

SİNEMA – TELEVİZYONDA MESLEKİ YETERLİLİK VE EKONOMİK KALKINMAYA KATKISI: SAYISAL VERİLERLE AVRUPA ÜLKELERİ VE TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI

Nalan Bükler*

ÖZET

İzleyicinin keyifli vakit geçirmesi için üretilen sinema filmleri, televizyon dizi filmleri ve programları, sadece tüketicisinin değil, toplumların da yüzünü güldürecek refah ekonomisinin tam da merkezinde yer alabilir. Sinema ve televizyon endüstrisinin işgücü kaynağını oluşturan bireylerin, mesleki yeterlilik düzeyleri, iç pazarda kaliteyi yükseltirken, uluslararası rekabet koşullarında ekonomik başarıya erişim noktasında da son derece önem kazanmıştır. Ülkeler, yaratıcı endüstriler arasında yer alan sinema filmleri ve televizyon içeriklerinin uluslararası pazar içindeki payının artması sonucu elde edilecek ciro ve katma değerle, ulusal gelirlerini arttırırken, refah toplumu düzeylerini yükseltmektedirler. Bu çalışma kapsamında Türkiye’de ve başta İngiltere olmak üzere Avrupa ülkelerinde sinema - televizyon endüstrisinin güçlenmesi amacıyla biçimlendirilmiş ulusal politikaların ekonomik kalkınmaya yansımalarına ilişkin veriler ve bulgular-analiz edilmektedir. Türkiye’de bu alanda meslek eğitiminin sınırlılıkları ve istihdam edilmiş kadroların yetkinliklerinin, rekabete erişimde neden olduğu sınırlılıklara ilişkin veriler yer almaktadır. Ancak sorunları gidermeye dönük geliştirilen yeni ulusal politikaların henüz geliştirilmekte olduğu da görülmektedir. Birbirini tamamlayan bu zincirin bileşenlerine ilişkin veriler ışığında süreç yorumlanarak çözüm önerileri sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Televizyon, Mesleki yeterlilik, Yaratıcı endüstri, Ekonomik kalkınma

VOCATIONAL COMPETENCE IN THE CINEMA AND TELEVISION SECTOR AND ITS CONTRIBUTION FOR ECONOMIC DEVELOPMENT

ABSTRACT

Cinema movies, television series and programmes produced for viewers to have fun can be placed right at the center of an economic welfare, which makes societies happy, of its viewers and of the communities as well. Professional competence of individuals, who compose the workforce for the industry of cinema and television, gains great importance for succeeding in economy under the conditions of international competition while improving the quality of domestic market. Countries upgrade their level of welfare society while increasing their income with the help of the turnover and added value that stem from the rising amount of the cinema films and television contents, which rank as creative industries, in the international market. This study analyzes the datum and findings that are obtained from national policies that are shaped to strengthen the

* Yrd.Doç., Işık Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

industry of cinema and television and their reflections on the economic development in Turkey and the European countries, notably the UK. The datum involve the incapability for competition due to the restrictions of vocational education and the competency of the employed staff in Turkey. Yet, in order to solve problems, new national policies are developed. The study interprets the process and offers solutions in the light of the components of this chain which completes each other.

Keywords: Cinema, Television, Vocational competence, Creative industry, Economic development

GİRİŞ

Bir mağara duvarına aktarılan av sahnesinden, günümüze dek değişerek süren, yaratıcılığa dayalı *üretim ve gelir* arasındaki ilişki üstüne kurulan *Yaratıcı sektörler* konu olan faaliyetler, insanlık kadar eskidir. Yaratıcı insanların üretimleri, zamanla elit sınıfın erişim sınırlarından çıkararak; teknolojinin yol açtığı imkanlarla günümüzde, daha geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Yaratıcı ürün, farklı formlarda karşımıza çıkarken, doğal olarak önemli bir ekonomik değeri de beraberinde getirmektedir.

[...] *Yaratıcı ekonomi'nin doğuşu; tasarım, dekor ve performans gibi kültür endüstrisinin ve kültürel çalışmaların antik gelenekleri ile reklam, tasarım, moda, hareketli görsel medya gibi çağdaş iktisadi çalışmaların birlikte örülmeye başlandığı – hatta daha da önemlisi dijital teknolojinin gücü aracılığıyla çok daha geniş bir erişim olanağı sağlandığı- anda gerçekleşmiştir* (Creative and Cultural Economy Series 2010: 15).

