



YARATICI ENDÜSTRİLERİN KENTSEL POLİTİKALARDAKİ YERİ¹

Creative Industries In Urban Policies

Arş.Gör.Dr. Ahmetcan ALPAN

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, İstanbul/Türkiye

ORCID ID: 0000-0003-1455-2060



ÖZET

Yaratıcı endüstriler ve kültürel endüstriler günümüzde birçok kentin gündeminde önemli bir yere sahiptir. Yaratıcı endüstriler ve kültürel endüstrilerin kapsamına giren sektörler çeşitli yaklaşımlara göre farklılık göstermektedir. Makale kapsamında önce farklı yaklaşımlara göre yaratıcı endüstrilerin kapsamları incelenmiş, hangi sektörlerin farklı yaklaşımların çoğunda genel olarak kabul gördüğü tespit edilmiştir. Ardından yaratıcı endüstriler ve kültürel endüstrilerin desteklenmesi ve geliştirilmesine yönelik kültür politikaları ve kentsel politikalarda ne şekillerde yer aldıkları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı endüstriler, kentsel politikalar, kültürel endüstriler

ABSTRACT

Creative industries and cultural industries have an important place in the agenda of many cities today. In several different approaches, sectors accepted as a part of creative industries and cultural industries vary. This article, firstly tries to determine which sectors are accepted as a part of creative industries. Secondly, the ways that are used to support and develop creative and cultural industries were examined in the cultural and urban policies.

Key words: Creative industries, urban policies, cultural industries

1. GİRİŞ

Yaratıcı endüstriler ve kültürel endüstrileri tanımlarken benimsenen yaklaşımlar, üretim ve dağıtımda kullanılan yöntemlere göre sınıflandırılır. Üretim süreçlerinde yaratıcılığın ne kadar önem taşıdığı, ürünlerin kültürel ürünler olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği, tüketici ile hangi şekillerde bulunduğu gibi değişkenler üzerinden çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiştir. Yaratıcı endüstriler ve kültürel endüstrilerin kapsamları çeşitli şekillerde tanımlanmış ve bu iki terim arasındaki ayrışmalar ele alınmıştır. Bazı yaklaşımlarda daha önemli olarak görülen sektörler, başka yaklaşımlarda kapsam dışında değerlendirilebilirler.

Yaratıcı ve kültürel endüstrilerin detaylı bir şekilde tanımlanması, bu sektörler üzerine politikaların geliştirilmesini destekler niteliktedir. Kültür politikaları ülke düzeyinde 20. Yüzyıl'ın başlarından bu yana varlığını sürdürmekle beraber yaratıcı ve kültürel endüstriler üzerine geliştirilen politikalar, 1980'lerden itibaren öncelikle gelişmiş ülkelerdeki kentlerin gündeminde önemli bir yere sahip olmaya başlamıştır. Yaratıcı endüstrilerin kentsel politikalarındaki yeri de dünyada yaşanan konjonktürel değişimlere paralel olarak dönüşmektedir.

2. YARATICI VE KÜLTÜREL ENDÜSTRİLERE İLİŞKİN TANIMLAR

Kültürel endüstriler terimi 1970'lerde kullanılmaya başlanmıştır. Yaratıcı endüstrilerden ise ilk olarak 1994'te Avustralya'da "Yaratıcı Ulus" başlıklı bir hükümet politikasının metninde söz edilmiştir. Daha sonra 1997 yılında İngiltere'de DCMS'in (Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı) bu terimi benimsemesi ve yaratıcı endüstriler çalışma grubunu oluşturması ile bu terim yaygınlaşmış ve geniş kabul görmüştür.

Thorsby'ye (2008) göre yaratıcı endüstriler, kültürel endüstrileri kapsar. Üretim süreçlerinde yaratıcılığı barındıran her türlü ürün veya hizmet, "kültürel" olmalarını sağlayacak kriterleri yerine getirmeseler de yaratıcı endüstriler kapsamında değerlendirilebilir. Yani yaratıcı endüstriler tanımı, reklamcılık ve yazılım gibi yaratıcılık gerektiren ama kültürel sayılmayacak alanları da kapsar.

¹ Bu çalışma, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsünde yürütülen "İstanbul'da Yaratıcı Kümelenme: Moda Tasarımı Sektörü" başlıklı doktora çalışmasından türetilmiştir.

Yaratıcı endüstrilerin ortak özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Üretilmeleri için yaratıcılık gerekir,
- ✓ Onları tüketen kişilere sembolik mesajlar iletirler
- ✓ Fikri mülkiyet haklarına konu olurlar.

Yaratıcı ve kültürel endüstrilerin sınıflandırılması ve hangi sektörleri kapsadığına ilişkin yaygın olarak kabul gören yaklaşımlar bu bölümde ele alınmıştır.

2.1. DCMS Modeli

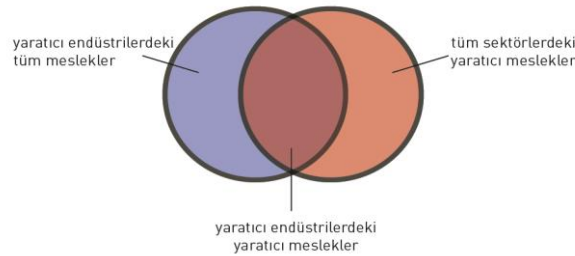
Yaratıcı endüstriler teriminin tanımlanması ve ölçülebilmesi için bir kapsam belirlenmesi ilk olarak DCMS(1998) tarafından yapılmıştır. DCMS tarafından yapılan tanıma göre yaratıcı endüstriler, üretim süreçlerinde yaratıcılığın kullanıldığı ve fikri mülkiyet hakları ile korunan çıktılar üreten sektörleri kapsar.

DCMS tarafından oluşturulan terminolojide üç temel öge vardır:

Yaratıcı meslekler, doğası gereği yaratıcılık gerektiren meslekleri tanımlar.

Yaratıcı endüstriler, büyük bölümü yaratıcı mesleklerden oluşan endüstrilerdir fakat yaratıcı olmayan meslekler de bu sektörlerde yer alır.

Yaratıcı ekonomi, yaratıcı endüstrileri ve yaratıcı endüstrilerin dışında yer alan tüm yaratıcı meslekleri kapsar



Şekil 2. DCMS yaratıcılık terminolojisinin kapsadığı alanlar

Kaynak: DCMS,2016

1998’de oluşturulan tanımlamalar doğrultusunda ortaya çıkan yaratıcı endüstriler listesi daha sonra 2001 ve 2007 yıllarında güncellenerek yaratıcı sektörlerin kapsamında bazı değişiklikler yapmıştır. DCMS(2001; 2007)

2016 yılına gelindiğinde DCMS (2016) yayınladığı dokümanda yaptığı değişikliklerle listeyi günümüzdeki haline getirmiştir. Aşağıdaki çizelgede DCMS’in 1998, 2001, 2007 ve 2016 yıllarında yayınladığı dokümanlardaki yaratıcı endüstrilerin içerikleri görülebilir.

Listenin son halinde bazı başlıkların çıkartıldığı, bazı başlıkların da tek başlık altında birleştirildiği görülmektedir.

Tablo 1. DCMS Modeli’ne göre yaratıcı sektör tanımının dönüşümü

1998	2001	2007	2016
Reklamcılık	Reklamcılık	Reklamcılık	Reklamcılık ve pazarlama
Mimarlık	Mimarlık	Mimarlık	Mimarlık
Antika	Sanat ve antika pazarı	Sanat ve antika pazarı	El işçiliği
El işçiliği	El işçiliği	El işçiliği	Tasarım: ürün, grafik ve moda tasarımı
Tasarım	Tasarım	Tasarım	Film, TV, video, radyo ve fotoğrafçılık
Moda	Moda tasarımı	Moda tasarımı	Bilişim, yazılım ve bilgisayar hizmetleri
Film	Film ve video	Film, video ve fotoğrafçılık	Yayıncılık
Eğlence yazılımları	İnteraktif eğlence yazılımları	Yazılım ve bilgisayar oyunları	Müzeler, galeriler ve kütüphaneler
Müzik	Müzik	Müzik	Müzik, performans ve görsel sanatlar
Performans sanatları	Performans sanatları	Görsel sanatlar ve performans sanatları	
Yayıncılık	Yayıncılık	Yayıncılık	
Yazılım	Yazılım ve bilgisayar hizmetleri	Elektronik yayıncılık	
Televizyon ve radyo	Televizyon ve radyo	Televizyon ve radyo	

Kaynak: DCMS, 1998; 2001; 2007; 2016

2.2. Sembolik Metinler Modeli

Yaratıcı endüstrileri tanımlayan yaklaşımlardan biri olan “Sembolik metinler” yaklaşımı eleştirel kültürel çalışmalar geleneğinden gelir. Bu yaklaşım yüksek kültür ve popüler kültürü birbirinden ayırır. Endüstriyel üretim, dağıtım ve tüketim yollarını kullanan film, yayıncılık ve basın gibi araçlarla topluma ulaşan sembolik metinler ve mesajların, toplumun kültürünü şekillendirdiğini öne sürer. Bu yaklaşımın öncülerinden Hesmondhalgh’a (2007) göre kültürel endüstriler televizyon, radyo, sinema, gazete, dergi ve kitap yayın, müzik kayıt ve yayın, bilgisayar oyunları ve reklamcılık sektörlerini kapsar. Diğer aktiviteleri ise kültürel endüstrilerin merkezine koymak yerine yan dallar olarak kabul eder çünkü tiyatro, resim ve heykel gibi sanat eserlerinin üretilmesi ve satılmasında endüstriyel yöntemler kullanılmaz.

Sembolik metinler modeline göre kültürel endüstrilerin kapsamı aşağıdaki sınıflamaya göre tanımlanmıştır:

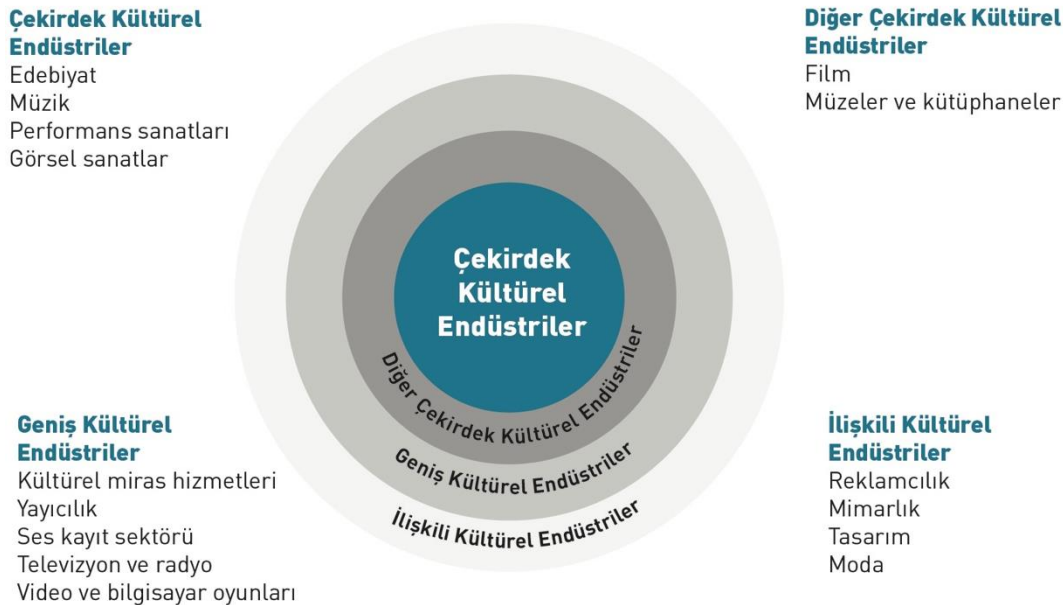
Tablo 2. Sembolik Metinler Modeli

Çekirdek Kültürel Endüstriler	Periferik Kültürel Endüstriler	Sınırdaki Kültürel Endüstriler
Reklamcılık	Yaratıcı sanatlar	Elektronik eşyalar
Film		Moda
İnternet		Yazılım
Müzik		Spor
Yayıncılık		
TV ve radyo		
Video ve bilgisayar oyunları		

