

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

BİR KAMU POLİTİKASI ARACI OLARAK YARATICI EKONOMİ MODELİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Medetkan MIRBEK UULU

HAZİRAN-2022

TRABZON

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

BİR KAMU POLİTİKASI ARACI OLARAK YARATICI EKONOMİ MODELİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Medetkan MIRBEK UULU

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Emrah FİRİDİN

HAZİRAN-2022

TRABZON

ONAY

Medetkan MIRBEK UULU tarafından hazırlanan “Bir Kamu Politikası Aracı Olarak Yaratıcı Ekonomi Modeli” adlı bu Çalışma 20.06.2022 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği / oyçokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı'nda **yüksek lisans tezi** olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyesi		Karar		İmza
Unvanı – Adı ve Soyadı	Görevi	Kabul	Ret	
Doç. Dr. Mehmet ELA	Başkan	☐	☐	
Dr. Öğr. Üyesi Emrah FİRİDİN	Üye	☐	☐	
Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Yunus BİLGİLİ	Üye	☐	☐	

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

Prof. Dr. Tülay İlhan NAS
Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca KTÜ - Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu'na uygun olarak hazırlanan bu çalışmada yararlanılan kaynakların tümüne eksiksiz atıf yapıldığını, aksinin ortaya çıkması durumunda her tür yasal sonucu kabul edeceğimi beyan ederim.

Medetkan MIRBEK UULU

10.06.2022

ÖNSÖZ

Bu yüksek lisans tez çalışmasında bir kamu politikası aracı olarak yaratıcı ekonomi modeli ele alınmıştır. Yaratıcı ekonomi kavramı çeşitli kurum ve ülkeler tarafından kendilerine özgü değer ve amaçlarına göre tanım ve sınıflandırma yapılmaktadır. Yaratıcı ekonominin kaynağı yaratıcılık ve fikri mülkiyete dayalı sektörlerden oluşmaktadır. Bu konu yeni olmasına rağmen birçok ülke tarafından benimsenip kamu politikalar yürütölmeye başlamıştır. Bu ekonomi modeli ekonomide istihdam, yenilik, refah getireceğı ve ülkenin uluslararası ticaretteki rekabete güç kazanması için katkı sağlayacağı belirtilmektedir.

Bu çalışmanın amacı bir kamu politikası olarak yaratıcı ekonomi etkinliğini ve gelecekteki önemini Türkiye açısından ortaya koymaktır. Bu amaca ulaşabilmek için nicel ve nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır, konuyu objektif açıdan değerlendirebilmek için hem yabancı hem yerli kaynaklar ele alınmıştır.

Yapılan çalışmada kıymetli bilgi ve tecrübeleriyle beni aydınlatan tez danışmanım Dr.Öğr.Üyesi Emrah FİRİDİN'e teşekkürü bir borç bilirim.

Haziran, 2022

Medetkan MIRBEK UULU

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	IV
İÇİNDEKİLER	V
ÖZET	VIII
ABSTRACT	IX
TABLolar LİSTESİ.....	X
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XI
GRAFİKLER LİSTESİ.....	XII
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XIII
GİRİŞ.....	1-2

BİRİNCİ BÖLÜM

1. YARATICI EKONOMİ.....	3-34
1.1. Yaratıcılık.....	3
1.2. Kültür, Medya ve Spor Departman'ın (DCMS) Tanımı ve Sınıflandırması	5
1.3. Howkins'ın Tanımı ve Sınıflandırması	6
1.4. Birleşmiş Milletler'in Tanımı, Sınıflandırması ve Yaratıcı Ekonomi ile Yaratıcı Endüstriler İlişkisi.....	8
1.5. Farklı Ülke, Kuruluş ve Türkiye'de Verilen Tanımlar.....	11
1.6. Sanayi Ekonomisinden Yaratıcı Ekonomiye.....	13
1.7. Yaratıcı Şehirler Yaklaşımı.....	13
1.7.1. Yaratıcı Şehir İçin Gereken Faktörler	15
1.8. Yaratıcı Endüstrilerin Özellikleri.....	16
1.9. Yaratıcılık Endeksi.....	17
1.9.1. Küresel Yaratıcılık Endeksi	18
1.9.2. Yaratıcı Verimlilik Endeksi	19
1.9.3. Küresel İnovasyon Endeksi.....	21
1.9.4. Yaratıcı Şehir Endeksi.....	23
1.9.5. Yaratıcılık Endeksi.....	24
1.10. Teknoloji ve Telif Hakkı.....	26
1.10.1. Dijitalleşme	27
1.10.2. Blokzincir.....	28

1.10.3. Telif Hakkı.....	29
1.11. Covid-19 Döneminde Yaratıcı Ekonomi	32

İKİNCİ BÖLÜM

2. KAMU POLİTİKASI TANIMI VE TEORİK ÇERÇEVE.....	35-54
2.1. Kamu ve Politika Kavramların Tanımları.....	35
2.1.1. Kamu Politikası Kavramının Tanımı ve Özellikleri	36
2.1.2. Kamu Politikası Neden Yapılır?.....	37
2.2. Kamu Politikası Aktörleri.....	38
2.2.1. Resmi Aktörler.....	39
2.2.2. Gayri Resmi Aktörler.....	41
2.2.3. Uluslararası Aktörler.....	44
2.3. Kamu Politikası Araçları.....	45
2.4. Kamu Politikası Süreci ve Politika Analizi.....	47
2.4.1. Kurumsal Model.....	48
2.4.2. Sistem Modeli	49
2.4.3. Süreç Modeli.....	49
2.5. Yaratıcı Ekonomide Kamu Politikasının Önemi	50
2.5.1. Güney Kore’de Yaratıcı Ekonomiye Yönelik Kamu Politikası	53
2.5.2. Şanghay’da Yaratıcı Endüstrilere Yönelik Kamu Politikası.....	54

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YARATICI EKONOMİ: MEVCUT DURUM VE KAMU POLİTİKASINDAKİ YERİ.....	55-85
3.1. Ekonomik Faaliyetler Sınıflandırma ve Kodlama	55
3.1.1. Yaratıcı Ekonominin Ekonomik Faaliyetlere Göre Güncel Genel Durumu	57
3.1.2. Yaratıcı Ekonominin Ekonomik Faaliyetlere Göre Güncel Ayrıntılı Durumu	59
3.2. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) Ülkeleri ile Türkiye Karşılaştırılması....	63
3.3. Yaratıcı Ürünlerin İhracat ve İthalatı	67
3.4. On Birinci Kalkınma Planı’nda Yaratıcı Endüstrilerin Yeri	70
3.4.1. 2022 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı.....	72
3.5. Yeni Ekonomi Programı’nda Yaratıcı Endüstrilerin Yeri	76
3.6. Kültür ve Turizm Bakanlığı Faaliyetlerinde Yaratıcı Endüstriler	77
3.7. Ticaret Bakanlığı Faaliyetlerinde Yaratıcı Endüstriler.....	79
3.8. Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın Faaliyetlerinde Yaratıcı Endüstrilerin Yeri	81
3.9. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın Faaliyetlerinde Yaratıcı Endüstrilerin Yeri	84

SONUÇ ve ÖNERİLER.....	86
KAYNAKÇA.....	89
ÖZGEÇMİŞ.....	98



ÖZET

Ortaya çıkan sorunların çözülmesinde ve ülkenin gelişim yolunun belirlenmesinde devletin ve onun yürüttüğü kamu politikalarının rolü büyük önem taşımaktadır. Günümüzde yaratıcılığa ekonomik değer kazandırmak ve ekonominin daha hızlı büyümesi için “yaratıcı ekonomi” kavramı ortaya koyulmuştur. Bu ekonomi modeli fikri mülkiyete dayalı sektörlerden oluşmaktadır. Ekonomiye büyüme, istihdam, yenilik ve uluslararası ortamda rekabet gücü sağlayacağı belirtilmektedir. Son onbeş yılda bu eğilim uluslararası alanda büyük ilgi görmektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ekonomilerinin kalkınması için bu yönde kamu politikalarını uygulamaktadırlar. Türkiye’de bu konu yeni olduğu için hem akademisyenler hem kamu kurumları tarafından yeni adımlar atılmaya başlandığı görülmektedir.

Bu çalışmada yaratıcı ekonominin öneminin Türk ekonomisi için değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu değerlendirme için öncelikle yaratıcı ekonomi ve kamu politikası ile ilgili teorik çerçeve incelenmiştir. Konuyu objektif açıdan değerlendirmek amacıyla hem yerli hem yabancı verilerden faydalanılmıştır. Çalışmanın araştırma kısmında Türkiye’de yaratıcı ekonominin mevcut ekonomi içerisindeki durumu incelenmiş, diğer OECD ülkeleriyle karşılaştırılmış, yürütülen kamu politikalarını açıklamak için resmi plan, program ve faaliyet raporları ele alınmıştır. Çalışmanın sonucunda daha derin araştırma ve kapsayıcı politikaların yapılması gerekli olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kamu Politikası, Yaratıcı Ekonomi, Yaratıcı Endüstriler, Türkiye, COVID-19

ABSTRACT

The role of the state and its public policies is of great importance in solving the emerging problems and determining the development path of the country. Today, the concept of "creative economy" was introduced in order to add economic value to creativity and to grow the economy faster. This economy model consists of sectors based on intellectual property. It is indicated that it will provide growth, employment, innovation and world-wide competitiveness in the economy. In the last fifteen years, this trend has attracted great attention in international arena. Both of developed and developing countries undertake public policies in this direction for the development of their economies. Since this issue is new in Turkey, it is seen that new steps have been taken by both academics and public institutions.

In this research, it is aimed to asses the importance of creative economy for the Turkish economy. For this evaluation, first of all, the theoretical framework related to creative economy and public policy has been examined. In order to asses the subject from an objective point of view, both domestic and foreign data were used. In the research part of the study, the current situation of the creative economy in Turkey was examined, compared with other OECD countries, and official plans, programs and activity reports were discussed to explain the public policies carried out. As a result of the study, it was seen that deeper research and inclusive policies were necessary.

Keywords: Public Policy, Creative Economy, Creative Industries, Turkey, COVID-19

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo Nr.	Tablo Adı	Sayfa Nr.
1	Howkins'in Sınıflandırması.....	6
2	Sanayi Ekonomisinden Yaratıcı Ekonomiye Geçiş.....	13
3	Küresel Yaratıcılık Endeksi: 3T.....	18
4	Yaratıcı Girdiler Listesi.....	19
5	Yaratıcı Çıktılar Listesi.....	21
6	Pandemi Döneminde Yaratıcı Ekonomi.....	33
7	Politika Araçları.....	46
8	Süreç Modeli Aşamaları.....	49
9	Yaratıcı Ekonomi: Kodlama ve Sınıflandırma.....	56
10	Yaratıcı Ekonomi Karşılaştırılması.....	58
11	Yaratıcı Endüstriler Ayrıntılı.....	59
12	Ekonomi Faaliyetlerin ISIC Rev. 4 kodlaması.....	64
13	Toplam Ekonomide Katma Değer Oranı (%).....	65
14	OECD: Yaratıcı Endüstriler Ayrıntılı (milyon dolar).....	65
15	OECD Ülkelerindeki Yaratıcı Endüstrilerde İstihdam.....	66
16	Yaratıcı Ürünlerin İhracatı ve İthalatı (HS 2007) (bin dolar).....	68
17	2022 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı'nda Yaratıcı Endüstrilere Yönelik Faaliyetler.....	73

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil Nr.	Şekil Adı	Sayfa Nr.
1	DMCS Yaratıcı Endüstrileri.....	5
2	UNCTAD Sınıflandırması.....	10
3	UNESCO Kültür Ekonomi Sınıflandırması.....	11
4	Küresel İnovasyon Endeksi.....	22
5	Hong Kong Yaratıcılık Endeksi.....	25
6	Telif Hakkı Konseptinin Aşamaları.....	31
7	Kamu Politikası Döngüsü.....	47
8	Ekonomik Faaliyetlere Göre Yaratıcı Ekonomi.....	57

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik Nr.	Grafik Adı	Sayfa Nr.
1	Ciro ve Katma Değer.....	61
2	Katma Değeri Oranı.....	62
3	Yaratıcı Endüstrilerde İstihdam.....	62
4	Emek Verimliliği (TL).....	63
5	OECD Ülkelerinde Yaratıcı Endüstrilerin Katma Değeri (milyon dolar) (2018).....	64
6	Yaratıcı Ürünler: İhracat ve İthalat Karşılaştırması (bin dolar).....	70

KISALTMALAR LİSTESİ

ADB	: The Asian Development Bank
BJAST	: Beijing Academy of Science And Technology
BJSS	: Beijing Academy of Social Sciences
BİT	: Bilgi ve İletişim Teknolojileri
CCEI	: Centers for Creative Economy and Innovation
CCI	: Centre of Excellence in Creative Industries and Innovation
CEA	: Creative Economy Agency
CEL	: Culture Creation and Convergence Belt
COVID-19	: Coronavirus Disease 2019
Çev.	: Çeviren
DCMS	: The Department for Digital, Culture, Media & Sport
DMPED	: Deputy Mayor for Planning And Economic Development
DVD	: Digital Versatile Disc
DTL	: Dijital Türk Lirası
Ed.	: Editör
EIU	: The Economist Intelligence Unit
ESBİS	: Esnaf ve Sanatkâr Bilgi Sistemi
GaWC	: The Globalization and World Cities Research Network
GIRVAK	: Türkiye Girişimcilik Vakfı
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
IMF	: The International Monetary Fund
INSEAD	: Institut Européen Administration des Affaires
ITC	: International Trade Centre
KİE	: Küresel İnovasyon Endeksi
MPI	: Martin Prosperity Institute
NACE Rev. 2	: Statistical Classification of Economic Activities
NTG	: Northern Territory Government
ODMPED	: Office of The Deputy Mayor for Planning And Economic Development
OECD	: The Organisation for Economic Co-operation and Development
PCCE	: The Presidential Committee on Cultural Enrichment
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
T.C. CSBB	: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı
T.C. GSB	: T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

T.C. STB	: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
T.C. TB	: T.C. Ticaret Bakanlığı
TCNSLC	: The Creative Nova Scotia Leadership Council
TDK	: Türk Dil Kurumu
TL	: Türk Lirası
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TUCBS	: Türkiye Ulusal Coğrafi Bilgi Sistemi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu'un
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
UNCTAD	: United Nations Conference on Trade and Development
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
vb.	: ve benzeri
vd.	: ve diğerleri
vs.	: vesaire
WIPO	: World Intellectual Property Organization
YTB	: Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı
YVE	: Yaratıcı Verimlilik Endeksi

GİRİŞ

Ülkeler meydana gelen sorunlarını ortadan kaldırmak amacıyla kamu politikaları geliştirmektedirler. Geliştirilen kamu politikaları bir takım meselelerle sınırlı olmayıp gelecekteki bir takım hedefler ve gelişmelere yönelik de olabilmektedir. Bu hedefler ve gelişmelerden biri de ülkenin ekonomik kalkınma ve büyümeye yönelik politikalarıdır.

Sanayi toplumları günümüzde benzer üretim bantlarına, araçlarına sahiptirler. Küresel rekabet firmaların piyasada daha etkin olabilmelerini sağlamak için insan faktörünü çıkarmıştır ve insanın yerine makineler tercih edilmeye başlamıştır. Böylece insan gücüne git gide daha az ihtiyaç duyulduğu gözlenmektedir. Yakın gelecekte bazı mesleklerin kaybolacağı ve birçok insan iş yerlerini kaybedeceğini tahmin edilmektedir. Bunu öngören gelişmiş ülkeler, İngiltere başta olmak üzere, tedbir olarak “yaratıcı ekonomi” kavramını ortaya koyup bu yönde kamu politikalarını yürütmeye başlamışlar.

Yaratıcı ekonominin kaynağı bireysel yaratıcılık, yetenek ve becerilerdir ve onların fikri mülkiyetin kullanımıyla refah, istihdam yaratılması ve uluslararası ticarete rekabet gücünün artırılması öngörülmektedir. Anlaşıldığı üzere, yapay zekada bulunmayıp insana has yaratıcılık baz alınmaktadır. Yaratıcı ekonomi yazılım, sanat, el sanatları, antika, mimari, reklamcılık ve pazarlama, müzik, film, video oyunları, oyuncak, görsel sanatlar, müze, kütüphane, moda, tasarım, yayıncılık gibi yaratıcı endüstrilerden oluşmaktadır. Yaratıcı ekonomi modeli sayesinde istihdam, yenilik, yeni alanlar ve ürünlerin yaratılması ve onların doğrudan ya da dolaylı olarak ekonomiye olumlu şekilde yansması beklenmektedir (O’Dair, 2019: 5).

Yaratıcı ekonomi konusu nispeten daha yeni bir konu olarak görülmektedir. Fakat uluslararası platformda hem akademisyenler hem siyasiler tarafından büyük ilgi görmektedir. Birleşmiş Milletler tarafından bu konu üzerinde aktif faaliyetlerin yürütülmesi ve 2021 yıl Sürdürülebilir Kalkınma için Uluslararası Yaratıcı Ekonomi Yılı olarak ilan edilmesi ve bu yönde Türk Hükümeti’nin faaliyetler göstermeye başlaması, bu çalışmanın konusunun aktüalitesini artırmaktadır. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ülkeleri de ekonomilerinin kalkınması için yaratıcı ekonomiyi önemli bir bileşeni olarak görmektedirler. Bu yönde stratejik programları oluşturup kamu politikalarını uygulamaktadırlar ve bazıları olumlu sonuçları sergilemektedir.

Bu çalışmanın amacı bir kamu politikası olarak yaratıcı ekonomi etkinliğini ve gelecekteki önemini Türkiye açısından ortaya koymaktır. Bu amaca ulaşabilmek için nicel ve nitel araştırma

yöntemleri kullanılacaktır. Konuyu objektif açıdan değerlendirebilmek için hem yabancı hem yerli kaynaklar ele alınmıştır.

Yaratıcı ekonomi kavramı ve yaratıcı endüstrilerin sınıflandırılması tartışmaya açık konudur. Ülke ve kurumlara göre değişiklik gösterdiği bilinmektedir. Çalışmanın birinci bölümünde yaratıcı ekonomi kavramı, onun ortaya çıkışı ve sınıflandırılması farklı açılardan ele alınacaktır. Bu terimi kavramak için geliştirilen ve yaratıcılığı ölçmek için kullanılan farklı yaklaşımlar, yaratıcı ekonominin gelişimini etkileyen faktörler gözden geçirilecektir. Ayrıca son iki yılda yaşanan COVID-19 salgını sürecinde yaratıcı endüstrilere olan etkiler incelenecektir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise kamu politikası kavramı, onun önemi, süreci, kamu politikasını etkileyen aktörler, kamu politikaların kullandığı araçlar ve analizi için kullanılan modeller ortaya konulacaktır. Özellikle yaratıcı ekonomi açısından gerekçelere, Kore ve Şanghay'da uygulanan kamu politikalarına yer verilecektir.

Üçüncü bölümde yaratıcı ekonominin Türkiye ve diğer OECD ülkelerinin ekonomilerindeki yeri, önde gelen yaratıcı endüstriler ve bu yönde Türk kamu kurumları tarafından yürütülen kamu politikaları ele alınacak. Bunun için Türkiye İstatistik Kurumu, Uluslararası Ticaret Merkezi'nin (ITC), OECD platformunda bulunan veriler ve kalkınma programları ve yayımlanan faaliyet raporları üzerinden değerlendirme yapılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. YARATICI EKONOMİ

Yaratıcı ekonomi son yıllarda büyük ilgi görmektedir. Bunun üç ana sebebi vardır. Birincisi, hızlı büyüme potansiyeline sahip olması; ikincisi, yenilik ve refahla yüksek seviyede ilişkilendirilmesi ve üçüncüsü olarak uluslararası ticarete ülkelerin rekabetine katkı sağlamasıdır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı [T.C. STB], 2021:3).

Yaratıcı ekonomi kavramı ele alındığında farklı alanlardan açıklamalar olduğunu ve bir konsensusa varılmadığı görülmektedir. Anlaşıldığı üzere yaratıcı ekonominin ana konusu yaratıcılıkla ilişkilidir. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı'nın (UNCTAD) açıklamasına göre “yaratıcılık” kelimesi orijinallik, hayal gücü, ilham, marifet ve buluculuk ile ilişkilidir. Yaratıcılık, bireylerin hayal gücünü bilim ile bağdaştırarak kendini ifade etmesidir, işte bu entelektüel sermayenin özüdür (United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], 2008: 3).

Yaratıcı ekonomi yaratıcı endüstrilerden oluşmaktadır. Son yıllarda yaratıcı endüstrilerin yapısal özelliklerini anlamak için farklı sınıflandırma yöntemleri ortaya koyulmuştur. Bu bölümde farklı tanım ve sınıflandırma sistemleri ele alınacaktır. Her tanım ve sınıflandırma modelinin amacı, işleyiş şekli ve belirli mantığı vardır (UNCTAD, 2008:12).

1.1. Yaratıcılık

Yaratıcılık kavramı hakkında tek görüş veya tanım yoktur. Farklı alanlarda farklı şekilde tanımlanmaktadır. Yaratıcılık kavramı ele alındığında, Latince’de ortaya bir şey koymak, üretmek anlamını taşıyan ‘creare’ fiilinin olarak bilinmektedir. Yaratmak fiilinin insanoğlu tarafından yapıldığına dair ilk kaynak Adolphus Ward’ın bir tiyatro tarihi kitabında yer aldığı bilinmektedir (T.C. STB, 2021:11).

Türk Dil Kurumu’nun sözlüğüne bakıldığında yaratıcılığı şöyle tanımlanmaktadır: “her bireyde var olduğu kabul edilen, bir şeyi yaratmaya iten farazi yatkınlık” (Türk Dil Kurumu [TDK], 2021).

Literatüre bakıldığında yaratıcılıkla alakalı bir çok tanım mevcut olduğu görülmektedir (Karakuş, 2001: 4; Onur ve Zorlu, 2017: 1547; Özyaprak, 2016: 70):

- Maslow’a göre yaratıcılık her insanın içinde var olan ilhamlar sonucunda ortaya getirdiği subjektif bir deneyimdir;
- Guilford, yaratıcılığı düşünmenin akıcılık ve esnekliği ve aynı zamanda özgünlük, sorunlara duyarlı olma durumu, yeni bir şekilde tanımlama, çok alternatifli sonuca götürebilen yeti olarak tanımlamış;
- Karakuş’a göre, yaratıcılık, probleme karşı duyarlılık, çözümü aramak, probleme alakalı çok alternatifleri ortaya koymak, problemi kendine sınırları koymadan çok geniş bir şekilde ele almak, çok farklı bakış açılardan yeni fikirleri üretmek olarak tanımlanabilir;
- Onur ve Zorlu’ya göre, yaratıcılık, tüm insanlarda mevcut, düşünürken kullanılan, duygular, düşünsel, farkındalık ve zihinsel becerilerin tümü ile meydana gelen bir yetenektir.

İngiliz yazar ve medya yöneticisi John Howkins’e göre yaratıcılığın iki türü vardır: birincisi, insanın kendi kendisini şahıs olarak geliştirmesi; ikincisi ise ortaya bir şey koyması, yani ürün üretmesidir. Birincisi insanlığın evrensel bir özelliği olarak tüm toplumlarda ve kültürlerde vardır. İkincisi ise yeniliğe, bilime ve teknolojik gelişime ve fikri mülkiyet haklarına daha fazla değer veren endüstriyel toplumlarda daha güçlüdür (Howkins, 2007: 24-26).

Yaratıcılık kapsamlı şekilde UNCTAD’ın çalışmalarında incelenmiştir. Bu çalışmalarda yaratıcılık hakkında bir fikir olmadığı ama yaratıcılığın sanatsal, bilimsel ve ekonomik türlerinin var olduğu ve onların teknolojik yaratıcılıkla bağlantılı olduğu söylenmektedir (UNCTAD, 2008: 9-10):

- Artistik yaratıcılık, metin, ses ve görüntülerden yeni orijinal fikirleri üretmek, hayal edebilmek ve dünyayı farklı yollarla yorumlamaktır;
- Bilimsel yaratıcılık, merak etme, problem çözmek için deney yapma ve problemleri çözmede yeni bağlantıları oluşturma isteğini kapsar;
- Ekonomik yaratıcılık, inovasyon teknolojiye, iş uygulamalarına, pazarlamaya vb. ışık tutan dinamik bir süreçtir. Ekonomideki rekabette avantaj sağlar.

Bu tanımlardan yaratıcılık hakkında şöyle sonuç çıkarılabilir: herkesten farklı düşünmek, çoğunluk tarafından kabul gören çözümlerden farklı alternatif sunmak, farklı şeyleri ortaya koymak, orijinal ve yeni şeyleri ortaya koyan süreçtir. Günümüzde, dünya hızlı şekilde değişmektedir. Bu sebeple rekabet koşulları birey ve örgütlerden orijinal ve yeni kararları sunabilmesi için yaratıcı düşünme yetisini geliştirmesine teşvik etmektedir. Yaratıcılık, toplumların farklılaşmaları için değerler kazandırmaktadır. Eksiklere duyarlı olmak ve bu eksiklere yönelik fikir ve varsayımları oluşturmak, varsayımların denenmesi, gerekirse düzeltip yeniden uygulanması ve meydana gelen sonucu hem bilimsel açıdan hem sanatsal açıdan yaratıcılığı tanımlar özelliğidir (Esen, 2016: 9).

1.2. Kültür, Medya ve Spor Departman'ın (DCMS) Tanımı ve Sınıflandırması

Yaratıcı ekonomi kavramı ilk defa yaratıcı endüstri olarak 1994 yılında ‘‘Yaratıcı Ulus’’ raporunda Avustralya’da dile getirilmiştir (Ekinci Hamamcı, 2020: 3982). Sonradan İngiliz Hükümeti tarafından kabul edilip konsepti oluşturulmuştur. İngiliz Hükümeti’nin Kültür Medya ve Spor Departmanı yaptığı tanıma göre yaratıcı endüstrilerin özünde bireysel yaratıcılık ve becerileri içeren, fikri mülkiyet hakkının edinilmesi ve kullanılması yoluyla, refah seviyesinin artırılması ve yeni meslek alanları yaratmaya dayalı iş potansiyeli olan endüstrilerdir (Büker, 2017: 434). Ekonomiye katkılarını değerlendirmek ve gelişimlerini sağlamak adına politika oluşturmak için 1998 yılında İngiltere’nin DCMS tarafından ‘‘Yaratıcı Endüstriler Haritalama Belgesi’’ adlı çalışma yayınlanmıştır. Bu  alışma 2001 yılında tekrar yayınlanmış ve ulusal düzeyde başlayıp yerel düzeye kadar yaratıcı endüstrilerin politika oluşturmalarında dikkate alınması gerektiği söylenmiştir (O’Dair, 2019: 5).

1998 yılında yayımlanan Haritalama Belgesi’nde 13 yaratıcı endüstri yer almışsa da yapılan değişiklerden sonra şekil 1’de gösterildiği gibi 2014 yılında yeniden belirlenmiş ve 9 yeni yaratıcı endüstri oluşturulmuştur. DCMS 2002 yılından başlayıp bu endüstrilere her türlü istatistiksel verileri ve çalışmaları paylaşmakradır (T.C. STB, 2021: 13).

şekil 1: DCMS Yaratıcı Endüstrileri



Kaynak: T.C. STB, 2021: 13

1.3. Howkins'in Tanımı ve Sınıflandırması

Yaratıcı ekonomi kavramı olarak ilk defa 2001 yılında İngiliz yazar ve medya yöneticisi John Howkins'in "Yaratıcı Ekonomi: İnsanlar Fikirlerinden Nasıl Para Kazanabilir" adlı kitabında yer almaktadır. Howkins yaratıcılık ve ekonomi arasındaki ilişkiyi bağdaştırmaya çalışmış ve yaratıcı ekonomi kavramını geniş çapta kullanarak on beş türde yaratıcı endüstriyi kapsadığını ve bunun sanattan başlayıp daha geniş bilim alanları ve teknolojiye uzanabildiğini söylemektedir. Daha önce belirtildiği gibi Howkins'e göre yaratıcılığın iki türü vardır: birincisi, insanın kendi kendisini şahıs olarak geliştirmesi; ikincisi ise ortaya bir şey koyması, yani ürün üretmesi. Birincisi insanlığın evrensel bir özelliğidir ve tüm toplumlarda ve kültürlerde vardır. İkincisi ise yeniliğe, bilime ve teknolojik gelişime ve fikri mülkiyet haklarına daha fazla değer veren endüstriyel toplumlarda daha güçlüdür (UNCTAD, 2008: 15; Howkins, 2007: 7-10; Dinsever Önde, 2017: 9). Howkins'e göre yaratıcı ekonomi yaratıcılıktan kaynaklanan ve ekonomik değeri olan ekonomik bir mal veya hizmete sahip yaratıcı ürünlerin işlemleridir (The Creative Nova Scotia Leadership Council [TCNSLC], 2012: 13).

Howkins (2007: 107), yaratıcı ekonomiyi oluşturan endüstrileri farklı biçimde sınıflandırarak, kendisinin yaptığı sınıflandırmanın piyasalar baz alınarak yapıldığını, insanların fikirlerini nasıl sattıklarına ve satın aldıklarına konsantre olmak gerektiğini ve bunu da piyasa en iyi biçimde yansıttığını söylemektedir. Ona göre piyasalar arz ile talepleri yansıttığı için ülkelerin piyasalarını kıyaslama imkan doğacaktır. İngiltere'nin yaptığı yaratıcı endüstriler sınıflandırması her ülkenin koşullarına göre şekillenebileceğini ileri süren Howkins'in oluşturduğu sınıflandırma Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Howkins'in Sınıflandırması

Endüstri	Açıklama
Reklamcılık	Bir telif hakkı işi olmaktan, hem bir telif hakkı hem de bir ticari marka işine dönüşüyor.
Mimarlık	Mimarlar, savunma, eğitim, sağlık ve gıdadan sonra dünyanın en büyük beşinci sektörü olan yapı ve inşaat sektörünü besleyen yaratıcılığı sağlar.
Sanat	Sanat pazarı, yalnızca benzersiz veya nadir olan orijinal eserlerle ilgilenmesi bakımından farklıdır. Çoğu endüstri mümkün olduğu kadar çok yeni kopyayı çoğaltmaya ve satmaya çalışırken sanat satıcıların amacı nadirliği öne sürmektir.
El sanatları	El sanatları iki ayrı piyasada gelişir: sanat galerilerinde sergilendiği ve müzayedede satıldığı sanat piyasasında ve ayrıca çok daha büyük turizm ve eğlence pazarlarında.

Tablo 1: (devamı)

Endüstri	Açıklama
Tasarım	Kullanıcıların ve üreticilerin karşılıklı faydası için ürün ve sistemlerin işleyişini, değerini ve görünümünü optimize eden terim ve özelliklerin oluşturulması ve geliştirilmesi.
Moda	Tasarımcı modası küçük olmasına rağmen yoğun rekabet içinde olan iştir: sanat, el sanatları, tasarım, üretim, perakendecilik ve reklamın değişkenlerden oluşan bir karışımıdır. Boyutuyla orantısız bir etkisi olan küresel tekstil ve giyim sektörünün en görünür ucudur.
Film yapımcılık	Film, başarının hızla gelebileceği ve bir başarının yeterli olabileceği bir sektördür (müzik ve yazı diğerleridir). Bu sektör dört ana sektörden oluşmaktadır: Amerikan üretimi; diğer ulusal üretim; Amerika'ya ait küresel dağıtım şirketleri; sinemaları, TV kanalları ve DVD satış noktalarına sahip binlerce yerel şirketler.
Müzik	Müzik, yaratıcı ürünlerin en soyutudur. Bu sektör dört ana sektörü içermektedir: 1) besteleme 2) verim 3) yayınlama 4) ses kayıtları.
Performans sanatları	Sahne sergilenen her türlü performansı içerir. Dünyada en büyüğü olan ve iyi bilinen yapılarından küçük yerel mekanın yönetimine kadar her alanı içerirler. Aktiviteler şunları içerir yazma, yapımcılık, oyuncu seçimi, yönetmenlik ve performans becerileri; tasarım, aydınlatma ve ses; kostüm; set yapımı; pazarlama; yönetim.
Yayıncılık	Müzik yayıncılığı gibi kitap ve süreli yayıncılık, gazeteler nispeten yerel kalsa da, küresel holdinglerin ortaya çıkmasına tanık olmuştur. Elektronik yayıncılık, özellikle İnternet'in arkasında hızla büyüdü ve elektronik yayıncılığın ne ölçüde dergi yayıncılığının bir uzantısı, bilgisayar yazılımı işinin bir parçası veya başlı başına bir endüstri olduğu net değildir.
Ar-Ge	Bu bölümde şirketler, üniversiteler ve araştırma kuruluşları tarafından yürütülen bilimsel ve teknik Ar-Ge faaliyetleri ele alınır. Ar-Ge bir patent işidir. Her Ar-Ge bir patentle sonuçlanmaz, ancak neredeyse tüm patentler Ar-Ge'den doğar veya başarılı bir başvuru hazırlamak için bir Ar-Ge unsuruna ihtiyaç duyar. Aynı zamanda, ikincil olarak, bir telif hakkı işidir. Sektör birkaç yolla ölçülebilir: en yaygın olarak kullanılan ikisi Ar-Ge harcamaları ve verilen patent sayısı.
Yazılım	Bilgisayar programlarının tasarımı ve yazımı yaratıcı olduğu nettir. Her tür yazılımı ilgili kategoriye dahil etmek mantıklı olabilir; böylece endüstriyel bir süreç için yazılım yapımı ve satışı Ar-Ge'ye dahil edilecek ve bilgisayar destekli tasarım tasarımı dahil edilecekti.

Tablo 1: (devamı)

Endüstri	Açıklama
Oyuncak ve oyunlar (video oyunlar dahil)	Oyuncak ve oyunların tasarımı, üretimi ve satışı, TV ve video oyunlarının büyümesinden etkilenmiştir. Bir oyuncak veya oyun, birkaç tür fikri mülkiyet için uygundur. Adı ticari marka olabilir ve tasarımı ve sanatsal unsurları telif hakkı ile korunmaktadır.
Televizyon ve radyo yayıncılık	Teknik terimlerle, yayıncılık, seslerin ve resimlerin hava yoluyla evlere gönderilmesinden oluşan oldukça spesifik ve basit bir iştir. Radyo ile başlayıp şimdilerde televizyonla devam etmektedir. İçerik açısından TV, yarım yüzyılda ilgi çekici bir teknik cihazdan dünyanın en popüler eğlence şekline dönüşmüştür.
Bilgisayar oyunları	Bu sektör üç ana sektörü kapsamaktadır: tescilli konsollara ve yazılımlara sahip konsol bazlı oyunlar; bilgisayarda oynanabilen CD ve DVD oyunları; ve çevrimiçi oyunlar.

Kaynak: Howkins, 2007: 108-139

1.4. Birleşmiş Milletler'in Tanımı, Sınıflandırması ve Yaratıcı Ekonomi ile Yaratıcı Endüstriler İlişkisi

Yaratıcı ekonominin gelişmesine Birleşmiş Milletler'in yaptığı katkı büyüktür. Yapılan araştırmalar, yayınlar, düzenlenen konferanslar yaratıcı ekonominin özünü, potansiyelini değerlendirmede büyük öneme sahiptir. Birleşmiş Milletler Genel Sekreterliği (2019) 2021 yıl Uluslararası Yaratıcı Ekonomi ve Sürdürülebilir Kalkınma Yılı olarak ilan etmiştir. UNCTAD bu konuları ele alıp inceledikten sonra 2008 yılında Yaratıcı Ekonomi Raporu'nu yayınlamıştır. Bu raporda yaratıcı endüstri ve yaratıcı ekonomiye ilişkin açıklamalar yapılmıştır.

Birleşmiş Milletler Brezilya'da 2004 yılında gerçekleşen "UNCTAD XI Konferansı'nda yaratıcı endüstriler kavramı uluslararası ekonomi ve kalkınmada yer almasında büyük katkıda bulunmuştur (UNCTAD, 2008: 12). UNCTAD, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ortaklaşa yürüttüğü çalışmaların neticesinde "Yaratıcı Ekonomi" raporları ortaya koyulmuştur. Bu çalışmalar yaratıcı ekonomiye uluslararası ticarete yer almasına ve bu sektörlerin ekonominin içindeki yerini ve işleyiş şeklini anlamak ve tanımlamak için büyük rol oynamaktadır (UNCTAD, 2008: 5; 2010: 12; United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], 2013: 15).

UNCTAD, yaratıcı endüstrileri yaratıcılık ve entelektüel sermayeyi ana kaynak olarak görülen ürünleri ve hizmetleri ortaya koyma, üretme ve dağıtım aşamalarını kapsayan bir işlem olarak tanım

vermektedir (UNCTAD, 2008: 13). Bu endüstrilerin çekirdeği sadece sanatla sınırlı kalmayıp ticaret ve telif haklarından gelir oluşturan bilgi bazlı faaliyetleri içermekte ve yaratıcı içerikli, ekonomik değeri olan ve piyasa hedefli somut ürünler, entelektüel ya da sanat hizmetlerini kapsamaktadır (United Nations Industrial Development Organization [UNIDO], 2014: 7).

Buna benzer tanımı UNESCO da vermiştir: “bireysel yaratıcılık, yetenekleri baz alan refah ve yeni iş yeri yaratma potansiyeli vardır ve fikri mülkiyet oluşturabilen ve bunları işleten tüm sektörlerdir”. Sanayileşmiş ve gelişmekte olan devletlerin hem iktisadi hem kültürel kalkınmasına olan etkiyi ileri sürmektedir (UNIDO, 2014: 7). Bun tanımlardan yola çıkarak yaratıcı endüstrileri inovasyona dayalı araştırma ve yazılımı geliştirmek için faaliyetlerle, kültür endüstrilerden kaynaklı ürün ve hizmetleri kapsayan geniş ürünlerin dizisi olarak tanımlanabilir.

