







Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

Türkiye’de Yaratıcı Ekonominin Uygun Şekilde DönüŐtürülmesi için Kapasite Geliştirme Projesi, Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti mali işbirliği çerçevesinde finanse edilen ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yrtlen Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında gerçekleŐtirilmektedir.

Yaratıcı Ekonomi Periyodik Sektör Raporu, INSPIRE projesi kapsamında GIZ tarafından hazırlanmıŐtır. Ayrıca, projenin nihai faydalanıcısı Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü yönetici ve uzmanları ile proje ortağı kurumlar İstanbul Kalkınma Ajansı ve İzmir Kalkınma Ajansı uzmanlarının raporun hazırlık sürecinde verdiği katkılar için teŐekkür ederiz.

#### **Katkıda bulunanlar:**

- Ahmet ŐİMŐEK  
(Genel Müdür)
- Mustafa Caner MEYDAN  
(Genel Müdür Yrd.)
- Dr. Abdulvahap YOğUNLU  
(Dairesi BaŐkanı V.)
- Mustafa SARIŐEN (Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü  
Proje Operasyon Koordinasyon Birimi (OCU) Koordinatörü)
- Őkr ÇİĞDEM (Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü  
Proje Operasyon Koordinasyon Birimi (OCU) yesi)
- Ayhan KÖKSEL (İstanbul Kalkınma Ajansı  
Proje Operasyon Koordinasyon Birimi (OCU) yesi)
- Elif ERĐN (İstanbul Kalkınma Ajansı  
Proje Operasyon Koordinasyon Birimi (OCU) yesi)
- Cangl KUŐ (İzmir Kalkınma Ajansı  
Proje Operasyon Koordinasyon Birimi (OCU) yesi)
- Çağdaş GÜNEŐ (İzmir Kalkınma Ajansı  
Proje Operasyon Koordinasyon Birimi (OCU) yesi)



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Yaratıcı Ekonomi Periyodik Sektör Raporu

Yönetici Özeti .....	4
Kavramsallaştırma ve Tanımlar .....	6
Küresel Eğilimler .....	9
Türkiye'nin Yaratıcı Ekosistemi .....	21
1. İnovasyon Öngörüleri: Türkiye .....	23
2. Kültür Ekonomisi ve İstihdam .....	29
3. Kültüre Katılım .....	37
4. Türkiye'ye Bölgesel Bakış .....	43
INSPIRE Araştırmasında Öne Çıkanlar* .....	49
1. Eğitim İhtiyaçları Analizi: Geleceğin Becerileri ve Politika Geliştirme .....	51
2. Yaratıcı Ekonomi Yönetimi ve Yönetişiminde Mevcut Durum .....	59
3. Türkiye'de Yaratıcı Ekonominin Dinamik Haritalanması .....	67



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Yönetici Özeti

Yaratıcı Ekonomi Periyodik Sektör Raporu, Türkiye'nin yaratıcı ekonomisini anlama ve geliştirme konusunda kapsamlı bir kaynak olarak tasarlanmıştır. Öncelikli olarak politika yapıcılara, yaratıcı ekonomi aktörlerine, sektör paydaşlarına ve akademisyenlere hitap eden bu rapor, aynı zamanda genel kamuoyu ve medya gibi ikincil hedef kitlelere de ulaşarak erişilebilir ve eyleme geçirilebilir içgörüler sunmayı amaçlamaktadır.

Yaratıcı ekonomi, dünya genelinde yenilikçiliğin, kültürel etkileşimin ve ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olarak giderek daha fazla tanınmaktadır. Sanat ve tasarımdan CreaTech ve medyaya kadar geniş bir sektör yelpazesini kapsayarak hem yerel hem de küresel ekonomilerde dinamik bir güç oluşturmaktadır. Türkiye için bu sektör, istihdamı artırma, kültürel etkiyi güçlendirme ve teknolojik ilerlemeyi teşvik etme açısından büyük bir potansiyele sahip olup, aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmaya ve sosyal uyuma katkıda bulunmaktadır.

Bu rapor, yaratıcı ekonominin önemini ve Türkiye'nin sosyo-ekonomik yapısına etkisini vurgulayarak farkındalık oluşturmayı amaçlamaktadır. Yenilikçiliğin itici gücü olma ve kültürel etkileşimi teşvik etme rolüne dikkat çekerken, politika geliştirme süreçlerine rehberlik etmeyi, kanıta dayalı karar almayı desteklemeyi ve küresel yaratıcı ekonomi trendleriyle uyumlu stratejik planlamayı teşvik etmeyi hedeflemektedir. Ayrıca, rapor sektör bazlı içgörüler sunarak yaratıcı ekonominin farklı alanlarındaki eğilimleri, zorlukları ve fırsatları detaylı bir şekilde analiz etmektedir. Son olarak, akademisyenler ve araştırmacılar için güvenilir, veriye dayalı bir kaynak olarak hizmet vererek yaratıcı ekonominin dinamiklerini inceleyen araştırmaları desteklemeyi amaçlamaktadır.

Rapor, bu hedefleri ele alarak Türkiye'nin yaratıcı ekonomisini daha geniş bir küresel çerçeve içinde konumlandırmayı, güçlü yönlerini, fırsatlarını ve büyüme alanlarını belirlemeyi amaçlamaktadır. İki yılda bir yapılacak güncellemeleri sayesinde, rapor sektördeki sürdürülebilir kalkınma için bilgiye dayalı tartışmalar ve stratejiler teşvik ederek sürekli bir geçerlilik ve fayda sağlayacaktır.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Sınırlılıklar ve zorluklar

Bu rapor hazırlanırken, yaratıcı ekonominin karmaşık ve sürekli gelişen doğasını yansıtan çeşitli zorluklarla karşılaşmıştır. Başlıca zorluklardan biri, verilerin erişilebilirliği ve tutarlılığıdır. Belirli sektörlere ilişkin veri toplama konusunda önemli ilerlemeler kaydedilmiş olsa da, hala kapsamlı ve güncel ulusal veri setlerinin eksikliği bulunmaktadır. Bu kısıt genellikle uluslararası kaynaklara dayanmayı zorunlu kılmaktadır. Bu kaynaklar değerli olsa da Türkiye'nin yaratıcı ekonomisinin kendine özgü dinamiklerini tam olarak yansıtamayabilir.

Bir diğer zorluk da yaratıcı ekonominin ölçümünde kullanılan farklı tanımlar ve metodolojilerdir. "Yaratıcı ekonomi" ve "kültürel endüstriler" gibi terimler için standartlaşmış tanımların olmaması, verilerde tutarsızlıklara yol açabilmekte ve karşılaştırmaları zorlaştırabilmektedir. Buna rağmen, bu tanımlarda esneklik ihtiyacı kabul edilerek, sektörün ve birçok alt alanının çeşitlilik içeren doğasını kucaklayan geniş ve kapsayıcı bir bakış açısı benimsemeye çalışıldı. Bu bütüncül yaklaşım, yaratıcı ekonominin bir bütün olarak daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunarak her sektörün potansiyelinin kabul edilmesini sağlamayı amaçlamaktadır.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Kavramsallaştırma ve Tanımlar

Yaratıcı endüstri sınıflandırmalarında, uluslararası ve uluslararası çerçeveler arasında farklılıklar olup, bu sınıflandırmalar farklı metodolojileri ve politika önceliklerini yansıtmaktadır. Ekonomik faaliyet temelli sınıflandırmalar, mesleki rol kategorileri ve yaratıcı yoğunluk modelleri en yaygın kullanılan yaklaşımlar arasındadır. Kimi sınıflandırma sistemleri kültürel üretim ve mirası vurgularken, diğerleri yenilik odaklı endüstrilere ve bunların ekonomik etkilerine odaklanmaktadır.

Bu raporda birden fazla kaynaktan veri sunulurken, tutarlılığı korumak adına mevcut sınıflandırmalar takip edilmektedir. Bu durum, farklı sınıflandırma sistemleri arasında kimi farklılıkların ortaya çıkmasına neden olsa da, verilerin en kapsamlı ve karşılaştırılabilir şekilde sunulmasını sağlar. Bu yaklaşım, metodolojik bir tutarsızlıktan ziyade, yaratıcı ekonomiyi bütüncül bir şekilde ele almak için çeşitli ancak uluslararası düzeyde kabul gören kategorilerle uyum sağlama gerekliliğini yansıtmaktadır.

Farklı sınıflandırma sistemlerinin bir araya getirilmesi, yaratıcı endüstrilere daha geniş bir perspektiften bakılmasını sağlayarak, ekonomik ve kültürel katkılarının daha ayrıntılı bir şekilde anlaşılmasına olanak tanımaktadır.

Yaratıcı endüstrilerin sınıflandırmasında yaygın kullanılan UNESCO, UNCTAD ve Eurostat çerçeveleri kurumların önceliklerine göre şekillenmiştir. UNESCO'nun sınıflandırması, kültürel miras, sanatsal üretim ve medya sektörlerine vurgu yaparken, UNCTAD yaratıcı hizmetler ve dijital endüstrileri entegre ederek bunların küresel ticaretteki ekonomik rolünü öne çıkarır. Eurostat'ın ESSnet-Culture aracılığıyla geliştirdiği istatistiksel çerçeve ise AB politikalarıyla uyumludur ve kültürel ve yaratıcı endüstrileri ekonomik işlevler ve istihdam verileri temelinde yapılandırmaktadır.

Ulusal modeller de sınıflandırma tartışmalarını etkiler. Birleşik Krallık'ın uzun süredir uyguladığı yaklaşım, başlangıçta politika odaklı haritalama çalışmalarıyla geliştirilmiş ve yaratıcı yoğunluk kavramını ortaya koyarak endüstriler içindeki yaratıcı rollerin oranını ölçen bir yöntem sunmuştur. Bu metodoloji yaygın olarak benimsenmiş olsa da ekonomik etkiden ziyade kültür politikaları hedeflerine öncelik veren çerçevelerden ayrılmaktadır.

Bu farklılıklar yaratıcı endüstrilerin kültürel değer ve ekonomik katkı gibi farklı perspektiflerden tanımlandığını göstermektedir. Tek bir model sektörün tüm karmaşıklılığını tam anlamıyla ortaya koyamasa da, farklı çerçeveler eğilimleri karşılaştırma ve yaratıcı ekonomilerin değişen yapısını ölçme kapasitesini artırmaktadır.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

<b>DCMS Sınıflandırması<sup>1</sup></b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Reklamcılık ve Pazarlama</li><li>• Mimarlık</li><li>• El Sanatları</li><li>• Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarımı</li><li>• Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğrafçılık</li><li>• Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri</li><li>• Yayıncılık</li><li>• Müzeler, Galeriler ve Kütüphaneler</li><li>• Müzik, Gösteri Sanatları ve Görsel Sanatlar</li></ul>	<b>UNCTAD Yaratıcı Endüstriler Sınıflandırması<sup>2</sup></b> <p><b>Kültürel Miras</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Geleneksel Kültürel Ürünler:</b> El sanatları, festivaller, kutlamalar</li><li>• <b>Kültürel Mekanlar:</b> Arkeolojik alanlar, müzeler, kütüphaneler, sergiler vb.</li></ul> <p><b>Sanat</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Görsel Sanatlar:</b> Resim, heykel, fotoğrafçılık, antikalar</li><li>• <b>Sahne Sanatları:</b> Canlı müzik, tiyatro, dans, opera, sirk, kukla gösterileri vb.</li></ul> <p><b>Medya</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Yayıncılık ve Basılı Medya:</b> Kitaplar, basılı medya ve diğer yayınlar</li><li>• <b>Görsel-İşitsel Medya:</b> Sinema, televizyon, radyo vb.</li><li>• <b>Yeni Medya:</b> Yazılım, video oyunları ve dijitalleştirilmiş yaratıcı içerik</li></ul> <p><b>Fonksiyonel Yaratımlar</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Tasarım:</b> İç mekan tasarımı, grafik tasarım, moda, mücevher ve oyuncak tasarımı</li><li>• <b>Yaratıcı Hizmetler:</b> Mimarlık, reklamcılık, kültür ve eğlence hizmetleri, yaratıcı Ar-Ge</li></ul>
---	--

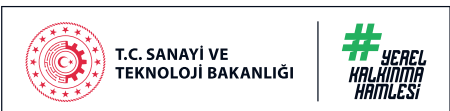
<sup>1</sup> Department for Digital, Culture, Media & Sport. (2022). *DCMS sectors economic estimates 2022: Business demographics - Technical and quality assurance report*. UK Government. Retrieved from <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-2022-business-demographics/dcms-sectors-economic-estimates-2022-business-demographics-technical-and-quality-assurance-report#sector-definitions>.

<sup>2</sup> United Nations Conference on Trade and Development. (2008). *Creative economy report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making*. UNCTAD. Retrieved from [https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf).





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

# Küresel Eğilimler

9



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI



#YEREL  
KALKINMA  
HAREKETİ



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



ARAŞTIRMA  
PROGRAMI



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir



Yaratıcı ekonomideki küresel eğilimleri ölçmek, standartlaştırılmış tanımların ve metodolojilerin eksikliği nedeniyle önemli zorluklar içermektedir. "Kültür", "kültürel ve yaratıcı endüstriler" ve "yaratıcı ekonomi" gibi terimlerin anlaşılma ve uygulanma biçimlerindeki farklılıklar verilerde tutarsızlıklara yol açmaktadır. Ayrıca, ister GSYH'ye katkı, ister katma değer ya da başka bir ölçüt olsun, yaratıcı endüstrilerin tanım ve kapsamındaki farklılıklar anlamlı karşılaştırmalar yapma çabalarını zorlaştırmaktadır. Referans yıllarındaki farklılıklar, verilerin ülkeler ve bölgeler arasında karşılaştırılabilirliğini daha da sınırlamaktadır. Bu zorluklara rağmen, mevcut verilerin analizi, yaratıcı ekonominin dünya çapında artan önemine ilişkin değerli bilgiler sağlamaktadır.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## KÜRESEL YARATICI EKONOMİYE BİR BAKIŞ<sup>3</sup>

BÜYÜME VE EKONOMİK ETKİ	DİJİTAL DÖNÜŞÜM	GENÇ TÜKETİCİLER VE DİJİTAL İÇERİK	KÜRESEL İSTİHDAM EĞİLİMLERİ	YARATICI SEKTÖRLERİN EKONOMİK KATKILARI	ULUSAL POLİTİKALAR
<p>Yaratıcı ekonomi hızla büyümektedir ve yıllık 2,3 trilyon dolar katkı sağlayarak küresel GSYH'nin %3,1'ini oluşturmaktadır. Hem kültürel hem de ekonomik değer üreterek istihdam yaratılmasını ve ekonomik kalkınmayı desteklemektedir.</p>	<p>Dijital içerik, kitap, film, müzik ve video oyunları gibi sektörlerde fiziksel ürünlerin yerini giderek daha fazla almakta olup, bu dönüşüm streaming (dijital canlı yayın) ve dijital platformlar tarafından yönlendirilmektedir. Bu değişim, yeni iş modellerini desteklerken video oyunları, müzik, yayıncılık ve film gibi sektörler arasında iş birliklerini teşvik etmektedir.</p>	<p>Gelişmekte olan ekonomilerdeki demografik değişimler, özellikle genç nesiller, dijital içerik talebini artırarak yaratıcı endüstrilerde büyümeyi desteklemektedir.</p>	<p>Kültürel ve yaratıcı endüstriler, küresel istihdama %6,2 katkı sağlamaktadır, ancak bu oran ülkeler arasında önemli ölçüde farklılık göstermektedir; Türkiye'de %1, Avustralya'da ise %2,1'dir.</p>	<p>Yaratıcı ekonominin GSYH'ye katkısı ülkeden ülkeye büyük ölçüde farklılık göstermektedir ve %0,5'ten %7,3'e kadar değişmektedir. Gelişen ekonomilerde ise dikkat çeken katkılar görülmekle birlikte, veri farklılıkları karşılaştırmaları zorlaştırmaktadır.</p>	<p>Ülkelerin %70'inden fazlası, genellikle özel bakanlıklar veya ajanslar aracılığıyla yaratıcı ekonomiyi desteklemek ve geliştirmek için ulusal planlar veya stratejiler uygulamıştır.</p>

12

## KÜRESEL YARATICI EKONOMİYE BİR BAKIŞ<sup>4</sup>



### Küresel Reklamcılıkta Trendler

2023 yılında 806 milyar dolar olarak değerlendirilen küresel reklam endüstrisi, giderek daha çok dijital platformlar tarafından yönlendirilmektedir. Özellikle video oyunlarında hızla büyüyen reklam hacminin, 2022'de 70 milyar dolarken 2027'de 137 milyar dolara çıkması bekleniyor.

