;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Medya Endüstri;</li> <li>-Sanat Endüstri;</li> <li>-Endüstri Tasarım Endüstri;</li> <li>-Mimari Tasarım Endüstri;</li> <li>-Moda Yaratıcılık Endüstri;</li> <li>-İnternet bilgi Endüstri;</li> <li>-Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri;</li> <li>-Danışmanlık Hizmetleri;</li> <li>-Reklamcılık ve Gösteri;</li> <li>-Eğlence Hizmetleri;</li> <li>-Kültür ve Yaratıcılık ile İlgili Alanlar;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sanat, Antika ve El Sanatları;</li> <li>-Kültürel Eğitim ve Kütüphane, Arşiv Koruma ve Müze Hizmetleri;</li> <li>-Sahne Hanatları;</li> <li>-Film, Video ve Müzik;</li> <li>-Televizyon ve Radyo;</li> <li>-Yayını;</li> <li>-Yazılım, Bilgisayar Oyunları ve İnteraktif Medya;</li> <li>-Tasarım;</li> <li>-İnşaat;</li> <li>-Reklam;</li> <li>-Eğlence Hizmeti</li> </ul> |

Kaynak: Beijing Büyükşehir İstatistik Bürosu, Shanghai İstatistik Bürosu, Çin Halk Cumhuriyeti Hong Kong özel idari bölgesi Hükümeti Nüfus ve İstatistik Departmanı



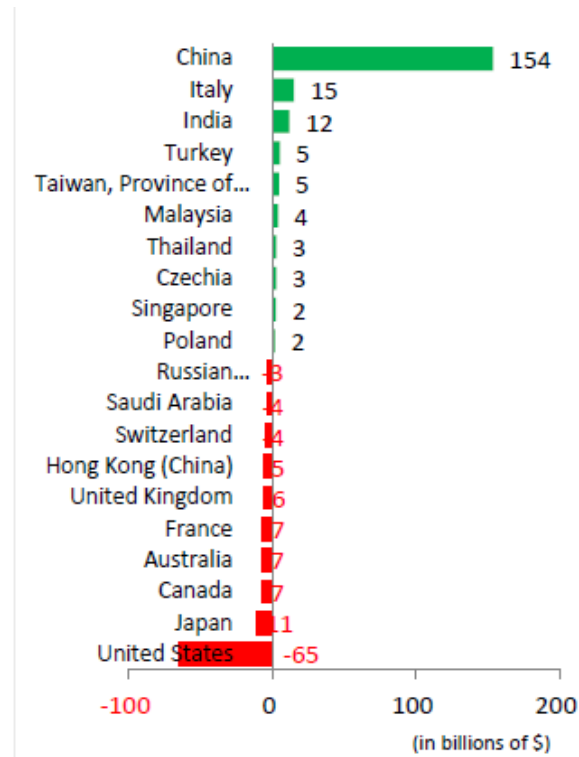
## Ek 4: NACE Rev 2. Kültür Ekonomisi Sınıflandırma