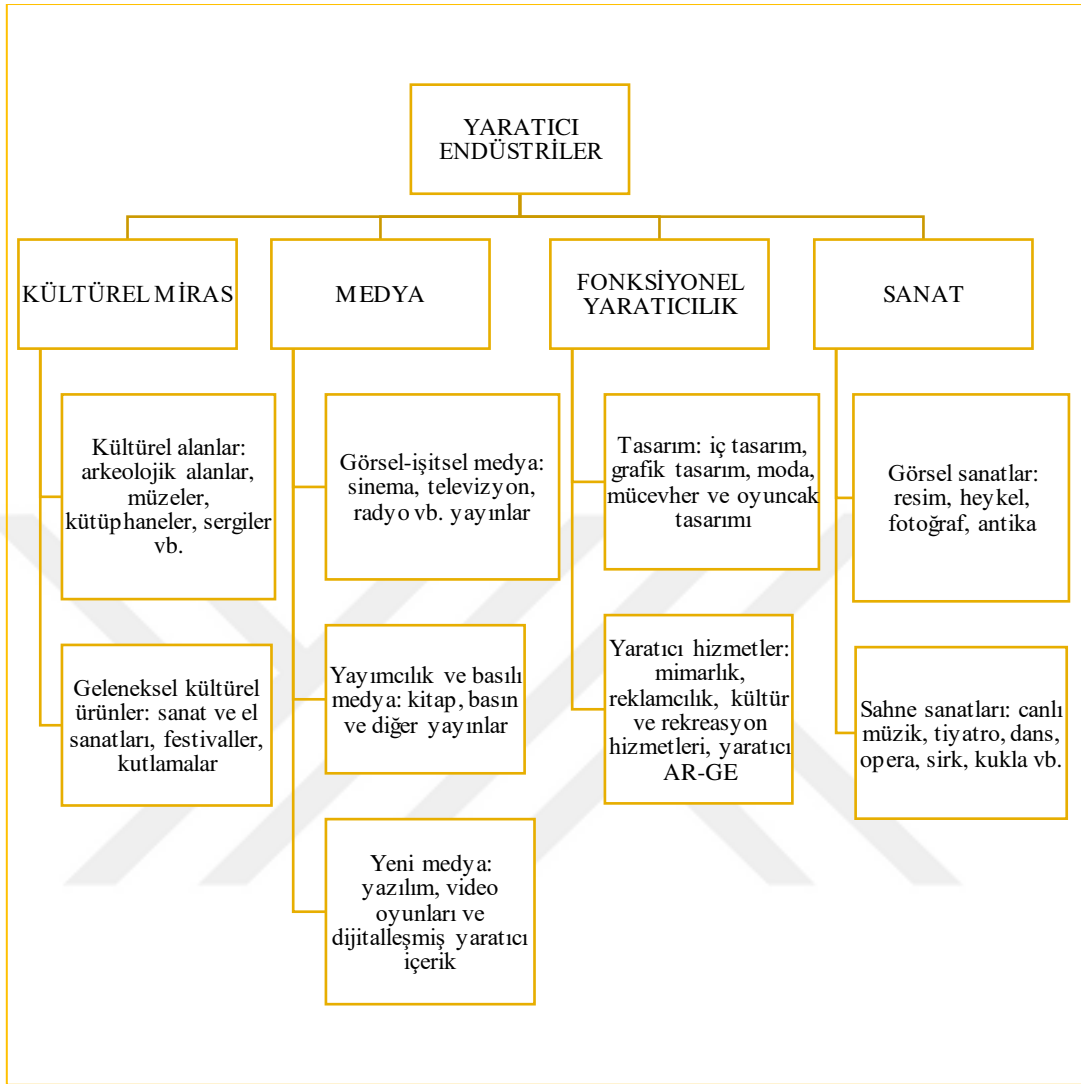
Yaratıcı endüstriler farklı küçük sektörlerden oluşan faaliyetleri kapsar. Özelliklerine göre dört ana gruba ayrılmıştır: kültürel miras, medya, sanat ve fonksiyonel yaratıcılık. Birleşmiş Milletler yaratıcı ekonominin önemini ileri sürerek, gelişmekte olan ülkeler için bu konuya yönelik projeleri desteklemekte ve insan odaklı büyümeyi teşvik etmektedir (UNCTAD, 2010: 17).

UNCTAD’a göre yaratıcı ekonomi yaratıcılık bazlı, ekonominin büyümesi ve gelişmesi için potansiyeli olan bir konseptir. Yirminci yüzyılın son on yılında ortaya çıkan yaratıcı ekonomi kavramı - ekonomi, kültür, bilim ve teknoloji arasındaki senteze dayalı bir ekonomik sistem olarak giderek artan sayıda bireyin ve kuruluşun yaratıcılık gelişimin motoru olduğunu ifade etmektedir (Guilherme, 2017: 1). Yaratıcı ekonomi şu özelliklere sahiptir (UNCTAD, 2010: 10):

- Gelir elde edebilmesini, yeni iş yerleri oluşturmaması, ihracatın yükselmesini sağlar ve aynı zamanda kültür çeşitliliği, sosyal integrasyonu ve insanların gelişmesini teşvik eder,
- Teknoloji, fikri mülkiyet ve turizm integrasyonunda olan ekonomik, kültürel ve sosyal yönleri kapsar,
- Kalkınma boyutu olan, makro ve mikro seviyelerde genel ekonomiyle kesişen bağlantılara sahip, bilgiye dayalı bir ekonomik faaliyetler dizisidir,
- Yenilikçi kamu politikası gerektiren uygulanabilir bir geliştirme seçeneğidir. Yaratıcı ekonominin çekirdeği yaratıcı endüstrilerdir.

Yaratıcı ekonomi ve yaratıcı endüstriler arasında bir fark vardır - yaratıcı ekonomi kavramı yalnızca yaratıcı endüstri sektörünün izlediği yolu izlemekle kalmaz, aynı zamanda diğer alanlara da yayılarak ekonomik bir ekosisteme yaratıcı katkılar sunar (Hartley vd., 2012: 56). UNCTAD’a göre yaratıcı ekonomi daha kapsayıcıdır ve yaratıcı endüstriler yaratıcı ekonominin merkezidir (UNCTAD, 2008: 4). UNCTAD’ın sınıflandırması Şekil 2’de gösterilmiştir.

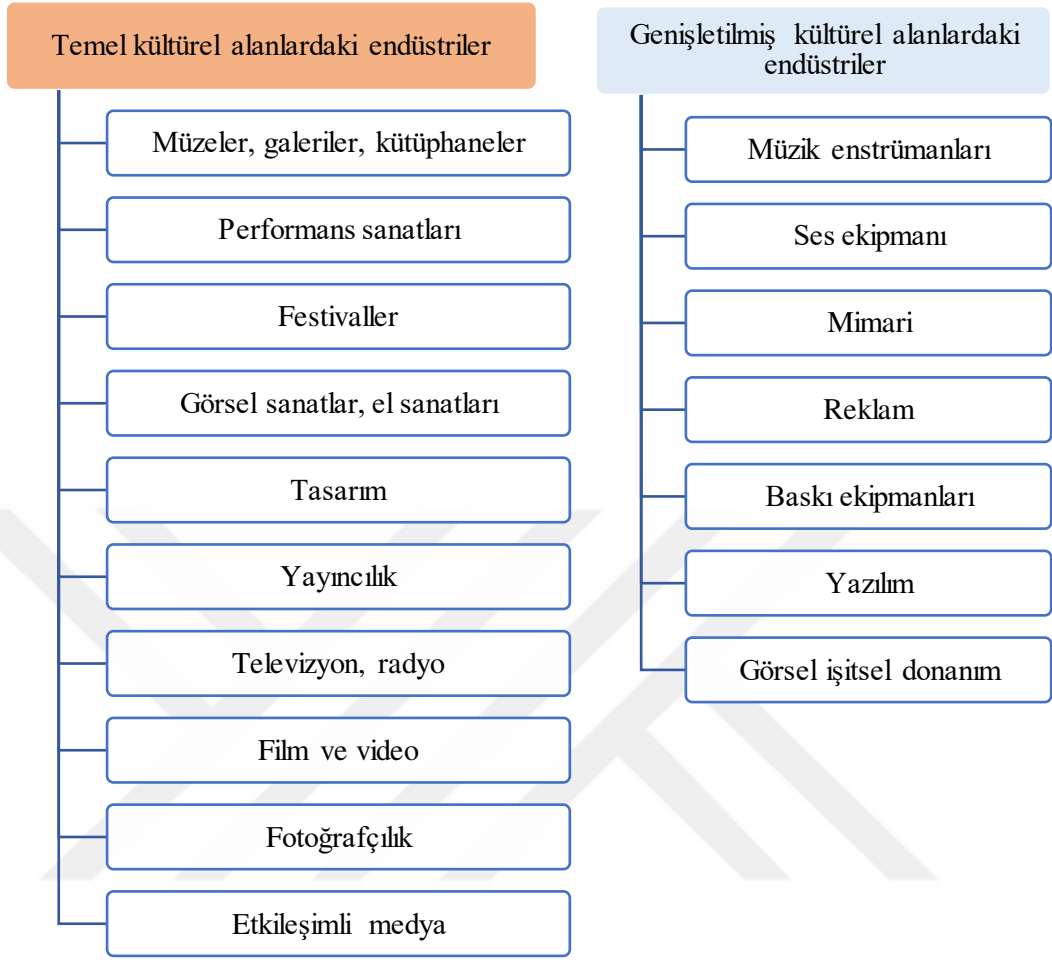
Şekil 2: UNCTAD Sınıflandırması



Kaynak: T.C. STB, 2021: 16; UNCTAD, 2008: 14

UNESCO'nun 2013 yılında yayınladığı Yaratıcı Ekonomi Raporu'nda yaratıcı ekonomi ile alakalı kavramlar ele alınmış ve kavram olarak "kültür ekonomisi" tercih edilmiştir. UNESCO'ya göre kültür ve ekonomi arasındaki etkileşimi merkeze alan bakış açısı, "kültürel ekonomi" kavramında da ifade edilmiştir. Bu bakış açısı önem taşır; çünkü kimliklerin ve yaşam tarzlarının mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi ile nasıl iç içe geçtiğini ortaya koyarak, kültürün daha geniş olarak yaşam tarzlarının içerdiği bir anlayıştır. Özellikle "ekonomi" sosyal ve kültürel bağlantı süreçleriyle ilgili olduğunu da kabul eder. Bu anlamda ekonominin kendisinin de kültürün bir parçası olduğunu hatırlatmaktadır. Kültür ekonomisinin sınıflandırması UNESCO Kültürel İstatistikler Çerçevesi'nde aşağıdaki Şekil 3'te gösterilmiştir (UNESCO, 2015: 24-25).

Şekil 3: UNESCO Kültür Ekonomisi Sınıflandırması



Kaynak: UNESCO, 2013: 22

1.5. Farklı Ülke, Kuruluş ve Türkiye’de Verilen Tanımlar

Avrupa Birliği yaratıcı ekonomileri kültürel ve yaratıcı endüstriler olarak adlandırılmakta ve şu şekilde tanımlanmaktadır: kültürel değerler, kültürel çeşitlilik, bireysel ve/veya toplu yaratıcılık, yeteneği baz alan; başta entelektüel sermaye yoluyla sosyal ve ekonomik değerler aracılığıyla yenilik, refah ve istihdam yaratma potansiyeli güçlü olan endüstrilerdir (Boix -Domènech ve Rausell-Köster, 2018: 21).

Küresel bir denetim, vergi, finansal hizmetler ve danışmanlık yapan Deloitte şirketinin Yaratıcı Ekonominin Geleceği adlı raporuna göre yaratıcı ekonomi, fikri mülkiyetin üretimini ve kullanımını yönlendiren bireysel yaratıcılık yoluyla refah ve istihdam yaratılmasıyla ayırt edilen çok çeşitli meslekleri içeren bir ekosistemdir (Deloitte LLP, 2021: 5).

Yaratıcılığa uzun zaman düşük ve orta gelirli ülkeler tarafından gerekli önem verilmemiş, bunun farkına varan yüzden fazla ülkenin farklı seviyelerinde kalkınma planında yer almak la birlikte, yaratıcı ekonomi kavramı farklı ülkelerde farklı şekilde adlandırılıp ve tanımlanmaktadır (TCNSLC, 2012: 17, Runde ve Metzger, 2019: 6).

Tayvan “Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler Geliştirme Yasası” (2019)’na göre yaratıcı ekonomiyi kültürel ve yaratıcı endüstri olarak adlandırmaktadırlar ve şöyle tanım vermektedirler: yerel halkın estetik düzeyini artırmanın ve yaşam ortamlarını iyileştirmenin aynı zamanda refah ve iş fırsatları yaratmak için fikri mülkiyeti kullanma potansiyeline sahip, yaratıcılık veya kültürel birikimden kaynaklanan endüstrilerdir.

Columbia Bölgesi için yapılmış Yaratıcı Ekonomi Stratejisi’ne göre yaratıcı ekonomi, genellikle büyümeyi yönlendirmek için yaratıcılık, yenilikçilik ve bilgiden yararlanan ekonomik faaliyet olarak tanımlanır. Yaratıcı Ekonomide kuruluşlar çeviktir ve ürünlerde ve dağıtım yöntemlerinde yenilikler yoluyla müşterilere sürekli olarak yeni değerler sunar (Office of The Deputy Mayor For Planning And Economic Development [ODMPED], 2014: 10).

Avustralya’nın Ekonomik Kalkınma Çerçevesi kapsamında Kuzey Bölgesi için 2020-2024 yılları için hazırlanan Yaratıcı Endüstri Stratejisi’ne göre yaratıcı endüstriler; bireysel yaratıcılık, fikirler, beceri ve yetenek tarafından yönlendirilir. Büyüme ve yenilikçi ekonomilere ve topluluklara katkıda bulunma potansiyeline sahiptirler (Northern Territory Government, 2019: 2).

Kore Hükümeti’nin tanımına göre yaratıcı ekonomi, hayal gücü ve yaratıcılığı bilim, teknoloji ve bilgi iletişim teknolojileri ile bütünleştirerek / hizalayarak yeni endüstriler ve pazarlar oluşturan ve geleneksel endüstrileri güçlendirerek insana yakışır işler yaratan yeni bir ekonomik stratejidir (UNCTAD, 2017: 5).

Türkiye’de yapılan çalışmalara bakıldığında bu konunun pek ele alınmadığı ve bir boşluk olduğu anlaşılmaktadır. Rapor, tez ve makalelerin çoğunda yukarıda bahsedilen İngiliz Kültür Medya ve Spor Departmanı, Howkins ve UNCTAD’ın yaptığı tanımların kullanıldığı görülmekte ve bu çalışmalarda ağırlıklı olarak yaratıcı endüstriler terimi tercih edilmektedir (Seki, 2019: 55 ; Esen ve Özkanlı, 2017: 60; Özdemir, 2009: 77; Erkayhan, 2015: 414; Ekinci Hamamcı, 2020: 3981; Dinsever Önde, 2017: 10-11; Esen, 2016: 41; Hansoy, 2012: 14-17; Büker, 2017: 434; T.C. KTB [T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı], 2021: 21; T.C. STB, 2021:12-17).

Yaratıcı ekonominin günümüzün hızlı büyüyen yeni ekonomi anlayışı olduğu anlaşılmaktadır. Farklı kaynaklarda yaratıcı ekonominin yerine yaratıcı endüstri terimi kullanılmaktadır. Yukarıda yapılan tanımlardan hareketle şu şekilde özetleme yapılabilir: yaratıcılık, entelektüel sermaye ve teknolojinin aracılığıyla üretilen ürün ve hizmetler ekonomiye refah ve istihdam sağlar.

1.6. Sanayi Ekonomisinden Yaratıcı Ekonomiye

Amerikalı yönetim danışmanı ve Strategos'un Kurucusu Gary P. Hamel sanayi ekonomisinden yaratıcı ekonomiye geçtiğimizi, bağımsız ve girişimci çalışanlara ihtiyaç duyulduğunu söylemektedir. Bu geçiş (Tablo 2), ürün ve hizmetlerin üretimini, dağıtımını etkiler ve resesyon, sanayisizleşmenin kötü sonuçlarına karşı olan siyasetçilere yeni fırsatları sunar (ODMPED, 2014: 10; Jarache, 2013).

Tablo 2: Sanayi Ekonomisinden Yaratıcı Ekonomiye Geçiş

	Sanayi ekonomisi	Yaratıcı ekonomi
Temel Fikirler	• Somut ürünler • En iyi uygulamalar • Standartlaşma	• Soyut ürünler • Acil uygulamalar • Şeffaflık
Teknoloji	Fabrikalar ve seri üretim	İnternet ve toplu özelleştirme
Organizasyon modeli	Merkezi ve sabit	Merkezi olmayan ve dinamik
Bilgi dağılımı	Geleneksel okullar ve öğrenme yolları	Ağa bağlı profesyonel topluluklar
İş idealojisi	Bilimsel yönetim	Karmaşık yönetim

Kaynak: Deputy Mayor For Planning And Economic Development [DMPED], 2014: 10

1.7. Yaratıcı Şehirler Yaklaşımı

Yaratıcı ekonomi şehirlerin ekonomisinde uygulanmıştır ve yaratıcı şehir konseptinin ortaya çıkışına sebep olmuştur. Bu terim, çeşitli kültürel faaliyetler, şehrin sosyal ve ekonomik işleyişinin ayrılmaz bir parçası olarak tanımlanır. Bu tip şehirler, güçlü sosyal ve kültürel altyapılardan oluşur, nispeten daha yüksek yaratıcı istihdam yoğunluğuna sahip ve iyi gelişmiş kültürel tesisleriyle iç yatırım için avantaj sağlar (UNCTAD, 2008: 16).

Charles Landry yaptığı çalışmasında, insanların şehirlerin en önemli kaynağı olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre yaratıcılık, doğal kaynak, konum ve piyasaya erişim gibi faktörlere bakmaksızın kentsel dinamizmin lokomotifidir. Landry'e göre günümüzde şehirlerde yenilenen küreselleşme nedeniyle geçiş periyotları yaşanmaktadır ve bu geçişler bölgeden bölgeye değişmektedir. Asya bölgelerindeki şehirler büyürken; Avrupa'da ise eski endüstriler yok olmakta ve üretilenlerin katma değeri daha az iken, entelektüel sermaye kaynaklı ürünler, süreçler ve hizmetlerin katma değeri daha yüksektir (Landry, 2000: xiii).

Yaratıcı şehirlerde yaratıcı potansiyeller farklı biçimlerde kullanılmaktadır. Kültürel miraslarının sunumu ya da performansı ve görsel sanatlarında kültürel faaliyetler aracılığıyla bölgede yaşayan ziyaretçiler için kültürel deneyimleri sergilerler (UNCTAD, 2008: 17). Beyrut, Edinburg, Salzburg gibi şehirler kendilerine has kimliğini festivaller aracılığıyla şekillendirmektedirler. Diğerleri, iş yerleri yaratmak ve gelir sağlamak için daha geniş kültürel ve medya endüstrilerine başvurmakta ve böylece kentsel ve bölgesel büyüme merkezleri olmaya çalışmaktadırlar. Diğer durumlarda, yaratıcı şehirlerin refah seviyesinin artmasında, sosyal uyumun ve kültürel kimliğin geliştirmesinde sanat ve kültür büyük rol oynamaktadır (Levickaitė, 2011: 88).

Landry gelecekte ekonominin gücünün yaratıcı şehirlerin ellerinde olduğunu savunmaktadır. Yaratıcı şehirlerin özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Esen ve Atay, 2017: 70-71):

- Yaratıcı çalışma faaliyetlerine sanatçılar, bilim adamları, işçi ve ustalarla birlikte tüm vatandaşların dahil olması gerekmektedir. Faydalı, kültürel açıdan değeri olan mal ve hizmetleri teşvik etmek, fabrika ve ofislerin platformunu iyileştirmek için gerekli görülmektedir.
- Sanat ve yaratıcı faaliyetlerin desteklenmesi için kültürel altyapı olmalı: üniversiteler, araştırma kurumları, okullar, tiyatrolar, kütüphaneler zenginleştirilmelidir.
- Çevre politikaları büyük önem taşır çünkü tarihsel miras, şehrin içinde olan ortamı korur ve imkanların artmasına neden olur. Böylece vatandaşların yaratıcılık ve duyarlılığı gelişir.
- Şehrin yaratıcı bölgesine destek olan ve sürdürebilir stabil bir ekonomik altyapıya sahip olması zorunludur.

2004 yılında UNESCO tarafından kurulan Yaratıcı Şehirler Ağı kültürün değişen algısını ve toplumda yer alan rolünü yansıtmaktadır. Bu ağ şu fikre dayanmaktadır: dünyada şehirler yerel ekonomik ve sosyal kalkınma için yaratıcı endüstriler git gide büyük rol oynadığının farkında olsalar bile, gelişim için bu potansiyeli nasıl kullanabileceği ya da nasıl uygun kadro oluşturacağı sorunu ile karşılaşmaktadır (UNCTAD, 2008: 19).

Bu ağın ana amacı, yaratıcı endüstriler aracılığıyla yerel sosyal ve ekonominin gelişimine katkı sağlamak ve tüm dünyada kültürel grupların gelişmesine destek olmak; teknik bilgi, tecrübe, başarılı faaliyetlerin örnekleriyle paylaşmaktır. Kültür endüstrilerinin gelişmesinde daha iyi sonuçlara ulaşabilmek için alt sektörlerle ayrılması gerekir, böylece Yaratıcı Şehirler Ağı yedi tematik ağa bölünmüş olur. Şehirler bir alanı seçebilir ve o alana odaklanmaları gerekir. Bu ağlara edebiyat, film, müzik, halk müziği, tasarım, bilgi teknolojisi (yeni medya) ve gastronomi gibi tanınan yaratıcı ürünleri olan şehirler dahil olabilir. Şehirler bir alanı seçerken ekonomik ve sosyal gelişimi daha yüksek olan alanları tercih etmeleri tavsiye edilmektedir (Levickaitė, 2011:89).

2008 yılında yayınlanan Yaratıcı Ekonomi Raporu'nda yaratıcı şehir olarak Montreal ele alınmış, daha doğrusu kentsel planlama stratejisinin tasarım konsepti olmuştur. Yürütülen strateji sadece zenginliği hedeflemekten ziyade, insanların yaşam kalitesini de iyileştirmeyi gaye edinmiştir. Kanada hükümeti, bir açık alanın tasarımının yeniden işlevselliğini oluşturmaya ve Montreal'in terk edilmiş bölgelerinin vatandaşlar tarafından yeniden ilgi görmesi ve çekici hale gelmesi için mimarları ve tasarımcıları işbirliğine davet etmiştir. Montreal Trade Design adlı proje tasarımcıları, ticari yerlerin doğallığı içerisinde çalışmak için davet etmişler ve böylece birçok mağaza ve restoran yeniden tasarlanmıştır (UNCTAD, 2008: 19-20; Levickaitė, 2011: 89-90).

1.7.1. Yaratıcı Şehir İçin Gereken Faktörler

Şehirler, piyasa, ticaret ve üretim faaliyetlerinin merkezidir ve girişimci, entelektüel öğrenciler ve yöneticiler ile yaratıcılığa ihtiyaç duyar. Şehirler çeşitli ırkların, kültürlerin karıştığı ve etkileşenerek yeni fikirlerin, ürünlerin, ihtiyaçların, projelerin ortaya çıkmasına imkan veren yerlerdir (Esen, 2016: 65-66).

Gert-Jan Hospers, yaratıcılık sadece insanın işi olmadığını ve ortaya çıkan bir şeyin kaynağı olarak tesadüfleri ve beklenmeyen durumları işaret etmektedir. Yaratıcılığı zorlayabileceğini veya bilgi yoğun bir şehir inşa edilebileceğini düşünmek bir yanılsamadır; fakat kentsel yaratıcılığın gelişmesini artırabilen ve kentsel bilgi ekonomisine katkıda bulunabilen birkaç faktörün var olduğu söylenmektedir: konsantrasyon, çeşitlilik ve istikrarsızlık (Hospers, 2003: 263).

Yaratıcı şehir ilk olarak bir yerde önemli sayıda insanların bulunmasıyla teşvik edilir. Konsantrasyon, insanların gerekli seviyede etkileşim ve iletişimi için gereken kritik kitleye yol açar. Sonuçta, yaratıcılık, bilgi gelişimi ve inovasyon – insan gerçekleştiren iştir, yani şehrin kendisi değil orada yaşayanlar yenilikçi olabilir. Şehirde yaşayanların sayısı konsantrasyonu belirlemek için sınırlı bir pratik kural olabilir. Yoğun nüfuslu şehirde yaratıcı fikirlerin ortaya çıkış olasılığı yüksek olsa bile büyük nüfuslu şehir yaratıcı şehir anlamına gelmez. Konsantrasyon sadece insanların sayısına bağlı olmayabilir, daha çok etkileşimin yoğunluğuna bağlıdır. İnsanların bir yerde yoğun konsantrasyonu bireylerin sık sık buluşmalarına, tesadüf temaslarına neden olur ve böylece yeni fikirlerin ve yeniliklerin ortaya çıkma olasılığı yükselir.

Çeşitlilik, yaratıcı şehirlerin gelişmesi için ikinci faktördür. Burada kelime geniş anlamda ele alınmaktadır, yani sadece vatandaşlar ve onların bilgi, yetenekleri ve yaptığı faaliyetler değil ve aynı zamanda şehirdeki binaların projelerinin imajlarının farklılıklarını da kapsar. Amerikalı yayıncı Jane Jacobs şehirlerdeki çeşitliliği savunarak, çeşitliliği yaratıcı şehirler için temel bir faktör olarak nitelendirir. Ona göre, farklı nüfusları barındıran şehirler (sanatçılar, göçmenler, yaşlılar, öğrenciler, aileler) eşit seviyede çeşitli yetenek ve ihtiyaçlarını karşılayabilirler. Böyle şehirlerde vatandaşlar birbiriyle tanışır, bilgi alışverişinde bulunurlar, yeni fikirleri edinirler ve yenilikleri hayata

geçirirler. İnsanların bulunduğu ortam da etki edebilir, farklı işlevlere sahip binaların karışımı (eski binalar, yeni inşa edilen konutlar, restoran, cami, dükkanlar) – gece gündüz sürekli bir hareketle ve tesadüfî karşılaşmalarla yeni bir kombinasyona uğrama olasılığı daha yüksektir. Jacobs’a göre böylece şehirde girişimcilik, yaratıcılık ve inovasyonun çoğalması için uygun ortam oluşur.

İnsanların belirli bir yerde konsantrasyonun ve çeşitliliğin yoğunlaşması yaratıcı şehir olduğu anlamına gelmez. Bazı şehirler bu iki bileşene sahip olmasına rağmen yine de yaratıcı değildir. Geçmişe bakıldığında şehirlerin yaratıcılığı kriz, çatışma ve kaos dönemlerinde hız kazanmıştır, örneğin 1600’lerde Amsterdam’ın, 19. yüzyılda Viyana’nın, Londra’nın, Paris’in ve iki Dünya Savaşları arasında Berlin’in durumudur. Bazıları istikrarsızlığı kentsel yaratıcılık için koşulların biri olarak görmektedirler (Esen, 2016: 65-69; Hospers, 2003: 263-264).

1.8. Yaratıcı Endüstrilerin Özellikleri

Harvard profesörü, yaratıcı endüstrilerin araştırmacısı ve ekonomist Richard Caves’a göre yaratıcı endüstrileri yayıncılık, görsel sanatlar, sahne sanatları, sesli kayıtlar, film, moda, oyuncak ve oyunları içeren kültürel, sanatsal veya eğlence alanlarındaki ürün ve hizmetler olarak tanımlar. Bu ürün ve hizmetlerin yedi ekonomik özelliği vardır (Levickaitė, 2011: 85-86; Esen ve Atay, 2017: 65-66):

Belirsizlik Prensibi: yaratıcı ürünü tüketici denemeden önce ürün hakkında bilgi edinmek zordur, bu sebeple yaratıcı ürüne olan ihtiyaç/talep belirsizdir. Ürüne verilecek tepkiyi de tahmin etmek zordur. Ürünün üretiminde büyük harcamalar yapılacağı tahmin ediliyorsa üretmeden önce değerlendirmeler yapılması gerekir ama yapılan araştırmalar sonuçsuz da olabilir, çünkü ürünün başarısı tesadüfidir.

Sanat Sanat İçindir: yaratıcı faaliyetlerle ilgilenenler özgünlüğü, teknik ve profesyonel yetenekler, uyum ve yaratıcı malların anlaşılabilirlikleri ile uğraşırlar. Sanatçıların çoğu sıradan bir işte çalışma yerine daha az gelirli olsa da yaratıcı işte çalışmayı tercih ederler, çünkü uğraştığı işlerden hoşlanırlar.

Karışık Ekip Prensibi: karmaşık yaratıcı ürünleri üretmek için farklı yeteneklere sahip çalışanlar gerekir. Önemli bir sonuca ulaşabilmek için her çalışandan en az yeterlilik seviyesinde görevlerini yerine getirmeleri gerekir.

Sonsuz Çeşitlilik: tüketici yaratıcı ürünü alırken benzer ürünlerle kıyaslayıp değerlendirir. Ürünler, yatay ve dikey şekilde farklılaşır, dikey benzer ürünlerin farklı fiyatta satılması, yatay ise benzer ürünlerin aynı fiyatta satılmasıdır. Yaratıcı ürünler bu iki farklılıkları da içerir, yani sonsuz çeşitlikte mevcut. Yaratıcı ürünler orijinallik ve kalitesine göre ayrılır.

A/B listeleri: sanatçılar farklı yeteneklere sahiptir ve bir ürün yarattığı zaman bilinir. Yetenekleri geliştirilebilir ama uzmanlaşmış sanatçıların yeterlilikleri farklı alanlarda görülür. Sanatçıların yarattığı ürünlerin benzersizliklerine, sanatçının o alanda yeteneğine göre sıralanır ve belli bir listede yer alır. Yeteneklerinde gösterilen küçük farklılıklar maddi açıdan büyük farklılıkları gösterebilir.

Zaman Akar: büyük projeleri gerçekleştirirken zaman büyük öneme sahiptir. Yaratıcı ürünün sadece kalitesine göre değil, zamana göre de uygun olması lazımdır.

Sanat Uzunudur: yaratıcı ürünlerin çoğu kalıcıdır, bu sebeple telif haklarının korunması gerekir. Sanatçılar böylece telif ücretlerini alırlar.

Caves tarafından oluşturulan bu yedi ekonomik özellik teorisinin tartışılmalı hale getirmiştir. Yaratıcı Endüstriler Ekonomisi profesörü Ruth Towse'a göre bu yedi özellik farklı alan ve çalışanlar için değişiklikler gösterir. Zaman akar prensibi büyük inşaat projeleri için uygulanamazlığını, sanat uzundur prensibi ise lisanslı ama yaratıcı olmayan ürünleri kapsayabildiğini ve sanat sanat içindir prensibinde de yaratıcı çalışanları sadece sanat tarafından yönlendirilmediğini söylemektedir (Levickaitė, 2011: 85-86).

1.9. Yaratıcılık Endeksi

Sanat, müzik ve edebiyat gibi eserler yaratıcılığın somutlanmış halidir. Yaratıcılık, günümüzde artan uluslararası rekabette üstünlük sağlayabilecek kaynak olarak sayılmaktadır. Bu hayal gücüne dayalı ürün ve hizmetler ticari açıdan büyük önem taşır, bunun farkına varan ülke ve kurumlar ekonomilerini geliştirmek için bu modeli ülkelerinde uygulamıştır. Buradan da şöyle bir soru doğar: ekonomik açıdan yaratıcılık nasıl ölçülebilir? Bunun için de bireyler, kuruluşlar ve devletler açısından değerlendirilmek amacıyla farklı araçlar geliştirilmiştir. Tüm endeksler, kurumların amaç ve koşullarına göre değişmektedir. Genel olarak yaratıcılık endeksleri iki türe ayrılır (Creative Economy Agency [CEA], 2020: 10-15):

1. Üst Düzey Yaratıcılık Endeksi: bu endeks uluslararası düzeyde yaratıcılığı karşılaştırmak ve ölçmek için kullanılır. Araştırmalara göre bu düzeyde üç tane endeks vardır:
 - Martin Refah Enstitüsü tarafından geliştirilmiş Küresel Yaratıcılık Endeksi;
 - Asya Kalkınma Bankası'na Ekonomist İstihbarat Birimi tarafından yapılan Yaratıcı Verimlilik Endeksi;

- Cornell Üniversitesi, Institut Européen Administration des Affaires (INSEAD) İşletme Okulu ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü tarafından hazırlanan Küresel İnovasyon Endeksi.
- 2. Etkinlik Düzeyinde Yaratıcılık Endeksi: bu tip endeksler her ülkenin yaratıcılıkla yetkili kurumlar tarafından o ülkenin yaratıcı ekonomi durumunu değerlendirmek için yapılır. Bu değerlendirmelerin sonucunda elde edilen veriler o ülkenin kamu politikasını oluşturmak / geliştirmek için kullanılır. Bu tipteki endeksler şunları kapsayabilir:
 - ARC Yaratıcı Endüstriler ve Yenilik Deneyim Merkezi tarafından hazırlanan Yaratıcı Şehir Endeksi (Avustralya);
 - Hong Kong Üniversitesi, Kültürel Politika Araştırmaları Merkezi tarafından yapılan Hong Kong Yaratıcılık Endeksi (Çin Halk Cumhuriyeti, Hong Kong).

1.9.1. Küresel Yaratıcılık Endeksi

Kentsel gelişim konusunda uzman Profesör Richard Florida tarafından şehirlerin ekonomik ve sosyal açıdan gelişmesi için 2002 yılında Yaratıcı Endeksi ekonomi teorisi geliştirilmiştir. Bunun dışında Florida “yaratıcı sınıf” kavramını ortaya koymuş ve siyasetçilere sürdürülebilir ekonomi ve şehirlerin geliştirilmesi için iş ortamının geliştirilmesine odaklanmaktansa, insanların geliştirilmesine odaklanmaları gerektiğini söylemiştir. Ona göre yaratıcı sınıf, yaratıcılık aracılığıyla ekonominin kalkınmasına katkı sağlayabilir, şehirde ne kadar yaratıcı insan varsa şehrin o kadar ekonomik büyüme şansı yükselecektir. Yaratıcı sınıfın cezbedilmesi için üç faktör gerekir: yetenek (talent), teknoloji ve tolerans. Her faktörün altında iki gösterge var. Florida bunları topluca 3T olarak adlandırmaktadır ve Küresel Yaratıcılık Endeksi olarak geliştirmiştir (CEA, 2020: 17; Martin Prosperity Institute [MPI], 2015: v). Daha detaylı olarak Tablo 3’te açıklanmıştır.

Tablo 3: Küresel Yaratıcılık Endeksi: 3T

Faktör	Bileşen
Küresel yetenek: 2 veriye dayalı olarak her ülkedeki insan kaynaklarının imkanları	1) Bilim, sosyal bilimler, liberal sanatlar ve yönetim gibi temel meslekler de dahil olmak üzere yaratıcı sınıftan bir dizi ülkenin işgücü
	2) Yükseköğretimde nüfus katılımına dayalı eğitim benimsenmiştir
Küresel Teknoloji: 2 bilgiye dayalı olarak araştırma, eserler veya inovasyondaki gelişme	1) Ülkenin GSYİH'sının yüzdesi olarak Ar-Ge yatırımı ile ölçülen Ar-Ge Yatırımı, temel araştırma, uygulamalı araştırma ve deneysel geliştirme için Ar-Ge harcamalarını kapsar.
	2) 1 milyon nüfus başına patent başvurularına dayalı inovasyon baz alınır

Tablo 3: (devamı)

Faktör	Bileşen
Küresel Tolerans: Yaratıcılığı teşvik eden faktörler olan tutumlar, insanların çeşitliliğinin kabulü ile düşünülür. Bu endeks anketler aracılığıyla şekilde 2 set halinde ölçülmektedir	1) Etnik ırk ve azınlıklar
	2) Gay ve lezbiyenlere hoşgörü

Kaynak: CEA, 2020: 18-19

1.9.2. Yaratıcı Verimlilik Endeksi

Asya'nın birçok ülkesinde sermaye yatırımı, ucuz işgücü ve doğal kaynaklardan elde edilen kazanımların azalmasından dolayı sorunlar yaşanmaktadır. Bu sebeple ekonomik kalkınma stratejilerini sürekli değiştirmek zorunda kalmışlardır. Asya ülkeleri için sonraki on yılda doğal kaynak ve ihracata odaklı ekonomiden insan sermayesinin gelişimi, yeni teknolojiye ve inovasyona dayalı sürdürülebilir ekonomi modeline geçiş önemli rol oynayacak. Gelişmiş ülkelerde uzun vadeli ekonomik büyüme inovasyon ve yaratıcılığın katkısıyla sağlanır. Bu sebeple gelişmekte olan Asya ülkeleri sürdürülebilir yüksek gelirli statüye ulaşmak istiyorlarsa yaratıcılığı ve inovasyonu geliştirmeleri gerekir (The Asian Development Bank [ADB], 2014: 4).

Yaratıcı Verimlilik Endeksi (YVE) – politika yapıcılar için yaratıcılık ve inovasyonu teşvik etmede ilerlemeyi ölçülmek için kullanılır. YVE, yaratıcı girdilerle çıktıları karşılaştırarak ekonominin yaratıcı ve yenilikçi potansiyelini ölçer. Girdi olarak yaratıcı üretkenliği ölçmek için şunların bir araya gelmesi gerekir: yenilik yapma yeteneği, yenilik yapmak için teşvikler ve yenilik için çevrenin uygunluğudur. Çıktı olarak ise inovasyon ele alınır ve şunları kapsar: sunulan patent sayısı ve geniş bilgi yaratma ölçüler seti. YVE'nin faktörleri 44 göstergeden oluşur: 25 nicel ve 19 nitel (Tablo 4 ve Tablo 5) (CEA, 2020: 22).