<sup>3</sup> United Nations Conference on Trade and Development, *Creative Economy Outlook 2024*. United Nations, 2024. Retrieved from <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>.

<sup>4</sup> Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, *Yaratıcı Ekonomi Görünümü 2024*. Birleşmiş Milletler, 2024. <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> adresinden alındı .



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir



## Dijital Telif Ücretlerinde Büyüme

Dijital telif gelirleri, geleneksel kaynakları geçerek 2022 yılında abonelik tabanlı dijital canlı yayın (*streaming*) servislerinin küresel telif hakkı gelirlerinin %35'ini oluşturmuştur. Latin Amerika, dijital telif gelirlerinin en hızlı büyüdüğü bölge olarak öne çıkmaktadır.



## Video Oyunları ve Türkiye Esport Federasyonu

2027 yılına kadar 314 milyar dolar gelir elde etmesi beklenen video oyun endüstrisi, film ve müzik gibi geleneksel eğlence sektörlerini geride bırakmaktadır. E-spor hızla büyümektedir ve bilet satışları son yıllarda iki katına çıkmıştır.



## Müzik Endüstrisinin Evrimi

Küresel kayıtlı müzik endüstrisi 2023 yılında 28,6 milyar dolarlık rekor bir büyüklüğe ulaşırken, toplam gelirin üçte ikisinden fazlasını dijital canlı müzik yayıncılığı (*streaming*) oluşturmaktadır. Sahra Altı Afrika gibi gelişmekte olan bölgelerde önemli bir büyüme kaydedilmiştir.



## Küresel Film Üretimi

2022 yılında dünya çapında 8.748 film üretilmiştir ve Hindistan en büyük üretici olarak başı çekmiştir. Arjantin, Brezilya ve Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler küresel film üretiminde kilit oyuncularlardır.



## Görsel Sanatlar Pazar Eğilimleri

Piyasadaki dalgalanmalara rağmen, görsel sanatlar sektöründe 2023 yılında küresel satışlar 65 milyar dolara ulaşmıştır. Dijital platformların erişilebilirliği ve medya ile eğlence sektörü yıldızlarının pazara ilgisi sayesinde sanat piyasasına yönelik yatırım ilgisi artmaktadır.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## GELİŞEN PAZARLAR VE SEKTÖRLER

- Hindistan, 2023 yılında küresel film üretiminin %29'unu gerçekleştirerek en büyük film üreticisi konumunu elinde bulundurmuştur. Türkiye, Arjantin, Brezilya, Çin, İran İslam Cumhuriyeti, Meksika, Filipinler ve Rusya Federasyonu gibi diğer gelişen ekonomiler ise dünya genelinde en büyük 20 film üreticisi arasında yer almıştır.<sup>5</sup>
- Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomilerin video oyun sektöründe en hızlı büyümeyi yaşaması bekleniyor. **2021-2026 yılları arasında** Türkiye'nin yıllık ortalama **%24,1**'lik bir büyüme göstermesi öngörülürken, onu %21,9 ile Pakistan ve %18,3 ile Hindistan takip ediyor<sup>6</sup>.
- UNCTAD'ın raporuna göre yaratıcı hizmetlerin toplam ihracatı<sup>7</sup> 2022 yılında 1,4 trilyon dolara ulaşarak rekor kırdı ve 2017'ye kıyasla %29 artış gösterdi. Bu rakam, 713 milyar dolar seviyesinde gerçekleşen yaratıcı ürün ihracatının neredeyse iki katıdır.<sup>8</sup>Gelişmiş ülkeler yaratıcı hizmet ihracatında liderliğini sürdürürken, gelişmekte olan ülkeler öncelikle yaratıcı ürünlere odaklanmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin yaratıcı hizmetler ihracatındaki payları 2010 yılında %10 iken iki katına çıkararak **2022 yılında %20** oranına yükselmiştir.<sup>9</sup>

Kayıt altına alınmış global müzik gelirleri, 1999'dan bu yana streaming ( canlı yayın akışı) sayesinde hızla artarak, **0,1 milyar dolardan 2023'te 19,3 milyar dolara yükselmiştir**. Bu dikkat çekici büyüme, teknolojik gelişmeler ve değişen tüketici davranışlarının etkisiyle müzik endüstrisinde streaming hizmetlerinin dönüştürücü rolüne dikkat çekmektedir.

- Yapay zeka, haber merkezlerinde yaygın olarak kullanılmakta olup, haber merkezlerinin %41'i yapay zekayı görselleştirme çalışmalarında, %39'u sosyal medya içeriği üretiminde ve %38'i makale yazımında kullanmaktadır. Dijital araçlar, güçlü düzenlemelerin olmaması halinde, kalite kontrolü, telif hakkı sorunları ve pazar tekelleşmesi açısından zorluk yaratabilmektedir.

### 2022'de En Çok İhraç Edilen Yaratıcı Hizmetler<sup>10</sup>

1. **Yazılım Hizmetleri:** %41.3
2. **Araştırma ve Geliştirme:** %30.7
3. **Reklamcılık, Pazar Araştırması ve Mimarlık:** %15.5
4. **Görsel-İşitsel Hizmetler:** %7.9
5. **Bilgi Hizmetleri:** %4.0
6. **Kültürel, Rekreasyonel ve Miras Hizmetleri:** %0.6



<sup>5</sup> Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (2024). Küresel Sinemanın Yeniden Dirilişi: 2022 ve 2023 güçlü bir geri dönüşe tanıklık etse de hala pandemi öncesi normların gerisindedir.

<sup>6</sup> PwC (2022). Küresel Eğlence ve Medya Görünümü 2022-2026'dan Perspektifler.

<sup>7</sup> Altı hizmet grubu arasında reklam, pazar araştırması ve mimarlık, görsel-işitsel, kültürel, eğlence ve miras hizmetleri, bilgi, araştırma ve geliştirme, yazılım yer almaktadır.

<sup>8</sup> Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, *Yaratıcı Ekonomi Görünümü 2024*. Birleşmiş Milletler, 2024. <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> adresinden alındı .

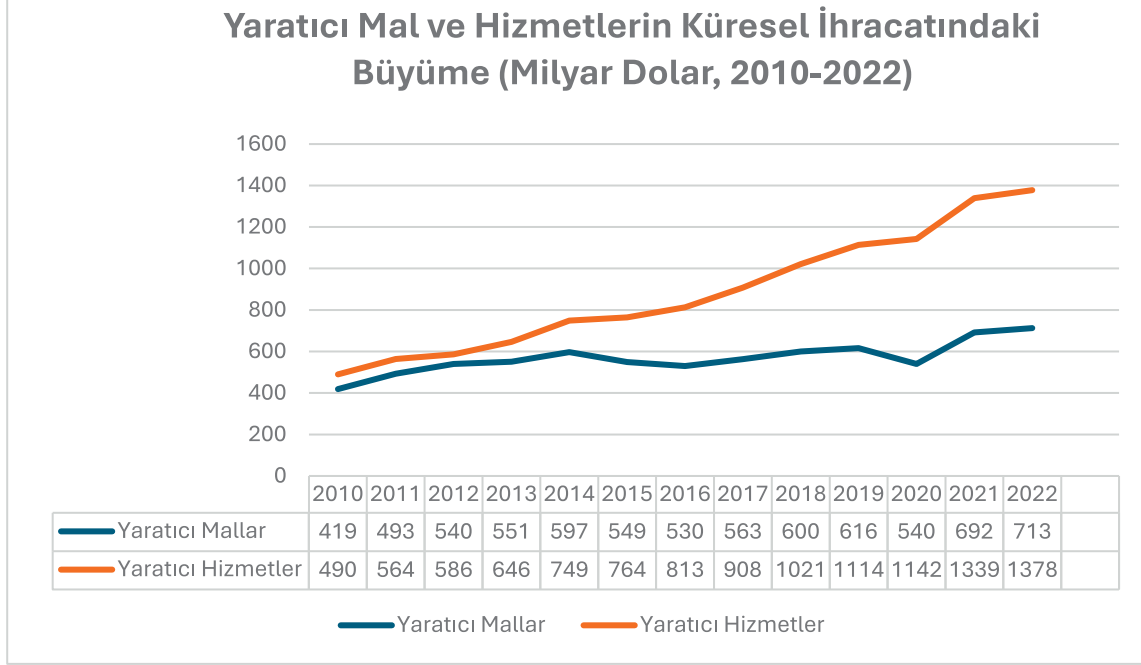
<sup>9</sup> Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, *Yaratıcı Ekonomi Görünümü 2024*. Birleşmiş Milletler, 2024. <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> adresinden alındı .

<sup>10</sup> Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, *Yaratıcı Ekonomi Görünümü 2024*. Birleşmiş Milletler, 2024. <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> adresinden alındı .

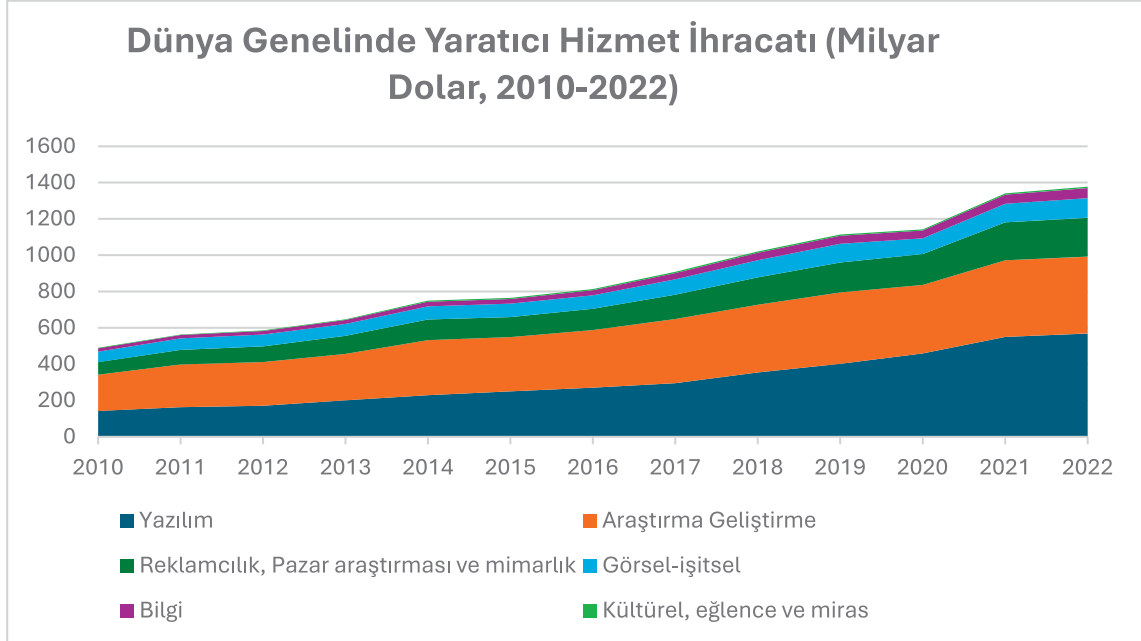


Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## 2010-2022 Yılları Arasında Yaratıcı Mal ve Hizmetlerin Küresel İhracatındaki Büyüme<sup>11</sup>



## 2010-2022 Yılları Arasında Dünya Geneline Yaratıcı Hizmet İhracatı (Hizmet Kategorisi, Milyar Dolar)<sup>12</sup>



<sup>11</sup> United Nations Conference on Trade and Development, *Creative Economy Outlook 2024*. United Nations, 2024. Retrieved from <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>.

<sup>12</sup> United Nations Conference on Trade and Development, *Creative Economy Outlook 2024*. United Nations, 2024. Retrieved from <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>.



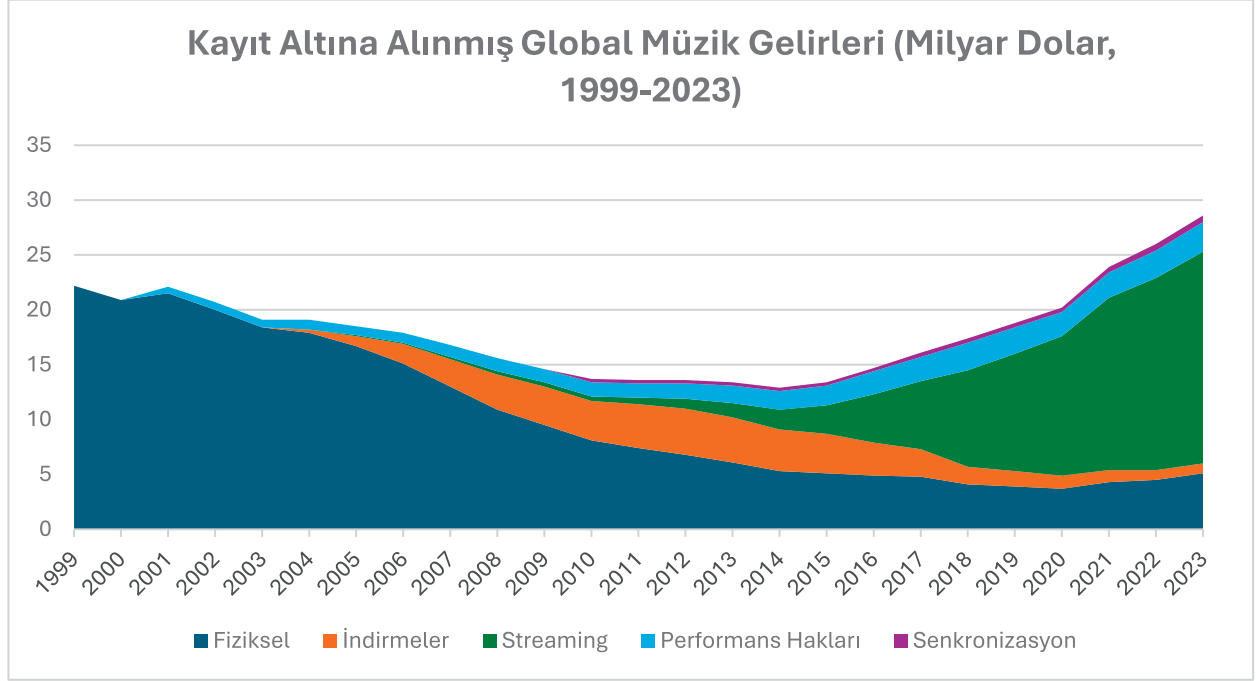
T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

### 1999-2023 Yılları Arasında Kayıt Altına Alınmış Global Müzik Gelirleri (Milyar Dolar)<sup>13</sup>



<sup>13</sup> United Nations Conference on Trade and Development, *Creative Economy Outlook 2024*. United Nations, 2024. Retrieved from <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

2022 yılında, gelişmekte olan ekonomiler arasında en çok yaratıcı hizmet ihraç eden ülkeler piyasaya hakimiyet kurarak Asya ve Orta Doğu olmuştur. Çin ve Hong Kong (Çin) liderliğini sürdürürken, Türkiye önemli bir oyuncu olarak öne çıkmış ve ilk beşteki yerini alarak küresel yaratıcı ekonomideki artan önemini pekiştirmiştir.

UNESCO, **CCI'ların küresel istihdamın %6,2'sini** oluşturduğunu tahmin ederken, Uluslararası Çalışma Örgütü yalnızca **sanat ve eğlence sektörüne** odaklandığında bu rakamı **%1,4'e** düşürmektedir. Bu durum, yaratıcı ekonomi ölçümlerine uygulanan farklı kapsam ve tanımların altını çizmektedir.

Küresel yaratıcı ve kültürel endüstriler yıllık yaklaşık **2,3 trilyon dolar** gelir elde ederek **dünya toplam GSYİH'sinin %3,1'ini** oluşturmaktadır. <sup>14</sup>

17

#### Gelişmekte olan ekonomiler: 2022'de ilk beş yaratıcı hizmetler ihracatçısı<sup>15</sup>

1. Çin
2. Hong Kong (Çin)
3. Hindistan
4. Birleşik Arap Emirlikleri
- 5. Türkiye**



<sup>14</sup> Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, *Yaratıcı Ekonomi Görünümü 2024*. Birleşmiş Milletler, 2024. <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> adresinden alındı .

