

KAMU POLİTİKASI OLARAK YARATICI EKONOMİ¹

Medetkan MIRBEK UULU²
Emrah FİRİDİN³

Öz

Kamu politikası toplumsal hayatın düzenlenmesi, yasaların uygulanması, ekonominin şekillenmesi ve diğer birçok türden konunun düzenlenmesi için karar vericiler tarafından kullanılan bir araçtır. Kamu politikaları serbest piyasa sistemini de etkilemektedir. Çünkü iktisadi sistemin ülkenin sahip olduğu potansiyel maddi ve beşeri sermaye ile uyumu, politika yapıcılarının asli görevleri arasındadır. Son yıllarda dünyada yaratıcı ekonomi modelleri iktidarlar tarafından desteklenmektedir. Hatta bu modellerin başarısının artırılmasına yönelik kamu politikası niteliğinde kararlar alınmaktadır. Yaratıcı ekonomi modelinin oluşumuna yönelik takip edilecek kamu politikaları, sahip olunan potansiyeli harekete geçirerek, özelde her bir endüstri kolunun genelde ise tüm ekonominin üretim ve rekabet gücünü arttıracaktır. Çalışmada yaratıcı ekonomilerin gelişim süreci, modelleri ve ekonomiye olan etkileri analiz edilerek, kamu politikası olması gerekliliği nedenleri üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler

Kamu Politikası
Yaratıcı Ekonomi
Yaratıcı Endüstri

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 27.03.2023
Kabul Tarihi : 05.06.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1271961

¹ Bu makale; Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Yüksek Lisans programında Dr. Öğr. Üyesi Emrah FİRİDİN danışmanlığında hazırlanan "Bir Kamu Politikası Olarak Yaratıcı Ekonomi Modeli" adlı tezden üretilmiştir.

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, e-posta: medetkan23@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0429-7820.

³ Dr. Öğr. Üyesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, e-posta: efiridin@ktu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2957-7407.

CREATIVE ECONOMY AS PUBLIC POLICY

Abstract

Public policy is a tool used by decision makers to regulate social life, enforce laws, shape the economy, and regulate many other kinds of issues. Public policies also affect the free market economy. Because the harmony of the economic system with the potential material and human capital of the country is one of the main duties of policymakers. In recent years, creative economy models have been supported by governments in the world. In fact, public policy decisions are taken to increase the success of these models. The public policies to be followed for the formation of the creative economy model will activate the possessed potential, and will increase the production and competitiveness of each industry branch in particular and the whole economy in general. In the study, the development process of creative economies, their models and their effects on the economy will be analyzed and the reasons for the necessity of it being a public policy will be emphasized.

Keywords

Public Policy
Creative Economy
Creative Industry

Article Info

Research Article

Received : 27.03.2023
Accepted : 05.06.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1271961

Kaynakça Gösterimi: Firidin, E. ve Mirbek Uulu, M. (2023). Kamu Politikası Olarak Yaratıcı Ekonomi. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 1-27.

Citation Information: Firidin, E. and Mirbek Uulu, M. (2023). Creative Economy as Public Policy. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 1-27.

GİRİŞ

Kamu politikaları, ülkenin umumi ya da özel bir konuya yönelik almış olduğu kararların bir çıktısıdır. Dolayısıyla ülkeler, birtakım sorunların önlenmesine yönelik kamu politikaları ortaya koyabilecekleri gibi; kamu düzeni sağlanması, ekonomik büyüme ve kalkınma gerçekleştirilmesi ve milli hedeflere ulaşabilmek adına da kamu politikaları yapabilirler. Karar vericiler belirlenen hususlara yönelik olarak oluşturdukları kamu politikalarını, mümkün olan en uygun kamu politikası aracı kullanarak uygulamaya çalışır. Dolayısıyla bir konuda hazırlanması ve uygulanması düşünülen kamu politikasının başarısı, uygun araçların ve yöntemlerin tespitiyle de alakalıdır.

Ülkelerin ekonomik kalkınma ve büyüme hedeflerine yönelik ortaya koymuş oldukları politikalar her ne kadar farklılık arz etse de devlet olgusu kadar eskidir. Günümüzün küreselleşen dünyasında ise firmalar, ülke içerisinde yapılan rekabet kadar, diğer ülke sektörleriyle de büyük rekabet içerisindeyler. Önceleri rekabetin belirleyici ana unsurlarından biri olarak iş gücü ve hammadde olarak gösterilmekte iken; bilgi çağının yenilikçi, yaratıcı, etkileyici ve etkileşimli yapısı rekabetin belirleyici unsurları olarak, ülkeleri ve sektörleri bu olguları temel alarak yapılanmaya sevk etmektedir. Bu nedenle hem farklı endüstrileri hem de ülkeleri bilgiyi, ekonomiye konu olan aktörler ve endüstriler ağı içerisinde, birliktelik anlayışı dâhilinde kullanan yaratıcı ekonomi politikaları benimsemeye ve oluşturmaya yönlendirebilmektedir.

Yaratıcı ekonomi bilginin kullanılmasına olanak sağlayan bir süreç içerisinde gerçekleşen entelektüel çaba olarak nitelendirilebilir. Yaratıcı ekonomi kavramı kimi zaman yaratıcı endüstri ile de eş olarak kullanılmaktadır. Fakat yaratıcı endüstriler birer faaliyet alanı iken, yaratıcı ekonomi kamu politikasına konu olan bir çatı kavramdır. O nedenle yaratıcı ekonomi planlı, stratejik, yeniliğe ve değişime açık bir ekonomi modeli olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaratıcı ekonomi modeli hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için tercih edilebilir bir araç, model ya da politika olma özelliğine de sahiptir. Nitekim yaratıcı ekonomilerde atıl olarak ifade edilebilecek, ekonomi için bir girdi ya da çıktıya sebebiyet vermeyecek herhangi bir bilgi ya da materyal düşünülemez. Yaratıcı ekonomi politikaları bu anlamda sinerji etkisine sahiptir. Bütünü oluşturan endüstrilerden daha büyük bir anlam ve etkiye sahip olacak dışsallıklar arz etmektedir. Çalışmada, bir kamu politikası olarak yaratıcı ekonomi modelinin tanımı, oluşumu ve süreci analiz edilmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, dünyada yaratıcı ekonomi modeli olarak uygulanan farklı modellere yer verilmekte, sektörler ve hizmetler incelenmekte ve TÜİK verileri ışığında analiz edilmektedir.

1. Literatür Taraması

Dye (1987), *Understanding Public Policy* adlı eserinde kamu politikasını devletin yapmayı ya da yapmamayı tercih ettiği her şey olarak ifade etmektedir. Devlet bir hususa ilişkin olarak karar alır ve bu kararı uygulamaya koyabilir. Tam tersi olarak devlet bahse konu hususla ilgili bir düzenleme yapmaz ya da karar almaz. Durumu kendi akışına bırakmış olarak zimmi-yazısız bir kamu politikası uygulamış olur.

Howlett ve Ramesh (2003), *Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems* adlı çalışmada kamu politikasını; devletin yetki alanı içerisinde bir sorunu çözmek ya da bir talebe cevap vermek üzere kullanmış olduğu, yasalara dayanan faaliyetlerdir.

Peters (1986), *American Public Policy: Promise and Performance* adlı çalışmasında kamu politikalarından sağlanacak kazanımların, onun hazırlanma ve uygulanma sürecinde karşılaşılan maliyetinin üzerinde olduğunu ifade ederken; Lascoumes ve Le Gales (2012), *Sociologie De L'action Publique: Domains Et Approches* adlı çalışmasında her alanda yararlanılan kamu politikalarına toplumdaki aktörlerin katılımı oldukça önem arz ettiğini, katılım mekanizmalarının etkin ve verimli çalışması gerektiğini ifade etmektedir.

Büker'in (2017), İngiliz Dijital Kültür Medya ve Spor Dairesi'nin yaptığı alıntıda yaratıcı ekonomilerin özünde bireysel yaratıcılık ve becerileri içerdiğini, fikri mülkiyet hakkının edinilmesi ve kullanılması yoluyla, refah seviyesinin artacağını ve yeni meslek alanları yaratmaya dayalı iş potansiyeli olan endüstrilerin de bu sayede güçleneceğini ifade etmektedir.

Deloitte şirketinin (data.deloitte.com, 2021), *Yaratıcı Ekonominin Geleceği* adlı raporuna göre yaratıcı ekonomi, fikri mülkiyetin üretimini ve kullanımını yönlendiren bireysel yaratıcılık yoluyla refah ve istihdam yaratılmasıyla ayırt edilen çok çeşitli meslekleri içeren bir ekosistemdir.

Howkins (2005), *Yaratıcı Ekonomi: İnsanlar fikirlerinden nasıl para kazanabilir* adlı kitabında fikri ve maddi mülkiyet kullanılarak endüstrilerin daha etkin, verimli ve ekonomik hale nasıl gelebileceklerini ele almaktadır.

Guilherme (2017), *Creative Economy: Thematic Perspectives Addressed and Research Methodologies Adopted* adlı çalışmasında, yirminci yüzyılın son on yılında ortaya çıkan yaratıcı ekonomi kavramını; ekonomi, kültür, bilim ve teknoloji arasındaki senteze dayalı bir ekonomik sistem olarak tanımlar ve giderek artan sayıda birey ve kuruluşun yaratıcılığın gelişim motoru olduğunu vurgulamaktadırlar.