Tablo 4: Yaratıcı Girdiler Listesi

Boyut	Altboyut	Girdi	Birim
Bilgi beceri tabanı	Beşeri Sermayesi	İlk 500 üniversite sayısı	Derecelendirme (1-4)
		Ortalama eğitim yılı	Yıllar
		Kentleşme oranı	%
		15-64 yaş arası nüfus	%
		Mincerian eğitime dönüş	%

Tablo 4: (devamı)

Boyut	Altboyut	Girdi	Birim
Bilgi beceri tabanı	İnsan Sermayesi	Üniversite-sanayi işbirliğinin gücü	Derecelendirme (1-7)
		Brüt kayıt oranı (ortaokul)	%
		Yükseköğretim öğrencilerinin fen bilimlerine kayıt oranı	Oran
	Altyapı	Elektriğe erişim	%
		Altyapı kalitesi	Derecelendirme (20-1)
		Taşla döşenmiş yollar	%
		Yolların, havaalanlarının, limanların kalitesi	Derecelendirme (12-0)
		1000 kişi başına internet kullanıcısı	%
		1000 kişi başına sabit genişbant abonesi	%
		Uygulama Boşluğu	Derecelendirme (1-16)
		Ar-Ge'ye yapılan kamu harcamaları	%
		Cep telefonu abonelikleri	%
Yaratıcı tahribat	Yarışma	İş kurmak	Derecelendirme (1-5)
		İflasın çözülmesi	Derecelendirme (1-4)
		İşçi çalıştırma	Derecelendirme (16-1)
		Fiyat kontrollerinin seviyesi	Derecelendirme (1-5)
		Sınır ötesi ticaret	Derecelendirme (10-0)
		Ticaret yoğunluğu	Sayı
		Doğrudan yabancı yatırımın toplam yatırım içindeki payı	%
		Rekabet özgürlüğü	Derecelendirme (10-0)
	Firma dinamikleri	Net göçmen girişi/çıkışı	Oran
		İş gücü devri kolaylığı	Derecelendirme (0-4)
Uygun kurumlar	Finansal Kurumlar	Mikrofinans penetrasyon oranı	%
		GSYİH'nın ortalama kredi payı	%
		Risk sermayesinin mevcudiyeti	Derecelendirme (1-7)
		Kredi alma kolaylığı	Derecelendirme (4-0)
		Yatırım açıklığı	Derecelendirme (1-5)
	Yönetişim	Sözleşmelerin uygulanması	Derecelendirme (4-0)
		Fikri mülkiyetin korunması	Derecelendirme (4-0)
		Yatırımcıları korumak	Derecelendirme (1-5)
		Yolsuzluk ve bürokrasi	Derecelendirme (12-0)

Kaynak: ADB, 2014: 13

Tablo 5: Yaratıcı Çıktılar Listesi

Boyut	Altboyut	Çıktı	Birim
Geleneksel göstergeler	Mikro düzey	Kişi başına patent	Sayı
		Dergilerdeki bilimsel yayınlar	Sayı
	Makro düzey	Sınıra göre toplam faktör verimliliği	Gözlemlenen maksimuma oran (ABD)
		İhracat gelişmişliği	Puan
Gelişmekte olan ekonomilerle ilgili göstergeler	Tarım sektörü	Hektar başına tahıl verimi	Hektogram/hektar
		Çalışan başına tarımsal katma değer	Amerikan Doları
	Yaratıcı endüstri	1000 kişi başına üretilen filmler	Sayı
		1000 kişiye düşen kitap sayısı	Sayı

Kaynak: ADB, 2014: 14

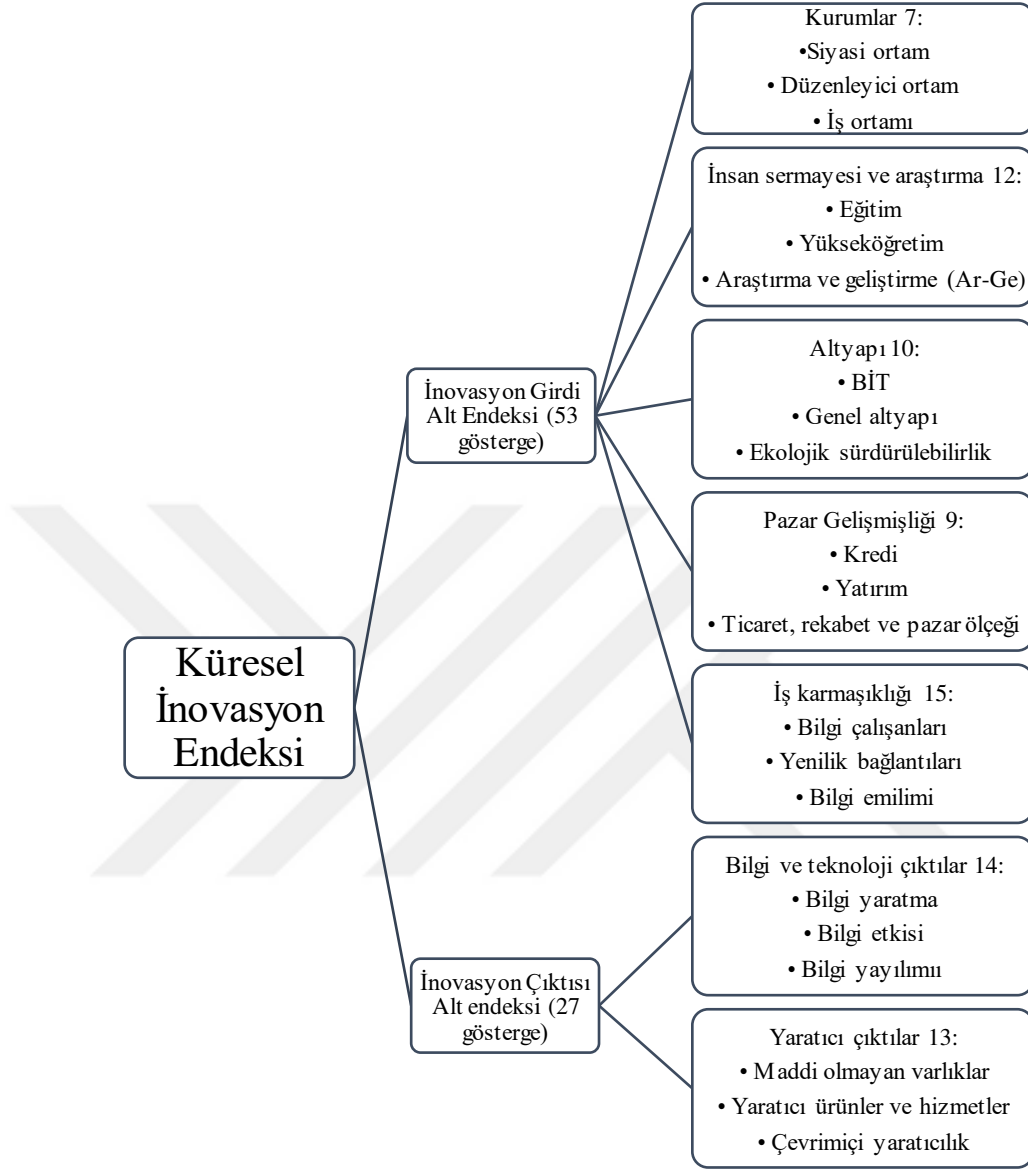
Sonuçların hesaplanması: Farklı değerler atamak için zorlayıcı bir neden olmadığında, geleneksel, kabul edilen yaklaşım izlenerek kategori puanları eşit olarak ölçülmüştür. Bu yaklaşımın avantajı şeffaflıktır ve eşit değerlendirme için net bir teorik temel olmasa bile en iyi seçenektir.

The Economist Intelligence Unit (EIU) analistleri, YVE değerlendirmesinin sağlam olması için hem temel bileşen analizi hem de regresyona dayalı yaklaşımları kullanarak, sonuçlar üzerinde duyarlılık analizi geliştirdi. Sonuçlar büyük ölçüde benzerdi, bu da değerlendirme şeması seçiminin YVE sıralamalarını yönlendirmediğini gösteriyor (CEA, 2020: 27; ADB, 2014: 14).

1.9.3. Küresel İnovasyon Endeksi

Küresel İnovasyon Endeksi (KİE) Cornell Üniversitesi, INSEAD ve ortak yayıncı olarak Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) ve Bilgi Ortakları arasındaki işbirliğinin çalışmasıdır (WIPO, 2020: ii). Yaratıcı ekonominin gelişimi sadece el yapımı ürünler veya tasarım hizmetlerinden ibaret olmamakla birlikte, teknolojinin ve inovasyonun da katkısı büyüktür. Bu sebeple KİE'nin rolü bu çalışmada büyüktür. Bu çalışma 2007 yılından itibaren yapılmaktadır. Siyaset yapıcılar için bu çalışma inovasyonun gelişimi için iyi bir kaynaktır. Şekil 4'te gösterildiği gibi KİE iki ana gruptan ve 80 altgruptan oluşup girdi alt endeks ve çıktı alt endeksi kapsar (CEA, 2020: 29).

Şekil 4: Küresel İnovasyon Endeksi



Kaynak: Cornell University vd., 2020: 347-36

İnovasyon girdisi faktör olarak büyük öneme sahiptir ve aşağıdaki faktörlerden oluşur (CEA, 2020: 32; Cornell University vd., 2020: 347-357):

- Kurumsal faktörler siyasi çevre, düzenleyici çevre ve iş çevresini kapsar. Önemli olan altfaktörler ise siyasi istikrar, güvenlik, yönetim kalitesi ve iş kurabilme imkanlarıdır.
- İnsan sermayesi ve araştırma inovasyonla alakalı insan sermayesi gelişimine odaklanır. Daha çok önem sahip altfaktörler ise eğitim, yüksek öğretimin ve araştırmanın geliştirilmesidir.
- Altyapı, bilgi iletişim teknolojilerini, genel altyapı, ekolojik sürdürülebilirlik gibi faktörleri kapsar.

- Pazar karmaşıklığı kapsamında, inovasyon ve yaratıcılığın destekleyen faktörler piyasada olan rekabet, finansal destek ve yatırımdır. Önemli altfaktörler ise kredi alabilme kolaylığı, azınlık yatırımcıların korunması, uygulanan tarife oranı ve iç piyasa ölçeği.
- İş karmaşıklığı, rekabet koşullarında işletmeleri ayakta tutan kaynaklar olarak emek, inovasyon ve bilgi çekebilme konularıdır. İşçilerin yeteneklerini geliştirmek için şu faktörler önemlidir: araştırmalara yatırım, mal ve hizmet geliştirmede alakalı kurumlarla işbirlik, fikri mülkiyet için ödemeler, yüksek teknoloji ithalatı.

İnovasyon çıktısı ise ekonominin inovasyon faaliyetlerin sonucudur ve şu ana faktörleri kapsar (CEA, 2020: 33; Cornell University vd., 2020:357-363):

- Bilgi teknoloji çıktıları bilgi yaratma, bilgi etkisi ve bilgi yayılımını kapsar, önemli bileşenler: patent işleri, yeni işletmeler, teknolojiler, fikri mülkiyet geliri ve yüksek teknoloji ihracatıdır.
- Yaratıcı çıktılar, soyut varlıklara, yaratıcı ürünler ve hizmetlere ve çevrimiçi yaratıcılığa baz alır. Bu faktör toplamında şöyle göstergelerden oluşur: ticari marka, yeni iş modelleri, kültürel ve yaratıcı hizmetlerin yurt dışında satılması, ulusal uzun metrajlı filmler vd.

1.9.4. Yaratıcı Şehir Endeksi

Yaratıcı Şehirler Endeksi (YŞE), yaratıcı küresel şehirleri ölçmek ve sıralamak için kullanılan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım sekiz ana bileşenden oluşur ve bu bileşenler de birkaç alt boyuttan meydana gelmektedir. Bazı bileşenler Mori ve GaWC gibi endekslere benzer, çünkü onlar yaratıcı endüstrilerin boyutlarını, kültürel olanakların kapsamını veya yaratıcı insanların akışını ve küresel bağlantılığı ölçmektedir. Bunlara ek olarak, Yaratıcı Şehirler Endeksi'ne birkaç bileşen daha eklenmiştir, bunlar: yaratıcı katılımın talebi, dikkat ekonomisi, kullanıcı oluşturan içerik ve sosyal ağların kullanıcıların verimliliğidir. Bu çalışma Pekin Bilim Araştırma Merkezi (BJSS), Pekin Bilim ve Teknoloji Akademisi (BJAST) için hazırlanmıştır. YŞE şu ana boyutlardan oluşmaktadır (Centre of Excellence in Creative Industries and Innovation [CCI] vd., 2012: 1; CEA, 2020: 36-39):

1. Yaratıcı endüstrilerin kapsamı: ilk olarak, yaratıcı endüstri ve hizmetlerin ölçümüdür. Yaratıcı endüstrilerin kapsamının detayları 3 alandaki 5 göstergelyi kapsar: yaratıcı endüstriler kapsamı, yaratıcı endüstriler alanı ve yaratıcılık sektöründe istihdam.
2. Mikroöretkenlik: mikro düzeyde değerlendirilen veriler: bireysel yetenekler, profesyonel ağ, çevrimdışı ve çevrimiçi faaliyetlere katılımdır. Nüfus çapında mikroöretkenlik 3 alandaki 16 göstergelyi kapsar, bu üç ana alan şunlar: sanal bağlantı, yerel ağ ve etkileşim. Gösterge örnekleri şunlar: Youtube'a video sayısı, birkaç sosyal ağların kullanıcıları, festivallerin sayısı vs.

3. İlgi çekici yerler ve dikkat ekonomisi: bir şehre gelenler o şehirdeki nüfus için işletme veya faaliyet, farklı kültür gibi bilgi edinmelerine imkan tanır. Şehire gelen insanlar şehrin nüfusunun yaratıcı seviyesinin artırmasında büyük öneme sahiptir. Bu sebeple şehrin altyapısının çekiciliğin değerlendirilmesi YŞE'nin ana konularının biridir. Bu boyut 2 alan ve 17 altalandan oluşmaktadır, bu iki alan: yaratıcılık cazibe merkezleri ve dikkat ekonomisidir. Yaratıcı cazibe merkezler (turistik alanlar) insanların ziyaret ve etkinlikleriyle alakalıdır: oteller ve müzeler gibi. Dikkat ekonomisi ise şehirlerin Google Trend İndeks'te, Amazon kataloğundaki gibi uygulamalarda puanları ve kültürel avantajları gözükmesidir.
4. Katılım ve haracama: vatandaşların yaratıcı endüstrilerde ve kültürde katılımlarına destektir. Bu boyut iki ana alan ve 17 göstergeden oluşur, ana alanlar: katılım ve harcamadır. Harcamaların odak noktası sanat ve kültürdür.
5. Kamu desteği: her düzeydeki kültürel ve yaratıcı faaliyetlerde devlet desteğinin sağlanması: ulusal, bölgesel, il. Burada tek gösterge kamu kurumların kişi başına kültür ve sanat harcamalarıdır.
6. İnsan sermayesi: insan sermayesi yaratıcı ekonominin temelini oluşturur. Hazır insan sermayesi ve insanların gelişmesi ana göstergelerdir. İstihdam, eğitim ve araştırma gibi göstergeler insan sermayesinin alt alanlarını oluşturur.
7. Küresel entegrasyon: küreselleşmeye doğru geçiş için büyük şehirlerin uluslararası ekonomilere ve sosyal bağlantılara dinamik bir bakış açısına ihtiyacı var. Göstergeler üçe ayrılır: uluslararası şehirlerin havaliman trafiği, insan akışları ve küreselleşme.
8. Açıklık, tolerans ve çeşitlilik: yaratıcı toplumun önemli özellikleri açıklık ve toplumdaki insanların farklılıklarına anlayışla davranmaktır. Bu boyutun göstergeleri basın özgürlüğü, dini olmayan kişi sayısı, gelir eşitsizliği, nüfusun son seçimlerde katılım vs.

Tüm bu faktörler yaratıcı ekosistemin geliştirilmesi için katkı sağlar. YŞE'nin konseptine göre yaratıcı alan ve ekosistemler insanların daha yaratıcı olmalarını teşvik eder, yaratıcılık uzun vadede ekonomik değerler yaratır (CEA, 2020: 39).

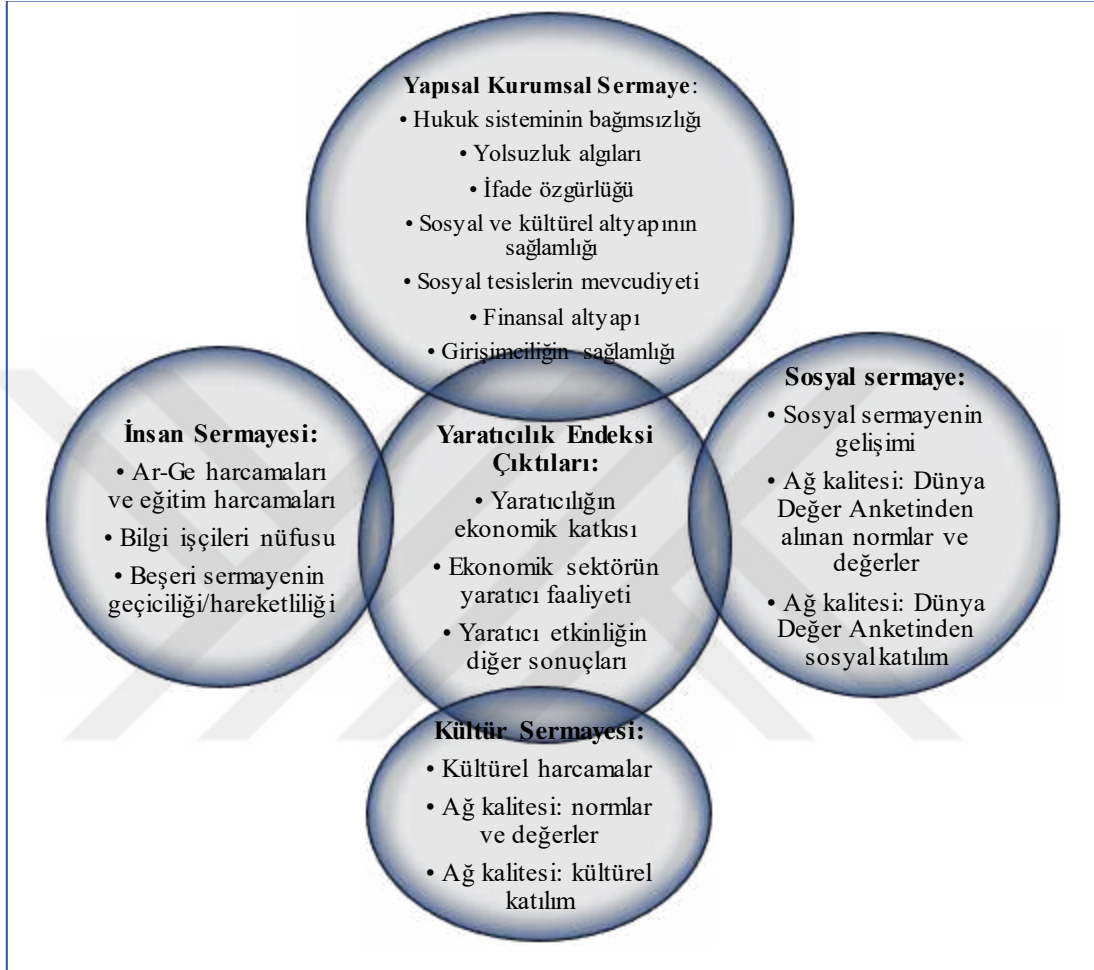
1.9.5. Yaratıcılık Endeksi

Hong Kong Yaratıcılık Endeksi, bir yerde yaratıcılığı ve yaratıcılığın büyümesine neden olan faktörleri ölçmek için istatistiksel bir araçtır. Sadece yaratıcılığın ekonomik sonuçların ölçmesiyle kalmayıp aynı zamanda yaratıcı faaliyetlerin akışı ve yaratıcılığın gelişmesine katkı sağlayan belirleyici faktörleri de kapsar. Bu teori, Richar Florida'nın "Yaratıcı Sermaye Teorisi", beşeri, sosyal ve kültürel sermaye gibi çeşitli teorik temellerin üzerine oturtulmuştur.

Bu tip yaratıcılık endeksleri, yaratıcı ekonomi için 4 sermaye gerekmektedir (Şekil 5): yaratıcı ürün ve hizmetler üretmek için sosyal sermaye, kültürel sermaye, insan sermayesi ve kurumsal sermaye. Bu sermayelerin etkileşiminin sonucunda birikmiş etkileri, sonuçlar ve çıktılar açısından

yaratıcılığın belirtisidir. Bu endeks toplamında 88 göstergelyi kapsayan 4 sermaye ve yaratıcılığın çıktısına dayalı 5C’den oluşmaktadır (Home Affairs Bureau, 2005: 41; CEA, 2020: 43).

Şekil 5: Hong Kong Yaratıcılık Endeksi



Kaynak: Home Affairs Bureau, 2005: 41

İnsan Sermayesi Endeksi, üç alt endeksten oluşmaktadır. Birincisi, Ar-Ge’ye yapılan harcamalar ve devlet tarafından eğitime yapılan harcamaların ölçülmesiyle bir toplumun durumu incelenir ve böylece o toplum için daha avantajlı “bilgi bankasıdır”. İkincisi, Ar-Ge personelinin sayısını ve yükseköğretim gören nüfusunun sayısını ölçerek toplumun geliştiğini ve bilgi çalışanların var olduğunu gösterir. Son olarak da insan sermayesinin ve nüfusun hareketliliği kültürel, beceri ve bilgi alışverişine, uluslararası etkileşime katkı sağlar. İnsan sermayesinin gelişmesi diğer sermayelerin ve toplumun yaratıcılığın gelişmesine katkı sağlar (Home Affairs Bureau, 2005: 46).

Yapısal / Kurumsal Sermaye Endeksi: sosyal yapı, toplumu ve ulusal bağlamları geliştirir. Toplumda yaratıcı faaliyetler yapısal ve kurumsal desteği gerektirir. Bu konuda dikkate alınması gereken 8 grup bulunmaktadır: hukuk sisteminin bağımsızlığı, ifade özgürlüğü, yolsuzluk algıları,

bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) altyapı koşulları, kültürel ve sosyal altyapının güçlü olması, sosyal tesislerin ve finansal altyapının olması ve girişimciliğin sürdürülebilir olmasıdır (CEA, 2020: 46).

Sosyal Sermaye Endeksi: yaratıcılığı değerlendirmekte toleransın rolü büyüktür. Yaratıcı Endeksi toleransın yönlerini bağışlar, güvenirlik ve sosyal katılım yoluyla genişletmektedir. Bunların hepsi nüfus tarafından kabul gören değerlerdir. Bu konuda toplamında 3 gruba oluşturan 23 gösterge mevcuttur: sosyal sermayenin gelişimi, ağ kalitesi ve World Value Survey'den norm ve değerler, Dünya Değer Anketinden sosyal katılım vs. (CEA, 2020: 47).

Kültürel Sermaye Endeksi: Sosyal çevre, yaratıcılığı teşvik eden kültürel sermayenin bir unsurudur. Bu sebeple bu endeksteeki göstergeler ekonomik açıdan değil, insanların katılımı ve kendi kültürüne verdiği değer üzerinden hesaplanır. 3 grupta 16 gösterge yerleşmiştir: kültürel ürün ve hizmetlere yapılan harcamalar; norm ve değerlerle ölçülen ağ kalitesi; kültüre katılım neticesinde ağ kalitesi, örneğin devlet tarafından sanat ve kültüre yaptığı harcamalar, toplumun sanat ve kültürünün korunması ve geliştirilmesindeki rol, insanların kültür merkezlerine ziyaret sayısı vb. (CEA, 2020: 48; Home Affairs Bureau, 2005: 55).

Yaratıcılık Endeksi Çıktıları 3 başlık altında 17 gösterge bulunmaktadır. İlk beş gösterge, yerel ekonomiye e-ticaret aracılığıyla yaratıcı endüstri, kültürel ticaret ve ekonomik getirinin katkı payını ölçer. Bu göstergiler neticesinde yaratıcı ekonominin canlılığı ve sürdürülebilirliği belirlenir. Yaratıcılık sadece zenginlik yaratmakla kalmayıp bilgi yaratan, yayan ve uyumlaştıran ekonomik faaliyet olarak da kabul edilebilir veya ürün ve hizmetlere yeni değer kazandıran süreç de olabilir. 6 ve 9 arasındaki göstergeler, yerel işletmelerin marka yaratma becerisi, teknolojinin yayılımının oranının ve patent başvurular neticesinde yaratılan bilgileri ölçer. Bu endeks yaratıcılığın ekonomik olmayan getileri de dikkate alır, 10 ve 17 arasındaki göstergeler yaratıcılık faaliyetlerin neticesinde müzik, film, sahne sanatları, kitaplar ve edebiyat ve mimari çıktıların miktarı gösterir (Home Affairs Bureau, 2005: 44).

1.10. Teknoloji ve Telif Hakkı

Teknoloji, yaratıcı endüstrilerde yaygın ve basit bir hale gelmiştir, yaratıcılığın geliştirme aracı olarak da kabul edilmektedir. Teknoloji ayrıca toplumun yaşam ve kültürüne katkı sağlamaktadır ve aynı zamanda engellerin üstesinden gelebilmek ve bazı sorunların çözümünde yöntem oluşturmak için yardımcı olmaktadır (Abbasi, 2017: 41).

Yaratıcı ekonomi fikri mülkiyete dayalı ürün ve hizmetleri içermektedir, dolayısıyla telif haklarının korunması büyük önem taşımaktadır. Korsancılıkla mücadele etmek için devletin desteğine ihtiyaç duyulmaktadır.

1.10.1. Dijitalleşme

Dijital teknoloji, yapay zeka, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik ve bunun gibi teknolojik olanaklar hayatımızı gerek sosyal gerek kültürel gerekse ekonomik açıdan etkilemektedir (Abbasi, 2017: 40). Dijital teknolojinin kullanımı günümüzde ekonomi sektörlerinin ileriye iten faktörlerinin biridir, ayrıca yaratıcı endüstrilerde temel rol oynadığı savunulmaktadır (Comunian vd., 2015: 347).

Yaratıcı endüstrilerin ve teknolojilerin etkileşimi sonucunda (Abbasi, 2017: 41):

- Yeni sanat türleri oluşmaktadır;
- Yaratıcılığın yeni anlayışlarına yol açmıştır;
- Yaratıcı uygulamalar için yeni araç ve süreçleri ortaya koymuştur;
- Yeni iş modelleri, dijital piyasaları, tüketici grupları ve dağıtım kanalları, yaratıcı ürün ve hizmetlerin pazarlama ve satış yöntemlerini ortaya koymuştur;
- Üretici ve tüketicinin etkileşimi için yollar oluşturulmuştur;
- Yaratıcı ve yenilikçilerden oluşan yeni sanal topluluklar oluşmuştur.

Yaratıcı endüstrilerin dijitalleşmesinde dijital uygulamalarında yapay zeka, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik önem taşımaktadır. Yapay zeka, insan gibi öğrenme, düşünme, anlama ve etkileşim gibi işlevleri yerine makineler kullanılır. Yapay zekanın yardımıyla çok sayıdaki veriler işlenir. Bu teknolojinin potansiyelinin büyük olduğu ve yıllık 3.5-5.8 trilyon dolar kazanç sağlayacağı söylenmektedir. Yapay zeka, müzik, film, video oyunları, tasarım, sanat gibi alanlarda ve yaratım, üretim, pazarlama, satış ve tüketim gibi süreçlerde kullanılır, böylece içeriğin oluşturulması, kullanıcılara aktarılması ve kullanıcılarla etkileşim sağlamak mümkündür. Kullanıcıların görüş ve tercihleri ile alakalı detaylı veriler elde edilir ve kullanıcıya özel içerik oluşturulur ve değiştirilir (T.C. STB, 2020: 21).

Sanal gerçeklikte bir ortam bilgisayar aracılığıyla simüle edilir ve yapay biçimde oluşturulur. Artırılmış gerçeklik, gerçek dünya ve bilgisayarda oluşturulan grafikler birleştirilerek sanal nesnelerin gerçek ortamın üzerine oturturulma mantığına dayanır. Bu teknolojiler kullanıcıları sanal dünyaya yerleştirerek gerçek ve dijital ortamın arasındaki farkı azaltır. Bu teknolojiler, yaratıcı endüstrilerde içerik oluşturarak, deneyim süreçlerini daha kolay hale getirir ve masrafların azaltır. Bu teknolojilerin sayesinde kullanıcı ve sanatçılar sanal ortama yerleşmesini sağlar ve içerik yaratma süreçlerini daha kolay hale getirir. Bunların sayesinde sanal model oluşturur ve tasarımdan satışa kadar süreci kısaltır, üretim maliyetlerini düşürür ve sonucunda oluşan ürünün kalitesini artırır. Diğer bir önemli yanı ise küçük şirketlerin daha az masrafla yüksek kalitede ürün üretmesine katkı sağlar ve piyasaya girmelerine imkan tanır. Yaratıcı endüstrilerde video ve bilgisayar oyunları alanında uygulanmaktadır. 2025 yılında bu teknoloji 95 milyar dolar kazandıracağı tahmin edilmektedir (T.C.

STB, 2020: 22-23). Dijital teknolojilerin ve yaratıcı endüstrilerin birleşmesi ülkenin yaratıcı ekonomisine yeni üretim ve diğer yatırımları çekebilir (Delloite, 2021: 28).

1.10.2. Blokzincir

Blokzincir'in, yaratıcı ekonominin gelişmesinde büyük rol oynayacağına dair tartışmalar sürmekte, özellikle yaratıcılığa avantajlar sağlayacağı söylenmektedir. Blokzincir, yaratıcılar, sanatçılar, fikri mülkiyet sahipleri için farklı fırsatları sunmaktadır, örneğin şeffaf, adil ve ortaklıksız şekilde yaptığı çalışmalar için ödemelerini alabilirler veya dijital korsancılık yapıldığında orijinal ve izinsiz yapılan kopyalama farkedilebilir ve tespit edilebilir. Spotify, YouTube aracılığıyla sanatçılar kendi ürünlerini kitleye ulaştırmaktadırlar ancak ürünlerin fiyatlandırma ve pazarlama gibi süreçlerini kontrol edemeyerek, gelirin büyük kısmını aracılara kaptırmaktadırlar (Rennie vd, 2019: 3; Takahashi, 2017: 2).

Blokzincir, değer değişimi işlemlerinin sıralı bloklar şeklinde gruplandırıldığı bir dağıtılmış liste türüdür. Her blok bir öncekine bağlanır ve kriptografik güven ve güvence mekanizmaları aracılığıyla eşler arası bir ağda değişmez bir şekilde kaydedilir. Güvene veya merkezi bir yönetim gerektirmez, tüm katılımcıların uyumun sağlayıp tutarlı bir durum sağlar (Savelyev, 2018: 551).

Bir çok blokzincir türü vardır ve farklı özelliklere sahiptir. Geniş kitleye açık blokzincirler (Ethereum, Bitcoin), gerekli donanıma, yazılım ve elektriğe erişim sağlayabilen herkese ademi merkeziyetçilik ve güvenlik sağlanarak katılması için kolaylık sağlar. Kapalı blokzincir ise (Hyperledger, Quorum) daha hızlı işlem gerektiren, işlem ücretleri istenmeyen veya belirli bir grup verilerin üzerinde kontrolün elinde tutmak istenilen alanlarda kullanılır (Rennie vd, 2019:12).

Yukarıda bahsedildiği gibi, ademi merkeziyetçilik prensibine dayalı blokzincir veri depolama güvenliği için ortaya yeni paradigma koymaktadır ve şu özelliklere sahiptir (Savelyev, 2018: 551):

- Şeffaflık: blokzincirdeki veriler herkese açıktır, değiştiremez ve kolaylıkla denetlenir;
- Yedeklik: her blokzincir kullanıcısında verilerin kopyası vardır ve sistemde oluşan arıza ya da kötü niyetler nedeniyle çevrimdışı edilemez;
- Değişmezlik: blokzincirdeki verileri değiştirmek oldukça zordur, kullanıcılar tarafından oy birliği sağlanmasını gerektirir. Anlaşıldığı gibi blokzincirin bütünlüğü sistem operatörlerin elinde değil kullanıcıların elindedir.
- Aracısızlaştırma: bankalar gibi araçların ortadan kalkmasıyla işlem maliyeti ve bununla alakalı riskler azalır. Fakat blokzincirin daha derin uygulanması nedeniyle yeni tür aracın ortaya çıkmayacağı anlamına gelmez.

Marcus O'Dair, günümüzde blokzincir tipi yaratıcı ekonomi için hayati fırsatların sunulduğunu ileri sürmektedir. Onun "Dağıtılmış Yaratıcılık: Blokzincir Teknolojisi Yaratıcı Ekonomiyi Nasıl Dönüştürecek" adlı çalışmasında blokzincir, yaratıcı ekonominin geliştirilmesinde "Mülkiyet", "Akıllı, Şeffaf Ödemeler ve Lisanslama", "Artan Kontrol" ve "Yeni İş Modelleri" başlıklar altında değerlendirmiştir (O'Dair, 2019: 31):

1. Sahiplik: blokzincir eserlerin gerçek sahibin tespit etmek ve onların yaptığı çalışmalar için hak ettiği takdiri alabilirler. İşte sahiplik verileri merkezileştirilmiş değil dağıtılmış veri tabanlarında saklanır ve böylece ödeme ve lisanslama için tek güvenilir kaynaktır. Birbirini tanımayan ve güvenmeyen çok sayıda yaratıcılar büyük ölçekli projeler için telif hakkı ödemeleri alabilirler.
2. Akıllı, Şeffaf Ödemeler ve Lisanslama: blokzincir telif ödemelerini ve lisanslamayı otomatikleştirebilir. Bu gibi süreçler daha şeffaf olabilir.
3. Artan Kontrol: yaratıcılar için çalışmaların fiyatlandırma ve lisanslama için kriterlerin belirlenmesine ve etkinliklerin organizatörleri için biletleri yeniden satış parametleri oluşturmaya olanak sağlar.
4. Yeni İş Modelleri: tüketim verileri araçlar için değil yaratıcılara fayda sağlamak için kullanılır.

Blokzincir teknolojisi yaratıcı ekonomi için potansiyel olarak büyük önem taşır. Bu teknolojinin yaratıcı iş alanında uygulanması henüz o kadar iyi gelişmemiştir. Blok zincirinin sunduğu faydalar gerçekten açık ve faydalıdır ve ulusal ekonomi için rekabet üstünlüğü avantajı sağlayabilir ama aynı zamanda, uygulanmasında önemli engeller vardır ve ciddi riskler de taşımaktadır (Angelova, 2019, O'Dair, 2019:10).

1.10.3. Telif Hakkı

Yasadışı kopyalamanın, yaratıcı endüstrilere büyük zararları olmaktadır. Dijitalleşmenin marjinal maliyetleri düşürdüğü iddia edilse de dijital korsanlığa karşı mücadele maliyetlerini de kapsaması gerekmektedir, aksi takdirde üretimi daha verimli hale getiren kazanç boşuna gitmiş olur. Yaratıcı firmalar için meydana gelen zorluk "ücretsiz ile mücadele etme"dir. İlk yatırımları geri kazanabilmek için fiyatların yüksek tutulması gerekir ama piyasanın kaldıramayacağı seviyede de olmamalıdır. Tüketicinin talebini karşılamak için yurtiçi ve yurtdışı piyasalarda hedef kitlelerin korunması ve genişletilmesi gerekir. Müşteri memnuyeti, başarının anahtarıdır. Dijital korsanlıkla mücadele ederken yaratıcı firmalar kaybetmektedirler, çünkü sıfır maliyetle karşılaştırıldığında makul bir fiyat biçmek zordur. Maliyet konusunda umursamayan tüketiciler, ücretsiz ürünler sonunda sürdüremez olduğunu göreceklardır. İşte bu tip sorunlara karşı telif hakkı önem taşımaktadır (Viswanathan, 2020: 35-36).

Justice O'Connor'a göre telif hakkı, ifade özgürlüğünün sembolüdür ve ekonomik değer kazanmasıyla fikirlerin gelişmesi ve yayılmasına ekonomik teşvik kazandırır (Viswanathan, 2020: 15). Telif hakkı, somut biçimine gelen orijinal eserleri korur, sadece izinsiz kopyalamayla sınırlı kalmaz, aynı zamanda üretilen eserleri kopyalayıp dağıtma, geniş halka sunum ve gösteri haklarını da kapsar (Towse, 2011: 100).

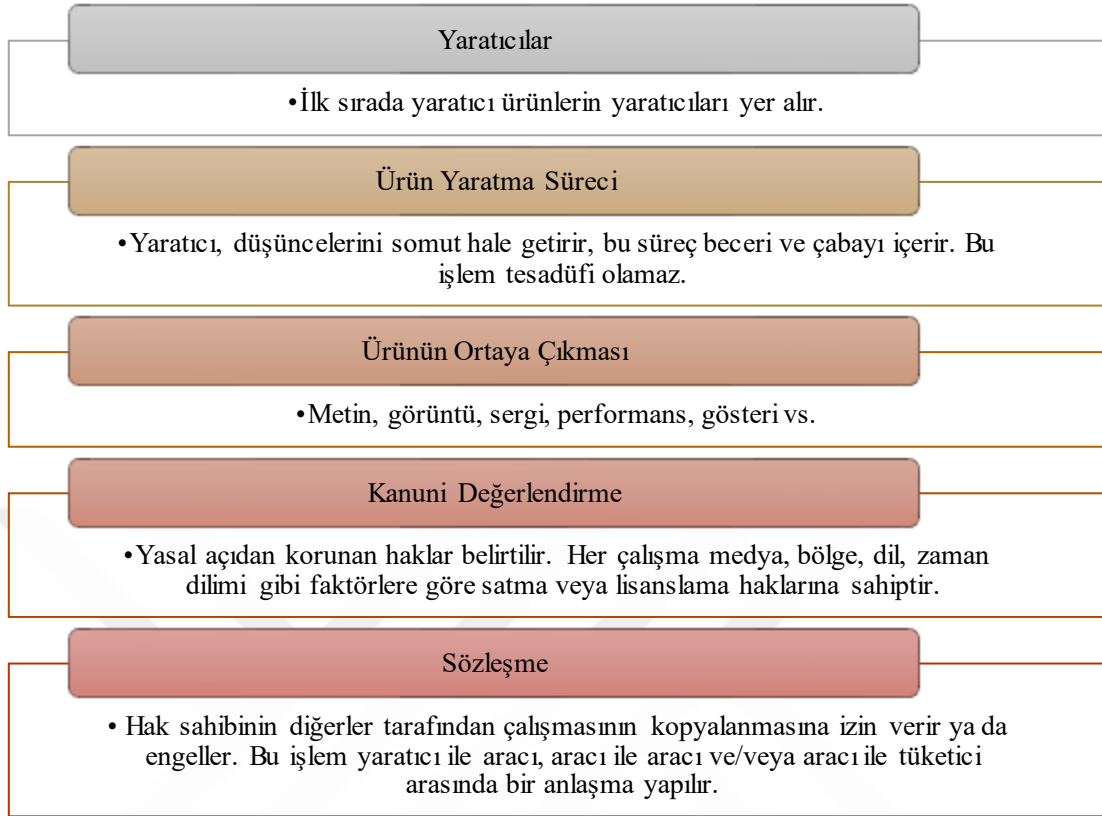
Günümüzde, dijitalleşme koşullarında yaratıcı ürünler saf kamu mallarının genel tanımlanmasına yaklaşmaktadır, yani bir kişinin kullandığı mal diğerleri tarafından da kullanılabilir ve neredeyse sıfır masrafla yeniden üretilebilir (Viswanathan, 2020: 13). Yaratıcı ekonomi, daha önceden söylendiği gibi fikri mülkiyete ve yaratıcılığa dayalıdır, dolayısıyla telif hakkına ihtiyaç duyulmaktadır. Yaratıcı ekonomide telif hakkı büyük öneme sahiptir. Bir fikri değil, yaratıcı ve sanatsal çıktıyı korur. Telif hakkı, yaratıcı ürün sahibine ürünün nasıl kullanıldığını kontrol etmesine izin verir. Ürünün sahibi, ürünü başkalar tarafından kullanma, ödünç verme ya da başkalar tarafından ticari kazanç elde edilmesi değişiklik yapma izin verme hakkına sahiptir. Telif hakları, eserin edebi veya sanatsal değerine bakmaksızın her orijinal eseri korur (World Intellectual Property Organization [WIPO], 2017: 4).

Orijinal mallar kitap, fotoğraf, resim, heykel, müzik, eserler, çizim, bilgisayar yazılımı, sitkom, film, harita ve iş rehberlerini kapsar. İfade edildiği gibi, bu malların ortak noktası iktisatçıların dilinde “kamu malları”dır. Bu tip malları yaratmak çok miktarda maddi kaynak ve çaba gerektirir ama bir kez oluşturulduktan sonra çalışmayı yeniden üretme masrafları düşerek daha fazla kullanıcı dahil etmek neredeyse masrafsız hale gelecektir (Towse, 2011: 100).

Howkins'e göre telif hakkı yaratıcı ekonominin gücüdür ve beş aşamayı içermektedir (Şekil 6) (Howkins, 2007: 75):

- 1) yaratıcılar,
- 2) ürün yaratma süreci,
- 3) ürünün ortaya çıkması,
- 4) kanuni değerlendirme,
- 5) sözleşme.

Şekil 6: Telif Hakkı Konseptinin Aşamaları



Kaynak: Howkins, 2007: 75

Yaratıcı ürünler ile alakalı telif hakkı dışında diğer fikri mülkiyet hakları da mevcuttur (WIPO, 2017: 5). Tasarım hakları: 2D ve 3D tasarımların orijinal şeklini, yapılandırmasını, renk veya kompozisyonu korur:

- Patent: orijinal yaratıcı ürünü kapsamaktan ziyade bir teknolojik buluş veya bir fikrin arkasında duran yeniliklere uygulanır;
- Ticari markalar: marka değerini yansıtır ve belirli ürün veya hizmeti tescil eder. Şunları kapsar: işletme ve/veya ürün isimleri, logoları; özel ambalaj; grafik semboller; ekran görüntüleri; grafik kullanıcı arayüzleri; web sayfalar; slogan ve sesler;
- Ticari sırlar: şirketlerin rekabet üstünlüğü sağlamayabilmesi için gizli ticari bilgiler.

Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü'ne göre uluslararası anlaşmalara katılan gelişmekte olan ülkeler diğer katılımcı ülkelerin piyasalarına erişim sağlayabilirler ve yaratıcı eserlerini yurt dışında koruyabilirler. Böylece yurtdışında rekabet edebilecek yerli yaratıcı endüstrilerin gelişmesine altyapı oluşturur (UNCTAD, 2008: 155).