| NACE Rev.2 Kod | NACE Rev.2_Altılı Tanım   | NACE Rev.2_Altılı Tanım  |
|----------------|---|--|
| 18             | Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması  | Basım ve basım ile ilgili hizmet faaliyetleri;<br>Kayıtlı medyanın çoğaltılması;   |
| 58             | Yayımcılık faaliyetleri   | Kitapların, süreli yayınların yayımlanması ve diğer yayımcılık faaliyetleri;<br>Yazılım programlarının yayımlanması;   |
| 59             | Sinema filmi, video ve tv programları yapımıcılığı, ses kaydı ve müzik yayımlama faaliyetleri | Sinema filmi, video ve televizyon programı faaliyetleri;<br>Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri;   |
| 60             | Programcılık ve yayıncılık faaliyetleri   | Radyo yayıncılığı;<br>Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri;  |
| 62             | Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler                                     | Bilgisayar programlama faaliyetleri;<br>Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri;<br>Bilgisayar tesisleri yönetim faaliyetleri;<br>Diğer bilgi teknolojisi ve bilgisayar hizmet faaliyetleri; |
| 63             | Bilgi ve hizmet faaliyetleri  | Veri işleme, barındırma ve ilgili faaliyetler; web portalları,<br>Diğer bilgi hizmet faaliyetleri;   |
| 72             | Bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetleri   | Doğal bilimler ve mühendislikle ilgili araştırma ve deneysel geliştirme faaliyetleri;<br>Sosyal bilimlerle ve beşerî bilimlerle ilgili araştırma ve deneysel geliştirme faaliyetleri;    |
| 73             | Reklamcılık ve piyasa araştırması   | Reklamcılık;<br>Piyasa ve kamuoyu araştırma faaliyetleri;  |
| 74             | Diğer mesleki, bilimsel, teknik faaliyetler   | Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri;<br>Fotoğrafçılık faaliyetleri;<br>Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri;<br>Başka yerde sınıflandırılmamış diğer mesleki,                              |

|    |   |   |
|----|---|---|
|    |   | bilimsel ve teknik faaliyetler;   |
| 90 | Yaratıcı sanatlar, görsel sanatları ve eğlence faaliyetleri   | Gösteri sanatları;<br>Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler;<br>Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri;<br>Sanat tesislerinin işletilmesi;  |
| 91 | Kütüphaneler, arşivler, müzeler ve diğer kültürel faaliyetler | Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri;<br>Müzelerin faaliyetleri;<br>Tarihi alanlar ve yapılar ile benzeri turistik yerlerin işletilmesi;<br>Botanik bahçeleri, hayvanat bahçeleri ve tabiatı koruma alanlarıyla ilgili faaliyetler; |

Ek 5: Türkiye Cumhuriyeti'nin uluslararası yaratıcı ekonomisindeki yeri

| Table III. Developing countries: Top 10 creative goods exporters, 2015 |         |
|--|---------|
| (in millions of US\$)  | 2015    |
| <b>Economy</b>   |         |
| China  | 168.507 |
| Hong Kong (China)  | 27.872  |
| India  | 16.937  |
| Singapore  | 10.277  |
| Taiwan Province of China   | 8.671   |
| Turkey   | 8.690   |
| Thailand   | 6.105   |
| Malaysia   | 6.066   |
| Mexico   | 5.447   |
| Philippines  | 1.010   |