Kaynak: Hesmondhalgh, 2007

2.3. Eşmerkezli Daireler Modeli

Bu model, yaratıcı endüstrilere karakterini veren temel öğenin kültürel değerleri olduğu kabulü üzerine kurulmuştur. Buna göre bir ürünün kültürel değeri ne kadar yüksekse, ait olduğu sektör yaratıcı endüstrilerin o kadar merkezindedir. Bu modele göre kültürel içeriklerinin oranına göre sektörler merkezden dışa doğru eşmerkezli daireler şeklinde yaratıcı endüstrilerin birer parçası olarak sıralanırlar. Kültürel içeriği daha yoğun olan sektörler merkeze yakın, ticari içeriği daha yoğun olan sektörler ise merkezden uzak dairelerle ifade edilirler. (Thorsby, 2001, 2008)



Şekil 2. Eşmerkezli Daireler Modeli

Kaynak:Thorsby, 2001; 2008

2.4. KEA Modeli

Bu model 2006 tarihli Avrupa Komisyonu raporunda ortaya konmuştur (KEA, 2006). Thorsby’nin (2001) eşmerkezli daireler modeli üzerine geliştirilmiştir fakat çekirdek ve çevreleyen dairelerin içerikleri eşmerkezli daireler modelinde olduğundan farklıdır. KEA modeli yaratıcı sektörler ve kültürel sektörleri net biçimde birbirinden ayırır.

Kültürel sektörler iki alt grup olarak ele alınır;

- ✓ Endüstriyel olmayan sektörler, yeniden üretilmeyen ürün ve hizmetleri kapsar. Konser, sanat fuarı, sergi gibi yerinde “tüketilen” ve resim, heykeli fotoğraf, el işçiliği, performans sanatları, kültürel miras, arkeolojik alanlar, kütüphaneler ve arşivler gibi endüstriyel yollarla çoğaltılamayan alanlar bu kapsamda değerlendirilir.
- ✓ Endüstriyel sektörler ise kitlesel üretim ve dağıtım yöntemlerinin kullanıldığı kitaplar, filmler, ses kayıtları gibi alanları kapsar. Film, video, video oyunları, radyo-televizyon, yayıncılık, müzik alanları kültürel endüstriler olarak kabul edilir.

Yaratıcı Sektörlerde kültürel olmayan ürünlerin üretiminde kültür, yaratıcı bir girdi olarak yer alır. Tasarım, mimarlık, ve reklamcılık gibi alanlar bu kapsamdadır.

Tablo 3. KEA Modeli

Daireler	Sektörler	Alt Sektörler	Karakteristik
Çekirdek Sanat Alanı	Görsel Sanatlar	El işçiliği Resim Heykel Fotoğraf	Endüstriyel olmayan aktiviteler Telif hakları korunabilir alanlar
	Performans Sanatları	Tiyatro Dans Sirkler Festivaller	
	Kültürel Miras	Müzeler Kütüphaneler Arkeolojik Alanlar Arşivler	
Daire 1: Kültürel Endüstriler	Film ve Video		Kitlesel üretimi hedeflerler Telif hakları korunur
	Televizyon ve Radyo		
	Video Oyunları		
	Müzik	Kaydedilmiş müzik piyasası Canlı müzik performansları	
	Kitaplar ve Yayıncılık	Kitap yayıncılığı Dergi ve Gazete yayıncılığı	
Daire 2: Yaratıcı Endüstriler ve Etkinlikler	Tasarım	Moda tasarımı Grafik Tasarımı İç mimarlık Ürün tasarımı	Etkinlikler endüstriyel olmak zorunda değildir. Bu kültürel olmayan sektörlerde yaratıcılığın çok temel bir yeri vardır.
	Mimarlık		
	Reklamcılık		
Daire 3: İlişkili Endüstriler	Bilgisayar üreticileri Müzik çalar üreticileri Cep telefonu üreticileri vb.		Bu kategoriyi net biçimde tanımlamak mümkün değildir. Diğer dairelerde tanımlanan sektörlerle bağımlı olan diğer birçok sektörü kapsar.

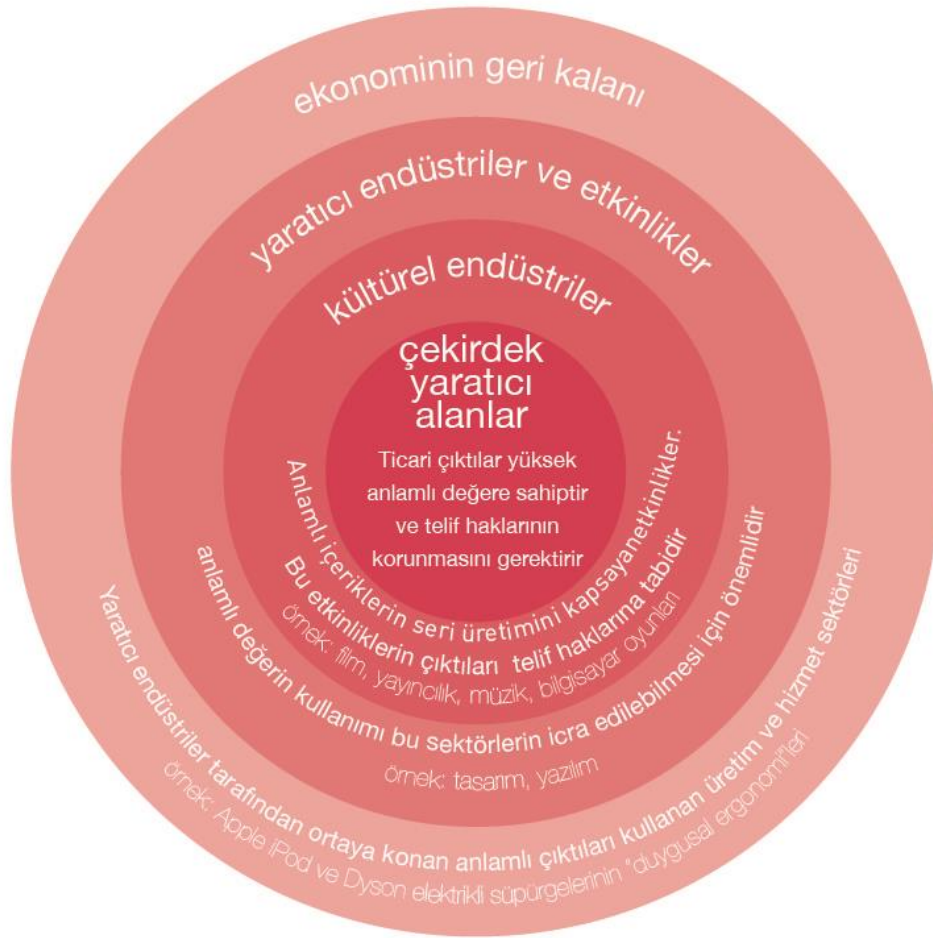
■ Kültürel sektör ■ Yaratıcı sektör

Kaynak:KEA, 2006

Tüm bu sektörleri biraraya getiren ortak özellik telif haklarına tabi olmalarıdır. Ürünler ya da hizmetler, işlevsel tasarımlar ya da soyut resimler, seri üretimle çoğaltılan müzik albümleri ya da geçici sergiler, dünyanın her yerine dağıtılan filmler ya da sadece yerinde görülebilen festivallerin tek bir ortak özelliği vardır: hepsi telif hakları ile korunan fikirler, değerler ve yaratıcılık üzerine kurulmuştur (KEA 2006).

2.5. The Work Foundation Modeli

Work Foundation’ın (2007) geliştirmiş olduğu model, Thorsby’nin (2001) eşmerkezli daireler modeli üzerine kurulmuştur. Merkezde çekirdek yaratıcı alanlar, birinci dairede kültürel endüstriler, ikinci dairede yaratıcı endüstriler ve etkinlikler, en dış dairede ise ekonominin geri kalanı vardır. Bu modele göre tüm bu sektörlerin ortak özelliği, sahip oldukları “anlamli değer”dir (expressive value). Anlamli değerler ise estetik değer, manevi değer, toplumsal değer, tarihi değer, sembolik değer, özgünlük değeri başlıkları altında toplanmıştır. Anlamli değer, yeni ufuklar açar, haz verir, yeni deneyimler ve bilgiler sağlar, duygularımıza hitap eder, yaşamımızı zenginleştirir (Work Foundation, 2007).



Şekil 3. The Work Foundation Modeli
Kaynak: Work Foundation, 2007

Eşmerkezli dairelerle ifade edilen bu model, KEA modeli ile benzerlik göstermektedir. Bu modeli diğer modellerden ayıran en önemli özellik sektörleri sınıflarken temel kriter olarak taşıdıkları anlamlı değeri seçmiş olmasıdır. Dairelerin merkezinde en saf haliyle anlamlı değer üretildiği alanlar vardır. Bu alanlar yazarlık, ressamlık, yönetmenlik, dans, bestecilik, performans sanatçılığı ve yazılımcılıktır. Temel sanat alanları ağırlıkta olmasına rağmen dairelerin merkezinde kabul edilen alanlar bunlardan ibaret değildir, bir bilgisayar programını yazmak, bir web sitesi tasarlamak veya bir bilgisayar oyunundaki karakterleri geliştirmek de bu alana ait kabul edilir.

Merkezin dışındaki ilk daire, anlamlı değer ticarileştirildiği alanları temsil eder ve kültürel endüstriler olarak anılır. Bu kapsamda değerlendirilen alanlar; müzik, televizyon, radyo, yayıncılık, bilgisayar oyunları, ve filmidir.

Merkezin dışındaki ikinci dairede yaratıcı endüstriler yer alır. Bu kapsamdaki alanlar kültürel endüstriler ile yakın ilişki içinde olan mimarlık, tasarım, moda, bilgisayar yazılım hizmetleri ve reklamcılıktır. Ortak özellikleri hem anlamlı değer hem de işlevsellik taşımalarıdır. Ekonominin geri kalanındaki sektörler ile aracılık konumundadırlar.