Fikri mülkiyet, yaratıcı ve girişimcilere ticari ekonomik aktiflik sağlar, yani telif hakkıdır. Telif hakkı ise piyasa ekonomisinde ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine, üretilmesine ve dağıtılmasına yatırım yapmak için insanların yaratıcılığına dayalı bir araçtır. Telif hakkını korumak, sürdürülebilir yaratıcı ekonominin büyümesini isteyen ülkelerin kamu politikasının hedefidir. Fikri mülkiyet yasal ve uygulama sistemlerin işlevsizliği yaratıcı ekonominin büyümesini tehlikeye atar. Yaratıcı ekonominin başarılı olması için telif hakkının tüm yönlerinin ve lisanslarının uygulanması gerekir. Yaratıcı endüstrilerin geliştirilmesinin en iyi yolu dengeli telif hakkı sistemini oluşturmaktır. Böylece var olan potansiyel gerçekleşir. Doğru biçimde uygulanmış telif hakkı sistemi uluslararası fikri mülkiyet sözleşmeleriyle çelişmeden yaratıcıları teşvik eder ve ödüllendirir (UNCTAD, 2008: 155-156).

1.11. Covid-19 Döneminde Yaratıcı Ekonomi

2019 yılının Kasım ayından bu yana dünya ‘Coronavirus Disease 2019’ (COVID-19) olarak bilinen Şiddetli Akut Solunum Yolu Sendromu Koronavirüsü 2’ye (SARS-CoV-2) yol açtığı salgınla mücadele etmektedir. Bu devam eden pandemi nedeniyle diğer ekonomi sektörleri gibi yaratıcı ekonomi de pandemiden etkilenmiştir. Çünkü büyük şehirler risk altında olan çalışanları barındırmakta ve bu durum birçok sektörde ciddi aksamalara neden olmaktadır. Genel olarak ele alındığında pandemi işten çıkarmalar, iflaslar, etkinliklerin iptal olması gibi birçok kısa ve uzun vadeli zorluklara neden olmuştur. Pandeminin etkileri farklı yaratıcı sektörler ve ülkelerde farklılaşmaktadır. Örneğin bilgi teknoloji sektöründe olumlu etkileri gösterirken kütüphane, müze, sanat ve eğlence endüstrilerinde olumsuz etkiler yaşanmaktadır (Khlystova vd., 2021: 1192; V. Radermecker, 2021: 4).

Devam eden pandemi döneminde dünyanın her yerinde istihdam kayıpları yaşanmakla beraber yaratıcı endüstriye sirayet etmiştir. Mevcut verilere göre Filipinler’de yaratıcı sektörlerde çalışanların yüzde 55 işini kaybetmiştir, Yeni Zelanda’da ise yüzde 13’tür. Güney ve Orta Amerika’da çalışanların yüzde 55’nin gelirlerinde yüzde 80 düşüş yaşanmıştır. Brezilya’da ankete katılan çalışanların yüzde 41 gelirlerini tamamen kaybettiğini belirtmiştir, Panama’da yapılan bir anketin sonuçlarına göre, tiyatro ve müzik sektörlerinde çalışanların yüzde 85 gelirlerini kaybettiklerini söylemiştir, Hindistan’da ise yaratıcı sektörlerde çalışanların yüzde 22’si gelirlerinde yüzde 75 düşüş olduğunu belirtmiştir (UNESCO, 2021: 9).

Yaratıcı ekonominin farklı sektörlerinde yaşanan etkileri mevcut verilerle UNESCO Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler COVID-19’un karşısında adli raporunda ekonomik açıdan ele alınmıştır. Yaratıcı endüstriler diğer ekonomi sektörleri gibi kayıp yaşasa bile bazı sektörleri olumlu etkiler göstermiştir. Aşağıdaki Tablo 6’da farklı ülke ve sektörlerde yaşananlar özetlenmiştir.

Tablo 6: Pandemi Döneminde Yaratıcı Ekonomi

Endüstri	Etkiler
Müzeler	• Nisan 2020'de, Avrupa'daki beş müzeden üçünün “haftada ortalama 20.300 €” kaybettiği bildirildi (gelir kaybı yüzde 75 - 80). • Birleşik Krallığın ulusal istatistiklerine göre müzeler, kütüphaneler gibi sektörlerindeki çalışanların yüzde 56'sının Haziran'dan 31 Temmuz 2020'ye kadar izne ayrılmıştır.
Gösteri Sanatları ve Müzik	• 2020'de gösteri sanatlarının ulusal olarak ciroda 2018'e göre yüzde 75'lik bir düşeceği tahmin edilmiştir. • Eylül 2020'de ABD'de işsizlik oranı 8.5 idi, dansçılarda yüzde 55, oyunculara yüzde 2 ve müzisyenlerde yüzde 27. • Avustralya'da sahne sanatları sektöründe istihdam Mart ve Nisan 2020'de %30 düşüş göstermiştir. • Finlandiya'da 2020'nin ikinci çeyreğinde sanat sektöründe iş arayanların sayısı geçen yıla göre yüzde 57 artmıştır. • Güney Afrika'da müzik sektöründe %6'sının tüm çalışanlarına ödeme yapılmıştır. Kuruluşların çoğu, kısa vadeli sözleşmeleri (yüzde 23) iptal etmek veya çalışan maaşları (yüzde 18) kesilmiştir.
Görsel Sanatlar	• Güney ve Orta Amerika'da, zanaat kuruluşlarının yüzde 53'ünün 2020'de gelirlerinde %80'den fazla bir düşüş yaşadığı tahmin edilmektedir. • Amerikalı sanatçılar 2020'de (ulusal olarak 50,6 milyar dolar) yaratıcılık bazlı gelirden yaklaşık 21,500 dolar kaybetti. • Panama'da görsel sanatlarda çalışanların yüzde 86'sının gelir kaybı yaşanmıştı. • Fransa'daki sanat galerilerinin 2020'nin ikinci çeyreğinde 84 milyon Euro'luk zarar etmişti.
Yayıncılık	• Kitapçıların kapanması sebebiyle küresel kitap piyasada 2019'da 92.8 milyar 2020'de 85.9 milyar dolara azalması beklenmektedir. • Almanya'da 2020 yılının Nisan ve Aralık arasında kitap piyasası için beklenen ciro kaybı 2,5 - 4,5 milyar € arasında olduğu tahmin edilmektedir. • Meksika'da kitap satışlarının 2020'de yüzde 26 düşmüştür.
İşitsel-Görüntü ve İnteraktif Medya	• Mart 2020'nin ortalarında, sinema gişe gelirindeki küresel kayıp 5 milyar dolar civarındaydı ve Çin'de 70 000 sinemanın kapanması buna katkıda bulundu. Bu kaybın Mayıs ayı sonunda 17 milyar dolara yükselmesiyle birlikte, ABD'de Ağustos 2020'de 2019'a kıyasla gelirden %76'lık bir düşüş oldu. • Almanya 2020'de yayın endüstrileri için Nisan ve Aralık arasında ciro kayıplarının yıllık gelirlerinin yüzde 10 - 17'si (1,1 - 1,9 milyar €) arasında olmasını bekliniyordu. • Meksika'da 25 Mart ile 15 Kasım arasında 10,5 milyon sinema bileti satılmıştı, 2019'da ise 261.5 milyon.

Tablo 6: (devamı)

Endüstri	Etkiler
Video ve Ses Yayın Platformları	• Medya yayın platformu Vidio, 20 Ocak - 11 Nisan 2020 arasında Endonezya, Malezya, Filipinler ve Singapur'da COVID-19 pandemisi sırasında tüketimde %225'lik bir büyüme bildirdi. Başka bir bölgesel oyuncu Viu (Hong Kong, Çin merkezli) COVID-19 döneminde %274'lük bir artış gösterdi. • Çin'de Mango TV ve Tencent Video aboneleri %708 ve %319 arttı. Çin'deki en büyük yayın platformu iQIYI, yıllık yüzde 23 artışla 2020'nin ilk çeyreğinde 12 milyon yeni abone sayısına ulaştı. • Birleşik Krallık'ta, 2020'nin sonunda, en popüler üç video yayın servislerin (Netflix, Amazon ve Disney+) aboneleri 32 milyona kadar yükseldi, Sky ve Virgin gibi uydu ve kablolu ödemeli TV sağlayıcılarının abone sayısı iki katına ulaştı
Tasarım ve Yaratıcı Hizmetler	• Temmuz 2020'de EY, İtalya ve İspanya hakkında raporda 2020'nin sonuna kadar moda endüstrisindeki gelirleri %35-40 oranında düşeceği tahmin edilmişti. • Bangladeş'te Mart 2020'de 1000'den fazla hazır giyim fabrikasının pandemi nedeniyle yaklaşık 1,5 milyar dolarlık siparişleri iptal edilmişti.
Bilgisayar Oyunları	• Çevrimiçi bir dijital oyun servisi Steam, 2020 Mart ayında aynı anda rekor sayıda 23 milyon oyuncu kullandı. • 2020 baharında, Kore Cumhuriyeti'nde mobil oyun oynayan kullanıcı sayısı 2019 bahar sezonuna göre %84 arttı. • Animal Crossing: New Horizon, 2020 yılının Mart ayında beş milyon dijital kopya sattı ve aylık satışıyla konsol oyunu rekorunu kırdı. Pandeminin ilk dalgasına denk gelen ilk altı haftada 13.4 milyon adet satıldı.

Kaynak: UNESCO, 2021: 27-28, 35-36.

Devam eden COVID-19 pandemisi her gün binlerce insanın hayatının kaybetmesine neden olmaktadır. Aynı zamanda devletlere büyük zorlukları yaşatmaktadır. Yaratıcı ekonomi için de bu süreç kolay olmamakta, yaratıcı endüstriler yavaş yavaş bu duruma adaptasyon göstermektedir. Yukarıda bahsedildiği gibi dijitalleşmeye ayak uydurabilen yaratıcı ekonominin bazı sektörleri olumlu sonuçları göstermektedir. Yaratıcı ekonominin pandeminin olumsuz etkilerini atlatabilmesi için devletin rolü de büyüktür (Khlystova vd., 2021: 1204).

Tüm yaşanan bu gelişmeler, yaratıcı ekonomi modelinin belli bir sistematik dâhilinde ve titizlikle ele alınması gereğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla kamu politikası araç ve süreçlerinin yaratıcı ekonomi modelinin yerleşmesi ve uygulanması açısından kullanılmasını zorunlu hale getirmiştir. Çünkü yaratıcı ekonomi modelinin başarılı olması piyasa ekonomisinin araçları kadar kamunun gücüne de bağlıdır.

İKİNCİ BÖLÜM

2. KAMU POLİTİKASI TANIMI VE TEORİK ÇERÇEVE

Devlet, toplumun, grup ve vatandaşların istem ve taleplerini yerine getirmek, ortaya çıkan sorunları ortadan kaldırmak ve ülkenin gelişimi için çaba sarf etmek gibi birçok görevleri üstlenmektedir. İşte bu süreçler kapsamında alınan kararlar, yapılan ya da yapılmamasına yönelik tercih edilen faaliyetler kamu politikası kavramının çerçevesinde değerlendirilmektedir. Kamu politikası kavramı ele alındığında tam bir anlaşmaya varılamadığı ve net tanımı olmayan bir konu olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü kamu politikası çok karmaşık bir süreç olup, birçok aktörler tarafından etkilenmektedir. Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak kamu politikası kavramının tanımını, sonra kamu politikalarını etkileyen aktörleri, alınan kararların hayata geçirmek için enstrümanların nasıl kullanılacağı ve analiz sürecinden bahsedilecektir.

2.1. Kamu ve Politika Kavramların Tanımları

Kamu politikası kavramını anlamak için ilk olarak “kamu” ve “politika” kavramların açıklanması gerekmektedir. Türk Dil Kurumu’na göre kamu kelimesi “Halk hizmeti gören tüm devlet organları” ve “Bir ülkedeki halkın bütünü” olarak iki tanım verilmiş ve “özel” kelimesinin karşıtıdır (TDK, 2022). Eski Yunan’da ise “şehir, eşit, açık, erkek ve ölümsüz” olarak anlatılmaktadır. Romalılar, “res publica” yani “kamusal şey” kelimesini kamu hizmetlerini kullanabilmek için gerekli mallar olarak açıklamışlardı. Kamu sözcüğünün İngilizce karşılığı “public” kelimesidir ve toplum, halk anlamında kullanılmaktadır. Bu çalışmada kamu kelimesi kamu politikası kavramının çerçevesinde ele alınacak ve devlet tarafından oluşturulan politikalar kontekstinde kullanılır (Yıldız, 2011: 1; Beşkardeşler, 2021: 5).

Ne kadar “politika” kelimesini sık duysak da akademik dünyada tartışılan bir konudur ve birçok tanım ve görüş mevcuttur. Kelimenin kökeni Yunanca’da “politikos” olarak bilinen kelime “polis” kelimesinden türetilmiştir ve devlet/şehir ile alakalı her işi anlatılmaktadır (Beşkardeşler, 2021: 5). Bu kavram devlet bilimi açısından bakıldığında çok dar ve iktidar bilimi açısından ise çok geniş olduğu bilinmektedir (Nohutçu, 2007: 431). Türkçe’de “politika” sözcüğü iki anlam taşımaktadır. Birincisi siyaset anlamına gelmektedir ve İngilizce “politics” kavramının karşılığıdır. İkincisi anlamı ise tutulan yol, yöntem ve program anlamında kullanılmaktadır ve “policy” kavramının karşılığıdır. Türkçe’de bu anlamda “siyasa” kelimesi de kullanılmaktadır ama bu çalışmada “politika” kavramı kullanılacaktır (Çevik, 2013: 130).

2.1.1. Kamu Politikası Kavramının Tanımı ve Özellikleri

Kamu politikası kavramı 70'lerin başında daha geniş kamu yönetiminin içinden ayrı yeni bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Taraftarları eski disiplinlerinden ayrılarak ortodoks kamu yönetiminin bir çıkmaza girdiği düşünülmekteydi. O zamanlarda kamu politikasının uygulayıcıları, kamu politikasını karar vermek ve özel olarak formel, matematiksel yöntemlerle kamu alanındaki sorunları çözmek ile alakalı bir şey olarak görmüşlerdir (Hughes, 2013: 191). Kamu politikası kavramının birçok tanımı mevcut olup, bazıları karmaşık bazıları ise çok yalındır. Farklı birçok tanım olmasına rağmen bazı ortak noktalar da vardır. Devletin aldığı kararların sonucu, devletin statükoyu sürdürme kararı gibi değiştirme kararı da kamu politikası olduğundan hemfikirlerdir. Fakat bazı tanımlar önemli ölçüde farklılık gösterebilir (Howlett ve Ramesh, 2003: 5). Bu kavramın karmaşıklığını anlamak için aşağıda geniş kullanılan tanımlar verilecektir.

Literatüre bakıldığında çoğunlukla uluslararası kaynaklar kullanıldığı görülmektedir. Belki en kısa, kapsayıcı ve anlaşılması için en kolay tanımı Thomas Dye vermiştir. Ona göre kamu politikası, devletin yapmayı ya da yapmamayı tercih ettiği her şeydir (Göçoğlu, 2014: 8). William Jankins'e göre kamu politikası, siyasi aktörlerin veya onlara ait grupların belirli durumların çerçevesinde hedef ve bu hedefe ulaşmak için araçların belirlemede kabul edilen bir takım bağlantılı kararlardır ve bu kararlar onların yetki alanında olması gerekmektedir (Engeli, 2014: 19). Jankins, Dye'den farklı olarak kamu politikasını bir süreç olarak görmektedir. Daha genel tanımı James Anderson vermektedir, onun anlayışında kamu politikası, bir sorun veya meseleyle ilgilenen aktör ya da ona ait gruplar tarafından yürütülen amaçlı bir faaliyetir (Howlett ve Ramesh, 2003: 8). Pal'e ise şu şekilde tanım vermektedir: sorun ya da bir sürü bağlantılı sorunu çözmek için kamu otoritelerinin tercih ettiği eylem ya da eylemsizliktir (Çiner, 2020: 12).

Türkçe kaynaklara bakıldığında yazarların şöyle tanımları görülmektedir. Akdoğan'a göre kamu politikası, devletin kanunlar sayesinde sahip olduğu güçle herhangi bir konuda yetkilendirilmiş kamu kurumu ve personelin gerçekleştirdiği her türlü eylem ve faaliyetlerin toplamıdır (Erat, 2014: 96; Babahanoğlu, 2016: 7). Usta şu şekilde tanım vermektedir: kamu politikası kamu gücüyle kamusal otoritenin sorunların çözmek için eylem, eylemsizlikleri, strateji, yol veya faaliyetleri içermektedir (Taşpınar, 2021: 69). Gül daha kapsamlı bir tanım vermiştir, ona göre toplumu ilgilendiren sorunu veya ihtiyacı gündeme alarak çözümleri ve uygun alternatifi oluşturmak ve sorunun kaldırılması için kamu aktörlerin ya da onların gözetimi altındaki aktörlerin düzenlediği karar ve eylemlerdir (Ak, 2022: 125).

Uluslararası ve ulusal çalışmaların taraması neticesinde kamu politikası hakkında şöyle bir tanım verilebilir: “devlet yönetim sisteminin elindeki gücüyle kamu için önem taşıyan bir konuda detaylı bir düzenleme yapılması maksadıyla oluşturmuş düzenli plan bütünüdür” (Ak, 2022: 125).

Kamu politikası alanına has özellikleri vardır ve bu özellikler şu şekilde sıralanabilir (Erat, 2014: 96; Sözen, 2013: 130; Ak, 2022: 127):

- Belirli hedefe ulaşmak için yapılır, yani amaçlı yaklaşımlardır,
- Beklenti, toplumsal sorunları çözmeye odaklı bilgi birikimidir,
- Devlet tarafından yetkilendirilmiş kişilerce yapılır,
- Bir süreçtir, sadece karar alma/verme süreçten daha da kapsayıcıdır,
- Toplumdan ve/veya baskı grupların talepleri neticesinde kamu politikası oluşur, yani bir ihtiyaç ya da talebin ürünüdür,
- İkiye ayrılır: Sorunu çözmek için devlet tarafından faaliyet yapılıyorsa pozitif; devlet hiç bir şey yapmamayı seçiyorsa negatif,
- Tahmin edilen ve edilmeyen sonuçlara sahiptir.

2.1.2. Kamu Politikası Neden Yapılır?

Kamu politikasını incelerken birçok farklı ve çelişkili yöntemlerin mevcut olduğu bilinmektedir. Kamu politikasının yapılmasını etki eden bir sürü faktörler bulunmaktadır. Bu çalışmada neden kamu politikasını yapıldığını açıklamak için kamu tercihi teorisi, Marksist sınıf teorisi, refah ekonomisi yaklaşımı, çoğulcu ile korporatist ve devletçi (statism) teoriler açısından ele alınacaktır (L. Campbell, 2002: 21).

Kamu tercihi teorisyenlere göre kamu politikası, çeşitli siyasi aktörlerin rekabet koşullarında rant arama davranışında bulunduğu bir süreçtir. Yani her aktör üretilen toplumsal emekten elde edilen toplumsal artının (rant) bir kısmını ele geçirmek amacıyla devleti kullanmaya çalışmaktadır. Mümkünse her aktör diğer tarafların eylemlerinden kaynaklanan fazlalıktan kendi payı olmadan kullanmayı tercih eder. Bu anlayışa göre seçmenler sadece vergi ödemeye sınırlı olarak hükümetten daha fazla program isteyecekler, politikacı, parti ve bürokratlar ise bu programları kendi çıkarlar doğrultusunda yaparlar. Dolayısıyla devletin ekonomi ve topluma olan müdahalesi sürekli artacaktır. Başka bir deyişle, demokratik hükümetler, aldıkları kararlar seçim döngüsünün zamanına göre değişir (Howlett ve Ramesh, 2003: 23; Akcagündüz, 2010: 30).

Marksist sınıf teorisine göre kapitalist toplumlarda kamu politikaları kapitalist sınıfın çıkarlarına öncelik tanınmaktadır. Kapitalistlerin ekonomi üzerinde üstünlük sağlaması, devlet ve onun yürüttüğü faaliyetleri kontrol etmeye imkan vermektedir. Marx'a göre devlet, kapitalist sistemi sürdürmek ve kârları artırmak için kapitalistlerin kullandıkları bir araçtır. Dedüksiyon doğası göz önünde bulundularak Marksist açısından kamu politikası analizi belirli bir politakanın kapitalistlerin çıkarlarına hizmet ettiği ve onların çıkarları için devletin kullanılması bir delil olduğunu

göstermektedir. Devlet ile ilgili bu varsayımlar dizisi araçsal teorisi olarak da bilinmektedir (Howlett ve Ramesh, 2003: 27).

Refah ekonomisi yaklaşımına göre bireyler piyasa mekanizmaları aracılığıyla çoğu sosyal kararı vermelerinin beklenmesi öngörülmektedir. Refah ekonomisi teorisyenleri piyasaların kaynakları her zaman verimli bir şekilde dağıtamayacağını veya başka bir deyişle, toplumsal sosyal refahı optimize etmek için bireysel fayda maksimize edici davranışları her zaman birleştiremeyeceğini kabul eder. Piyasa başarısızlıkları olarak adlandırılan bu gibi durumlarda, kamu kurumların piyasaları desteklemek veya yerine geçmek için müdahale edebileceği savunulmaktadır (Howlett ve Ramesh, 2003: 33).

Çoğulcu teoride gruplar sadece çok sayıda ve serbest biçimli olmakla kalmaz, aynı zamanda örtüşen üyelik ve tekel temsili eksikliği ile de karakterize edilebilir. Yani, aynı birey, farklı çıkarlarından dolayı için birkaç gruba üye olabilir. Örtüşen üyeliğin, çatışmaları uzlaştırmak ve gruplar arasında işbirliğini desteklemek için kilit bir mekanizma olarak da bilinmektedir. Ayrıca bir çıkar birden fazla grup tarafından temsil edilebilir. Çoğulcu açısından siyaset birbiriyle çatışan çeşitli çıkarların ve grupların anlaşabildikleri süreçtir. Bu açıdan kamu politikaları, üyelerinin ortak çıkarlarını ilerletmek için çalışan gruplar arasındaki rekabet ve işbirliğinin bir sonucudur (Howlett ve Ramesh, 2003, 38).

Korporatist teorisine göre kamu politikası, devlet ile devlet tarafından tanınmış çıkar grubu veya grupları arasındaki etkileşimle şekil alır. Grup arasındaki etkileşim devlet içinde kurumsallaşır ve devlet aracılık yapar (Howlett ve Ramesh, 2003: 42; Çevik, 2004: 49).

Neo-kurumsal analizin devletçi versiyonuna göre devlet hükümrân sosyal grupların veya sınıfların baskılarına etkilenmeyen, kendi hedeflerini oluşturan ve uygulayabilecek imkanlara sahip otonom bir aktör olarak kabul edilir (Howlett ve Ramesh, 2003, 45).

2.2. Kamu Politikası Aktörleri

Kamu politikası süreci iki alanı içermektedir: ilki, baskı grupları tarafından devleti etkilemek ve pazarlık yapmaya amaçlayan çabalar, ikincisi ise seçilmiş ve/veya atanmış siyasetçi, bürokrat ve diğer yetkililer tarafından devletin içinde yapılan faaliyetlerdir. Bazı akademisyenler bu alanları resmi ve gayri resmi aktörler olarak tanımlarlar. Kamu politikasını etkileyebilen devlet kapsamında kurumları politika ağı ve toplumda sosyal grupları politika toplulukları olarak da sınıflandıranlar da vardır. Bu açıdan demokratik ülkede bir cephede toplumun içinde seçmenler, medya ve seçmenler söze sahipken diğer cephede seçilen ve atanan bürokrasi, siyasal partiler, devlet, meclis ve yargı rol oynamaktadır. Günümüzdeki küreselleşmenin koşullarında uluslararası aktörlerin de rolü arttığını belirtmek mümkündür (Balcı vd., 2013: 186; Beşkardeşler, 2021: 10).

2.2.1. Resmi Aktörler

Kamu politikası oluşturma sürecinde birçok aktörler yer almaktadır, onların arasında resmi aktörlerin yeri büyüktür. Devlete bağlı ya da devletin bünyesinde yer alan kurum, kuruluş ve kişiler oluşturmaktadır. Kamu politikası oluşturma sürecinde meclis, yargı, yürütme gibi resmi aktörler olarak sayılmaktadır (Ak, 2022: 128). Bu tip aktörlerin özelliği devletle resmi bağlantısı olup devlet tarafından tanımlanan otoriteyi kullanmasıdır. Bu aktörlerin kamu politikalarının oluşturulmasında etki seviyeleri ülkeden ülkeye değişmektedir (Artun, 2019: 23).

2.2.1.1. Yürütme

Yürütme devletin çekirdeği olduğu tartışılmazdır. Siyasi sistemler anayasa olmadan, meclissiz, yargısız ve partisiz bile işleyebilir ancak devlet politikasını oluşturan ve gerçekleştiren yürütmesiz ayakta kalmaz (Heywood, 2017: 423).

Kamu politikası sürecinde seçilmiş en güçlü aktörlerin biri de yürütmedir. Birçok ülkede kabine olarak da adlandırılmaktadır, herhangi bir politika alt sisteminde anahtar role sahip oyunculardan biridir. Onun merkezi rolü ülkeyi yönetme konusundaki yetkiler anayasadan kaynaklanmaktadır. Kamu politikası sürecine diğer aktörler de dahil olsa bile nihai politika oluşturma ve gerçekleştirme yetkiler yürütme organlarına aittir. Hükümet mecliste çoğunluk desteğine sahipse yürütme tarafından daha az denetim yapılmaktadır ancak cumhurbaşkan sisteminde yürütme organlar yasamayı ikna etmekte daha zorlanır. Buna da rağmen yürütme, yasama denetiminin alanından daha geniş mali, savunma, ulusal güvenlik, farklı uluslararası anlaşma yükümlükler gibi konularda yetkileri mevcut (Howlett ve Ramesh, 2003: 65).

Yürütme ayrıcalıklarına ek olarak bir başka avantaja da sahiptir - bu bilgi kontrolüdür. Yürütme elinde eşsiz, görüşlerini destekleyebilecek, karşı çıkanların davaların zayıf düşerecek, sakladığı, manipüle edebildiği bilgiye sahiptir. Bir diğer avantaj ise mali kaynakların kontrolüdür. Bütçe yasama onayıyla yürütme için geniş fırsatları sağlamaktadır. Yürütme basın üzerinde kontrol sağlamaktadır. Bu gibi benzersiz yetkilerin yardımıyla geniş kit ile iletişim sağlayabilirler ve muhalifleri zayıf düşürebilirler. Yürütme elinde bürokrasiyi bulundurmaktadır. Onlar tavsiye verebilirler ve düşünceleri gerçekleştirebilirler. Yürütme böyle kaynakları çıkar grupları, basın, analitik merkezleri gibi toplumdaki aktörleri etkilemek ve kontrol altında tutmak için kullanmaktadır. Birçok ülkede yürütme yasaların meclise getirilmesi ve kabul edilmesinin zamanlamasını denetim gibi önemli yetkileri vardır (Howlett ve Ramesh, 2003: 67).

2.2.1.2. Yasama

Genel olarak, parlamento, devletin topluma ait, demokrasinin göstergesi olarak özel bir statüye sahiptir. Örneğin, anayasalarda yasamaya yürütme ve yargıdan önce yer verilmektedir. Yani daha yüksek mevki verilmektedir. Teoride meclisler eğitilmiş, uzman, halkı temsil eden halktan gelen siyasetçilerden oluşmaktadırlar. Meclisler kamu politikasını oluşturma ve/veya etkileme, resmi yasa oluşturma yetkilerine sahiptir. Parlamantonun ana işlevleri ise şunlardır (Heywood, 2017: 397):

- Yasama,
- Temsil,
- İnceleme ve denetleme,
- Meşruiyet,
- Siyasete ilhak ve eğitime.

Yasama mensupları resmi aktörler olarak farklı görevleri üstlenmektedir. Parlamento sisteminde yasamanın rolü politika yapmadan ya da gerçekleştirmeden ziyade hükümeti halk önünde hesap verebilir tutmaktır ve aynı zamanda yürütülen politikaları etkileyebilmek için fırsatlara sahiptir. Toplumda oluşan sosyal sorunları talep edilen yere iletilmesinde yasama organlarının rolü büyük öneme sahiptir. Hükümet ileri sürdüğü yasalar ve onları gerçekleştirmek için bütçenin onaylanması için meclisten geçmesi gerekir. Onaylanması için söz konusu politikalarda değişiklik talep edebilirler ve gerçekleştirmede oluşan sorunları tartışabilirler ve değiştirilmesini isteyebilirler. Fakat meclisin politikaları iş yüzünde gerçekleşmeyebilir, böyle durumlar yürütme organların üstünlük sağlandığında olmaktadır ve yasamanın içindeki örgütlenmesini etkilemektedir. Hükümet tarafından teklif edilen yasalar çoğu zaman yasama organı tarafından kabul edilir. Böyle durumlar hükümetin çoğunluk partisi tarafından oluşturulduğu zamanlarda olmaktadır. Dolayısıyla yürütme organının teklif ettiği yasaların kabul edilmesi beklenir. Cumhurbaşkanlığın sisteminde ise anayasal olarak yasama organı yürütmeden otonomidir; çünkü cumhurbaşkanının partisi yasamanın çoğunluğunu oluşturmaktadır (Howlett ve Ramesh, 2003: 66).

2.2.1.3. Yargı

Yargı organı, hukuki meselelerde karar verebilmesi için yetkilendirilmiş devlet kurumudur. Yargıçların temel işlevi yasaları yorumlayıp onun çerçevesinde hüküm vermektir. Bu açıdan devletten devlete göre değişim göstermektedir. Anayasada belirlenen prensiplere göre oluşturulan yetkiler kapsamında yargıçlar devletin kurumları veya devlet ile birey arasındaki anlaşmazlıklarda hakemlik etme imkanı tanınmıştır (Heywood, 2017: 388).

Devlette kuvvetler ayrılığını sağlamak için teorik açıdan yargı, yürütme ve yasama arasında bir denge sağlanması ve siyaset dışı bir aktör olması gerekir. Uygulamada ise bu ilkenin sağlanması

beklendiği gibi değildir. Durumlara göre bu denge bir tarafa eğildiği bilinmektedir. Yargının yürütme ve yasamanın üzerinde hukuki kontrol sağlaması önemlidir. Kamu politikası oluşturulmasında yürütme ve yasama tarafından oluşturulan kanun, tüzük, yönetmenlikler yargı tarafından iptal edilirse yürürlüğe girmemektedir; dolayısıyla kamu politikasının oluşturulmasından uygulanmasına kadar yargının rolü büyüktür (Balcı, 2013: 187).

2.2.2. Gayri Resmi Aktörler

Günümüzde toplumda örgütlenme gelişmiştir, gayri resmi aktörleri bireylerden oluşmaktadır, onlar bir araya gelerek hem tek başına hem amaç grubu oluşturarak onları ilgilendiren konularda hükümet veya kurum ile temasa geçebilirler ve onları ilgilendiren alanda düzenleme ya da uygulamalar ile onlara uygun sonuçları elde etmeye özen gösterirler. Kamu politikası sürecinde, gayri resmi aktörler olarak bireyler, baskı grupları, siyasi partiler, medya, sivil toplum örgütleri rol oynamaktadır (Balcı, 2013: 189).

2.2.2.1. Siyasal Partiler

Modern dünyada siyasi parti bulunmayan yerler rejimin diktatörlük veya militarizmin olduğu yerlerdir. Yani siyasi partiler demokrasinin göstergesi olarak da kabul edilebilir. Siyasi partiler artık modern politikanın baş unsurlarından biridir. Demokrasinin aracı ya da külfet kaynağı olsa bile siyasi partiler hükümet ile sivil toplum, kamu kurumları ile toplum içinde bulunan gruplar arasındaki önemli bir bağıdır (Heywood, 2017: 319).

Siyasi partilerin ana işlevlerinin birisi halkın farklı kesimlerinden oluşan istek ve talepleri bir araya getirmektir. Böylece siyasi partiler farklı istek ve talepleri toplayıp birleştirirler ve onlardan politika önerilerini oluştururlar, onlardan ihtiyaç duyulan parti programlarına dönüştürürler ve gerçekleştirmek vaadiyle iktidara gelmek için kullanırlar. Siyasi partiler böylece toplumun belirli kesimlerinin amaçlarını biçimlendirerek onları siyasal sistem karşısında savunurlar (Babahanoglu, 2016: 29). İktidara gelince iktidarı ele alıp kullanıcı rolü üstlenir ve devleti yönetmeye başlar, seçimlerden geçmeyince toplum içinde yaşamını sürdürürler (Balcı, 2013: 190).

Kamu politikası oluştururken siyasi partiler hem muhalefette hem iktidarda bulunabilirler. İktidardaki parti olunca kamu politikasının oluşturulmasında ana aktör rolünü üstlenir, mecliste yer alması ya da muhalefette olması durumunda iktidar partisini etkilemeye çalışırlar. Bu yaptığı çalışmalar halk adına yapıldığı düşünülmektedir. İktidardaki parti kamu personeli için de sorumlu tutulmaktadır. Kamu politikası oluşturma ve gerçekleştirme sürecinde önemli idari bürokrasileri harekete geçirmektir, çünkü her türlü kamu politikalarının alt yapısını hazırlamaktadırlar. Böylece kaynakların iktidardaki siyasi parti veya partilerin elinde bulunması onların kamu politikası sürecinde büyük güce sahip oldukları anlamına gelmektedir (Balcı vd., 2013: 190-191).

2.2.2.2. Bireyler (Seçmenler, Vatandaşlar)

Kamu politikası sürecinde gayri resmi aktörler arasında belirli kriterleri taşıyan vatandaşlar seçmen olabilirler, onlar kamu politikası sürecini etkileyebilen gücü oy kullanabilmeleridir. Seçmen olarak oy kullanmasıyla kamu politikasını etkileyebildikleri sistem doğrudan demokrasi koşullarında daha etkilidir. Fakat hızlı büyüyen nüfus sebebinden dolayı temsili demokrasi uygulanmaktadır. Seçmenler böylece kamu politikasını dolaylı şekilde etkileyebilmektedirler. Burada en büyük sorunlardan biri seçimlerin aralıklarla gerçekleşmesinden dolayı seçilmiş siyasetçilerin üzerindeki denetimi ve düzenini değiştirme imkanlarının çok zor olmasıdır. Bu sebeple günümüzde bireyler örgütlenerek baskı gruplarını oluşturmaktadırlar (Balcı vd, 2013: 191). Vatandaşlar referanduma katılma, halk vetosu, görevli siyasileri veya bürokratların yetkilerini geri alma gibi haklarıyla kamu politikasının gerçekleşmesine ya da gerçekleşmemesine karar vermektedirler. Tek ya da birkaç seçmen tüm kamu politikası sürecini etkileyemez ama tek başına vatandaşın sergiledikleri davranışla kamu politikasını değiştiren olaylara da rastlanılmaktadır. Vatandaşların, kurumların yaptığı faaliyetler için mahkemede dava açabilme hakları kamu politikasını etkileyebilmenin diğer şeklidir (Ak, 2022: 130; Artun, 2019: 27-28).

2.2.2.3. Baskı ve Çıkar Grupları

Baskı ve çıkar grupları toplumsal örgütler olarak, kurulma amaçları öncelikle üyelerinin menfaatlerini korumak ve savunmaktır. Çıkar grupları, üyelerinin her türlü menfaatlerini korumak için örgütlü ya da örgütsüz insan gruplarıdır. Dernekler, sendikalar, meslek gibi kuruluşlar çıkar grubu olarak sayılabilir. Çıkar grupları, üyelerinin menfaatlerin korumak için siyasi sistem ya da iktidar üzerinde baskı yapmaya başlayınca baskı grubuna dönüşürler. Baskı grubu aynı zamanda çıkar grubu olabilmektedir, oysa ki her çıkar grubu baskı grubu olmayabilir, olabilmesi için en azından örgütlenmiş ve devamlı olması gerekir.

Baskı ve çıkar grupları ikiye ayrılmaktadır: profesyonel meslek ve ideoloji örgütleri. İlki, her mesleğe sahip olan insanlar onları ilgilendiren çıkarlarını korumak için ve siyasi iktidarı etkilemek için oluşturulan örgüttür. İdeoloji örgütlerde insanlar farklı kesimlere ait olabilir, ortak noktası bir dünya görüşüdür, işte o inandıkları ideolojiyi yaymak ve kabul ettirmek için toplanmış insanlardır. Bu tip örgütler bulunduğu ülkenin hukuki yapısına göre yasal ya da yasa dışı olabilmektedirler (Öztekin, 2001: 95-96).

Baskı grupları bir sonuç elde edebilmek ve kamu politikasını etkileyebilmek için farklı yöntemleri kullanmaktadırlar, bu yöntemler şu şekilde sıralanabilir (Roskin vd., 2015: 219-223, Öztekin, 2001: 95-96):

- İnandırma (kanun yapıcılara yaklaşma, yürütmeye yaklaşma, yargıya yaklaşma),
- Siyasi tehdit (şiddet içeren protesto),
- Maddi menfaat sağlam,
- Devletin çalışmalarını engellemek
- Kitlese faaliyetler (gösteriler, halka müracaat).

Baskı grupları bahsedilen yöntemleri başarıyla uygulayabilmeleri için belirli kapasitede kaynaklara sahip olmaları gerekir ve bu faktörler amaçlarına ulaşabilmeleri için oldukça önemlidir, sahip olması gereken kaynaklar şunlardır (Öztekin, 2001: 100-101):

- Üye sayıları,
- Mali kaynaklar,
- Örgütlenme şekli,
- Toplumsal statüsü.

2.2.2.4. Medya ve Sosyal Ağlar

Günümüzde dördüncü kuvvet olarak bilinen medya, yaptığı faaliyetler sayesinde kamu politikası sürecinde devlet ve bürokrasi üzerinde etkili aktör konumundadır. Demokratik toplumda medyanın önem taşıyan birkaç işlevi mevcuttur. Özgür basın kamu politikası yapıcılar ve toplum arasında güvenilir bilgi akışı sağlar, böylece hükümetin yürüttüğü faaliyetler hakkında geniş kitleyi haberdar eder ve toplumun yürütülen kamu politikası hakkında görüşlerini, ihtiyaç ve taleplerini hükümete aktarır (Babahanoğlu, 2016: 35). İktidarı destekliyorsa hükümetin yanında olur ve güçlendirici faaliyetlerde bulunur ve muhalif olması durumunda ise iktidarda olanların hatalarını tarafsız biçimde halka duyurmaktadır (Çoşkun ve Yolcu, 2017: 183).

Teknolojinin gelişmesiyle medya ile sosyal ağlar iç içe girdiği görülmektedir. Türkiye’de insanlar ortalama olarak her gün 4 saat televizyon izlerler ve İnternet ortamda yaklaşık 7 saat vakit geçirmektedirler (CNN, 2021). Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TUİK) verilerine göre 2021 yılında İnternet kullanan bireylerin oranı yüzde 82,6 oldu ve her geçen sene artmaya devam etmektedir (TUİK, 2021a). İnternet kullanıcıların artmasıyla sosyal medya kanallarının kullanıcıları artırmaktadır. Kamu politikası yapıcıları açısından sosyal medya onların geniş kitleye seslenmesi ve halkın yürütülen faaliyetlere karşı tepkilerinin kolayca analiz edilmesi için güçlü araçtır.

Sosyal medya üzerinden halkın bir kesimi tarafından paylaşılan içerikler hızlı bir biçimde yayılır ve medyada tartışma konularına sebep olabilir. Bilginin bu kadar kolay, ucuz ve hızlı şekilde yayılması, çok geniş kitle tarafından öğrenilmesi ve tartışma için kolay ortam sağlanması sosyal medyayı kamu politikası sürecinde etkin bir aktör haline getirmektedir. Sosyal medya kullanıcıları

toplumsal sorunları, istek ve talepleri hükümet tarafından karşılanması için kamuoyunu sosyal medya aracılığıyla faydalanırlar (Nacak, 2015: 111-113; Koçgündüz, 2011: 87).