United Nations Industrial Development Organisation (UNIDO), yaratıcı ekonomilerin iktisadi, kültürel ve toplumsal kalkınmayı sağlamada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere katkı sağlayacağını ifade etmektedir (open.unido.org, 2021).

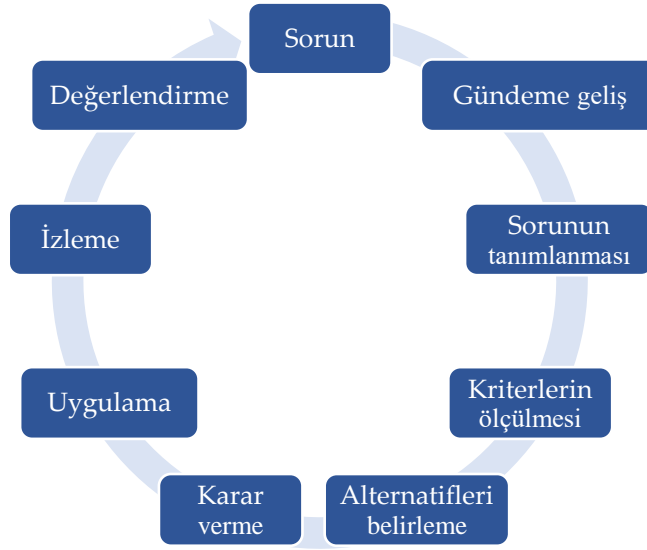
2. Kamu Politikası

Devletin, vatandaşların şikâyet ve taleplerini yerine getirmek, ortaya çıkan sorunlar için çözüm üretmek ve ülkenin refahı ve gelişimini sağlamak gibi görevleri bulunmaktadır. Bu süreçler kapsamında alınan kararlar, yapılmasına ya da yapılmamasına karar verilen olgular kamu politikası kavramının içerisinde değerlendirilmektedir. Kelimenin kökeni Yunanca'da 'politikos' olarak bilinen 'polis' kelimesinden türetilmiştir ve devlet ile alakalı her iş anlatılmaktadır (Beşkardeşler, 2021: 5). Bu kavramın kamu yönetimi açısından bakıldığında dar ve siyaset bilimi açısından ise çok geniş olduğu bilinmektedir (Nohutçu, 2007: 431).

Kamu politikası Dye tarafından dile getirilen en bilindik tanım ile; devletin bir konuda yapmak istediği ya da yapmak istemediği her şeydir (Dye, 1987: 2). Kamu politikası, bir sorun veya meseleyle ilgilenen aktör ya da ilgili gruplar tarafından yürütülen amaçlı bir faaliyettir (Howlett ve Ramesh, 2003: 8). Devlet örgütlenmiş bir yapı olarak politikalar üretmekte ve toplumdaki diğer aktörlerin düzenleme niteliğindeki kararlarından ayırmak için bu politikalar kamu politikası olarak adlandırılmaktadır (Biçer ve Yılmaz, 2009: 54). William Jankins'e göre kamu politikası, siyasi aktörlerin veya onlara ait grupların belirli durumların

çerçevesindeki hedef ve bu hedefe ulaşmak için araçların belirlenmesinde kabul edilen bir takım bağlantılı kararlardır; bu kararların onların yetki alanında olması gerekmektedir (Howlett ve Cashore, 2014: 19). Bu süreç içerisinde kamu politikası yapıcılar; sorunların tespitinden sorunun tanımlanmasına, sorunun çözümü için alternatiflerin belirlenmesinden uygulanmasına ve sonuçların değerlendirilmesine kadar birçok süreci takip etmek durumundadırlar.

Şekil 1. Kamu Politikası Oluşum Şeması



Kaynak: Kulaç ve Çalhan, 2013: 208

Kendine has bir alana sahip olan kamu politikasının özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Belirli hedefe ulaşmak için yapılır, yani amaçlı yaklaşımlardır,
- Toplumsal sorunları çözmeye odaklı bilgi birikimidir,
- Devlet tarafından yetkilendirilmiş kişilerce yapılır,
- Bir süreçtir, sadece karar alma/verme süreçlerinden daha kapsayıcıdır,
- İdarenin doğrudan gerekli gördüğü durumlarda ya da toplumdan ve/veya baskı gruplarında gelen talepler neticesinde kamu politikası oluşur, yani bir ihtiyaç ya da talebin ürünüdür,
- Pozitif ve negatif olarak ikiye ayrılmaktadır. Pozitif, sorunu çözmek için devlet tarafından faaliyet yapılması; negatif ise devletin hiçbir faaliyet yapmamayı seçmesidir,
- Tahmin edilen ve edilmeyen sonuçlara sahiptir (Erat, 2014: 96).

Kamu politikaları her ne kadar farklı yöntem ve süreçler sonrasında ortaya çıksa da kamu politikalarının amacı; kamu düzeninin sağlanması, kamu yararının önceliği ve kamusal değer niteliğindeki çıktılar üretmektir. Kamu değeri niteliğine sahip olan kamu politikaları oluşturularak ülke ekonomisini kalkındırabilecek, çağdaş teknoloji ve imkanların kullanıldığı bir ekonomik büyüme anlayışı tercih edilebilir.

2.1. Kamu Politikası Modelleri ve Araçları

Kamu politikasının oluşturulmasında kullanılabilir birçok araç ve süreç bulunmaktadır. Bu durum, kamu idarecilerinin elindeki yasal, ekonomik ve teknolojik birtakım yetkilere ve yeterliliklere sahip olunmasının bir ürünüdür. Hood bu durumu kamu politikalarının oluşturulması hususunda bir sistematik oluşturarak ortaya koymuştur. Hood'un şemasında etkinlikler 'nodalite' (bilgi), otorite, değerler ve organizasyon olarak gruplandırmıştır (Howlett ve Ramesh, 2003: 91). Aldatma, karartma ve diğer idari gecikme biçimleri, benzer şekilde, otoriteye dayalı her türlü dolaylı enstrümandır (Howlett, 2005: 36-38; Vargas ve Restropo, 2019: 107-108).

Tablo 1. Howlett'in Kamu Politikası Araçları

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

Kaynak: Howlett, 2005: 36-37.

Kamu politikaları sadece karar alma ve uygulama aşamalarını içeren süreçlerden ibaret değildir. Kamu politikaları hazırlanırken alternatiflerin belirlenmesi ve uygulamaların sonuçlarının değerlendirilmesi süreçlerini içeren analiz aşamasına da gereksinim vardır. Dye'ye göre kamu politikası analizi, politika oluşturma sürecini anlamak, devletlerin izledikleri politikaların sebebini, gerçekleştirilmekte olan politikaların sonuç ve çıktılarının ne olduğunu ve kimleri nasıl etkilediğini tespit etmektir (Balci, 2013: 205). Buna göre kamu politikası analizi, toplumsal bir problem ve ihtiyacın sebeplerini ve etkilerini tespit etmek, çözüm ve ihtiyaçların karşılanması için farklı alternatiflerin belirlenmesi, değerlendirmesini

ve karar verilip uygulanan politikaların sonuçlarını tespit etmek ve çözümlenmek için gereken verilerin toplanmasını, işlenmesini, değerlendirmesini ve yorumlamasını içeren bir süreçtir (Çetin, 2021: 670). Sürecin işlerliği, kamu politikalarının analiz edilmesine ve uygun modeller kullanılarak uygulanmasına bağlıdır.

Politika analizi ile alakalı yapılan çalışmalar incelendiğinde genel olarak üç amacın varlığı gözlemlenmiştir:

- Bilimsel Amaç: Kamu politikasını objektif açıdan anlama çabasıdır. Politika bağımlı değişken olarak ele alınmaktadır ve politikaya etki eden sosyal ve ekonomik faktörler ele alınmaktadır. Kamu politikaları bağımsız değişken olarak politikanın sosyal, ekonomik ve siyasi sisteme etkileri incelenmektedir.
- Sorunu Çözme Odaklı Amaç: Sorunu çözmek için en uygun alternatiflerin belirlenmesi ve oluşturulacak politikalardan daha iyi sonuçları elde etmek olduğu izah edilmektedir.
- Politik Amaç: Genel olarak iktidarı ele geçirmek isteyenler veya yöneticiler toplumun isteklerine uygun politika oluşturma etkinliği olarak açıklanmaktadır (Beşkardeşler, 2021: 27).

2.1.1. Kurumsal Model

Kurumsal modelde kamu politikası yapımı, kamu kurumlarındaki faaliyetler ve ilişkiler ile anlatılmaktadır. Bir sorunun politika halini alması için kamu kurumları tarafından gündeme alınması, tanımlanması ve uygulanması gerekir. Politikalar kamu organları vasıtasıyla yasal işlemler sonucunda hukuki meşruiyet kazanıp uygulama aşamasına geçmektedir. Burada kamu kurumları ve kamu politikası yakın temastadır. Yürütülen faaliyetler iki şekilde uygulanmaktadır: ilki, yatay (yasama, yürütme, yargı), ikincisi ise dikeydir (merkez ve yerel) (Demirhan, 2016: 64). Devletlerin siyasal kurumlar olarak değerlendirilmesinden dolayı kurumlar politikaları yapma süreci açısından incelenmekte, politik faaliyetlerin çoğu hükümetler üzerinden gerçekleşmektedir. Hükümetler tarafından alınan kararlar bazı özelliklere sahiptir (Dye, 2013: 18); Birinci özelliği hükümet tarafından alınan kararlar aynı zamanda meşruluk kazanmaktadır. İkinci özelliği, hükümetin aldığı yaptırımlar uygulanmasıdır.

