

**TÜRKİYE’DE KÜLTÜR EKONOMİSİNİN  
GELİŞİMİNE YEREL BİR BAKIŞ****A LOCAL PERSPECTIVE ON THE EVOLUTION  
OF CULTURE ECONOMY IN TURKEY****Filiz ERATAŞ \* Volkan ALPTEKİN \*\* Doğan UYSAL \*\*\*****Özet**

Kültür ekonomisi, girdisi yaratıcı ve kültürel emek olan, çıktısı ise fikri mülkiyet hakları ile korunan ürünler, eserler, etkinlikler ve ürünlerin tüketici ile buluşmasını sağlayan endüstriler toplamıdır. Kültürün ekonomik bir faaliyet alanı olarak görülmesi onun değerini düşürmemekte tam tersine kültürün ekonomik değeri onların iletişim değerlerini ve etki alanlarını artırmaktadır. Kültür ekonomisi öz değerleri ve yerli kazanımların dünyaya açılmasını sağlamaktadır. Bu çalışmada yerel ekonomilerin değerler toplamının kültür ekonomisi üzerindeki etkisi incelenerek, kültürel birikimlerin ekonomik olarak değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada, küresel ekonomi içinde önem kazanan itici güçler olan kültürel birikimler, ekonomiye sağlayacağı katkıyı film endüstrisi, gösteri sanatları ve kütüphaneler kategorilerinde incelenerek, bölgeler ve iller arası farklılıklar üzerinde durulmaktadır. Bu amaçla, Ege Bölgesi ve Orta Anadolu Bölgesi temel iki bölge olarak seçilmiş; ayrıca iller bazında İzmir ve Konya örneğine yer verilmiştir. Kültür ve ekonomi arasındaki ilişki kapsamında, söz konusu iki bölgede kültür ekonomisinin gelişimi ve iller örneğinde kültür yapılanmaları genel bir bakış açısıyla sunulmaktadır. Analiz sonuçlarına göre, kültür ekonomisi kapsamında, Türkiye genelinde, Ege Bölgesi’nde ve Orta Anadolu Bölgesi’nde 1995-2011 dönemi için sahne sanatları, görsel ve plastik sanatlar ve film endüstrisi alt sektörlerinin, umut verici bir gelişim gösterdiği görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür Ekonomisi, Yerel Ekonomiler, Kültürel Emek.

**Abstract**

Culture economy is the total sum of the industries with the inputs of creativity and cultural labor

\* Araştırma Görevlisi, Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, filiz.erasat@cbu.edu.tr

\*\* Doçent Doktor, Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İktisat Bölümü, valptekin@selcuk.edu.tr

\*\*\* Profesör Doktor, Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ekonometri Bölümü, dogan.uyasal@cbu.edu.tr

and outputs of intellectual property products and events. The fact that culture is viewed as a distinct area of economic activity does not necessarily render it subservient in any sense but to the contrary the economic value of culture promotes its interactive merit and deepens its sphere of influence. Culture economy paves the way for worldwide recognition of the local benefits and basic values. In this study the effect of total values created by local economies on the culture economy are investigated with a view to evaluate the cultural accumulation from an economics' perspective. The study explores the inter-city and regional differences in cultural accumulation as an increasingly impulsive force within global economy as classified by the categories of film industry, performance arts and library according to their economic contribution. To this end, two main regions and two city centers were nominated; the Aegean Region and Central Anatolia as regional bases and Izmir and Konya as city centers respectively. Within the scope of the relationship between culture and economy, the flourishing of the culture economy in the aforementioned regions and the cultural structuring in the sample cities are introduced in a general overview. According to the analysis results, the context of the cultural economy, in Turkey in the Aegean Region and in Central Anatolia for the period of 1995-2011, performing arts, visual and plastic arts and film industry sub-sectors, there seems to be a promising development.

**Keywords:** Culture Economy, Local Economies, Cultural Labour.

## Giriş

Bilginin en önemli ekonomik girdi haline geldiği günümüzde, entelektüel sermaye, yaratıcılık dinamiği olarak ekonominin itici gücü haline gelmiş olan teknolojik inovasyon, ağ ekonomisi ve sınır aşan kültürel etkileşim, hep birlikte bir değerler bütünü oluşturmaktadır. Kültür ekonomik getiriden, sosyal iletişimden, sanat faaliyetlerinden, yerel imajdan, turizme kadar uzanan geniş bir alanda faaliyet göstermektedir.

Farklılık, yaratıcılık ve özgünlük temelinde şekillenen bilgi ekonomisi kapsamında birçok ürün, hizmet, faaliyet, kurum ve aktör ekonomik bir etkinlik aracı olarak değerlendirilerek inovatif bir alan oluşturmaktadır. Medeniyetlerin ve kültürlerin yaşadıkları mekânları, kentleri, günlük hayatlarını anlamak ve aktarmak temelinde şekillenen ve değerlendirilen kültür ekonomisi geleceğe bir aktarım aracı olacaktır. Sanat eserlerinin ve kültürel alanların ortak bir değer ifade edebilmesini kültürel faaliyetleri ekonomiye dönüştürerek başarabiliriz. Tüketim malı olarak sanatın estetik getirisi olduğu kadar parasal getirisinin de bir yatırım değeri vardır (Keskinbora,2011:2, İncekara ve Hobikoğlu, 2013:3).

Bu çalışmada yerel ekonomilerin değerler toplamının kültür ekonomisi üzerindeki etkisi incelenerek, kültürel birikimlerin ekonomik olarak değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada, küresel ekonomi içinde önem kazanan itici güçler olan kültürel birikimler, ekonomiye sağlayacağı katkıyı film endüstrisi, gösteri sanatları ve kütüphaneler kategorilerinde incelenerek, bölgeler ve iller arası farklılıklar üzerinde durulmaktadır. Bu amaçla, Ege Bölgesi ve Orta Anadolu Bölgesi temel iki bölge olarak seçilmiş; ayrıca iller

bazında İzmir ve Konya örneğine yer verilmiştir. Kültür ve ekonomi arasındaki ilişki kapsamında, söz konusu iki bölgede kültür ekonomisinin gelişimi ve iller örneğinde kültür yapılanmaları genel bir bakış açısıyla sunulmaktadır.

### **1.Kültür Ekonomisi Kavramı**

Ekonomik ve kültürel alışveriş, coğrafyaları birbirine yakınlaştıran, insanları birbirine bağlayan en önemli iki güçtür. Çarşılar yolların kesiştiği yerlerde, dört yol ağzlarında kurulur, agora’lar oradadır, kentler orada inşa edilmektedir. İnsanlar, toplumlar, ülkeler birbirleriyle ekonomik ve kültürel alışverişe girdikçe buradan zenginlik doğmuştur. Günümüzdeki küresel ekonomi, bu alışverişin kurumsallaşmasına ve yeni teknolojilerin gelişmesine dayanmaktadır.