Sosyal medyanın çoğunluk tarafından kullanılması, erişime açık olması, kullanıcıların talep ve beklentilerini paylaşabilmeleri, azınlık gruplar da dahil geniş toplum kitlesine etkileyebilmesi ve neticede kamu politikalara yansması temsil ve katılma mevzusunu belirli bir ölçüde ortadan kaldırmaktadır (Nacak, 2015: 111-113).

2.2.3. Uluslararası Aktörler

Kamu politikası oluşturulmasında ve uygulanmasında kamu politikalarını etkileyen sadece resmi ve gayri resmi aktörlerle sınırlı değildir. Uluslararası aktörlerin kamu politikası sürecindeki yeri hem ilginç hem hassastır. Genellikle yerel politika oluşturulmasında ulusal hükümetin ve vatandaşların katılması öngörülmektedir. Uluslararası aktörler iç siyasetin birçok alanında önemli yer almaktadır. Uluslararası örgütler politik, ekonomik, siyasal, kültürel hedefler doğrultusunda bir araya gelerek veya tek taraflı olarak bölgesel ya da küresel alanları etkilemektedirler. Uluslararası örgütler uluslararası hukukun ilkelerine uyma şartıyla oluşturulmaktadır ve bu örgütlere katılan ülkeler uluslararası hukukun sınırında faaliyet yürütmeleri beklenmektedir (Sevük ve Akın, 2019: 177).

Uluslararası aktörler iç kamu politikasını etkilemede farklılık gösterebilir ve bu farklılık aktörlerin sahip olduğu kaynaklara bağlıdır. Onların katılmaları için belirleyici faktörlerin biri uluslararası rejimin olanak sağlamasıdır. Bu tür aktörler için uluslararası rejim tarafından müdahaleleri onaylanan politika sektörlerini etkileyebilmesi daha kolay olacaktır. Örneğin, Uluslararası Para Fonu (IMF) uluslararası arenada aldığı merkezi yer itibarıyla, ona mali sorunlarla karşılaşan ülkelerde kamu politikasına müdahale etmesine imkan tanımaktadır. Önemli kaynaklarından biri de politika yapım alanında teorik ve pratik tecrübelerine sahip olmasıdır. Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası, Dünya Sağlık Örgütü, Milletlerarası Çalışma Örgütü gibi uluslararası aktörler politika alanında muazzam bilgi havuzlarına sahiptir ve genellikle hükümetler bu bilgilere güvenirlir. Uluslararası aktörler tarafından hükümetlere dağıtabilecek mali kaynaklar bir diğer etkileyebilme faktörüdür. Uluslararası aktörlerin yerel yönetimler üzerinde etkileyebilmeleri çoğu zaman bilgi ve mali faktörlerine bağlıdır (Howlett ve Ramesh, 2003: 59-60).

Uluslararası Para Fonu 1944'te kurulmuştur, o dönem "büyük buhran" olarak bilinmektedir. Ülkeler kendi piyasalarını dış rekabetten korumak için gümrük tarifelerini arttırmışlar. Bundan dolayı dünya ticareti ve üretim daralmıştır. Buna da ek olarak İkinci Dünya Savaşı dünyada mali ve parasal alanda karışıklık yaratmıştır. Bu sebeple ABD ve İngiltere'nin inisiyatifiyle 1944 yılında IMF kurulması için karar verilmiştir (Öztürk, 2002: 97-98). IMF'nin oluşturulmasında ortak hedef uluslararası iktisadi ilişkileri canlandırmak, güvenli ödeme sistemleri oluşturmak, ticaretin

gelişmesine ve mali sorunları yaşayan ülkelere hızlıca ulaşımı sağlamaktır. Otuz ülke IMF'nin anlaşmasını imzayalayıp kabul etmişti, bugün ise 189 ülke üyelik yapmaktadır. IMF, uluslararası arenada oluşan para sorunlarının çözümünde danışmanlık etmek ve işbirliği içerisinde çözüm sağlamak, ithalat ve ihracatı engelleyen ve gelişime engel olan sorunları ve üye ülkelerin uluslararası seviyede dış ödemelerden olan dengesizliklerini kaldırmaktadır (Sevük ve Akın, 2019: 178).

Birleşmiş Milletler İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra uluslararası barış ve güvenliğin sağlanması, sürdürebilir gelişme ve insan haklarının korunması için 51 ülkenin üyeliğiyle 1945 yılında kurulmuştur. Şimdi ülkelerin üye sayısı 193'tür. Birleşmiş Milletler, Genel Kurul, Ekonomik ve Sosyal Konsey, Güvenlik Konseyi, BM Sekreterliği gibi organları içermektedir. Uluslararası aktörlerin en etkili örgütlerinin biri olduğu tartışılmazdır. Birleşmiş Milletler tarafından yürütülen faaliyetler dünyadaki ülkelerin çoğunu kapsamaktadır. Ülkeler yürüttüğü faaliyetleri Birleşmiş Milletler'in belirlediği yöne göre gerçekleştirmektedir. Birçok ülkenin kalkınma planında Birleşmiş Milletler'in yürüttüğü çalışmalar doğrultusunda oluşturulduğu gözlenmektedir (Taşpınar, 2021: 78).

2.3. Kamu Politikası Araçları

Kamu politikasının oluşturulması ve uygulanması için büyük önem taşıyan konulardan biri kamu politikası araçlarıdır. Günümüzde oluşan sorunların çözülmesi veya ihtiyaçların giderilmesi için devletin zamanında tepki vermesi gerekmektedir, dolayısıyla koşullara uygun kamu politikası araçların seçilmesi amaçlara ulaşabilmek için oldukça önemlidir. Literatüre baktığımızda birçok politika araçları varolduğu bilinmektedir (Çökük, 2019: 61).

Akademik dünyada en yaygın şekilde Michael Howlett'in yaptığı çalışmalara atıf yapılmaktadır. Howlett politika araçlarını "doğrudan" ve "dolaylı" olarak ikiye ayırmaktadır. Doğrudan politika araçları toplumda sağlanan mal ve hizmetlerin doğasını, türlerini, miktarlarını ve dağıtımını doğrudan etkilemeyi amaçlayan araçlardır. Son yirmi yılda bu konuda kavramsal ilerleme kaydedilmiştir. Örneğin, sınıflandırmalar birçok yazar tarafından yapılmıştır ve en bilinenlerinden biri Cristopher Hood tarafından geliştirilmiştir. Tablo 7'de Hood'un şemasında, araçlar, etkinlikleri için "nodalite" (veya bilgi), otorite, hazine veya hükümetin örgütsel kaynaklarının kullanımına göre gruplandırılmıştır (Howlett ve Ramesh, 2003: 91).

Dolaylı politika araçları, doğrudan olanlara göre daha az incelenmiştir. Bressers ve Klok, Schneider ve Ingram ve diğerlerinin çalışmaları çok sayıda benzer dolaylı politika araçları tanımlamıştır. Bunlar, eğitim, öğretim, kurum oluşturma, bilginin seçici olarak sağlanması, resmi değerlendirmeler, oturumlar ve kurumsal reformu içerir. Kanadalı analistler ve diğer araştırmacılar tarafından hükümetler arası düzenleyici tasarımda kullanılan araçlar ve mekanizmalar üzerine yapılan araştırmalar, hükümet niyetlerinin hedef grup tarafından tanınmasını etkileyebilecek "antlaşmalar" ve çeşitli "siyasi anlaşmalar" da dahil olmak üzere bu tür birkaç başka araç

tanımlanmıştır. Çıkar grubu davranışı ve faaliyetlerine ilişkin diğer araştırmalar, özel veya kamu sektörü patronlarının bu tür grupların oluşumuna ve faaliyetlerine yardım etmede oynadığı rol de dahil olmak üzere, grup oluşturma ve manipülasyonla ilgili araçların varlığını vurgulamıştır. Çağdaş politika oluşturma yönlerine ilişkin yine diğer özel araştırmalar, duruşmalar ve mahkemeler için araştırma finansmanının sağlanması ve bunlara erişim gibi tekniklerin kullanımını vurgulamıştır (Howlett, 2005: 37).

Hood'un doğrudan araçlar sınıflandırması, bu farklı (ve kısmi) envanterden bir anlam çıkarmaya yardımcı olmak için değiştirilebilir. Yani, dolaylı araçları dayandıkları "yönetici kaynak" tipine göre sınıflandırmak yararlı bir ön sınıflandırma oluşturur. Çoğu araştırma, katılımı ve politikayla ilgili bilgiyi geliştirmek için bu araçların nasıl kullanıldığına odaklanmış olsa da dolaylı araçların da çıkar gruplarının 've diğer aktörlerin' davranışlarını olumsuz yönde etkileyebileceği vurgulanmalıdır. Örneğin, bilgiye dayalı dolaylı araçları, hem bilginin sağlanmasını hem de gizlenmesini ve hem yanıltıcı hem de doğru bilgilerin serbest bırakılmasını kolaylaştırır. Aldatma, karartma ve diğer idari gecikme biçimleri, benzer şekilde, otoriteye dayalı her türlü dolaylı enstrümandır (Howlett, 2005: 36-38; Vargas ve Restrepo, 2019: 107-108).

Tablo 7: Politika Araçları

Nodalite (Bilgi)	Otorite	Maliye	Organizasyon
Doğrudan politika enstrümanların sınıflandırılması			
Tavsiye Eğitim	Düzenleme Kullanıcı ücretleri Lisanslar	Hibeler Krediler Vergi harcamaları	Bürokratik yönetim Kamu işletmeleri
Raporlama Kayıt	Nüfus sayımı Danışmanlar	Yoklama Polis raporları	Kayıt tutma Anketler
Dolaylı politika araçlarının kaynaklara dayalı bir sınıflandırması			
Eğitim Bilgi sağlama Odak grupları	Etiketleme Antlaşmalar ve siyasi anlaşmalar Danışma grubu oluşturma	Çıkar grubu oluşturma Müdahaleci ve araştırma finansmanı	Kurumsal reform Yargısal denetim Konferanslar
Propaganda Bilgi bastırma	Grup ve derneklerin yasaklanması Erişim reddi	Finansmanı ortadan kaldırmak	İdari gecikme ve yanıltma

Kaynak: Howlett, 2005: 36-37

2.4. Kamu Politikası Süreci ve Politika Analizi

Kamu politikası süreci düzensiz ve karmaşık bir süreç olarak bilinmektedir. Bu süreçte resmi ve gayri resmi aktörler etkili role sahiptir. Bu süreç kamu politikasını analizini kapsayan bir politika döngüsünü başlatmaktadır. Bu döngü birbirini takip eden ve sürekli devam eden süreçtir ve bu döngü sorun çözülene kadar devam etmektedir. Aşağıda Şekil 7’de görüldüğü gibi bir toplumsal sorunun tayin edilip tanınmasından sonra gündeme gelir, çözüm için farklı alternatifler değerlendirilecektir ve politika tasarımı oluşturulacaktır. Sorun çözülene kadar bu politika uygulanır ve dönütlerle sorun tekrardan tanımlanabilecektir (Çetin, 2021: 669-670; Kulaç ve Çalhan, 2013: 208).

Şekil 7: Kamu Politikası Döngüsü



Kaynak: Kulaç ve Çalhan, 2013: 208

Kamu politikası analizi ele alındığında çeşitli tanımlar mevcuttur. Literatüre bakıldığında Dye'nin tanımı kapsayıcı olduğundan dolayı çalışmalarına en çok atıf yapıldığı görülmektedir. Ona göre kamu politikası analizi politika oluşturma sürecini anlamak, devletlerin izledikleri politikaların sebebini, gerçekleştirmekte olan politikaların sonuç ve çıktılarını ne olduğunu ve kimleri nasıl etkilediğini tespit etmektir (Balcı vd., 2013: 205). Bir diğer tanıma göre kamu politikası analizi,

toplumsal bir problem ve ihtiyacın sebeplerini ve etkilerini tespit etmek, buna çözüm ve ihtiyaçların karşılanması için farklı alternatifleri belirlenmesi, değerlendirmesi ve karar verilip uygulanan politikaları ve sonuçlarını tespit etmek ve çözümlemek için gereken verilerin toplama, işleme, değerlendirme ve yorumlamayı barındıran bir süreçtir (Çetin. 2021: 670).

Politika analizi ile alakalı yapılan araştırmaları üç amaçlı olarak sınıflandırılmaktadır. Onlar şu şekilde açıklanabilir (Beşkardeşler, 2021: 27):

- Bilimsel Amaçlı: kamu politikasını objektif açıdan anlama çabasıdır. Politika bağımlı değişken olarak ele alınmaktadır ve politikayı etki eden sosyal ve ekonomik faktörler ele alınmaktadır ve kamu politikaları bağımsız değişken olarak politikanın sosyal ve ekonomik ve siyasi sistemi etkileri incelenmektedir.
- Sorunu Çözme Odaklı Amaç: sorunu çözmek için en uygun alternatiflerin belirlenmesi ve oluşturulacak politikalardan daha iyi sonuçları elde etmek olduğu izah edilmektedir.
- Politik Amaçlı: genel olarak iktidari ele geçirmek isteyenler veya yöneticiler toplumun isteklerine uygun politika oluşturma etkinliği olarak açıklanmaktadır.

Literatüre bakıldığında kamu politikasını analiz edebilmek için farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. Klasik analiz modellerin biri kurumsal yaklaşımdır, siyasal sisteme ve kamu yönetimine uygulanan bir diğer yaklaşım Easton'un sistem yaklaşımıdır ve kamu politikasını aşamalara bölerek daha anlaşılmasını kolaylaştıran süreç yaklaşımıdır. Bu yaklaşımlar duruma göre ayrı ayrı ya da bir arada kullanılmaktadır.

2.4.1. Kurumsal Model

Kurumsal modelde kamu politikası yapımı, kamu organlardaki faaliyetler ve ilişkiler ile anlatılmaktadır. Bir sorunun politika hali alması için kamu kurumları tarafından gündeme alması, tanımlanması ve uygulaması gerekir. Politikalar kamu organlar vasıtasıyla yasal işlemler sonucunda hukuki meşruiyet kazanıp uygulama aşamasına geçmektedir. Burada kamu kurumlar ve kamu politikası yakın temastadır. Yürütülen faaliyetler iki şekilde uygulanmaktadır: ilki, yatay (yasama, yürütme, yargı), ikincisi ise dikeydir (merkez ve yerel) (Aslan, 2016: 64).

Devletlerin siyasal kurumlar olarak değerlendirilmesinden dolayı kurumlar politikaları yapma süreci açısından incelenmektedir, politika faaliyetlerin çoğu hükümetler üzerinden gerçekleşmektedir. Hükümetler tarafından alınan kararlar bazı özelliklere sahiptir. Birinci özelliği hükümet tarafından alınan kararlar aynı zamanda meşruluk kazanmaktadır. İkinci özelliği, hükümetin aldığı kararlar tüm toplumu kapsar. Üçüncü ve son özellik ise alınan kararlara uyulmadığı zaman yaptırımlar uygulanır (Dye, 2013: 18).

2.4.2. Sistem Modeli

Siyasal sistem yaklaşımı da olarak bilinen David Easton tarafından geliştirilmiştir. Bu yaklaşıma göre siyasal sistem çevresiyle bir bütün olarak ele alınması gerekmektedir. Kamu politikası, siyasal sistem etrafından gelen talep ve isteklere verilen karşılık olarak kabul edilmektedir. Siyasal sisteme, toplumu birleştiren yönetim kararları alan ve o toplumun değerlerini himaye eden, müteakıl ilişkide olan kurum ve yürüten faaliyetlerin bir uzlaşması olarak tanım verilmektedir. Kamu politikası siyasal sistemin bir sonucu olarak tanımlamaktadır (Sözen, 2013: 137).

Siyasal sisteme gelen istemler genel olarak toplum, grup ve bireylerden gelir. Onlar yasallar çerçevesinde hareket ettiklerinde, vergilerini verdiklerinde, seçim sonuçlarını kabul ettiklerinde ve genel olarak kabul edilen kararlara itaat ettiklerinde onlara destek verilecektir. Girdiler (istemler ve destekler) siyasal sisteme girer ve çıktı (karar ve çalışmalar) şeklinde dışarı verilir. Bu çıktılar yani kamu politikaları çevreyi ve talepleri değiştirir. Sistemi yeni politika çıktıları oluşturumaya yönlendirir ve döngü halini alır (Balcı vd., 2013: 208).

2.4.3. Süreç Modeli

Süreç modeli kamu politikalarının analizinde yaygın şekilde kullanılmaktadır. Lasswell yedi rasyonel aşamalı sıralama olarak oluşturmuştur, sonradan yapılan çalışmalarda değişiklikler yaşanmıştır. Genel olarak süreç modeli ele alındığında beş aşamadan oluştuğu bilinmektedir: gündeme alınması, formüle edilmesi, kanunlaştırma, uygulama ve değerlendirme. Bu sürecin aşamalara ayrılması kamu politikasının karmaşık doğasını anlamakta kolaylık sağlamaktadır (Hughes, 2013: 302, Balcı vd. 2013: 209). Tablo 8’de ayrıntılı olarak gösterilmiştir.

Tablo 8: Süreç Modeli Aşamaları

Aşama	Açıklama
Sorunun Ortaya Çıkışı ve Politika İçin Gündem Oluşturulması	Bir sorunun farklı yollardan gündeme gelmesi ve kamuyonda yer almasıyla başlar. Bu aşamada sorunun kamunun ilgisini çekmesi gerekir. Gündem oluşturma süreci üç aşamaya ayrılmaktadır: tanımlama, ses getirme ve baskı uygulama.
Formüle Ediliş	Bu aşamada tanımlanmış sorunlara uygun politika önerileri belirlenir ve değerlendirmeden sonra arasından en uygun birisini uygulamak için seçilir. Kamu politikasını başarılı bir şekilde şekillendirmek için sorunla alakalı detaylı bilgi edinmesi, ihtiyaçları net tespit edilmesi, mümkün olan tüm alternatifleri dikkate alarak bir strateji oluşturulması gerekmektedir. Kamu politikası anlaşılır şekilde formüle edilmesi, sorunun temeli odaklanmak, zaman, diğer benzer politikalara aykırı olmaması gibi hususları göz önünde bulundarmak oldukça önemlidir.

Tablo 8: (devamı)

Aşama	Açıklama
Politikanın Kanunlaştırılması	Kanunlaştırma aşamasında formüle edilmiş kamu politikası resmiyet kazanması için kanunlaştırma sürecine girmektedir. Burada yasama, yürütme, yargı organları ve bürokrasilerin rolü oldukça önemlidir. Kamu politikası en iyi şekilde tasarlanmış olsa bile siyasetçilerin kendi çıkarlarına karşı olabilir.
Uygulama	Bu aşamada hangi kurumlar tarafından uygulanacağı, kaynakların ayrılması ve bütçenin dağıtılması gibi faaliyetler gerçekleşir. Uygulamada kamu görevlilerin mesleki becerileri büyük öneme sahip. Kanunların anlaşılır olması gerekir, halk tarafından yürütülen kamu politikası desteklenmesi için halkın anlaması lazım. Halkın karşı olması, gösteri ve protestolar kamu politikasını başarısızlığa uğratabilir.
Değerlendirme	Bu aşama son ve en önemlidir. Değerlendireme aşamasında hedef ve amaçlara ulaşılp ulaşılmadığı analiz edilir. Uygulanırken hangi sorunlarla karşılaştığını, ne derecede uygulandığını, hangi değişiklikler yapıldığını, nelerin düzeltilmesi gerekir, kimler nasıl etkiledi gibi soruları yanıtlar. Politikaların özelliklerine göre değerlendirmek için belirli zaman geçmesi gerekmektedir.

Kaynak: Kulaç ve Çalhan, 2013: 210-214; Çalı, 2012: 17-20

2.5. Yaratıcı Ekonomide Kamu Politikasının Önemi

Yaratıcı ekonomi ile devlet iç içe olduğu birinci bölümde farklı ülkelerin kamu kurumları oluşturduğu yaratıcı ekonomi strateji ve programlarından görülmektedir. Bu başlık altında yaratıcı ekonomiye kamu politikası müdahalelerin temel gerekçeleri ele alınacaktır (Bakshi vd., 2015:468).

İlk defa yaratıcı endüstrileri yönelik kamu politikasını oluşturan İngiliz Hükümeti olduğu bilinmektedir, 1997 yılında Kültür, Spor ve Medya Departmanı (DCMS) kurulur ve 1998 yılında ise Yaratıcı Endüstriler Haritası hazırlanır. Kültür ve Miras Bakanlığın Bakanı Chris Smith, yaratıcı endüstrilerden oluşan değerler milli refahın ekonomik bir bileşeni olarak giderek önemli potansiyele sahip olduğunu ve gelecekte istihdam ve refah sağlayacağını belirtmişti (Flew, 2002: 3). İngiliz Hükümeti'nin arkasından Avrupa ve Asya ülkeleri de kendi strateji ve prorgamlarını kendi ülke ve kültürün özelliklerine göre oluşturmaya başlamıştır (Foord, 2008: 94). Yaratıcı ekonomiye yönelik yürütülen faaliyetler açısından çeşitli düzeylerdeki siyasi karar alıcılar tarafından ekonomik kalkınma stratejilerine dahil edilmesi yönünde çaba gösterirler. Yerel ve bölgesel düzeylerde, belirli bir alanda yaratıcı endüstrilerin geliştirilmesine odaklanan stratejiler ve programlar geliştirilmektedir ve bu da sektöre atfedilen rolü daha da vurgular (Drab-Kurowska, 2018: 74).

Gelişiminin ilk aşamasında, yaratıcı sektörün devlet tarafından desteklenmesi beklenir. Ekonominin ve toplumun kalkınması üzerindeki büyük etkilerinden dolayı, yaratıcılığı üreten kültürel organizasyonlar ve yaratıcı şirketler, devlet kurumlarının daha fazla ilgi ve desteğini çekmelidir. Yaratıcı sektörlerin, yenilikçilik ve üretkenliği artırma dahil olmak üzere çok çeşitli faydalar sağladığı bilinmektedir. Yaratıcı sektörün işleyişi büyük ölçüde hükümetin desteğine ve kamu finansmanının mevcudiyetine bağlıdır. Devlet, yaratıcı sektör için koşulları etkileyen çeşitli faaliyetlerin başlatıcısı ve koordinatörü olarak önemli bir rol oynamaktadır (Drab-Kurowska, 2018: 76-77).

Yaratıcı sektörlerle uygulanan devlet politikası bağlamında, kamu sektörünün müdahalesinin gerekliliği için şu argümanlar kullanılmaktadır (Bakshi, 2015: 477-480; Drab-Kurowska, 2018: 77-79; Hesmondhalgh, 2008: 559):

1. Yaratıcı endüstriler topluma fayda getiren ve toplum tarafından kullanılan diğer toplumsal mallar ile rekabet etmeyen alan olarak sayılmaktadır, dolayısıyla devletin müdahil etmesi piyasadaki rekabeti olumsuz etkilemez.
2. Yaratıcı ürünler fikri mülkiyet haklarına dayalı olduğu için ve korsancılıktan, telif haklarının korunması üretilmesinden kat kat masraflı olduğu için devlet tarafından desteklenmesi son derece önemlidir.
3. Bu sektöre müdahale edilmesi toplumsal uyumun güçlenmesini sağlar. Yaratıcı işletmelere olan müdahale sosyal eşitsizlik ve toplumun yoksullaşmasını azaltabilir, yaratıcı endüstriler diğer sektörlerden farklı olarak küçük ve orta boy şirketleri içermektedir ve istihdam yerel halktan oluşmaktadır.
4. Devletin müdahalesi, sektörde aşırı yoğunluğu önleyebilir, aşırı yoğunlaşma piyasa rekabetini engeller, devletin müdahalesi ise rekabeti dengeller. Piyasada uluslararası şirketler üstünlük sağlıyorsa devlet yerli yaratıcı işletmeler için fırsatları oluşturabilir.
5. Devlet tarafından Ar-Ge mali açıdan desteklenmesi yaratıcı ekonomi açısından birkaç sebepten dolayı önem taşır. Kamu sektörü tarafından yapılan araştırmaların sonuçları piyasada kolaylıkla dağılmaktadır. Bilgi kaynakların yaratılması, kullanılması ve analizi ekonominin büyümesi ve refahın artırılması büyük öneme sahiptir, bilgilerin erişilebilirliği ise yaratıcı işletmeler için vazgeçilmezdir. Eğer Ar-Ge piyasının eline bırakılırsa yürütülen araştırmalar sınırlanacaktır çünkü büyük maddi destekler gerekir.
6. Devlet, eğitim, öğretim, sertifikasyon ve lisanlama için büyük ölçüde sorumludur. Vatandaşların istihdam edilme fırsatlarını oluşturmak için eğitim sistemin piyasının taleplerine göre ayarlanması ve piyasanın taleplerin incelenmesi gerekir.
7. Yaratıcı ürün ve hizmetlerin üretimi kadınlar için piyasada yeni fırsatları oluşturmaktadır, böyle faaliyetler ekonomik fayda ve kişisel memnuniyet sağlamaktadır. Yaratıcı ekonominin desteklenmesi kültürün sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya dahil olmasına yardımcı olur.

8. Yaratıcı ve kültürel faaliyetler verimli gençlerin bütünleşmesini sağlar, aksi takdirde işsiz kalabilirler.
9. Yaratıcı endüstrilerin gelişmesi yeni iletişim teknolojiler ile yakından bağlantılıdır, yani yeni teknolojilerin toplumda teşvik eder ve yayılır.
10. Yaratıcı sektörler işgücü piyasalarını oluşturur, insan sermayesini büyüyen sektörlerle dağılımını kolaylaştırır, kişisel ve yerel yönetimin gelirini artırır, ayrıca verimlilik, istihdam ve yeniliği teşvik eder.
11. Yaratıcı endüstrilere yapılan yatırımlar kültürel ve sosyal alanların hızlı yenilenmesine ve çeşitli alanların canlandırılmasını teşvik eder.
12. Kültür alanında yürütülen faaliyetler turistleri cezbetmektedir, bu dolaylı ve doğrudan yerel ekonomiyi etkiler. Turistik çekicilik, bölgenin imajını geliştirir, dolayısıyla turistleri çeker ve vatandaşlar için yaşanacak yer olarak algılanmasını teşvik eder. Turizm ile kültürün bağlantısı, kültürün yerel kalkınma ve yaratıcı endüstrilerin nasıl etkilediğinin örneğidir.
13. Yerel seviyede üretilen yaratıcı ürünler üretilen bölgenin dışına ihracat edilmesi ve orada kullanılması işyerlerin daha istikrarlı olmasını sağlar.
14. Yaratıcı endüstriler geleneksel üretim sektörlerini destekler. Bağlantılı ağ, geleneksel sektörlerin bulunduğu konumlarda tutmasını sağlar. Ekonominin kalkınması ve yeniliğin getirilmesi için yaratıcı işletmeler ile piyasanın diğer üyeleriyle iş birliğinin desteklenmesi gerekir.
15. Yaratıcı ekonominin faaliyetleri sosyal etkileşimi sağlar. Bu yeni becerilerin oluşturulmasına, farklı topluluklar arasındaki iletişimi geliştirir ve kentsel, bölgesel ve sosyal politikaların önemli aracı olarak sayılmaktadır. Yaratıcı endüstriler şehirlerde alanların organize edilmesine, topluluklar arasında bağlantıyı oluşturulmasına ve şehirlerin metropolitan işlevlerin belirlenmesine yardımcı olur. Yürütülen faaliyetler, vatandaş ve yatırımcılar için bölgenin çekiciliğini artırır, bölgenin imajını geliştirir, yaşam kalitesini artırır ve yatırımlar için fırsatları oluşturur. Fakat kamu müdahalesinin faydası garanti edilemez ve desteklenen sektör ve yerel ortama göre değişebilir.
16. Başarılı olabilmesi için en önemli faktörlerin biri yerel yönetim için hangi sektörün önemli olduğunun ve hangi tip yatırım daha verimli olacağının belirlenmesidir. Yaratıcı sektörleri destekleyen tek şablon yoktur, belirli talep, kaynak ve özgün niteliklere göre oluşturulması gerekmektedir.

Devlet, politika enstrümanlarını kullanarak ulusal, bölgesel ve yerel seviyede sosyo-ekonomik kalkınmaya yönelik öncelikleri belirleyerek yaratıcı ekonomiye destekte bulunabilir. Yaratıcı endüstrilerin, ilgi çekici işlerin yaratılması, yenilikçilik ve üretkenliği artırma gibi çok çeşitli faydalar sağladığı bilinmektedir. Yaratıcı sektörler yeni fikirleri oluşturur, fikir ve görüş alışverişini teşvik eder. Hiç şüphesiz, sosyo-ekonomik kalkınmanın kilit alanlarından biri yaratıcı ekonomidir. Ülkenin gelişme düzeyi ve ekonomik büyümesi kültürlerin çeşitliliği, beşeri ve entelektüel sermaye, Ar-Ge sektörünün olması, ürün ve hizmet talebi ve iş dünyası gibi çeşitli koşullardan oluşmaktadır. Kamu

politikasının yaratıcı ekonomiye karışması bölgenin sosyo-ekonomik kalkınması için vazgeçilmezdir. Yaratıcı endüstrilerin diğer sektörlerin de gelişimini etkiler ve böylece belirli bir yerin/bölgenin çekiciliğini daha da arttırma potansiyeline sahiptir (Drab-Kurowska, 2018:82).

2.5.1. Güney Kore’de Yaratıcı Ekonomiye Yönelik Kamu Politikası

Güney Kore kültürel ürünlerinin yurtdışında büyük ilgi görmesinden dolayı 2004 yılında Başkan Roh Moo-hyun Güney Kore’yi bilgi temelli ekonomiye dönüştürmek amacıyla “Yaratıcı Kore” programını başlatmıştır. Yaratıcılığı, ekonominin büyümesi için ana kaynak olarak gören hükümet “C-Kore 2010” detaylı stratejik planı geliştirir, fakat Lee Myung-bak yönetim döneminde bu planların bir kısmı kenara itilmiş, diğer kısmı ikinci plana atılmıştır.

Park Geun-hye iktidara gelince yaratıcılık kavramı yine gündeme gelir. Park yönetimi ekonomiyi yaratıcı endüstriler kurtaracağına inanarak yaratıcı endüstrileri destekleyen birçok plan hazırlar. Bu planlar kapsamında Bilim, BİT ve Gelecek Planlama Bakanlığı (MSIP) ve Kültürel Zenginleştirme Başkanlık Komitesi (PCCE), hükümetin yaratıcı bir ekonomiyi benimsemeye yönelik faaliyetleri uygulamak için oluşturulur. 2014 yılında, LG, Hyundai-Kia Motors, Samsung, vb. dahil olmak üzere ülkenin büyük holdinglerinin ortak himayesi altında, hükümet, start-up’ları ve teknoloji şirketlerini desteklemek için on altı Yaratıcı Ekonomi ve Yenilik Merkezi (CCEI) oluşturur.

2015 yılında Kültür Oluşturma ve Yakınsama Kuşağı (CEL) oluşturulur, amacı hükümetin yaratıcı endüstriler için planlarının uygulanması için yardım etmektir. CEL’in ana görevi, girişim şirketleri, yaratıcılar ve yerleşik olmayan şirketler arasında ağlar kurarken onları hükümetin mali yardımı ile desteklemeye dayanıyordu. CEL, piyasada açılmak için gerekli olan teknik destek ve yatırımları sağlayabilmeleri için kültür ve İnternet endüstrilerindeki büyük oyunculara yeni başlayanlar için bir kefalet görevi gördü. CCEI’ler gibi, CEL de kendilerini yaratıcılar, izleyiciler ve işletmeler için “katılımcı açık platform” olarak tanımlarken hükümet de bunun için altyapı sağladı. CEL 140 start-up ve KOBİ’yi seçti ve ofis ve üretim alanı sağlamanın yanı sıra finansal ve yasal destekleri sundu.

Hükümetin yaratıcı ekonomiye yönelme konusundaki istekliliği diğer örneklerde bulunabilir. Örneğin yaratıcı endüstriler üzerine politikaları yürütmek için geniş yetkilerle donatılmış Yaratıcı Ekonomi Girişimi (CEI) komitesinin kurulmasıdır. Görüldüğü gibi, Kore Hükümetin ulusun kültür endüstrilerinin yaratıcı endüstrilere dönüştürülmesinde hâlâ güçlü bir güç olarak işlev görmektedir ve yaratıcı ekonomiye yoğun müdahalede bulunmaktadır (Kim, 2017: 323-326).

2.5.2. Şanghay’da Yaratıcı Endüstrilere Yönelik Kamu Politikası

Şanghay'da yaratıcı endüstrilere yönelik kamu politikası oluşturma durumu diğer bölgelere göre geç başlamasına rağmen hızlı gelişmesi ve ölçeği ile uluslararası seviyede ilgi görmüştür. Günümüzde Asya Pasifik bölgesinde Şanghay yaratıcı endüstrilerin gelişmişlik seviyesi en yüksek noktada tutmaktadır. Şanghay’ın yaratıcı endüstriler gelişmişliği rekabet için avantajları sağlayıp çekiciliğini artırmaktadır.

Şanghay Yaratıcı Endüstrisi ilk başta bir grup sanatçının başlattığı sonradan hükümet liderliğindeki bir yaratıcı işletme kümelerine dönüşmüştü, yerel yönetim önemli bir yol gösterici rol oynamıştır. Şanghay Belediye Hükümeti "On Birinci Beş Yıl" döneminde şehrin yaratıcı endüstrilerini teşvik etmek amacıyla profesyonel kuruluşlar olarak Şanghay Yaratıcı Endüstri Merkezi ve Şanghay Yaratıcı Endüstri Derneği'ni oluşturmuştur. “Şanghay Yaratıcı Endüstri Geliştirme Öncelikleri Rehberi" hazırlanır ve net Şanghay yaratıcı endüstrileri sınıflandırılması oluşturulmuş ve geliştirilmesi için öncelikli endüstriler belirlenmiştir. Shanhai Uluslararası Yaratıcı Endüstri Haftası'nda 76 endüstri projesinden oluşan dört grup ödül törenini gerçekleştirilmiştir. Birleşmiş Milletler tarafından düzenlenen yaratıcı endüstri seminerleri ve diğer faaliyetlere katılım sağlanmıştır. Yaratıcı endüstriler için oyun gösterimi, değiş tokuş, yayın, reklam işlevleri için Şanghay Yaratıcılık Penceresi platformu oluşturulmuştur. 2005 yılında Şanghay Belediyesi “Yaratıcı Endüstrileri Kalkınması” raporunu yayımlar ve yaratıcı endüstrilerin geliştirme planını oluşturur. Belirlenen politikalar kapsamında “Şanghay Şehri - yaratıcı endüstrilerin kültürel ve teknolojik işletmelerin temeli” programı oluşturuldu. Pudong Yeni Bölge Hükümeti ayrıca özel fonlar kurdu, kültür ve teknolojinin ve yaratıcı endüstrilerin gelişimini desteklemek amacıyla yılda (2005, 2006) 60 milyon dolarlık yatırım yapmıştır. Şanghay Hükümeti'nin yaratıcı endüstrilerine yaptığı müdahale olumlu bir politika desteği sağladığı açıkça görülmektedir (Ping vd., 2010).

Kamu politikası, devletlerin hedef ve istemlerinin ortaya konabilmesini sağlayan önemli bir araçtır. Kamu politikaları o nedenle devletin kendi kadar eskidir. Günümüzde, devletlerin gelişimi ve rekabet gücünün artması için ortaya konan kamu politikalarından biri de yaratıcı ekonomi modelleridir. Bu model, hem öze sektörün imkan ve kabiliyetleri hem de devletin politika yapma ve karar alma gücünü birleştirerek etkin hale gelmektedir. Dolayısıyla yaratıcı ekonomi modelleri bir kamu politikası olarak; kalkınma planlarında ve raporlarda yerini almayla başlamıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YARATICI EKONOMİ: MEVCUT DURUM VE KAMU POLİTİKASINDAKİ YERİ

Önceki bölümlerde çalışma teorik açıdan ele alınmıştı. Bu bölümde ise yaratıcı ekonomi, Türkiye ekonomisinde yeri olan kamu kurumlarının bu yöndeki politikaları ve yapacak olduğu faaliyetleri ele alınacaktır. İncelenmiş kaynaklarda yaratıcı ekonomi terimi yer almamaktadır ya da farklı şekilde adlandırılmaktadır veya değişik veriler bulunmamaktadır. Bu sebeple diğer ekonomik faaliyetlerden arındırılmıştır.

Ekonominin mevcut durumunu tespit etmek amacıyla DCMS'in sınıflandırılması ve ekonomik faaliyetler NACE Rev. 2 kodlama sistemi kullanılacaktır, ana kaynak olarak bu yapılmakta olan çalışmanın zamanında Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), ITC Trade Map ve Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) güncel verileri baz alınır.

Yürütülen faaliyetleri değerlendirmek için Onbirinci Kalkınma Planı, 2022 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı ve 2022-2023 Yeni Ekonomik Planı incelenecektir. Kamu kurumları tarafından yaratıcı ekonomi ile alakalı gerçekleştirilen faaliyetleri incelemek için kamu kurumların 2021 faaliyet raporları kullanılmıştır.

Çalışmanın amacına bütünlük sağlamak ve çeşitli yönlerden açıklamak için hem nitel hem nicel yöntemlerin birleştirilmiş hali olarak karma yöntemi tercih edilmiştir. Nicel ve nitel veriler paralel şekilde ilerlediği için zenginleştirilmiş modeli kullanılmıştır (Baki ve Gökçek, 2012: 2, Creswell ve Plano, 2006: 58).

3.1. Ekonomik Faaliyetler Sınıflandırma ve Kodlama

Yaratıcı ekonominin sınıflandırmasında İngiliz Hükümeti'nin Kültür, Medya, Dijital ve Spor bakanlığının dokuz ana ve otuzbir alt sektörden oluşan sınıflandırma tercih edilmiştir. TÜİK'in istatistiksel verileri NACE Rev. 2 Avrupa Birliği'nin ekonomik faaliyetlerin istatistiksel sınıflandırması ile uyumlu olduğu için bu kodlama sistemi kullanılacaktır. Aşağıdaki Tablo 9'da sınıflandırma ve onların kodlaması gösterilmiştir.

Tablo 9: Yaratıcı Ekonomi: Kodlama ve Sınıflandırma

NACE Rev. 2 kodlama	DCMS Sınıflandırması
Reklam ve Pazarlama	
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim
7311	Reklam ajansları
7312	Medya temsili
Mimarlık	
7111	
El Sanatları	Mimarlık
3212	
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı
7410	
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğrafçılık	Uzmanlaşmış tasarım
5911	
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası
5914	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım
6010	Sinema filmi gösterim
6020	Radyo yayıncılığı
7420	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri	Fotoğrafçılık faaliyetleri
5821	
5829	Bilgisayar oyunlarının yayınlanması
6201	Diğer yazılım programlarının yayımlanması
6202	Bilgisayar programlama
Yayımcılık	Bilgisayar danışmanlık
5811	
5812	Kitap yayımı
5813	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması
5814	Gazetelerin yayımlanması
5819	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması
7430	Diğer yayıncılık
Müze, Galeri ve Kütüphaneler	Tercüme ve sözlü tercüme

Tablo 9: (devamı)

NACE Rev. 2 kodlama	DCMS Sınıflandırması
9101	
9102	Kütüphane ve arşivler
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar	Müzeler
5920	
8552	Ses kaydı ve müzik yayıncılık
9001	Kültürel eğitim
9002	Gösteri sanatları
9003	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler
9004	Sanatsal yaratıcılık

Kaynak: DCMS, 2013: 12

3.1.1. Yaratıcı Ekonominin Ekonomik Faaliyetlere Göre Güncel Genel Durumu

Türkiye’de yaratıcı ekonomiyi ölçmek için ciro, katma değer, üretim, bu alanlarda çalışan sayısı ve girişimleri yansıtan ve tüm yaratıcı endüstrileri kapsayan tablo oluşturulmuştur. İstatistiksel veriler Şekil 8’de 2014 yılında başlayıp pandemiden önceki 2019 yılını ve en son olarak 2020 yılını kapsamaktadır. Kanun gerekçesiyle yaratıcı endüstri verilerinin bazı yılları ya da tamamen verileri gizlenmiş, bu sebeple yıllara göre gizli verilerden dolayı en yakın yılın paylaşılan verisi kullanılmıştır.