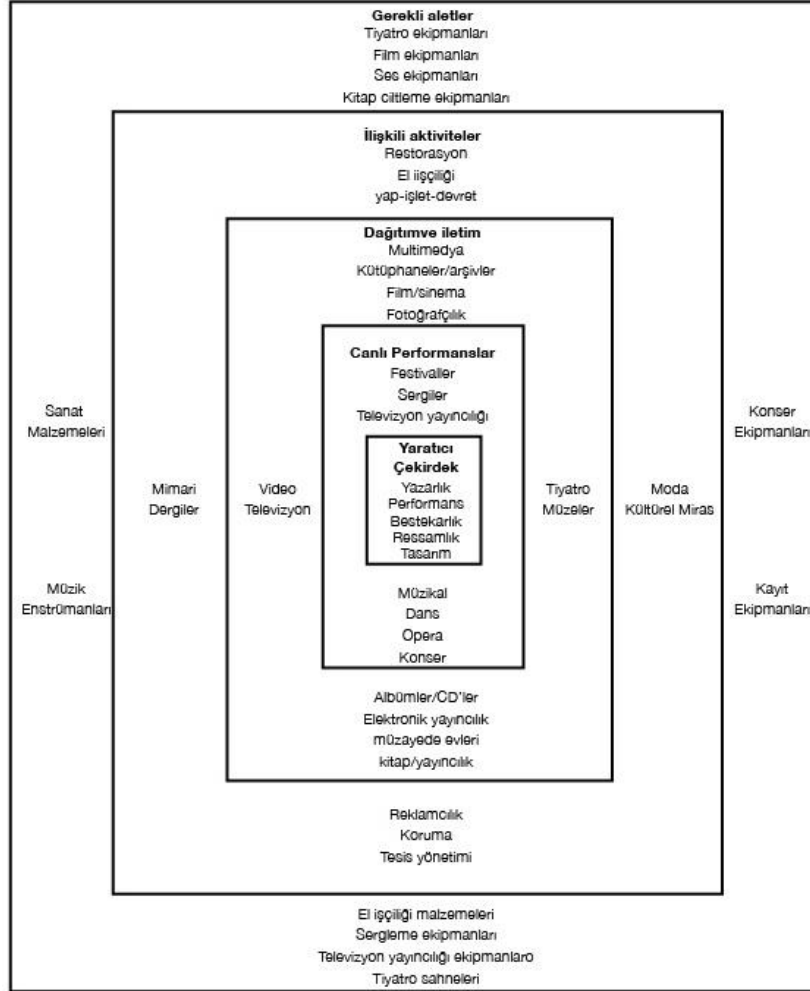
Yaratıcı endüstriler ve kültürel endüstriler arasındaki sınır oldukça geçirgendir. Bu alanlardaki çalışanlar kariyerlerini her ikisinde de sürdürebilirler. Bu alanlardaki sektörler arasında da karşılıklı ilişkiler söz konusudur. Örneğin reklamcılık sektörü büyük ölçüde televizyon sektörüne bağlıdır, birçok film senaryosu edebiyat eserlerinden sinemaya aktarılmıştır.

En dışta yer alan daire ise yaratıcılıktan yararlanan sektörleri kapsar. Dyson elektrikli süpürgelerinin tasarıma verdiği önem ile diğer markalardan ayrılması buna bir örnektir.

2.6. WIPO Modeli

WIPO, (Dünya Fikri Mülkiyet Organizasyonu) 2003 tarihli raporunda fikri mülkiyete konu olan çalışmaların üretimi, yayımı ve dağıtımı ile ilgili bir model ortaya koymuştur (WIPO, 2003). Bu model yaratıcı ve kültürel

endüstrilerin ortak noktası olarak fikri mülkiyete konu olmalarını kabul eder. Raporda yaratıcı endüstriler ve kültürel endüstriler terimlerinin genellikle eş anlamlı olarak kullanıldığı fakat aralarında farklar olduğundan söz edilmektedir. Buna göre kültürel endüstriler, kültürel olarak kayda değer içeriğe sahip ve endüstriyel ölçekte üretim yapan alanları kapsar. Yaratıcı endüstrilerin kapsamı ise daha geniştir. Tüm kültürel ve sanatsal üretim alanları canlı performanslar ve çoğaltılamaz ürünler de dahil olmak üzere yaratıcı endüstriler kapsamında kabul edilir. Bu iki alanın arasındaki sınır genellikle çok incedir.



Şekil 4. WIPO Modeli
Kaynak: WIPO, 2003

2.7. UNESCO Modeli

UNESCO'nun 1982 tarihli "Cultural Industries: A Challenge for the Future" başlıklı yayınında kültür ve sanatın giderek daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayan kültürel endüstrileri tanımlamak ve yükselişine dikkat çekmek için yapılan ilk çalışmalardan biri ortaya konmuştur (Girard, 1982). 2009 tarihli Kültürel İstatistik için Çerçeve (UNESCO, 2009) başlıklı raporunda kültürel ve yaratıcı endüstrileri sınıflamak için bir model ortaya koymuştur. Bu metindeki "kültür" kavramı UNESCO'nun Evrensel Kültürel Çeşitlilik Beyannamesi'nde belirtildiği üzere, "bir toplum veya sosyal gruba ait ayrıcalıklı manevi, maddesel, düşünsel, ve duygusal özellikler bütünü" olarak kabul edilmiştir. Kültür, sanat ve edebiyata ek olarak yaşam tarzları, birlikte yaşam alışkanlıkları, değer sistemleri, gelenekler ve inançları da kapsar (UNESCO, 2013).

UNESCO tarafından ortaya konan model kültürel ekonomiyi inceler ve bu doğrultuda çeşitli kültürel alanlar tanımlar. Kültürel alanlardaki endüstriler kadar enformel ve sosyal etkinlikler de dikkate alınır. Örneğin sinema sektöründe film üretim ve izlenme istatistiklerine ek olarak evde izlenen filmler de istatistiklere dahil edilir (UNESCO, 2009).



Şekil 5. UNESCO Modeli
Kaynak: UNESCO, 2013

2.8. UNCTAD Modeli

UNCTAD'ın (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı) yaratıcı endüstrileri tanımlarken beş koşul belirlemiştir (UNCTAD, 2008; UNCTAD, 2010):

- ✓ Ürün veya hizmetlerin yaratım, üretim ve dağıtım süreçlerinde yaratıcılığı ve düşünsel sermayeyi birincil öge olarak kullanırlar.
- ✓ Sanata odaklı ama sanattan ibaret olmayan bilgi tabanlı aktivitelerden oluşurlar. Ticaret ve fikri mülkiyet hakları ile değer yaratırlar.
- ✓ Yaratıcı içeriğe ve ekonomik değere sahip ürünler ve hizmetler üretirler.
- ✓ Zanaat, hizmet ve endüstriyel üretimin arakesitinde yer alırlar.
- ✓ Dünya ticaretinde yeni dinamik bir sektör teşkil ederler

Bu doğrultuda yapılan tanıma göre yaratıcı endüstriler in kapsadığı dört temel alan tanımlanmıştır.

Miras temel alanı tüm sanat formlarının ve yaratıcı endüstrilerin ruhunun kökeni olarak görülmektedir. İki alt başlıkta ele alınır:

- ✓ Geleneksel kültürel ifade biçimleri: el işçiliği, festivaller, kutlamalar
- ✓ Kültürel alanlar: arkeolojik alanlar, müzeler, kütüphaneler, sergiler vb.

Sanat temel alanında mirastan, kimlik öğelerinden esinlenen, sembolik anlamlar taşıyan sanat ürünleri, iki alt başlıkta ele alınır:

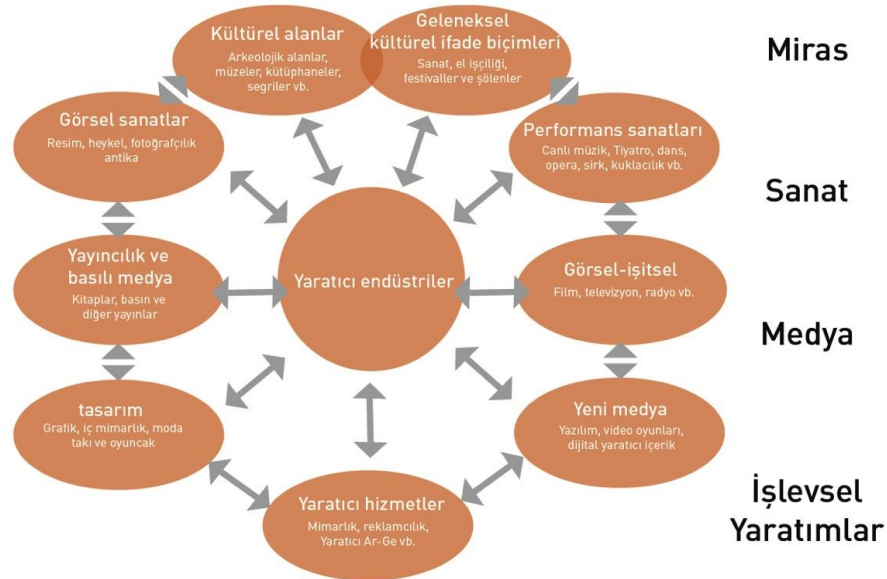
- ✓ Görsel sanatlar: resim, heykel, fotoğraf
- ✓ Performans sanatları: canlı müzik, tiyatro, dans, opera, sirk, kuklacılık vb.

Medya temel alanı geniş kitlelere ulaşmak üzere yaratıcı içerik üreten alt grupları kapsar:

- ✓ Yayıncılık: Kitaplar, basın ve diğer yayınlar
- ✓ Görsel-işitsel: Film, televizyon, radyo ve diğer yayın kanalları

İşlevsel yaratımlar alanında fonksiyonel amaçlarla ürün ve hizmetler üreten alt gruplar yer alır:

- ✓ Tasarım: iç mimarlık, grafik, moda, kuyumculuk, oyuncak
- ✓ Yeni medya: yazılım, bilgisayar oyunları ve dijital içerikler
- ✓ Yaratıcı hizmetler: mimarlık, reklamcılık, kültürel ve rekreasyonel hizmetler, yaratıcı ar-ge



Şekil 6. UNCTAD Modeli
Kaynak: UNCTAD, 2010

2.9. Americans for the Arts Modeli

Americans for the Arts, ABD’de sanatın ekonomik boyutunu vurgulamak, bu alanlarda çalışan insanlara destek olmak ve herkesin sanata kolay erişebilmesini sağlamak hedefiyle kurulmuştur. Her sene yayınladıkları geniş kapsamlı raporlarda ABD’deki tüm eyaletlerde yaratıcı endüstrilerin ekonomik büyüklüğünü ortaya koyarlar.

Yaratıcı endüstrileri tanımlama biçimi sanat merkezlidir. Sanatın üretimi ve dağıtımında yer alan işletmeleri dikkate alırlar. Kar amacı gütmeyen müzeler, senfoni orkestraları, sinema salonları, mimarlık, ve reklamcılık şirketlerini yaratıcı endüstriler kapsamında değerlendirirler. Öte yandan bilgisayar programcılığı ve bilimsel araştırmalar gibi alanları yaratıcı alanlar olarak görmelerine karşın sanat odaklı olmadıkları için kapsam dışında tutarlar (Americans for the Arts, 2014).

Americans for the Arts Modeli’ne göre yaratıcı endüstriler aşağıdaki alanları kapsamaktadır:

Reklamcılık

Mimarlık

Sanat okulları ve hizmetleri

Tasarım

Film

Müzeler, hayvanat bahçeleri

Müzik

Performans sanatları

Yayıncılık

Televizyon ve radyo

Görsel sanatlar

2.10. NESTA Modeli

NESTA, 2006 tarihli raporunda DCMS modeline ek olarak daha rafine bir model geliştirmeyi hedeflemiştir. Yaratıcı endüstriler kapsamındaki sektörlerin benzerlikleri ve farklılıkları üzerine odaklanan bu model, gelecekte geliştirilecek politikalara daha iyi bir altlık oluşturmak amacıyla ortaya konmuştur.