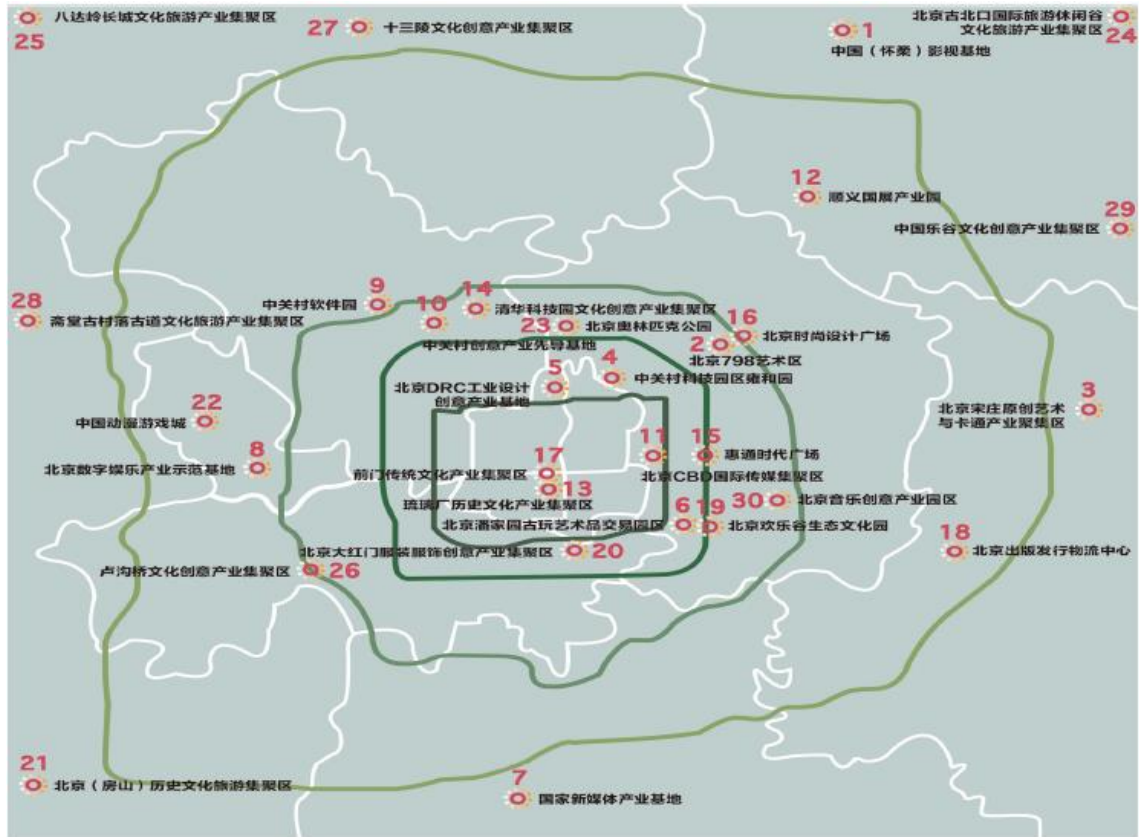


Ek 6: Beijing’deki Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Gelişiminin Desteklenmesi Üzerinde  
Çeşitli Politikalar Özeti

|                      |  |
|----------------------|--|
| Piyasa Erişimi       | Piyasa erişimini genişletip erişim mekanizmalarını mükemmelleştirerek, özel sermayenin piyasaya girmesini ve çeşitli yatırım yöntemlerini teşvik edilecek, yaratıcılığı desteklenip inovasyon teşvik edilecek, fikri mülkiyet hakları korunup yaratıcılığa uygun ve kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimi için yararlı bir ortam yaratılacaktır;   |
| Vergi ve Fon Desteği | <p>Beijing şehri vergi politikaları aracılığıyla yaratıcılık, yenilikçiliği destekleyecektir. Kültür ve yaratıcı endüstrileri fikri mülkiyet hakkını koruma ve destekleme planlarını hazırlayıp yurt içi ve dışındaki telif hakkı sahiplerinin kültürel ve yaratıcı faaliyetlere katılmasını teşvik edecektir. Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri alanında faaliyet gösteren kuruluşlar gerek olduğunda patent başvuru maliyeti için Beijing Patent Başvuru Destek Fon’undan destek alabilecektir. Bunlardan başka Beijing şehri “Kültürel Yaratıcılık Yarışması”, “Kültür ve Yaratıcı Endüstrileri Yatırım ve Kredi Ödülü”, “Borsaya Girme Ödülü” gibi çeşitli ödüllendirme stratejileri ve fon destekleri aracılığıyla, halkın kültür ve yaratıcı endüstrileri’yi daha yakından tanınmasını, yatırımcıları cesaretlendirip daha fazla kişinin söz konusu alana yatırım yapmasını sağlamakta ve yenilikçi fikirlere sahip kişileri cesaretlendirip kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişiminde katkıda bulunmaktadır.</p> <p>Beijing şehir valiliği 2006 yılından itibaren her yıl 5 yüz milyon RMB’lik özel fon düzenleyerek, türlü yöntemler ile hükümetin temel destek yönelimlerini karşılayan kültür ve yaratıcı endüstrileri ürünleri, hizmetleri ve projelerini desteklemeyi planlamıştır. Ayrıca Beijing şehri bir grup kültür ve yaratıcı endüstrileri kümeleri tanımlamış olup, hükümet söz konusu kümelerin çevreyi iyileştirme, altyapı inşası ve kamu hizmet platformu inşa etme gibi projelerini destekleme amacıyla 5 yüz milyon RMB’lik özel fon oluşturmuş ve bunu 3 yıla bölüp kullanmayı planlamıştır.</p> |