2.1.2. Sistem Modeli

Siyasal sistem yaklaşımı da olarak bilinen model David Easton tarafından geliştirilmiştir. Bu yaklaşımda, Bertalanffy'nin Genel Sistem Kuramı'nda olduğu gibi, siyasal sistem çevresiyle bir bütün olarak ele alınmaktadır. Kamu politikası, siyasal sistem içerisinde gelen çevresel talep ve isteklere verilen karşılık olarak kabul edilmektedir. Siyasal sistem, toplumu birleştiren idari kararların alındığı ve o toplumun değerlerini himaye eden, mütakabil ilişkide olan kurum ve faaliyetlerin bir uzlaşması olarak tanımlanmaktadır. Sistem modelinde istem ve gereklerin birer olgu olarak kamu politikalarını şekillendirdiklerini ifade edebiliriz. İlgili alana yönelik yapılan kamu politikaları sistemin alt sistemlerini oluşturmaktadır. Alt sistemler ise üst sistemi oluşturur ve kamu politikalarının genel hatları belirlenir. Siyasal sistem modelinin girdileri olan istemler ve destekler, politik karar ve çalışmalar çıktısı olarak yansımaları bulacaktır. Bu çıktılar, yani kamu politikaları çevreyi ve

talepleri değiştirerek, sistemi yeni politika çıktılarını oluşturmaya yönlendirir ve bu durum döngü halini alır (Balcı, 2013: 208).

2.1.3. Süreç Modeli

Süreç modeli kamu politikalarının analizinde yaygın şekilde kullanılan bir modeldir. Lasswell'in modeli ilk başlarda yedi aşamalı bir sıralama olarak oluşturulmuş, sonradan yapılan çalışmalarda değişiklikler yaşanmıştır. Genel olarak süreç modeli ele alındığında beş aşamadan oluştuğu görülmektedir; konunun gündeme alınması, formüle edilmesi, kanunlaştırma, uygulama ve değerlendirme. Bu sürecin aşamalara ayrılması kamu politikasının karmaşık doğasını anlamakta kolaylık sağlamaktadır (Hughes, 2013: 302; Balcı, 2013: 209).

Tablo 2. Süreç Modeli Aşamaları

Sorunun Ortaya Çıkışı ve Politika İçin Gündem Oluşturulması	Bir sorunun farklı yollardan gündeme gelmesi ve kamuoyunda yer almasıyla başlar. Bu aşamada sorunun kamunun ilgisini çekmesi gerekir. Gündem oluşturma süreci üç aşamaya ayrılmaktadır: tanımlama, ses getirme ve baskı uygulama.
Formüle Ediliş	Bu aşamada tanımlanmış sorunlara uygun politika önerileri belirlenir ve değerlendirmeden sonra arasından en uygun birisini uygulamak için seçilir. Kamu politikasını başarılı bir şekilde şekillendirmek için sorunla alakalı detaylı bilgi edinmesi, ihtiyaçların net tespit edilmesi, mümkün olan tüm alternatifleri dikkate alarak bir strateji oluşturulması gerekmektedir.
Politikanın Kanunlaştırılması	Kanunlaştırma aşamasında formüle edilmiş kamu politikası resmîyet kazanması için kanunlaştırma sürecine girmektedir. Burada yasama, yürütme, yargı organları ve bürokrasilerin rolü oldukça önemlidir.
Uygulama	Bu aşamada hangi kurumlar tarafından uygulanacağı, kaynakların ayrılması ve bütçenin dağıtılması gibi faaliyetler gerçekleşir. Uygulamada kamu görevlilerin mesleki becerileri büyük öneme sahip. Kanunların anlaşılır olması gerekir, halk tarafından yürütülen kamu politikası desteklenmesi için halkın bu politikaları anlaması lazım. Halkın karşı olması, gösteri ve protestolar kamu politikasını başarısızlığa uğratabilir.
Değerlendirme	Bu aşama son ve en önemli olanıdır. Değerlendirme aşamasında hedef ve amaçlara ulaşıp ulaşılmazlığı analiz edilir. Uygulanırken hangi sorunlarla karşılaşıldığını, ne derecede uygulandığını, hangi değişiklikler yapıldığını, nelerin düzeltilmesi gerektiğini, kimleri nasıl etkilediği gibi sorular yanıtlanır. Politikaları değerlendirmek için belirli zaman geçmesi gerekmektedir.

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

Kamu politikasının uygulayıcıları, kamu politikasını karar vermek ve özel olarak formal, matematiksel yöntemlerle kamu alanındaki sorunları çözmek ile alakalı bir şey olarak görmüşlerdir (Hughes, 2013: 191). Kamuda yaşanan gelişmeleri takip etmek ve buna uygun politikalar belirlemek ve uygulamak gerekmektedir (Moore, 1995: 32). Kamu politikalarından

sağlanacak kazanımlar, onun hazırlanma ve uygulanma sürecinde karşılaşılan maliyetinin üzerindedir (Peters, 1986: 300). Her alanda yararlanılan kamu politikalarına toplumdaki aktörlerin katılımı oldukça önem arz etmektedir (Lascoumes ve Le Gales, 2012: 14). Özel bir alan olarak ekonomi politikaları için de aynı ifadeler geçerlidir. Kamu politikası halini alan yaratıcı ekonomi politikaları, ekonominin bir üretim kaleminden daha fazla getiri elde edilmesinde yardımcı olabilecektir. Bu sayede bir sektörde yapılan üretim sektörler arası hale gelerek, daha fazla ürün çıktısına, istihdama ve alternatif endüstriler oluşturulmasına; dolayısıyla rekabet gücünün artmasına zemin hazırlayabilecektir.

3. Yaratıcı Ekonomiler

Yaratıcılık kavramı hakkında tek görüş veya tanım yoktur, farklı alanlarda farklı şekilde tanımlanmaktadır. Yaratıcılık kavramı ele alındığında, Latince’de ortaya bir şey koymak, üretmek anlamını taşıyan ‘creare’ fiili olarak bilinmektedir. Yaratıcılığın insana ait bir olgu olduğuna yönelik ilk kavramsal kullanıma Adolphus Ward’a ait bir tiyatro tarihi kitabında rastlanılmaktadır (data.izka.org, 2021).

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

Literatüre bakıldığında yaratıcılıkla alakalı birçok tanım mevcut olduğu görülmektedir:

- Maslow’a göre yaratıcılık, her insanın içinde var olan ihamlar sonucunda ortaya getirdiği subjektif bir deneyimdir;
- Guilford’a göre yaratıcılık, düşünmenin akıcılık ve esnekliği ve aynı zamanda özgünlük, sorunlara duyarlı olma durumu, yeni bir şekilde tanımlama, çok alternatifli sonuca götürebilen yetidir;
- Karakuş’a göre yaratıcılık, probleme karşı duyarlılık, çözümü aramak, problemle alakalı birçok alternatifi ortaya koymak, problemi kendine sınırları koymadan çok geniş bir şekilde ele almak, çok farklı bakış açılarından yeni fikirleri üretmek olarak tanımlanmıştır;
- Onur ve Zorlu’ya göre yaratıcılık, tüm insanlarda mevcut, düşünürken kullanılan duygular, düşünsel, farkındalık ve zihinsel becerilerin tümü ile meydana gelen bir yetenektir (Karakuş, 2001: 4; Onur ve Zorlu, 2017: 1547; Özyaprak, 2016: 70).

Bu tanımlardan yararlanarak yaratıcılık hakkında; herkesten farklı düşünen, çoğunluk tarafından kabul gören çözümlerden farklı alternatif sunan, farklı şeyleri ortaya koyan, orijinal ve yeni şeyleri arayan bir süreç olduğu manası çıkarılabilir. Günümüzde, dünya hızlı şekilde değişmektedir, bu sebeple rekabet koşulları birey ve örgütlerden orijinal ve yeni kararları sunabilmesi için yaratıcı düşünme yetisi geliştirmesine teşvik etmektedir. Yaratıcılık, toplumların farklılaşmaları için değerler kazandırmaktadır. Eksiklere duyarlı olmak ve bu eksiklere yönelik fikir ve varsayımları oluşturmak, varsayımların denenmesini sağlamak, gerekirse düzelterip yeniden uygulanmasını ve meydana gelen sonucun hem bilimsel açıdan hem de sanatsal açıdan yeniden değerlendirilmesi fikri yaygın hale getirilmelidir (Esen, 2016: 9).