İngiliz Kültür Medya ve Spor Departmanı (DCMS) tarafından yapılan tanıma göre yaratıcı endüstriler, kökeninde bireysel yaratıcılık ve yeteneği barındıran, fikri mülkiyet hakkının kazanılması ve kullanılması aracılığıyla, refah seviyesinin yükseltilmesi ve meslek edinmeye dayalı iş potansiyeli yaratan endüstrilerdir (Department for Culture 2001: 5).

Yaratıcı ekonomi alanında sözü geçen sektörlerin, hangi genel başlıklarda ele anılacağı ve bu başlığa hangi faaliyetlerin dahil edileceği konusunda, farklı uluslararası kuruluşların, farklı kabullere sahip olduğu görülmektedir. Ortak norm ve kurallara ihtiyaç, ilk defa burada karşımıza çıkmaktadır.

Örneğin, İngiltere (DCMS), alanı tanımlamak için *yaratıcı endüstriler* kavramını tercih etmiştir. Reklamcılık, mimarlık, sanat ve antika piyasası, zanaat, tasarım, moda tasarımı, film ve video, interaktif eğlence yazılımı, müzik, gösteri sanatları, yayıncılık, yazılım/bilgisayar servisleri, televizyon ve radyo başlıklarını 13 ayrı grupta sınıflandırarak, yaratıcı endüstriler kapsamına dahil etmiştir. (Creative Industries Mapping Document 2001: 9).

KEA European Affairs'in, Avrupa Komisyonu için 2006 yılında gerçekleştirdiği çalışmada, Avrupa ülkelerinin farklı kabulleri, kapsayıcı bir başlıkta birleştirilmiş ve alanı tanımlamak için *kültürel ve yaratıcı sektör* kavramı kullanılmıştır. Bu ana başlık, *kültürel sektör* ve *yaratıcı sektör* olarak iki alt başlığa ayrılmıştır. Sanatlar ve kültür endüstrileri *kültürel sektör* alt başlığı kapsamına, tasarım, mimarlık ve reklamcılık ise *yaratıcı sektör* alt başlığı kapsamına dahil edilmiştir (İstanbul Yaratıcı Ekonomi Çalışmaları Atölyesi Final Raporu 2014: 5).

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) *yaratıcı endüstriler* kavramını kullanmıştır. Yüksek sanatsal içerikli faaliyetleri, sembolik değer üreten ve fikri mülkiyete dayanan diğer ekonomik faaliyetlerden ayıran bir sınıflandırmayı yapmıştır. Şekil 1'deki UNCTAD'ın sınıflandırma başlıklarını: *miras* (kültürel mekânlar, geleneksel kültürel sunumlar), *sanatlar* (gösteri sanatları, görsel sanatlar), *medya* (görsel işitsel ürünler, yayıncılık ve basılı yayınlar) ile *işlevsel ürünler* (yaratıcı hizmetler, tasarım, yeni medya) oluşturmaktadır (Creative Economy Report 2010: 8).



Şekil 1. UNCTAD Yaratıcı Sektörler Sınıflandırması

Kaynak: Creative Economy Report 2010: 8

Türkiye'de yaratıcı endüstri kavramının kullanılması oldukça yenidir. Son yıllarda Kalkınma Ajansları ve Kültür ve Turizm Bakanlığınca, il bazında yürütülmekte olan çalışmalarda UNCTAD'ın sınıflandırmasının genellikle kullanıldığı tespit edilmiştir (Demir 2014: 93). Ancak ekonomik analizlerin yer bulduğu raporlarda farklı sınıflandırma biçimlerine rastlanmaktadır. Örneğin sinema televizyon yapımlarının ihracaat içindeki payına ilişkin verilere Eğlence, Kültür ve Spor Hizmetleri başlığından erişilebilmektedir (1). İngiltere, Güney Kore, Çin, Kanada yaratıcı endüstri kavramını ulusal kalkınma stratejileri içinde tanımlamış ve bu bağlamda ulusal politikalarını biçimlendirmiş ülkelerden bazılarıdır. Ülkemizde ise, yaratıcı endüstri kavramı ile tanımlanmış ulusal stratejilere ve resmi politikalara henüz rastlanmamaktadır. 10. Kalkınma

Planında, *Kültür Sanat* başlığı altında düzenlenmiş politika hedefleri yer almaktadır. Görsel işitsel ve sahne sanatları başta olmak üzere, kültürel ve sanatsal faaliyetlerin gelişiminde ve sunumunda mahalli idarelerin, özel ve sivil girişimlerin rolünün artırılması, Türk sinemasının dünyada tanınan bir marka haline gelmesi ve sektörün ihracata katkısının artırılmasına işaret edilmektedir (Kalkınma Bakanlığı 2017: 45).

