

ETİMESGUT İLÇESİ'NİN KÜLTÜR, SANAT VE TASARIM ALT YAPISI BAĞLAMINDA “YARATICI KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ HARİTASI” OLUŞTURULMASINA İLİŞKİN ÖNERİLER

Fatma KOÇ

Prof. Dr. Gazi Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Moda Tasarımı Bölümü

Özet

Küresel bağlamda kültür, sanat ve tasarım boyutlarında bilgi, beceri ve yenilikçilik sadece firmaları değil, kentleri, bölgeleri ve hatta ülkeleri nitelik ve nicelik bakımından diğerlerinden ayıran ve ön plana çıkartan en önemli unsurlar arasında yer alır. Özellikle kentsel tasarım alanında ifade bulan tasarım politikaları, tüm tasarım sürecinin çerçevesini oluşturmakta; stratejileri de kapsayan bu çerçeve, planlama ve tasarımı da içine almaktadır. Şehir ve bölgelerin kültürel alt yapısı, tasarıma yönelik uygulamaları ve özellikle bu unsurlara yerel halkın katılımı yenilikçi tasarım kapasitelerinin geliştirilip kullanılmasını önemli ölçüde etkiler. Söz konusu oluşumların gerçekleştirilmesinde bölgenin lokasyonu, tarihsel geçmişi, iktisadi ve kültürel dinamikleri, eğitim kurumları ve yerel yönetimlerin etkisi tartışılmaz.

Son yıllarda yerel ekonomik kalkınma kavramı çerçevesinde geliştirilen stratejilere ek olarak sanat ve tasarım etkinliklerinin de içinde yer aldığı kültür stratejilerinin geliştirilmesi rekabete dayalı bir yerel yatırım ortamının yaratılması, işbirliğinin desteklenmesi, işgücünün niteliğinin artırılması, eğitim ve yaşam kalitesinin yükseltilmesi açısından önem kazanmıştır.

Bu araştırma; Etimesgut ilçesi yerel yönetiminin liderliğinde ilçenin kültür, sanat ve tasarım alt yapısı bağlamında günlük hayatta, kaybolmuş, fark edilemeyen, görünemeyen kültürel dinamikleri ile ilişkili aktörleri (sanatçı, tasarımcı, zanaatkar vb.), sayıları, yerleri, olayları, etkinlikleri ön plana çıkararak diğer ilçeler için örnek teşkil edebilecek “yaratıcı kültür endüstrisi haritası” oluşturulması gerekliliğini tartışmak ve ilçeye sağlayacağı katma değer üzerinde durarak öneriler getirmek amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür. Dünyanın pek çok kentinde uygulamaya konmuş tasarım ve kültür haritaları bölgenin gelişmesinde, kültürel

mirasın önemi ve korunması konusunda bilincin oluşturulması ve ekonomik kalkınma olanaklarının görünür hale getirilmesi amacıyla uygulanmaktadır. “Bireysel yaratıcılık ve yeteneği barındırarak, fikri mülkiyete dayalı biçimde istihdam ve refah yaratan endüstriler” olarak tanımlanan yaratıcı kültür endüstrileri haritasının hazırlanması ile iş yaşam olanaklarının geliştirilmesi, yeni nesillere kültür ve sanat anlayışının aşılması, öğretilmesi, etkinliklerin planlanması, kent estetiğinin artırılması, mevcut kaynakların kullanımı, toplumsal ortaklığın sağlanarak yerel ekonominin canlandırılması ve ilçenin ulusal ve uluslararası düzeyde kurulan ağlarla tanınırlığın artırılmasına da önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Etimesgut, kültür, sanat, tasarım, kültür haritası, yaratıcı kültür endüstrisi*

RECOMMENDATIONS FOR CREATING "CREATIVE CULTURAL INDUSTRIAL MAPS" IN THE CONTEXT OF CULTURE, ART AND DESIGN INFRASTRUCTURE OF ETİMESGUT LOCATION

Abstract

In the global context, knowledge, skills and innovation in the dimensions of culture, art and design are among the most important elements that separate and foreground not only firms but also cities, regions and even countries in terms of quality and quantity. In particular, the design policies expressed in the field of city design constitute the framework of the entire design process; and this framework, including strategies, also includes planning and design. The cultural sub-structure of cities and regions, applications for design, and especially the participation of local people in these elements, greatly influence the development and use of innovative design capacities. The location of the region, its historical background, its economic and cultural dynamics, the effects of educational institutions and local governments are beyond all question in the realization of such occurrences.

In recent years, in addition to the strategies developed within the framework of the concept of local economic development, the development of cultural strategies, including arts and design activities,

has gained importance in terms of creating a local investment environment based on competition, supporting cooperation, enhancing workforce quality, raising education and quality of life.

This research; have been planned and carried out to bring recommendations, under the leadership of the local authority of the city of Etimesgut, within the context of culture, art and design infrastructure of the city to discuss the necessity of establishing a "map of the creative culture industry" that could set an example for other provinces by putting the other actors (artists, designers, craftsmen, etc.), related to the cultural dynamics that are lost within the context of daily life, and unrecognizable and invisible, in the forefront in terms of their numbers, places, events, activities and by emphasizing the creation of added value to the county. Design and cultural maps implemented in many cities of all over the world are being implemented in the development of the region in order to create consciousness about the protection and preservation of cultural heritage and to make economic development possibilities visible. By preparing the map of the creative culture industry which is defined as "industries that create employment and prosperity based on intellectual property by including individual creativity and ability", to develop the business-living opportunities, it is thought to provide important contributions also in the vaccination and teaching the new generations of culture and art understanding, planning the activities, increasing the city aesthetics, the use of the existing resources, revitalizing the local economy by providing social partnership and increasing the recognition of the county with national and international networking to be built.