<sup>15</sup> Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, *Yaratıcı Ekonomi Görünümü 2024*. Birleşmiş Milletler, 2024. <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> adresinden alındı .



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI



#  
YEREL  
KALKINMA  
HATİRESİ



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

Gelişmekte olan ekonomilerin küresel yaratıcı ekonomideki artan önemiyle paralel olarak, Türkiye'nin 2022'de yaratıcı hizmetler ihracatında en büyük ihracatçılardan biri olarak yer alması onun artan rolünü vurgulamaktadır.. Küresel dinamiklerdeki bu değişim, eğlence ve medya endüstrisindeki hızlı dönüşümlerle paralellik göstermektedir; bu dönüşümler, teknolojik ilerlemeler, değişen tüketici davranışları ve dijital platformların yükselişiyile şekillenmektedir. Bu değişimler geleneksel iş modellerini yeniden şekillendirmekte ve sektör genelinde yeni fırsatlar yaratmaktadır. Yaratıcı ekonominin en dinamik bileşenlerinden biri olan sektör, yalnızca küresel ekonomik eğilimleri yansıtmakla kalmamakta, aynı zamanda dünya çapında kültürel tüketim ve inovasyonun şekillenmesinde de önemli bir rol oynamaktadır.

İleriye bakıldığında, belirli eğilimler ve tahminler dikkatle izlenmeyi gerektirmektedir. Üretken yapay zekâ, verimlilik ve inovasyon için yeni olanaklar sunarak içerik oluşturma ve dağıtımında önemli bir yıkıcı unsur haline gelmektedir. Bu arada, küresel reklam pazarının neredeyse 1 trilyon dolara ulaşması beklenmektedir ve dijital platformlar bu büyümeyi yönlendirmektedir. Ayrıca, video oyunları ve e-spor sektörünün, 2027'ye kadar 314 milyar dolardan fazla gelir elde etmesi beklenmektedir ve bu da yaratıcı sektörler içindeki artan etkisini vurgulamaktadır. Dijital tüketime doğru süregelen geçiş, izleyici davranışlarını yeniden şekillendirmeye devam ederken, geleneksel medya formatları uyum sağlamakta artan bir baskı ile karşı karşıya kalıyor. Dijital tüketime doğru devam eden geçiş, izleyici davranışlarını yeniden şekillendirmeye devam ederken geleneksel medya formatları da uyum sağlama konusunda giderek artan bir baskıyla karşı karşıya kalmaktadır.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> PwC. (2024). *Küresel Eğlence ve Medya Görünümü 2024-2028*. <https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2024/pwc-global-entertainment-and-media-outlook-2024-28.html> adresinden alındı .



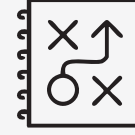
Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Büyüme Potansiyeli Taşıyan Alanlar<sup>17</sup>



Küresel yaratıcı endüstriler 2023 yılında **%5 büyüerek** 2,8 trilyon dolara ulaşmıştır. Gelirlerin 2028 yılına kadar 3,4 trilyon doları aşması beklenmektedir (**yıllık %3,9 büyüme**).

**Üretken yapay zeka sektörü** dönüştürüyor, verimliliği artırıyor ve yeni iş modellerini mümkün kılıyor. Ancak, liderlerin **%57'si kurumsal stratejilerinin önümüzdeki on yıl içinde** yeni bir yöne evrilmesi gerektiğine inanıyor.



**Reklamcılık, 2026 yılına kadar 1 trilyon doları** aşacak gelirleriyle tüketici harcamalarını geride bırakarak liderliğini sürdürüyor.

**Video oyunları ve e-spor sektörünün 2027 yılına kadar 314 milyar doların üzerinde gelir** elde etmesi bekleniyor.

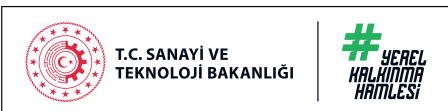


<sup>17</sup> PwC. (2024). *Küresel Eğlence ve Medya Görünümü 2024-2028*. <https://www.pwc.com/gx/en/newsroom/press-releases/2024/pwc-global-entertainment-and-media-outlook-2024-28.html> adresinden alındı .





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

# Türkiye'nin Yaratıcı Ekosistemi

21

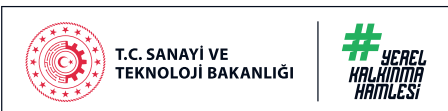


T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

# 1. İnovasyon Öngörüleri: Türkiye

23



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI



#YEREL  
KALKINMA  
HAREKETİ



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



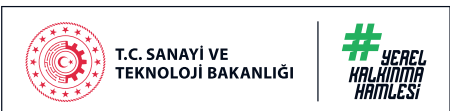
İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



ARAŞTIRMA  
PROGRAMI



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

Bu bölümde Türkiye'nin inovasyon performansı incelenmekte, küresel sıralamalardaki konumu, yaratıcı çıktıları, bilim ve teknoloji kümeleri vurgulanmaktadır. Türkiye'nin inovasyon ve fikri mülkiyet alanındaki güçlü yönlerini sergileyen bu bölüm, ülkenin yaratıcı potansiyelinin ve küresel inovasyon ortamındaki artan etkisinin altını çizmektedir.

## İnovasyon Ekonomisi

- **Küresel İnovasyon Endeksi 2024'e (GII)<sup>18</sup>** göre, Kuzey Afrika ve Batı Asya bölgesindeki ilk üç inovasyon ekonomisi şunlardır:<sup>19</sup> (ada ekonomileri hariç) **İsrail, Birleşik Arap Emirlikleri ve Türkiye.**
- Türkiye **133 ülke arasında 37.** sırada yer almaktadır.<sup>20</sup> Kuzey Afrika ve Batı Asya bölgesinde İsrail (15.) başı çekerken, onu Birleşik Arap Emirlikleri (32.) ve Türkiye (37.) takip etmektedir.<sup>21</sup>

### Bölgedeki en iyi inovasyon ekonomileri

1. İsrail
2. Birleşik Arap Emirlikleri
3. Türkiye



Türkiye'nin küresel sıralaması: **37.**

**Türkiye,** Çin, Hindistan, Vietnam, Filipinler, Endonezya, İran İslam Cumhuriyeti ve Fas ile birlikte **2013'ten bu yana GII sıralamasında en hızlı** iyileşme gösteren orta gelirli ekonomilere sahiptir.<sup>22</sup>

- **Türkiye,** inovasyon performansında üst orta gelirli ülkeler arasında **3.** sırada yer almaktadır.<sup>23</sup>

<sup>18</sup> Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (2024). (2024). *Küresel inovasyon endeksi 2024: Dünya çapında inovasyonun ölçülmesi*. [https://www.wipo.int/web-publications/global-innovation-index-2024/assets/67729/2000%20Global%20Innovation%20Index%202024\\_WEB3lite.pdf](https://www.wipo.int/web-publications/global-innovation-index-2024/assets/67729/2000%20Global%20Innovation%20Index%202024_WEB3lite.pdf) adresinden alındı .

<sup>19</sup> WIPO, *Küresel İnovasyon Endeksi 2024*, s.17.

<sup>20</sup> WIPO, *Küresel İnovasyon Endeksi 2024*, s. 17.

<sup>21</sup> WIPO, *Küresel İnovasyon Endeksi 2024*, s.22.

<sup>22</sup> WIPO, *Küresel İnovasyon Endeksi 2024*, s.21.

<sup>23</sup> WIPO, *Küresel İnovasyon Endeksi 2024*, s.23.



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI



#  
YEREL  
KALKINMA  
HATLİLESİ



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

- Patent İşbirliği Anlaşması kapsamındaki uluslararası patent başvuruları 2023 yılında yaklaşık %2 oranında azalırken, Türkiye patent başvurularında %8,5'lik oranda kayda değer bir artış elde etmiştir.<sup>24</sup>
- Türkiye, Çin'in yanı sıra bu yıl ilk 40'a giren dört orta gelirli ekonomiden biri ve toplamda 37. sırada yer almaktadır. Türkiye, üst orta gelirli ekonomiler arasında 3. sırayı alarak ve Bulgaristan'ı geride bırakarak önceki yıllara kıyasla önemli bir ilerleme kaydetmiştir.
- Çin ve Türkiye gibi orta gelirli ekonomiler, inovasyon çıktılarında birçok yüksek gelirli ülkeyi geride bırakmaktadır. 37. sırada yer alan Türkiye, daha düşük girdi seviyeleriyle çalışmasına rağmen İzlanda (22.) ve Avustralya (23.) gibi yüksek gelirli ekonomilerden daha yüksek çıktılar sağlamaktadır.<sup>25</sup>

**Tablo 1: Gelir grubuna göre ilk 10 ekonomi<sup>26</sup>**

Gelir grubu Sıralaması	Küresel İnovasyon Endeksi Sıralaması	Üst-orta gelirli ekonomiler
1	11	Çin
2	33	Malezya
3	37	<b>Türkiye</b>
4	38	Bulgaristan
5	41	Tayland
6	50	Brezilya
7	52	Sırbistan
8	54	Endonezya
9	55	Mauritius
10	56	Meksika

## Yaratıcı Çıktı

- İnovasyon liderleri (ilk 25) tüm inovasyon alanlarında dengeli ve güçlü bir performans sergilerken, daha alt sıralarda yer alan bazı ekonomiler belirli

<sup>24</sup> WIPO, *Küresel İnovasyon Endeksi 2024*, s.38.

<sup>25</sup> WIPO, *Küresel İnovasyon Endeksi 2024*, s.62.

<sup>26</sup> WIPO, *Küresel İnovasyon Endeksi 2024*, s.58.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

alanlarda ön plandadır. **Türkiye, yaratıcı çıktılarda öne çıkmakta** ve bu kategoride 133 ülke arasında 16. sırada yer almaktadır.<sup>27</sup>

- **Türkiye**, özellikle Maddi Olmayan Varlıklar (4. sırada) alanında öne çıkmaktadır ve Marka ve Endüstriyel Tasarımlar konusunda dünya genelinde 1. sırada yer almaktadır. Bu, Türkiye'nin ticari markalar ve endüstriyel tasarımlar gibi maddi olmayan varlıkların yaratılması ve korunması konusunda dünya çapında lider bir konumda olduğu anlamına gelmektedir. Bu, Türkiye'nin inovasyon ve fikri mülkiyet alanındaki güçlü performansını vurgulamaktadır.<sup>28</sup>

#### Yaratıcı Çıktılarda Türkiye Sıralaması



**Ticari Markalar ve Endüstriyel Tasarımlar: 1**



**Maddi Olmayan Varlıklar: 4**



**Yaratıcı Çıktılar: 16**

#### Bilim ve Teknoloji Kümeleri

- Orta gelirli ekonomiler arasında, Çin hariç, Bilim ve Teknoloji çıktılarında önemli bir büyüme gözlemlenmiştir. İstanbul (Türkiye), %7,5'lik büyüme oranıyla öne çıkarken, Kahire (Mısır) %10,9 ve Chennai (Hindistan) %7,8 ile onu takip etmekte, bu da Türkiye'nin bu alandaki ilerleyen konumunu vurgulamaktadır.<sup>29</sup>

<sup>27</sup> WIPO, *Küresel İnovasyon Endeksi 2024*, s.62.

<sup>28</sup> WIPO, *Küresel İnovasyon Endeksi 2024*, s.67.

<sup>29</sup> WIPO, *Küresel İnovasyon Endeksi 2024*, s.67.



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI



#  
YEREL  
KALKINMA  
HATTI



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Sosyal Girişimcilik

### Sosyal İnovasyon ve Yaratıcı Ekonomi

Sosyal girişimcilik, hem yenilikçilik, hem yaratıcılık hem de karmaşık toplumsal zorluklara çözüm üretme yeteneği açısından yaratıcı ekonomi ile derinden iç içe geçmiş bir alandır. Türkiye'de sosyal girişimler kültürel, sosyal ve ekonomik değeri bir araya getiren özgün çözümler geliştirerek yaratıcı ekonomiye katkıda bulunmaktadır. Bu girişimler sadece yerel etkiyi artırmakla kalmamakla, aynı zamanda fikri mülkiyet, tasarım ve toplum odaklı inovasyon gibi kilit alanlarda küresel rekabetçiliği de teşvik etmektedir. Sosyal girişimciliğin yaratıcı ekonomi içindeki rolünün vurgulanması, tam potansiyelini ortaya çıkarabilecek destekleyici ekosistemlere duyulan ihtiyacın altını çizmektedir.

- Türkiye'de, sosyal girişimlerin %66'sından fazlası, birincil finansman kaynağı olarak aile, arkadaşlar ve kişisel birikimler aracılığıyla kendi kendine finansman sağlamaktadır.<sup>30</sup> Bu durum, sosyal girişimcilerin yaratıcılığını ve kararlılığını vurgularken, aynı zamanda **yapılandırılmış finansman mekanizmalarına** ve kurumsal desteğe **erişimde bir boşluğa** işaret etmektedir.
- Buna karşılık, Avrupa Birliği'nde kendi kendini finanse etme çok daha az yaygındır; sosyal girişimlerin yalnızca **%40** 'ı kişisel tasarruflarını kullanmakta ve yalnızca **%16**'sı aile ve arkadaşlarına başvurmaktadır.<sup>31</sup> Birleşik Krallık, **devlet, hayırseverlik ve etki yatırımı girişimlerinden oluşan güçlü bir ekosistemin** varlığı nedeniyle kendi kendini finanse eden **%10** 'dan az bir oranla daha da öne çıkmaktadır.<sup>32</sup>
- Türkiye'nin kendi kendini finanse etmeye olan bağımlılığı, sosyal girişimlerin etkilerini sürdürülebilir bir şekilde ölçeklendirebilmeleri için **daha yapılandırılmış finansman mekanizmalarına ve ekosistem desteğine duyulan ihtiyacın** altını çizmektedir.

<sup>30</sup> British Council, & Social Enterprise UK, *More in common: Sosyal girişimlerin küresel durumu*, 2022. [https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/more\\_in\\_common\\_global\\_state\\_of\\_social\\_enterprise.pdf](https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/more_in_common_global_state_of_social_enterprise.pdf) adresinden alındı .

<sup>31</sup> Dupain, W., Scharpe, K., Gazeley, T., Bennett, T., Mair, J., Raith, M., & Bosma, N., *Avrupa'da sosyal girişimlerin durumu - Avrupa Sosyal Girişim Monitörü 2021-2022*, Euclid Network, 2022. <https://knowledgecentre.euclidnetwork.eu/download/european-social-enterprise-monitor-2021-2022/> adresinden alındı .

<sup>32</sup> Social Enterprise UK, *Mission critical - State of social enterprise survey 2023*, 2023. <https://www.socialenterprise.org.uk/seuk-report/mission-critical-state-of-social-enterprise-survey-2023/> adresinden alındı .



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## 2. Kültür Ekonomisi ve İstihdam

29



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI



#YEREL  
KALKINMA  
HAREKETİ



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



ARAŞTIRMA  
PROGRAMI



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

Bu bölümde, Türkiye'nin kültür ekonomisi; kültürel istihdam, kamu harcamaları ve kültürel ürünlerdeki uluslararası ticaret gibi anahtar göstergeler aracılığıyla incelenmektedir. Bu bölüm, kültürel sektörlerin ekonomik ve toplumsal katkılarını vurgulayarak, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir yaratıcı ekonominin inşasında oynadığı rolü ön plana çıkarmaktadır.

### Kültür Ekonomisi<sup>33</sup>

- Türkiye'de **2023 yılında kültür harcamaları** 2022 yılına göre **%84,7 oranında artarak 276 milyar 338 milyon 253 bin Türk lirasına** ulaşmıştır. Kültür harcamalarının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) içindeki payı 2023 yılında %1,0 olmuştur.