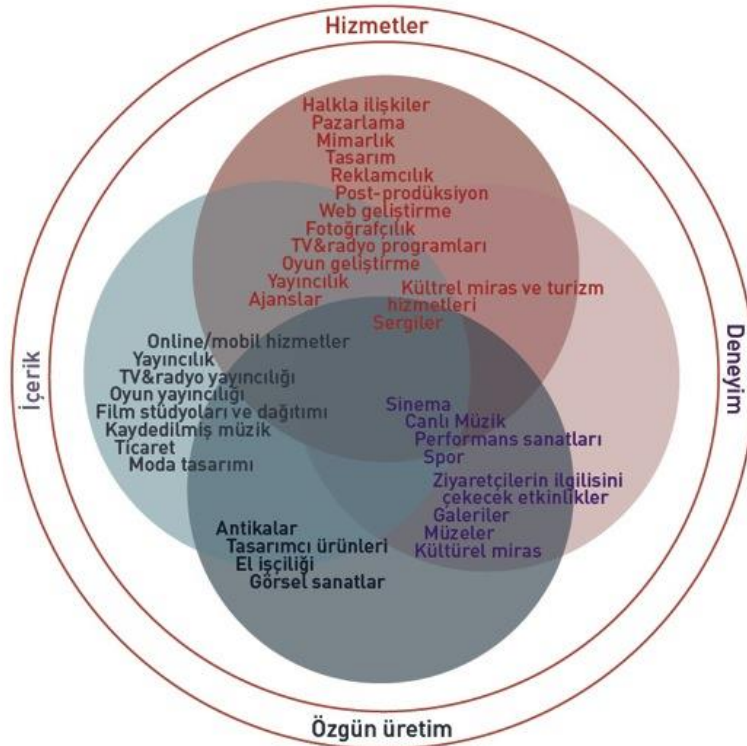
Bu model yaratıcı endüstrileri dört gruba ayırır ve benzerlik gösteren sektörlerle ilişkin politikaların ortak bir yaklaşımla geliştirilmesini öngörür.

Bu dört gruptan ilki yaratıcı hizmet sağlayıcılarıdır. Bu kapsamda ele alınan reklam ajansları, mimarlık büroları, tasarım büroları ve yeni medya ajansları, diğer şirketlere ve kurumlara yaratıcı hizmetlerini sunarlar.

İkinci grup yaratıcı içerik üreticileridir. Bu sektörlerde çalışanlar fikri mülkiyet üzerine kurulu ürünler ortaya koyarlar. Bu ürünler, reklamcılık, pazarlama, abonelik gibi yollarla tüketici veya izleyiciye ulaşır. Bu kapsama giren alanlar sinema, TV, bilgisayar ve video oyunları, müzik şirketleri, kitap ve dergi yayıncıları ve moda tasarımcılarıdır.

Üçüncü grup yaratıcı deneyim sağlayıcılarıdır. Yaratıcı deneyim sağlayıcılar, belirli zamanlarda ve belirli mekanlarda tanık olunabilecek deneyimleri tüketicilere sağlarlar. Tiyatro, opera, dans, canlı müzik gibi canlı etkinlikler bu kapsamda değerlendirilir.

Dördüncü grup ise yaratıcı özgün ürünlerdir. Özgün değer taşıyan fiziksel eserlerin üretiminde yer alanlar bu grupta değerlendirilir. Bu gruptaki ürünler seri üretilmezler, endüstriyel olmaktan çok el işçiliğine dayalı sektörlerdir. El sanatları, görsel sanatlar, tasarımcı ürünleri bu gruba girer.



Şekil 7. NESTA Modeli
Kaynak: NESTA, 2006

2.11. ERIBA Modeli

Nielsen (2008) tarafından ortaya konan ERIBA modeli, yaratıcı endüstrilere İsveç yorumu getir meyi amaçlamaktadır. Bu modelde “deneyim endüstrisi” bir anahtar kelime olarak dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda bu kapsamda yer alan sektörler aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

Mimarlık

Sanat

Tasarım

Yemek

Deneyim tabanlı öğrenme

Moda

Film

Edebiyat

Pazar iletişimi

Müzik

Performans sanatları

Fotoğrafçılık

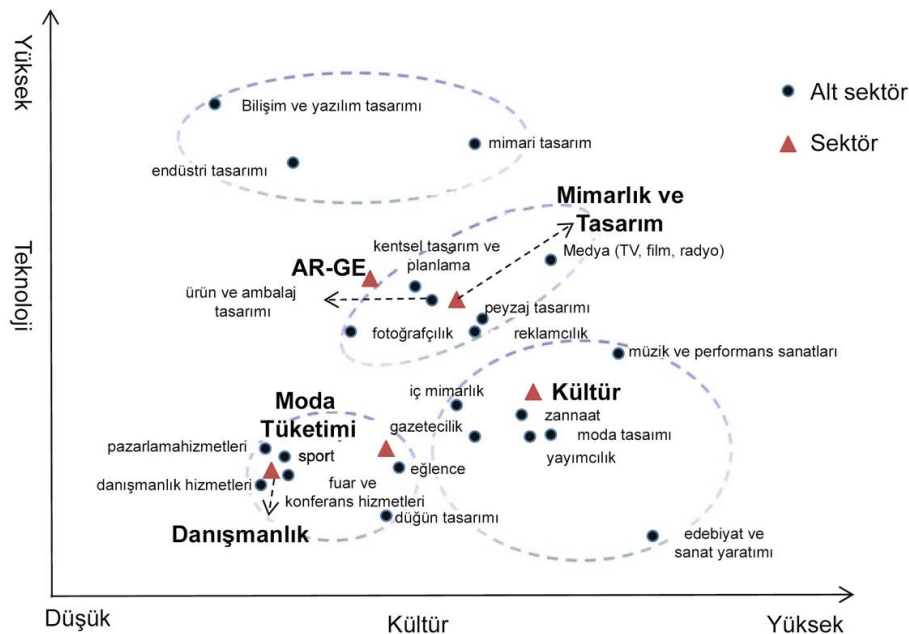
Medya

Turizm

Bilgisayar oyunları

2.12. Yaratıcı Endüstri Bölgeleri Modeli

He (2014) öne sürdüğü modelde yaratıcı endüstriler kapsamına giren sektörler ve alt sektörleri teknolojik seviyeleri ve kültürel seviyelerine göre sınıflamıştır. Buna göre bilişim ve yazılım tasarımı, endüstriyel tasarım gibi alanlar yüksek teknolojik seviyede yer alırken edebiyat ve sanat alanları yüksek kültürel seviyede yer alır. Mimarlık, tasarım kentsel planlama gibi alanlar da bu iki ucun arasında bir dengede yer almaktadır.

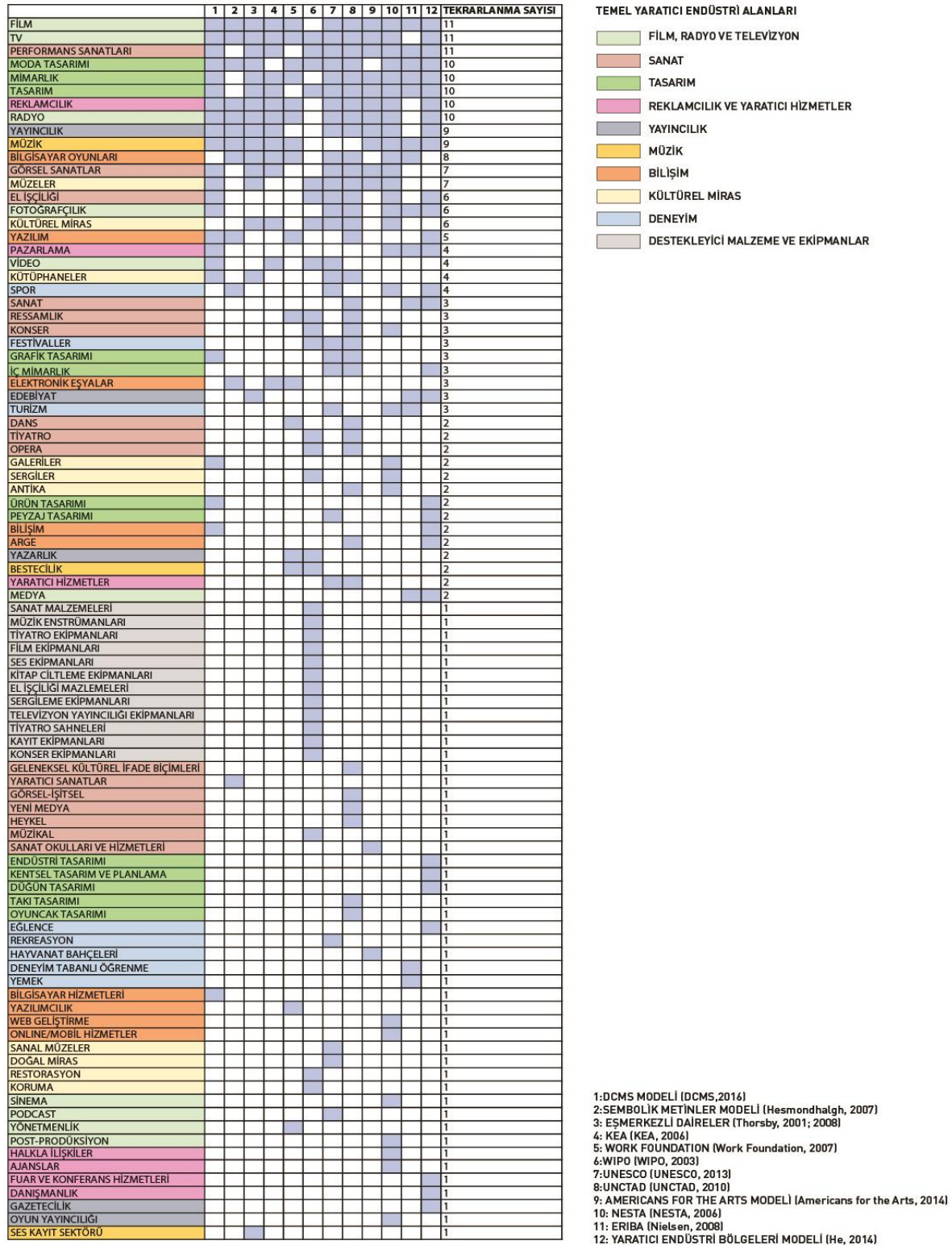


Şekil 8. Yaratıcı Endüstr Bölgeleri Modeli

Kaynak: He, 2014

Tüm modeller incelendiğinde yaratıcı endüstrileri ele alış biçimlerinde bazı ortaklaşmalar ve farklılaşmalar tespit etmek mümkündür. Temel olarak yaratıcı endüstrileri tanımlama yaklaşımlarında belirgin olarak fark üç yaklaşım vardır. Bunlardan ilki DCMS ile başlamıştır ve herhangi bir hiyerarşi gözetmeksizin yaratıcı endüstriler kapsamında kabul edilen sektörleri listeler. Bu yaklaşım ile oluşturulan modeller DCMS, Americans for the Arts ve ERIBA modelleridir. Bu modellerden DCMS ve Americans for the Arts modelleri büyük ölçüde benzer kapsamlar ortaya koyarken ERIBA modelinde deneyim endüstrisi üzerine bir vurgu yapılmaktadır. İkinci temel yaklaşım yaratıcı endüstriler kapsamında kabul ettiği sektörleri eşdeğer olarak listelemek yerine belli sektörleri yaratıcı endüstrilerin merkezine yerleştirirken diğerlerini kademeli olarak çeperlere doğru konumlandırır. Bu kapsama giren modeller Sembolik Metinler modeli, Eşmerkezli Daireler modeli, KEA modeli, Work Foundation modeli ve WIPO modelidir. Bu modeller arasında Eşmerkezli Daireler ve Work Foundation modelleri merkeze kültürel değeri daha yüksek olan ressamlık, yazarlık, performans sanatları gibi alanları koyarken ticari önemi daha baskın olan alanlar çeperlerde yer almaktadır. Sembolik Metinler ve KEA modelleri ise merkez ile çeper arasındaki ilişkiyi sektörlerin üretim ve dağıtım yöntemlerinin ne kadar endüstriyel olduğu üzerinden kurar. Sembolik Metinler modelinin merkezinde en endüstriyelleşmiş sektörler yer alırken KEA modelinde en az endüstriyelleşmiş olan sektörler merkezde yer almaktadır. WIPO modeli ise merkez ile çeper arasındaki ilişkiyi fikri mülkiyet haklarının rolü üzerinden kurar. Fikri mülkiyet haklarının en çok rol oynadığı sektörler bu modele göre yaratıcı endüstrilerin merkezinde yer almaktadır. Üçüncü temel yaklaşım yaratıcı endüstriler dahilindeki sektörleri kategorilere ayıran yaklaşımdır. Bu başlık altında incelenen modeller UNESCO, UNCTAD, NESTA ve Yaratıcı Endüstri Bölgeleri modelleridir. Bu

yaklaşımı benimseyen modellerde yaratıcı sektörler çeşitli kategoriler altında gruplanmış ve bu kategorilerin birbirleri ile ilişkileri ele alınmıştır.