Kültürü, bilim, teknoloji ve ekonomiyle bir araya getiren temel kavram “yaratıcılıktır”. Daha düne kadar birbirinden ayrı bir şekilde ele alınan “ekonomik yaratıcılık, teknolojik yaratıcılık ve artistik/kültürel yaratıcılık” olguları, yaratıcılık ekonomisi ya da endüstrileri başlığı altında özerkliğini ilan etmiştir. Belirtilen olgular arasındaki çok türlü ve zorunlu etkileşim, çağdaş yaratıların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Hayal etme, karar verme ve çekicilik, bu türden yaratıcılık faaliyetinin temelini oluşturmaktadır(Özdemir, 2009: 78).

UNESCO ile GATT’ın tanımına göre, kültür endüstrisi entelektüel mülkiyet hakları korunan kültürel ürünler yaratılmasını, üretilmesini ve dağıtılmasını ekonomik faaliyet olarak benimsemiş endüstrinin adıdır. Bu endüstri yoğunlaşma ve uluslararası piyasalarda yayılma hızı en yüksek olan sektör olarak nitelendirilmektedir (Özdemir, 2009: 77). Kültür ekonomisi, girdisi yaratıcı ve kültürel emek olan, çıktısı ise fikri mülkiyet hakları ile korunan ürünler, eserler, etkinlikler ve ürünlerin tüketici ile buluşmasını sağlayan endüstriler toplamıdır. Kültürün ekonomik bir faaliyet alanı olarak görülmesi onun değerini düşürmemekte tam tersine kültürün ekonomik değeri onların iletişim değerlerini ve etki alanlarını artırmaktadır. Kültür ekonomisi öz değerleri ve yerli kazanımların dünyaya açılmasını sağlamaktadır.

Kültürün ekonomik yanının ve değerinin, öneminin belirlenmesi ve öne çıkarılması, kültür alanından çok, ekonomi alanındaki araştırmacılarca gerçekleştirilmiştir. Kültür alanının uzmanlarının disiplinler arası çalışmalara karşı yatkınlık, istek ve yetkinlik sorunlarını da ortaya koyan bu durum, 21. yüzyılın başında da geçerliliğini sürdürmektedir. Kültür ekonomisi kültürel yayılcılığı, yöresel ve ulusalın zenginliğini fark etmeyi sağlamakta, özgünlüğü, belleğin küresel yayılcılığını da olanaklı hale getirmektedir. Kültür ekonomisinin temel alanlarından olan internet, yereli küresele taşımada önemli bir araçtır. Kültür sandığı, sanal ağlarda açılmış bir ziyaret bölgesi olmuştur. Radyo,

televizyon, internet kültür mirasından yararlanmaktadır. Kitle toplum kültürünün yaratıcıları olarak ifade edilen dinamikler kendi ürünlerinin yaratılma sürecinde sözlü kültür belleği olarak değerlendirilmiştir. Kültürel bellekten hareketle geliştirilecek olan kültür ekonomisi, sürdürülebilir kalkınma ve hızlı ekonomik gelişmenin temel dinamiği olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültür ekonomisi alanında gelişmek için dijital arşivlere, veri bankalarına, sanal yayın ve kütüphanelere, sanal dijital müzelere, otomatik çeviri sistemlerine, süreklilik kazandırılacak kapalı ağ sistemlerine ihtiyaç vardır(Özdemir, 2009: 84-85; İncekara ve Hobikoğlu, 2013: 3).

Kültür ekonomisinin öğelerini aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür:

### ***Yayıncılık Endüstrisi***

- Kitap yayıncıları
- Gazete yayıncıları
- Müzik yayıncıları
- Haber ajansları
- Yazarlar
- Ajan ve menajerler
- Gazete bayileri, kitapçılar

### ***Film Endüstrisi***

- Film yapımcıları
- Sinema işletmeleri
- Film ve video dağıtım
- DVD satışları
- Sahne sanatçıları ve kostüm, makyaj, ışık gibi yardımcı dallar
- Senaristler

### ***Görsel Yayıncılık***

- Özel radyo
- Televizyon
- Dizi
- Yarışma

### ***Müzik***

- Müzisyenler ve müzik toplulukları
- Besteciler
- Kayıt endüstrisi
- Yapım şirketleri
- Konser organizasyonu
- Müzikaller
- Müzik festivalleri

***Sahne Sanatları, Görsel ve Plastik Sanatlar***

- Bağımsız sanatçılar
- Özel Tiyatrolar
- Kabare
- Opera
- Konser ajansları
- Prodüksiyon şirketleri
- Dans toplulukları (modern dans, bale, folklor)
- Ressam ve heykeltıraşlar

***Müzeler***

- Ziyaretçi sayısı
- Sergiler
- Galeriler
- Galeri satışları

***Kültür Malzemelerinin Perakende Ticareti***

- Müzik marketler
- Kitapçılar
- Müzayedeler

***Mimari***

- İç Mimari
- Peyzaj
- Dizayn
- İnşaat mühendisliği
- Şehir planlama, bölgesel planlama

***Dizayn Endüstrisi***

- Endüstriyel Dizayn
- Moda

***Modern Yaratıcılık Endüstrisi***

- Reklam ajansları
- Yazılım geliştirilmesi
- Oyun yazımı

**Kaynak:** TAVAK “Türkiye’de Kültür (Kreatif) Sektör Araştırması”, 2013: 44-46.

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı’nın (UNCTAD) 2008 Yaratıcı Ekonomi Raporu’na göre, 1996’da 227,5 Milyar dolar olan kültürel ürünler ihracatı, 2005’te 424.4 Milyar Dolara yükseldi. Dünya çapında 800 Milyar Dolara yaklaşan bir ekonomiden söz edilmektedir. Bu ekonominin ülkelerin GSYİH’si içindeki oranları da

giderek yükselmektedir. Örneğin Danimarka’da gıda sektörünün oranı 2.1, emlak sektörünün oranı 1.0 iken, kültür endüstrilerinin oranı 2.6 dır.

AB ülkeleri arasında özellikle Almanya, bu konuda her geçen gün daha da ön plana çıkmaktadır. UNESCO gibi kuruluşlar kültür ekonomisi sektöründeki gelişmeleri göz önünde tutarak kültür istatistiklerini güncellemiş bulunmaktadır. Çin ve ABD gibi ülkeler bunu ölçmektedirler. AB’de kültür ekonomisi özellikle İngiltere’de yaratıcı endüstri ve kreatif sektör olarak ele alınmaktadır. Hollanda’da kültür sektörünün her geçen gün büyüdüğü görülmektedir. 2009 yılında Almanya’da kültür ekonomisi 137 milyar Euro sınırını aşmış bulunmaktadır (Şen, 2013: 1).