Keywords: *Etimesgut, culture, art, design, cultural map, creative culture industry*

Giriş

Etimesgut ilçesi kuruluşu cumhuriyetin ilk yıllarına dayanan Ahimesud'da örnek bir köy kurulması kararı ile 16 Mayıs 1928 tarih ve 6639 sayılı kararnameyle kurulmuş ve yeni devletin diğer alanlarına da örneklik yapması amaçlanmıştır. Etimesgut 1968 yılına kadar nahiye merkezi olarak kalmış, çevresindeki 18 köy Etimesgut nahiyesine

bağlanmıştır. 1968 yılında nahiyelik kaldırılarak "*Istasyon Mahallesi*" adıyla Yenimahalle ilçesine bağlanmıştır. 20 Mayıs 1990 tarihi itibarıyla ilçe statüsü kazanmıştır. 19 Ağustos 1990 tarihinde ise ilk belediye seçimi yapılarak Etimesgut Belediyesi kurulmuştur. Kuruluş amacından da belirlendiği gibi "*diğer ilçelere örnek olma özelliğini*" ön plana çıkartacak "*Yaratıcı Kültür Endüstrisi Haritası*" oluşturma uygulaması gerekliliği düşüncesi bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur.

Dünyanın pek çok kentinde uygulamaya konmuş tasarım ve kültür haritaları bölgenin gelişmesinde, kültürel mirasın önemi ve korunması konusunda bilincin oluşturulması ve ekonomik kalkınma olanaklarının görünür hale getirilmesi amacıyla uygulanmaktadır. Bazı ülkelerde kapsamlı bir ulusal strateji olarak kabul görmesine rağmen ne yazık ki ülkemizde yaratıcı endüstrilerin büyümesine ve ulusal stratejilerin oluşturulmasına yönelik çalışma çok az sayıdadır veya bazı parçaları eksik olarak yürütülmektedir.

"Bireysel yaratıcılık ve yeteneği barındırarak, fikri mülkiyete dayalı biçimde istihdam ve refah yaratan endüstriler" olarak tanımlanan mevcut "*yaratıcı kültür endüstrileri*" alanlarının belirlenmesi ve yeni alanların gündeme getirilmesi için Etimesgut ilçesinde uygulanmak üzere önerilen "*yaratıcı kültür endüstrisi haritasının*" hazırlanması ile iş-yaşam olanaklarının geliştirilmesi, yeni nesillere kültür ve sanat anlayışının aşılması, öğretilmesi, etkinliklerin planlanması, kent estetiğinin artırılması ve ilçenin ekonomik kalkınmasının ve sosyal refahının artırılmasına olumlu yönde etki edeceği düşünülmektedir. Ayrıca mevcut kaynakların kullanılması ile toplumsal ortaklığın sağlanarak yerel ekonominin canlandırılması ve ilçenin ulusal-uluslararası düzeyde kurulan ağlarda tanınırlığın artırılmasında da önemli katkılar sağlayacaktır.

Bu araştırma; Etimesgut ilçesi yerel yönetiminin liderliğinde ilçenin kültür, sanat ve tasarım alt yapısı bağlamında günlük hayatta, kaybolmuş, fark edilemeyen, görünemeyen kültürel dinamikleri ile ilişkili aktörleri (sanatçı, tasarımcı, zanaatkâr vb.), sayıları, yerleri, olayları, etkinlikleri ön plana çıkararak diğer ilçeler için örnek teşkil edebilecek yaratıcı endüstri ürün ve çıktıları ile ilgili "*yaratıcı kültür endüstrisi haritası*" oluşturulması

gerekliliğini tartışmak ve ilçeye sağlayacağı katma değer üzerinde durarak öneriler getirmek amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür.

Çalışmada, Ankara Etimesgut İlçesi'nin kültür, sanat ve tasarım alt yapısı bağlamında “*yaratıcı kültür endüstrisi haritası*” oluşturulmasına ilişkin öneriler geliştirebilmek için ilgili literatür taramasına bağlı olarak betimsel bir yöntem kullanılmıştır. Etimesgut İlçesinde “*yaratıcı kültür endüstrilerinin*” analitik bir kategori olarak tanımlanması, yaratıcı sınıf veya yaratıcı iş gücünün üzerindeki yapısal değişimleri, farklı bakış açıları ile tartışmayı mümkün kılabilir. Etimesgut Belediyesi'nin ilçe sınırları içerisinde kullanılmak üzere uygulanması planlanan “*kültürel değerler ve yaratıcı endüstriler*” alanlarının belirlenmesi için öncelikle kültürel kaynakların çeşitliliği ile ilgili bir sınıflama yapılmıştır (şekil 1). Daha sonra yaratıcı kültür endüstrisi haritası oluşturmak ve tanımlayıcı bir strateji geliştirilmesi için keşif araştırması niteliğinde ilçede uygulanmak üzere “*yaratıcı kültür endüstrisi haritası*” modeli için öneri oluşturulmuştur (şekil 3). Model Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD)'ın (2008) yayınlamış olduğu yaratıcı endüstriler raporundaki sınıflandırma kullanılarak geliştirilmiştir. Dünyada gelişmiş ve gelişmekte olan pek çok ülke tarafından farklı stratejiler ile uygulanmakta olan yaratıcı kültür endüstrisi haritalama uygulamalarının ilçe bazında gerçekleştirilebilmesi ilçeyi hem ekonomik hem de sosyal açıdan eşdeğer ilçelerin önüne geçireceği, diğer ilçelere örnek olacağı ve yaratıcı merkez olarak konumlandırılacağı olanaklı görülmektedir.

Küresel bağlamda kültür, sanat ve tasarım boyutlarında bilgi, beceri ve yenilikçilik sadece firmaları değil, kentleri, bölgeleri ve hatta ülkeleri nitelik ve nicelik bakımından diğerlerinden ayıran ve ön plana çıkartan en önemli unsurlar arasında yer almıştır. Dünya Turizm Örgütü'nün 2012 verilerine göre günümüzde dünya nüfusunun yarısından fazlası kentlerde yaşamaktadır. Birleşmiş Milletler, kent nüfusunun 2030'a kadar % 61 büyüyeceğini ve kentlerde yaşayan insan sayısının tahmini olarak 5 milyar kişiye ulaşacağını belirlemiştir.