Şekil 9: Yaratıcı endüstri yaklaşımları ve kapsadıkları sektörler

Kaynak: Alpan, 2019

Tüm bu modeller, temelde kültür ve yaratıcılığın önemini ortaya koymayı hedefler ve belirli alanlara daha fazla önem atfeden bir sınıflama sistemi geliştirmişlerdir. Bu modellerin çoğu kültür ve yaratıcılığı özellikle ekonomiye yaptığı katkı üzerinden değerlendirirler çünkü bu sektörlerin ekonomik büyüme için bir araç olarak kullanılması hedefleri çerçevesinde ortaya çıkmışlardır. Kültürün ekonomik büyümede bir araç olarak kentsel ve ülkesel politikalarda daha yaygın yer almaya başladığı 1990’lardan itibaren kültür ve yaratıcılığa ilişkin tanımlar üzerine yapılan çalışmaların da artış göstermesi bu duruma işaret etmektedir.

1944'te "kültür endüstrisi" kavramının ortaya atılmasından günümüze literatür ciddi dönüşümler geçirmiştir. Daha sonra ortaya çıkan kültürel endüstriler, yaratıcı endüstriler gibi kavramların literatürleri iç içe geçmiş durumdadır. Konu ile ilgili literatürler kronolojik olarak incelendiğinde yaratıcılığın özellikle 2000'lerin başlarından bu yana daha baskın bir konuma geldiği, yaratıcı endüstriler literatürünün yaratıcı kent, yaratıcı sınıf gibi kavramlarla desteklendiği ve tartışmaların ağırlıklı olarak yaratıcılık üzerinde odaklandığı görülmektedir. Yaratıcı endüstriler üzerine yapılan çeşitli tanımlarda farklı sektörler ele alınmıştır. Bu sektörler incelendiğinde belli sektörlerin sürekli olarak tüm yaklaşımlarda tekrarlandığı, belirli sektörlerin de yalnızca bazı yaklaşımlarda yaratıcı endüstrilere dahil edildiği gözlenmektedir (Şekil 9).

Yaratıcı endüstrilerin kapsamı bu çalışma için DCMS (2016) tarafından yapılan tanım çerçevesinde kabul edilmiştir. Yaratıcı endüstrilerin günümüzde bu denli popüler bir kavram olmasının altında DCMS(1998) tarafından ortaya konan model vardır. Zaman içinde yapılan güncellemeler ile 2016 yılında DCMS modeli güncel haline ulaşmıştır. Her ne kadar bu model İngiltere'de geliştirilmiş bir model olup İngiltere yaratıcı endüstrilerinin dinamikleri doğrultusunda şekillenmiş olsa da oldukça kapsayıcı bir yapıya sahip olması dünyanın başka yerlerine de uyarlanmasını kolaylaştırmaktadır.

Temel olarak yaratıcı endüstrilerin iki bakış açısıyla ele alındığı görülmektedir. Bu bakış açılarından biri yaratıcı endüstrilerin ekonomik getirilerini ön plana koyarken diğeri sağladığı kültürel faydalara vurgu yapmaktadır. Yaratıcı endüstriler kapsamında ele alınan sektörlerin bir kısmı daha çok kültürel çıktılar ortaya koyarken bir kısmının da ekonomik çıktıları ağır basmaktadır. Öte yandan doğrudan etkilerinde taraflardan biri ağır bassa da dolaylı etkileri ile tüm yaratıcı endüstri sektörleri hem kültürel hem de ekonomik fayda sağlamaktadır.

Yaratıcı endüstriler giderek ülke ve bölge politikalarının konusu olmaktan çıkarak kentlerin gündeminde ağırlıklı olarak yer almaktadırlar. Yaratıcı endüstrilerin kentlere etkileri, kentlerin yaratıcı endüstrilerin gelişmesi için uygun ortam sağlama kapasiteleri, bu doğrultuda geliştirilen kentsel politikalar ve yaratıcı endüstrilerin kentsel mekanlarda yer alışı biçimleri yaratıcı endüstriler üzerine tartışmaların önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Çalışmanın bir sonraki bölümünde yaratıcı endüstrilerin kentsel politikadaki yeri ele alınacaktır.

3. KENTSEL POLİTİKALAR, KÜLTÜR POLİTİKALARI VE YARATICI ENDÜSTRİLER

Kültür politikaları, kentlerin gündemine yaygın olarak girmeye başladığı 1980'li yıllara kadar uzun zaman boyunca varlıklarını ülke ölçeğinde sürdürmüştür. Özellikle sanayisizleşen kentlerin yeniden yapılanma süreçlerinde kültür bir kurtarıcı olarak görülmüştür. Bu durumun sebeplerinden biri sanayi işlevini sürdürmeyen sanayi yapılarının sağladığı geniş iç mekanların kültür ve yaratıcı endüstrilere ilişkin işlevlerle değerlendirilmek için çok elverişli olmasıdır. Bir diğer temel sebep, sanayi sonrasında toplumsal ve ekonomik olarak düşüşe geçen kentlerde kültürel aktivitelerin canlılık getirmesinin beklenmesidir.

Bianchini'ye göre (1999) Batı Avrupa'da kültür politikalarının ekseni üç dönemde ele alınabilir:

1940'ların sonundan 1960'ların sonuna kadar süren yeniden yapılanma döneminde Batı Avrupa kentlerinde politikalar ekonomik büyüme, fiziksel yeniden yapılanma ve araçsal rasyonalizm ön plandadır. Savaş sonrası toplumu yeniden medenileştirmek ve eğitmek hedeflenirken popüler kültüre karşı, elektronik dönem öncesi "yüksek" kültüre yakın bir tavır görülmekteydi. Kısacası kentsel kültür politikalarında hakim yaklaşım 19. yüzyıl geleneğinin devamı şeklindeydi. Bunun sonucu olarak politikalar özellikle kent merkezlerindeki opera evleri, tiyatrolar, müzeler gibi binaların yapımı ile kültürel altyapının oluşturulması veya geliştirilmesini ve kamu desteği ile bu yapılara erişimin daha kolay hale getirilmesini hedeflemekteydi.

Politikacılar bu dönemde genellikle kültür dünyasını üretim ve ekonomik faaliyetlerin gerçekleştiği gerçek dünyadan ayrı bir dünya olarak görüyorlardı (Garnham, 1983).

1970'ler ve 1980'lerin başını kapsayan "Katılım Çağı"nda yerel yönetimlerin bir etkinlik alanı olarak kültürel politikalar önem kazanmıştır. Çalışma saatlerinin azalması ve boş zaman aktivitelerine harcanan paranın artması yerel yönetimlerin kültürel hizmetlere daha çok yatırım yapmasını sağlamıştır. Kentlerdeki ya kültürel politikaları üretmek üzere yeni birimler yeni kurulmuştur ya da var olan kültür birimleri büyümüştür.

Bu dönemde kültürel politika konuları medyanın politikacıların ve akademisyenlerin ilgi alanına daha çok girmeye başlamıştır. Bunun sebeplerinden biri 1968 sonrası ortaya çıkan feminizm, çevrecilik, eşcinsel ve etnik azınlıklar aktivizmi gibi toplumsal hareketlerdir. Bu hareketler savaş sonrası işlevci planlamaya eleştirel yaklaşırken deneysel tiyatro grupları, rock grupları, bağımsız film yapımcıları, bedava festivaller, bağımsız kayıt şirketleri, küçük yayınevleri gibi alternatif kültürel üretim ve dağıtım sistemlerini benimsemişlerdir.

Bu dönemde oluşan kültürel evren geleneksel olarak süregelen yüksek-alçak, arasındaki ayrımın sınırlarını belirsizleştiriyordu. Üretim teknolojilerinin ucuzlamasıyla kentsel toplumsal hareketler ticari/ticari olmayan, amatör/profesyonel, tüketici/üretici, arasındaki ayrımları bulanıklaştırmıştır.

Kültürel politikalar kentlerde daha çok kamusal mekan oluşturmak ve kentleri daha çekici kılmak amacıyla genellikle kentsel tasarım stratejileri ile birleştirilmiştir. Bu doğrultuda yayalaştırma, aydınlatma ve toplu ulaşım projelerine ağırlık verilmiştir. Sanat festivalleri kent merkezinin farklı yaş, toplumsal sınıf, cinsiyet ve etnik kökenlerden insanlar tarafından kullanılmasına yardımcı olmuştur.

1980'lerin ortasından 2000'lere kadar olan "kent pazarlama dönemi"nde sosyo-politik öncelikli yaklaşımlardan ekonomik gelişim öncelikli yaklaşımlara doğru bir dönüş görülmektedir. Finansal kaynaklar üzerindeki baskı arttıkça özellikle dezavantajlı grupların kültüre erişimine verilen önem azalmıştır. Ağır üretim sanayisinin terk edilmesi ile Batı Avrupa kentlerinde yaşanan yapısal krize cevap olarak birçok kentteki politikacılar 1970'lerdeki katılım, eşitlik, kentsel mekanın demokratikleşmesi, kamusal toplumsal mekanın yeniden canlandırılması gibi konular yerine kültürün fiziksel mekanın dönüşümüne ve ekonomiye olan katkılarını önemsemeye başlamışlardır.

Kültürel politikalar ekonomik tabanı çeşitlendirmek ve endüstriyel alandaki iş imkanlarının yok oluşu ile ortaya çıkan istihdam açığını kapamak gibi amaçlara hizmet eden önemli araçlar olarak görülmeye başlamıştır.

Canlı bir kültürel hayat, hareket halindeki uluslararası sermayeyi ve uzmanlaşmış işgücünü çekmek için kentlerin sahip olması gereken önemli bir özellik haline gelmiştir. Kültür politikaları yeniden kent merkezlerine odaklanmaya başlamıştır.

Bianchini (1999) tarafından tanımlanan bu dönemler 2000'li yılları kapsamamaktadır. 2000 sonrası için de iki temel dönem tanımlanabilir.

2000'li yıllarda yaratıcı sınıf kavramının ortaya atılması ve yaratıcı kent kavramının yaygınlık kazanması ile birçok kentte kültürel politikalar bu kavramlar ekseninde kurgulanmıştır. Bu dönemdeki kültür politikalarının temel hedefi kentleri yaratıcılığı teşvik eden yerler haline getirmek ve yaratıcı sınıfın yaşamak istemesi için gerekli olduğu düşünülen koşulları sağlamaktır. 1980'lerden itibaren kültür ve yaratıcılığın ekonomik çıktılarına atfedilen önem bu dönemde de aratarak varlığını sürdürmüştür.