Şekil 8: Ekonomik Faaliyetlere Göre Yaratıcı Ekonomi

2014		Ciro TL 56 342 490 659	2019		Ciro TL 113 026 673 011	2020		Ciro TL 155 261 621 775
		Çalışan sayısı 309 430			Çalışan sayısı 342 550			Çalışan sayısı 346 781
		Üretim değeri TL 60 395 190 395			Üretim değeri TL 117 554 473 568			Üretim değeri TL 144 127 517 663
		Girişim sayısı 69 316			Girişim sayısı 85 011			Girişim sayısı 88 271
		Katma değer TL 15 111 518 287			Katma değer TL 33 723 560 487			Katma değer TL 42 659 162 540

Kaynak: TÜİK, 2021b

Aşağıdaki Tablo 10’da Türkiye’nin 2020 yılındaki verileri gösterilmiştir ve yaratıcı ekonomi ile imalat, inşaat ve bilgi ve iletişim sektörlerinin verileri karşılaştırılmıştır. Tabloya göre yaratıcı ekonominin toplam ciroda payı %1,46’dır ve diğer sektörlerle karşılaştırıldığında çok düşüktür, imalat %28,8, inşaat %5,9 ve bilgi ve iletişimde %1,75. Türkiye’nin katma değerinde yaratıcı ekonominin payı %2,38, aynı zamanda imalatın payı %47, inşaatın %9,6 ve bilgi ve iletişimin %2,95, yani yaratıcı ekonominin seviyesi en düşüktür. Fakat katma değeri oranına bakıldığında yaratıcı ekonominin payı (%29,6) imalat (%22,7) ve inşaatın (%15,5) payından daha yüksektir.

Tablo 10: Yaratıcı Ekonomi Karşılaştırılması

Sektör	Ciro %	Üretim %	Katma Değer %			İstihdam		
	Cirodaki Payı	Üretimdeki Payı	Katma Değer Oranı	Katma Değeri İçindeki Payı	Katma Değerdeki Payı / Üretimdeki Payı	Emek Verimliliği TL	İstihdamdaki Payı	Girişim Sayısındaki Pay
Yaratıcı Ekonomi	1,46	2,38	29,6	2,58	1,08	123 014	2,17	2,67
İmalat	28,8	47	22,7	39	0,82	149 505	27	12,4
İnşaat	5,9	9,6	15,5	5,4	0,56	63 294	9	7,4
Bilgi ve İletişim	1,75	2,95	37,2	4	1,3	269 983	1,53	1,2

Kaynak: TÜİK, 2021b

Türkiye’nin ekonomisinde imalatın ve inşaatın yeri büyüktür ve mutlak rakamlarla karşılaştırıldığında diğer sektörlerden daha büyük paya sahiptir. Fakat mutlak rakamlar yerine nispi rakamlar üzerinden hesaplandığında yaratıcı ekonominin göstergeleri daha tutarlı hale gelmektedir. Bunun için şu şekilde hesaplama yapılmaktadır “Katma değerde X sektörün payı/ Üretim değerinde X sektörün payı (STB, 2021: 38). Bu şekilde yapılan hesaplama göre yaratıcı ekonominin payı %1,08, imalatın %0,82, inşaatın %0,56 ve bilgi ve iletişimin %1,3. Bu oran 1 ise katma değer ile üretim değeri eşittir. Anlaşıldığı gibi 1’den yüksekse katma değer üretim payından daha yüksektir, 1’in altında ise tam tersi söylenebilir. Bu mantıkla bakıldığında yaratıcı ekonomi ile bilgi ve iletişim ekonomiyeye daha yüksek katma değeri sağlamaktadır.

3.1.2. Yaratıcı Ekonominin Ekonomik Faaliyetlere Göre Güncel Ayrıntılı Durumu

Yaratıcı ekonomi farklı endüstrilerden oluşmaktadır, aşağıdaki Tablo 11’de ayrıntılı olarak farklı ekonomik göstergelere göre ele alınmıştır.

Tablo 11: Yaratıcı Endüstriler Ayrıntılı

Sektör	Ciro TL	Katma değer TL	Üretim değeri TL	Katma değer oranı %	Çalışan sayısı	Emek verimliliği TL	Girişim sayısı
Reklam ve Pazarlama							
7021	607 811 239	223 37 152	595 068 421	37,55	3 125	71500	720
7311	23348 925 792	4 034 571 975	21 815 900 434	18,49	59 212	68138	14 548
7312	12998 850 677	1361 7 216	13 464 962 333	10,11	7 290	186758	897
Mimarlık							
7111	9 011 63 701	177767 28	8 167 347 803	21,76	37 333	47614	13 446
El Sanatları							
3212	16355 159 827	1 982 422 386	15 815 412 667	12,53	27 128	73077	5 558
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım							
7410	2 913 796 040	470 40 386	2 641 649 508	17,82	12 550	37501	5 111
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğrafçılık							
5911	6 125 919 382	1 579 198 008	5 989 992 292	26,36	12 516	126174	2 817
5912	403 533 510	98 319751 (2019)	402 582 088	24,42	1 542	63761	571
5913	708 638 068	265 87 134	640 950 088	41,37	531	499411	109
5914	521 275 797	334 670 208 (2019)	482 068 119	69,42	3 647	91766	269
6010	266 587 490	46 166 940	306 249 330	15,07	1 571	29387	733
6020	6 116 310 266	1659 7 306	6 088 755 724	27,25	8 592	193107	683
7420	1313 132 296	130 44 568	943 670 885	13,82	16 373	7967	9 700
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri							
5821	4 610 098 831	460 822 453	4 612 572 195	9,99	619	744463	135

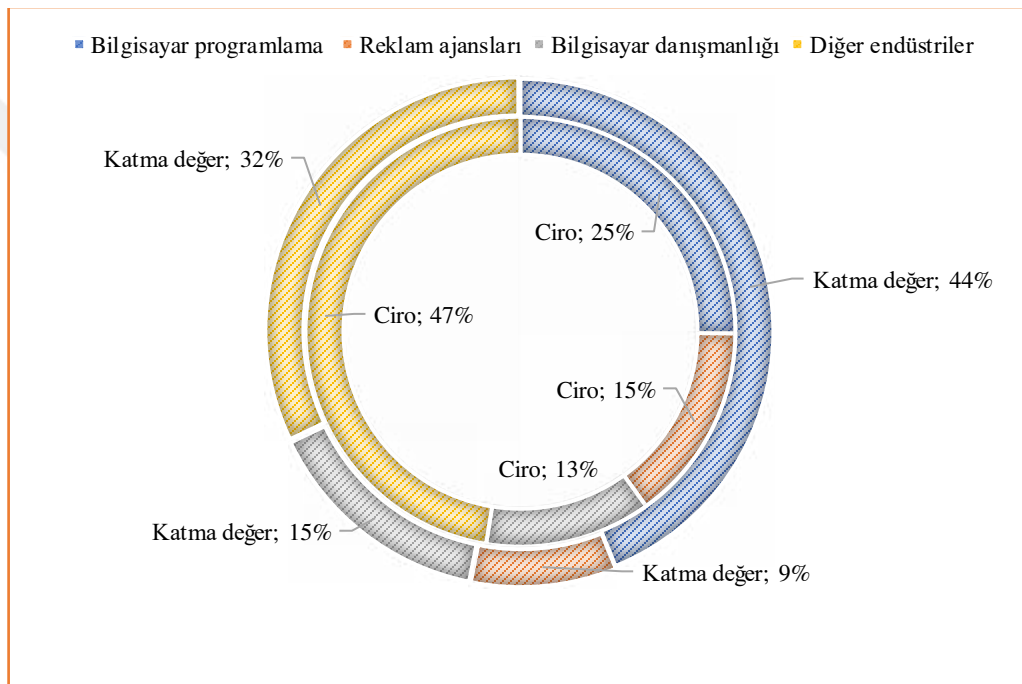
Tablo 11: (devamı)

Sektör	Ciro TL	Katma değer TL	Üretim değeri TL	Katma değer oranı %	Çalışan sayısı	Emek verimliliği TL	Girişim sayısı
5829	782 683 411	274 032 831	681 034 876	40,24	1 019	268923	146
6201	39 283 695 587	19 052 417 246	36 514 975 695	52,18	82 203	231773	15 183
6202	19 518 953 593	6 409 434 812	15 259 847 610	42,00	31 563	203068	5 073
Yayıncılık							
5811	4 033 487 400	997 108 598	3 424 167 652	29,12	7 129	139867	1 415
5812	gizli	gizli	gizli	gizli	gizli	gizli	gizli
5813	2 008 454 790	661 084 764	1 974 947 024	33,47	10 539	62727	1 238
5814	725 692 765	197 648 889	695 982 675	28,40	3 141	62925	859
5819	1039 263 407 (2018)	gizli	gizli	gizli	1 054 (2016)	gizli	gizli
7430	477 079 396	174 952 940	473 177 155	36,97	3 610	48463	1 974
Müze, Galeri ve Kütüphaneler							
9101	33 002 345	11 86 236	20 420 218	57,23	193	60550	24
9102	51 806 091	11 136 655	62 183 539	17,91	351	31728	41
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar							
5920	552 043 960	143 42 939	543 772 977	26,34	1 328	107864	701
8552	156 113 743	25 400 951	141 922 941	7,90	2 523	10068	953
9001	1 069 150 460	663 927 366	1 058 530 714	62,72	5 866	113182	3 604
9002	683 536 179	163 64 320 (2019)	605 923 465	27,01	2 777	58936	993
9003	112 876 922	45 984 581	89 111 730 (2019)	51,60	982	46827	555
9004	471 942 217 (2015)	173 167 167 (2019)	703 449 235	24,62	1 528	113329	215

Kaynak: TÜİK, 2021b

Ciro ve katma değer. Grafik 1’de yaratıcı ekonomi 2020 yılında en yüksek ciroya sahip sektörün Bilgisayar programlama (6201) endüstrisi olduğu görülmektedir, cirosu 39 283 695 587 TL ve toplam yaratıcı ekonominin cirosunun % 25’ini oluşturmuştur. Reklam ajansları (7311) ise 23 348 925 792 TL ciro ve % 15 payı ile ikinci sırada yer almaktadır. Katma değer açısından bakıldığında da 19 052 417 246 TL ile ilk sırada Bilgisayar programlama (6201) endüstrisi yer almaktadır, ikinci sırada ise 6 409 434 812 TL değeri ile Bilgisayar danışmanlığı (6202) endüstrisi olmuştur. Bilgisayar programlama, Bilgisayar danışmanlığı ve Reklam Ajansları endüstrileri yaratıcı ekonomi toplam katma değerinin % 68 oluşturmaktadır.

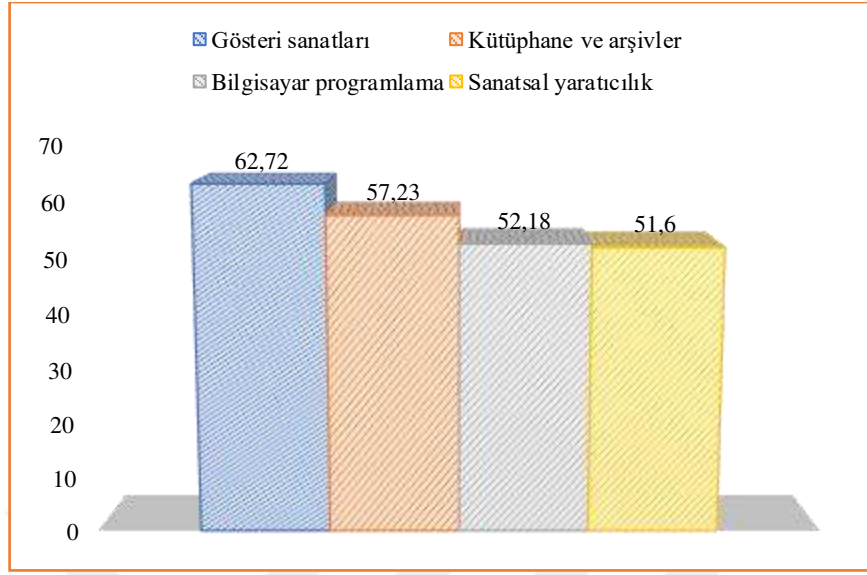
Grafik 1: Ciro ve Katma Değer



Kaynak: TÜİK, 2021b

Katma değer oranı (Grafik 2). En yüksek katma değer oranına sahip olan yaratıcı endüstri % 62,72 Gösteri sanatlarıdır, katma değeri ise 663 927 366 TL ve endüstrilere göre çok düşüktür. Katma değer oranı yüksek olan diğer endüstriler ise kütüphane ve arşivler 9101 (%57,23), Bilgisayar programlama 6201 (%52,18) ve Sanatsal yaratıcılık 9003 (%51,60). Reklam ajansları (7311) ve Bilgisayar danışmanlığı (6202) diğer değerlendirmelere göre ilk sıralarda yer alıyorsa burada ise % 18,5 ve % 42 göstergelere sahip.

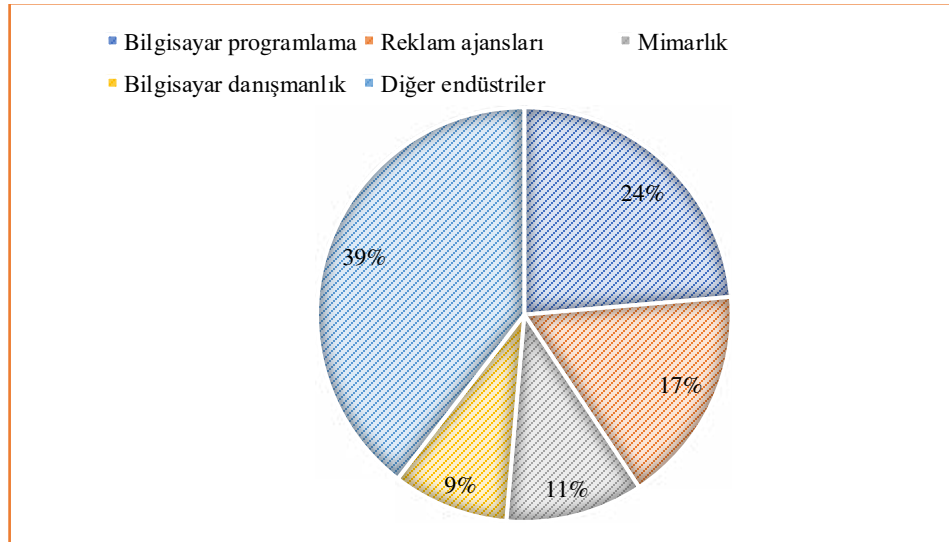
Grafik 2: Katma Değeri Oranı



Kaynak: TÜİK, 2021b

İstihdam (Grafik 3). Yaratıcı ekonomide en büyük istihdama sahip olan Bilgisayar programlama endüstrisidir (6201) ve çalışan sayısı 82 203 kişidir, ikinci sırada ise Reklam ajansları gelmektedir (7311) çalışan sayısı 59 212 kişi, üçüncü sırada ise Mimarlık (7111) çalışan sayısı 37 333 kişi.

Grafik 3: Yaratıcı Endüstrilerde İstihdam

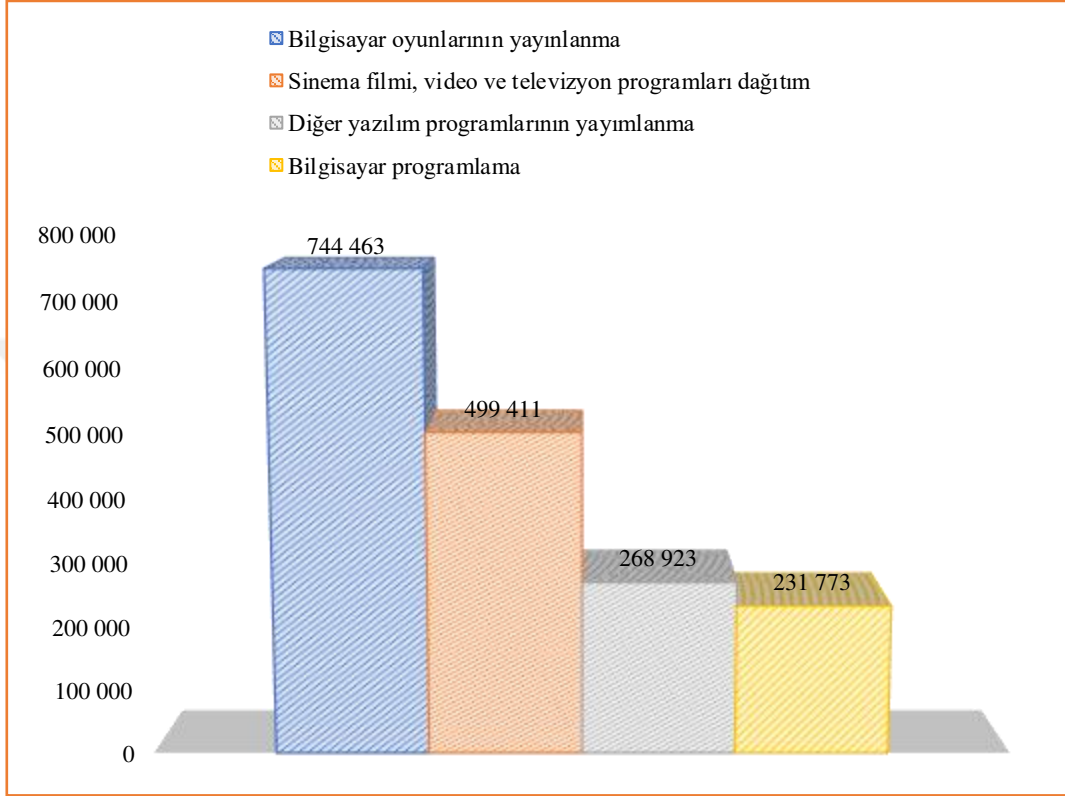


Kaynak: TÜİK, 2021b

Emek verimliliği (Grafik 4). Bu açıdan değerlendirildiğinde birinci sırada Bilgisayar oyunlarının yayınlanma (5821) endüstrisinin verimliliği 744 463 TL, ikinci sırada Sinema filmi,

video ve televizyon programları dağıtım (5913) endüstrisi 499 411 TL, üçüncü sırada Diğer yazılım programlarının yayımlanma (5829) endüstrisi 268 923 TL ve dördüncü sırada Bilgisayar programlama (6201) endüstrinin verimliliği 231 773 TL olarak değerlendirilmektedir.

Grafik 4: Emek Verimliliği (TL)



Kaynak: TÜİK, 2021b

Ciro, katma değer, katma değer oranı, istihdam ve emek verimliliği açısından baktığımızda Bilgisayar programlama ve bu alanla ilgili faaliyetlerin Türkiye'nin yaratıcı ekonomisinin en iyi göstergelere sahip olup öne çıktığı görülmektedir.

3.2. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) Ülkeleri ile Türkiye Karşılaştırılması

Çalışmanın bu bölümünde OECD üye ülkelerin Türkiye'nin yaratıcı endüstrileri ile karşılaştırmak için ele alınacaktır ama endüstriler küçük grup şeklinde gösterilecektir ve verileri mevcut ülkelere göre yer verilecektir. Katma değer, katma değerın ekonomide payı ve çalışanların oranları gibi kategorilere göre karşılaştırma yapılacaktır. Karşılaştırma için ekonomi faaliyetlerin ISIC Rev 4. kodlama sistemi ve OECD'nin istatistik verileri kullanılacaktır (Tablo 12), dolayısıyla NACE Rev. 2 göre bazı değişiklikler olabilmektedir.

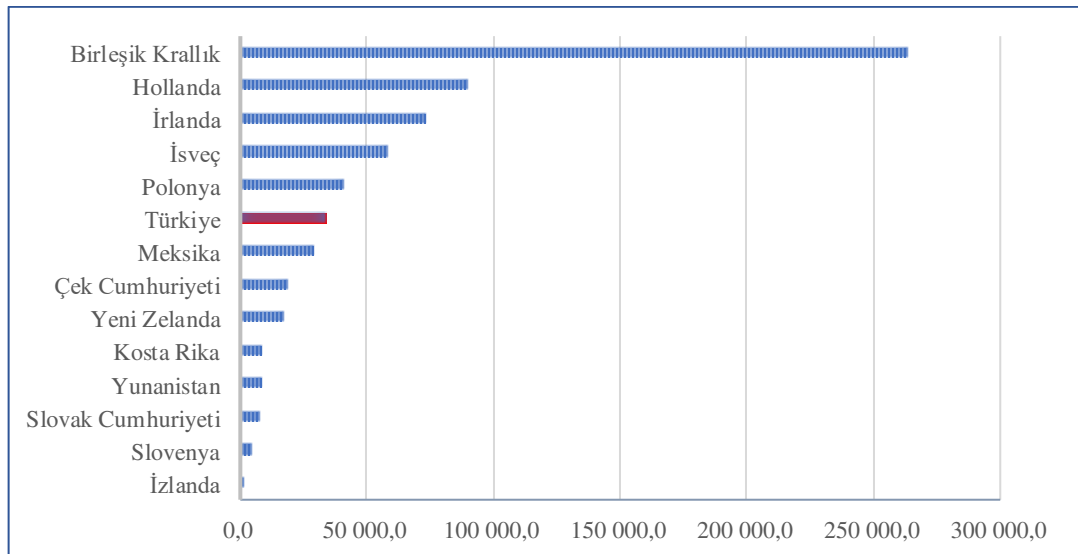
Tablo 12: Ekonomi Faaliyetlerin ISIC Rev. 4 kodlaması

Kodlama	Endüstri
D31T32	Mobilya, diğer imalat
D58	Yayıncılık faaliyetleri
D59T60	Görsel-işitsel ve yayın faaliyetleri
D62	Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler
D70	Genel idari faaliyetleri; yönetim danışmanlığı faaliyetleri
D71	Mimarlık ve mühendislik faaliyetleri; teknik test ve analiz
D73	Reklam ve pazar araştırması
D74	Diğer mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler
D90T92	Yaratıcı, sanat ve eğlence etkinlikleri; kütüphaneler, arşivler, müzeler ve diğer kültürel faaliyetler; kumar ve bahis faaliyetleri

Kaynak: OECD.Stat, 2022

Grafik 5’te gösterildiği gibi 2018 yılın mevcut verilerine göre yaratıcı endüstrilerin katma değeri göstergesine göre Birleşik Krallık (263 527,3 milyon dolar), Hollanda (89 971,0 milyon dolar) ilk sıralarda yer almaktadır, Türkiye’nin katma değeri ise 34 097,9 milyon dolar olarak değerlendirilmektedir.

**Grafik 5: OECD Ülkelerinde Yaratıcı Endüstrilerin Katma Değeri (milyon dolar)
(2018)**



Kaynak: OECD.Stat, 2022

Katma değer oranı açısından değerlendirildiğinde yaratıcı endüstrilerin ekonomideki payı İrlanda (%20,3), İsveç (%11,7) ve Hollanda (%11) ilk sıralarda yerleşmektedir, Türkiye'nin katma değer oranı ise % 4,9 olarak bilinmektedir (Tablo 13).

Tablo 13: Toplam Ekonomide Katma Değer Oranı (%)

Ülke / Endüstri	D31T32	D58	D59T60	D62	D70	D71	D73	D74	D90T92	Toplam Ekonomide Payı
Çek Cumhuriyeti	0,9	0,6	0,6	2,5	0,6	1,3	0,5	0,6	0,7	8,4
Yunanistan	0,2	0,2	0,3	0,7	0,8	0,7	0,2	0,1	1,4	4,5
İzlanda	0,7	0,2	0,2	2,2	0,4	1,4	0,2	0,3	0,8	6,3
İrlanda	5,6	5,7	0,3	5,1	1,8	0,8	0,4	0,3	0,5	20,3
Meksika	0,5	0,1	0,3	0,1	0,6	0,3	0,1	0,1	0,3	2,5
Hollanda	0,8	0,4	0,4	2,8	3,6	1,5	0,5	0,4	0,7	11,0
Yeni Zelanda	0,2	0,3	0,4	1,1	2,8	2,3	0,4	0,4	0,8	8,8
Polonya	1,2	0,4	0,5	1,8	1,3	1,1	0,8	0,5	0,5	8,0
Slovak Cumhuriyeti	0,6	0,3	0,4	2,1	1,7	1,5	0,9	0,5	0,5	8,4
Slovenya	1,0	0,2	0,4	1,9	1,5	1,7	0,4	0,9	1,1	9,1
İsveç	0,4	1,6	0,5	3,7	1,6	2,3	0,4	0,6	0,7	11,7
Türkiye	0,9	0,2	0,3	1,2	0,4	0,8	0,2	0,3	0,7	4,9
Birleşik Krallık	0,5	0,6	1,1	2,8	1,3	1,4	1,1	0,5	1,0	10,3

Kaynak: OECD.Stat, 2022

Yaratıcı endüstriler ayrıntılı olarak incelendiğinde (Tablo 14) Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler (D62) ve Genel idari faaliyetleri; yönetim danışmanlığı faaliyetleri (D70) endüstrileri OECD ülkelerin çoğunda diğer endüstrilere göre daha ileride olduğu görülmektedir. Türkiye'de de Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler (D62) ilk sırada olup 8 177,4 milyon dolar olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 14: OECD: Yaratıcı Endüstriler Ayrıntılı (milyon dolar)

Endüstri Ülke	D31T32	D58	D59T60	D62	D70	D71	D73	D74	D90T92
Kosta Rika	2 004,2	328,4	498,8	2 436,3	1 748,7	520,0	588,5	486,0	330,5
Çek Cumhuriyeti	2 075,0	1 236,2	1 225,7	5 606,2	1 416,8	2 948,0	1 139,4	1 416,0	1 480,0
Yunanistan	363,0	375,3	457,9	1 297,1	1 417,0	1 290,5	438,4	228,7	2 490,3
İzlanda	157,1	51,8	57,1	518,4	87,9	321,3	47,8	65,7	174,7

Tablo 14: (devamı)

Endüstri Ülke	D31T32	D58	D59T60	D62	D70	D71	D73	D74	D90T92
İrlanda	20 179,4	20 846,0	897,5	18 366,2	6 364,2	2 739,5	1 298,2	1 148,7	1 767,2
Meksika	6 100,7	1 163,6	3 296,5	1 120,2	7 166,9	2 896,7	1 574,3	1 632,6	3 774,0
Hollanda	6 175,2	3 365,7	2 842,6	22 901,1	29 536,9	11 833,2	4 405,0	3 258,3	5 653,2
Yeni Zelanda	312,8	551,5	824,8	2 204,5	5 515,3	4 527,2	792,3	724,4	1 617,7
Polonya	5 891,1	1 925,4	2 344,9	9 475,8	6 862,4	5 543,6	4 085,9	2 349,6	2 440,9
Slovak Cumhuriyeti	599,1	270,8	343,7	1 965,5	1 570,4	1 412,2	846,1	468,4	510,1
Slovenya	454,3	112,4	194,5	877,6	701,4	817,2	209,0	442,4	495,8
İsveç	2 081,6	7 827,3	2 563,6	18 185,3	7 701,6	11 334,3	2 167,0	2 771,4	3 270,6
Türkiye	6 376,2	1 238,7	2 185,6	8 177,4	3 011,1	5 220,6	1 398,9	1 748,8	4 740,7
Birleşik Krallık	11 475,2	15 389,6	29 132,9	72 497,3	34 205,4	35 387,4	26 799,4	12 074,2	26 565,9

Kaynak: OECD.Stat, 2022

Tablo 15’te yer verilen yaratıcı endüstrilerde çalışan insan sayısı diğer endüstrilere göre daha düşük olduğu bilinmektedir. Hollanda (% 11,04), Birleşik Krallık (% 10,51) ve Slovenya’da (%10,37) endüstrilerde daha çok insan istihdam edilmektedir ve ağırlıklı olarak çalışanlar Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler’de (D62) iş yapmaktadırlar. Türkiye’de ise Mobilya, diğer imalat (D31T32) 285 bin kişi çalıştığı bilinmektedir ve toplam Türkiye’nin çalışanların % 3,96 yaratıcı endüstrilerde çalışmaktadırlar.

Tablo 15: OECD Ülkelerindeki Yaratıcı Endüstrilerde İstihdam

Ülke Gösterge	Bin kişi									Toplam Çalışan Oranı (%)
	D31T32	D58	D59T 60	D62	D70	D71	D73	D74	D90T92	
Kanada	128,7	77,6	88,5	280,5	100,3	216,6	55,3	-	126,0	6,73
Çek Cumhuriyeti	66,4	15,2	8,5	75,1	25,8	64,3	22,3	36,7	40,8	8,27
Yunanistan	12,5	11,0	15,3	20,1	30,6	28,8	12,5	10,2	30,6	5,86
İzlanda	1,1	0,8	1,2	3,8	1,0	2,6	0,5	0,7	1,9	7,58
İrlanda	32,7	9,7	6,3	41,6	23,7	19,8	9,1	7,0	12,1	9,46
Kore	96,7	359,4	112,0	160,3	179,1	260,4	53,6	52,0	99,0	6,28
Hollanda	118,0	23,0	21,0	174,0	161,0	111,0	42,0	24,0	50,0	11,04
Yeni Zelanda	13,8	5,8	10,1	41,2	17,2	39,8	10,7	7,8	17,9	9,32
Polonya	310,5	40,0	37,6	137,1	61,2	85,5	49,6	30,4	139,0	7,34

Tablo 15: (devamı)

Ülke / Gösterge	Bin kişi									Toplam Çalışan Oranı (%)
	D31T32	D58	D59T60	D62	D70	D71	D73	D74	D90T92	
Slovak Cumhuriyeti	22,2	6,1	3,5	31,3	21,3	20,2	15,4	6,8	20,7	7,44
Slovenya	9,9	2,3	3,8	12,1	10	12,6	2,7	5,3	9,1	10,37
İsveç	24	34	21	114	65	104,0	26	21	43	9,6
Türkiye	285	21	25	82	84	241,0	84	64	40	3,96
Birleşik Krallık	144,3	126,2	140,4	-	-	448,1	155	-	255,9	10,51
Amerika Birleşik Devletleri	925	903	693	2 133	3 567	1 492	588	687	650	7,68

Kaynak: OECD.Stat, 2022

3.3. Yaratıcı Ürünlerin İhracat ve İthalatı

Türkiye’de yaratıcı ürünlerin ihracat ve ithalat açısından daha detaylı değerlendirmek için UNCTAD’ın yaratıcı ürünler sınıflandırılması ve HS 2007 (Harmonized System) ürünlerin sınıflandırma sistemi kullanılmıştır. Daha detaylı istatistik verilere ulaşabilmek için ITC Trade Map’in verileri üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Değerlendirmede ele alınan yıllar COVID-19 salgını göze alınarak seçilmiştir.

2021 yılında ihracatta yaratıcı ürünlerin payı % 8,22 (18 526, 685 bin dolar) ve ithalatta % 5 (13 617, 061 bin dolar) olmuştur. Tablo 16’da görüldüğü gibi salgının etkili olduğu dönemde çoğu yaratıcı ürünlerin etkilendiği görülmektedir, bazı ürünler için bu durumun atlatılması çok zor olsa da bazıları için fırsatları yaratmıştır. Tabloda görüldüğü gibi hem ihracatta hem ithalatta yaratıcı ürünlerin arasında iç mekan ürünleri büyük paya sahiptir, 2021 yılında ihracatta % 17,1 ve ithalatta %25 oranla diğer ürünlerden öne çıkmıştır. İkinci sırada ihracatta müzik enstrümanları (% 12,2) ve ithalatta ise iplik ürünleri (% 12,4) yer almaktadır. Üçüncü sırada ithalatta oyuncaklar (% 9,2), ithalatta ise diğer el sanatları (% 8,3) yerleşmiştir.

Tablo 16: Yaratıcı Ürünlerin İhracatı ve İthalatı (HS 2007) (bin dolar)

İhracat			İthalat		
2019	2020	2021	2019	2020	2021
1. El sanatları					
Hahlar					
313,285	283,961	384,163	31,225	21,563	26,442
Kutlama					
1,151	1,309	3,488	5,591	4,194	5,406
Diğer el sanatları					
1191,593	750,947	1682,803	562,568	879,697	1135,891
Kağıt eşya					
75	171	261	58	41	35
Hasır eşya					
1156	369,117	689,565	712,599	533,322	709,57
İplik					
772,909	1310,411	1254,16	1382,464	1288,024	1692,872
2. Görsel-işitsel					
Film					
7	0	408	7	0	0
CD'ler, DVD'ler, kasetler					
568,243	530	914	9,155	7,885	6,707
3. Tasarım					
Mimari					
521	134	139	246	230	383
Moda					
594,334	453,971	641,109	582,661	1377,32	637,157
Züccaciye					
1460,197	1601,712	1105,941	862,456	790,741	645,241
İç mekan					
3806,428	3645,933	3180,579	4140,535	3381,514	3395,837
Mücevher					
497,317	483,316	432,442	377,943	291,986	216,013
Oyuncaklar					
664,979	861,031	1722,201	1213,253	249,611	320,341
4. Yeni Medya					
Kayıtlı medya					
710,233	503,062	313,386	1019,722	756,761	709,24

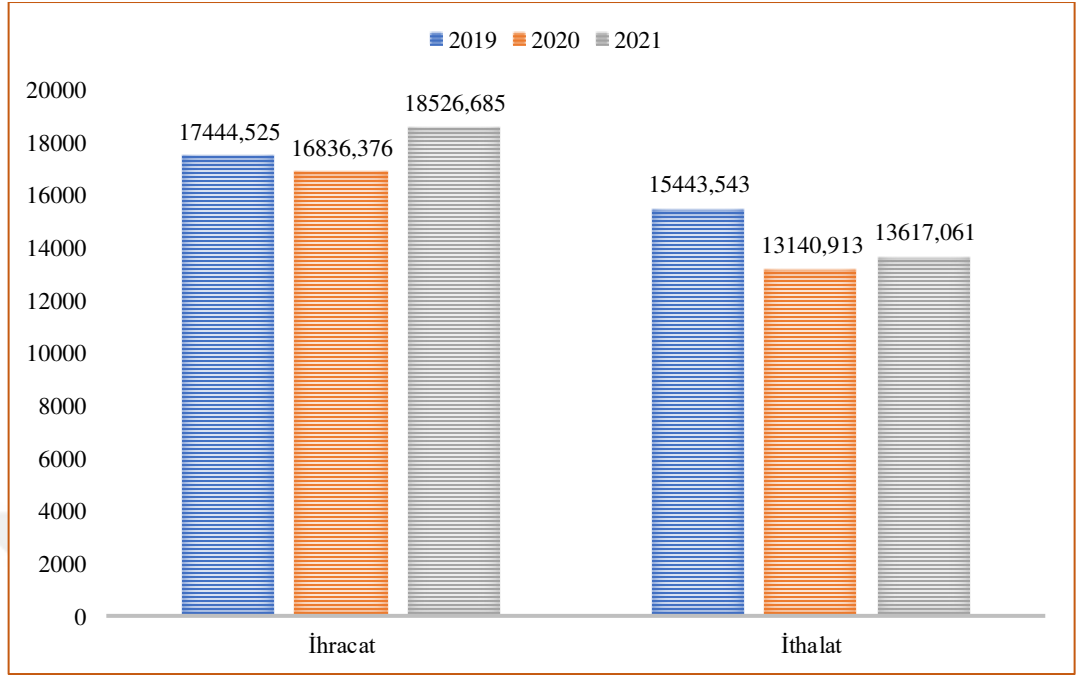
Tablo 16: (devamı)

İhracat			İthalat		
2019	2020	2021	2019	2020	2021
Video oyunları					
982	418	1,121	2,178	1,09	645
5. Performans sanatları					
Müzik Enstrümanları					
1415,173	1926,238	2264,947	1030,231	1192,507	1117,844
Basılı müzik					
0	0	23	136	67	78
6. Yayıncılık					
Kitap					
458,017	609,549	1100,754	311,12	316,47	198,235
Gazete					
563,735	1164	1527	75,53	51,767	58,521
Diğer basılı malzeme					
230,039	358,443	181,286	1154,167	995,007	869,899
7. Görsel Sanatlar					
Antikalar					
1,73	231	194	1396	558,713	415,415
Tablo					
11,546	11,382	26,912	65,125	57,078	253,781
Fotoğrafçılık					
1,299	1,649	4,212	4,544	3,097	3,807
Heykel					
1441,317	1016,345	71,616	57,476	44,566	57,842

Kaynak: ITC Trade Map, 2022

Yaratıcı ürünlerin ihracatı ve ithalatı karşılaştırıldığında Türkiye'nin ihracatı ithalattan % 26,5 oranla üstünlük sağlamaktadır. İhracatın pandemiden önceki ve sonraki hali karşılaştırıldığında pandemide düşüş yaşansa da 2021 yılında artış olduğu görülmektedir. İthalat hakkında aynı şey söylenemez, tam tersine düşüş görülmektedir. Genel olarak bakıldığında yaratıcı ürünlerin ihracat ve ithalat konusunda ihracatın ithalatın üzerinde olması ve pandemiden sonraki artış pozitif ilerleme olarak sayılmaktadır. Bu veriler Grafik 6'da gösterilmiştir.

Grafik 6: Yaratıcı Ürünler: İhracat ve İthalat Karşılaştırması (bin dolar)



Kaynak: ITC Trade Map, 2022

3.4. On Birinci Kalkınma Planı'nda Yaratıcı Endüstrilerin Yeri

On Birinci Kalkınma Planı, uzun vadede Türkiye'nin kalkınma yolunu belirlemek, toplumun değerlerini korumak ve beklentilerini karşılayıp refah seviyesini artırmak, Türkiye'yi uluslararası arenada daha etkili aktör haline getirmek için tutulması gereken yol haritasıdır. Bu plan çerçevesinde 2019-2023 yılları arasında genel olarak ekonomiyi sürdürebilir ve istikrarlı hale getirmeyi, eğitimle insan sermayesinin kalitesini artırmayı ve teknolojinin geliştirmesiyle yenilik ve teknoloji kabiliyetini yükseltmeyi hedeflenmektedir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı [CSBB], 2019: 1).

On Birinci Kalkınma Planı ülkenin tüm yönlerini kapsayan ve şu beş ana başlıktan oluşan plandır (T.C. CSBB, 2019: 2):

- İstikrarlı ve Güçlü Ekonomi;
- Rekabetçilik Üretim ve Verimlilik;
- Nitelikli İnsan ve Güçlü Toplum;
- Yaşanabilir Şehirler ve Sürdürülebilir Çevre;
- Hukuk Devleti, Demokratikleşme ve İyi Yönetişim.

Kalkınma Planı, siyasi dokümanların ve stratejik planların hazırlanması için kurumlara yol haritası rolünü üstlenmektedir.

Kalkınma Planı amaç ve hedeflerinin izlenmesi ve değerlendirilmesi için Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı sorumluluğunda olup her yıl rapor sunmaları gerekmektedir (T.C. CSBB, 2019: 3).

Kalkınma Planında yaratıcı ekonomi ya da yaratıcı endüstriler kavramı geçmemektedir. Fakat bazı yaratıcı endüstrilere yönelik amaç ve hedefler bulunmaktadır. Çalışmanın bu kısmında yaratıcı ekonomiye yönelik planlanmış faaliyetler ele alınacaktır.