İngiliz yazar ve medya yöneticisi John Howkins’e göre yaratıcılığın iki türü vardır: birincisi, insanın kendi kendisini şahıs olarak geliştirmesi; ikincisi ise ortaya bir şey koyması, yani ürün üretmesi. Birincisi insanlığın evrensel bir özelliğidir ve tüm toplumlarda ve

kültürlerde var iken; ikincisi ise yeniliğe, bilime ve teknolojik gelişime ve fikri mülkiyet haklarına daha fazla değer veren endüstriyel toplumlarda daha güçlüdür (Howkins, 2007: 24-26). Yaratıcı ekonomiler, her bir yaratıcı endüstriyel faaliyetin toplamı olarak düşünülen yenilik ve büyüme hedefi ile içinin doldurulabileceği bir kamu politikasıdır. Dolayısıyla fikri mülkiyet, teknoloji ve kültürel birçok ögenin yaratıcılık ve ekonomiye konu olan tüm yönleri, yaratıcı ekonominin konusunu oluşturmaktadır. Yaratıcılık kapsamlı şekilde Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) çalışmalarında incelenmiştir. Bu çalışmalarda yaratıcılık hakkında ortak bir tanım olmadığını ama yaratıcılığın artistik, bilimsel ve ekonomik türleri var olduğunu ve onların nihayetinde teknolojik yaratıcılıkla bağlantılı olduğu söylenmektedir:

- Artistik yaratıcılık; metin, ses ve görüntülerden yeni orijinal fikirleri üretmek, hayal edebilmek ve dünyayı farklı yollarla yorumlamaktır;
- Bilimsel yaratıcılık; merak etme, problemi çözmek için deney yapma ve problemleri çözmede yeni bağlantıları oluşturma isteğini kapsar;
- Ekonomik yaratıcılık; yenilik içeren teknolojiye, iş uygulamalarına, pazarlamaya vb. ışık tutan dinamik bir süreçtir. Ekonomideki rekabette avantaj sağlar (data.unctad.org, 2008).

Avrupa Birliği'nde yaratıcı ekonomi, kültürel ve yaratıcı endüstriler olarak adlandırılmakta ve şu şekilde tanımlanmaktadır: kültürel değerler, kültürel çeşitlilik, bireysel ve/veya toplu yaratıcılık, yeteneği baz alan; başta entelektüel sermaye yoluyla sosyal ve ekonomik değerler aracılığıyla yenilik, refah ve istihdam yaratma potansiyeli güçlü olan endüstrilerdir (Boix-Domènech ve Rausell-Köster, 2018: 21). Yaratıcı endüstriler bilgi yoğun, yenilikçi, talep oluşturabilen ve küresel olarak ülkelerin rekabet gücünü artıran modellerdir (Esen ve Atay, 2017: 63). Yaratıcı ekonomilerin bir alt sistemi olarak yaratıcı endüstriler, kamu politikalarının farklı araçları kullanılarak ilgili sektörde ülkelerin sahip olduğu beşeri ve maddi potansiyelin harekete geçirilmesi hususunda yardımcı olabilecektir. Bu şekilde farklı sektörlerden elde edilen gerek maddi gerek fikri çıktılar birbirlerini etkileyecek ve destekleyecek bir boyuta erişebilecektir. Bu sayede ekonomiyi oluşturan değerler ve sektörler bütününde bir yaratıcı ekonomi modeli oluşturulabilir. Dolayısıyla, Avrupa Birliği'nin gerek ortak politikaları gerekse stratejik hedefleri arasında yaratıcı ekonomi politikaları ile amaçlanan hedeflerin oldukça benzer olduğunu ifade edebiliriz.

Küresel bir denetim, vergi, finansal hizmetler ve danışmanlık yapan Deloitte şirketinin Yaratıcı Ekonominin Geleceği adlı raporuna göre yaratıcı ekonomi, fikri mülkiyetin üretimini ve kullanımını yönlendiren bireysel yaratıcılık yoluyla refah ve istihdam yaratılmasıyla ayırt edilen çok çeşitli meslekleri içeren bir ekosistemdir (data.deloitte.com, 2021). Yaratıcı ekonomi politikalarına uzun zaman düşük ve orta gelirli ülkeler tarafından gerekli önem verilmemiş; daha sonra yüzden fazla ülkenin farklı seviyelerde kalkınma planında yer almaya başlamış, fakat yaratıcı ekonomi farklı ülkelerde farklı şekilde adlandırılmış. (data.ceinternational1892.org, 2020; Runde ve Metzger, 2019).

Tayvan 'Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler Geliştirme Yasası' (data.law.moj.gov, 2021), yaratıcı ekonomiyi kültürel ve yaratıcı endüstri olarak adlandırmaktadırlar. Yasaya göre; yerel halkın estetik düzeyini artırmanın ve yaşam ortamlarını iyileştirmenin yanı sıra refah ve iş

fırsatları yaratmak için fikri mülkiyeti kullanma potansiyeline sahip, yaratıcılık veya kültürel birikimden kaynaklanan endüstriler; yaratıcı ekonomi olarak nitelendirilmiştir. Columbia Bölgesi için yapılmış Yaratıcı Ekonomi Stratejisi'ne göre yaratıcı ekonomi, genellikle büyümeyi yönlendirmek için yaratıcılık, yenilikçilik ve bilgiden yararlanan ekonomik faaliyet olarak tanımlanır. Yaratıcı Ekonomide kuruluşlar çeviktir, ürünlerde ve dağıtım yöntemlerinde yenilikler yoluyla müşterilere sürekli olarak yeni değerler sunar (data.dmped.dc.gov, 2020). Avustralya'nın Ekonomik Kalkınma Çerçevesi kapsamında Kuzey Bölgesi 2020-2024 yılları için hazırlanan Yaratıcı Endüstri Stratejisi'ne göre yaratıcı endüstriler, bireysel yaratıcılık, fikirler, beceri ve yetenek tarafından yönlendirilir. Bu nedenle büyüme ve yenilikçi ekonomilere ve topluluklara katkıda bulunma potansiyeline sahiptirler (data.tfhc.nt.gov, 2021). Kore hükümetinin tanımına göre yaratıcı ekonomi, hayal gücü ve yaratıcılığı bilim, teknoloji, bilişim ve iletişim teknolojileri ile bütünleştirerek / hizalayarak yeni endüstriler ve pazarlar oluşturan ve geleneksel endüstrileri güçlendirerek insana yakışır işler yaratan yeni bir ekonomik stratejidir (data.unctad.org, 2018).

3.1. DCMS'nin Yaratıcı Ekonomi Tanımı ve Sınıflandırması

Yaratıcı ekonomi son yıllarda büyük ilgi görmektedir, buna üç ana sebep vardır. İlk olarak, hızlı büyüme potansiyeline sahip olunması; ikinci olarak, yenilik ve refah ile yüksek seviyede ilişkilendirilmesi ve üçüncü olarak uluslararası ticarete ülkelerin rekabetine katkı sağlamasıdır (data.izka.org, 2021). Yaratıcı ekonomi kavramı ilk defa yaratıcı endüstri olarak 1994 yılında 'Yaratıcı Ulus' raporunda Avustralya'da dile getirilmiştir (Hamamcı, 2020: 3982). Sonradan İngiliz Hükümeti tarafından kabul görülüp bugünkü konsepti oluşturulmuştur. İngiliz Dijital Kültür Medya ve Spor Dairesi'nin (DCMS) yaptığı tanıma göre yaratıcı ekonomilerin özünde bireysel yaratıcılık ve becerileri içeren, fikri mülkiyet hakkının edinilmesi ve kullanılması yoluyla, refah seviyesinin artırılması ve yeni meslek alanları yaratmaya dayalı iş potansiyeli olan endüstriler ifade edilmektedir (Büker, 2017: 434). Ekonomiye katkılarını değerlendirmek ve gelişimi takip etmek için geliştirilen bir politika kapsamında 1998 yılında İngiltere'de DCMS tarafından 'Yaratıcı Endüstriler Haritalama Belgesi' adlı çalışma yayınlanmıştır. Bu çalışma 2001 yılında tekrar yayınlanmış ve ulusal düzeyde başlayıp yerel düzeye kadar yaratıcı endüstrilerin politika oluşturmalarında dikkate alınması gerektiği vurgulanmıştır (O'Dair, 2019: 5).

Yaratıcı ekonomi yaratıcı endüstrilerden oluşmaktadır. Son yıllarda yaratıcı endüstrilerin yapısal özelliklerini anlamak için farklı sınıflandırma yöntemleri ortaya koyulmuştur. Her tanım ve sınıflandırma modelinin amacı, işleyiş şekli ve belirli mantığı vardır (data.unctad.org, 2008). 1998 yılında yayımlanan Haritalama Belgesi'nde 13 yaratıcı endüstri yer almışsa da yapılan değişikliklerden sonra 2014 yılında yeniden belirlenen standartlar neticesinde 9 yaratıcı endüstri oluşturulmuştur. DCMS 2002 yılında uygulamaya koyduğu politikalar kapsamında bu endüstriler her türlü istatistiksel veriyi ve çalışmayı paylaşmaktadır (data.izka.org, 2021).

Şekil 2. DMCS Yaratıcı Endüstrileri



Kaynak: kalkinmahkutuphanesi.org, 2021.

3.2. Howkins'in Yaratıcı Ekonomi Tanımı ve Sınıflandırması

2001 yılında *Howkins'in Yaratıcı Ekonomi: İnsanlar Fikirlerinden Nasıl Para Kazanabilir* adlı kitabı bugünkü anlamda yaratıcı ekonomi politikalarının oluşumunda önemli katkılar sunmuştur. Howkins'e göre yaratıcı ekonomi yaratıcılıktan kaynaklanan ve ekonomik değeri olan ekonomik bir mal veya hizmete sahip yaratıcı ürünlerin işlemleridir (data.ceinternational1892.org, 2012). Howkins yaratıcılık ve ekonomi arasındaki ilişkiyi bağdaştırmaya çalışmış ve yaratıcı ekonomi kavramını geniş çapta kullanarak bunun on beş türlü yaratıcı endüstriyi kapsadığını bunların sanattan, bilim ve teknolojiye farklı alanlarda uygulanabileceğini ifade etmiştir.