2010'dan itibaren ise yükselişte olan kavramlar "creative placemaking" (Markusen & Gadwa, 2010; Grodach vd., 2017) ve yaratıcı endüstri kümeleridir (He, 2014; O'Connor ve Gu, 2012; Chen, 2017; Gu, 2014; Chang, 2009; Tsang ve Siu, 2016). Creative placemaking politikaları, yaratıcı sınıfı ve yatırımları kente çekmeyi hedefleyen politikaların aksine kentlileri odağına alan, kültüre erişimi yaygınlaştırmayı, kentin kültürel ve yaratıcı kapasitesini geliştirmeyi hedefleyen bir duruş sergilemektedir. Yaratıcı endüstri kümelerinin desteklenmesi ise aslında 1980'lerden itibaren Avrupa ve ABD'de kentsel politikaların bir parçası olmakla beraber Çin'de son yıllarda bu konuda yapılan uygulamalar ve süren tartışmalar dikkat çekicidir. Özellikle sektörel dönüşüm sonucu âtıl duruma düşen sanayi alanlarının yeniden değerlendirilmesi ve ülke çapında yüksek katma değerli üretime yönelik atılan adımlara paralel olarak yaratıcı endüstri kümelerinin desteklenmesi 1980'lerde sanayisizleşen batı ülkelerinde görülürken günümüzde Çin'de benzer stratejiler izleniyor oluşu dikkat çekicidir.



Şekil 10: Kültürel ve yaratıcı endüstrilere yönelik politikaların dönemsel dönüşümü

Kaynak: Alpan, 2019

Mommaas (2004) kültürel politikalarındaki dönüşümden şu şekilde bahsetmektedir:

Önceleri yalnızca kamusal sanat sektörünün dikey yapılanmasının organizasyonunu konu alan kültürel politikalar, günümüzde çok daha geniş kapsamlı bir düzeyde çalışmak ve yatay bağlantıları da kurgulamak durumundadır.

Buna ek olarak kümelenme stratejileri kültürün kentsel dönüşümdeki etkisinde bir sonraki aşamayı oluşturmaktadır. Markalaşmayı hedefleyen büyük projeleri temel alan kültür politikaları yerine kültürel üretim ve yaratıcılığı destekleyen kentsel mekanlar oluşturmaya hedefleyen politikalara doğru bir yönelim görülmektedir.

Kentsel kültür politikalarında en çok üzerinde durulan beş konu Mommaas (2004) tarafından şu şekilde derlenmiştir:

- ✓ Yerin kimliğini güçlendirmek, çekim gücünü arttırmak, pazar durumunu iyileştirmek.
- ✓ Kültür ve sanata daha girişimci bir yaklaşımı desteklemek
- ✓ İnovasyon ve yaratıcılığı canlandırmak
- ✓ Kullanılmayan eski binalar ve boş alanlar için yeni işlevler bulmak
- ✓ Kültürel çeşitlilik ve kültürel demokrasiyi desteklemek

Buna göre politikaların odağında kültür kadar yerin de önemli olduğu ve ekonomik hedeflerin ağırlığı görülmektedir. Kentsel mekanlarda yaratıcı kümeler oluşturmak temel hedef olmaya başlamıştır ve politikalar yaratıcı kümeler için uygun koşulları kurgulamaya yönelik olarak geliştirilmektedir. Bu amaçla kümelerin ihtiyaç duyduğu altyapı olanaklarını sağlamak, kentsel mekanları buna göre düzenlemek, kentin kimliğini iyi okumak ve politikaları bu kimliği vurgulayacak şekilde kurgulamak, başta üniversiteler olmak üzere konuyla ilgili aktörlerin sürece katılımını desteklemek gibi yollar izlenir. Öte yandan kültürle ilgili politikaların temelinde olması beklenen en önemli öğelerden biri kültürel çeşitlilik ve kültürel demokrasinin desteklenmesidir. Kültürün demokratikleşmesi kültürel endüstriler aracılığı ile sağlanabilecek en önemli toplumsal kazanım olarak görülebilir. Bu doğrultuda toplumun tüm kesimlerinin kültüre erişiminin sağlanması kültürel politikaların temel amaçlarından biri olmalıdır.

Garcia'ya göre (2007) kültürel politikalar oluşturulurken dikkat edilmesi gereken temel konular aşağıdaki gibidir:

- ✓ Sermaye yatırımı ve inşaa faaliyetleri sürdürülebilir olacak şekilde önceden planlanmalıdır.
- ✓ Topluluğun tüm kesimlerinin sürece katılması ile karar alma süreçlerinde tepeden inme yaklaşımların önüne geçilmelidir.
- ✓ Kültürel yatırım sadece dünya standartlarındaki ürünleri getirmek olarak görülmemelidir. Yerel ölçekte sürdürülebilir ve yaratıcı üretimi destekleyerek kültürel ihracatı geliştirmek de önemlidir.
- ✓ Kültürel yatırımın beraberinde insanları ve toplulukları getirdiği anlaşılmadır.
- ✓ Kültürel yatırımlar ekonomik ve dönüştürücü etkilerinin yanı sıra kültürel etkileri ile de değerlendirilir. Olumlu kültürel etkiler sağlamak, ilk 5 yıllık sürecin ötesinde uzun vadede destekle mümkün olabilmektedir.

Sanayisizleşme süreçlerine paralel olarak özellikle 1980'lerden bu yana kentsel politikalarda kültürün giderek daha çok yer aldığı görülmektedir. Birçok örnekte kültür odaklı kentsel politikaların başarıya ulaştığı gözlemlenirken başarısızlıkla sonuçlanan girişimler de olmuştur. Genellikle başarısızlığın en büyük sebebi yere özgü olmayan politikalardır. Birçok durumda başka bir kentte başarıya ulaşmış bir stratejinin kopyalanması istenilen sonucu vermemektedir.

1980'lerden bu yana özellikle Kuzey Amerika ve Avrupa'da birçok kentin ekonomik tabanı, demografik yapısı, ve politikaları ciddi dönüşümler göstermiştir. Özellikle sanayisizleşmenin etkisinin hissedildiği kentlerde hizmet sektörü yükselişe geçmiştir. Daha yüksek eğitilmiş ve yüksek gelirli insanların yaşamaya başladığı bu kentlerde tüketim, kimlik ve statü göstergesi olarak görülmeye başlamış, tüketim hacmi büyümüştür. Bu toplumsal ve ekonomik dönüşümler karşısında Kuzey Amerika ve Avrupa'daki yerel yönetimler ekonomik büyüme sağlayacak girişimlere yönelmişlerdir. (Grodach & Loukaitou-Sideris, 2007)

Bu doğrultuda birçok belediye, bu trendlere dayanan kültürel gelişim stratejileri oluşturmuştur. Bu stratejilerle amaçlanan, yatırımcıların kente ilgisini arttırmak, yerel halk ve turistleri tüketime teşvik etmek, kent imajını geliştirmek ve yerel yaşam kalitesini yükseltmektir. (Grodach & Loukaitou-Sideris, 2007)

Grodach ve Loukaitou-Sideris (2007) kültür endüstrilerinin geliştirilmesi için uygulanan “girişimci stratejiler”, “yaratıcı sınıf stratejileri” ve “ilerici stratejiler” olmak üzere üç tür gelişme stratejisi bulunduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 4. Kültürel Strateji Tipleri

Strateji Tipi	Hedefler	Kültürel proje ve Programların Hedefleri	Coğrafi Odak	Hedef Kitle
Girişimci	✓ Turizm, kent imajı üzerinden ekonomik gelişme ✓ Özel sektör yatırımlarına katalizör etkisi	✓ Öncü kültürel projeler ✓ Olağanüstü etkinlikler ✓ Teşvik edici aktiviteler	✓ Kent merkezi ✓ Eski kentsel alanlar	✓ Turistler ve kongreciler ✓ Zengin “sakinler” ve banliyölerde yaşayanlar
Yaratıcı Sınıf	✓ Yaşam kalitesi üzerinden ekonomik gelişme ✓ Yaratıcı ekonominin yeni “sakinlerini” çeker	✓ Sanat ve eğlence bölgeleri ✓ Sanat ve özel sektör arası işbirliği	✓ Kent merkezi ve tarihi mahalleler	✓ Beklenen ve mevcut sakinler ✓ Genç profesyoneller ve bilgi işçileri
Progresif	✓ Toplumsal gelişme ✓ Sanat eğitimi ve erişimi ✓ Yerel kültürel üretim	✓ Toplum merkezleri ✓ Sanat eğitim programları	✓ Kent içindeki komşuluk birimleri ✓ Hizmete erişemeyen komşuluk birimleri	✓ Hizmetlerden yoksun yerleşik nüfus

Kaynak: Grodach ve Loukaitou-Sideris, 2007

Girişimci stratejiler; Yerel yönetimler tarafından ortaya konulmaktadır ve ekonomik büyümeyi odağa koyarken toplumsal hedefleri geri plana iterler. Bu yaklaşımda vergi indirimi, arazi tahsis, imar haklarını esnetmek gibi düzenlemeler yaparak özel sektörün yatırımlarını çekmek amaçlanmaktadır. Yeni ekonomiler olan turizm, kültür ve bilgi teknolojilerine uygun olarak kentsel alanların alt ve üst yapısını düzenlerler. 1970’lerin sonu 1980’lerin başlarında kent merkezlerini canlandırmak amacıyla kamu-özel ortaklığında başlayan bu hareket bir süre sonra büyük kültür kompleksleri ve ses getiren etkinlikler düzenlenmesine odaklanarak kente ilgi çekmeyi temel amaç haline getirmiştir. Turistleri ve sermayeyi çekmek için kentin imajının kritik önem taşıdığı düşüncesiyle kültürel projeler kentlerin “marka imajını” güçlendirmede önemli bir araç olarak görülmüşlerdir. Bu stratejileri destekleyenler bu modelin sağladığı ekonomik büyüme potansiyelinin önemini öne sürerken bu modelin karşısında olanlar bunun “kentleri satmak” olduğunu öne sürmektedir. Genellikle kültürel tesislere yapılan büyük yatırımlar kentlilerin fikri alınmadan yapılmaktadır ve getirileri kentlilerden çok turistler ve sermaye gruplarına yönelik olmaktadır. Bazı uzmanlar bu yaklaşımı özel sektöre tanınan ayrıcalıklardan dolayı kamu yararı ilkesinden uzak bularak eleştirmektedirler. Sonuç olarak girişimci stratejiler kültürel aktivitelerin başarısını toplumsal kazanımlarından çok ekonomik getirileri üzerinden ölçer.

Yaratıcı sınıf stratejileri; Yaşam kalitesi ve yaşam konforu konularına odaklanarak yaratıcı sınıfı kente çekmeye çalışırlar. Bu yaklaşımın dayanak noktası, kentlerin çok fonksiyonlu, tarihi mahallelerini, kültürel ve rekreasyonel aktivitelerini ve etnik çeşitliliklerini geliştirmektir. Bazı uzmanlar bu yaklaşımın tek bir sınıfın yararına, önyargılı bir ekonomik gelişme programı ile sonuçlanacağını savunarak eleştirmektedirler. Bu strateji türünün savunucuları ekonomik faydalardan yaratıcı sınıf dışındaki kentlilerin de dolaylı olarak etkileneceğini öne sürerler. Buna karşılık özünde etnik çeşitlilik olmasına rağmen bu yaklaşımın temiz bir çevre ve merkezi bir yerde sanata erişim hedeflerinin kamuya genel fayda sağlamaktan çok yaratıcı sınıf tarafından arzulanan deneyimleri sağlamaya çalıştığı yönünde eleştiriler vardır. Son olarak bu yaklaşım ile yaratıcı şehir inşa edilirken yaratıcı sınıf için cazibe merkezi olan kent merkezi ve tarihi mahallelerin soylulaştırma tehdidi ile karşı karşıya kalacaklarını ifade etmişlerdir.