#### Türkiye'de Kültürel Harcamalar Arttı

2023'te **%84,7** Büyüme  
**276,3 Milyar TL'ye** Ulaştı

- 2023 yılında, **genel devlet** harcamaları Türkiye'nin toplam kültür harcamalarının **%64,3** 'ünü oluşturmaktadır. Bu harcamalar bir önceki yıla göre **%98,1 oranında artarak 177,6 milyar TL'ye** ulaşmıştır. Kültürel harcamaların çeşitli alanları arasında **en büyük pay (%24,4) kentsel tasarım, restorasyon ve kültürel miras projeleri** gibi alanlara yapılan önemli yatırımları yansıtan **mimariye** ayrılmıştır.
- **2023 yılında** Türkiye'nin kültür harcamalarının %43,6'sı merkezi hükümet tarafından finanse edilirken , bunu %20,6 ile yerel yönetimler izlemiş, hane halkı harcamaları ise %34,8 ile hem kamu hem de özel kaynaklardan gelen önemli bir katkıya işaret etmiştir .
- **Kültürel mal ihracatı** bir önceki yıla göre **%47,7** oranında artarak **263 milyar 740 milyon 463 bin TL'** ye ulaşırken, **kültürel mal ithalatı %87,5** oranında artarak 149 milyar 553 milyon 210 bin TL olarak gerçekleşmiştir. Kültürel mal ihracatının toplam mal ihracatı içindeki payı 2023 yılında %4,3 iken, kültürel mal ithalatının toplam mal ithalatı içindeki payı %1,8'dir.

<sup>33</sup> Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), *Kültür ekonomisi ve kültürel istihdam istatistikleri 2023*.

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kultur-Ekonomisi-ve-Kulturel-Istihdam-Istatistikleri-2023-53653> adresinden alındı .



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



#  
YEREL  
KALKINMA  
HATTI



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI

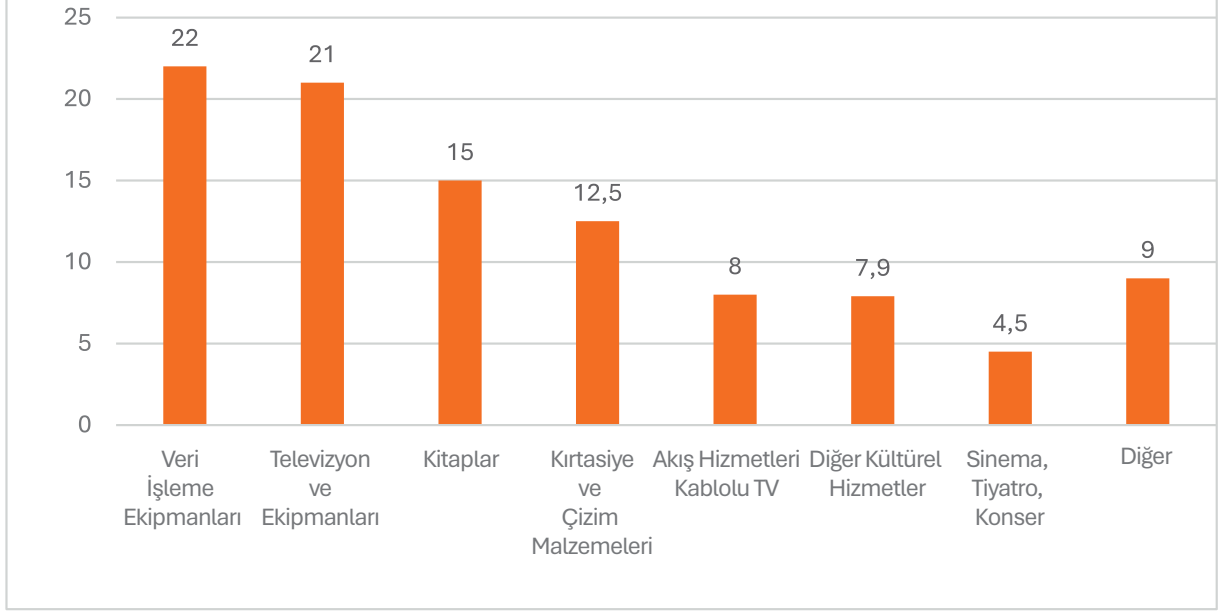


İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Harcama türüne göre hane halkı kültür harcamaları 2023 (%) Kaynak: TÜİK



32

### Kültürel Ürünler: İhracat Gücü, İthalat Zorluğu



İhracat: +%107,7 (263,7 milyar TL)

İthalat: +%87,5 (149,6 milyar TL)

İhracatın Toplam Ticaret İçindeki Payı: %4,3

İthalat Payı: %1,8

*Türkiye'nin kültür ihracatı güçlü bir ivme gösterirken, ithalattaki keskin artış, yerli üretimi desteklemek ve bu büyümeyi sürdürmek için stratejik politikalara duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır.*



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

- Türkiye, 2022 yılında **toplam 638 milyon dolar** gelirle **yayıncılık sektörü özelinde gelişmekte olan ilk beş ülke arasında** yer almıştır.<sup>34</sup>
- Türkiye aynı zamanda **2022 yılında 83.653 tescil ile en fazla ISBN tescili yapılan ilk on ülke arasında** yer almıştır.<sup>35</sup>

### Kültürel Malların Uluslararası Ticareti<sup>36</sup>

2023'te Avrupa Birliği (AB)'nin kültürel ürünler toplam ihracatı 26.012,0 milyon € iken, ithalatı 24.696,6 milyon € olarak gerçekleşmiştir. **Türkiye'de** ise kültürel ürünler ihracatı **8.426,0 milyon €**, ithalatı ise **2.546,1 milyon €** olmuştur. Türkiye'nin AB ile ticaretinde, **mücevherat önemli bir ihracat kategorisi olarak öne çıkmaktadır**. Mücevherat AB'nin Türkiye'den ithal ettiği kültürel ürünlerin toplam değerinin **%73,6'sını** oluşturmakta olup, bu durum Türkiye ile Avrupa ticaret ortakları arasındaki kültürel ürünler ticaretindeki önemini vurgulamaktadır.

- 2023 yılında, kültürel mal ihracatı AB'deki toplam ihracatın yaklaşık %1'ini oluştururken, **Türkiye** 'de bu pay yaklaşık %4'tür.
- 2023 yılında Türkiye'nin kültürel mal ihracatının büyük bir kısmını, **%92,1** oran ile **mücevherat** oluşturmaktadır. Diğer ürün kategorileri çok daha küçük paylara sahiptir:**el sanatları %6,4**, kitaplar **%1,0**, ve sanat eserleri, **kayıtlı medya ve müzik aletleri %0,2** oranında veya daha az katkı sağlamıştır.
- 2023 yılında Türkiye'nin kültürel mal ihracatının büyük bir kısmını, toplamın **%87,7** 'ini oluşturan **mücevherat** oluşturmaktadır. Diğer ürün kategorileri çok daha küçük paylara sahiptir. Bunlar; **%5,0** ile **el sanatları**, **%2,1** ile **kitaplar**, **%1**, **%9** ile **müzik aletleri** , **%1,2** ile **sanat eserleri** , **%1,1** ile **video oyun konsolları** , **%0,7** ile **kayıtlı medya**, **%0,1** ile **antikalar** ve **%0,1** ile diğer ürünlerdir.
- 2023 yılında **Türkiye**, AB dışı kültürel mal ihracatında ana ortaklar arasında **7.** sırada yer alarak toplamın yaklaşık %5'ini oluşturmuştur. (İlk üç sırada İsviçre, ABD, Birleşik Krallık)

<sup>34</sup> UNCTAD, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü'ne (2023) dayanmaktadır. Not: a) sadece ticaret sektörü b) sadece basılı format. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (2023). 2022'de Küresel Yayıncılık Sektörü. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (2023). Cenevre:

<sup>35</sup> UNCTAD, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü'ne (2023) dayanmaktadır. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (2023). 2022'de Küresel Yayıncılık Sektörü. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (2023). Cenevre:

<sup>36</sup> Eurostat, *Kültür İstatistikleri - kültürel malların uluslararası ticareti*, Avrupa Komisyonu, Temmuz 2024. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture\\_statistics\\_-\\_international\\_trade\\_in\\_cultural\\_goods](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_international_trade_in_cultural_goods) adresinden alındı .





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

- 2023 yılında **Türkiye**, AB dışı kültürel mal ithalatında ana ortaklar arasında **8.** sırada yer alarak toplam ithalatın yaklaşık %4'ünü oluşturmuştur (İlk üç sırada Çin, İsviçre ve ABD yer almaktadır).
- UNESCO verilerine göre, 2019, 2020 ve 2021 yıllarında Türkiye'nin kültürel ve doğal mirasa yapılan kişi başına kamu harcaması, sabit satın alma gücü paritesiyle \$ cinsinden sırasıyla 17,6, 13,6 ve 7,7 olarak kaydedilmiştir. Bu, yıllar içinde bir azalmayı göstermekte olup, özellikle 2020 ve 2021 yıllarında önemli bir düşüş yaşandığını, enflasyon ve yıllar arasındaki fiyat farkları göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'nin kültürel ve doğal mirasa yaptığı kamu harcamalarının azaldığını göstermektedir.
- Buna ek olarak, **Türkiye'nin** aynı yıllarda **kültürel ve doğal miras için yerel/belediye düzeyinde kişi başına düşen toplam kamu harcaması** sırasıyla 6,5, 4,2 ve 3,1'dir ve bu yerel düzeydeki harcamalarda da bir düşüş olduğunu göstermektedir.

### 2023'te Kültürel İstihdam<sup>37</sup>

- OECD verilerine göre, G20 ekonomileri arasında kültürel ve yaratıcı işlerin payı Avustralya'da %2,1 iken Türkiye'de %1'dir.<sup>38</sup>
- TÜİK verilerine göre, 2023 yılında kültürel istihdamın %89,3'ünü kültürel mesleklerde çalışan bireyler oluştururken, %10,7'si kültür dışı mesleklerde istihdam edilmiştir. Kültürel istihdamın %38,5'ini zanaatkârlar, %18,7'sini mimarlar, planlamacılar ve tasarımcılar, %9,9'unu yaratıcı sanatçılar ve performans sanatçıları ve %9,3'ünü yazarlar, gazeteciler ve dilbilimciler oluşturmaktadır.
- Kültürel faaliyet sektörleri açısından, mimarlık ve uzmanlaşmış tasarım faaliyetlerinde çalışanların toplam kültürel istihdam içindeki payı %11,1 iken, yaratıcı sanatlar, sahne sanatları ve eğlence faaliyetlerinde çalışanların payı %5,6'dır. Ayrıca, kültürel istihdamın %4,3'ü programlama, yayıncılık ve haber ajansı faaliyetlerinde yer almıştır.

<sup>37</sup> Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), *Kültür ekonomisi ve kültürel istihdam istatistikleri 2023*.

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kultur-Ekonomisi-ve-Kulturel-Istihdam-Istatistikleri-2023-53653> adresinden alındı.

<sup>38</sup> OECD. Kültürel ve yaratıcı sektörlerin ekonomik ve sosyal etkisi.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

### Kültürel İstihdam Karşılaştırması: AB vs. Türkiye 2023<sup>39</sup>

*Bu karşılaştırma, AB ve Türkiye arasındaki kültürel istihdam eğilimlerindeki temel farklılıkları ve benzerlikleri vurgulayarak işgücü dinamikleri, sektörel öncelikler ve politika uyumu veya iyileştirme için potansiyel alanlar hakkında içgörü sağlamaktadır.*

- **2023 yılında** AB genelinde kültür sektöründe 7,8 milyon kişi istihdam edilmiştir ve bu rakam **toplam istihdamın %3,8'ini temsil** etmektedir. AB'de kültürel istihdam bir önceki yıla göre %0,4 oranında artmıştır. Kültürel istihdam AB ülkeleri arasında önemli farklılıklar gösterirken, Romanya %1,5 ile en düşük, Hollanda ise %5,3 ile en yüksek orana sahiptir. **Türkiye** 'de ise kültürel istihdam **toplam istihdamın %3,0'ünü temsil** etmektedir.
- 2023 yılı aynı zamanda **kültürel istihdamda cinsiyetler arasındaki farkın en az** olduğu yıl olmuştur; sektörde 3,93 milyon erkek ve 3,85 milyon kadın çalışmaktadır.
- **AB**'de kültür sektörü çalışanlarının **%31,7'si** serbest meslek sahibidir ve bu oran tüm sektörlerdeki toplam istihdamın **%13,8**'inden oldukça yüksektir. **AB**'de kültür sektörü çalışanlarının **%36,8'si** serbest meslek sahibidir ve bu oran tüm sektörlerdeki toplam istihdamın **%20,8**'inden oldukça yüksektir. Bu durum, Türkiye'de kültür sektöründe kendi hesabına çalışan bireylerin oranının AB'ye kıyasla daha yüksek olduğunu göstermekte ve Türkiye'de kültür sektörünün daha yaygın bir bağımsız çalışma kültürüne sahip olduğunu düşündürmektedir.
- **AB**'de kültür sektörü çalışanlarının **%75,8'si** serbest meslek sahibidir ve bu oran tüm sektörlerdeki toplam istihdamın **%81,2**'inden oldukça yüksektir. **Türkiye** 'de kültür sektörü çalışanlarının **%76,9'u** tam zamanlı olarak istihdam edilirken, toplam istihdam oranı **%89,8** ile daha yüksektir.
- **AB**'de kültür sektörü çalışanlarının **%93,9'u** tek bir işte çalışırken, bu oran tüm sektörlerdeki toplam istihdamda **%96,1**'dir. Türkiye'de kültür sektörü çalışanlarının **%96,5**'inin tek bir işi vardır ve bu oran toplam istihdamdaki **%97**'lik oranın biraz altındadır. (Bkz. INSPIRE Araştırmasında Öne Çıkanlar, Dinamik Analiz)
- 2023 yılında yaratıcı ve icracı sanatçı, yazar, gazeteci ve dilbilimci olarak çalışan kişi sayısı **AB** 'de **1.722** bin, **Türkiye**'de ise **142** bindir.
- **AB** 'de kültür sektörü çalışanlarının **%81,8'u** tek bir işte çalışırken, bu oran tüm sektörlerdeki toplam istihdamda **%86,5**'dir. **AB**'de kültür sektörü çalışanlarının **%92,9'si** serbest meslek sahibidir ve bu oran tüm sektörlerdeki toplam istihdamın **%89,0**'inden oldukça yüksektir.

<sup>39</sup> Eurostat, *Kültür İstatistikleri - kültürel istihdam* (2023). [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture\\_statistics\\_-\\_cultural\\_employment](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment) adresinden alındı .





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## 3. Kültüre Katılım

37



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

Bu bölüm, kültüre katılım, dijital etkileşim ve eğitim de dahil olmak üzere Türkiye'nin yaratıcı ekonomisinin insan merkezli boyutlarına odaklanmaktadır. Erişim, kapsayıcılık ve beceri geliştirmeyi ele alarak, gelecek nesiller için yaratıcılığı ve inovasyonu teşvik etmenin önemini vurgulamaktadır.

### Kültüre Katılım <sup>40</sup>

- 2022 yılında **Türkiye** 'de erkeklerin %19,8'i ve kadınların %19'u kültürel faaliyetlere katılırken, AB'de kadınlar erkeklerden daha yüksek oranda kültürel faaliyetlere katılmıştır.

### Son 12 ay içinde en az bir kez kültürel faaliyetlere katılan kişiler (16 yaş ve üzeri nüfusun %'si), 2022 <sup>40</sup>

Ülke	Sinema	Canlı Performans	Kültürel Alanlar
Türkiye	14,3	6,2	7,9
Polonya	38,1	18,7	31,6
Portekiz	26,4	30,08	36,2
Lüksemburg	49,2	48,5	63,6
Hollanda	44,5	37,7	43,8
Sırbistan	22,7	20,5	12,8
Yunanistan	26,4	28,1	17,9
Danimarka	52,4	45,7	54,1
Romanya	14,5	10,4	13,6

- Türkiye** 'de 2022 yılında yaş gruplarına göre kültürel faaliyetlere katılım aşağıdaki gibi olmuştur: **16-29 yaş arası kişilerin %35,9'u**, 30-54 yaş arası kişilerin %18,4'ü, 55-64 yaş arası kişilerin %7,1'i ve 65 yaş ve üzeri kişilerin %3,4'ü.

<sup>40</sup> Eurostat, *Kültür istatistikleri - kültürel katılım*, Avrupa Komisyonu, Ağustos 2024.

[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture\\_statistics\\_-\\_cultural\\_employment](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment) adresinden alındı .

<sup>41</sup> Eurostat, *Kültür istatistikleri - kültürel katılım*, Avrupa Komisyonu, Ağustos 2024.

[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture\\_statistics\\_-\\_cultural\\_employment](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment) adresinden alındı .