Howkins (2005), yaratıcı ekonomiyi oluşturan endüstrilerin farklı biçimde sınıflandırılabilmesinin arkasında kendisinin piyasalar üzerinde yaptığı gözlemler etkili olmuş ve insanların fikirlerini nasıl sattıklarına ve satın aldıklarına odaklanılması gerektiğine ve bunu da piyasaya en iyi biçimde nasıl yansıtılabildiğine odaklanılması gerektiğine dikkat çekmiştir. Ona göre piyasaların arz ile talepleri yansıtma düzeyi ülkelerin piyasalarını kıyaslamak için imkân tanıyacaktır. İngiltere'nin yaptığı yaratıcı endüstriler sınıflandırmasının her ülkenin koşullarına göre şekillenebileceğini ileri süren Howkins'in (2007) oluşturduğu sınıflandırma tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Howkins Sınıflandırması

Endüstri	Açıklama
Reklamcılık	Bir telif hakkı işi olmaktan, hem bir telif hakkı hem de bir ticari marka işine dönüşüyor.
Mimarlık	Mimarlar; savunma, eğitim, sağlık ve gıdadan sonra dünyanın en büyük beşinci sektörü olan yapı ve inşaat sektörünü besleyen yaratıcılığı sağlar.
Sanat	Sanat pazarı, yalnızca benzersiz veya nadir olan orijinal eserlerle ilgilenmesi bakımından tanımın dışındadır. Çoğu endüstri mümkün olduğu kadar çok yeni kopyayı çoğaltmaya ve satmaya çalışırken sanat satıcıların amacı nadirliği öne sürmektir.
El sanatları	El sanatları iki ayrı piyasada gelişir: sanat galerilerinde sergilendiği ve müzayedede satıldığı sanat piyasalarında ve ayrıca çok daha büyük turizm ve eğlence pazarlarında.
Tasarım	Kullanıcıların ve üreticilerin karşılıklı faydası için ürün ve sistemlerin işleyişini, değerini ve görünümünü optimize eden terim ve özelliklerin oluşturulma ve geliştirilmesidir.
Moda	Tasarımcı modası küçük olmasına rağmen yoğun rekabet içinde olan iştir: sanat, el sanatları, tasarım, üretim, perakendecilik ve reklamın değişkenlerinden oluşan bir karışımıdır. Boyutuyla orantısız bir etkisi olan küresel tekstil ve giyim sektörünün en görünür ucudur.
Film yapımcılık	Film, başarının hızla gelebileceği ve bir başarının yeterli olabileceği bir sektördür (müzik ve yazın diğerleridir). Bu sektör dört ana sektörden oluşmaktadır: Amerikan üretimi; diğer ulusal üretim; Amerika'ya ait küresel dağıtım şirketleri ve sinemaları, TV kanalları ve DVD satış noktalarına sahip binlerce yerel şirketler.
Müzik	Müzik, yaratıcı ürünlerin en soyutudur. Bu sektör dört ana sektörü içermektedir: 1) besteleme 2) verim 3) yayınlama 4) ses kayıtları
Performans sanatları	Sahnede sergilenen her türlü performansı içerir. Dünyanın en büyüğü olan ve iyi bilinen yapılarından, küçük yerel mekân yönetimine kadar geniş bir alanı kapsar. Aktiviteler şunları içerir; yazma, yapımcılık, oyuncu seçimi, yönetmenlik ve performans becerileri; tasarım, aydınlatma ve ses, kostüm, set yapımı, pazarlama, yönetim.
Yayıncılık	Müzik yayıncılığı gibi kitap ve süreli yayıncılık, gazeteler nispeten yerel kalsa da küresel holdinglerin bu sektörde önemli bir gücü vardır. Elektronik yayıncılık, özellikle internet vasıtasıyla hızla büyümüştür. Fakat elektronik yayıncılığın ne ölçüde dergi yayıncılığının bir uzantısı olduğu veya başlı başına bir endüstri olup olmadığı net değildir.

Tablo 3 (Devam). Howkins Sınıflandırması

Ar-Ge	Bu bölümde şirketler, üniversiteler ve araştırma kuruluşları tarafından yürütülen bilimsel ve teknik Ar-Ge faaliyetleri ele alınır. Ar-Ge bir patent işidir. Her Ar-Ge bir patentle sonuçlanmaz, ancak neredeyse tüm patentler Ar-Ge'den doğar veya başarılı bir başvuru hazırlamak için bir Ar-Ge unsuruna ihtiyaç duyar. Aynı zamanda, ikincil olarak, bir telif hakkı işidir. Sektör birkaç yolla ölçülebilir: en yaygın olarak kullanılan ikisi Ar-Ge harcamaları ve verilen patent sayısıdır.
Yazılım	Bilgisayar programlarının tasarımının ve yazımının bir yaratıcılık faaliyeti olduğu nettir. Her tür yazılımı ilgili kategoriye dahil etmek mantıklı olabilir; böylece endüstriyel bir süreç için yazılım yapımı ve satışı Ar-Ge'ye dahil edilecek ve bilgisayar destekli tasarımlar oluşacaktır.
Oyuncak ve oyunlar (video oyunlar dahil)	Oyuncak ve oyunların tasarımı, üretimi ve satışı, TV ve video oyunlarının büyümesinden etkilenmiştir. Bir oyuncak veya oyun, birkaç tür fikri mülkiyet için uygundur. Adı ticari marka olabilir, tasarımı ve sanatsal unsurları telif hakkı ile korunmaktadır.
Televizyon ve radyo yayıncılık	Teknik terimlerle yayıncılık, seslerin ve resimlerin frekans yoluyla alıcılara gönderilmesinden oluşan oldukça spesifik ve basit bir iştir. Radyo ile başlayan bu süreçte TV, yarım yüzyılda ilgi çekici bir teknik cihazdan dünyanın en popüler eğlence şekline dönüşmüştür.
Bilgisayar oyunları	Bu sektör üç ana sektörü kapsamaktadır: tescilli konsollara ve yazılımlara sahip konsol bazlı oyunlar; bilgisayarda oynanabilen CD ve DVD oyunları ve çevrimiçi oyunlar.

Kaynak: Howkins, 2007; Esen ve Atay, 2017: 64.

3.3. Birleşmiş Milletler'in Yaratıcı Ekonomi Sınıflandırması

Yaratıcı ekonominin gelişmesine Birleşmiş Milletler'in yaptığı katkı büyüktür. Yapılan araştırmalar, yayınlar, düzenlenen konferanslar yaratıcı ekonominin özünü, potansiyelini değerlendirmede büyük öneme sahiptir. Birleşmiş Milletler Genel Sekreterliği 2019 yılında 2021 yılını Uluslararası Yaratıcı Ekonomi ve Sürdürülebilir Kalkınma Yılı olarak ilan etmiştir. Daha öncesinde ise UNCTAD bu alanda çalışmalara başlamış ve incelemeler yaptıktan sonra 2008 yılında Yaratıcı Ekonomi Raporu'nu yayınlamıştır. Bu raporda yaratıcı endüstri ve yaratıcı ekonomiye ilişkin açıklamalar yer almaktadır. UNCTAD, yaratıcı endüstrileri yaratıcılığın ve entelektüel sermayenin ana kaynak olarak görüldüğü ürünlerin ve hizmetlerin ortaya konulduğu, üretme ve dağıtım aşamalarını kapsayan bir işlem olarak tanımlamaktadır (data.unctad.org, 2008). Yaratıcı endüstriler farklı küçük sektörlerden oluşan faaliyetleri kapsar. UNCTAD özelliklerine göre bunları dört ana gruba ayırmıştır: kültürel miras, medya, sanat ve fonksiyonel yaratıcılık (data.unctad.org, 2010). Bu endüstrilerin çekirdeği sadece sanatla sınırlı kalmayıp ticaret ve telif haklarından gelir oluşturan bilgi bazlı faaliyetleri içermektedir ve yaratıcı içerikli, ekonomik değeri olan ve piyasa hedefli somut ürünler, entelektüel ya da sanatsal hizmetleri kapsamaktadır (data.open.unido.org, 2021). Buna benzer

bir tanımı da United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organisation (UNESCO)'dan gelmiştir: "bireysel yaratıcılık, yetenekleri baz alan refah ve yeni iş yeri yaratma potansiyeli var olan, fikri mülkiyet oluşturabilen ve bunları işleten tüm sektörlerdir". Sanayileşmiş ve gelişmekte olan devletlerin hem iktisadi hem kültürel kalkınmasına olan etkileri vurgulanmaktadır (data.open.unido.org, 2021). Bu tanımlardan yola çıkarak yaratıcı endüstrileri inovasyona dayalı araştırma ve yazılımı geliştirmek için faaliyetlerle kültür endüstri kaynaklı üretilen ürün ve hizmetleri kapsayan geniş ürünler dizisi olarak tanımlayabiliriz (data.unctad.org, 2018).