Progresif stratejiler; Ekonomik kalkınmanın faydalarının toplumun tüm kesimlerine dağıtımını öngörmektedir. Hedef, ekonomik ve sosyal eşitsizliğin azaltılması ve herkesin standartlarının yükseltilmesidir. Progresif stratejiler, kamu yararı adına çevrenin iyileştirilmesi, konut edinmenin kolaylaştırılması, kamusal ulaşımın desteklenmesi yapılaşma hakkı karşılığında yüksek vergiler gibi konularda özel sektörle pazarlık eder.

Progresif stratejilerin sanata erişimin genişletilmesi, yerel kültürel üretimin desteklenmesi, dezavantajlı mahallelerin canlandırılmasında sanattan yararlanılması gibi hedefleri vardır. Bu stratejilerin kapsamında yerel yönetimlerin sanat eğitimine maddi destek vermesi, boş binaları yerel kültür merkezlerine dönüştürmeleri ve yerel kültüre dikkat çekmeleri vardır. Bu yaklaşımın kökenleri 1960’lardaki yurttaşlık hakları ve feminizm

hareketlerine dayanır ve tabandan gelen katılım hareketinden beslenir. Fakat kapitalist ekonomilerde özel sektörün gelişme kararlarında daha etkin olması bu stratejilerin tıkanmasına yol açmaktadır. Sermaye ile pazarlıkta öne sürülen koşullar genellikle sermaye aktörlerinin bu koşullarla karşılaşmadıkları başka yerlere yönelmelerine neden olur (Grodach ve Loukaitou-Sideris, 2007).

Grodach vd. (2017) kültür politikalarının kültürü ve sanatı bir tüketim ögesi olarak görmesinin oluşturduğu sorunlara dikkat çekmişlerdir. Tüketime dayalı stratejiler sonucu kent merkezlerinde kültürel ve diğer üretim etkinlikleri çoğu kentte giderek azalmıştır. Grodach vd. (2017) bu durumun bir tarafta kalifiye ve yüksek maaşlı bilgi ekonomisi çalışanları, diğer tarafta ise düşük maaşlı servis işlerinde çalışanlardan oluşan bir yapıya neden olduğunu ve toplumsal eşitsizlikleri körüklediğini öne sürerler.

Kültürel politikalar, oluşturdukları sonuçlarla kentlileri, turistleri, yatırımcıları, yerel yönetimi ve diğer birçok aktörü olumlu veya olumsuz etkilemektedir. Bu kararlar alınırken tüm detaylar büyük önem taşımaktadır.

Grodach vd. (2017) yaratıcı endüstriler söyleminin geçirdiği evrime rağmen yaratıcı kent politikalarının 1980’lerdeki politikaların yeniden paketlenmiş hali olduğunu, yalnızca aktörler ve çıkarların genişletildiğini ileri sürer. Bu kapsamda 1980’lerden günümüze kentsel kültür politikalarını dört başlıkta ele alır (Tablo 5).

Bu dört başlık kronolojik sırayla kamu himayesi, kültürel imkanların ekonomik etkisi, kültürel planlama ve kültürel endüstriler şeklinde sıralanmaktadır. Bu sınıflamaya göre kentsel kültür politikalarının zaman içinde geçirdiği dönüşümü incelendiğinde en çok dikkat çeken konular giderek kamu kontrolünün yerini piyasa dinamiklerine ve çoklu ilişkilerden oluşan bir yapıya bırakması, politikalarda ekonomi boyutunun önem kazanması ve sanat vurgusunun yerini yaratıcılık vurgusuna bırakmasıdır.

Yaratıcı kent stratejileri ise Grodach vd. (2017)’a göre kültürel politikaların kentselleştirilmesi ile ortaya çıkmıştır. Yaratıcı kent stratejilerini ele alan sınıflamasında ise Grodach vd. (2017) üç ana başlık tanımlamıştır. Bu başlıklar “yaratıcı kent stratejisi”, “yaratıcı endüstriler” ve “yaratıcı sınıf”tır (Tablo 6). Bu stratejilerin ortak özelliği yatırımları ve yaratıcı insanları kente çekmek, yaşam kalitesinin artırılması ve aktörler arası işbirliklerine vurgu yapılmıştır.

Sonuç olarak mevcut uygulamalar ve yaklaşımlarda yaratıcı kent politikaları sanatsal ve yaratıcı aktiviteleri desteklemekten çok neoliberal kentsel büyüme stratejileri olmakla sınırlı kalmıştır. Fakat yaratıcı kent olgusu giderek evrimleşmekte ve kültür politikalarının yeni boyutlar kazanmasını sağlamaktadır (Grodach vd., 2017)

Bu anlamda özellikle 2010’lardan itibaren özellikle ABD’de öne çıkmaya başlayan en önemli yaklaşımlardan biri “creative placemaking”dir. “Creative placemaking”, özel sektör, kamu ve sivil toplumun beraberce bir mahallenin, kentin veya bir bölgenin fiziksel ve toplumsal karakterini şekillendirmesini hedefler. Kamusal ve özel mekanlarda canlılık sağlamak, kentsel peyzajı ve yerel işletmeleri geliştirmek, farklı insanların biraraya gelerek birbirlerinden ilham alabilecekleri güvenli ortamlar oluşturmak “creative placemaking”in temel kazanımlarındandır (Markusen & Gadwa, 2010).

Creative placemaking ABD’de yaratıcı endüstri politikaları üzerine tartışmaların odağını yaratıcı sınıf kentlere çekmek yerine insan merkezli bir yaklaşımla kentin kendi yaratıcı potansiyelini geliştirecek şekilde yerel toplulukların yaşam kalitesini ve kültürel imkanlarını artırmaya taşımıştır.

Tablo 5. 1980’lerden günümüze dört kentsel kültürel politika modeli

1980’lerden günümüze dört kentsel kültürel politika modeli

Politika modeli	Hedefler	Yaklaşım	Başlıca aktörler
Kamu himayesi	Sanatsal başarıyı desteklemek Sanata erişimi artırmak Ulusal kimliği tanıtmak	Sanat hibeleri Kültürel Olanaklar Mirasin korunması	Sanat organizasyonları Merkezi ve yerel yönetimler
Kültürel imkanların ekonomik etkisi	Sanat fonlarını artırmak Bütyümede sanatın rol oynaması Kent merkezlerine yatırım çekmek	Dönüşüm sürecinde kültürel olanaklar, etkinlikler ve kentsel tasarım Ekonomik etki çalışmaları	Sanat organizasyonları Yerel yönetimler Çeşitli gelişim aktörleri
Kültürel planlama	Topluluk gelişimi ve katılım Yerel kültürün ifadesini desteklemek Mahalle ekonomik gelişimi	Toplulukların kültürel katılımı Sanatın kentsel planlama süreci ile bütünleşmesi Mahalle kültürel projelerine destek	Sanat organizasyonları Topluluk organizasyonları ve yerel halk Yerel yönetimler
Kültürel endüstriler	Marjinal toplulukların katılımı Sanat dışındaki kültürel endüstrilerin tanınması Kentsel ekonomik kalkınma	Kültürel endüstrilerin yeniden geliştirilmesi Sanayi alanlarının rehabilitasyonu Kültürel üretim ve aglomerasyonların çalışılması	Kültürel firmalar ve araçlar Yerel yönetim Yeniden gelişim aktörleri

Kaynak: Grodach vd., 2017

Tablo 6. Yaratıcı kent politikaları

Yaratıcı kent politikaları

Politika modeli	Hedefler	Yaklaşım	Başlıca aktörler
Yaratıcı kent stratejisi	Yüksek yetenekli işgücünü ve yatırımları çekmek Ekonomik büyüme Kamu katılımı	Dönüşüm için yaşam kalitesinin artırılması Aktörler arası işbirlikleri Kamu-özel işbirlikleri	Yerel yönetim ajansları Çeşitli kentsel çıkar grupları
Yaratıcı endüstriler	Yüksek yetenekli işgücünü ve yatırımları çekmek Ekonomik büyüme	AR_GE ve fikri mülkiyetlerin geliştirilmesi	Merkezi ve yerel yönetim Girişimciler Bilişim, eğlence ve medya endüstrileri
Yaratıcı sınıf	Yüksek yetenekli işgücünü ve yatırımları çekmek Ekonomik büyüme	Yaşam kalitesini artıran hizmetler Kentsel markalaşma ve tüketim	Yerel yönetim ajansları Çeşitli kentsel çıkar grupları

Kaynak: Grodach vd., 2017

Kültür politikaları birçok anlamda ikilemlere sahne olmaktadır. Bu kutuplar arasında dengenin sağlanması kültür politikalarındaki en önemli mücadele alanlarından biridir. Bianchini'ye göre (1999) kültürel politikaların ikilemleri dört başlıkta ele alınabilir:

- ✓ 80'ler ve 90'larda kent merkezlerinde iyi koşullarda yaşayanlar ve banliyölerde yaşayanlara karşı kent merkezinin çöküntü alanlarında yaşayanlar ve kentin çeperlerinde yaşayanlar arasında zıtlıklar oluşmuştur. İkinci gruptakiler kent merkezinin dönüşümüne fiziksel ve ekonomik olarak katılma fırsatını yakalayamamışlardır.
- ✓ Ekonomik gelişimi hedefleyen kentsel kültürel politikaların sonucunda ortaya çıkan bir diğer ikilem sanatçıların soylulaşma süreçlerinin öncüsü olmalarıdır. Birçok örnekte mekanın dönüşümünü tetikleyen kültürel üreticiler bir süre sonra yükselen fiyatlar nedeniyle orayı terk etmek zorunda kalmışlardır.
- ✓ Birçok yerel yönetim tüketime dayalı politikalara kaynak ayırmıştır. Bu doğrultuda kültürel çekim noktaları, turistik tesisler, perakende satış tesisleri, oteller politikaların temelinde olmuştur. Yayıncılık, film, TV, elektronik müzik, tasarım, moda gibi üretim alanları bütçe ve statü olarak daha aşağı görülmüştür. Bu stratejik duruş sorunludur çünkü tüketime dayalı yaklaşımlarda kente gelen uçuşların fiyatları, gelen turistlerin harcayacak ne kadar parası olduğu gibi kentlerin kontrol edemediği birçok faktör vardır. Ayrıca bu tür kültürel politikalarla oluşturulan iş imkanları genellikle düşük maaşlı, yarı zamanlı, kötü çalışma şartlarına sahiptir. Bu açıdan yerel yönetimlerin üretime dayalı politikaları da benimsemeleri daha doğru olacaktır.
- ✓ Tüketime dayalı politikaların beraberinde getirdiği bir diğer durum ise müzeler, galeriler, kütüphaneler, konser salonları, opera evleri, tiyatrolar gibi büyük kültürel binaların genellikle bakım giderlerinin yüksek olmasıdır.

Kentlerde kültür ve yaratıcılığın varlığı kayda değer dönüşümlere neden olabilir. Bu durum kültür politikalarının varlığından bağımsız olarak kentin mevcut dinamikleri içinde de gerçekleşebilir. Bu bağlamda kültür politikalarının temel varlık sebebi bu süreçleri kontrol altına almaktır. Kentlerin kültür ve yaratıcılık ile ilgili politikaları olmaması kontrolü piyasa dinamiklerine, yani çoğu zaman sermayeye bırakmaktadır. Sermaye sahibi özel sektörün yatırımları ile kültür ve yaratıcılık alanlarında varlık göstermesi istenmeyen bir şey değildir, fakat bu aktörler genellikle öncelikli olarak karlılıklarını önemsedikleri için kente ve kentlilere katkıları çoğu zaman tartışmalıdır. Kentlerin politikaları tüm aktörlerin çıkarları arasındaki dengeyi sağlamayı hedeflemelidir.