## 2.Kent ve Kültür Ekonomisi Kavramlarının İlişkisi

Kentler ekonomik faaliyetin pazaryeri olduğu kadar kültürlerin de merkezidir. 21. yüzyıl, bir “kent yüzyılı” olarak anılmaktadır. Dünya nüfusunun büyük bir kısmı kentlerde yaşamakta, üretim ve tüketimin büyük kısmı buralarda gerçekleşmekte, devlet sınırlarını aşarak birbirleriyle daha çok ve daha yakın ilişkiler kurmaktadır. Kentler arası küresel diyalog giderek genişlemekte, çeşitlenmekte ve yeni bir paylaşım ağı doğmaktadır. Bu öncelikle ticari bir ağ anlamına gelmektedir. Küresel ekonominin odak noktaları, düğümleri olarak kent ekonomileri birbirine bağlanmaktadır. Ama bu, aynı zamanda yeni bir “kent kültürü”nün doğuşu anlamını da taşımaktadır. Kentler, yarattıkları bu yeni kültürle küresel ekonominin itici güçleri haline gelmektedirler. Dolayısıyla günümüzde, kültür politikalarının, zorunlu olarak kentleşme politikalarıyla birlikte kurgulanması gerekmektedir.

Bilgi ekonomisinin coğrafyasını düşünürken, düğümler ve bağlantılardan oluşan bir ağı görmek gerekmektedir. Bu düğümler, birbirine bağlı ve her biri uzmanlaşmış bir bilgi kaynağı olarak kentlerdir. “Kent Ekonomisi”nin tam anlamıyla bir bilgi ekonomisi olduğu söylenmektedir. Bu “Ağ-Geçidi Kentler (Gateway Cities)” küresel entegrasyonu güçlü, dünyaya havaalanları, diğer ulaşım yolları ve özellikle de bilgi-iletişim ağlarıyla sıkı sıkıya bağlı, ekonomik yoğunlaşmaları yüksek bölgelerdir. Kentler, küresel bilgi ekonomisinin yönlendirici dinamiği olan inovasyonun da odaklandığı alanlardır. Yoğun kentsel doku ve altyapı, farklı grupların birbirlerine yakın yaşamalarını ve çalışmalarını sağlamakta bu da onların fikir ve hizmet paylaşımını mümkün kılmaktadır(Uçkan, 2009: 50-51).

Kültür ekonomisi, kentleri, öncelikle de küresel ağ entegrasyonu güçlü ağ-geçidi alanları olarak, mekan tutmuştur. Söz konusu kentler, aynı zamanda ileri teknoloji başta olmak üzere, yeni gelişen sektörlerde inovasyon kapasiteleriyle öne çıkan kentlerdir. Dolayısıyla bu kentlerde kültür ekonomisi öğeleri,

- Gelişimleri için en uygun ekosisteme sahip olmakta,
- Alt sektörlerle etkileşimleri kolaylaşmakta,
- Müşterilerine ve pazarlara erişim olanakları artmakta,
- Teknolojik inovasyonun odağında yaşayarak en yeni gelişmelerden yararlanabilmekte,
- En uygun işgücüne ulaşmakta,
- Bilgiyi üretebilme gücü artmakta ve dünyanın bilgisini de bu kentlere transfer edebilmektedirler (Uçkan, 2009: 50-51).

Kent kavramı, iletişim, uzmanlık/yetkinlik ve yaratıcılık potansiyellerini bir araya getirmektedir. Bu bağlamda, kent ekonomisinde kültür endüstrilerinin ön plana çıkması doğal karşılanmaktadır. Kentlerde, hem yayıncılık, müzik, medya, mimarlık, mühendislik, mimari gibi geleneksel, hem de bilgi ve iletişim teknolojileri, Ar-Ge yönetimi, reklamcılık gibi teknoloji yoğun kültür ekonomisi ögeleri gelişmektedir. Söz konusu ögeler, birbirleriyle yoğun bir ilişki içinde kümelenme potansiyeli göstermekte ve kent içinde “yaratıcılık adaları” oluşturarak bir araya gelmektedirler (Uçkan, 2009: 51).

### **3.Kültür Ekonomisinin Gelişimine Yerel Bir Bakış**

Türkiye Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı’nın ön araştırmalarına göre 47 ön sektörden oluşan kültür ekonomisi ülkede giderek önemli boyutlara erişmektedir. Türkiye’de söz konusu vakfın yaptığı araştırmalara göre, kültür ekonomisinin boyutları 25 milyar Dolar ile 40 milyar Dolarlık bir bantta hareket etmektedir (Şen, 2013: 1).

Çalışmanın izleyen bölümlerinde kültür ekonomisi kapsamında olan film endüstrisi, sahne sanatları, görsel ve plastik sanatlar alt sektörleri incelenerek, bölgeler ve iller arası farklılıklar üzerinde durulmaktadır. Bu amaçla, Ege Bölgesi ve Orta Anadolu Bölgesi temel iki bölge olarak seçilmiş; ayrıca iller bazında İzmir ve Konya örneğine yer verilmiştir. Bu inceleme sırasında, kültürel birikimin yayılmasını hızlandıran kütüphaneciliğin gelişimi ve kültür ekonomisi üzerinde olası etkilerden de bahsedilmiştir.

Özetle, Türkiye’de genel olarak 1995-2011 döneminde sahne sanatları, görsel ve plastik sanatlar ve film endüstrisi olumlu yönde gelişim gösterdiği görülmektedir. Yapılan analizde, yıllar itibarıyla tiyatro salonu sayısının, koltuk sayısının, gösteri sayısının ve seyirci sayısının arttığı gözlemlenmektedir. Tablo 1’de yer alan verileri ışığında, yıllar itibarıyla hem bölgeler bazında hem de iller bazında sahne sanatları, görsel ve plastik sanatların büyüme ivmesinde olduğu anlaşılmaktadır. Kültür ekonomisinde önemli bir yere sahip olan sahne sanatları, görsel ve plastik sanatlar alt sektörünün hızlı bir ilerleme gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Ayrıca kültür ekonomisinin alt sektörlerinden olan film endüstrisi, gerçekleşen cirolar itibariyle adından sıkça söz ettiren bir sektör haline gelmiştir. Analiz döneminde, Türkiye’de sinema salonu, koltuk sayısı, gösteri sayısı ve seyirci sayısı açısından bir artış görülmektedir.