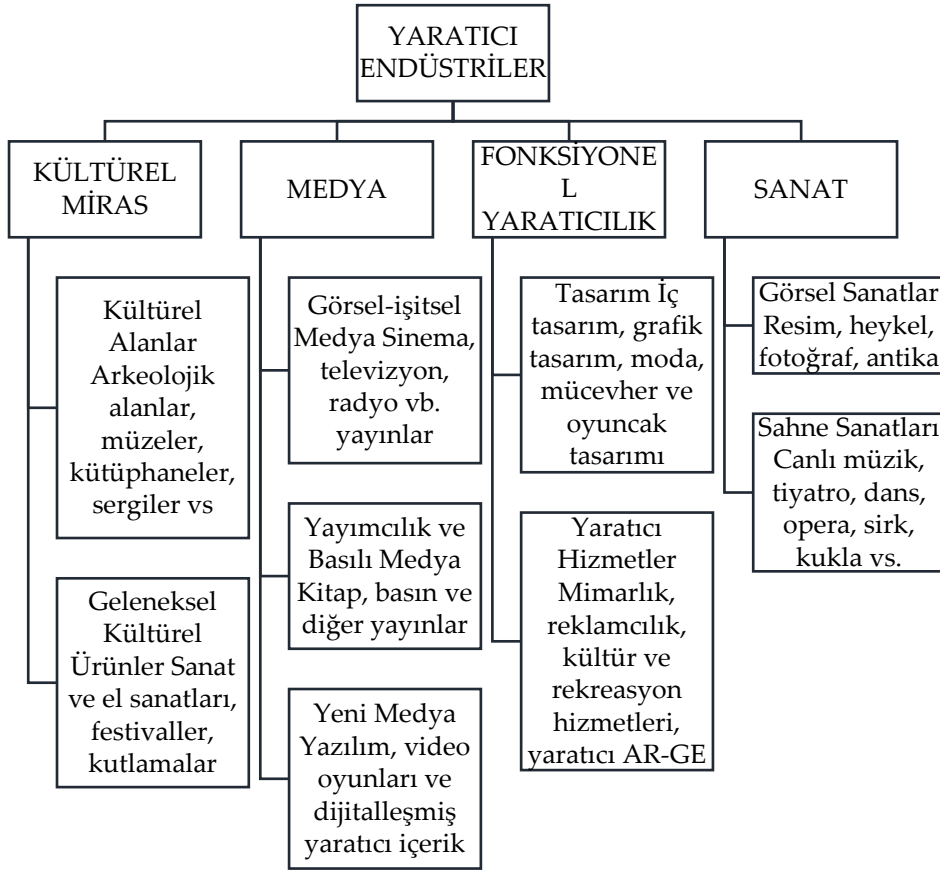
Birleşmiş Milletler Brezilya'da 2004 yılında gerçekleşen UNCTAD XI Konferansında yaratıcı endüstriler kavramının uluslararası ekonomi ve kalkınmada yer almasında büyük katkıda bulunmuştur (data.unctad.org, 2008). UNCTAD, UNESCO ve United Nations Development Programme (UNDP) tarafından ortaklaşa yürütülen çalışmaların neticesinde Yaratıcı ekonomi raporları ortaya koyulmuştur. Bu çalışmalar yaratıcı ekonominin uluslararası ticarete yer alması gerektiğine işaret ederek; bu sektörlerin yaratıcı ekonomi içindeki yerinin ve işleyişinin kavranmasının, bu yeni modelin başarı olasılığına yapacağı katkıya destek olacağına işaret etmektedir (data.unctad.org 2010; data.uis.unesco.org, 2013).

UNCTAD'a göre yaratıcı ekonomi yaratıcılık bazlı ekonominin büyümesi ve gelişmesi için potansiyeli olan bir konsepttir. Yirminci yüzyılın son on yılında ortaya çıkan yaratıcı ekonomi kavramı; ekonomi, kültür, bilim ve teknoloji arasındaki senteze dayalı bir ekonomik sistem olarak, giderek artan sayıda birey ve kuruluş yaratıcılığın gelişimin motoru olduğunu vurgulamaktadırlar (Guilherme, 2017: 1). Yaratıcı ekonomi şöyle özelliklere sahiptir:

- Gelir elde edebilmesini, yeni iş yerleri oluşturmasını, ihracatın yükselmesini sağlar ve aynı zamanda kültür çeşitliliği, sosyal entegrasyonu ve insanların gelişmesini teşvik eder,
- Teknoloji, fikri mülkiyet ve turizm entegrasyonunda olan ekonomik, kültürel ve sosyal yönleri kapsar,
- Kalkınma boyutu olan makro ve mikro seviyelerde genel ekonomiyle kesişen bağlantılı bilgiye dayalı ekonomik faaliyetler dizisidir,
- Yenilikçi kamu politikası gerektiren uygulanabilir bir geliştirme seçeneğidir. Yaratıcı ekonominin çekirdeği ise yaratıcı endüstrilerdir (data.unctad.org, 2010).

Yaratıcı ekonomi ve yaratıcı endüstriler arasında bir fark vardır; yaratıcı ekonomi kavramı yalnızca yaratıcı endüstri sektörünün izlediği yolu izlemekle kalmaz, aynı zamanda diğer alanlara da yayılarak ekonomik bir ekosisteme yaratıcı katkılar sunar (Hartley vd., 2012: 56). UNCTAD'a göre yaratıcı ekonomi daha kapsayıcıdır ve yaratıcı endüstriler yaratıcı ekonominin merkezinde yer alan alt sistemlerdir (data.unctad.org, 2008).

Şekil 3. UNCTAD Sınıflandırması



Kaynak: data.izka.gov, 2021, data.unctad.org, 2008

UNESCO'nun 2013 yılında yayınladığı Yaratıcı Ekonomi Raporu'nda yaratıcı ekonomi ile alakalı kavramlar ele alınmış ve çatı kavramı olarak ise kültür ve ekonomi arasındaki etkileşimi merkeze alan 'kültür ekonomisi' tercih edilmiştir. Bu bakış açısı önem taşır. Çünkü kimliklerin ve değerler sisteminin mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtım ve tüketimi ile nasıl ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu anlamda ekonominin kendisinin de kültürün bir parçası olduğunu hatırlattırmaktadır (data.uis.unesco.org, 2013). Dolayısıyla devletlerin ekonomik kalkınma ve büyüme gibi algıları yaratıcı ekonomi modelleri vasıtasıyla, bir kültürel kod haline alacak ve bir kamu politikası olarak işlev görebilecektir.

4. Türkiye'de Yaratıcı Ekonomi Modeli Uygulamalarının Genel Uygulamaları

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

Türkiye’de yaratıcı ekonomiyi ölçmek için ciro, katma değer, üretim, bu alanlarda çalışan sayısı ve girişimleri yansıtan ve tüm yaratıcı endüstrileri kapsayan tablolar oluşturulmuştur. İstatistiksel veriler 2014 yılı ile başlayıp pandemiden önceki 2019 yılı ve en son olarak 2020 yılını kapsamaktadır. Kanun kapsamında, yaratıcı endüstrilerin bazı yıllarına ait veriler ya kısmen ya da tamamen gizlenmiş, bu sebeple gizli tutulan yıllara ait veriler hesaplanırken, en yakın yılın verisi dikkate alınmıştır.

Tablo 4. Ekonomik Faaliyetlere Göre Yaratıcı Ekonomi

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

Kaynak: data.tuik.gov, 2021.

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

Tablo 5. Yaratıcı Ekonomi Modelinde Pay Dağılımı

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

Kaynak: data.tuik.gov, 2021

Türkiye ekonomisinde imalatın ve inşaatın yeri büyüktür ve mutlak rakamlarla karşılaştırıldığında diğer sektörlerden daha büyük bir paya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Fakat mutlak rakamlar yerine nispi rakamlar üzerinden hesaplandığında yaratıcı ekonominin göstergeleri daha tutarlı hale gelmektedir. Bunun için şu şekilde hesaplama yapılmaktadır Katma değerinde X sektörün payı/ Üretim değerinde X sektörün payı, olarak sınıflandırma yapılmaktadır (data.izka.org, 2021). Bu şekilde yapılan hesaplama göre yaratıcı ekonominin payı %1,08, imalatın %0,82, inşaatın %0,56 ve bilgi ve iletişim %1,3. Bu oran 1 ise katma değer ile üretim değeri eşittir. Anlaşıldığı gibi 1'den yüksekse katma değer üretim payından daha yüksektir, 1'in altında ise tam tersi söylenebilir. Bu mantıkla bakıldığında yaratıcı ekonomi ile bilgi ve iletişim ekonomisi daha yüksek katma değeri sağlamaktadır.

Yaratıcı ekonomi farklı endüstrilerden oluşmaktadır, aşağıdaki tablo ayrıntılı olarak farklı ekonomik göstergelere göre ele alınmıştır.