Küresel hareketler ve sermaye, birçok kentin görünüşünü değiştirmekte, küresel kentler, hem turizm sektörünün gelişimini sağlamakta hem de kamu ve özel sektörün rekabet gücünü arttırmaktadır

(Ashworth ve Page, 2011:4). Kentlerin genellikle insan yaşamının birçoğunun, bazen de tamamının geçtiği mekânsal kurgular olarak düşünüldüğünde, her birey için “bir mekân tarifi” olmanın ötesinde, karmaşık yapısıyla, bir sosyolog, bir ekonomist, bir sanatçı, bir kent plancısı ya da bir mimar için farklı şeyler ifade eder. Benzer şekilde, geçmişten günümüze başlıca teknoloji alanında yaşanan değişimler ve gelişmeler nedeniyle farklılaşan kentler ayrı çağların toplumlarınca da farklı şekillerde anlamlandırılmıştır (Peker: 2006: 1).

Özellikle kentsel tasarım alanında ifade bulan tasarım politikaları, tasarım sürecinin çerçevesini oluşturmakta; stratejileri de kapsayan bu çerçeve, planlama ve tasarım sürecini de içine almaktadır. Şehir ve bölgelerin kültür ve sanat alt yapısı, tasarıma yönelik uygulamaları ve özellikle bu unsurlara yerel halkın katılımı yenilikçi tasarım kapasitelerinin geliştirilip kullanılmasını önemli ölçüde etkiler. Söz konusu oluşumların gerçekleştirilmesinde bölgenin lokasyonu, tarihsel geçmişi, iktisadi ve kültürel dinamikleri, eğitim kurumları ve yerel yönetimlerin etkisi tartışılmaz.

Herhangi bir toplumun bireylerinin hâkim inançları, değerleri, hareket tarzları, o toplumun kültürünü oluşturan parçalarıdır. Toplumların genel özellikleri kültürel mirası ve kültürel değerleri ile belirlenir (Koçkar, 2002:1). İnsanın bir toplum üyesi olarak varlık kazanması, ancak bir kültürü benimsemesi ve özümsemesi ile mümkündür. Toplumların genel özellikleri kültürleri ile oluşur. Kültür; toplumun ve insanın öğrendiği, bilgi, sanat, gelenek, görenek, yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan ve toplumsal değerler içeren bir olgu olarak düşünüldüğünde kültürün geleceğinin topluma bağlı olarak sürdürüleceğini söylemek mümkündür (Altıntaş, Eliri, 2012: 63).

Geniş bir perspektiften bakıldığında, ülkemiz çok çeşitli ve özgün, kültürel değerlere ve sanat tasarım alt yapısına sahip bir ülkedir. Bu bağlamda ülkemizin değerleri ile biçimlendirilmiş, özgün ve katma değeri yüksek “yaratıcı kültür ürünleri” adını verebileceğimiz dünyanın her yerinden ziyaretçi çekebilecek sit alanları, tarihi ve kültürel mekânlar, müzeler, kütüphaneler ile sanat, yapıtları, el sanatı ürünleri, basılı ve görsel işitsel yayın organları, gösteri sanatları, eğlence ve yeni medya

uygulamaları, moda sektörü ve uygulamaları, iç mimarlık uygulamaları, mücevher ve oyuncak tasarımı gibi tasarım alanlarını vb. pek çok olguyu içinde barındırmaktadır. Ancak uygun stratejilerin kullanılmaması, gerekli alt ve üst yapı eksiklikleri, saklama, koruma ve kullanımdan kaynaklı eksiklikler, tanıtım ve organizasyon eksiklikleri vb. nedenler bu kaynakların yeterince değerlendirilemediği durumunu ön plana çıkarmaktadır. Söz konusu kaynaklar toplum refahı ve milli servet boyutunda düşünüldüğünde bu konunun daha dinamik ve sürdürülebilir bir planlama süreci geliştirilerek ele alınmasının gerekliliğini ön plana çıkarmaktadır.

Gelişmiş ve gelişmekte olan pek çok ülkede kültür ve sanatın ekonomik faydalarının, bölgesel, ulusal kalkınma ve refah üzerindeki rolünü algılayan politik organlar, televizyon, müzik, film gibi popüler ticari endüstrileri “*kültürel endüstriler*” olarak markalaştırılarak, devletin kültür politikalarını oluşturdukları bilinmektedir (Hartley, 2005:1013). Yaratıcı endüstri fikri ilk olarak 18. yüzyılda “*yaratıcı sanatlar*” ile “*kültürel endüstriler*” fikirlerinin birbirine dönüştürülmesi ve tüketici, vatandaş terimlerinin de eklenmesiyle ortaya çıkmıştır (Hartley, 2005). İlk defa Avustralya’da ticari ve kültürel faaliyetler ile teknoloji destekli olarak gelişen yeni medya arasındaki farkları işaret etmek için kullanılmıştır (Foord, 2008) Akt. Seçilmiş 2014: 10). Son zamanlarda “*yaratıcı endüstriler (creative industries)*” kültür ekonomisi ile birlikte tartışılır olmuştur. Yaratıcı endüstriler genelde müzik, dans, tiyatro, edebiyat, görsel işitsel medya, tasarım, bilişim, dijital teknoloji vb. fikri mülkiyet hukuku kapsamında olan, katma değer olarak yaratıcılığın kullanıldığı faaliyetleri kapsayan genel bir sınıflandırmadır. Kültür ekonomisi ise yaratıcı endüstrilerin bir alt kümesi niteliğindedir (Aksoy, Enlil, 2010: 25). Yaratıcı kültür endüstrilerini belirleyen ortak özelliklerden biri yaratıcı aktivitelerin sonucunda ulaşılan kültürel ürünlerden pek çoğunun uzun dönemde telif vb. kazanç getirisi sağlaması durumudur.