|                |   |
|----------------|---|
| Pazar İhtiyacı | Beijing valiliği kültür ve yaratıcı endüstrilerin gelişimine destek olma amacıyla devlet kurumları ve sosyal gurupların satın alacağı kültür ve yaratıcı endüstrileri ürünleri ve hizmetlerin sayısını artırmayı önermektedir. Kültürel ve yaratıcı ürün ve hizmetlerin ihracatını artırmayı teşvik edecek ve destekleyecek ve en çok ihracat gösteren işletmeleri ödüllendirecektir. Bunların yanı sıra başka Beijing valiliğinin uygun gördüğü kültürel ve yaratıcı projelere fon desteği verilecektir. |
| Eğitim         | Devlet, yüksek okul, meslek okulları, Kültürel ve Yaratıcı birimlerin iş birliği yapıp kültür ve yaratıcı endüstrileri için yetenekli personeller yetiştirme baz yerleri kurmasını; Yüksek okul, araştırma kurumları ve işletmelerin kültür ve yaratıcı endüstrileri alanında çalışan yetenekli personeller için uluslararası değişim programları düzenlemesi desteklenecektir. Görevini iyi yapan işletme ve personeller için ödüllendirme stratejileri kullanılacaktır.                                 |

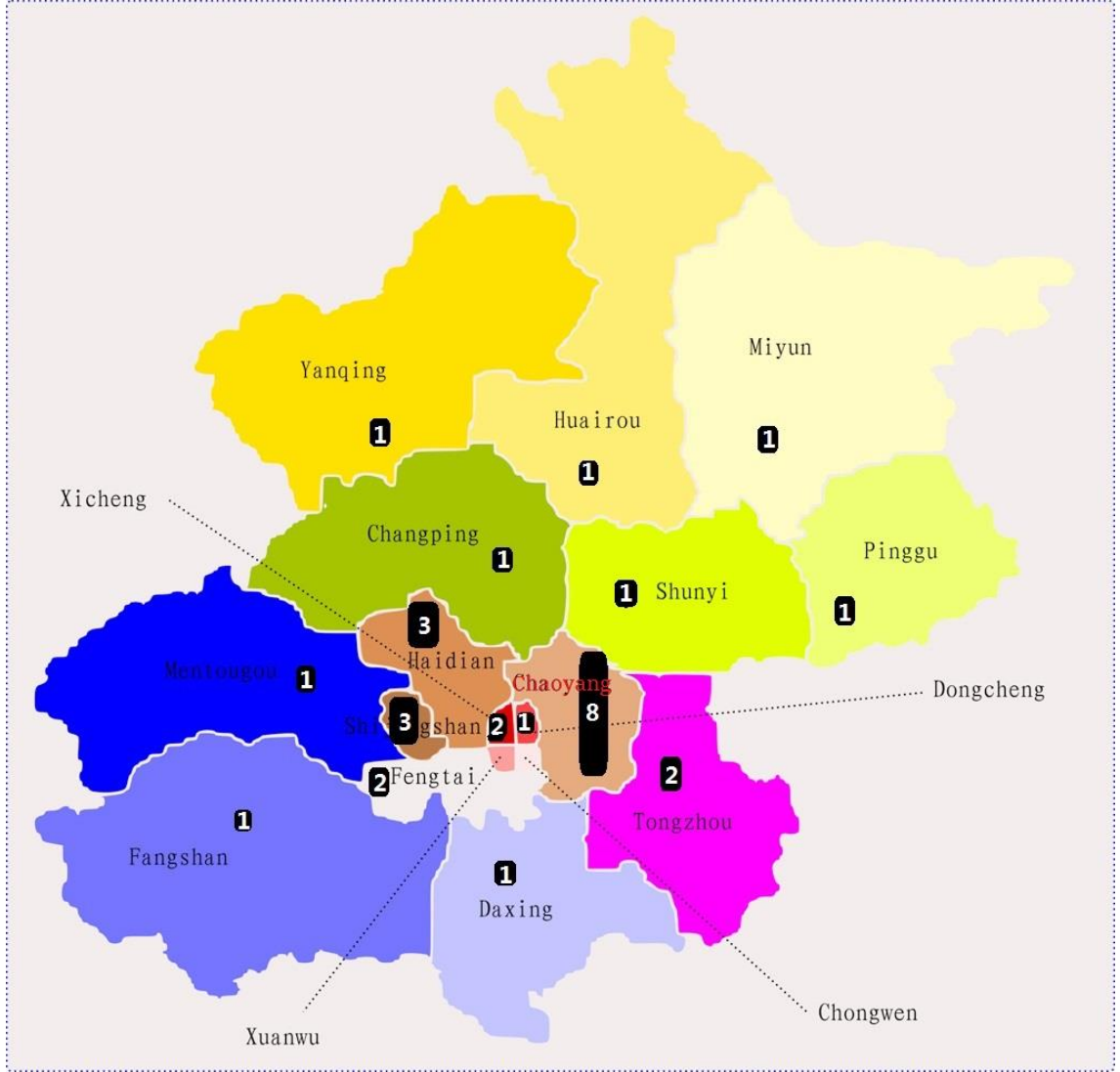
## Ek 7: Beijing Şehrinin Tanımlanmış Olduğu Kültür ve Yaratıcı Kümelerin Coğrafi Dağılımı