Tablo 6. Ayrıntılı Yaratıcı Endüstri Göstergeleri

Sektörler	Ciro ₺	Katma değer ₺	Üretim değeri ₺	Katma değer oranı %	Çalışan sayısı	Emek verimliliği ₺	Girişim sayısı
Reklam ve Pazarlama							
7021	607 811 239	223 437 152	595 068 421	37,55	3 125	71500	720
7311	23 348 925 792	4 034 571 975	21 815 900 434	18,49	59 212	68138	14 548
7312	12 998 850 677	1 361 467 216	13 464 962 333	10,11	7 290	186758	897
Mimarlık							
7111	9 011 063 701	1 777 567 208	8 167 347 803	21,76	37 333	47614	13 446
El Sanatları							
3212	16 355 159 827	1 982 422 386	15 815 412 667	12,53	27 128	73077	5 558
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım							
7410	2 913 796 040	470 640 386	2 641 649 508	17,82	12 550	37501	5 111
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğrafçılık							
5911	6 125 919 382	1 579 198 008	5 989 992 292	26,36	12 516	126174	2 817

Tablo 6 (Devam). Ayrıntılı Yaratıcı Endüstri Göstergeleri

5912	403 533 510	98 319 751 (2019)	402 582 088	24,42	1 542	63761	571
5913	708 638 068	265 187 134	640 950 088	41,37	531	499411	109
5914	521 275 797	334 670 208 (2019)	482 068 119	69,42	3 647	91766	269
6010	266 587 490	46 166 940	306 249 330	15,07	1 571	29387	733
6020	6 116 310 266	1 659 178 306	6 088 755 724	27,25	8 592	193107	683
7420	1 313 132 296	130 444 568	943 670 885	13,82	16 373	7967	9 700
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri							
5821	4 610 098 831	460 822 453	4 612 572 195	9,99	619	744463	135
5829	782 683 411	274 032 831	681 034 876	40,24	1 019	268923	146
6201	39 283 695 587	19 052 417 246	36 514 975 695	52,18	82 203	231773	15 183
6202	19 518 953 593	6 409 434 812	15 259 847 610	42,00	31 563	203068	5 073
Yayımcılık							
5811	4 033 487 400	997 108 598	3 424 167 652	29,12	7 129	139867	1 415
5812	gizli	gizli	gizli	gizli	gizli	gizli	gizli
5813	2 008 454 790	661 084 764	1 974 947 024	33,47	10 539	62727	1 238
5814	725 692 765	197 648 889	695 982 675	28,40	3 141	62925	859

Tablo 6 (Devam). Ayrıntılı Yaratıcı Endüstri Göstergeleri

5819	1 039 263 407 (2018)	gizli	gizli	gizli	1 054 (2016)	gizli	gizli
7430	477 079 396	174 952 940	473 177 155	36,97	3 610	48463	1 974
Müze, Galeri ve Kütüphaneler							
9101	33 002 345	11 686 236	20 420 218	57,23	193	60550	24
9102	51 806 091	11 136 655	62 183 539	17,91	351	31728	41
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar							
5920	552 043 960	143 242 939	543 772 977	26,34	1 328	107864	701
8552	156 113 743	25 400 951	141 922 941	17,90	2 523	10068	953
9001	1 069 150 460	663 927 366	1 058 530 714	62,72	5 866	113182	3 604
9002	683 536 179	163 664 320 (2019)	605 923 465	27,01	2 777	58936	993
9003	112 876 922	45 984 581	89 111 730 (2019)	51,60	982	46827	555
9004	471 942 217 (2015)	173 167 167 (2019)	703 449 235	24,62	1 528	113329	215

Kaynak: data.tuik.gov, 2021.

Yaratıcı ekonomide 2020 yılında en yüksek ciroya bilgisayar programlama (6201) endüstrisi olduğu görülmektedir. Cirosu 39 283 695 587 ₺ ve toplam yaratıcı ekonominin cirosunun %25'ini oluşturmuştur. Reklam ajansları (7311) ise 23 348 925 792 ₺ ciro ve %15 payı ile ikinci sırada yer almaktadır. Katma değer açısından bakıldığında da 19 052 417 246 ₺ ile ilk sırada bilgisayar programlama (6201) endüstrisi yer almaktadır, ikinci sırada ise 6 409 434 812 ₺ değeri ile bilgisayar danışmanlığı (6202) endüstrisi olmuştur. Bilgisayar programlama,

bilgisayar danışmanlığı ve reklam ajansları endüstrileri yaratıcı ekonomi toplam katma değerinin %68'ini oluşturmaktadır.

SONUÇ

İlk çağlardan küreselleşmeye kadar geçen süreçte ticaret ve ekonomi alanında birçok farklı politik araç ve yöntem kullanılmıştır. Günümüz küresel piyasa ekonomi aktörlerinin kaizen, toplam kalite yönetimi, benchmarking ve outsourcing gibi birtakım yaklaşımlar ve taktiksel manevra ağları uygulamış olduğunu söyleyebilir. Ancak küresel piyasalarda yenilik, zaman, kaynak ve maliyet ilişkilerine oldukça önem verilmektedir. Sadece firmalar ya da endüstrinin farklı kolları değil, hükümetler de ekonomideki bu değişimin sağlayacağı kazanımları elde etme hususunda yardımcı olabilecek kamu politikası niteliğindeki kararları almaktadırlar. Nitekim bu durum ülkeleri yaratıcı ekonomi modellerinden de yararlanmaya itmektedir.

Her endüstriyel faaliyetin çıktısından yaratıcı ekonomiye konu olabilecek bir değer elde etmek, bu politikanın temellerinden biridir. Yaratıcı ekonomi modelinde her bilgi üretimi artırmak ve yeni şeyler ortaya koymak adına önemlidir. Dolayısıyla, her bir sürecin çıktısı, sürecin kendisi, farklı süreçlerin etkileşimi ve çıktıların etkileri dahi yeni ekonomik değerler olarak dönüştürülerek ekonomiye kazandırılacaktır. Ülke endüstrilerinin küresel alandaki rekabet gücüne katkı sağlanacaktır.

Endüstriyel faaliyetlerde yapılması planlanan bu sistemin bir kamu politikası olarak benimsenmesi gerekmektedir. Çünkü kamu politikaları ülke içerisindeki tüm aktörlere hedef ve vizyon geliştirmede katkı sağlayabilir. Yaratıcı ekonominin kamu politikası olarak benimsenmesi, ülke içerisindeki eğitim sisteminden bürokratik yapılanmaya kadar birçok alanda bu yönde çabalara hazır ve uyumlu olmayı sağlayacak yapının oluşumuna katkı sağlayacaktır.

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

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

Türkiye'nin ekonomisinde yaratıcı ekonominin yerini tespit etmek için ciro, çalışan sayısı, üretim değeri, girişim sayısı ve katma değer gibi göstergeler üzerinden değerlendirilmiştir. Özellikle pandemi ve pandemi önceki sene dikkate alınmıştır. Salgınun getirdiği olumsuz etkilere rağmen yaratıcı ekonomi büyüme gösterdiği gözlenmiştir. Tabii

yaratıcı ekonomi ekonominin imalat, inşaat, bilgi ve iletişim sektörlerine göre daha az paya sahiptir fakat yaratıcı endüstrilerin katma değeri üretim payından daha yüksek olduğunu göz önünde bulundurmamız gerekir.

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

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

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

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada içerisinde sunduğumuz verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimizi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumuzu, çalışmada yararlandığımız eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimizi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımızı, çalışmanın özgün olduğunu bildiririz. Aksi bir durumda aleyhimize doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimizi beyan ederiz.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Bu çalışma iki yazar tarafından hazırlanarak ortaya konulmuştur. Çalışma 2022 yılında savunulan yüksek lisans tezinden türetilmiştir. Veriler birinci yazar tarafından çalışmaya eklenmiş olup, teorik kısım ikinci yazara aittir.

Çıkar Beyanı

Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Balcı, A. (2013). *Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar*. (3.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Beşkardeşler, M. (2021). *Türkiye'nin E-Devlet Politikasının Kamu Politikası Açısından Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.
- Biçer, M. ve H. H. Yılmaz (2009). "Parlamentonun Kamu Politikası Oluşturma ve Planlama Sürecindeki Konumunun Yeni Kamu Mali Yönetim Çerçevesinde Değerlendirilmesi". *Yasama Dergisi*, (13), 45-84.
- Boix-Domènech, R. ve P. Rausell-Köster (2018). *The Economic Impact Of The Creative Industry In The European Union. Drones and The Creative Industry*. (Ed. V. S. Campos ve M. V. Ona). Cham: Springer International Publishing.
- Büker, N. (2017). "Sinema – Televizyonda Mesleki Yeterlilik ve Ekonomik Kalkınmaya Katkısı: Sayısal Verilerle Avrupa Ülkeleri ve Türkiye Karşılaştırması". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 10 (1), 433-453.
- Çalı, H. H. (2012). "Aile İçi Şiddet: Bir Kamu Politikası Analizi". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (2), 1-25.
- Çetin, F. G. (2021). "Türkiye'de Kamu Politikası Oluşturma Sürecinde Gündem Belirleme: Sağlıkta Dönüşüm Programına Yönelik Bir İnceleme". *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11 (2), 667-682.
- Demirhan, Y. (2016). *Türk Siyasal Hayatında Ak Parti Dönemi. Kamu Politikaları Kavramsal ve Kuramsal Bir Çerçeve*. (Ed. S. Aslan ve Y. Demirhan). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Dye, T. R. (1987). *Understanding Public Policy*. New Jersey: Pearson Education.
- Dye, T. R. (2013). *Models of Politics Some Help in Thinking about Public Policy*. United States: Pearson Education.
- Erat, V. (2014). "Türkiye'de Kamu Politikası Alan Yazını Üzerine Bir İnceleme". *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, (10), 92-117.
- Esen, Ü. B. (2016). *Yaratıcı Ekonomi Odağında Yaratıcı Şehirler: Türkiye Örneği*. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Esen, Ü. B. ve Ö. Atay (2017). "Ekonominin Yeni Yüzü Yaratıcı Ekonomi". *Sosyoekonomi*, 25 (33), 59-80.
- Guilherme, L. (2017). "Creative Economy: Thematic Perspectives Addressed and Research Methodologies Adopted". *Brazilian Journal of Science and Technology*, (4), 1-17.
- Hamamcı E, E. D. (2020). "Türkiye'de Yaratıcı Ekonominin Uluslararası Rekabet Gücü". *Turkish Studies*, 15 (8), 3979-4007.