**Tablo 1:**Türkiye’de Sahne Sanatları, Görsel ve Plastik Sanatların Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Tiyatro: Tiyatro Salonu Sayısı	Tiyatro: Koltuk Sayısı	Tiyatro: Gösteri Sayısı	Tiyatro: Seyirci Sayısı
1995	Türkiye	60	20356	8889	2425170
1996	Türkiye	65	20816	8439	1839875
1997	Türkiye	72	22294	8992	1840112
1998	Türkiye	74	25299	8656	1956990
1999	Türkiye	100	35319	13714	2792839
2000	Türkiye	108	39906	11215	3746162
2001	Türkiye	99	36615	9254	2570120
2002	Türkiye	102	40403	10271	2634841
2003	Türkiye	97	38253	13305	2758206
2004	Türkiye	115	36756	12587	2567491
2005	Türkiye	123	46438	11453	2716251
2006	Türkiye	112	38175	9510	2161537
2007	Türkiye	130	42502	10289	2419262
2008	Türkiye	204	70924	17410	3380214
2009	Türkiye	201	80099	18803	4320729
2010	Türkiye	430	157161	25378	5248226
2011	Türkiye	511	194020	23361	5385588

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 2:** Türkiye’de Film Endüstrisinin Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Sinema: Sinema Salonu Sayısı	Sinema: Koltuk Sayısı	Sinema: Gösteri Sayısı	Sinema: Seyirci Sayısı
1995	Türkiye	301	125192	21755	9399794
1996	Türkiye	300	115788	27066	9454596
1997	Türkiye	344	118770	19712	11344427



Türkiye’de Kültür Ekonomisinin Gelişimine Yerel Bir Bakış

1998	Türkiye	350	126802	17678	15536122
1999	Türkiye	511	146527	21268	15329132
2000	Türkiye	606	200853	24096	17086152
2001	Türkiye	580	139664	25608	16905737
2002	Türkiye	532	134045	22529	15406597
2003	Türkiye	826	141839	21254	14503052
2004	Türkiye	822	145298	26398	18670834
2005	Türkiye	987	152234	25076	18001466
2006	Türkiye	1045	153736	25297	23512599
2007	Türkiye	1140	161923	28733	20659569
2008	Türkiye	1514	212155	32003	31132231
2009	Türkiye	1647	229822	34947	31334447
2010	Türkiye	1834	249297	35999	35787380
2011	Türkiye	1917	257604	37892	37439786

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 3:** Türkiye’de Kütüphaneciliğin Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Halk	Halk	Halk
		Kütüphaneleri: Kütüphane Sayısı	Kütüphaneleri: Kitap Sayısı	Kütüphaneleri: Yararlanma Sayısı
1995	Türkiye	1171	11170720	23512442
1996	Türkiye	1206	11476743	22869817
1997	Türkiye	1233	11827514	23298459
1998	Türkiye	1259	12147779	21075577
1999	Türkiye	1292	12488172	20898473
2000	Türkiye	1340	12809225	19975215
2001	Türkiye	1350	12398913	20964172
2002	Türkiye	1275	12433310	20179482
2003	Türkiye	1350	12684084	17827177
2004	Türkiye	1367	12984801	20516562
2005	Türkiye	1144	12948460	20706526
2006	Türkiye	1178	12958376	21138821
2007	Türkiye	1162	13198814	20228517
2008	Türkiye	1156	13662483	19034750
2009	Türkiye	1149	14093896	19929836

2010	Türkiye	1136	14528550	19280441
2011	Türkiye	1118	15621478	18826715

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

Kamu politikaları kapsamında ele alınan kütüphaneler, bu yönüyle toplumsal yapının gereksinimleri doğrultusunda gelişmiş bir kurum kimliği kazanmakta; aynı zamanda da toplum tarafından üretilen kültür ürünlerini gelecek kuşaklara aktararak kültürün gelişimine katkıda bulunmaktadır. Kütüphane kurumunun toplumsal yapı tarafından oluşturulmuş ve biçimlendirilmiş olduğu dikkate alındığında toplumsal gelişime olan etkisini kültürü aktarma rolünde aramak doğru olacaktır. Kütüphaneler ile toplumsal gelişim arasındaki etkileşimli ilişkinin düzeyi ülkenin içindeki bulunduğu şartların etkisinde geliştirilen politikalar çerçevesinde belirlenmektedir (Oğuz, 2013: 3).

Kültür ekonomisinde, sürdürülebilir gelişme için kütüphaneler önemli bir rol üstlenmektedirler. 1995-2011 yılları arasında, özellikle 2005 yılı ve sonrasında, Türkiye’de halk kütüphanelerindeki kitap sayısı artarken; kütüphane sayısının ve halk kütüphanelerinden yararlanma sayısının giderek azaldığı görülmektedir. Kültürün kuşaklar arası aktarımı kitap okuma alışkanlığı ve kütüphanecilik faaliyetleri ile sağlanmaktadır. Ayrıca beşeri sermayenin gelişimi açısından kültür ekonomisinin sürdürülebilir ekonomik büyümeyi desteklemesi yönüyle analizde yer alan rakamlar endişe verici bir azalış göstermektedir.

### **3.1.Ege Bölgesi ve İzmir Özelinde Kültür Ekonomisi Kavramının Değerlendirilmesi**

Ege bölgesi ve İzmir ili özelinde, kültür ekonomisi alt sektörleri ve kütüphaneciliğin gelişimi değerlendirildiğinde Türkiye ile benzer bir yapı sergilendiği gözlemlenmektedir. Genel olarak, tablo 4’te yer alan verilere göre 1995-2011 döneminde sahne sanatları, görsel ve plastik sanatlar ve film endüstrisi olumlu yönde gelişim gösterdiği anlaşılmaktadır. Yapılan analizde, tablo 5 ve 6’da yıllar itibarıyla tiyatro salonu sayısının, koltuk sayısının, gösteri sayısının ve seyirci sayısının arttığı görülmektedir. Özellikle tiyatro salonu sayısının, Ege bölgesinde yaklaşık 10 kat; İzmir ili özelinde ise yaklaşık olarak 6.5 kat arttığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda Ege bölgesi ve İzmir ili özelinde, sahne sanatları, görsel ve plastik sanatlar alt sektörünün hızlı bir ilerleme gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Kültür ekonomisinin alt sektörlerinden olan film endüstrisi, gerçekleşen cirolar itibarıyla adından sıkça söz ettiren bir sektör haline gelmiştir. Analiz döneminde, tablo 6 ve 7’de yer alan verilere göre, hem Ege Bölgesi’nde hem de İzmir ili özelinde sinema salonu, koltuk sayısı, gösteri sayısı ve seyirci sayısının arttığı gözlemlenmektedir.