- 1: China Movie Capital
- 2: 798 Art District
- 3: Songzhuang Artist Village
- 4: Zhongguancun Science and Technology Park
- 5: DRC Industrial Design & Creative Industries Park
- 6: Panjia Yuan Antique Market
- 7: National New Media Industries Park
- 8: Beijing Digital Entertainment Industries Park
- 9: Zhongquan Chun Software Park
- 10: Zhongquan Chun Creative Industries Park
- 11: The Beijing CBD International Media Gathering Area
- 12: Shunyi Exhibition Industry Park
- 13: Liulichang Cultural Industry Cluster
- 14: Tsinghua Science Park Cultural Creative Industry Gathering Zone

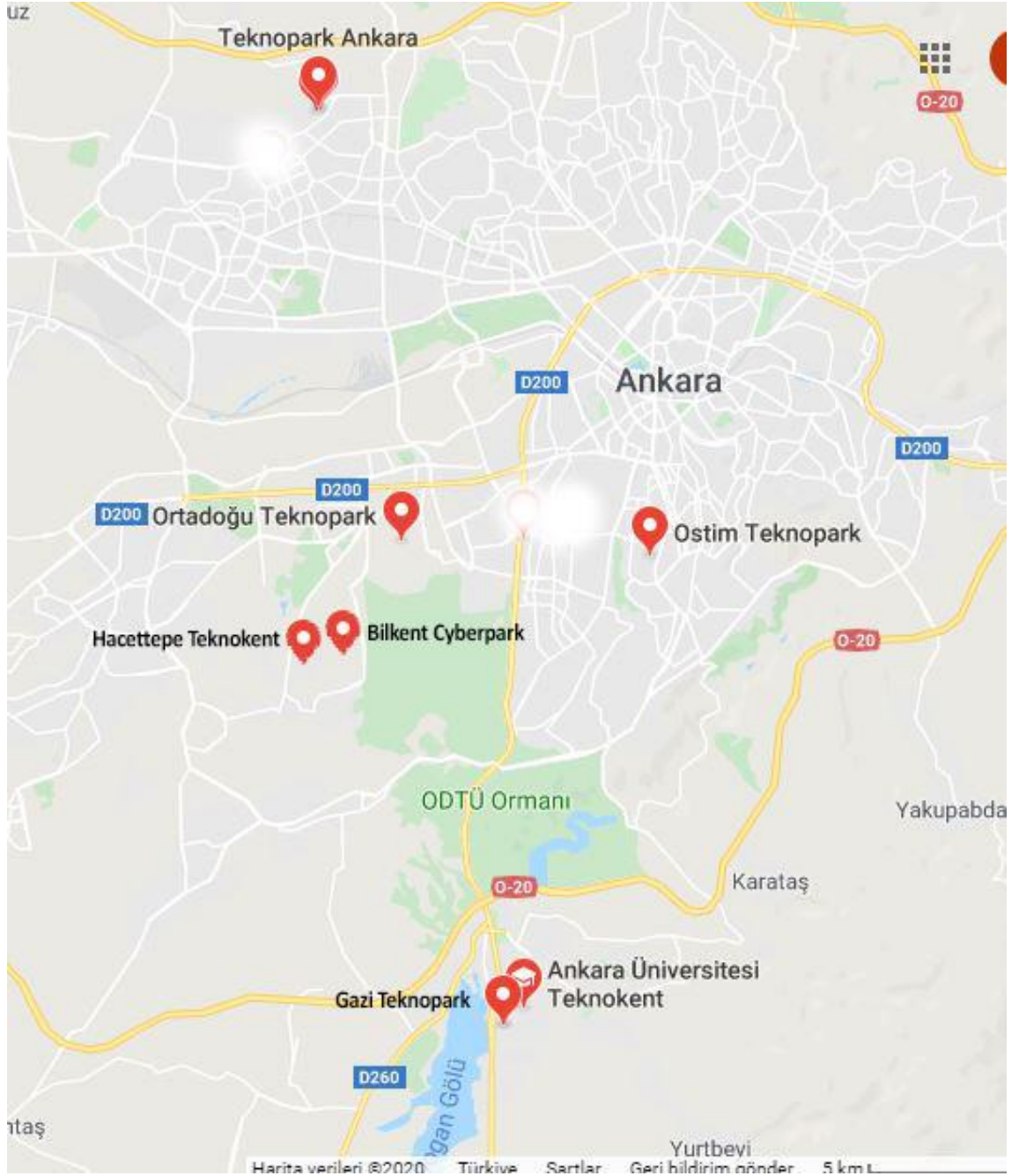
- 15: Huitong Times Square
- 16: Beijing Fashion Design Square
- 17: Qianmen Traditional Cultural Industry Cluster
- 18: Beijing Publishing Logistics Center
- 19: Beijing Happy Valley Ecological Cultural Park
- 20: Beijing Dahongmen Clothing Creative Industry Agglomeration Area
- 21: Beijing (Fangshan) Historical and Cultural Tourism Zone
- 22: Chinese Animation Game City
- 23: Beijing Olympic Park
- 24: Beijing international Tourism and Leisure Valley of Gubeikou Cultural Tourism Industry Cluster District
- 25: Badaling Great Wall Tourism Industry Cluster District
- 26: Lugou Bridge Cultural Creative Industry Gathering Area
- 27: Ming Dynasty Tombs Cultural Creative Industry Gathering Area
- 28: Ancient village road cultural tourism industry cluster district
- 29: China Music Valley Cultural Creative Industry Gathering Zone
- 30: Beijing Music Creative Industry Park

Kaynak: Xiao Y. Y., Jiang D., McArthur I., Miller B., (2013: 2)



Ek 8: Ankara'daki Teknokent / Teknoparkların Coğrafi Dağılımı





Kaynak: Google Maps

Ankara'daki Teknokent / Teknoparkların Bölgelere Göre Dağılımı