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI






Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

- 2022 yılında, 16 yaş ve üzeri kişiler arasında kültürel faaliyetlere katılım sıklığı aşağıdaki gibidir:
  - 80,6'sı son 12 ay içinde kültürel faaliyetlere katılmamıştır.
  - 15,2'si 1 ila 3 kez katılmıştır.
  - 4,3'ü en az 4 kez katılmıştır.
- 2022 yılında, **Türkiye** 'de 16 yaş ve üzeri engelli bireyler arasında kültürel faaliyetlere katılım aşağıdaki gibidir:
  - %5,0'i sinemaya katıldı
  - %2,0'si canlı performanslara katıldı
  - **%3,5'i kültürel mekânları ziyaret etti.**

Karşılaştırma yapmak gerekirse, AB'de faaliyet kısıtlılığı olan kişiler arasında kültürel faaliyetlere katılım oranının en yüksek olduğu ülke Danimarka'dır. 2022 yılında katılım oranları şöyleydi:

-  %43,0'ü sinemaya gitti,
- %37,5'u canlı performanslara katıldı,
- %46,5'i kültürel mekânları ziyaret etti.

40

- **Türkiye**'de , 2022 yılında, yılda bir kez veya daha fazla sanatsal faaliyette bulunan kişilerin yüzdesi aşağıdaki gibidir: Erkekler: %21,7, Kadınlar: %24.4 Karşılaştırma yapmak gerekirse, 2022'de yılda bir kez veya daha fazla sanatsal faaliyette bulunan kişiler için AB'deki en yüksek oranlardan birine sahip olan Danimarka'da rakamlar aşağıdaki gibidir: Erkekler: %51.7, Kadınlar: %67.4

#### **BİT'in kültürel amaçlar için kullanımı<sup>42</sup>**

- **Türkiye**'de 2022 yılında 16-74 yaş aralığındaki kişiler arasında **internetin seçilmiş kültürel amaçlar için kullanımı** aşağıdaki gibidir: (En çoktan en aza doğru sırayla):
  1. İnternet üzerinden TV veya video izlemek
  2. Müzik dinlemek
  3. Çevrimiçi haber, gazete veya dergi okumak
  4. Oyun oynamak veya indirmek

<sup>42</sup> Eurostat, *Kültür istatistikleri - kültürel amaçlar için BİT kullanımı*, Avrupa Komisyonu, Temmuz 2023. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture\\_statistics\\_-\\_use\\_of\\_ICT\\_for\\_cultural\\_purposes](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_use_of_ICT_for_cultural_purposes) adresinden alındı .



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

- 2022 yılında **Türkiye** 'de kültürel mal ve hizmet satın almak için internet kullanımı en çoktan en aza doğru şu şekilde gerçekleşmiştir:
  1. Streaming hizmeti veya indirmeler olarak filmler veya diziler
  2. Streaming hizmeti veya indirme olarak müzik ve basılı kitaplar, gazeteler, dergiler
  3. E-kitaplar, çevrimiçi dergiler/gazeteler
- AB'de kültürle ilgili eğitim alanlarındaki yükseköğretim öğrencilerinin sayısı, toplam öğrenci sayısının yaklaşık %14,25'ini temsil etmektedir. **Türkiye** 'de kültürle ilgili eğitim alanlarındaki öğrencilerin oranı yaklaşık %13,8'dir.<sup>43</sup>

<sup>43</sup> Eurostat, *Kültür istatistikleri - kültürel katılım*, Avrupa Komisyonu, Ağustos 2024.  
[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture\\_statistics\\_-\\_cultural\\_employment](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment) adresinden alındı .



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## 4. Türkiye'ye Bölgesel Bakış

43



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI



#YEREL  
KALKINMA  
HAREKETİ



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



ARAŞTIRMA  
PROGRAMI



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

Türkiye'nin yaratıcı ekonomisi, büyük metropollerden gelişmekte olan yaratıcı merkezlere ve potansiyel taşıyan bölgelere kadar geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Yaratıcı endüstrilerin ülke genelindeki dağılımı, ekonomik yoğunlaşma, altyapı ve politika destekleriyle şekillenmektedir. Dijital içerik üretimi, oyun ve yazılım gibi küresel ölçekli sektörler büyük şehirlerde gelişirken; el sanatları, kültürel turizm ve sahne sanatları gibi daha geleneksel yaratıcı endüstriler Anadolu'da güçlü bir varlığa sahiptir.

Türkiye'de bölgesel yaratıcı ekonomi verileri, sektörün büyük ölçüde belirli bölgelerde yoğunlaştığını gösteriyor. 2015 yılı itibarıyla yaratıcı ekonomi cirosunun en yüksek olduğu beş bölge şöyle<sup>44</sup>:

1. **İstanbul (TR10) – %73,9**
2. **Ankara (TR51) – %9,7**
3. **Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova (TR42) – %3,4**
4. **İzmir (TR31) – %2,6**
5. **Antalya, Isparta, Burdur (TR61) – %2,5**

Bu beş bölge, yaratıcı ekonomideki toplam cironun %90'ından fazlasını oluşturuyor ve sektörün büyük ölçüde metropoller ile sanayi açısından gelişmiş bölgelerde toplandığını ortaya koyuyor.

İstanbul, yaratıcı ekonominin tartışmasız merkezi olmaya devam etse de 2010'da %80 olan bölgesel payı 2015'te %73,9'a gerilemiş durumdadır. Bu düşüş, yaratıcı ekonominin İstanbul'un ötesine yayılmaya başladığını ve diğer bölgelerin sektördeki ağırlığını artırdığını gösteriyor. Dikkat çeken bazı değişimler ise şöyle:

- **İzmir (TR31), 2010'da %1,6 olan payını 2015'te %2,6'ya yükselterek yaratıcı sektörlerdeki etkinliğini artırdı.**
- **TR42 bölgesi (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova), 2010'da %1,6 olan payını ikiye katlayarak 2015'te %3,4'e çıkardı.**

Bu eğilimler, Türkiye'de yaratıcı endüstrilerin giderek daha fazla bölgeye yayıldığını ve sektörde İstanbul'un tek merkez olmaktan çıktığını gösteriyor.

<sup>44</sup> İzmir Development Agency. (2021). *Analysis of the Creative Industries in Turkey at NUTS-2 Regions Level: Focus on Izmir*. İzmir Development Agency.



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



#  
YEREL  
KALKINMA  
HATTI



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



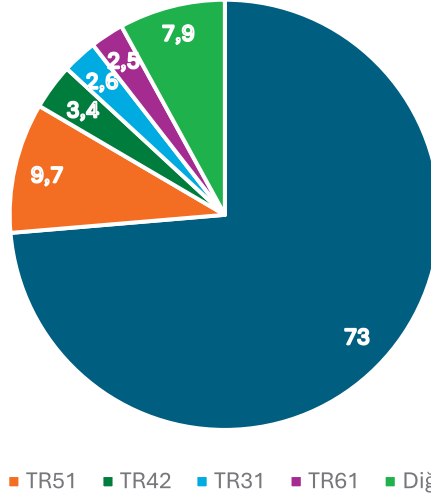
İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Bölgelerin Yaratıcı Ekonomi Genel Cirosundaki Payları (%), 2015



Yaratıcı endüstrilerde istihdam verileri bölgelere göre incelendiğinde, ciro sıralamasıyla kıyaslandığında farklı bir tablo ortaya çıkmaktadır. 2015 yılı itibarıyla, yaratıcı sektörlerde en fazla çalışan istihdam eden bölgeler şunlardır:

1. **TR10 (İstanbul):** 167.000 çalışan (%58,5)
2. **TR51 (Ankara):** 35.000 çalışan (%12,3)
3. **TR31 (İzmir):** 13.000 çalışan (%4,6)
4. **TR61 (Antalya, Isparta, Burdur):** 12.000 çalışan (%3,8)
5. **TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik):** 9.000 çalışan (%2,9)

İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın (İKSV) "Türkiye'de Yerel Kültürel Ekosistemi" raporuna göre<sup>45</sup>, farklı şehirlerdeki kültürel yaşamın kapsamı ve çeşitliliği dinamik ve çok katmanlı bir ekosistemi yansıtmaktadır. Görüşmeler ve odak grup toplantılarına dayanan rapor, geleneksel el sanatlarından çağdaş sanata uzanan geniş bir kültürel faaliyet yelpazesini ortaya koymaktadır. Bu faaliyetler arasında konserler, sergiler, festivaller, bienaller, atölyeler ve tiyatro gösterileri öne çıkmaktadır.

Dikkat çeken bulgulardan biri, kültürel etkinliklerin genellikle yıllık takvimin belirli dönemlerine odaklanmasıdır. Resmi ve dini bayramlar, uluslararası anma günleri (Dünya Çevre Günü, Kadınlar Günü gibi), spor etkinlikleri ve hasat festivalleri gibi doğal döngüler, kültürel hayatın ritmini şekillendirmektedir. Bu durum, kültürel katılımın yalnızca kurumsal ya da piyasa odaklı yaratıcı



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

endüstrilerle sınırlı olmadığını, aksine şehirlerin sosyal ve toplumsal dokusuna güçlü bir şekilde entegre olduğunu göstermektedir.

Bir diğer önemli gözlem ise, incelenen hemen her şehirde güçlü bir amatör tiyatro geleneğinin varlığıdır. Küçük ölçekli, apartman dairelerinden dönüştürülmüş sahnelerden, tam donanımlı belediye tiyatrolarına kadar geniş bir yelpazeye yayılan bu girişimler, kültürel üretimin farklı boyutlarını ortaya koymaktadır.

Yaratıcı ekonomiyle ilgili tartışmalar genellikle film, oyun, reklamcılık ve tasarım gibi yüksek katma değerli ve kurumsal sektörlere odaklanmaktadır. Bu sektörler önemli bir rol oynasa da, Türkiye'nin bölgesel yaratıcı ekosistemleri genellikle miras, topluluk katılımı ve piyasa dışı kültürel üretimle iç içedir. Dolayısıyla, büyük şehirlerin yaratıcı endüstri dinamiklerine göre şekillenen tek tip bir modelin, bölgesel yaratıcı ekonomileri geliştirmede etkili olması pek olası görünmemektedir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

# INSPIRE

## Araştırmasında

## Öne Çıkanlar\*

49

*\*Bu bölümde INSPIRE projesi kapsamında yürütölen ve Türkiye'nin yaratıcı ekonomisine odaklanan araştırmadan elde edilen temel bulgular ve içgörüler sunulmaktadır.*

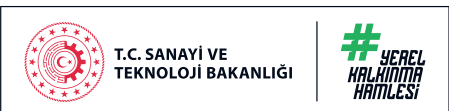


T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

# 1. Eğitim İhtiyaçları Analizi: Geleceğin Becerileri ve Politika Geliştirme

51



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI



#YEREL  
KALKINMA  
HAREKETİ



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



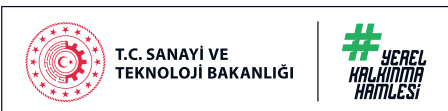
İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



ARAŞTIRMA  
PROGRAMI



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Giriş

INSPIRE projesi çerçevesinde geliştirilen bu çalışma, birbirini tamamlayan iki analizi bir araya getirmektedir, bunlar; politika oluşturma eğitim ihtiyaçlarının incelenmesi ve yaratıcı endüstrilerde gelecekte gerekli olacak becerilerin araştırılmasıdır. Bu çalışmalar birlikte, yaratıcı ekonominin değişen taleplerini ele alarak kamu sektörü yöneticilerinin ve yaratıcı liderlerin bu dinamik sektörü nasıl daha iyi yönlendirebilecekleri ve destekleyebilecekleri konusunda içgörüler sunmaktadır.

Politika oluşturma analizi, merkezi ve yerel hükümet yetkililerinin kültürel ve yaratıcı endüstrilere dair etkili politikalar tasarlama ve uygulamada karşılaştıkları zorlukları vurgulamaktadır. Belirli yetkinlik eksikliklerini tanımlamakta ve politika oluşturma uygulamalarını güçlendirmek için eyleme geçirilebilir öneriler sunmaktadır. Bu arada, gelecekteki beceriler analizi, yaratıcı liderler ve kamu sektörü yöneticileri için uyarlanabilir liderlik, eleştirel düşünme ve dijital okuryazarlığın artan önemine odaklanmaktadır. Bu birleşik rapor, 20 uzmanla yapılan derinlemesine görüşmelerden ve 66 profesyonelin katıldığı anketlerden elde edilen bulguları sentezleyerek, temel eğitim önceliklerinin altını çizmekte ve kapasite geliştirmeye yönelik stratejiler sunmaktadır.

Bu bölümde, okuyucuların yaratıcı ekonomideki kritik ihtiyaçları ve fırsatları daha iyi anlamalarını sağlamak için bu analizden elde edilen bazı önemli bulgular vurgulanacaktır.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Politika Oluşturma Eğitimi İhtiyaç Analizi: Temel Bulgular ve Tavsiyeler

Derinlemesine görüşmelerden elde edilen temel bulgular, kamu kurumlarının temel bilgi ve politikaların etkili bir şekilde uygulanması konusunda önemli eksikliklerle karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Bu zorluklar, Türkiye'deki yaratıcı sektörler için daha bilinçli, veriye dayalı ve kapsamlı politikalar geliştirilmesine olanak tanıyacak şekilde hem teorik temelleri hem de pratik becerileri ele alan hedefli eğitim ihtiyacının altını çizmektedir. Aşağıda bazı kilit noktalar özetlenmiştir:

- Türkiye'deki kamu kurumlarının çoğunda kültür politikası ve yaratıcı endüstriler politikalarına ilişkin önemli bir temel bilgi eksikliği bulunmaktadır.
- Kamu kurumlarındaki yaratıcı endüstrilerle ilgili bölümlerde farklı profesyonel geçmişlere sahip kişiler (örneğin mimarlar, mühendisler, sosyologlar, arkeologlar, ekonomistler, sanat tarihçileri) istihdam edilmektedir. Bununla birlikte, birçoğu kapsamlı bir sanat ve kültür yönetimi perspektifinden yoksundur ve bütünsel bir eğitim gerektirmektedir.
- Yönetim bilimi ve kültür sektörünün kesiştiği noktada yeni perspektifler geliştirilmelidir.
- Türkiye'deki merkezi kurumlarda yaratıcı endüstrilere yönelik politika oluşturma konusunda eğitim ihtiyacı devam etmektedir. Etkin olmayan politikaların temel nedenlerinden biri, politika yapımından birinci derecede sorumlu olan kurumların sayısının sınırlı olmasıdır.
- Türkiye'de yaratıcı endüstrilere ilişkin yeterli veri toplanmadığından, veriye dayalı politika oluşturma yeteri kadar gelişmemiştir.
- Çoğu belediye, özellikle de ilçe düzeyinde olanlar, yaratıcı endüstriler politikası oluşturmamaktadır. Proaktif bir şekilde kapsamlı stratejiler planlamak yerine taleplere yanıt vererek tepkisel bir şekilde çalışmaktadırlar.
- Eğitim, yaratıcı endüstrilerin sürdürülmesi için kritik bir kaynak olarak Türkiye'nin zengin kültürel çeşitliliğinin daha iyi kullanılmasına ve desteklenmesine odaklanmalıdır. Yaratıcı ürün ve hizmetlere yönelik kamu talebinin uzun vadeli olarak geliştirilmesi esastır.
- Türkiye'de yaratıcı endüstriler politikalarına yönelik bütüncül bir yaklaşım büyük ölçüde eksiktir. Kurumlar, ekonomik getirisi daha yüksek olan sektörlerle öncelik vermekte, diğerlerini genellikle ihmal etmektedir.
- Bazı kilit politika yapıcı kurumlar (örneğin, Telif Hakları Genel Müdürlüğu, Ticaret Bakanlığı, Kalkınma Ajansları) arasındaki iletişim gelişmektedir, ancak diğerleri arasında eksiklikler devam etmektedir.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