İngiltere Kültür, Medya ve Spor Dairesi (DCMS)’nin (2008) verilerine göre özellikle kültürel ve sanatsal değerler ile tasarlanmış üretimle ilişkili görülen “*yaratıcı kültür endüstrileri*” gelişmiş ülkelerin ekonomik büyümesi için önemli belirleyiciler olarak kabul görmüştür. Bu bağlamda

yaratıcı endüstriler düşüncesi, yakın dönemde ortaya çıkan ve yaygınlaşan bireysel, küçük ölçekli, proje bazlı, işbirliği ürünü ticari ve ticari olmayan medya üretimi ile kültürel endüstrilerdeki kurumsal kültürel üretimi uzlaştırmayı hedefler (Deuze 2007:249). Hartley (2005:115) “*yaratıcı kültür endüstrilerini*” üretim (telif) ve meta değeri (içerik) yerine müşteri tercihlerine bağlı olarak karakterize olan endüstriler olarak tanımlamış, başka bir ifadeyle “*tercihlerin yüksek oranda olduğu halk oylaması endüstrileri*” olarak ifade etmiştir.

1990’ların başlarında ortaya koyulan ve 90’ların sonlarında politikacılar tarafından fark edilip kullanılmaya başlanan yaratıcı endüstri teorisinin, 21. yüzyıla gelindiğinde dünyada pek çok ülke tarafından benimsendiği görülmektedir. Yaratıcı kültür endüstri fikri; şehirlerin, bölgelerin kendilerini fark ettirmek, yaratıcı sınıfı çekmek ve bu sayede yeni iş alanları oluşturarak gelir elde ettikleri bir alan haline gelmiştir (Hocaoğlu,2015:193).

İngiltere, yaratıcı endüstrileri bütüncül bir şekilde ele alarak, ilk eylemini ülke içerisindeki “*Yaratıcı Endüstrileri Haritalandırma*” çalışmasıyla başlamıştır. 2001 yılında yaptığı bu çalışmayla öncelikli olarak bu endüstrinin ülkenin genel ekonomisine katkısını ve potansiyelini belirlemiştir. Daha sonra diğer Avrupalı devletler, Brezilya ve Çin gibi gelişmekte olan ülkeler yaratıcı endüstriler alanında bölgesel veya ulusal strateji dokümanları oluşturmuşlardır. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı (UNESCO) ve Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) gibi uluslararası örgütler de bu alanda son dönemde yayımladığı raporlarla gelişmekte olan ülkelerin kalkınma ve istihdam sağlama gibi hedeflerine ulaşabilmesi adına yaratıcı endüstrileri bir araç olarak göstermektedir (Vardar, 2017).

1997’de İngiltere’de kurulan Kültür, Medya ve Spor Dairesi (DCMS) yaratıcı endüstrileri; “*özünde özgün yaratıcılık, yetenek ve beceri bulunduran ve fikri hakların yaratımı ve kullanılması doğrultusunda zenginlik ve iş alanı yaratma potansiyeli olan aktiviteler*” olarak tanımlamaktadır. Bu aktiviteleri reklam, mimarlık, sanat ve antika pazarı, zanaat, tasarım, moda tasarımı, film, video, interaktif eğlence yazılımı, müzik, performans sanatları, yayıncılık, yazılım ve bilgisayar servisi,

televizyon ve radyo olarak sınıflandırılmıştır (Braun, 2007:3 akt. Hocaoğlu, 2015: 190). Buna ek olarak, kültürel ürünlerin kitlesel üretimi ve dağıtımı ile karakterize edilen kültür endüstrileri terimini geleneksel olarak daha sofistike görülen sanatsal ürünleri ve yüksek değerli eserleri içerecek şekilde genişlettiği ve dolaylı olarak katkı sağlayan dağıtım, yayın ve satış kanallarını da kapsadığı belirtilmiştir (UNCTAD 2010: 172; Howkins 2005 akt. Demir, 2014: 91).

Özellikle son yirmi yıllık süreçte, yaratıcı endüstrilerin sosyal, ekonomik ve kültürel yaşam üzerindeki etkileri profesyoneller, akademisyenler, kamu kurumları ve politika yapımcılar tarafından yaygın olarak tartışılmaktadır. Yaratıcı endüstriler alanının yerel, bölgesel ve ulusal ekonomiye sağladığı önemli katkıdan ileri geldiği anlaşılmaktadır. Konunun çekiciliği ve pratik alanlara sağladığı katkı nedeniyle pek çok verimli tartışmanın odak noktasında yer almıştır (Aslan, 2017:110). Şehirlerde toplulaşan ve farklı mesleki, bilimsel ve sanatsal alanlarda faaliyet gösteren bireylerden oluşan yaratıcı sınıf; yaratıcı sektörlerde çalışan temel ajanları barındıran bir topluluk olarak yaratıcı ekonominin ana dinamiklerinden biri olarak görülmektedir (Florida, 2002, 2005). Bu nedenle; süreç içerisinde nesillerin farklılaşması kaçınılmaz şekilde yaratıcı sınıfın niteliklerini de değiştirmekte; bu ise yaratıcı sektörlerin çeşitlenmesine neden olmaktadır.

Yaratıcı kültür endüstrileri kavramı ile ilgili kültürden kültüre değişiklik gösteren ve toplumdan topluma değişen farklı sınıflamalar yapılmıştır. Ancak alandaki farklı sınıflandırmalara rağmen temel görüş; yaratıcı ekonominin yaratıcı endüstrilere ek olarak kültürel faaliyetleri de kapsadığı ve teknoloji tabanlı geleneksel olmayan yenilikçi endüstrilerin yüksek ticarileşme potansiyeline sahip olduğu yönündedir (Hesmondhalgh, 2002; Marcus, 2005).