- Hartley, J., J. Potts, S. Conningham, T. Flew, M. Keane ve J. Banks (2012). *Key Concepts in Creative Industries*. Australia: SAGE Publications Ltd.
- Howkins, J. (2005). *Creative Industries. The Mayor's Commission on the Creative Industries*. (Ed.J. Hartley). 117-125. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Howkins, J. (2007). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. England: Penguin Books.
- Howlett, M. ve M. Ramesh (2003). *Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems*. Canada: Oxford University Press.
- Howlett, M. (2005). *What is a Policy Instrument? Tools, Mixes, and Implementation Styles: Designing Government: From Instruments to Governance*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Howlett, M. ve B. Cashore (2014). "Conceptualizing Public Policy". *Comparative Policy Studies*, (1), 17-33.
- <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/the-future-of-the-creative-economy.html> (19.10.2021).
- <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/turkiye-de-yaratıcı-endustrilerin-ibbs-2-bolgeleri-duzeyinde-analizi-izmir-e-bir-bakis/1987> (21.03.2021).
- https://dmped.dc.gov/sites/default/files/dc/sites/dmped/publication/attachments/Creative%20Economy%20Strategy%20of%20the%20District%20of%20Columbia%20Full%20Report_0626.pdf (11.12.2020).
- <https://tfhc.nt.gov.au/arts-and-culture/creative-industries-strategy-2020-2024#:~:text=Co%20Ddeveloped%20by%20the%20Chamber,economic%20benefits%2C%20including%20local%20jobs> (07.01.2021).
- <https://izka.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Yaratıcı-Endustriler-Raporu.pdf> (26.12.2020).
- <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?media=print&pcode=H0170075> (28.04.2021).
- https://ceinternational1892.org/article/getting-involved-in-the-creative-economy/?gclid=Cj0KCCQjwIPWgBhDHARIsAH2xdNdPZqXynafBuTPuSH7qOiJlbd11vS4xziU7gvno0VPHnlsVNOFOxJQaAsGmEALw_wcB (09.11.2020).
- <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Ticaret-ve-Hizmet-115> (06.04.2021).
- https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf (29.05.2021)
- https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf (01.12.2021).
- https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf (08.01.2021).
- http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/2013-creative-economy-report-widening-local-development-pathways-en_1.pdf (31.03.2021).
- <https://open.unido.org/api/documents/4627178/download/The%20creative%20ecosystem%20-%20Facilitating%20the%20development%20of%20creative%20industries> (26.02.2021).

- Hughes, O. E. (2013). *Kamu İşletmeciliği ve Yönetimi*. (Çev. B. Kalkan, B. Akın ve Ş. Akın). Ankara: BigBang Yayınları.
- Karakuş, M. (2001). "Eğitim ve Yaratıcılık". *Eğitim ve Bilim*, 26 (11), 3-7.
- Kulaç, O. ve H. S. Çalhan (2013). "Bir Kamu Politikası Süreci Analizi: Milli Eğitim Bakanlığı ve Yükseköğretim Kurulu Yurtdışı Lisansüstü Bursları". *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10), 205-225.
- Lascoumes, P. ve P. Le Gales (2012). *Sociologie De L'action Publique: Domains Et Approches*. Paris: Armand Colin.
- Moore, M. (1995). *Creating Public Value: Strategic Management in Government*. London: Harvard University Press.
- Nohutçu, A. (2007). *Kamu Yönetimi*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- O'Dair, M. (2019). *Distributed Creativity How Blockchain Technology Will Transform the Creative Economy Faculty of Arts and Creative Industries*. London: Middlesex University.
- Onur, D. ve T. Zorlu (2017). "Tasarım Stüdyolarında Uygulanan Eğitim Metotları ve Yaratıcılık İlişkisi". *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 7 (4), 542-555.
- Özyaprak, M. (2016). "Yaratıcı Düşünme Eğitimi: Scamper Örneği". *Journal of Gifted Education and Creativity*, 3 (1), 67-81.
- Peters, B. G. (1986). *American Public Policy: Promise and Performance*. California: Sage Publication.
- Runde, D. F. ve C. Metzger (2019). *Lessons for Building Creative Economies, Crisis Project on Prosperity and Development*, https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/publication/Runde_StrengtheningCreativeEconomies_v4_WEB.pdf (11.12.2020).
- TDK (2021). Türkçe Sözlük, <https://www.tdk.gov.tr/?s=Yarat%C4%B1c%C4%B1%C4%B1k+>, (06.04.2023).
- Vargas, M. H. F. ve D. R. Restrepo (2019). "The Instruments of Public Policy: A Transdisciplinary Look". *Cuadernos de Administración Journal of Management*, 35 (63), 101-113.

EXTENDED ABSTRACT

Public policies are the output of the decisions taken by the country for a public or private issue. Therefore, countries can put forward public policies to prevent some problems, as well as; They can also make public policies in order to ensure public order, realize economic growth and development, and achieve national goals. Decision makers try to implement the public policies they have created for the determined issues by using the most appropriate public policy tool. Therefore, the success of the public policy, which is planned to be prepared and implemented in a subject, is also related to the determination of appropriate tools and methods.

Creative economy can be characterized as an intellectual effort that takes place in a process that allows the use of knowledge. The concept of creative economy is sometimes used synonymously with the creative industry. But while creative industries are fields of activity, creative economy is an umbrella concept that is subject to public policy. Therefore, the creative economy emerges as a planned, strategic, innovative and changeable economy model. The creative economy model also has the feature of being a preferable tool, model or policy for both developed and developing countries. As a matter of fact, any information or material that can be expressed as inactive in creative economies and that will not cause an input or output for the economy is unthinkable. Creative economic policies have a synergy effect in this sense. It presents externalities that will have greater meaning and impact than the industries that make up the whole. In the study, the definition, formation and process of the creative economy model as a public policy are analyzed. In this direction, different models applied as a creative economy model in the world are included, sectors and services are examined and analyzed in the light of TUIK data.

In the institutional model, public policymaking is explained by the activities and relations in public institutions. In order for a problem to become a policy, it must be put on the agenda, defined and implemented by public institutions. Policies gain legal legitimacy as a result of legal proceedings through public bodies and pass to the implementation stage. Here, public institutions and public policy are in close contact.

The model, also known as the political system approach, was developed by David Easton. In this approach, as in Bertalanffy's General System Theory, the political system is considered as a whole with its environment. Public policy is accepted as a response to environmental demands and demands from within the political system. The political system is defined as a compromise between the institutions and activities that are in a reciprocal relationship, taking the administrative decisions that unite the society and protecting the values of that society.

The process model is widely used in the analysis of public policies. Lasswell's model was initially created as a seven-stage sequence, and later on, there were changes in the studies. When the process model is considered in general, it is seen that it consists of five stages; putting the issue on the agenda, formulating, enacting, implementing and evaluating.

There is no single view or definition about the concept of creativity, it is defined differently in different fields. When the concept of creativity is considered, it is known as the verb 'creare', which means to put something out, to produce in Latin. Creative economies are a public policy that can be filled with the goal of innovation and growth, which is considered as the sum of each creative industrial activity. Therefore, all aspects of intellectual property, technology and many cultural elements that are subject to creativity and economy constitute the subject of creative economy. Creativity has been extensively studied in the work of UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development).

In order to determine the place of the creative economy in Türkiye's economy, it was evaluated through indicators such as turnover, number of employees, production value, number of enterprises and added value. In particular, the pandemic and the previous year were taken into account. Despite the negative effects of the epidemic, it was observed that the creative economy grew. Of course, the creative economy has a smaller share than the manufacturing,

construction, information and communication sectors of the economy, but we need to consider that the added value of the creative industries is higher than the share of production.

The total turnover of the creative economy in 2020 was 155 261 621 775 TL. In this respect, computer programming ranks first with a share of 25% and advertising agencies with a share of 15%. In the same year, the computer programming and consultancy sectors are in the leading position among the creative industries with an added value of 42 659 162 540 TL. A total of 346 781 people work in the creative economy, with computer programming (82 203) and advertising agencies (59 212) sectors having the most employment. In terms of labor productivity, the publishing of computer games (744 463 ₺), motion picture, video and television programs distribution (499 411 ₺), other software programs (268 923 ₺) and computer programming (231 773 ₺) industries are leading.

In 2021, the share of creative products in exports was 8.22% (18 526, 685 thousand dollars) and 5% in imports (13 617, 061 thousand dollars). In 2021, interior products have a large share among creative products both in exports and imports, 17.1% in exports and 25% in imports. Music instruments (12.2%) are in the second place in exports and yarn products (12.4%) in imports. In the third place, toys (9.2%) and other handicrafts (8.3%) took place in imports. When the export and import of creative products are compared, Türkiye's exports outperform imports by 26.5%.

The framework for the sectors of the creative economy mentioned in the study is more inclusive. Thanks to the cultural values unique to Türkiye and technological developments such as social media and blockchain, these sectors can be expanded further, which requires deeper field research and the creation of more inclusive public policies, while taking into account the rapidly changing nature of trends. By realizing the potential of the creative economy, both economic growth and the preservation of cultural richness can be achieved.