- Eğitim programları, katılımcı yöntemlerin etkili bir şekilde uygulanması, kararların takip edilmesi ve kurulan mekanizmalar aracılığıyla izlenmesini sağlamaya yönelik bir modül içermelidir.
- Kamu kurumları, yaratıcı endüstriler alanında politika oluşturma konusunda uzmanlığa sahip yeterli personelden yoksundur. Uzman profesyonellerin eğitilmesi ve içe alınması çok önemlidir.
- Yaratıcı endüstrilere yönelik girişimler genellikle sistematik yaklaşımlardan ziyade bireysel çabalara dayanmaktadır. Bireylerden bağımsız sürdürülebilir sistemlere ihtiyaç vardır.
- Yaratıcı endüstrilerle ilgili uluslararası gündem ve anlaşmaların izlenmesi yetersizdir. Eğitim, gelişim ve küresel tanınırlık için bu araçlardan yararlanmayı vurgulamalıdır.
- Politikalar, kültürel çeşitliliği koruyarak Türkiye'nin yaratıcı ürünlerini küreselleştirmeyi ve sektörü uluslararası pazarlara entegre etmeyi hedeflemelidir.
- Eğitim oturumlarında teorik tartışmalardan ziyade pratik içerik, en iyi uygulamalar ve vaka çalışmalarına öncelik verilmeli ve interaktif formatlar tercih edilmelidir.
- Etkileşime ve fikir alışverişine odaklanan, hibrit veya yüz yüze seçenekleri olan kısa, uygun maliyetli eğitim oturumları (3-4 gün) önerilmektedir.
- Katılım sertifikaları ve Ocak ve Mayıs ayları arasında yapılacak programlama, ilgili kamu çalışanlarının katılımını ve bağlılığını artırabilir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Politika Oluşturma Eğitimi İhtiyaç Analizi: Anket İğörleri

- Anket, Türkiye'deki kamu sektörü çalışanlarına yönelik eğitim ihtiyaç analizi çerçevesinde gerçekleştirilmiş ve 34 kamu sektörü çalışanı katılmıştır.
- Anket katılımcılarının %82,4' kurumlarında özellikle yaratıcı endüstriler üzerine çalışan birim veya bölümlerin varlığını teyit etmiştir.
- 91,2'si kurumlarının yaratıcı endüstrilere yönelik mevcut projeleri veya destek mekanizmaları olduğunu belirtmiştir.
- Katılımcıların %76,5'i kurumlarının yaratıcı endüstriler için özel stratejiler geliştirdiğini ve aynı ya da mali destek sağladığını belirtmiştir.
- Katılımcıların yalnızca %38'i kurumlarında yaratıcı endüstrilerle ilgili politika belgelerinin mevcut olduğunu belirtmiştir.
- En az gelişmiş alan etki ölçümüdür; katılımcıların yalnızca %32,4' kurumlarının yaratıcı endüstri politikalarına ilişkin değerlendirmeler yaptığını belirtmiştir.
- Katılımcıların yarısı yaratıcı endüstrilere ilişkin uluslararası politika gündeminin kişisel ilgi duyan bireyler tarafından takip edildiğini belirtirken, %41'i genel olarak kurumları tarafından takip edildiğini belirtmiştir.
- Katılımcıların sadece %11,8'i üst ve orta düzey yöneticilerinin yaratıcı endüstriler için politika oluşturma konusunda yeterli donanımına sahip olduğuna inanırken, %67,6'sı sadece bazı yöneticilerin gerekli niteliklere sahip olduğuna inanmaktadır.
- Katılımcıların hiçbirisi eğitime ihtiyaç olmadığını belirtmemiştir; hepsi üst düzey ve orta düzey yöneticilerin yaratıcı endüstriler politikası oluşturma konusunda eğitim alması gerektiği konusunda hemfikir olmuşlardır.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Gelecek Beceriler Eğitim İhtiyaç Analizi: Temel Bulgular ve Tavsiyeler

- **Entegre Küresel Perspektif:** Türkiye'deki yaratıcı endüstrilerin silolar halinde faaliyet göstermekten bütünleşik, disiplinler arası bir yaklaşımı benimsemeye geçmeleri önerilmektedir. Eğitim, sektörler arası uluslararası başarıyı kullanmak gibi küreselleşme stratejilerine vurgu yapmalıdır. (örneğin, müzik ve TV işbirlikleri).
- **Analitik ve İstatistiksel Beceriler:** Özellikle etki ölçümü ve kanıta dayalı stratejiler olmak üzere, veriye dayalı karar verme konusunda eğitimlerin artırılması önerilmektedir. Veri toplama, kategorize etme ve analiz etme becerilerinin geliştirilmesi, kapsamlı yaratıcı sektör politikalarının desteklenmesi açısından büyük önem taşımaktadır.
- **Teknoloji ve Dijital Dönüşüm:** Eğitimler yapay zeka, büyük veri ve Createch gibi gelişmekte olan teknolojiler hakkında farkındalık yaratmayı amaçlamalıdır. Gelişen araçlar ve trendlerle uyumlu kalabilmek için kursların teknolojinin yaratıcı süreçlere entegrasyonu, dijitalleşme ve yaşam boyu öğrenme konularını kapsamaması tavsiye edilmektedir.
- **Eleştirel ve Yaratıcı Düşünme:** Kamu sektörü çalışanlarının yenilikçiliği ve esnekliği teşvik eden, sorunlara standart süreçlerin ötesinde yaklaşımlarını sağlayan eğitimler almaları tavsiye edilmektedir.
- **İş ve Liderlik Becerileri:** Eğitim; sanat yönetimi, vizyoner liderlik, yetenek keşfi ve niş pazarların geliştirilmesi konularına odaklanmalıdır. Liderler, yaratıcı ekiplere rehberlik edecek ve farklı yetenekleri destekleyecek araçlarla donatılmalıdır.
- **Proje yönetimi:** Eğitim programlarının yaratıcı projeler için planlama, yürütme ve risk yönetimi konularında rehberlik sağlaması önerilmektedir. İş birliği, kaynak kullanımı ve zaman çizelgesi koordinasyonuna vurgu yapılmalıdır.
- **Finansal Okuryazarlık:** Yaratıcı girişimlerde finansal sürdürülebilirliği sağlamak için yaratıcı liderlerin bütçe yönetimi, sponsorluk edinme ve fon teklifleri konularında eğitim almaları önerilmektedir.
- **Telif Hakkı ve Yasal Okuryazarlık:** Yaratıcı liderler, kamu-özel sektör ortaklıklarını kolaylaştırmak ve yaratıcıların haklarını korumak için fikri mülkiyet yasaları ve kamu sektörü düzenlemeleri konusunda eğitilmelidir.
- **Yönetişim Becerileri:** Eğitimler, yaratıcı girişimlerin kamu sektörüyle iş birliğini nasıl daha iyi yürütebileceklerini, kurumlarla iletişimi nasıl geliştirebileceklerini ve bürokratik yapıları nasıl anlayabileceklerini ele almalıdır.
- **Çevresel Sürdürülebilirlik:** Eğitim programlarının yeşil ekonomi, enerji tasarrufu ve sürdürülebilirlik ile ilgili uygulamaları içermesi tavsiye edilmektedir. Bu, yaratıcı endüstrilerin ekolojik önceliklerle uyumlu hale getirilmesine ve uluslararası rekabet gücünün artırılmasına yardımcı olacaktır.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Gelecek Beceriler Eğitim İhtiyaç Analizi: Anket İğrrleri

- Özel sektör liderleri genel iş yönetimi, finansal okuryazarlık ve strateji geliştirme konularına vurgu yaparken, kamu sektörü yöneticileri teknolojiyle ilgili becerilere duyulan ihtiyacın altını çizmektedir.
- **Yaratıcı Liderler için En önemli ncelikler:**
  1. Finansal Okuryazarlık:
  2. Esneklik ve eviklik
  3. Uzun vadeli planlama
  4. Stratejik karar verme
  5. Sanat yönetimi
- **Kamu Sektörü alışanları için En önemli ncelikler:**
  1. Yapay zeka
  2. Büyük veri ve veri madenciliği
  3. Yaratıcı düşünme
  4. Dijital dönüşümün işletme yönetimine uyarlanması
  5. Yeşil politikalar ve döngüsel ekonomi



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## 2. Yaratici Ekonomi Yönetimi ve Yönetişiminde Mevcut Durum

59



T.C. SANAYI VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI



#YEREL  
KALKINMA  
HAREKETİ



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



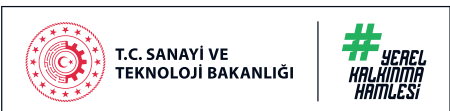
İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



ARAŞTIRMA  
PROGRAMI



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Giriş

Bu bölümde, Türkiye'nin yaratıcı ekonomisindeki yönetim zorluklarını ve fırsatlarını araştıran "Yaratıcı Ekonomi Yönetimi ve Yönetişiminde Son Durum" raporundan önemli bilgiler sunulmaktadır. Rapor, 83 anket katılımcısından ve 47 paydaş görüşmesinden alınan yanıtlara dayanarak yönetişimin parçalı durumunu ve koordineli, kapsayıcı yaklaşımlara duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır.

Türkiye'nin yaratıcı ekonomisi kültürel, sosyal ve ekonomik kalkınmada kritik bir rol oynamaktadır ancak önemli engellerle karşı karşıyadır. Taban örgütleri, özel sektör iş birliği ve veri odaklı politika oluşturma, müdahale için kritik alanlar olarak ortaya çıkmaktadır. Bulgular, sektörler arasında yenilikçiliği ve iş birliğini teşvik ederken yönetim yapılarını yerel gerçeklerle uyumlu hale getirmenin önemini vurgulamaktadır. Türkiye, bu zorlukları ele alarak yaratıcı ekonomisinin tüm potansiyelini ortaya çıkarabilir ve onu sürdürülebilir kalkınmanın temel taşı olarak konumlandırabilir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Bulgular

Türkiye'nin yaratıcı ekonomisi, her biri kendine özgü ihtiyaç ve fırsatlara sahip çeşitli sektörleri içermektedir. Ancak, yönetim yapıları genellikle herkese uyan tek bir yaklaşım benimseyerek alt sektörlerin ve bölgelerin özel gereksinimlerini göz ardı etmektedir.

- **Yetersiz Mali Destek:** Katılımcıların yüzde altmışı, özellikle kültürel miras ve geleneksel sanatlar alanında yetersiz finansmanı kritik bir engel olarak tanımlamıştır. Paydaşlar, koruma, sürdürülebilirlik ve kültürel değişim konularında destek eksikliği olduğunu belirtmiştir.
- **Bölgesel Eşitsizlikler:** Yaratıcı ekonomi faaliyetleri, katılımcıların %78'ine ev sahipliği yapan İstanbul'da yoğunlaşmaktadır. Daha küçük şehirler ve kırsal alanlar genellikle göz ardı edilmekte ve katkıda bulunma kabiliyetleri sınırlandırılmaktadır. Paydaşlar, adil kaynak tahsisi ve özel bölgesel destek ihtiyacını vurgulamıştır.
- **Uzmanlaşmış Yönetişimin Yokluğu:** Hem anketler hem de mülakatlar, yaratıcı ekonomi için özel kurumların eksikliğini vurgulamıştır. Bu eksiklik, parçalı politika yapımına yol açmakta ve sektöre özgü stratejilerin geliştirilmesini sınırlamaktadır.
- **Düzenleyici Zorluklar:** Türkiye'nin yaratıcı ekonomisi, yenilikçiliği, büyümeyi ve küresel rekabet gücünü engelleyen kritik mevzuat zorluklarıyla karşı karşıyadır. Temel sorunlar arasında eski fikri mülkiyet yasaları, lisanslama ve vergi sistemlerindeki verimsizlikler ve modern yaratıcı uygulamaları destekleyecek sektöre özgü politikaların eksikliği yer almaktadır.
- **Yasal Çerçeveseler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın WIPO ile iş birliği ve yaratıcı platformların kurulması gibi son dönemdeki girişimleri umut verici bir temel oluşturmuş olsa da, Türkiye'nin yasal çerçevesini uluslararası en iyi uygulamalarla uyumlu hale getirmek ve yaratıcı endüstriler için daha destekleyici bir ortam oluşturmak için acilen önemli reformlara ihtiyaç duyulmaktadır.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Anket Bulguları

- **Katılımcıların profili:** Serbest çalışanlar (%37,3), KOBİ'ler/start-up'lar (%33,7), sanatçılar/performansçılar(%15,7) ve kültür yöneticileri/editörler (%13,3) olmak üzere sektörün çeşitliliğini yansıtmaktadır. %77,1'i İstanbul'da yerleşik olup, İzmir (%8,4), Ankara (%4,8) ve diğer şehirlerden (%7,2) daha az sayıda temsilci bulunmaktadır. 60,2'si 10 yıldan fazla deneyime sahipken, kariyerinin başındaki profesyoneller (%7,2) giriş engelleriyle karşılaşmaktadır.
- **Karşılaşılan zorluklar:** Bürokratik yetersizlikler (%83,1) ve finansman açıkları (%68,7) en önemli engellerdir. Sınırlı ağlar (%56,6) ve eğitim eksiklikleri (%37,3) beceri geliştirme ve işbirliği ihtiyacının altını çizmektedir.



### Zorluklara ilişkin alt grup görüşleri

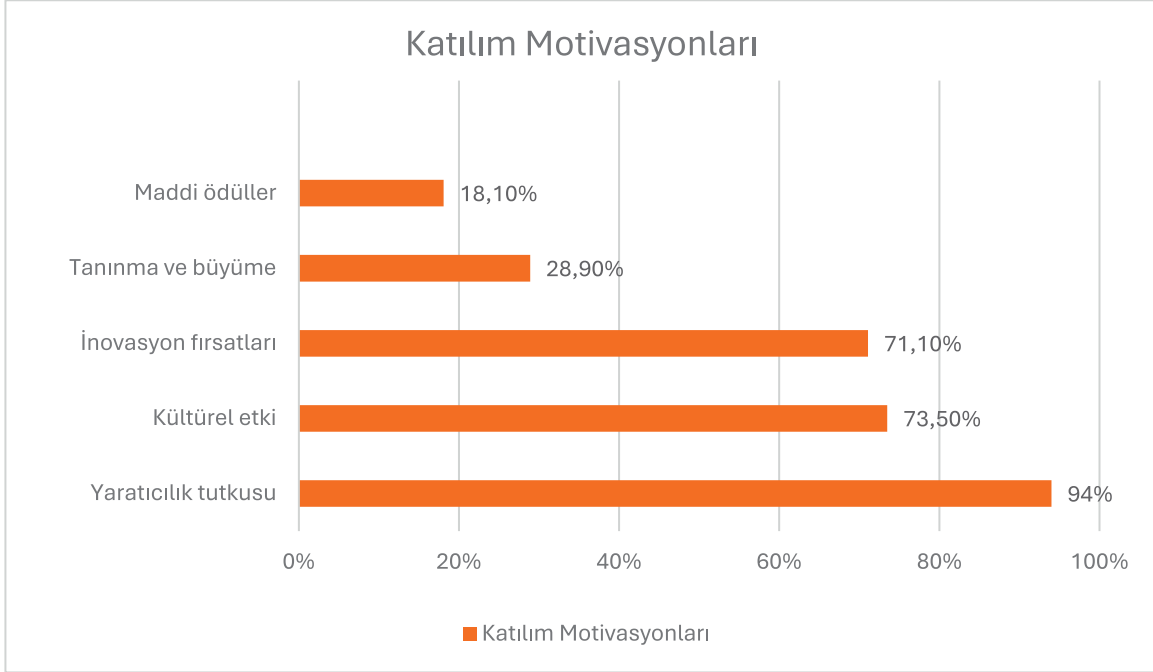
- Serbest çalışanlar finansman ve kısıtlı iş birliği fırsatları ile mücadele etmektedir.
- KOBİ'ler mevzuat engelleriyle karşılaşmakta ve altyapı eksikliği yaşamaktadır.
- Sanatçılar ve icracılar profesyonel gelişime ihtiyaç duymaktadırlar.
- Start-up'ların mentorluğa ve erken finansmana ihtiyacı bulunmaktadır.
- Büyük işletmeler, büyük ölçekli projeler için mevzuata uyum konusunda zorluklar yaşadıklarını bildirmektedir.

- **Destek ihtiyaçları:** Mali yardım (%73,5) listenin başında yer alırken, bunu politika reformları (%53) ve ağ oluşturma platformları (%51,8) takip etmektedir. Altyapı (%45,8) ve eğitim (%34,9) küçük bölgeler için kritik önem taşıırken, kentsel alanlar küresel pazara erişime öncelik vermektedir.
- **Katılım için motivasyonlar:** Zorluklara rağmen katılımcılar yaratıcı ekonomiye bağlılıklarını sürdürmektedir. Bulgular, katılımcıların işlerinden elde ettikleri içsel ve toplumsal değeri vurgularken, aynı zamanda bazı katılımcılar için inovasyon ve finansal istikrarın önemini de kabul etmektedir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir



- **Hükümet politikalarından beklentiler:** Katılımcılar politika önceliklerini net bir şekilde ortaya koymaktadır. En önemli öncelikler mali destek (%75), basitleştirilmiş düzenlemeler (%60) ve küresel pazara erişimdir (%40).