Avustralya Ulusal Bilgi Ekonomisi Ofisi Modeli (NOIE), Ulusal Bilim Teknoloji ve Sanat Ulusal Vakfı Modeli (NESTA), Kern Avrupa İşleri Modeli (KEA), Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Modeli (WIPO), Sanat İçin Amerikalılar Modeli, İç İçte Halkalar Modeli, Sembolik Metin Modeli, Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı Modeli (UNCTAD), Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü Modeli (UNESCO) ve Birleşmiş Krallık Kültür,

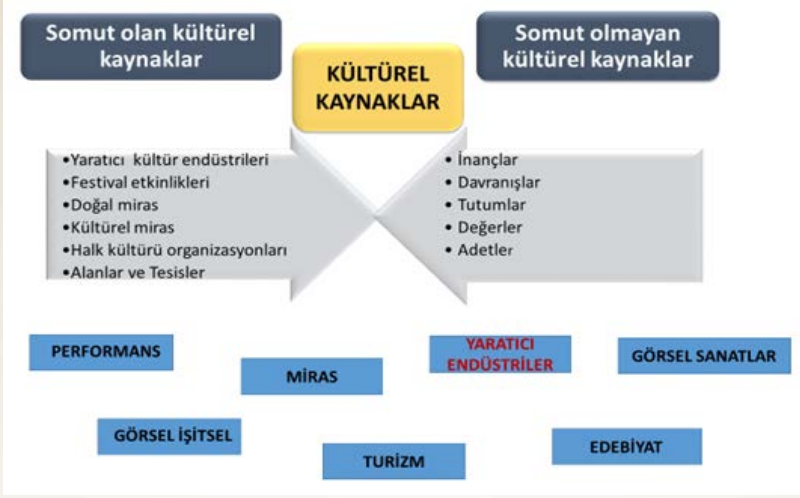
Medya ve Spor Departmanı Modeli (DCMS) gibi modeller her toplumun kendi kültür ve sanatını korumak, geliştirmek, tanıtmak, yaymak ve onları evrenselleştirmek amacı ile kültürel değerleri doğrultusunda geliştirdiği modeller olarak kabul görmüştür. Aslan (2017:117) söz konusu farklı sınıflamalarda kültür, kültür endüstrisi, kültürel aktiviteler gibi içinde "kültür" kelimesinin yer aldığı terminolojinin kullanıldığını, kültür ve yaratıcı endüstrilerin iç içe geçmiş olduğunu ve bu durumun karmaşık bir yapı sergilediğini belirtmiştir.

Türkiye'de yaratıcı kültür endüstrileri ile ilgili çeşitli kanunlarla örgütler kurulmuş ve gerekli tedbirler alınmaya çalışılmıştır. Ancak kültür ve sanatla ilgili düzenlemeleri birkaç kanun içinde toplamak ve tek bir kuruluşun tekeline bağlamak olanaksız görünmektedir. Kültür ve sanat gibi tüm toplumun malı olarak kabul edilen bir konuda, gerek merkezi yönetime ait kurum ve kuruluşlar ve gerekse dernek, vakıf gibi sivil toplum örgütleri büyük duyarlılık göstermektedir. Bu bağlamda amacı "*kültürel değerleri yaşatmak, geliştirmek, yaymak, tanıtmak, değerlendirmek ve benimsetmek, kültür konularıyla ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek ve işbirliğinde bulunmak, tarihi ve kültürel varlıkların tahribini ve yok edilmesini önlemek*" olan "*Kültür Bakanlığı'nın*" yürüttüğü hizmetlere yerel yönetimlerin de büyük ölçüde katkı sağlaması gerekliliği kaçınılmazdır. Söz konusu bu değerlerin yaygınlaştırılmasını sağlamanın en önemli unsurları arasında yerel yönetimler gelmektedir.

Yerel yönetimler, özellikle müze, kütüphane, sanat galerileri, konservatuvar açılması, orkestra, çalgı ve saz gruplarının oluşturulması, yerel özellikleri simgeleyen folklor ekipleri kurulması, sanat ve kültür değerlerinin öğretildiği kursların planlanması ve yürütülmesi gibi çeşitli kültürel konularla yakından ilgilenmektedirler (TODAE; 1992: 222). Ayrıca, yerel yönetimlerle ilgili olarak yürürlükte bulunan çeşitli kanunlar da, bu kurumlara kültürle ilişkili çeşitli görevler verilmiştir. Kültür Bakanlığının görevleri ile çeşitli kanunlarla yerel yönetimlere verilen görevlerin örtüştüğü alanlarda merkezi ve yerel yönetimlerin ortaklaşa ve dayanışma içinde hareket etmeleri, var olan olanaklarını karşılıklı işbirliğinin geliştirilmesinde kullanmaları kültür ve sanatın geleceği bakımından son derece yararlı olacaktır (Pektaş; 2004).

Yerel yönetimlerin içerisinde kültürel faaliyetleri ve sanatsal etkinlikleri yoğunlukla destekleyen önemli merkezler arasında yer alan Etimesgut belediyesi ilçe sınırları içerisinde “Yaratıcı Kültür Endüstrisi” ile ilgili zengin bir potansiyelin varlığı bilinmektedir. Ancak söz konusu potansiyelin sayısal verilerinin neler olduğu ve hangi etkinliklerin nerelerde yoğunlaştığı, hangi sanat ve kültür alanlarında sanatçı, zanaatkâr bulunduğu bu alanlarda ki yapıtların çıktılarının neler olduğu veya bu çıktılarının nasıl değerlendirildiği üzerinde bir çalışma yapıp yapılmadığı tespit edilememiştir. Bu çalışma ile söz konusu etkinliklerin tespit edilmesi gerekliliğinin önerilen haritalama ile yapılabileceği muhtemeldir.

Kültür, sanat faaliyetleri bir süreç olarak düşünülürse öncelikle bölgesel sermayenin değer ve yerel varlıklarının incelenmesi, ardından bölgesel tasarım teorisinin söz konusu bölgeye özgün yaklaşımlarla ele alınması, projelerin uygulamaya konması, test edilmesi ve kalkınmaya sağlayacağı katkının ölçülmesi gerekmektedir. Toplumlar, kültürel kaynaklarını kullanabilmek, yaratıcı fikir, üretim ve toplumların yararlanabileceği fırsatları değerlendirebilmek için toplum ve yönetim birimleri ile birlikte çalışmalı ve projeler üretilmelidir. Konu analizi, kültürel planlama, kültürel haritalama, kültürel haritalama etrafındaki farklı modelleri ve temaları daha iyi anlamak için öncelikle kültürel kaynakların stratejik önemini açıklamaya yardımcı olabilecek farklı disiplinler için kültürel kaynakların çeşitliliği ile ilgili sınıflamaların yapılması gereklidir (şekil 1).