Kültürel kalkınmanın organik bir parçası olan kütüphanelerin toplumsal görevlerini

yerine getirebilmeleri, sosyal ve ekonomik hayatta yaşanan gelişmelere paralel bir eksen- de durmalarıyla mümkündür. Ancak bu gelişmişlik aynı zamanda kütüphanelerin sosyal ve ekonomik hayatta yaşanan olumsuzluklardan korunabilecekleri bir sisteme ait olmalarıyla ölçülmektedir (Oğuz, 2013: 11). Bu bağlamda, hem Ege Bölgesi’ne hem de İzmir ili özeline ait kütüphaneciliğin gelişimi tablo 8 ve 9’dan izleneceği üzere, 1995-2005 yılları arasında halk kütüphanelerinin sayısının arttığı; fakat 2005 yılından sonra bu sayısının azaldığı dikkat çekmektedir. Ayrıca, halk kütüphanelerinde yer alan kitap sayısının 2000 yılına arttığı; 2001-2004 döneminde bu sayının azaldığı, 2004 yılından sonra bu sayının arttığı görülmektedir. Bu durum, Türkiye geneli ile benzer olarak, kültürün gelecek kuşaklara aktarımı ve kültür ekonomisinin gelişimi açısından endişe verici bir durumdur.

**Tablo 4:** Ege Bölgesinde Sahne Sanatları, Görsel ve Plastik Sanatların Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Tiyatro: Salonu Sayısı	Tiyatro: Koltuk Sayısı	Tiyatro: Gösteri Sayısı	Tiyatro: Seyirci Sayısı
1995	Ege	11	3503	2205	681464
1996	Ege	9	2434	1104	221048
1997	Ege	12	2794	1355	190091
1998	Ege	5	1225	615	106356
1999	Ege	10	2954	956	171038
2000	Ege	13	6197	753	164883
2001	Ege	12	5918	667	146902
2002	Ege	13	8677	779	151315
2003	Ege	11	8327	1096	200872
2004	Ege	11	3025	1238	226802
2005	Ege	10	7862	877	201157
2006	Ege	8	2332	819	192338
2007	Ege	13	4341	1116	229596
2008	Ege	36	16135	1691	383160
2009	Ege	36	15394	1520	397964
2010	Ege	94	43838	2581	612165
2011	Ege	115	52610	2584	618787

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 5:** İzmir İlinde Sahne Sanatları, Görsel ve Plastik Sanatların Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Tiyatro: Tiyatro Salonu Sayısı	Tiyatro: Koltuk Sayısı	Tiyatro: Gösteri Sayısı	Tiyatro: Seyirci Sayısı
1995	İzmir	10	3213	2120	670264
1996	İzmir	8	2224	1004	217048
1997	İzmir	10	2270	1331	177939
1998	İzmir	3	711	554	91068
1999	İzmir	9	2654	955	170738
2000	İzmir	10	5639	650	149083
2001	İzmir	9	5250	608	134614
2002	İzmir	10	7769	705	138615
2003	İzmir	9	7829	1060	194672
2004	İzmir	10	2815	1157	217396
2005	İzmir	9	7652	800	159689
2006	İzmir	7	1902	736	167513
2007	İzmir	11	3305	916	211249
2008	İzmir	26	11970	925	248459
2009	İzmir	27	12352	1178	312414
2010	İzmir	57	22411	1950	424273
2011	İzmir	64	27840	1966	441880

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 6:** Ege Bölgesinde Film Endüstrisinin Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Sinema: Sinema Salonu Sayısı	Sinema: Koltuk Sayısı	Sinema: Gösteri Sayısı	Sinema: Seyirci Sayısı
1995	Ege	41	18102	3074	1340626
1996	Ege	49	17833	3126	1127679
1997	Ege	49	18188	2940	1177315
1998	Ege	56	17731	2899	1382941
1999	Ege	56	17214	2954	1744776
2000	Ege	79	21682	3360	1935119

2001	Ege	64	16468	3529	1069210
2002	Ege	50	13693	2397	1710025
2003	Ege	94	16390	2595	1191567
2004	Ege	125	20176	3370	2243610
2005	Ege	135	18577	3460	2399685
2006	Ege	133	17848	3707	3087447
2007	Ege	172	22879	4519	3113394
2008	Ege	217	29666	4844	4917862
2009	Ege	222	29667	5032	5049812
2010	Ege	252	34665	5486	4662601
2011	Ege	237	32056	5049	4466091

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 7:** İzmir İlinde Film Endüstrisinin Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Sinema: Sinema Salonu Sayısı	Sinema: Koltuk Sayısı	Sinema: Gösteri Sayısı	Sinema: Seyirci Sayısı
1995	İzmir	24	10774	1375	746869
1996	İzmir	27	8616	1376	707035
1997	İzmir	31	10668	1399	792192
1998	İzmir	36	11046	1543	831905
1999	İzmir	32	10007	1358	1217973
2000	İzmir	41	11241	1589	1063048
2001	İzmir	35	8533	1999	710482
2002	İzmir	39	10532	1679	1439170
2003	İzmir	61	10675	1397	855118
2004	İzmir	85	12573	1621	1746371
2005	İzmir	82	11603	2069	1751736
2006	İzmir	76	11186	2251	2205628
2007	İzmir	86	12900	2321	2219436
2008	İzmir	107	16475	2598	3513752
2009	İzmir	102	15397	2569	3369226
2010	İzmir	110	17746	3063	2882493
2011	İzmir	112	16208	2654	2719564

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 8:** Ege Bölgesinde Kütüphaneciliğin Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Halk Kütüphaneleri: Kütüphane Sayısı	Halk Kütüphaneleri: Kitap Sayısı	Halk Kütüphaneleri: Yararlanma Sayısı
1995	Ege	198	1774590	3162490
1996	Ege	199	1817355	3290698
1997	Ege	203	1878921	3401076
1998	Ege	205	1914097	3567580
1999	Ege	218	1978859	3442788
2000	Ege	226	2042689	3050027
2001	Ege	219	1703918	3319143
2002	Ege	207	1712695	3516040
2003	Ege	218	1696486	2772623
2004	Ege	234	1775742	2864454
2005	Ege	183	1767404	2881037
2006	Ege	185	1749836	2697615
2007	Ege	181	1762236	2580387
2008	Ege	180	1832704	2458613
2009	Ege	177	1893191	2652240
2010	Ege	169	1907116	2568669
2011	Ege	167	2001060	2388126

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 9:** İzmir İlinde Kütüphaneciliğin Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Halk Kütüphaneleri: Kütüphane Sayısı	Halk Kütüphaneleri: Kitap Sayısı	Halk Kütüphaneleri: Yararlanma Sayısı
1995	İzmir	46	639264	624701
1996	İzmir	47	651043	646336
1997	İzmir	47	671947	622118
1998	İzmir	47	670271	790267
1999	İzmir	48	691109	791341
2000	İzmir	50	722960	522927
2001	İzmir	47	356702	462770
2002	İzmir	44	362787	461786
2003	İzmir	46	339034	438865
2004	İzmir	46	342390	464634
2005	İzmir	40	337240	462795