Genel olarak “İstikrarlı ve Güçlü Ekonomi” başlık altında para, maliye, gelir, dış ticaret gibi alanlarda politikaları geliştirerek makroekonomik hedeflere ulaşmak için temel prensipler hakkında bahsedilmiştir. Bu alanda yaratıcı ekonomiye yönelik iki politika ve tedbir belirlenmiştir. İlki, blokzincir bazlı merkez bankası tarafından uygulanacak dijital para. İkincisi ise, katma değerli üretimde rekabet avantajı oluşturacak, yatırım dönemine odaklı, esnek ve nakit temelli teşvikleri kapsayan yeni teşvik sisteminin oluşturulmasıdır (T.C. CSBB, 2019: 42, 46).

“Rekabetçilik Üretim ve Verimlilik” başlığı altında üretimde yapısal dönüşüm ve refahın artırılması için rekabetçilik ve verimlilik artırma politikaları içermektedir. Bu alanda da birkaç tezin konusuyla alakalı amaç ve hedefler belirlenmiştir.

“Uluslararası Doğrudan Yatırımların Artırılması” alt başlık altında fikri mülkiyet ile alakalı ticari sırların daha iyi korunması için yasaların ele alınması, geliştirilmesi ve uygulanması beklenmektedir. Bunun dışında yüksek teknoloji barındıran malların Türkiye’de üretilmesi için uluslararası doğrudan yatırımları artırmak için teşvik programları hayata geçirecektir (T.C. CSBB, 2019: 68).

Elektronik alt başlık kapsamındaki politika ve tedbirlere göre 5G ve bunun gibi diğer yerli haberleşme ağ ve altyapı oluşturan bileşenleri Ar-Ge ve üretim politikaları teşvik edilir. 5G temel istasyonların geliştirme faaliyetleri tamamlanacaktır (T.C. CSBB, 2019: 85).

“Tekstil-Giyim-Deri” Sanayii alt başlığa göre tekstil, deri ve giyim endüstrilerinde lider ülkelerin biri olabilmek için moda tasarımı ve markalaşma faaliyetleri yürütülecektir. Daha başarılı, çevreye duyarlı ve piyasaya hızlı adapte olabilmek için hızlı, esnek üretim, müşteriye odaklılık, çevre bilinci, organizasyon ve mağazacılık gibi becerilerinin geliştirilmesi öngörülmektedir (T.C. CSBB, 2019: 90).

“Turizm” alt başlığına göre yiyecek, sağlık, kruvaziyer, tören, dini, fuar, kongre ve alışveriş gibi gelir getiren turizm türlerine talebi yüksek olan piyasalar analiz edilerek o ülkelere gelen turist sayısını artırmaya yönelik çalışmalar yapılacaktır (T.C. CSBB, 2019: 99-100).

“Bilim, Teknoloji ve Yenilik” alt başlıklarının altında aktif şekilde işleyen araştırma ve yenilik getiren ekosistem oluşturulup bilgi üretim ve kullanım kapasitelerini geliştirme, yüksek katma değere sahip ürün ve hizmetlerin desteklenmesi için Ar-Ge ve yenilik çalışmalarının artırılması amaçlanmaktadır (T.C. CSBB, 2019: 105).

“Girişimcilik ve KOBİ’ler” alt başlığında esnaf ve sanatkârların hızlı değişen ekonomik ve sosyal koşullara uygun biçimde rekabet potansiyeli artırılacak, yenilikçi ve sosyal ortak işbirliği ve bu ortaklıkta çalışma kültürü geliştirilecektir (T.C. CSBB, 2019: 105).

Yaratıcı ekonomide en önemli alanların biri de fikri mülkiyet haklarıdır. Bu alanda hukuki temel ve uygulanmasına güç kazandırılması, fikri mülkiyet hakların oluşturulmasına destek olan ekosistemin geliştirilmesi ve ticarileştirme süreçlerinin hızlandırılması amaçlanmaktadır (T.C. CSBB, 2019: 109).

“Nitelikli İnsan ve Güçlü Toplum” ana başlığına göre beşeri sermayenin daha kaliteli gelişimini sağlamak, kapsayıcı büyüme yoluyla göze çarpan sonuçları elde etmek ve refahın halkın tüm kesimlerine dağıtılması için uygulanacak politikalarla. Dijital transformasyon ve teknolojik gelişmelerin neticesinde işgücü piyasasında çıkacak yeni ihtiyaçların belirlenmesi ve bu değişimlerin mesleklerde sebep olan dönüşümleri ele alınacaktır. Bunun dışında gençlerin kültür, sanatsal, matematik, teknoloji, mühendislik gibi alanlara yönelmeleri için teşvik programları oluşturulacaktır.

Özellikle toplumsal bütünlük ve dayanışmanın güçlendirilmesi için kültür ve sanatın korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması gibi farklı faaliyetler düzenlenmesi öngörülmektedir. Kültür ve sanatın kalkınmada büyük etkiye sahip olduğu belirlenmektedir (T.C. CSBB, 2019: 161).

Görüldüğü gibi On Birinci Kalkınma Planında yaratıcı ekonominin farklı endüstrilerine yönelik doğrudan ya da dolaylı amaç ve hedefler belirlenmiştir.

3.4.1. 2022 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı

Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından hazırlanan 2022 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı On Birinci Kalkınma Planı’nda belirlenen tedbir ve faaliyetlerin 2022 yıl içinde gerçekleştirecek faaliyetleri kapsayan detaylı programdır. Programda yer alan tedbir ve faaliyetlerin sonuçları değerlendirilip raporlandırılacaktır.

Programın ana amacı COVID-19 salgının ekonomiye getirdiği olumsuz etkileri bertaraf etmek için kaliteli istihdam oluşturmak, enflasyon ve cari açığın en aza indirmek, ihracatı artırmak, yurtiçi tasarrufları ve doğrudan gelen yabancı yatırımları daha verimli değerlendirerek istikrarlı, adaletli

gelir dağılımı sağlayan, yeşil dönüşümü göz önünde bulunduran ekonomik yapıyı inşa etmektir (T.C. CSBB, 2021: 3).

Daha önce On Birinci Kalkınma Planı'nda bahsedilen İstikrarlı ve güçlü ekonomi, Rekabetçilik üretim ve verimlilik, Nitelikli insan ve güçlü toplum, Yaşanabilir Şehirler ve Sürdürülebilir Çevre, Hukuk devleti, demokratikleşme ve iyi yönetim ile alakalı yapılacak çalışmalar hakkında bahsedilmiştir. Programda yaratıcı ekonominin de ele alındığı görülmektedir fakat kültür endüstrisi ya da yaratıcı kültür endüstrisi terimleri kullanılmaktadır. Aşağıdaki Tablo 17'de 2022 gerçekleştirilecek tedbirler ve sorumlu kurumlar gösterilmiştir.

Tablo 17: 2022 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı'nda Yaratıcı Endüstrilere Yönelik Faaliyetler

Amaç ve Tedbirler	Yapılacak Çalışmalar	Sorumlu Kurumlar
Blokszincir bazlı merkez bankası tarafından dijital para uygulanacak	1. Merkez Bankası tarafından Dijital Türk Lirası (DTL) pilot faaliyetleri uygulanacaktır ve sonucuna göre daha ileri çalışmalar yapılacaktır. 2. Var olan teknolojileri DTL'nin uygulanabilirliğine yönelik çalışmalar yapılacaktır. 3. Çevrim dışı kullanım için teknolojik altyapı için çalışma ve testler yapılacaktır. 4. DTL ile diğer sistemler ile uyumluluğu için çalışmalar sürdürülecektir.	• Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası • Hazine ve Maliye Bakanlığı • TÜBİTAK
Yüksek teknoloji malların Türkiye'de üretilmesi için yurt dışından doğrudan yatırımların çoğaltılması için teşvik programları hayata geçirilecektir	Proje Temelli Teşvik Sistemi uygulamasına dair çalışmalar raporlanacaktır	• Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı • Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi
Yiyecek, sağlık, kruvaziyer, tören, dini, fuar, kongre ve alışveriş gibi gelir getiren turizm türlerine talebi yüksek olan piyasalar analiz edilecek ve o ülkelerden turist sayısını artırmaya yönelik çalışmalar yapılacaktır.	Turistlerin tüm mevsimlerde ziyaret etmelerini sağlamak için yeni turizm ürünlerinin uygun platformlarda tanıtımı yapılacaktır	• Kültür ve Turizm Bakanlığı • Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı • İlgili Kurum ve Kuruluş, STK'lar
Üniversitelerde, katma değeri yüksek olan üretim için araştırma ve geliştirme, ve yenilik çalışmaları yapılması için Araştırma Üniversitesi projesi geliştirilecek ve bu projeye katılan üniversitelere özel destekler sağlanacaktır	Araştırma üniversitelerin yürüttüğü çalışmaların performansı değerlendirilecek, araştırma boyutlarını ve kalitesini artırmak için destekler sağlanacaktır	• YÖK • Strateji ve Bütçe Başkanlığı

Tablo 17: (devamı)

Amaç ve Tedbirler	Yapılacak Çalışmalar	Sorumlu Kurumlar
Halk arasında telif haklarına dair bilinçlendirme ve önemini vurgulama amacıyla bilgilendirme çalışmaları yapılacaktır	1. Bu konuya alakalı kesimlerin eğitim ve taleplerinde yola çıkarak eğitim programları düzenlenecektir 2. Çocuk ve gençlere yönelik telif hakları hakkında farkındalığın artırılması için kısa metrajlı filmler, afiş dizaynı, yarışma gibi faaliyetler düzenlenecektir ve sanatçılar ile öğrencilerin bir araya gelmeleri için olanaklar sağlanacaktır.	• Kültür ve Turizm Bakanlığı İlgili Kurum ve Kuruluşlar
Telif haklarına dair kültür endüstrileri ile alakalı var olan kayıtlar, istatistiksel veriler çeşitlendirilecektir	Telif haklarına dair kültür endüstrileri ile alakalı var olan kayıtlar, istatistiksel veriler çeşitlendirilmesi çalışmaları yapılacaktır	• Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye İstatistik Kurumu
Telif haklarını içeren kültür endüstrilerine dair UNESCO'nun kapsamında Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması ve Geliştirilmesi Sözleşmesi'ne önem verilerek desteklenecektir	Fikri Mülkiyet Sistemi güçlendirmek ve kültür, sanat aktivitlerin hayata geçirme kapsamında başvuru alan kültürel ifade çeşitliliği ve kültür endüstrilerinin gelişimi için 18 projeye destek verilecektir	• Kültür ve Turizm Bakanlığı
Yazılım alanında çalışan yerli şirketlerin çalıştıkları alanlar, işgücü özellikleri ve olgunluk seviyelerini kapsayan veri alt yapısı düzenlenecektir	Yazılım alanına dair envanter çalışmaları hayata geçirilecektir	• Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı • TÜBİTAK • TOBB • İlgili STK'lar
Eğitim dışında farklı yönlerde gelişmeleri için okullarda sosyal, sanatsal, fiziksel, kültürel, bilişsel faaliyetler sunulması için model oluşturulacaktır	Genç ofislerinde ve gençlik merkezlerinde yürütülen faaliyetler devam edecek ve hayat becerileri programının tanınırlığı yaygınlaştırılacaktır	• Gençlik ve Spor Bakanlığı • Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı • Milli Eğitim Bakanlığı • Vakıflar Genel Müdürlüğü • YTB • Yunus Emre Enstitüsü • Yerel Yönetimler • STK'lar
Kültür ve sanatın hayatın önemli parçası haline getirmek için vatandaşların erken yaşlarından başlayıp kültür ve sanat eğitime dahil edileceklerdir	Okuma kültürünün geliştirilmesi için okullarda kütüphane sayısı çoğaltılacaktır	• Milli Eğitim Bakanlığı • Kültür ve Turizm Bakanlığı • Üniversiteler • Yerel Yönetimler • STK'lar
Gezici kütüphanelerin yaygınlaştırılması	On gezici kütüphane halkın hizmetine verilecektir.	• Kültür ve Turizm Bakanlığı

Tablo 17: (devamı)

Amaç ve Tedbirler	Yapılacak Çalışmalar	Sorumlu Kurumlar
Kültür ve sanat hizmetlerinin geniş halkın erişimi için özel sektör, mahalli idareler, ve sivil toplumların güçlendirilmesi için çalışmalar yapılacaktır	Kütüphanelerin sayısını artırmak için yerel idarelerle ortak çalışmalar yapılacaktır	• Kültür ve Turizm Bakanlığı
Türk-İslam tarihi kültürel miraslara yönelik araştırılma, korunması, halka ve gelecek nesillere aktarılması sağlanacaktır	1. Türk-İslam tarihindeki dönemleri sanat, kültür ve toplumsal yandan araştırmak için arkeolojik çalışmalar ve araştırmalar düzenlenecektir. 2. Vakıf eserlerin Kosova, Makedonya ve Kıbrıs gibi bulunduğu ülkelerde envanter çalışmaları çerçevesinde arşiv bulunan belgelerin tespiti, tercüme, transkript gibi çalışmalar yapılacaktır. 3. Türk süsleme ve geleneksel el sanatları yaygınlaştırma amacıyla kurslar açılacak, fuarlar düzenlenecektir.	• Kültür ve Turizm Bakanlığı • Vakıflar Genel Müdürlüğü • Türk Tarih Kurumu • İstanbul Üniversitesi
Kültür faaliyetlerine dair istatistik verileri uluslararası standartlara kurallara göre oluşturulacak ve bir veri tabanı altında toplanacaktır.	Veri paylaşımını sağlamak üzere dış kurum entegrasyonlarına ilişkin çalışmalar yürütülecek ve kurum içi veri girişlerine ilişkin eğitim ve koordinasyon çalışmaları gerçekleştirilecektir.	• Kültür ve Turizm Bakanlığı
Kültür endüstrilerine yönelik destekler artırılacak, özellikle eğitim, sertifikasyon, araştırma ve geliştirme faaliyetleri düzenlenecektir	Sanat ve tasarım parkları, kuluçka merkezlerin kurulması için toplantı, projelere destek çalışmalar yapılacaktır.	• Kültür ve Turizm Bakanlığı Hazine ve Maliye Bakanlığı
Okurların nitelikli kültürel yayınlara ulaşabilmeleri için e-kitap şeklinde daha çok kitaplar yayınlanacaktır.	Türk Klasik Eserleri, Bakanlık tarafından dijital ortama 250 esere kadar aktarılacaktır. Türk Klasik Eserlerinin Dijital Ortama Aktarılması Projesi kapsamında Bakanlıkça yayınlanan eser sayısı 250'ye çıkarılacaktır	• Kültür ve Turizm Bakanlığı
Yayımlanmaya imkanı bulunmayan nitelikli edebi eserleri geniş kitleye yayılması için ilk eser desteği sağlanacaktır	Yayıncılık alanını geliştirmek için kanunlarda değişiklikler yapılacaktır	• Kültür ve Turizm Bakanlığı

Kaynak: T.C. CSBB 2021: 172, 192, 196, 193, 198, 205, 287, 302, 304

Tabloda görüldüğü gibi yaratıcı endüstrilere yönelik tedbirlerin daha net açıklamaları ve sorumlu kurumlar gösterilmiştir. Tedbirlerde yaratıcı endüstrileri terim olarak yer verilmiştir. Resmi kurumlar tarafından bu konunun ele alınması yaratıcı ekonominin önemini vurgulamaktadır. Tedbirlerin çoğunda fikri mülkiyet ve kültür açısından ele alınmaktadır ve bu yönde çalışmalar belirlenmiştir.

3.5. Yeni Ekonomi Programı'nda Yaratıcı Endüstrilerin Yeri

Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından hazırlanan bu program COVID-19 salgını döneminde ve belirsizlik koşullarında oluşturulmuştur. 2021-2023 yılları arasında iç ve dış dengenin yeniden oluşturulması, buna göre yapılacak stratejik geniş, istihdama odaklı, sürdürülebilir büyüme politikaları uluslararası ekonomide pandemiden dolayı ortaya çıkan yeni normallerin oluşturduğu zorlukları fırsatlara çevirerek üretime, ihracata ve mali istikrara dayalı iktisadi gelişmeleri amaçlamaktadır (T.C. CSBB, 2020).

Program genel olarak COVID-19 salgının etkisini en aza indirmek, oluşan fırsatları değerlendirerek ekonomiye katkıda bulunmak amacıyla oluşturulmuştur. Program'da, Büyüme ve İstihdam, Fiyat İstikrarı, Cari İşlemler Dengesi, Finansal İstikrar ve Kamu Maliyesi gibi alanlarda yapılacak amaç ve hedefler bahsedilmiştir. Yaratıcı ekonominin bazı endüstrilerine yönelik yapılacak çalışmalar aşağıda betimlenmiştir (T.C. CSBB, 2020).

Büyüme ve İstihdam (T.C. CSBB, 2020):

- Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler'in markalaşması, örgütlenmesi, daha verimli olması ve uluslararası arenaya çıkabilmeleri için eğitim ve müşavirlik hizmetleri oluşturulacaktır, dijital dönüşüm süreçlerin tamamlamaları ve yeni iş modelleri oluşturmalarına katkıda bulunacak projeler gerçekleştirilecektir.
- Zamanın talebine göre bilgi teknoloji, e-ticaret, dijital okuryazarlık, girişimcilik programları alanlarında işgücü talepleri, yetenekleri ve gelecekte yeni meslekleri belirlemek için çalışmalar yapılacaktır.

Cari İşlemler Dengesi (T.C. CSBB, 2020):

- Türkiye'nin ekonomisini uluslararası rekabetçiliğini artırmak için e-ihracat, yeni ihracat bölgelerin oluşturulması, istihdam fırsatların genişletilmesi amaçlanmaktadır. Dijitalleşmenin sağladığı fırsatları değerlendirerek bu alanda potansiyel yeni pazarlarda Türkiye'nin yer alması için bireysel e-ihracatçılara yeni vergi teşvik sistemi oluşturulacak ve bu alanda yeni girişimcilere eğitim ve lisanslama verilecektir.

- Turizm sektörünü daha da genişletmek için gastronomi, fuar, kültür, dini, eğitim, spor gibi turizm faaliyetler gerçekleştirilecektir ve 2023 Turizm Master Planı düzenlenecektir. Tanınırlığın artırmak için dijital medya araçları kullanılacaktır.
- Kültür ve sanat sektörlerine katkıda bulunmak amacıyla film çekim faaliyetleri desteklenecektir. İhracat için film ve diziler çekilecektir.

Yeni Ekonomi Programı COVID-19 salgının yarattığı zorluk ve fırsatları değerlendirip ekonominin istikrarlaşması için oluşturulmuştur. Genel olarak ele alındığında Programda ağırlıklı olarak imalat sanayisi, istihdam, teknoloji geliştirme konularına vurgu yapılmıştır. Yapılacak bazı çalışmalar yaratıcı ekonominin sektörlerine doğrudan etkileyecekse, diğerleri daha kapsamlı ve dolaylı etkilere sahiptir.

3.6. Kültür ve Turizm Bakanlığı Faaliyetlerinde Yaratıcı Endüstriler

Türkiye’de yaratıcı ekonominin gelişimi için kilit nokta aktörlerin biri de Kültür ve Turizm Bakanlığı’dır. Bu kuruma verilen yetkiler, çalışma alanı ve yürüttüğü politikalar sayesinde yaratıcı endüstriler üzerinde büyük etkiye sahiptir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın misyonu gelecek nesillere kültürel zenginliği aktarmak, sanatsal ve kültürel faaliyetlerin yaygınlaşması için katkıda bulunmak, sürdürülebilir turizm ilkeleri çerçevesinde uluslararası arenada lider olmaktır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022: 10).

Bakanlığın başlıca görev ve yetkileri şunlardır (T.C. KTB, 2022: 11-13):

- Tarihi, kültürel, ruhani, ulusal ve turistik değerleri milli bütünlük ve ekonomik gelişme için araştırma, yaşatma, yayma çalışmalarını sürdürme, koruma gibi faaliyetlerin gerçekleştirilmesi,
- Kültür ve turizm ile alakalı konularda kamu kurum, kuruluş, yerel yönetimler, özel sektöri yönlendirmek ve iş birliğinde bulunmak ve kültür, turizm, sanat, tanıtım faaliyetleri yürüten denek ve vakıflara, özel tiyatrolarca yapılacak projelere maddi destekte bulunmak,
- Turizmin ekonomide verimli katkıda bulunması için ülkenin uygun imkanların geliştirme ve pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirmektir,
- Kültür ve turizm sektörüne yatırım yapılması, iletişim, iyileştirme potansiyeline ışık tutmak,
- Türk kültürünü ve turistik değerleri tanıtıcı faaliyetler için mevcut imkan ve araçları kullanmak,
- Görevleri kanun ve Cumhurbaşkanlığı Karamameler çerçevesinde yerine getirmek.

Bakanlığın yaratıcı ekonomiye yönelik yürütülen faaliyetleri değerlendirmek için 2021 Yılı İdare Faaliyet Raporu kullanılmıştır ve anlaşıldığı üzere faaliyetlerin 2021 yılında gerçekleştirilen

alışmalar üzerinden ele alınmıştır. Raporda yaratıcı ekonominin sadece bazı, kurumun yetki alanında olan endüstrileri yer almaktadır.

Bakanlığın yürüttüğü faaliyetlerin kapsamında 2021 yılında 40 yeni kütüphane, 10 tane gezici kütüphane hizmete açılmıştır. Böylece gezici kütüphane sayısı 66'ya ulaşmış ve 54 tane kütüphane rehabilite edilmiştir. Bakanlığın en önemli çalışmalarının biri de 'e-kitabim.ktb.gov.tr' Dijital Yayın Platformudur, bu platformda okuyuculara elektronik formatta kitaplar sunulmaktadır. İnternet ortamına 98 672 eser aktarılmıştır. Kitap ve elektronik kitap formatında 131 eser yayımlanmıştır (T.C. KTB, 2022: 231-232).

2021 yılında ziyarete 7 tane yeni müze açılmıştır. Bakanlık tarafından özel tiyatrolara 428 projeye 53 365 000 TL destek sağlanmıştır. Aynı yılda film çekimi için 155 izin verilmiştir, 44 metrajlı film için 42 500 000 TL ve kısa metrajlı film, belgesel, animasyon, proje geliştirme vd için toplamında 312 proje için 22 950 000 TL destek verilmiştir. Güzel sanatlar alanında 432 etkinlik düzenlenmiştir (T.C. KTB, 2022: 99-100, 234).

Bakanlık telif haklarının korunması ve desteklenmesi için büyük önem vermektedir. Bilinçlendirme ve farkındalığın artırılması amacıyla 12 eğitim faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Telif hakların korumak için İl Denetim Komisyonlarınca 43 640 denetim operasyonu gerçekleştirilmiştir ve 430 513 materyale el koyulmuştur. Hak sahipleri yaptığı çalışmalarını (film, müzik, bilgisayar oyunları) koruyabilmesi ve daha kolay ispat edebilmeleri için kayıt tescil zorunluluğu ile 2408 eser ve isteğe bağlı 2058 eser kaydedilmiştir. Korsanlıkla mücadele etmek için müzik ve eserlere 439 838 095 bandrol basılmıştır (T.C. KTB, 2022: 145, 254).

Kültür endüstrilerini desteklemek için "Gelecek Gençlerin" programı başlatılmıştır ve bu programa 15 000 000 TL bütçe ayrılmıştır. 16 ila 29 yaş arasında olan gençlerin grişimcilik ve yaratıcılık projelerine 50 000 – 150 000 TL nakdi yardım sağlamak amacıyla 400 başvuru kabul edilmiştir (T.C. KTB, 2022: 143).

Kültür ve sanat sektörlerini destekleme amacıyla Bakanlık tarafından "Yaratıcı Kültür Endüstrileri Kuluçka Merkezleri" raporu yayınlanmıştır. Raporda şu üç ana alanda araştırmalar gerçekleştirilmiş: birincisi, yaratıcı endüstride başarılı insanlar ve kuluçka hizmetlerinde çalışanlarla görüşmeler yapılmış; ikincisi, yaratıcı endüstriler için sağlanan destekler örnekler üzerinden değerlendirilmiş; üçüncüsü ise kulukalar ile alakakalı mevzuat incelenmiş. Türkiye'de yaratıcı endüstri alanından 14, teknoloji alanında faaliyet gösteren 15 katılımcı ile görüşmeler yapılmış, diğer ülkelerde bulunan 90 yaratıcı endüstride faaliyet gösteren kuluçka ele alınmış. Çalışmanın son bölümünde de yaratıcı endüstri model önerisinde bulunmuş (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Bakanlık tarafından kültür endüstrilerine yönelik yürütülen faaliyetleri ve sağlanan destekleri kamuoyuyla paylaşmak amacıyla Telif Hakları Genel Müdürlüğü “Kültür Endüstrileri Bülteni” yayınlanmaktadır (T.C. KTB, 2022: 143).

Kültür endüstrilerinde çalışan iş kollarının tayin etmek, onların özelliklerini değerlendirmek ve bu sektörlerde çalışanların istatistik verilerini oluşturmak amacıyla bu sektörlerdeki uzmanlarla veriler toplanıp analiz edilmiş ve sonuç olarak “Kültür Endüstrileri İşgücü Raporu” hazırlanmıştır. Bakanlık tarafından Rapor’da belirlenen tespit ve öneriler değerlendirilip çalışmalar yapılacaktır (T.C. KTB, 2022: 144).

Görüldüğü gibi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yaratıcı ekonomiye yönelik yoğun faaliyetler sürdürülmektedir, özellikle pandemiden dolayı oluşan belirsizlik ve getirdiği olumsuzluklar ile baş edebilmek kolay iş değildir fakat buna rağmen olumlu sonuçlar elde edilebildiği görülmektedir.

3.7. Ticaret Bakanlığı Faaliyetlerinde Yaratıcı Endüstriler

Ticaret her ülkenin ekonomisinin büyük kısmını oluşturmaktadır, dolayısıyla hükümetler bu yönde plan ve stratejileri geliştirmeye, iç ve dış piyasada kendi çıkarlarını korumaya, ihracatı artırmaya, daha az dışarıya bağımlı olmak için ithalatı azaltmaya çalışmaktadırlar. Türkiye’de bu vazifeleri Ticaret Bakanlığı üstlenmektedir. Bakanlığın misyonu sürdürülebilir ekonomik gelişme ve refahın artırılması için girişimcilik ve ihracat yapanlara destekte bulunarak uluslararası ekonomide rekabet edebilme gücünü ve ticari iş birliğini artırmak, üretici ve tüketicinin çıkarlarını korumak ve onlara odaklı gümrük ve ticaret politikalarını geliştirmek. Yürüttüğü faaliyetlerde yenilikçi ve katılımcı yaklaşımla hareket etmektir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022: 15).

Bakanlığın yürüttüğü faaliyetlerde görev ve sorumluluklar (T.C. TB, 2022: 15-17):

- İç ve dış ticaret politikalarına yönelik işlemleri yürütmek, gelişmesine katkıda bulunmak,
- Dış ticaretin geliştirilmesi için tedbirleri almak ve kurumlara iş birliğinde bulunmak,
- Ekonominin gelişimi için uluslararası hizmet ticaretini geliştirmek ve desteklemek,
- Gümrük politikasının belirlenmesine iş birliğinde bulunmak, ülkenin faydasına, standartlara göre faaliyet göstermek,
- Depo, ambar, lojistik merkez, satış reyonları, mağazaların açılması ve işletilmesi işlemlerini yürütmek,
- Uluslararası kuruluşlarla çalışmaları yürütmek,
- Bakanlığın alanında olan tüketici ürünlerinin denetimi ve piyasa gözetimi yapmak ya da yaptırmak, tüketicilerin hakların korunması için işlemleri yürütmek,

- Ticaret oda, sanayi oda, ticaret borsaları, sanatkar ve esnaf gibi meslek kuruluşlarla iş birliği ve çalışmaları yürütmek,
- Esnaf, sanatkarlar ve kooperatifçilik ile ilgili her türlü geliştirme çalışmaları yürütmek,
- Bakanlığın sorumluluğunda olan alanlarda laboratuvarları kurmak ve çalışmaları düzenlemek,
- Türkiye'nin dünya ticaretinde payın artırmak için ihracat için piyasa ve ürünlerin çeşitliliğini artırmak için gerekli tedbirleri almak,
- Yapılan ithalat ekonominin yararına kazandırmak ve yerli sanayinin desteklenmesi için gerekli tedbirleri almak,
- Diğer ülkeler ve uluslararası sözleşmeleri çerçevesinde anlaşmalar yapmak, Bakanlığın yetki alanında olan konularda çalışmaları sürdürmek,
- Ülkenin kalkınması için yabancı sermayeyi doğru değerlendirmek ve yönlendirmek,
- Yürütülen çalışmaları kanunlara ya da Cumhurbaşkanlığı kararnameleri doğrultusunda gerçekleştirmek.

Bakanlığın yürüttüğü faaliyetler ele alındığında yaratıcı ekonomi açısından ağırlıklı olarak esnaf ve sanatkarlar alanında yoğun faaliyetler yürütüldüğü gözlenmektedir ve yürüttüğü faaliyetler On Birinci Kalkınma Planı'nda yer alan "sanatkar ve esnafın rekabet gücünü artırma" hedefi kapsamında gerçekleştirilmektedir. Bakanlığın bu yönde yürüttüğü çalışmaları değerlendirmek için 2021 Yılı Faaliyet Raporu kullanılmıştır.

Türkiye'de sanatkar ve esnafın sicil ve oda kayıtları tutmak, onlar ile ilgili işlemleri elektronik ortamda gerçekleştirilmesi için Esnaf ve Sanatkar Bilgi Sistemi (ESBİS) kullanılmaktadır. Kullanıcılardan gelen taleplere göre sistem güncellenmektedir. Sistemin daha hızlı ve güvenli veri paylaşımı için TUCBS ile entegrasyon işlemleri yapılmıştır ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile Tarım ve Orman Bakanlığı veri paylaşımı için protokol imzalanmıştır. Uygulamayı daha da geliştirerek esnaf ve sanatkarların yürüttüğü işleri kolaylaştırmak, muhasebe işlemleri ve bütçe analizlerini şeffaf tutmak, çalıştığı yerin konumunu daha kolay belirlemek, uygulama üzerinden esnaf ve sanatkarlara tüketiciler erişebilmeleri için faaliyetler yürütülmektedir (T.C. TB, 2022: 120).

Esnaf ve sanatkarların gelişmeleri için farklı maddi destekler sağlanmaktadır. Farklı kredi formatlarında 2000-2021 yılları arasında esnaf ve sanatkarlar için 194 milyar TL verilmiştir. 2021 yıl içerisinde esnaf ve sanatkarlara %50 ya da %100 faiz indirimli kredi fırsatı sunulmuştur ve 1 166 482 esnaf ve sanatkarlara 77 buçuk milyar TL kredi verilmiştir. COVID-19 salgının etkisinden dolayı esnaf ve sanatkarları desteklemek amacıyla kredi ödemeleri erteleme ve kooperatiflerin gecikmiş borçlarına yapılandırma imkanı verilmiştir. Gelir Kaybı Desteği ve Kira Desteği doğrultusunda tacirlere 3000 ve 5000 TL miktarında hibe yardımı sağlanmıştır (T.C. TB, 2022: 121-122).

Esnaflık ve sanatkar olmak isteyen ve bu yönde iş hayatına başlamayı planlayan girişimcilere önceden çalışmak istedikleri meslek hakkında çok yönlü bilgi edinebilmeleri, bu mesleği seçtiklerinde hangi süreçlerle karşılaşabilecekleri ve diğer bilgilerden yararlanıp doğru karar verebilmeleri için Meslek Kolları Bilgi Kılavuzu hazırlanmaktadır. Kültürel, geleneksel, sanatsal ve son zamanlarda yok olmaya başlayan meslekleri desteklemek amacıyla alışveriş merkezlerinde daha avantajlı koşullarda kira uygulanmaktadır. Buna ek olarak yok olmaya başlayan kültürel, sanatsal ve geleneksel meslekleri geniş kitleye tanıtılması için sistematik çalışmaların sonucunda Geleneksel Meslekler Ansiklopedisi hazırlanıp yayınlanmıştır (T.C. TB, 2022: 123-124).

Esnaflık ve sanatkar işletmelerin performansını ölçülmesi ve hangi faktörlerden etkilendiğini tespit etmek amacıyla Esnaflık ve Sanatkarlar Gelişmişlik Endeksi projesi başlatılmıştır ve hala devam etmektedir. ihracat yapan sanatkar ve esnafların sayısına dair veri olmadığından dolayı gerekli değerlendirmeler yapılamamaktadır (T.C. TB, 2022: 124).

On Birinci Kalkınma Planı'nda yer alan hedefin gerçekleştirilmesi %94 olmuştur (T.C. TB, 2022: 271). Görüldüğü gibi bu yönde Bakanlık yoğun faaliyet göstermektedir fakat diğer sektörlerde olduğu gibi beklenmeyen COVID-19 salgının ortaya girmesi hedeflere ulaşmasını zorlaştırmıştır. Esnaflık ve sanatkarlara dair bazı verilerin eksikliğinden dolayı objektif değerlendirmede zorluklar yaşanabilmektedir.

3.8. Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın Faaliyetlerinde Yaratıcı Endüstrilerin Yeri

Gençlik ülkenin geleceğini belirleyecek ana aktörlerin biridir, dolayısıyla tüm ülkeler gençlerine hem manevi hem maddi yatırım yapmaya çalışmaktadırlar. Yaratıcı ekonomide de gençlerin yeri büyük, yaratıcı düşüncelere ve farklı, geniş bakış açılara sahip gençler sıradışı çözüm veya yenilikleri ortaya koyabilme potansiyelindedir. Bu konuda da Türkiye yoğun çalışmalar sürdürdüğü gözlenmektedir. Devletin yürüttüğü faaliyetler dolaylı veya doğrudan gelecek nesiller ve onların potansiyellerin gerçekleştirilmesine yöneliktir. Türkiye'de doğrudan gençlerle temasta olup resmi şekilde yetkilendirilmiş kamu kurum Gençlik ve Spor Bakanlığı'dır.

Bakanlığın, 2021 Yıl Faaliyet Raporu'na göre, misyonu gençliği ve sporu günümüzün taleplerine göre ayak uydurtmak, ortaya çıkabilecek beklenmeyen durumlara hazırlıklı olmak, insanların değerlerine hassas, dünya kültürüne saygılı, yenilik getiren ve rekabete dayanıklı şekilde yetiştirmek; spor açısından ise Türkiye'yi uluslararası alanda başarılı ve nitelikli şekilde temsil edebilmelerini sağlamak (T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2022: 24).

Aynı Rapor'da Bakanlığın başlıca görevleri de belirtilmiştir ve onlar şu şekilde betimlenmiştir (T.C. GSB, 2022: 26-27):

- Tüm gençleri kapsayan, onların kişisel ve sosyal gelişimini, potansiyellerini gerçekleştirebileceği imkanları sağlayabilecek politika yürütmek, diğer kurumlarla iş birliğinde bulunmak,
- Gençlerin ihtiyaçları ve onlara sunulan hizmetler hakkında araştırma yapmak ve yönlendirmek,
- Gençlik ile alakalı çalışma ve projelerin temel ve esaslarını belirlemek, desteklemek, uygulamak ve sonuçları değerlendirmek,
- Spor faaliyetlerini, ilgili mevzuat çerçevesinde oluşturulmasına, yaygınlaştırılmasına, gereken malzeme ve ortamı sağlanmasına, kurum ve uluslararası organizasyonlarla iş birliğinde bulunmak, gençleri ve spor kulüpleri, sporcu ve çalıştırıcılarına destek sağlamak,
- Yurt işlemlerini sürdürmek, öğrencilere verilecek burs, kredi ve diğer yardımlara ilişkin temel ve esasları belirlemek,
- Bakanlığın hizmetleri için arsa ve arazi işlem ve faaliyetleri sürdürmek,
- Görevleri kanun ve Cumhurbaşkanlığı Karamameler çerçevesinde yerine getirmek.

Daha önce söylendiği gibi gençlik yaratıcı ekonomi için önem taşımaktadır, çünkü onlar gelecekte istihdam oluşturulacaktır, yeni gelişme yönleri belirleyecektir. Yaratıcı ekonomiye yönelik yapılan faaliyetleri değerlendirmek için Bakanlığın 2022 yılında yayımlanan 2021 Yılı Faaliyet Raporu kullanılmıştır.

Türkiye’de 2021 yılın verilerine göre 48 gençlik merkezi projesine 401 858 540 TL harcanmış ve toplamında 397 Gençlik Merkezi bulunmaktadır. Bu merkezler gençlerin serbest zamanların doğru değerlendirmeleri ve çok yönlü gelişmelerini amaçlamaktadır ve sunulan hizmetlerden ücretsiz şekilde yararlanabilmektedirler. Gençlik Merkezlerinde 2021 yılın verilerine göre üye sayısı 2 665 329 olmuştur. Gençlik Merkezleri Akademisi ve Kulüpleri gençler için yeni yetenek edinebilmeleri, var olan yetenekleri geliştirebilmeleri ve farklı faaliyetlere katılabilmeleri için farklı imkanları sağlamaktadır (T.C. GSB, 2022: 85-88).

Gençlik Merkezleri Akademisi’nde 2021 yılında 8 farklı atölyede 197 216 faaliyet düzenlenmişti ve 422 353 genç katılım sağlamıştı. Bu atölyelerin üçü yaratıcı endüstri tabanlı olduğu söylenebilir, şu atölyelerdir: İnovasyon Atölyesi, Güzel Sanatlar Atölyesi ve Değerler Atölyesi’dir. 2021 yılın verilerine göre İnovasyon Atölyesi’nde 17 239 faaliyete 47 151 genç, Güzel Sanatlar Atölyesi’nde 60 796 faaliyete 120 553 genç ve Değerler Atölyesi’nde 3 188 faaliyete 15 427 genç katılmıştır ((T.C. GSB, 2022: 91-97).

Rapora göre 2021 yılında Gençlik Merkezler Kulüpleri’nde 208 170 faaliyet düzenlenmişti ve katılım sayısı 2 546 184 oluşturmıştır. Bu Kulüpler’de beş ana kulüp yer almaktadır ve ikisi yaratıcı endüstrilerine yöneliktir ve şu kulüplerdir Güzel Sanatlar Kulübü ve Bilim ve Teknoloji Kulübü.

2021 yılında Güzel Sanatlar Kulübü'nde 20 553 faaliyet gerçekleştirilmiştir 43 448 genç katılmış ve Bilim ve Teknoloji Kulübü'nde ise 4 941 faaliyet düzenlenmiştir ve 79 186 genç katılım göstermiştir (T.C. GSB, 2022: 101-105).

COVID-19 salgınından dolayı birçok faaliyetler durdurulmak zorunda kalmıştır. Gençlerin boş zamanı ve elinde bulunan fırsatları doğru değerlendirebilmeleri için dijital ortamda uzaktan Online Atölye Programları gerçekleştirilmiştir. Bu programın kapsamında fotoğrafçılık, tiyatro, tarih, yazarlık ve karikatür gibi alanlarda uzmanlarca etkileşimli içerikler ve görsel materyaller hazırlanmıştı ve gençlerin hizmetine online ortamda sunulmuştur (T.C. GSB, 2022: 111).

Gençlerin gelişmeleri, özgüven ve hayatı olumlu şekilde etkileyebilecek alışkanlıkları kazanmaları, milli ve manevi değerlerin farkındalığın artırmak amacıyla Gençlik Kampları düzenlenmektedir. Gençlerin bu imkanlara buluşabilmeleri için 43 kamp tesisi bulunmaktadır. İşte bu kamplarda farklı eğitim, atölye, sportif ve sosyal faaliyetler düzenlenmektedir, sosyal faaliyetler arasında müzik, el sanatları, kitap okuma, tiyatro, halk oyunları gibi gençlerin yaratıcılığın geliştirebilme faaliyetler de yer almaktadır (T.C. GSB, 2022: 117, 122).