Şekil 1: Kültürel kaynakların çeşitliliği

Birey ve toplum için kaynak olarak düşünüldüğünde kültür yalnızca ticari ürünler olarak değil, değerler bütünü olarak görülmelidir. Kültür terimini ve diğer alanlarla dinamik bağlantıları çevreleyen karmaşıklık, stratejik planlamayı ve kültür kaynaklarının ayrılmaz bir şekilde kullanılmasını sağlayan yenilikçi araçlara ihtiyaç duyar. Kültürel haritalama "bir toplumdaki kültürel varlıkların belirlenmesi ve araştırılması sürecidir ve içerisinde somut olan kaynakları ve somut olmayan kaynakları barındırır" (şekil1). Kültür haritaları söz konusu stratejilerin uygulanması için en önemli veri kaynakları olarak nitelendirilebilir.



Şekil 2: Kültür haritası hazırlamanın avantaj ve dezavantajları

Ancak haritanın hazırlanabilmesi ve uygulanacak bölgenin tamamına erişim sağlayabilmesi ve tüm kaynaklara ulaşılabilmesi için öncelikle iyi bir ekibin kurulması ve yeterli bütçe olanaklarının oluşturulmasını gerektirir. Ayrıca kültür kaynaklarının tamamına ulaşım sağlanabilmesi ve her detayın ayrıntılarının harita üzerinde gösterilebilmesi uzun bir sürecin göze alınmasını gündeme getirir. Söz konusu dezavantajların yanı sıra kültür kaynaklarının haritalarının yapılması uygulanan bölgeye yeni bir bakış açısı kazandırır, tüm kültürel kaynakların kapsamlı olarak görünümünü sağlar, toplumun ihtiyacı olan kaynakların giderilmesine zemin hazırlar, birbiri ile benzerlik gösteren kaynakların tekrarlanmasını önler (şekil 2). Florian

(2002), kentlerin özgün kimlikler yaratabilmek konusunda, başarılı olabilmesi için öncelikle sınırlayıcı saplantılarından ve “geçmiş muhafaza etme yönündeki felç edici nostalji arzusunun” kurtulması gerektiğini savunmaktadır. Başka bir yöreden ve ülkeden gelen günümüz kent insanına yabancı kalan tarihi kaynaklara yönelmek yerine, kültürel özgünlük ve “insanlar arasındaki özgün elektriği” temel alan bir kimlik gelişimini tavsiye etmektedir. Kimliği devamlı yapılanma sürecinde olan bir olgu olarak kabul eden Florian için bu elektrik, yeni kent kimliğinin vazgeçilmez bir nesnesinin olması gerekliliğidir. Söz konusu kimliğin tespit edilebilmesi için öncelikle bölgenin kültürel değerlerine ilişkin alt yapı ve olanaklarının belirlenmesi gerekliliği söz konusudur.

Sonuç ve Öneriler

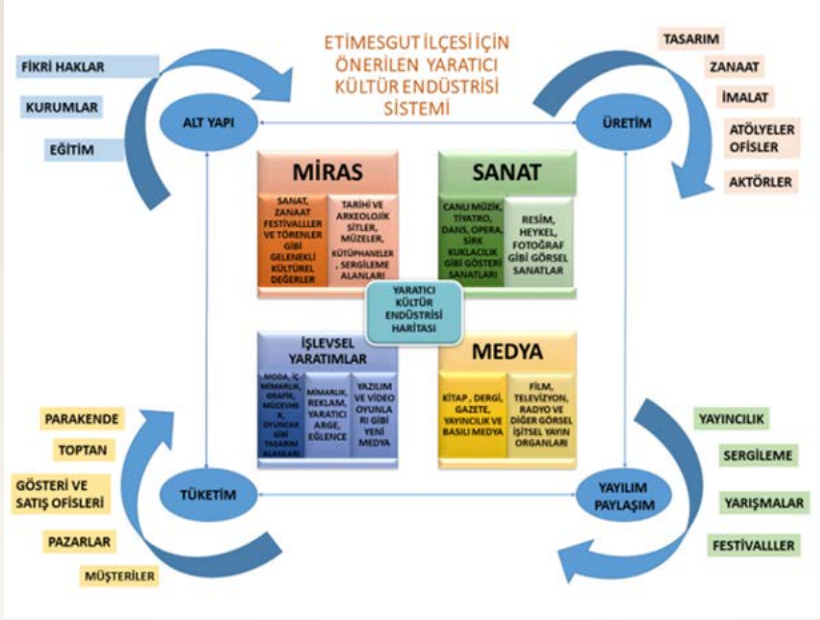
Dünyanın sınırlarının küçüldüğü ve global pazarlama stratejilerinin oluşturulduğu ortamda pazarlama çabalarının yaratıcı kültür endüstrileri ürünlerinin pazar alanının bir mal/hizmet ve bilgi için alışveriş alanı olduğu kadar, kültürel etkileşim ve değişim yeri olduğu gerçeğinin farkına varılması, kültürel temele dayalı pazarlamada iyi bir devlet kontrolü ve denetlemenin de ele alınmasını zorunlu kılmaktadır.