2006	İzmir	45	337438	434931
2007	İzmir	44	329608	362191
2008	İzmir	43	331784	305555
2009	İzmir	41	340824	334541
2010	İzmir	39	345975	345531
2011	İzmir	38	339207	303094

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

### 3.2.Orta Anadolu Bölgesi ve Konya Özelinde Kültür Ekonomisi Kavramının Değerlendirilmesi

Çalışmada karşılaştırma yapılan İzmir ve Konya ilinin seçilmesinin nedeni analizlerde Ankara’nın başkent olma özelliğinden kaynaklanan pozitif dışsallığın etkilerinin giderilmesidir. Bu nedenle Orta Anadolu bölgesini temsil etmesi amacıyla özellikle nüfus açısından benzerlik gösteren Konya ili seçilmiştir. Ayrıca Konya’nın alternatif bir kültür başkenti olup olamayacağına dair ipuçları elde etmek de amaçlanmaktadır. Ege Bölgesinde medeniyetler başkenti olan İzmir ve Orta Anadolu Bölgesinde kendine has medeniyetler beşiği olan Konya’nın birlikte değerlendirilmesi, beşeri sermayeye muhtemel olumlu katkısı ile bölgesel kalkınma ve ekonomik büyüme için önem taşımaktadır.

Orta Anadolu Bölgesi ve Konya ili özelinde, kültür ekonomisi alt sektörleri ve kütüphaneciliğin gelişimi değerlendirildiğinde Türkiye ile benzer bir yapı sergilendiği gözlemlenmektedir. Genel olarak, 1998-2011 dönemi için sahne sanatları, görsel ve plastik sanatlar ve 1995-2011 dönemi için film endüstrisi alt sektörlerinin, olumlu yönde geliştiği görülmektedir. Yapılan analizde, yıllar itibarıyla tiyatro salonu sayısının, koltuk sayısının, gösteri sayısının ve seyirci sayısının arttığı görülmektedir. Tablo 10 ve 11 incelendiğinde özellikle tiyatro salonu sayısının, Orta Anadolu Bölgesi’nde yaklaşık 10 kat; Konya ili özelinde ise yaklaşık olarak 4 kat arttığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda Orta Anadolu Bölgesi ve Konya ili özelinde, sahne sanatları, görsel ve plastik sanatlar alt sektörünün hızlı bir ilerleme gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Kültür ekonomisinin alt sektörlerinden olan film endüstrisi, gerçekleşen cirolar itibarıyla adından sıkça söz ettiren bir sektör haline gelmiştir. Analiz döneminde, genel olarak, hem Orta Anadolu Bölgesi’nde hem de Konya ili özelinde sinema salonu, koltuk sayısı, gösteri sayısı ve seyirci sayısının arttığı gözlemlenmektedir. Günümüzde, toplumsal ve kültürel evrimin gerçekleşmesi başlıca amaçlar arasında yer almakta, bu amacı gerçekleştirmesi sürecinde kültürel kurumları ön plana çıkarmakta ve kültürel gelişimi hedefleyen toplumlarda kütüphaneler bu gelişimin bir parçası olarak görülmektedir (Oğuz, 2013: 13).

Bu bağlamda, hem Orta Anadolu Bölgesi'ne hem de Konya ili özeline ait kütüphaneciliğin gelişimi Tablo 14 ve 15'te yer alan veriler incelendiğinde, 1995-2003 yılları arasında halk kütüphanelerinin sayısının arttığı; fakat 2003 yılından sonra bu sayısının azaldığı dikkat çekmektedir. Ayrıca, halk kütüphanelerinde yer alan kitap sayısının arttığı; fakat aynı zamanda halk kütüphanelerinden yararlanma sayısının yıllar itibariyle azaldığı görülmektedir. Bu durum, Türkiye geneli ve Ege Bölgesi ile benzer olarak, kültürün gelecek kuşaklara aktarımı ve kültür ekonomisinin gelişimi açısından endişe verici bulunmaktadır.

Kültür ekonomisine dair ölçümler yapabilmek, ülkeler ve özellikle de bölgelerin kültürel ekonomi açısından mevcut durumlarını belirleyebilmek ve karşılaştırmalı analizler yapabilmek önemlidir. Ancak, temel bazı unsurların kültür ekonomisinin ölçümlenebilmesi için gerekliliğine dikkat çekilmektedir: i)Kültür ekonomisinin genişliğinin, derinliğinin belirlenmesi için doğru tanımlamalar yapılması gerekmektedir. ii)Uluslararası alanda karşılaştırma yapılabilecek değerler sistemine uygun esnek bir tanımlama yapılmalı, bu tanımlamanın, bölgesel, ulusal ve uluslararası karşılaştırmalarda kullanılacak şekilde esnek bir yapıya sahip olması gerekmektedir. iii)Ortak bir ölçüm sisteminin (yani, ülkeler arası karşılaştırmalarda ortak bir değerlendirme sisteminin) oluşturulması gerekmektedir (UNESCO, 2009).

Karşılaştırma yapılan iki bölge ve iki il açısından, kültür altyapısı üzerinde kamu kurumlarının önemli bir paya sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bunun nedeni özel tiyatrolar dışındaki devlet tiyatroları açısından salon sayısı, koltuk sayısı, gösteri sayısı ve seyirciye ulaşması bakımından; kütüphaneler özelinde merkezi yönetimin, kültür merkezleri bağlamında ise yerel yönetimlerin önemli rol oynadıkları bilinmektedir (İzmir 2012 Kültür Ekonomisi Envanteri, 2013: 284-285). Kültürün gelecek kuşaklara aktarılmasında büyük rol oynayan kütüphanelere ilişkin olarak yapılabilecek tüm tespitler o nedenle ağırlıklı olarak kamu kaynaklarına bağlı görünmekte, kentlerin kültür atılımları anlamında kamu politikalarının kolaylaştırıcı ve oluşturucu bir misyon yüklenmesi büyük önem taşımaktadır.