64



### Potansiyelin Kilitini Açmak: Sektöre Özel Öncelikler

- **Sahne Sanatları:** Küresel pazar erişimi ve ortaklıklar, iş birliği ve düzenleyici reformlarla ilgili yanıtlarda yaygın temalar arasındadır.
- **Görsel Sanatlar:** Altyapı geliştirme ve basitleştirilmiş düzenlemeler **genel olarak büyük bir öneme sahiptir ve bu, galeriler ve stüdyolar gibi altyapıların bu sektördeki anahtar unsurlar olması nedeniyle görsel sanatların ihtiyaçlarıyla uyumlu olabilir.**
- **Tasarım ve El Sanatları:** **Kapasite geliştirme ve mali yardım**, özellikle bireysel zanaatkarlar veya küçük ölçekli üreticiler için bu alandaki ortak zorlukları yansıtmaktadır.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

- **İş birliği ve Bilgi Paylaşımı:** Katılımcılar, mevcut işbirliği mekanizmalarındaki dağınıklığı gidermek için merkezi ağların ve profesyonel platformların önemini vurgulamıştır.
- **Politika ve Veri Boşlukları:** Politika yapıcıların Őeffaf iletişimi ve güvenilir, sektöre özgü veri setlerine erişimi, stratejik kararları desteklemek ve bilgiye dayalı politika geliştirilmesini sağlamak için gereklidir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## 3. Türkiye’de Yaratıcı Ekonominin Dinamik Haritalanması

67

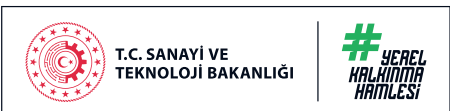


T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIğI





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

Bu alışma, yerleşik kuramsal çerçeveler ve yenilikçi metodolojiler kullanarak Türkiye'nin yaratıcı sektörlerinin kapsamlı bir analizini sunmaktadır. Çalışma, yaratıcı endüstrilerin tanımlanması, Yaratıcı Grid/çerçevenin uygulanması, yaratıcı yoğunluğun ölçülmesi ve bölgesel örüntülerin analiz edilmesi de dahil olmak üzere dinamik haritalamanın temel adımlarını özetlemektedir. Çalışma, veri ve metodolojik kısıtlamaları kabul etmekle birlikte, daha etkili politikalar oluşturmak için bu yaklaşımların iyileştirilmesini vurgulamaktadır. Bu alışma, Türkiye'nin kendine özgü güçlü yönlerinden yararlanarak ve sektöre özgü zorlukları ele alarak, dinamik ve kapsayıcı bir yaratıcı ekosistemi teşvik etmeyi ve gelecekteki araştırma ve geliştirmeler için zemin hazırlamayı amaçlamaktadır. Bu bölümde, çalışmanın en önemli bulgularına ve igrlerine kısa bir genel bakış sunan çalışmadan ne çıkan başlıklar sunulmaktadır.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Dinamik Haritalama Metodolojisi: Temeller ve Uygulama

NESTA tarafından geliştirilen dinamik haritalama, yaratıcı ekonomilerin karmaşık ve değişen manzarasını analiz etmek için tasarlanmış yenilikçi ve uyarlanabilir bir metodolojidir. Kökleri küresel en iyi uygulamalara dayanan bu yaklaşım, yaratıcı endüstrileri ve meslekleri tanımlamak, sınıflandırmak ve ölçmek için sistematik bir çerçeve sunmaktadır. Modern ekonomiler için giderek daha merkezi hale gelen geleneksel içerik yaratma, bilgi ve iletişim teknolojisi (ICT-BIT) ve yaratıcı becerilerin kesiştiği noktalara dair kritik içgörüler sunmaktadır.

## Neden Dinamik Eşleme?

Dinamik haritalama, özellikle teknoloji ve yaratıcılığın entegrasyonu olmak üzere ekonomideki yapısal değişiklikleri ele alma kabiliyeti nedeniyle seçilmiştir. Geleneksel sınıflandırmalardan farklı olarak, yaratıcı çalışmaların niteliksel boyutlarını vurgulamakta ve gelişmekte olan alanlara uyum sağlamaktadır. Bu metodoloji, örtüşen rollerin ve disiplinler arası iş birliklerinin sınıflandırma ve politika geliştirme açısından benzersiz zorluklar ortaya çıkardığı Türkiye'nin yaratıcı ekonomisi için özellikle uygundur.

## Anahtar Kavramlar

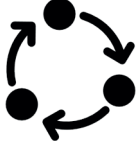
- **Yaratıcı Üçlü Çerçevesi:** Bu model, yaratıcı endüstrilerdeki rolleri üç gruba ayırmaktadır:
  - **Uzmanlık rolleri:** Geleneksel yaratıcı endüstrilerdeki yaratıcı meslekler.
  - **Entegre roller:** Yaratıcı olmayan sektörlerde yaratıcı meslekler.
  - **Destek rolleri:** Yaratıcı endüstrilerin işleyişine katkıda bulunan yaratıcı olmayan roller.
- **Yaratıcı yoğunluk** Bir sektördeki yaratıcı rollerin oranını ölçerek yaratıcılığın faaliyetlerin merkezinde olduğu sektörleri belirlemektedir.
- **Yaratıcı grid/çerçeve** Yaratıcı meslekleri değerlendirmek için beş kriterden oluşan bir settir:
  1. Yeni süreçler.
  2. Mekanizasyona Karşı Direnç:
  3. Tekrar etmeyen fonksiyonlar.
  4. Yaratıcı değer zincirine katkı.
  5. Dönüşümden ziyade yorumlamaya vurgu yapar.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

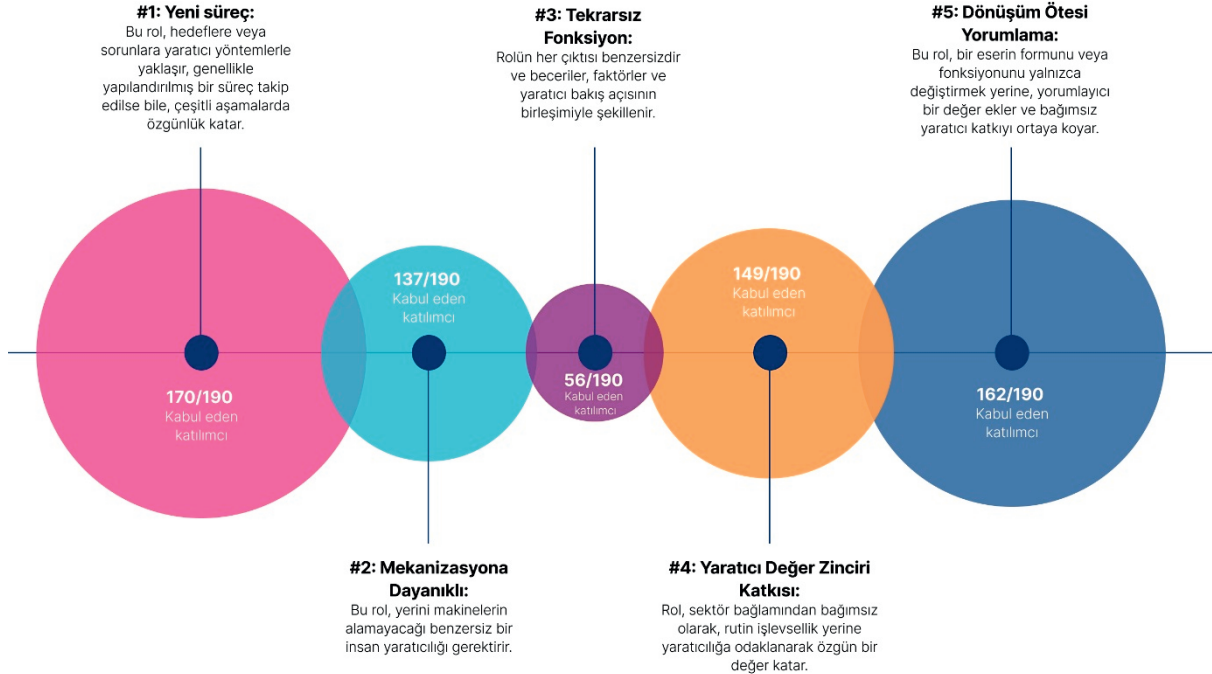
### Metodolojik Adımlar

- Yaratıcı Meslekleri Tanımlamak:** Yaratıcı Grid temel alınarak, meslekler yaratıcı girdilerine göre kategorize edilmiştir.
- Yaratıcı Yoğunluğun Ölçülmesi:** Sektörler, yaratıcı rollerin yoğunluğuna göre değerlendirilir.
- Endüstrilerin yeniden sınıflandırılması:** Yaratıcı yoğunluğu yüksek olan sektörler yaratıcı ekonominin bir parçası olarak tanımlanmaktadır.
- Paydaş İstişaresi:** Sektör paydaşlarından alınan görüşler, uygunluk ve doğruluk sağlamaktadır.
- Ekonomik Analiz:** Yaratıcı ekonominin katkısını ölçmek için istihdam ve finansal veriler analiz edilmiştir.
- Sürekli İyileştirme:** Metodoloji, ortaya çıkan trendleri ve yeni yaratıcı alanları yansıtacak şekilde güncellenmiştir.



### Nesta'nın Yaratıcı Çerçeve Modeli

Aşağıdaki grafik, yaratıcı endüstrilerde çalışan profesyonellerin kendi mesleklerine dair algılarının, Nesta'nın **Yaratıcı Grid/Çerçeve Kriterleri** ile ne ölçüde örtüştüğünü incelemektedir.



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



#  
YEREL  
KALKINMA  
HAREKETİ



İSTANBUL  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



İZMİR  
KALKINMA  
AJANSI



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Temel bulgular

- Analiz, Türkiye'nin yaratıcı ekonomisinin tam olarak temsil edilmesini etkileyen veri kısıtlamaları nedeniyle **serbest meslek sahiplerini hariç tutarak ücretli çalışanlara** odaklanmaktadır. Bu kısıtlamalara rağmen, dinamik haritalama metodolojisi değerli içgörüler sunmakta ve Türkiye'nin kendine özgü bağlamına uyum sağlarken uluslararası standartlarla da uyum sağlamaktadır. Bu veri eksikliklerinin, özellikle serbest meslek sahipleri ve kamu sektörü çalışanlarını da kapsayacak şekilde ele alınması, daha kapsayıcı bir anlayış ve etkili politika geliştirme için elzemdir. Bu çalışma, Türkiye'nin yaratıcı ekonomisine ilişkin gelecekteki iyileştirmeler ve kapsamlı araştırmalar için zemin hazırlamaktadır.
- 2022 yılında Türkiye genelinde **445.000 kişi** yaratıcı endüstrilerde istihdam edilirken, yaklaşık **772.000 kişi** yaratıcı mesleklerde çalışmaktadır.
- Yaratıcı meslekler ekonomideki **toplam işgücünün %32** 'sini ve yaratıcı endüstrilerdeki **işlerin %19** 'unu oluşturmaktadır.
- Analiz, yaratıcı mesleklerin yalnızca yaratıcı sektörlerde değil, aynı zamanda yaratıcı olmayan sektörlerde de önemli ölçüde var olduğunu ve 628.661 kişinin geleneksel yaratıcı endüstriler dışında bu tür rollerde istihdam edildiğini vurgulamaktadır.
- Bu sonuçlar, yaratıcı mesleklerin farklı sektörlerdeki temel rolünün altını çizmekte ve daha geniş ekonomik etkilerini vurgulamaktadır.
- Yaratıcı yoğunluk değerleri sektörler genelinde çoğunlukla %30-40 aralığında kümelenmektedir. Bu eşiği biraz düşürmek, çalışan sayısını maksimum 17.000 kadar etkilemekte, bu da yaratıcı iş gücünün dağılımının istikrarlı olduğunu göstermektedir.
- Yaratıcı mesleklerde yaklaşık 50.000 kişi, %50-60 yaratıcı yoğunluk oranıyla yaratıcı endüstrilerde istihdam edilmektedir. Yaklaşık 37.000 kişi ise daha düşük bir %20-30 oranıyla yaratıcı endüstrilerde çalışmakta ve bu, yaratıcı olmayan sektörlerle önemli bir örtüşme göstermektedir.
- Türkiye'deki yaratıcı mesleklere ilişkin daha geniş bir analizde de benzer bir örüntü gözlenmektedir. 50.000'e yakın yaratıcı profesyonelin %50-60 oranında, 45.000'inin ise %20-30 oranında yaratıcı sektörlerde istihdam edildiğini gösteren bu veriler, yaratıcı rollerin sektörler arasındaki dağılımını pekiştirmektedir.
- Bu bulgular, yaratıcı rollerin çok yönlülüğünü ve yaratıcı mesleklerin geleneksel yaratıcı endüstrilerin ötesindeki geniş etkisini vurgulamaktadır.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

**Tablo:** Türkiye için Yaratıcı Üçlü Ölçümü

Yaratıcı Matris		Sektörler	
		Yaratıcı Sektörler	Yaratıcı olmayan sektörler
Meslekler	<i>Kültürel ve yaratıcı meslekler</i>	144.030	628.661
	<i>Yaratıcı olmayan meslekler</i>	301.009	18.832.462



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Sektör Özeti: Dinamik Haritalama İlgörüleri

Bu bölüm, dinamik haritalama analizinden elde edilen temel bulguları vurgulayarak Türkiye'nin yaratıcı ekonomisindeki işgücü dinamiklerine sektöre özgü bir genel bakış sunmaktadır.

### Reklam ve Pazarlama



74

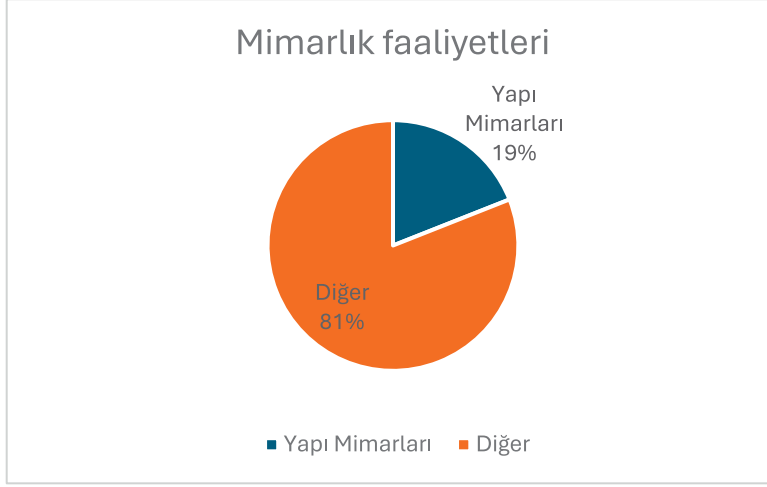
- Halkla İlişkiler Uzmanları ve Reklamcılık ve Pazarlama Uzmanları gibi meslekler, reklam ajansları ve medya temsilcilikleri önemli işverenler olmak üzere yaratıcı endüstriler içinde farklı düzeylerde yoğunlaşma göstermektedir. Örneğin, Halkla İlişkiler Uzmanları reklam ajanslarında %15,6'lık bir temsil oranına sahiptir.
- Yaratıcı roller, perakende ve konaklama gibi yaratıcı olmayan sektörlerde de istihdam edilmekte ve sektörler arası ilgilerinin altını çizmektedir.

### Mimarlık

- Yapı Mimarları mimari faaliyetler sektörüne hakimdir (%19), ancak önemli bir kısmı konut inşaatı gibi yaratıcı olmayan sektörlerde çalışmaktadır (%26).