Eğitimler ve Sosyal Faaliyetler kapsamında Kod Adı 2023 projesi gerçekleştirilmektedir. Bu proje mobil uygulama ve web geliştirme, insansız hava aracı tasarım ve kullanım gibi elektronik eğitim verilmektedir. Yazılım, bilgi güvenliği, siber saldırı, sosyal medya yönetimi, dijital pazarlama, kodlama gibi konular üzerinde seminerler gerçekleştirilmektedirler (T.C. GSB, 2022: 143).

Yukarıda bahsedilen Eğitimler ve Sosyal Faaliyetler kapsamında çeşitli eğitim ve yarışma programları gerçekleştirilmektedir, yaratıcı endüstrilere yönelik olan şunlardır (T.C. GSB, 2022: 145, 150, 171):

- Mobil Oyun Geliştirme Eğitici Eğitimi,
- Gençler Arası Tiyatro Yarışması,
- Gençler Arası Ses Yarışması,
- 1 Usta 10 Çırak.

Bakanlığın yurtlarında barınan öğrencilerin zamanlarını daha verimli geçirmeleri, yeteneklerini ortaya koyabilmeleri, hem maneviyatı yüksek hem fiziksel yönden sağlıklı bireyleri yetiştirme adına çeşitli faaliyetler gerçekleştirilmektedir, özellikle 2021 yılında Türk İslam sanatları, el sanatları, müzik ve görsel sanatları kursları kapsamında 1 130 faaliyet gerçekleştirilmiştir ve 34 726 öğrenci katılım sağlamıştır (T.C. GSB, 2022: 255).

Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın gençlere yönelik yoğun politika yürüttüğü görülmektedir. Bu politikaların kapsamında gençlerin potansiyellerini çeşitli alanlarda gerçekleştirebilmeleri için fırsatlar oluşturulmuştur. Bu şekilde altyapısı oluşturulan gençler gelecekte yaratıcı ekonomiyi daha yüksek seviyelere ulaştırabileceklerdir.

3.9. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın Faaliyetlerinde Yaratıcı Endüstrilerin Yeri

Günümüzün hayatı ve ekonomisini sanaysiz ve teknolojisiz düşünmek imkansızdır çünkü hayatımızın tüm yönlerini sarmaktadır ve refah seviyesini artırmaktadır. Tüm ülkeler sanayi ve teknoloji sektörlerini geliştirmeye çabalamaktadırlar, strateji, program, plan gibi çalışmaları hayata geçirmeye çalışmaktadırlar. Sanayi ve teknolojinin gelişmişlik seviyesine göre ülkenin ekonomik durumu belirlenmektedir, dolayısıyla vatandaşların hayat kalitesi daha iyi ve devlet de uluslararası düzeyde söz sahibi olabilmektedir.

Türkiye'nin bu alanda yetkilendirilmiş ve bu yönde yürütülen faaliyetlere sorumlu olan kamu kurum Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'dır. Bakanlığın misyonu, 2021 Yıl Faaliyet Raporu'nda belirtildiği gibi, yüksek teknoloji temelli, yerli, sürdürülebilir, rekabete dayanıklı ve milli sanayi altyapı geliştirmektir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022: 8).

Aynı Rapor'da Bakanlığın görev ve yetkileri sıralanmıştır (T.C. STB, 2022: 8-11):

- Sanayiye yönelik, kalkınma planlarıyla uyumlu, yerli üretime odaklı, diğer kamu kurumlar ile iş birliğinde politika oluşturmak ve uygulamak,
- Standart ve kurallar çerçevesinde sanayi ürünleri için düzenlemeleri oluşturmak, uygulamak, denetlemek ve kayıt tutmak. Katma değeri yüksek olan ve kritik teknoloji ürünleri üretilmesi için temel ve esasları oluşturmak.
- Uzun ve havacılık sektörlerin geliştirmesi için gerekli imkanları sağlamak,
- Bilim, sanayi ve teknolojinin gelişimi için uluslararası ortamda iş birliğinde bulunmak,
- Dijital dönüşümün geliştirilmesi ilişkin proje ve programları gerçekleştirmek,
- Bilişim alanının rekabet potansiyelini artırmak için çok yönlü çalışmaları yürütmek,
- Endüstri bölgesi, teknoloji geliştirme bölgesi, organize sanayi bölgesi ve serbest bölgeleri için uygun yatırım alanları tayin etmesini, kuruluş, yapılış, işleyiş süreçleriyle çalışmaları sürdürmek,
- Doğrudan yatırım, yatırım teşviklerini ülkenin yararına, verimli kullanılması için gerekli çalışmaları yürütmek,
- Bölgesel gelişim için politikaları yürütmek,
- Cumhurbaşkanı tarafından tayin edilen gelişme hedefler kapsamında sanayi ve teknoloji alanlarında farklı düzeylerde analiz ve araştırma yapmak,

- Görevleri kanun ve Cumhurbaşkanlığı Karamameler çerçevesinde yerine getirmek.

Rapor'da belirtildiği gibi Bakanlığın üstlendiği görevler ülkenin ekonomik açıdan gelişmesi için önemli role sahip, dolayısıyla bu görevleri yerine getirmek için iyice hesaplanmış faaliyetleri yürütmek zorunda, faaliyetler de kabul edilen strateji ve kanunlara uyum sağlaması gerekmektedir. Bakanlığın yürüttüğü çalışmalarda arasında çeşitli, yaratıcı endüstrileri kapsayan faaliyetler de yer almaktadır. Yaratıcı endüstrilere yönelik yürütülen faaliyetleri değerlendirmek için Bakanlık tarafından yayımlanan 2021 Yıl Faaliyet Raporu'ndan yararlanmıştır.

Bakanlığın ve Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi tarafından desteklenip T3 Girişim Merkezi, GIRVAK ve Google ortak çalışmaları neticesinde Oyun ve Uygulama Akademisi programı uygulanmaya başlanmıştır. Bu program kapsamında gençlere teknoloji, girişimcilik, uygulama, oyun geliştirme gibi yetenekler kazandırılması planlanmaktadır. Programa 30 000 civarında başvuru yapılmıştır. 76 İlden 202 üniversiteden 2000 öğrenci seçilmiştir. 2021 yılın Aralık ayından itibaren eğitimleri başlamıştır. Seçilen öğrenciler online formatta 7 ay eğitim alacaklardır, eğitimin sonunda girişimciler ortamına kazandırılacaktır (T.C. STB, 2022: 114).

Hem sanayinin uluslararası alanda rekabet edebilmesi hem yabancı sermayenin ülkeye girişini sağlamak hem araştırmacılara iş imkanı tanımak amacıyla Teknoloji Geliştirme Bölgeleri oluşturulması planlanmıştır, bu bölgelerde teknoloji ile ilgili bilginin üretilmesi, bu bilgilerin ticarileşmesi, ürün ve üretim metotlarının geliştirilmesi ve kalitesini yükseltmek, verimliliğini artırılması ve üretim masraflarını azaltılması için yenilikleri geliştirme çalışmaları sürdürülmektedir. Bu bölgelerde yazılım, Ar-Ge ve tasarım faaliyetlerden gelen kazançlar 2028 yılın sonuna kadar Gelir ve Kurumlar Vergisi alınmayacaktır, buna ek olarak sistem, veri yönetimi, farklı amaçlarda geliştirilen uygulama yazılım hizmetlerinde KDV uygulanmayacaktır ve tasarım, Ar-Ge ve destek personelinin ücret vergileri alınmayacaktır (T.C. STB, 2022: 122).

Sanayi ve Teknoloji Stratejisi'ne göre 2023 yılına kadar 500 000 yazılımcı yetiştirme amaçlanmaktadır. Bu amaca ulaşabilmek için Açık Kaynak Platformu oluşturulup 42 yazılım okulu açılmıştı ve 2020 yılın verilerine göre eğitim görenlerin sayısı 158 000'e ulaşmıştır ve artmaya devam etmektedir (T.C. STB, 2022: 202).

Rapor'da Bakanlığın farklı alanlarda çeşitli faaliyetler yürüttüğü görülmektedir, bu faaliyetler dış aktörlerden bağımsız, yerli sanayi ve teknolojinin gelişimi, daha nitelikli insan sermayesi oluşturulması için yapılmaktadır. Görüldüğü gibi Bakanlığın yaratıcı endüstrilere yönelik yürütülen faaliyetlerin çoğu yazılım sektöründe olup yazılımcıların sayısını artırmayı, bu alanda çalışanlara kolaylık sağlamayı, eğitim seviyelerini yükseltmeyi amaçlamaktadır

SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüzde ülkeler çok farklı durumlarla karşı karşıya kalırken vatandaşlar devlet tarafından daha hızlı ve etkili tepki vermelerini beklemektedirler. Devletler hem sorunu bertaraf etmek hem halkın memnuiyetini kazanmak amacıyla kamu politikalarını üretmektedirler. Kamu politikası çok aktör tarafından etkilenen, karmaşık ve çok aşamalı bir süreçtir. Kamu politikalar sadece sorunların çözmesiyle sınırlı kalmayıp ülkenin farklı yönlerden kalkınması için faaliyetleri yürütürler. Özellikle COVID-19 salgını sürecinde devletlere olan baskı sayesinde kamu politikalara olan önem daha da artmıştır.

Son onbeş yılda uluslararası platformda gündemde “yaratıcı ekonomi” kavramı bulunmaktadır ve gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından bu model ekonomi ile ilgili çok yoğun çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Yaratıcı ekonominin çekirdeği olarak bireysel yaratıcılık, yetenek ve beceriler sayılmaktadır, fikri mülkiyet kullanımı sayesinde onların somutlaşması ve ekonomi başta olmak üzere farklı sektörlere refah, istihdam, yenilik getireceği belirlenmektedir.

Çalışmada görüldüğü gibi farklı ülke ve kurumlar tarafından “yaratıcı ekonomi” kavramı yerine yaratıcı endüstrileri, kültür endüstrileri ya da ikisinin karışımı da kullanılmaktadır, bu ülkelerin kendilerine özgü kültürel değerler ve amaçlarından kaynaklıdır. Verilen tanımlar ve sınıflandırma sistemlerinde de değişiklikler görülmektedir. Genel olarak bakıldığında aynı anlamları taşımaktadır ve yazılım, sanat, el sanatları, görsel sanatlar, antika, mimari, reklamcılık, müzik, film, video oyunları, moda, tasarım, oyuncak, müze, kütüphane, yayıncılık gibi sektörlerden oluşmaktadır.

Yaratıcı ekonomi kavramı Türkiye için nispeten yeni olduğundan dolayı yapılan akademik çalışmalar ele alındığında yerli kaynakların çoğunda yabancı literatürden faydalandığı ve bu çalışmaların büyük kısmı ekonomik açıdan değerlendirmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu çalışmada hem ekonomik hem kamu politikaların değerlendirilmeleri içermektedir, ayrıca COVID-19 pandemi sürecinde yaratıcı ekonominin ne kadar etkilendiği incelenmiştir.

Genel olarak uluslararası seviyede mevcut durumu ekonomik açıdan değerlendirmek amacıyla OECD’nin güncel verileri faydalanmıştır. Yaratıcı endüstrilerin katma değeri toplam ekonomideki payı açısından Avrupa ülkeleri önde olduğu tespit edilmiştir, Türkiye ise bu sıralamada % 4,9 göstergesiyle ortada yer almaktadır. OECD ülkelerin çoğunda bilgisayar programlama ve yönetim danışmanlığı ilgili faaliyetlerin diğer yaratıcı endüstrilerden önde geldiği görülmüştür, Türkiye’nin göstergeleri de 8 177,4 milyon dolar değeriyle bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler sektöründe daha gelişmişlik göstermektedir.

Türkiye'nin ekonomisinde yaratıcı ekonominin yerini tespit etmek için ciro, çalışan sayısı, üretim değeri, girişim sayısı ve katma değer gibi göstergeler üzerinden değerlendirilmiştir. Özellikle pandemi ve pandemi önceki sene dikkate alınmıştır. Salgının getirdiği olumsuz etkilere rağmen yaratıcı ekonomi büyüme gösterdiği gözlenmiştir. Tabii yaratıcı ekonomi ekonominin imalat, inşaat, bilgi ve iletişim sektörlerine göre daha az paya sahiptir fakat yaratıcı endüstrilerin katma değeri üretim payından daha yüksek olduğunu göz önünde bulundurmamız gerekir.

Yaratıcı ekonominin 2020 yılın toplam cirosu 155 261 621 775 TL olmuştur. Bu açıdan bilgisayar programcılığı % 25 ve reklam ajansları %15 payıyla ilk sıralarda yer almaktadır. Aynı yılda katma değeri 42 659 162 540 TL olan yaratıcı endüstriler arasında bilgisayar programcılık ve danışmanlık sektörleri lider pozisyonundadırlar. Yaratıcı ekonomide toplamında 346 781 insan çalışmaktadır, en çok istihdama bilgisayar programlama (82 203) ve reklam ajansları (59 212) sektöre sahiptir. Emek verimliliği açısından bilgisayar oyunlarının yayınlanması (744 463 TL), sinema filmi, video ve televizyon programların dağıtımı (499 411 TL), diğer yazılım programlarının yayımlanması (268 923 TL) ve bilgisayar programlama (231 773 TL) endüstrileri önde gelmektedir.

2021 yılında ihracatta yaratıcı ürünlerin payı % 8,22 (18 526, 685 bin dolar) ve ithalatta % 5 (13 617, 061 bin dolar) olmuştur. 2021 yılında hem ihracatta hem ithalatta yaratıcı ürünlerin arasında iç mekan ürünleri büyük paya sahiptir, ihracatta % 17,1 ve ithalatta %25. İkinci sırada ihracatta müzik enstrümanları (% 12,2) ve ithalatta ise iplik ürünleri (% 12,4) yer almaktadır. Üçüncü sırada ithalatta oyuncaklar (% 9,2), yine ithalatta ise diğer el sanatları (% 8,3) yerleşmiştir. Yaratıcı ürünlerin ihracat ve ithalatı karşılaştırıldığında Türkiye'nin ihracatı ithalattan % 26,5 oranla üstünlük sağlamaktadır. İhracatın pandemiden önceki ve sonraki hali karşılaştırıldığında pandemide düşüş yaşansa da 2021 yılında artış göstermiştir. İthalat açısından düşüş görülmektedir. Genel olarak ele alındığında ihracat ithalatın üzerinde olması ve pandemiden sonraki artış pozitif gösterge olarak sayılabilir.

Yaratıcı ekonomiye yönelik yürütülen kamu politikaları değerlendirmek için On Birinci Kalkınma Planı başta olmak üzere, programlar, bakanlıkların faaliyet raporları incelenmiştir. Yürütülen faaliyetler yaratıcı ekonomi endüstrilerine doğrudan ve dolaylı etkileyebilecek niteliktedir ve bu model ekonomiye hem ekonomik hem kültürel önem verilmektedir.

On Birinci Kalkınma Planı, 2022 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı ve Yeni Ekonomi Programı'nda ülkenin uzun ve kısa vadede gerçekleştirilmesi gereken amaç, hedefler ve sorumlu kurumlar belirlenmiştir. Bu plan ve programlarda yaratıcı ekonomi kavramı geçmemektedir. Yaratıcı kültür endüstrileri ya da kültür endüstrileri olarak kullanılmaktadır. Genel olarak bu plan ve programlarda yaratıcı ekonomiye yönelik şu faaliyetlerin yapılması planlanmaktadır: blokzincir bazlı dijital para oluşturmak, katma değeri yüksek üretim ve yayıncılık için yatırım teşviği, 5G istasyon geliştirme, tasarım ve markalaşma geliştirme, esnaf ve sanatkarlara destek, gençlere ve telif haklarına yönelik politikalar, turizm sektörü için yeni piyasa imkanlarını sağlamak vs.

Yaratıcı ekonomiye yönelik Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın rolü büyüktür, yayınlanan rapora göre çok yoğun faaliyetler gözlenmektedir. Yeni kütüphane ve müzelerin açılmasını, var olanların tadilatını yapmaktadır. Yaratıcı endüstriler telif haklarına dayalı olduğundan dolayı geniş kitlenin bilişlendirilmesi, denetim operasyonları, koruma işlemleri gerçekleştirmektedir. Girişimcilik ve yaratıcılığı desteklemek amacıyla ‐Gelecek Gençlerin‑ programı başlatılmıştır. Kültür ve sanat alanlarını analiz ve destek amacıyla ‐Yaratıcı Kültür Endüstrileri Kuluçka Merkezleri‑ ve ‐Kültür Endüstrileri İşgücü Raporu‑ yayınlanmıştır.

Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen faaliyetlerde büyük önem esnaf ve sanatkarlara verilmiştir, onların işlerin kolaylaştırmak adına Esnaf ve Sanatkâr Bilgi Sistemi (ESB S) geliştirilmiştir, özellikle pandemiden etkilenenlere maddi destek sağlanmıştır. Esnaf ve sanatkarların yaratıcı ekonomide yerin tespit etmek amacıyla işlemler yürütülmektedir.

Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından gençlerin potansiyelini gerçekleştirmek için yoğun çalışmaları sürdürmektedir. Gençlik Merkezleri ve Gençlik Kampları'nda gençlerin yaratıcılık becerilerini geliştirmek için çeşitli atölye ve kurslar düzenlenmektedir. Pandemi döneminde de gençlerin zamanlarını verimli değerlendirebilmeleri için çevrim içi etkinlikler düzenlenmiştir.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın faaliyet raporlarına göre Bakanlık yazılım sektörüne daha çok faaliyet gösterdiği görülmektedir. 2023 yılına kadar 500 000 yazılımcı geliştirme planlanmıştır, 2020 yılın verilerine göre 158 000'e ulaşmıştır. Gençlere teknoloji, girişimcilik, uygulama, oyun geliştirme gibi yetenekler kazandırılması için Oyun ve Uygulama Akademisi programı uygulanmaya başlamıştır. Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'nde çalışanlara ve gelirlerine vergi muafiyeti uygulanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı yaratıcı ekonominin Türkiye için taşıdığı önemi ortaya koymaktır. Çalışmada belirtildiği gibi yaratıcı endüstriler diğer ekonomik sekt rkerlere göre daha k  k olmasına rağmen katma değer ve sahip olduğu özellikler açısından büyük önem taşımaktadır. Türk Hükümeti tarafından bu konu yeni yeni ele alınmaya başlanmış ve bazı endüstrilere yönelik çalışmalar ise halen sürdürülmektedir.

Yaratıcı ekonominin çalışmada bahsedilen sektörlerinin  er evesi daha kapsayıcıdır, Türkiye'ye özgü kültürel değerler ve sosyal medya, blokzincir gibi teknolojik gelişmeler sayesinde bu sektörler daha da genişletilebilir, bunun için daha derin saha araştırmaları yapılması ve daha kapsayıcı kamu politikaların oluşturulması gerekir, bunları yaparken trendlerin hızlı değerien doğası dikkate alınması önemlidir. Yaratıcı ekonominin potansiyelini ger ekleştirince hem ekonomik büyüme hem kültürel zenginliklerin korunması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Abbasi, Munir vd. (2017), “Technology roadmap for the Creative Industries”, **Creative Industries Journal**, 10, 1-19.
- Akcagündüz, Emre (2010), “Kamu Tercihi Teorisi ve Türkiye Üzerine Olan Etkisi Üzerine Bir İnceleme”, **Ekonomi Bilimleri Dergisi**, 2 (2), 29-35.
- Angelova, Miglena (2019), “Application of Blockchain Technology in the Cultural and Creative Industries”, https://www.researchgate.net/publication/342582582_Application_of_Blockchain_Technology_in_the_Cultural_and_Creative_Industries (25.01.2022).
- Artun, Nevzat (2019), **Türkiye’de Kamu Politikası Aracı Olarak Ulaşım Hizmetlerinin Değerlendirilmesi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, T.C. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aslan, Seyfettin (Ed.) (2016), **Türk Siyasal Hayatında Ak Parti Dönemi**, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Babahanoğlu, Veysel (2016), **Kamu Politikası Yaklaşımı Çerçevesinde Türkiye’nin Uyuşturucu İle Mücadele Politikalarında Toplumsal Algı**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Necmettin Erbakan Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bakhshi, Hasan (Ed.) (2015), **Public Policy For The Creative Industries**, Oxford University Press, United Kingdom.
- Baki, Adnan ve Gökçek, Tuğba (2012), Karma Yöntem Araştırmalarına Genel Bir Bakış, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 11 (42), 1-21.
- Balcı, Asım (Ed.) (2013), **Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar**, 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Beşkardeşler, Mert (2021), **Türkiye’nin E-Devlet Politikasının Kamu Politikası Açısından Analizi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Boix-Domènech, Rafael ve Rausell-Köster, Pau (2018), “The Economic Impact of the Creative Industry in the European Union”, **Virginia Santamarina-Campos and Marival Segarra-Oña, Drones and the Creative Industry**, içinde (19-36), Springer International Publishing AG, Spain.

- Büker, Natan (2017), “Sinema – televizyonda mesleki yeterlilik ve ekonomik kalkınmaya katkısı: sayısal verilerle Avrupa ülkeleri ve Türkiye karşılaştırması”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, 10 (1), 433-453
- Çalı, Hasan Hüseyin (2012), “Aile İçi Şiddet: Bir Kamu Politikası Analizi”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 16 (2), 1-25.
- Centre of Excellence in Creative Industries and Innovation and Queensland University of Technology (2012), “The CCI Creative City Index 2012”, **Cultural Sciesnce Journal**, 5(4), Brisbane.
- Çetin, Fatma Gökçen (2021), “Türkiye’de Kamu Politikası Oluşturma Sürecinde Gündem Belirleme: Sağlıkta Dönüşüm Programına Yönelik Bir İnceleme”, **Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi**, 11(2), 667-682.
- Çevik, Hasan Hüseyin (2004), Türkiye de Kamu Yönetimi Başarısızlığına Teorik Bir Yaklaşım, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 59 (03), 43-78,
- Çevik, Hasan Hüseyin (2013), “Kamu Politikası”, Süleyman Sözen (Ed.), **Kamu Yönetimi**, 1. Baskı İçinde (128-147), T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, No: 2979, Eskişehir.
- Çiner, Can Umut (2020), “Kamu Politikaları: Perspektifler, Temalar ve Tezler”, Can Umut Çiner (Ed.), **Türkiye’de Kamu Politikaları: Güncel Konular Ve Eğilimler**, içinde (1-35), Ankara Üniversitesi Yayınları No: 685, Ankara.
- CNN Turk (2021), “Türkiye’de her gün 1 kişi 8 saatini internette geçiriyor!”, <https://www.cnnturk.com/teknoloji/turkiyede-her-gun-1-kisi-8-saatini-internette-geciriyor-iste-en-cok-kullanilan-uygulamalar?page=1> (12.02.2022).
- Çökük, Barış (2019), **Kamu Politikaları Oluşturma Sürecinin Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT) Üzerinden Değerlendirilmesi**, Yayınlanmış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Comunian, Roberta vd. (2015), “Digital technology and creative arts career patterns in the UK creative economy”, **Journal of Education and Work**, 28 (4), 346-368.
- Cornell University vd. (2020), **The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation?**, Ithaca, Fontainebleau and Geneva.
- Coşkun, Burhanettin ve Yolcu, Tuğba (2015), “Devlet Dışı Aktörlerin Türkiye’de Kamu Politikası Sürecine Etkisi Üzerine Bir İnceleme: Küresel ve Ulusal Medya ve Finans Kurumları Örneği”, Hakan Özdemir (Hz.), **Küresel Siyasette Yeni Yönelimler Bildiriler Kitabı**, İnönü Üniversitesi, Malatya, 178-197.
- Creative Economy Agency (2020), **CEA Outlook**, Sunta Press Co., Ltd., Bangkok.

- Creswell, John W ve Plano Clark, Vicky L (2006), **Designing and Conducting Mixed Methods Research**, SAGE, USA.
- Deloitte LLP (2021), “The Future of the Creative Economy”, <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/the-future-of-the-creative-economy.html> (13.11.2021).
- Department for Culture, Media & Sport (2013), “Classifying and Measuring the Creative Industries”, https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/203296/Classifying_and_Measuring_the_Creative_Industries_Consultation_Paper_April_2013-final.pdf (12.03.2022).
- Dinsever Önde, Iğın (2017), **Kültür Ekonomisi Ve Yaratıcı Endüstriler: Türkiye İçin Kültür Bütçesi Modeli Önerisi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Ankara Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Drab-Kurowska, Anna (2018), “State Intervention In The Context Of Creative Industries”, **Management**, 22 (1), 74-84.
- Dye, Thomas R. (2013), **Models of Politics Some Help in Thinking About Public Policy**, Pearson Education, Inc. United States.
- Ekinci Hamamcı, Emine Demet (2020), “Türkiye’de Yaratıcı Ekonominin Uluslararası Rekabet Gücü”, **Turkish Studies**, 15(8), 3979-4007.
- Engeli, Isabelle (Ed.) (2014), “Conceptualizing Public Policy”, **Comparative Policy Studies**, Palgrave Macmillan, New York.
- Erat, Veysel (2014), “Türkiye’de Kamu Politikası Alan Yazını Üzerine Bir İnceleme”, **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi**, 10, 92-117.
- Erkayhan, Şafak (2015), “Yaratıcı Endüstriler Ve Dijital Gelecek Stratejileri”, **E-Journal of Intermedia**, 2 (2), 411 – 423.
- Esen, Bike (2016), **Yaratıcı Ekonomi Odağında Yaratıcı Şehirler: Türkiye Örneği**, Yayınlanmış Doktora Tezi, T.C. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Esen, Ülkuhan Bike and Atay, Özlem (2017), “The New Face of Economy: Creative Economy”, **Sosyoekonomi**, 25 (33), 59-80.
- Foord, Jo (2008), “Strategies For Creative Industries: An International Review”, **Creative Industries Journal**, 1 (2), 91-113.
- Göçöğlu, Volkan (2014), **Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Guilherme, Luciana (2017), “Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted”, **Brazilian Journal of Science and Technology**, 4, 1-17
- Hansoy, Pinar (2012), **Bir Yaratıcı Sektör Olarak Babıalı Basın Yayın Kümesinin Desantralizasyonu ve Sonuçları**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi - Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Harold Jarcho (2013), “How to work in the creative economy”, <https://jarcho.com/2013/11/how-to-work-in-the-creative-economy/> (23.11.2021).
- Hartley, John vd (2012), **Key Concepts in Creative Industries**, SAGE Publications Ltd, Australia.
- Heywood, Andrew (2017), **Siyaset Teorisine Giriş**, (Çev. Hızır Murat Köse), 8. Baskı, KÜRE Yayınları, İstanbul.
- Home Affairs Bureau (2005), “A Study On Creativity Index”, https://www.hab.gov.hk/file_manager/en/documents/policy_responsibilities/arts_culture_recreation_and_sport/HKCI-InteriReport-printed.pdf (11.01.2022).
- Hospers, Gert-Jan (2003), “Creative Cities in Europe: Urban Competitiveness in the Knowledge Economy”, **Intereconomics**, 38, 260-269.
- Howkins, John (2007), **The Creative Economy: How People Make Money From Ideas**, Penguin Books, England.
- Howlett, Michael (Ed.) (2005), **Designing Government: From Instruments to Governance**, McGill-Queen’s University Press, Canada.
- Howlett, Michael and Ramesh, M. (2003), **Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems**, Oxford University Press, Canada.
- Hughes, Owen E. (2013), **Kamu İşletmeçiliği ve Yönetimi**, (Çev. Buğra Kalkan, Bahadır Akın, Şeyma Akın), BigBang Yayınları: 9, Ankara.
- ITC Trade Map (2022), “Trade statistics for international business development” https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx (07.04.2022).
- Karakuş, Memet (2001), Eğitim ve Yaratıcılık, **Eğitim ve Bilim**, 26 (11), 3-7.
- Karaman, Mustafa ve Emre Akcagündüz (2022), “Baskı ve Çıkar Gruplarının Kamu Politikalarının Oluşumuna Etkisi Üzerine bir İnceleme”, Gökhan Ak (Ed.), **Merkezden Yerele Siyaset ve Yönetime Multi-Disipliner Bakış**, içinde (117-142), Ekin Yayınevi, Ankara.
- Khlystova, Olena (2021), “The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda”, **Journal of Business Research**, 139, 1192-1210.

- Kim, Taeyoung (2017), “Creative Economy of the Developmental State: A Case Study of South Korea's Creative Economy Initiatives”, **The Journal of Arts Management, Law, and Society**, 47(5), 322-332.
- Koçgündüz, L. Melike (2011), "Ortadoğu'daki Ayaklanmalarda Bir Katalizör Olarak Al Jazeera ve Mısır Örneği", **Ortadoğu Analiz Dergisi**, 3 (29), 83-92.
- Kulaç, Onur ve Çalhan, Hüseyin Serhan (2013), “Bir Kamu Politikası Süreci Analizi: Milli Eğitim Bakanlığı Ve Yükseköğretim Kurulu Yurtdışı Lisansüstü Bursları”, **Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 10, 205-225.
- Kulaç, Onur ve Çalhan, Hüseyin Serhan (2013), “Bir Kamu Politikası Süreci Analizi: Milli Eğitim Bakanlığı ve Yükseköğretim Kurulu Yurtdışı Lisansüstü Bursları”, **Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 10, 205-225.
- L.Campbell, John (2002), “Ideas, Politics and Public Policy”, **Annual Review of Sociology**, 28, 21-38.
- Landry, Charles (2000), **The Creative City: A Toolkit For Urban Innovators**, Earthscan Publications Ltd., London.
- Levickaitė, Rasa (2011), “Four Approaches to the Creative Economy: General Overview”, **Business, Management and Education**, 9(1), 81–92.
- Martin Prosperity Institute (2015), “The Global Creativity Index 2015”, Toronto, <http://martinprosperity.org/> (02.11.2021).
- Ministry of Culture 文化部 (2019), “Development of the Cultural and Creative Industries Act”, <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?media=print&pcode=H0170075> (11.12.2021).
- Nacak, Osman (2015), **Yeni Kamu Yönetimi ve Türkiye’de Kamu Politikalarının Oluşturulması: Aktör Temelli Bir Analiz**, Yayınlanmış Doktora Tezi, T.C. Sakarya Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Nohutçu, Ahmet (2007), **Kamu Yönetimi**, Savaş Yayınevi, Ankara.
- Northern Territory Government (2019), “Creative Industries Strategy NT 2020–2024”, <https://tfhc.nt.gov.au/arts-and-culture/creative-industries-strategy-2020-2024#:~:text=Co%2Ddeveloped%20by%20the%20Chamber,economic%20benefits%2C%20including%20local%20jobs> (02.12.2021).
- O’Dair, Marcus (2019), **Distributed Creativity How Blockchain Technology will Transform the Creative Economy**, Palgrave Macmillan, London.
- OECD.Stat (2022), “Industry and Services: Structural Analysis (STAN) Databases”, <https://stats.oecd.org/#> (29.03.2022).

- Office of The Deputy Mayor For Planning And Economic Development (2014), “Creative Economy Strategy For The District Of Columbia”, Washington, https://dmped.dc.gov/sites/default/files/dc/sites/dmped/publication/attachments/Creative%20Economy%20Strategy%20of%20the%20District%20of%20Columbia%20Full%20Report_0626.pdf (20.12.2021).
- Onur, Dilara ve Zorlu, Tulay (2017), “Tasarım Stüdyolarında Uygulanan Eğitim Metotları Ve Yaratıcılık İlişkisi”, **Turkish Online Journal of Design Art and Communication**, 7 (4), 542-555.
- Özdemir, Nebi (2009), “Kültür Ekonomisi Ve Endüstrileri İle Kültürel Miras Yönetimi İlişkisi”, **Millî Folklor**, 21 (84), 73-86.
- Öztekin, Ali (2001), **Siyaset Bilimine Giriş**, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Öztürk, Nazım (2002), “IMF'nin Değişen Rolü ve Gelişmekte Olan Ülke Ekonomilerine Etkileri”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 57 (4), 95-125.
- Özyaprak, Melodi (2016), “Yaratıcı Düşünme Eğitimi: SCAMPER Örneği”, **Journal of Gifted Education and Creativity**, 3 (1), 67-81.
- Ping, Han vd. (2010), “The Analysis on the Role of the Government in the Creative Industries Cluster Development Based on the Industrial Cluster Mechanism of the Outside Source”, <https://www.infona.pl/resource/bwmeta1.element.ieee-art-000005461252?locale=en> (15.04.2022).
- Rennie, Ellie vd. (2019), **Blockchain and the Creative Industries: Provocation Paper**, RMIT Blockchain Innovation Hub, RMIT University, Melbourne.
- Roskin, Michael G. (2015), **Siyaset Bilimi**, (Çev. Atilla Yayla), 2. Baskı, Adres Yayınları, Ankara.
- Runde, Daniel F. and Metzger, Christopher (2019), “Lessons for Building Creative Economies, CSIS Project on Prosperity and Development”, https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/publication/Runde_StrengtheningCreativeEconomies_v4_WEB.pdf, (05.11.2021).
- Savelyev, Alexander (2018), “Copyright In The Blockchain Era: Promises And Challenges”, **Computer Law & Security Review**, 34, 550–561.
- Seki, İsmail (2019), “Yaratıcı Ekonomi Yaklaşımı Çerçevesinde Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Sermaye Seviyesinin Belirlenmesine Yönelik Bir Analiz”, **Ekonomi Bilimleri Dergisi**, 11 (1), 51-63.
- Sevük, Mehmet Yaşar ve Akın, Pınar (2019), “Kamu Politikalarını Etkileyen Resmî, Sıvıl Ve Uluslararası Aktörler”, **Hukuk Fakültesi Dergisi**, 5 (2), (167-183).

- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2019), “2019-2023 On Birinci Kalkınma Planı”, <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf> (25.03.2022).
- _____ (2020), “Yeni Ekonomi Programı 2021-2023”, https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/08/YeniEkonomiProgrami_OVP_2021-2023.pdf (01.04.2022).
- _____ (2021), “2022 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı”, <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/10/2022-Yili-Cumhurbaskanligi-Yillik-Programi-26102021.pdf> (22.03.2022).
- T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı (2022), “2021 Yılı Faaliyet Raporu”, <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/s/1835/Genclik+ve+Spor+Bakanligi+2019-2023> (23.03.2022).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021), “Yaratıcı Kültür Endüstrileri Kuluçka Merkezleri”, <https://www.telifhaklari.gov.tr/resources/uploads/2021/06/09/YARATICI-KULTUR-ENDUSTRILERI-KULUCKA-MERKEZLERI-RAPORU-2021.pdf> (12.03.2022).
- _____ (2022), “2021 Yılı İdare Faaliyet Raporu”, <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/s/1876/Kultur+ve+Turizm+Bakanligi+2019-2023> (12.04.2022).
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2021), Türkiye’de Yaratıcı Endüstrilerin İBBS-2 Bölgesi Düzeyinde Analizi: İzmir’e Bir Bakış, <https://izka.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Yaratıcı-Endustriler-Raporu.pdf> (12.01.2022).
- _____ (2022), “2021 Yılı Faaliyet Raporu”, <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/s/2637/Sanayi+ve+Teknoloji+Bakanligi+2020-2024> (08.03.2022).
- T.C. Ticaret Bakanlığı (2022), “2021 Yılı Faaliyet Raporu”, <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/s/1785/Ticaret+Bakanligi+2019-2023> (01.03.2022).
- Takahashi, Ryo (2017), “How Can Creative Industries Benefit From Blockchain?”, <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/how-can-creative-industries-benefit-from-blockchain> (23.12.2021).
- Taşpınar, Yasin (2021), “Kamu Politikası Ve Kamu Yönetimi Karşılaştırmalarında Yöntem Üzerine Bir İnceleme”, Gül Tuba Dağcı (Ed.), **21. Yüzyılda Sosyal Bilimler: Kültür, Siyaset ve Ekonomi**, içinde 115-140, Literatürk, İstanbul.
- Terry, Flew (2002), “Beyond ad hocery: Defining the creative industries. Proceedings Cultural Sites, Cultural Theory, Cultural Policy”, Michael Volkerling (Ed.), **Second International Conference of Cultural Policy Research**, Wellington, New Zealand, 181–191.
- The Asian Development Bank (2014), **Creative Productivity Index**, The Economist Intelligence Unit Ltd, London.

- The Creative Nova Scotia Leadership Council (2012), “Creative Economy Literature Review”, <https://creative.novascotia.ca/sites/default/files/files/CreativeEconomyLiteratureReview.pdf> (20.12.2021).
- Towse, Ruth (2010), “Creativity, Copyright and the Creative Industries Paradigm”, **KYKLOS**, 63 (3), 461–478.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2021), “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması”, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2021-37437) (23.03.2022).
- _____ (2021b), “Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri (NACE Rev.2)”, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Ticaret-ve-Hizmet-115> (01.04.2022).
- Ulkuhan, Esen ve Özkanlı, Özlem Atay (2020), “Türkiye’nin Yaratıcı Şehirleri”, **Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi**, 92, 29-54.
- United Nations Conference on Trade and Development (2008), Creative Economy Report 2008, New York, https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf (01.12.2021).
- _____ (2017), “Creative Economy Outlook”, https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf (23.11.2021).
- _____ (2021), “Creative goods groups (HS 2007)”, https://unctad-stat.unctad.org/en/Classifications/DimHS2007Products_Creatives_Hierarchy.pdf (04.04.2022).
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2021), “Cultural and Creative Industries In The Face Of COVID-19: An Economic Impact Outlook”, <https://en.unesco.org/creativity/publications/cultural-creative-industries-face-covid-19> (22.02.2022).
- United Nations Industrial Development Organization (2014), “The creative ecosystem: Facilitating the development of creative industries”, <https://open.unido.org/api/documents/4627178/download/The%20creative%20ecosystem%20-%20Facilitating%20the%20development%20of%20creative%20industries> (11.11.2021).
- United Nations: General Assembly (2019), “International Year of Creative Economy for Sustainable Development 2021”¹, <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme/2021-year-of-the-creative-economy> (12.11.2021).
- V. Radermecker, Anne-Sophie (2021), “Art and culture in the COVID-19 era: for a consumer-oriented approach”, **SN Bus Econ**, 1(4), 1-14.

Vargas, María Helena Franco and Restrepo, Daniela Roldán (2019), “The instruments of public policy. A transdisciplinary look”, **Cuadernos de Administración Journal of Management**, 35 (63), 101-113.

Viswanathan, Bhamati (2020), **Cultivating Copyright: How Creators and Creative Industries Can Harness Intellectual Property to Survive the Digital Age**, 1st Ed., Routledge, New York

World Intellectual Property Organization (2017), **How to Make a Living in the Creative Industries**, Switzerland, https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_cr_20171.pdf (12.12.2021).

Yıldız, Mete vd. (2011), “Teaching public policy to undergraduate students: Issues, experiences, and lessons in Turkey”, **Journal of Public Affairs Education**, 17(3), 343–365.

Yıldız, Mete (2011), “SBKY-MY-KS Kamu Politikası”, <https://acikders.tuba.gov.tr/course/view.php?id=66> (22.11.2021).

ÖZGEÇMİŞ

Medetkan MIRBEK UULU, 2015 yılında Karakol Şehrinin Yabancı Diller Okulunu; 2019 yılında da Kırgız Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı'na Bağlı Devlet Yönetim Akademisi – Devlet ve Belediye Yönetimi Bölümünü bitirdi. 2019 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalında yüksek lisans programına başladı.

MIRBEK UULU, bekar olup, Kırgızca, Türkçe, Rusça ve İngilizce bilmektedir.