Kültür politikalarında kentlilere sağlanan faydalar en öncelikli konu olmalıdır. Bu durum da kültür politikalarının oluşturulma süreçlerinde katılımın önemini ortaya koyar. Kentliler de homojen bir yapıda değildirler. Kültür ve yaratıcılık ile ilgili birçok proje ve yatırımdan kentin çeperlerinde yaşayanlar kent merkezindekiler kadar faydalanamamaktadırlar. Bu nedenle ideal koşullarda kültürel politikaların karar alma süreçlerine toplumun tüm kesimlerinin katılabiliyor olması önemlidir.

Kültürel yatırımların toplumsal faydalarının ölçülmesi ekonomik kazanımların ölçülmesine göre daha zordur. Ekonomik kazanımlar kısa sürede elde edilebilir ve kantitatif yöntemler ile ölçülebilirken toplumsal faydaların elde edilmesi uzun süreçler içinde gerçekleşir. Kültür tesislerine ve kurumlarına erişimin kolaylığı gibi net bir şekilde ölçülebilecek kriterlerin yanı sıra net biçimde tanımlanamayan kent ortamının yaratıcılığı destekleyen ambiyansı gibi dolaylı etkiler de vardır. Bu etkiler ancak uzun vadede kültür ve yaratıcılığın kent mekanına yerleşmesi sonucu sağlanabilmektedir. Bu yüzden sürdürülebilirliğin sağlanması bu politikaların en önemli hedeflerinden biri olmalıdır. Kısa vadede kar etmeyi amaçlayan yatırımlar yerine uzun vadede toplumun belli

bir kesiminin değil tüm kentlilerin kültürel gelişimini sağlamayı hedefleyen stratejiler daha sağlıklı sonuçlar vermektedir.

Kültürel ve yaratıcı endüstrilere yönelik politikaların ölçekleri ve izlediği yollar dönemler boyunca daima dünya konjonktürüne paralel olarak bir değişim ve dönüşüm içerisinde olmuştur. Önceleri genellikle ülke ölçeğinde geliştirilen kültür politikaları giderek kent ölçeğinde kendilerine daha büyük bir yer bulmaya başlamıştır.

Yaratıcı endüstrilerin kentlere etkileri dört ana başlık altında ele alınabilir (Enlil ve diğ. 2006):

Bu başlıklardan biri doğrudan ekonomik katkıdır. Yaratıcı endüstriler kentlerde genellikle düşük başlangıç maliyetleri ile kurulan küçük ve orta ölçekli firmalardan oluşan kümelerle var olmakta, uluslararası bağlantılar kurarak ekonomiyi kalkındırabilmektedir. Hem üretim hem de hizmet sektörleri ile ilişki içinde oldukları için ekonomik canlanmayı farklı boyutlarıyla desteklerler. Temel özellikleri arasında yer alan buluşçuluk ve yaratıcılığı destekliyor olmaları, kentte mevcut diğer sektörleri de olumlu yönde etkiler (Enlil ve diğ., 2006).

İkinci bir başlık yaratıcı endüstrilerin kentin imajına olan etkileridir. Yaratıcı endüstrilerin kentsel mekanlardaki varlığı yer yer fiziksel mekandaki izleri ile yer yer de bölgenin itibarına yaptığı etki ile kendini belli etmektedir. Buna paralel olarak üçüncü bir başlık olan yaratıcı endüstrilerin turizm açısından tetikleyici rolü önemlidir. Kentin, mahallenin veya bölgenin imajı, turistik potansiyelini de yukarı çeken bir etkiye neden olur. Dördüncü ve son başlık ise yaratıcı endüstrilerin yaşam kalitesi üzerindeki etkileridir. Aslında yaşam kalitesi ve yaratıcı endüstriler arasında çift yönlü bir etkileşim olduğu ileri sürülebilir. Yaratıcı endüstrilere ilişkin birçok yaklaşım yaratıcı insanların kentteki varlığının önemine vurgu yapar ve yaratıcı insanları kente çekebilmenin en önemli koşullardan birinin yüksek bir yaşam kalitesi düzeyi sağlamak olduğunu belirtir. Bu anlamda yaşam kalitesi hem yaratıcı endüstriler için bir ön koşul hem de yaratıcı endüstrilerin varlığı ile kentlere yaptığı olumlu katkılardan biri olarak ele alınabilir.

Yaratıcı endüstrilerin kentler üzerindeki olumlu etkileri kentsel politikadaki rolünü giderek artırmaktadır. Kentsel politikalarda geline nokta kültürel endüstrilerin gelişimi için yaratıcı kümelerin desteklenmesi en temel başlıklardan biridir. Yaratıcı kümeler hem yaratıcı endüstrilerin genellikle küçük ve orta ölçekli firmalardan oluşan doğası için uygun bir etkileşim ortamı sağlamaktadır hem de kentteki yaratıcı havayı yukarı çeken bir etki oluşturur.

4. SONUÇ

Kentlerin gündeminde giderek daha önemli bir yere sahip olan kültür endüstrileri ve yaratıcı endüstriler üzerine yapılmış çalışmalar da özellikle 1990'lardan itibaren artarak literatürde yer almıştır. Literatürdeki bu zenginliğin geri planında bu dönemde özellikle gelişmiş ülkelerdeki sektörel dönüşüm ile sanayinin eski rolünü sürdürmemesi ve oluşan konjonktürde yaratıcı endüstrilerin ekonomik potansiyelinin önemsenmesi yer almaktadır. Yaratıcı endüstrilerin geliştirilmesi ve desteklenmesi için öncelikle anlaşılabilirliği, karar alıcılara ve kitlelere anlatılabilirliği gerekmektedir. Bu sebeple yaratıcı endüstriler ve kültür endüstrilerinin kapsamının tanımlanmasına yönelik birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalarla kapsamı ortaya konmuş olan yaratıcı endüstrilerin kentlerdeki varlığının ne şekillerde destekleneceği ise kültür politikaları ve kentsel politikaların önemli meseleleri arasında yer almaya başlamıştır. Önceleri ülke ölçeğindeki politikalarda kültürün kendine yer bulduğu ve politikaların odağında insanların kültüre erişimini kolaylaştırmanın yer aldığı görülürken, 1980'lerden itibaren kültürel ve yaratıcı endüstrilerin ekonomik boyutlarına odaklanan ve ülke yerine kent ölçeğindeki politikaların yükselişe geçtiği görülmektedir. Yaratıcı endüstrilerin taşıdığı ekonomik potansiyelin önemi kabul edilmekle beraber aynı zamanda oluşturulan politikaların toplumu kültür ve yaratıcılıkla buluşturmayı ön planda tutması, tabandan gelen bir etkiyle kente yaratıcılığı yerleştirirken, dolaylı olarak yaratıcı endüstrilerin kentlerin ekonomisindeki payını da yükseltecektir.

KAYNAKÇA

Alpan, A. (2019) İstanbul'da Yaratıcı Endüstriler: Moda Tasarımı Sektörü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

Americans for the Arts (2014) Americans for the Arts Annual Report 2013, Washington

Bianchini, F. (1999) Cultural Planning for Urban Sustainability, Louise Nyström (ed.) City and Culture: Cultural Processes and Urban Sustainability içinde (34-52), Karlskrona, Swedish Urban Environment Council

Chang S., (2009) Great expectations: China's cultural industry and case study of a government-sponsored creative cluster, Creative Industries Journal, 1:3, 263-273

- Chen, K.W., (2017): Contingent proletarianization of creative labor: Deskilling in the Xianyou classical furniture cluster, *Geoforum*
- DCMS, 1998. Creative Industries Mapping Document. London: DCMS.
- DCMS, 2001. Creative Industries Mapping Document. London: DCMS.
- DCMS, 2007. Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin, London: DCMS.
- DCMS, 2016, Creative Industries Economic Estimates Methodology, London: DCMS.
- Enlil, Z., Dinçer, İ., Evren, Y. ve Seçkin, E. (2006) *Kültür Endüstrileri– Kültür ve Turizm Grubu, Kültür Endüstrileri Araştırma Raporu*, İstanbul Metropolitan Planlama ve Kentsel Tasarım Merkezi (İMP), İstanbul.
- Garcia, B. (2007) 'Building on the European Culture Capital as impulse for cultural and creative development', in: *Change through the Cultural Economy. Perspectives of a Sunrise Industry*, The State Government of North Rhine-Westphalia, Essen, Germany
- Garnham, N. (1983) 'Concepts of culture, public policy and the cultural industries', paper presented at the conference Cultural Industries and Cultural Policy in London, London, GLC.
- Girard, A. (1982) 'Cultural industries: a handicap or a new opportunity for cultural development?' in UNESCO (1982) *Cultural Industries: A Challenge for the Future of Culture*. Paris: UNESCO.
- Grodach, Carl & Loukaitou-Sideris, Anastasia (2007) *Cultural Development Strategies and Urban Revitalization A survey of US cities*, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 13, No. 4, 2007
- Grodach, C., O'Connor, J. & Gibson, C. (2017). *Manufacturing and cultural production: Towards a progressive policy agenda for the cultural economy*. *City, Culture and Society*, 10 17-25.
- Gu, X. 2014, *Cultural industries and creative clusters in Shanghai*, *City, Culture and Society* 5 (2014) s123-130
- He, J. (2014) "Creative Industry Districts: An Analysis of Dynamics, Networks and Implications on Creative Clusters in Shanghai", Springer, Heidelberg
- Hesmondhalgh, D., (2007). *The cultural industries*. 2nd ed. London: Sage.
- Markusen, A., & Gadwa, A. (2010). *Creative placemaking*. Washington, DC: National Endowment for the Arts.
- Mommaas, Hans (2004) *Cultural Clusters and the Post-industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy*, *Urban Studies*, Vol. 41, No. 3, 507–532, March 2004
- Nielsen, T., 2008, *The Eriba Model: An Effective And Successful Policy Framework For The Creative Industries*, The Knowledge Foundation, Stockholm
- Thorsby, D. (2001). *Economics and Culture*, Cambridge University Press.
- Thorsby, D. (2008). "Modelling the cultural industries." *International Journal of Cultural Policy* 14(3): 217-232.
- Tsang, K. K. M. ve Siu, K. W. M. (2016) *The 3Cs model of sustainable cultural and creative cluster: The case of Hong Kong*, *City, Culture and Society* 7 (2016), s. 209-219
- KEA, 2006, *The Economy of Culture in Europe*. Report prepared for the European Commission, Directorate-General for Education and Culture, Brussels.
- O'Connor, J. & Gu, Xin (2010) *Developing a Creative Cluster in a Postindustrial City: CIDS and Manchester*, *The Information Society: An International Journal*, 26:2, 124-136
- UNCTAD (2008). *Creative Economy Report. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy Making*. Geneva and New York: United Nations.
- UNCTAD (2010). *Creative Economy Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option*. Geneva and New York: United Nations.
- UNESCO (2009). *The 2009 UNESCO framework for cultural statistics (FCS)*. Canada, Montreal: UNESCO Institute for Statistics.

UNESCO (2013) Creative Economy Report: Widening Local Development Pathways, United Nations/UNDP/UNESCO, Paris

WIPO (2003) Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries, World Intellectual Property Organization

Work Foundation (2007) Staying Ahead: The Economic Performance of the UK's Creative Industries, DCMS