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

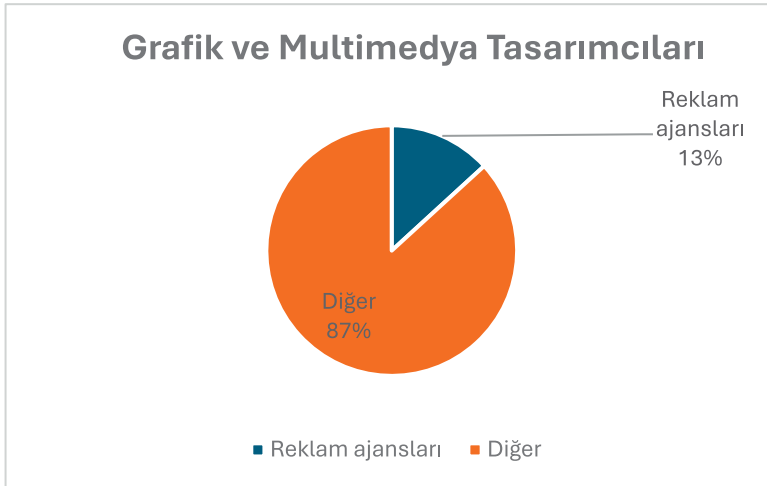


#### El Sanatları

- Demirciler ve mlekiler gibi geleneksel zanaat meslekleri, öncelikle inşaat ve imalat gibi yaratıcı olmayan sektörlerde istihdam edilmektedir. Örneğin, demircilerin yalnızca %0,06'sı mücevher imalatında istihdam edilmektedir. Bu sektörde yaratıcı meslek gruplarının payları oldukça düşüktür. Bu yaratıcı meslek grupları içinde en yüksek pay %0,09 ile mlekiler ve İlgili Mesleklerde alışanlara aittir.

#### Tasarım (rn, Grafik ve Moda)

- Grafik ve Multimedia Tasarımcıları reklam ajanlarında önemli bir varlık gösterirken (%13,2), uzmanlaşmış tasarım faaliyetlerinde daha az temsil edilmektedir (%1,9).





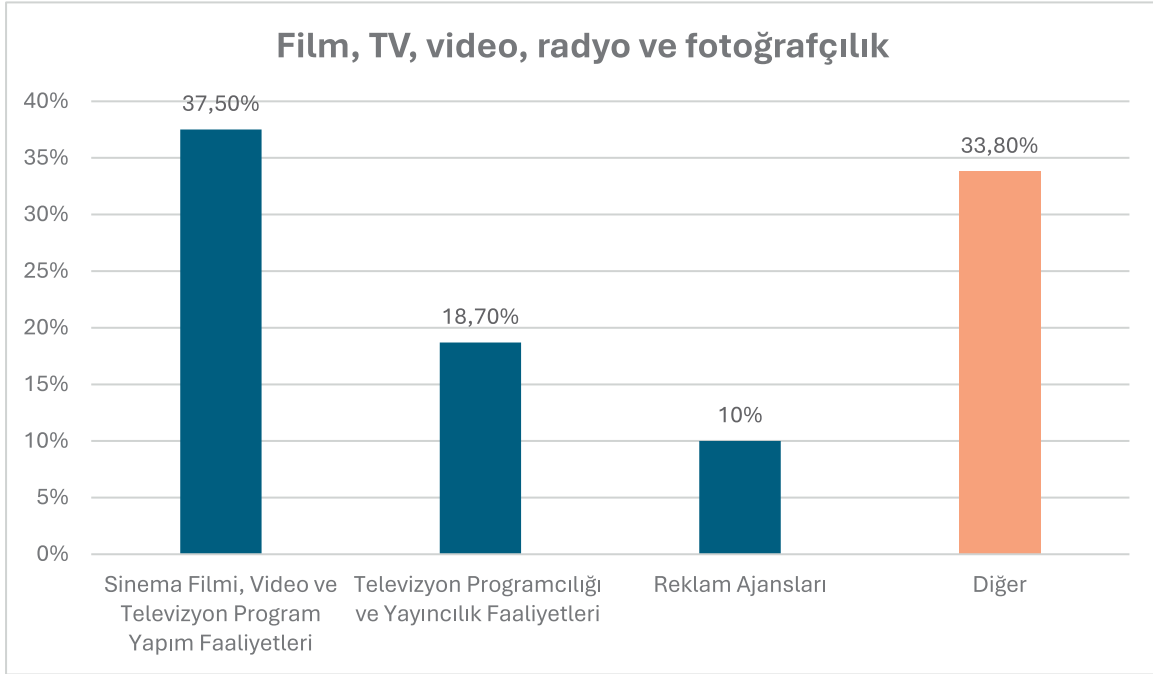
Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

- Bu sektördeki yaratıcı mesleklerin payları şu şekildedir: Grafik ve Multimedya Tasarımcıları %5,5, Ürün ve Giyim Tasarımcıları %2,5 ve İç Mekan Tasarımcıları ve Dekoratörler.

### Film, TV, video, radyo ve fotoğrafçılık

- Bu meslek grubunun en yaygın olduğu ilk üç sektör aşağıdaki gibidir: %18,7 ile %37,5 Sinema Filmi, Video ve Televizyon Program Yapım Faaliyetleri, %18,7 ile 10 Televizyon Programcılığı ve Yayıncılık Faaliyetleri ve %10 ile 7311 Reklam Ajansları.

Bu kategorideki yaratıcı mesleklerin oranları şu şekildedir: Yayıncılık ve Görsel-İşitsel Teknisyenler %15,3, Film, Sahne ve İlgili Yönetmenler %14,2 ve Fotoğrafçılar %0,82.

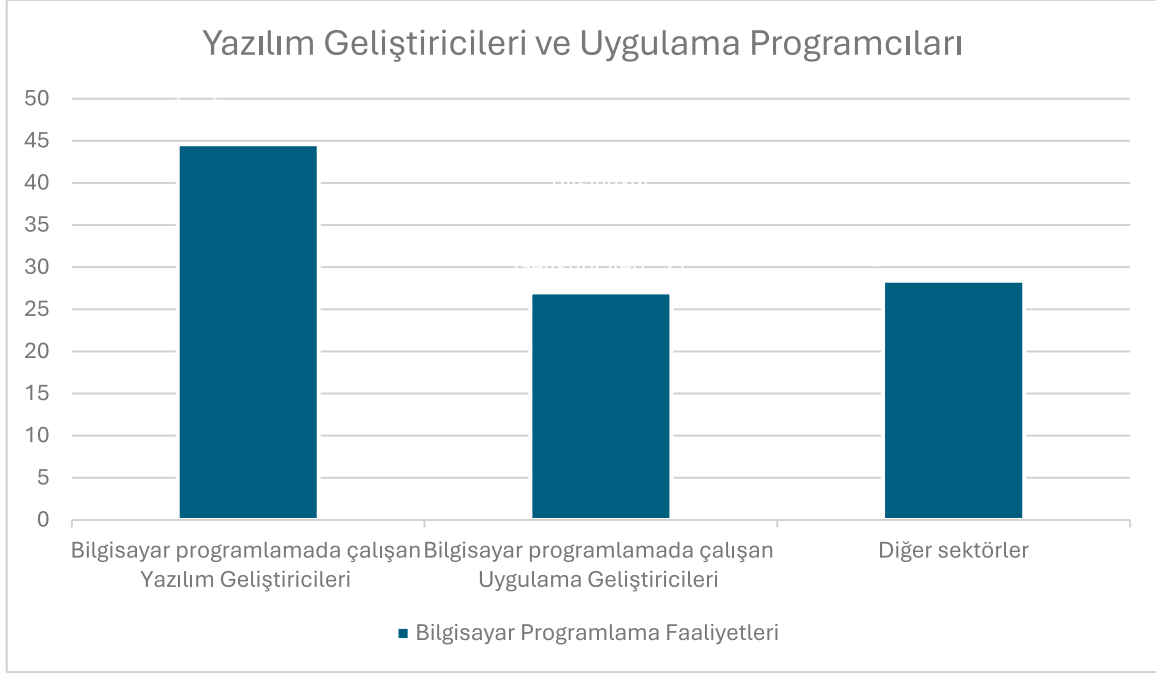


### BT, yazılım ve bilgisayar hizmetleri

- Yazılım Geliştiricileri ve Uygulama Programcıları gibi meslekler bilgisayar programlama faaliyetlerinde yoğunlaşmaktadır (sırasıyla %44,6 ve %27).
- Yazılım Geliştiricileri meslek grubu aynı zamanda Bilgisayar Programlama Faaliyetleri sektöründeki yaratıcı endüstriler içinde en yüksek temsile sahiptir.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir



### Kitap yayıncılığı

- Gazete yayıncılığı sektör grubunda en yaygın üç meslek sırasıyla şöyledir: Gazeteciler %48 ile birinci sırada, Grafik ve Multimedya Tasarımcıları %7 ile ikinci sırada ve Matbaacılar %4,3 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Tercüme ve Çeviri Faaliyetleri sektörü, %36,8 ile Tercümanlar, Çevirmenler ve Diğer Dil Uzmanları meslek grubunda en yüksek çalışan sayısına sahiptir. Onun ardından %21,6 ile Ofisler, Oteller ve Diğer İşletmelerde Temizlikçiler ve Yardımcılar gelmektedir.

### Müzeler, galeriler ve kütüphaneler

- Müze Faaliyetleri sektör grubunda meslek dağılımında %13,6 ile Turist Rehberleri başı çekmektedir. Onları %9,9 ile Genel Büro Memurları yakından takip ederken, üçüncü en yüksek meslek grubu %9,7 ile İnsan Kaynakları ve Kariyer Uzmanlarıdır. Yaratıcı mesleklerin Müzeler, Galeriler ve Kütüphaneler sektör grubuyla kesişiminde, Arşivciler ve Küratörler %4,4'lük bir paya sahipken, onları %0,9'ar payla Kütüphaneciler ve İlgili Bilgi Profesyonelleri ile Galeri, Müze ve Kütüphane Teknisyenleri takip etmektedir.

### Müzik, sahne ve görsel sanatlar

- Bu yaratıcı kategori altındaki sektör grupları arasında, Ses Kaydı ve Müzik Yayıncılığı Faaliyetleri sektöründe en yüksek meslek yoğunluğu %14,8 ile Yayıncılık ve Görsel-İşitsel Teknisyenlerdedir. Bu kategori içindeki bir diğer yaratıcı sektör grubu olan Kültürel Eğitim alanında, %15 ile Ortaöğretim Öğretmenleri mesleği ilk sırada yer almaktadır. Onu %10,5 ile Ofisler, Oteller ve Diğer İşletmelerde Temizlikçiler ve Yardımcılar, %10,3 ile Diğer Sanat Öğretmenleri takip etmektedir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

## Sonuç

Yaratıcı ekonomi, hem ekonomik büyüme hem de kültürel yeniliği teşvik etme konusunda büyük bir potansiyele sahip olup, küresel ve ulusal kalkınma için önemli ve giderek büyüyen bir güç temsil etmektedir. Türkiye’de sektör, zengin kültürel çeşitliliği, gelişmekte olan yetenekleri ve dinamik yaratıcı endüstrileri ile bu potansiyeli değerlendirmeye özellikle elverişlidir. Ancak, bu potansiyelin tam anlamıyla hayata geçirilmesi, veri odaklı güçlü bir politika oluşturma yaklaşımını gerektirmektedir. Yaratıcı ekonomiye ilişkin doğru ve kapsamlı veriler, bilinçli kararlar almak, etkili politikalar geliştirmek ve yaratıcı endüstrilerin daha geniş ekonomik ve sosyal sonuçlar üzerindeki etkisini ölçmek için gereklidir. Veri toplamaya yatırım yaparak, ölçüm araçlarını geliştirerek ve verileri politika oluşturma sürecine entegre ederek Türkiye, yaratıcı ekonomisinin gerçek değerini ortaya çıkarabilir. Yenilikçiliği, iş birliğini ve verilerin stratejik kullanımını teşvik etmeye doğru bir şekilde odaklanıldığında, Türkiye yaratıcı sektörde küresel bir lider olarak ortaya çıkma, sürdürülebilir ekonomik büyümeyi ve gelecek için kültürel refahı teşvik etme fırsatına sahiptir.

Aşağıdaki öneriler, Türkiye’nin yaratıcı ekonomisini uzun vadede büyütmek, dayanıklılığını artırmak ve küresel rekabet gücünü sağlamlaştırmak için atılması gereken kritik adımları özetlemektedir.

78

### 1. Veri Toplama ve Kanıta Dayalı Politika Oluşturmanın Güçlendirilmesi

Etkili politikalar geliştirmek ve yaratıcı ekonominin etkisini ölçmek için güvenilir verilere ihtiyaç vardır. Güncel, kapsamlı ve sektöre özgü içgörüler sağlayacak ulusal veri toplama çabaları güçlendirilmelidir. Kamu kurumları, özel sektör paydaşları ve akademi iş birliği yaparak mevcut veri boşluklarını doldurmalı ve yaratıcı ekonomi trendlerinin uzun vadeli takibini sağlayacak standart raporlama mekanizmaları oluşturmalarıdır.

### 2. Sektör Bazlı Büyüme ve İnovasyonun Desteklenmesi

Yaratıcı ekonomi tek bir sektör gibi görülmemelidir; her alt sektörün kendine özgü dinamikleri ve ihtiyaçları vardır. Politikalar, **CreaTech**, **dijital içerik ve etkileşimli medya** gibi yüksek büyüme potansiyeline sahip alanları desteklerken, geleneksel kültürel endüstrilere de yapısal destek sağlamalıdır. Yaratıcı endüstriler ile **teknoloji**, **turizm ve imalat** gibi sektörler arasındaki çapraz iş birlikleri teşvik edilerek yeni büyüme fırsatlarının önü açılmalıdır.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

### 3. Beceri Gelişimi ve Yeteneklere Erişimin Genişletilmesi

Yaratıcı ekonominin dönüşümüyle birlikte, ihtiyaç duyulan beceriler de değişmektedir. Eğitim ve mesleki gelişim programları **dijital dönüşüm, yapay zeka ve yaratıcı girişimcilik** gibi alanlarla uyumlu hale getirilmelidir. **Yaşam boyu öğrenme** girişimlerinin yaygınlaştırılması, hem yeni hem de mevcut profesyonellerin rekabet gücünü korumasını sağlayacaktır. Ayrıca, uluslararası bilgi alışverişini güçlendirecek iş birlikleri ile beceri açıkları kapatılabilir ve küresel en iyi uygulamalar Türkiye'nin yaratıcı iş gücüne entegre edilebilir.

### 4. Yönetişim ve Politika Koordinasyonunun Güçlendirilmesi

Mevzuat tutarsızlıklarının giderilmesi ve yaratıcı ekonomi paydaşlarının kaynaklara erişiminin kolaylaştırılması için daha koordineli bir yönetim yaklaşımına ihtiyaç vardır. **Ulusal bir yaratıcı ekonomi kurumu** oluşturulması, stratejik denetim sağlayarak finansman mekanizmalarını daha verimli hale getirebilir ve kamu kurumları arasındaki iş birliğini artırabilir. Ayrıca, **kamu-özel sektör ortaklıkları** teşvik edilerek daha sürdürülebilir ve dayanıklı bir yaratıcı ekosistem yaratılabilir.

### 5. Kültüre Katılım ve Pazar Erişiminin Artırılması

Kültürel katılımın artırılması hem ekonomik sürdürülebilirlik hem de toplumsal etki açısından kritik öneme sahiptir. Politikalar, yaratıcı endüstrilerin daha erişilebilir hale gelmesini sağlayarak, farklı toplulukların kültürel ve yaratıcı faaliyetlere katılımını teşvik etmelidir. Ayrıca, **uluslararası pazarlara erişimi genişletmek** için ticaret anlaşmaları, ihracat stratejileri ve küresel ağ kurma fırsatları desteklenmelidir. Böylece, Türkiye'nin yaratıcı endüstrileri **daha geniş kitlelere ulaşabilir ve küresel arenada güçlü bir konuma sahip olabilir.**

Bu önerilerin hayata geçirilmesi, Türkiye'nin yaratıcı ekonomisinin **tam potansiyelini açığa çıkarmasına** olanak tanıyacak; **yenilikçiliği, ekonomik büyümeyi ve kültürel etkisini** hem bölgesel hem de uluslararası ölçekte güçlendirecektir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir







Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir

Bu yayın Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti'nin mali desteğiyle üretilmiştir. Yayın içeriğinden sadece Deutsche Gesellschaft tür Internationale Zusammenarbeit'in sorumlu olup hiçbir şekilde Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti'nin görüşlerini yansittiği şeklinde yorumlanamaz.