Bir bölgenin kentsel veya kırsal özelliklerinden yola çıkarak bölgesel sermayesinin belirlenmesi ve bu sermayenin atıl kalmış, gelişme veya kalkınmaya dâhil olamamış parçalarının incelenerek bölgeye özgün ürün ve hizmetler olarak topluma sunulması uygun bir stratejik plan ile gerçekleştirilebilir. Etimesgut İlçesi'nin sanat, tasarım ve kültür alt yapısı

bağlamında “Yaratıcı Kültür Endüstrisi Haritası” alanları ile ürün ve hizmet çeşitlerine ilişkin bilgilerin yer aldığı sitemin oluşturulabilmesi ve sürdürülebilirliğini sağlamak öncelikle bileşenlerinin konu başlıklarının belirlenmesi ile gerçekleştirilebilecektir. Dijital ortama aktarılarak toplumun her bireyinin rahatlıkla ulaşabilmesi düşüncesi ile planlanarak hazırlanan bu harita sisteminin insanların bildiği kültürel kaynaklar ve sunulan fırsatlar hakkında belirli bilgilerin bulunduğu hatta ilçenin ulusal ve uluslararası düzeyde ön plana çıkartılmasında etkili bir arama aracı olarak da işlev göreceği muhtemeldir.

Öncelikle iyi bir ekibin kurulması ve oldukça uzun zaman alacak sürecin maliyetinin değerlendirilmesi gereklidir. Söz konusu bütçe; projenin yazılımı, ekip ve danışmanların giderleri vb. gibi teknik kaynakları ve ayrıca toplum katılımlı festival, sergi, çalıştaylar vb. etkinliklerin maliyetini de içermelidir. Her konu ile ilgili ayrı literatür taraması ve ilişkili kurum, vakıf, dernek, şirket, kuruluş ve/veya organizasyonları içine alan ve konu ile ilişkili aktörler ile ilgili bilgilerin hangi kaynaklardan ve nasıl toplanacağına karar verilmelidir. Ulusal ve uluslararası düzeyde tüketici profilinin çıkartılması ve pazar araştırmasının yapılarak, pazarlama ve müşteri ilişkilerini yürütecek lojistik ve hukuksal yönden destek sağlayacak ve eğitim süreçlerini planlayacak kişilerden oluşan uzmanlar ekibe dâhil edilmelidir. İkincil kaynaklar ve internet siteleri taranmalı, gerektiği durumlarda yüz yüze görüşmeler yapılmalı. Araştırma alanının doğasının gerektirdiği durumlarda, coğrafi olarak tespit edilebilen noktalar işaretlenerek çeşitli haritalar oluşturulmalı her konu alanında elde edilen veriler bağımsız raporlara dönüştürülmelidir.

Bölgenin kültür sanat ve tasarım alt yapısı bağlamında sergileme yerleri, gösteri merkezleri, kurs mekânları, kongre merkezleri, müze veya kütüphane gibi kültürel alt yapı olanakları ve buralarda yapılan tüm etkinlikler, aktiviteler ve yaratıcı ürünlerin çeşitliliği harita üzerinde işaretlenerek belirlenmelidir. Sanat, kültürel miras, medya ve işlevsel yaratım olanakları ile bunlara bağlı olarak oluşturulan ürün ve hizmetler ile bunlara ilişkin pazarlama olanakları belirlenmelidir. Yapılacak her alan veya faaliyet için çeşitli haritalar oluşturularak her konu alanında elde edilen veriler raporlanmalıdır.



Şekil 3: Etmesgut İlçesinde uygulanabilecek "Yaratıcı Kültür Endüstrisi Haritası" için model önerisi

Konu ile ilgili haritalama süreçleri incelendiğinde pek çok ülkede ve kurumlarda yapılan sınıflandırmalar içerisinde UNCTAD'ın (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı) 2008 yılında yayınlamış olduğu yaratıcı endüstriler raporundaki sınıflandırma tercih edilmiştir. Söz konusu sınıflamanın tercih edilme nedeni sınıflamanın kültür, sanat ve tasarım boyutunu ön plana çıkartılarak geliştirilmiş olmasıdır. İlçenin yaratıcı kültür endüstrisi envanterini geliştirmek ve dijital haritalama uygulamalarını oluşturabilmek için haritalama sürecinin bir parçası olarak gerçekleştirilen her bir konu alanı kapsayacak şekilde ayrı ayrı oluşturulan haritalandırma odak grup oturumları ile çalışmalar yapılarak konu alanlarının içeriği belirlenmelidir.

Haritalama sisteminde; sanat, zanaat festivaller ve törenler gibi geleneksel kültürel değerler ile tarihi ve arkeolojik sitler, müzeler, kütüphaneler, sergileme alanlarını içine alan "kültürel miras", canlı müzik, tiyatro, dans, opera, sirk, kuklacılık gibi gösteri sanatları ile resim, heykel, fotoğraf gibi görsel sanatları içinde barındıran "sanat", moda, iç mimarlık,

grafik, mücevher, oyuncak gibi tasarım alanlarını, reklam, yaratıcı ARGE, eğlence, yazılım ve video oyunları gibi yeni medya alanlarını içeren “işlevsel yaratımlar”, kitap dergi, gazete vb. yayıncılık ve basılı medya ile film, televizyon, radyo, ve diğer görsel işitsel yayın organlarını kapsayan “medya” olmak üzere dört konu alanı bulunmaktadır.

Haritalamanın ikinci kategorisinde bu dört alanın içerikleri doğrultusunda elde edilen tüm veriler altyapı (fikri haklar, kurumlar ve eğitim olanakları), üretim (tasarım, sanat ürünleri, zanaat, atölyeler, ofisler, aktörler), tüketim (perakende, toptan, gösteri ve sunum ofisleri, müşteriler, pazarlar) ve yayılım/paylaşım (yayıncılık, sergileme, festivaller, yarışmalar, organizasyonlar) başlıkları altında kategorize edilerek üst bir bakışla yorumlanmalı ve bu bileşenler bir ağ yapısı içerisinde konumlandırılmalıdır (Şekil 3). Ayrıca oluşturulan sistemin interaktif olarak hazırlanması, haritanın sürdürülebilirliği ve geliştirilebilmesi için halkın katılımının sağlanması çalışmaları yapılmalıdır. Böylece ziyaretçilerin, yerel halkın ve kurumların toplumdaki kaynak çeşitliliğini keşfedebilecekleri geniş çapta bilgiye sahip olunacaktır.