**Tablo 10:** Orta Anadolu Bölgesinde Sahne Sanatları, Görsel ve Plastik Sanatların Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Tiyatro: Tiyatro Salonu Sayısı	Tiyatro: Koltuk Sayısı	Tiyatro: Gösteri Sayısı	Tiyatro: Seyirci Sayısı
1995	Orta Anadolu	-	-	-	-
1996	Orta Anadolu	-	-	-	-
1997	Orta Anadolu	-	-	-	-
1998	Orta Anadolu	3	1169	132	60190
1999	Orta Anadolu	2	827	115	41177
2000	Orta Anadolu	1	387	152	46469
2001	Orta Anadolu	2	941	163	33523
2002	Orta Anadolu	2	921	191	45108
2003	Orta Anadolu	2	687	183	55897
2004	Orta Anadolu	2	880	157	33479
2005	Orta Anadolu	2	1106	180	41678
2006	Orta Anadolu	1	344	142	32443
2007	Orta Anadolu	1	344	150	29993
2008	Orta Anadolu	1	344	124	22715
2009	Orta Anadolu	2	888	174	47164
2010	Orta Anadolu	25	9293	347	98798
2011	Orta Anadolu	34	13983	347	123144

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 11:** Konya İlinde Sahne Sanatları, Görsel ve Plastik Sanatların Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Tiyatro: Tiyatro Salonu Sayısı	Tiyatro: Koltuk Sayısı	Tiyatro: Gösteri Sayısı	Tiyatro: Seyirci Sayısı
1995	Konya	-	-	-	-
1996	Konya	-	-	-	-
1997	Konya	-	-	-	-
1998	Konya	1	436	93	30775
1999	Konya	2	1043	220	37938
2000	Konya	1	443	85	29622
2001	Konya	1	427	133	34515
2002	Konya	1	427	146	39456
2003	Konya	2	777	178	55719
2004	Konya	1	427	158	39672
2005	Konya	1	427	176	48546
2006	Konya	1	427	168	53604
2007	Konya	1	293	29	8183
2008	Konya	1	293	151	39095
2009	Konya	2	893	267	65983
2010	Konya	2	893	204	70544
2011	Konya	4	2393	249	87787

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 12:** Orta Anadolu Bölgesinde Film Endüstrisinin Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Sinema: Sinema Salonu Sayısı	Sinema: Koltuk Sayısı	Sinema: Gösteri Sayısı	Sinema: Seyirci Sayısı
1995	Orta Anadolu	8	3218	1179	257100
1996	Orta Anadolu	7	3168	750	168450
1997	Orta Anadolu	7	2636	677	139300
1998	Orta Anadolu	8	3888	789	352208
1999	Orta Anadolu	11	3847	738	246101
2000	Orta Anadolu	12	4288	1408	310215
2001	Orta Anadolu	14	4702	1125	368559

2002	Orta Anadolu	15	4494	875	216625
2003	Orta Anadolu	25	3983	915	263064
2004	Orta Anadolu	16	4720	1137	422925
2005	Orta Anadolu	28	4109	1034	599740
2006	Orta Anadolu	33	4090	944	559753
2007	Orta Anadolu	37	3762	815	347771
2008	Orta Anadolu	46	5599	1226	847887
2009	Orta Anadolu	48	5558	1180	1004371
2010	Orta Anadolu	65	8048	1205	1129492
2011	Orta Anadolu	77	9227	1626	1409240

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 13:** Konya İlinde Film Endüstrisinin Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Sinema: Salonu Sayısı	Sinema: Koltuk Sayısı	Sinema: Gösteri Sayısı	Sinema: Seyirci Sayısı
1995	Konya	4	1762	378	169000
1996	Konya	3	1465	400	89500
1997	Konya	4	1865	464	454153
1998	Konya	4	1865	216	261500
1999	Konya	4	1415	278	228400
2000	Konya	6	1850	244	512139
2001	Konya	3	1050	304	380495
2002	Konya	4	2188	324	308852
2003	Konya	9	1898	169	266000
2004	Konya	21	3925	420	439289
2005	Konya	22	3977	425	453625
2006	Konya	15	2309	235	337428
2007	Konya	19	3668	259	431504
2008	Konya	15	2308	217	492673
2009	Konya	23	3269	214	414603
2010	Konya	23	3270	542	601156
2011	Konya	37	5935	477	593933

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 14:** Orta Anadolu Bölgesinde Kütüphaneciliğin Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Halk Kütüphaneleri: Kütüphane Sayısı	Halk Kütüphaneleri: Kitap Sayısı	Halk Kütüphaneleri: Yararlanma Sayısı
1995	Orta Anadolu	177	1264889	3088965
1996	Orta Anadolu	184	1301854	2951596
1997	Orta Anadolu	188	1338254	3039941
1998	Orta Anadolu	190	1383814	2550315
1999	Orta Anadolu	192	1423294	2596374
2000	Orta Anadolu	196	1458153	2578125
2001	Orta Anadolu	202	1497258	2579631
2002	Orta Anadolu	201	1524259	2087308
2003	Orta Anadolu	202	1563935	2035052
2004	Orta Anadolu	204	1595556	2400157
2005	Orta Anadolu	164	1584926	2269860
2006	Orta Anadolu	167	1563280	2128772
2007	Orta Anadolu	161	1531598	1981092
2008	Orta Anadolu	159	1564171	1875307
2009	Orta Anadolu	160	1634015	1902630
2010	Orta Anadolu	159	1671293	1864171
2011	Orta Anadolu	155	1766893	2030996

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

**Tablo 15:** Konya İlinde Kütüphaneciliğin Gelişimi (1995-2011)

Yıl	Bölge Adı	Halk Kütüphaneleri: Kütüphane Sayısı	Halk Kütüphaneleri: Kitap Sayısı	Halk Kütüphaneleri: Yararlanma Sayısı
1995	Konya	48	388261	1145730
1996	Konya	50	396074	1015083
1997	Konya	52	406126	929582
1998	Konya	52	412890	650164
1999	Konya	52	431161	773410
2000	Konya	57	452907	702248
2001	Konya	57	468097	720596
2002	Konya	47	469483	484471
2003	Konya	70	483833	426079

2004	Konya	51	474770	721410
2005	Konya	38	448218	610502
2006	Konya	41	446871	705785
2007	Konya	40	459757	814464
2008	Konya	38	458684	737377
2009	Konya	37	466116	859335
2010	Konya	37	482515	890003
2011	Konya	35	514201	921661

**Kaynak:** TÜİK, Kültür İstatistikleri, 2012.

### Sonuç

Bilgi ekonomisi odaklı yerel politikalarla girişimciliği teşvik eden, inovasyon yeteneğini geliştiren, yaratıcılığın önünü açan ve ekonomik yoğunlaşmaların mekansal organizasyonunu doğru planlayan kentler, küresel ekonomide ciddi bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Kentsel kalkınma ve büyüme politikaları, kent ekonomisi odaklı olarak, bilim-teknoloji, inovasyon ve kültür politikalarını etkileşimi ile oluşturmaktadır. Kentsel politika, kentsel kalkınma odaklı yerel yönetim stratejileri ve ilgili tüm tarafları kapsayan bir olgudur. Bu politikaların en önemli boyutlarından birini ise kültür ekonomisi oluşturmaktadır.

Kültür ekonomisi, girdisi yaratıcı ve kültürel emek olan, çıktısı ise fikri mülkiyet hakları ile korunan ürünler, eserler, etkinlikler ve ürünlerin tüketici ile buluşmasını sağlayan endüstriler toplamıdır. Kültürün ekonomik bir faaliyet alanı olarak görülmesi onun değerini düşürmemekte tam tersine kültürün ekonomik değeri onların iletişim değerlerini ve etki alanlarını artırmaktadır. Kültür ekonomisi öz değerleri ve yerli kazanımların dünyaya açılmasını sağlamaktadır.