Önerilen modelin gerçekleştirilmesi ile

- Haritalamanın uygulanması, kullanıcılara sunulacak fırsatların, olanakların ve kültürel etkinliklerin belirlenmesinin yanı sıra paylaşım özellikleri kullanılarak fotoğraflarının da yüklenebileceği bir platforma dönüştürülebilir. Sunulan veriler, kültürel bilgilerin gelecek nesiller tarafından kullanılacak bir arşivin oluşturulmasına da katkı sağlayacaktır.
- Toplu olarak oluşturulan veriler karar vermeyi geliştirmeye ve farklı seçenekleri daha etkin bir biçimde iletmeye yardımcı olacak zengin bir bilgi potansiyeline sahip alt yapıyı beraberinde getirecektir.
- Kültürel haritalama projesinin bir parçası olarak daha fazla kentsel etnografik araştırma yönteminin bütünleşmiş edilmesini de gerektirecektir. Bu, kültürel peyzajın üretildiği farklı yolları anlamaya yardımcı olacağı için gelecekteki projeler için önemli katkılar sağlayacaktır.
- Belediye karar vericileri ve diğer liderler, söz konusu haritayı toplumu, toplumdaki kültürel gelişim programları hakkında

kararları alabilmek ve daha iyi iletişim kurmak için kullanabilirler. Benzer şekilde, kültür ve turizm örgütleri ile işletmeler, çabalarını planlamaya yardımcı olabilecek geniş bir kültürel bilgi setinden yararlanabileceklerdir.

- Haritalama yoluyla toplanan kültürel kaynaklar hakkında bilgi, hem bölge sakinleri hem de ziyaretçiler için kültür bilincini artırmak amacıyla da kullanılabilir. Kimlik haritalaması yoluyla belirlenen hikâyeler, turizm deneyimini zenginleştirmek için tematik rotaların oluşturulmasına yardımcı olabilir.
- Haritalama, bir uygulama platformu, ilgili bilgi ve kaynakların erişilebilir bir tabanı oluşturarak, kültürel organizasyonlar, okullar ve diğer topluluk ve iş grupları tarafından sunulan kültürel programların geliştirilmesine yardımcı olabilir.
- Yaratıcı kültür ürünlerinin ve bu ürünleri icra eden aktörlerin envanterlerinin çıkarılmasına ve iş sürecinin güçlü ve zayıf yönlerinin, fırsat ve tehditlerin belirlenmesine olanak sağlayacaktır. Ayrıca ortak yönlerin keşfedilmesi ile tek bir çatı altında toplanmasına olanak sağlayacaktır.
- Ulusal ve uluslararası düzeyde tüketici beklentileri ve pazar olanakları doğrultusunda tasarım ofisleri oluşturma ve ihtiyaç doğrultusunda üretim yapılmasını gündeme getirecektir. Ayrıca ürünlerin varlığının belirlenmesi için reklam aracı olarak ta kullanılabilir.

Kaynaklar

- Aksoy, A., Enlil, Z., 2011. Kültür Ekonomisi Envanteri, İstanbul 2010. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Altıntaş, O. ve , Eliri, İ., 2012. "Birey Toplum İlişkisinde Kent Kültürü, Kamusal Alan ve Onda Şekillenen Sanat Olgusu", İdil, (1), 5 , 61-74
- Aslan, G., 2017. "Yaratıcı Endüstrilerin Yükselişi: Geçmiş, Bugün ve Gelecek", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17 (4), 109-122.
- Aswort,G.,Page, S.J., 2011. "Urban Tourism Research: Recent Progress and Current Paradoxes" Tourism Management, (32), 1-15.
- Demir E. M., 2014. "Yaratıcı Endüstriler " , İLEF Dergisi, 1 (2) 87-107
- Deuze, M., 2007. "Convergence culture in the creative industries", International Journal of Cultural Studies, (10), 243-263.
- Florian, B., 2002. "The City as a Brand, City Branding: Image Building and Building Images", NAI UITGEVERS, Rotterdam. 20-31,
- Florida, R. 2005. Cities and the Creative Class, New York: Routledge.
- Foord, J.,2008. "Strategies for Creative Industries: An International Review" Creative Industries Journal, 1(2):91-113.
- Hartley, J., 2005. Creative Industries. Oxford: Blackwell Publishing.
- Hesmondhalgh, D. 2002, The Cultural Industries, London: Sage Publications.
- Howkins, J., 2005., The Mayor's commission on the creative industries. Oxford: Wiley-Blackwell
- Koçkar, M.T., 2002., "Halk Kültürü'nün Ekonomik ve Siyasal Kazanç Amacıyla Kullanılmasında Medya'nın Rolü" Halk Kültürlerinin Medya Açısından Değerlendirilmesi Uluslararası Sempozyumu 12, 13, 14 Aralık – Sakarya Üniversitesi, Motif Vakfı
- Marcus C. 2005. "Future of Creative Industries, Implications and Research Policy", European Commission Foresight Working Document Series, Brussels.
- Peker, A. E., 2006. Kentin Markalaşma Sürecinde Çağdaş Sanat Müzelerinin Rolü: Kent Markalaşması ve Küresel Landmark , İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi
- Peklaş, E. K., 2004. " Büyükken! Belediyelerini Eğitim ve Kültür Hizmetlerine Siyasi Parti İdeolojilerinin Yansıması," hllp://bosarmcoıı^tr^yayjn/. 05.11.2004
- Lazzeretti, L., Capone, F. ve Seçilmiş, E., 2014, "Türkiye'de Yaratıcı ve Kültürel Sektörlerin Yapısı ", Maliye Dergisi, 166 (1), 195-220
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), 2008. Creative Economy Report 2008. (www.unctad.org/en/docs/ ditc20082cer_en.pdf).
- Vardar, S. 2017., "Yaratıcı Endüstriler", Anahtar Dergisi, 338
<http://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/yaratici-endustriler/8360>