Kültürün ekonomik yanının ve değerinin, öneminin belirlenmesi ve öne çıkarılması, kültür alanından çok, ekonomi alanındaki araştırmacılarca gerçekleştirilmiştir. Kültür alanının uzmanlarının disiplinler arası çalışmalara karşı yatkınlık, istek ve yetkinlik sorunlarını da ortaya koyan bu durum, 21.yüzyılın başında da geçerliliğini sürdürmektedir. Kültür ekonomisi kültürel yayılcılığı, yöresel ve ulusalın zenginliğini fark etmeyi sağlamakta, özgünlüğü, belleğin küresel yayılcılığını da olanaklı hale getirmektedir.

Bu çalışmada, kültür ekonomisi kapsamında film endüstrisi, sahne sanatları, görsel ve plastik sanatlar alt sektörleri incelenerek, bölgeler ve iller arası farklılıklar üzerinde durulmaktadır. Bu amaçla, Ege Bölgesi ve Orta Anadolu Bölgesi temel iki bölge olarak seçilmiş; ayrıca iller bazında İzmir ve Konya örneğine yer verilmiştir. Bu incelemede,

kültürel birikimin yayılmasını hızlandıran kütüphaneciliğin gelişimi ve kültür ekonomisi üzerinde olası etkilerden de bahsedilmiştir.

Analizlerde yer alan veriler ışığında, kültür ekonomisi kapsamında, Türkiye genelinde, Ege Bölgesi'nde ve Orta Anadolu Bölgesi'nde 1995-2011 dönemi için sahne sanatları, görsel ve plastik sanatlar ve film endüstrisi alt sektörlerinin, umut verici bir gelişim gösterdiği görülmektedir. Yapılan analizlerde, yıllar itibariyle tiyatro salonu sayısının, koltuk sayısının, gösteri sayısının ve seyirci sayısının arttığı görülmektedir. Kültür ekonomisinin alt sektörlerinden olan film endüstrisi, gerçekleşen cirolar itibariyle adından sıkça söz ettiren bir sektör haline gelmiştir. Analiz döneminde, genel olarak, hem bölgeler hem de iller özelinde sinema salonu, koltuk sayısı, gösteri sayısı ve seyirci sayısının arttığı gözlemlenmektedir.

Günümüzde, toplumsal ve kültürel evrimin gerçekleşmesi başlıca amaçlar arasında yer almakta, bu amacı gerçekleştirilmesi sürecinde kültürel kurumları ön plana çıkarmakta ve kültürel gelişimi hedefleyen toplumlarda kütüphaneler bu gelişimin bir parçası olarak görülmektedir. Bu bağlamda, hem Türkiye geneli hem bölgeler hem de iller özelinde kütüphaneciliğin gelişimi verileri incelendiğinde, genel olarak 1995'ten 2000'li yılların ortasına kadar halk kütüphanelerinin sayısının arttığı; fakat 2000'li yılların ortasından sonra bu sayısının azaldığı dikkat çekmektedir.

Ayrıca, belirtilen dönemde halk kütüphanelerinde yer alan kitap sayısının arttığı; fakat halk kütüphanelerinden yararlanma sayısının ise yıllar itibariyle azaldığı görülmektedir. Bu durum, Türkiye geneli ve Ege Bölgesi ile benzer olarak, kültürün gelecek kuşaklara aktarımı ve kültür ekonomisinin gelişimi açısından endişe verici bulunmaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye'de kültür ekonomisine ilişkin çalışmalar henüz çok yeni ve sınırlıdır. Oysa küresel ekonomide insan sermayesine dayalı kültür ekonomisi kavramı, katma değeri yüksek ve uluslararası piyasalarda rekabet gücü yüksek alanlardan birini oluşturmaktadır. Bu gerçeğin önemle üzerinde durulmalı, ülkemizin ekonomik büyüme hedeflerini ileriye taşıyacak alternatif kültür politikaları düzenlenmelidir.

### **Kaynakça**

- İncekara, A. ve E. HAYKIR HOBİKOĞLU. (2013). "Kültür Ekonomisi Kapsamında Kültür Sektörlerinin Türkiye'de Gelişimi ve Yansımaları". İktisadi Araştırmalar Vakfı. <http://www.iav.org.tr/makale.asp?id=17>. (02.03.2013).
- İZKA (2013). "İzmir 2012 Kültür Ekonomisi ve Kültür Altyapısı Envanteri ve İzmir Kültür Ekonomisi Gelişme Stratejisi", [http://izka.org.tr/files/planlama/2\\_bolge\\_pla](http://izka.org.tr/files/planlama/2_bolge_pla)

- ni\_dokumanlari/20142023/izmir\_kultur\_stratejisi.pdf (05.01.2014).
- Oğuz, E. S. (2013). “Kültür politikaları ve Kütüphaneler: Kurumsal Bir Yaklaşım”. Hacettepe Üniversitesi Yayınları.[http://www.bby.hacettepe.edu.tr/e-bulten/dosyalar/file/mart2011/oguz\\_HUSAED.pdf](http://www.bby.hacettepe.edu.tr/e-bulten/dosyalar/file/mart2011/oguz_HUSAED.pdf). ss:1-31. (05.03.2013).
- Özdemir, N. (2009). “Kültür Ekonomisi ve Endüstri ile Kültür Mirası Yönetimi İlişkisi”. Milli Folklor Dergisi. Yıl:21. Sayı:84. ss:73-86.
- ÖZDEMİR, Nebi. (2007). “Tüketim- Kültür İlişkisi ve Kültür Ekonomisi”. Tüketici Yazıları 1. Hacettepe Üniversitesi TÜPADEM. ss.223- 240.
- Şen, F. (2013). “Kültür Ekonomisi Bugün Kadar Ölçülmedi”. [www.haber.com](http://www.haber.com). (10.03.2013).
- TAVAK, Türkiye Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı, “Türkiye’de Kültür (Kreatif) Sektör Araştırması”. <http://www.brandday.net/arastirmalar/kultur-sektoru-arastirmasi-h488.html>. ss.1-134. (20.02.2013).
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu. Eğitim, Kültür ve Spor İstatistikleri. Kültür İstatistikleri. (10.03.2013).
- Uçkan, Ö. (2009). “Kültür Endüstrileri, Kentler ve Ağlar: Kültür Politikaları”. RH + Magazin. Sayı:66. ss:50-51.
- UNESCO. (2009). “The 2009 Unesco Framework for Cultural Statistics”, [http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/framework-cultural-statistics-culture\\_2009en.pdf](http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/framework-cultural-statistics-culture_2009en.pdf) (20.02.2013).