1. YARATICI ENDÜSTRİLER VE EKONOMİK KALKINMA

Ülkelerin ekonomik kalkınma için, işgücünün istihdamı ve kişi başına düşen geliri (GSYİH) artırma hedefleri kapsamında var olan kaynakların verimliliği önemlidir. *Yaratıcılık* kavramı, insan kaynağının bilgi, beceri ve yeteneklerini merkeze alarak değerlendirildiğinde öne çıkmaktadır. Uluslararası rekabette, gelişmiş ülkeler, yaratıcı endüstrilerin yarattığı ekonomik katma değer büyük kısmını hala ellerinde bulundurmaktadır. Buna karşın, orta gelir tuzağından kurtulma yollarını arayan gelişmekte olan ülkelerin de, üretim ve ihracat yapılanmalarında, yüksek katma değere sahip yaratıcı endüstriler kapsamında yeni yol haritası belirlemeleri ve uygulamaları önem kazanmaktadır.

Uluslararası denetim ve danışmanlık şirketi EY'nin (2) UNESCO ve CISAC (Confederation of Authors and Composers Societies) işbirliğinde 2015'de yayınladığı *Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler Araştırmasında* (2), kültürel ve yaratıcı endüstrilerin, küresel çapta 2.25 milyar dolarlık gelir üretirken, 29,5 milyon kişi ile dünyada çalışan nüfusun %1'lik kesimine istihdam sağlandığı belirtilmektedir. Şekil 2'de görüldüğü gibi, televizyon sektörü 3,527, 000 istihdam ve 477.000.000 USD gelir ile listenin en üst sırasında yer alan endüstridir.

CCI - Kültürel Yaratıcı Sektörler	Gelir (2013, Dolar)	İstihdam (2013, İş başına)
Televizyon	477	3,527,000
Görsel Sanatlar	391	6,732,000
Gazete ve Magazin	354	2,865,000
Reklamlar	285	1,953,000
Mimari	222	1,668,000
Kitaplar	143	3,670,000
Gösteri Sanatları	127	3,538,000
Oyun	99	605,000
Film	77	2,484,000
Müzik	65	3,979,000
Radyo	46	502,000
Toplam (çifte hesaplama öncesi)	2,285*	31,524,000*
Toplam (çifte hesaplama sonrası)	2,253	29,507,000

Şekil 2. Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler Pazar Payı ve İstihdam Dağılımı

Kaynak: Cultural Times 2015: 15.

Araştırma da, yaratıcı endüstriler kapsamında yer alan bazı sektörlerden elde edilen gelirin, Gayrisafi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) (4) ortalamasından daha yüksek olduğu ülkelere yer verilmiştir. 2011 yılı Oxford Ekonomi verilerine göre örneğin, Çin'de, film ve televizyon sektörü, % 78 daha fazla payla, ekonomisinin geri kalanına göre, işçi başına düşen değere katkı sunmuştur. Güney Kore'de ise film ve televizyon çalışanlarının üretkenliği, ulusal ortalamanın iki katıdır. (Cultural Times 2015: 18). Şekil 3'te yer alan beş küresel bölge referansında elde edilen verilere göre bölgesel baz da ortaya çıkan bulgular aşağıdaki gibidir.



Şekil 3. Beş Küresel Bölgenin Kapsama Alanına Giren Ülkeler

Kaynak: Cultural Times 2015: 12

- Asya pasifik ülkeleri 12.7 milyon istihdam (%43) ve 743 milyon USD gelir (küresel toplamın %33'ü) ile dünyanın yaratıcı endüstriler kapsamında hızla büyüyen film ve kitap alanıyla, pazarın lideridir.
- İngiltere'nin pazar payı ile lider (5) olduğu Avrupa ülkeleri ise, 709 milyon USD gelir (küresel gelir toplamın %32) ve 7.7 milyon (%26) istihdam ile, ikinci sırayı almaktadır. Özellikle bölgedeki yüksek eğitimli nüfus ve yaratıcı bireylerin güçlü yoğunluğuna dikkat çekilmektedir.
- Televizyon, film ve radyo alanında pazarın güçlü lideri olan Kuzey Amerika, kültürel ve yaratıcı endüstri gelirlerinde 620 milyon USD (küresel gelir toplamının %28) pay elde etmekte ve 4.7 milyon istihdam (%16) sağlamaktadır.

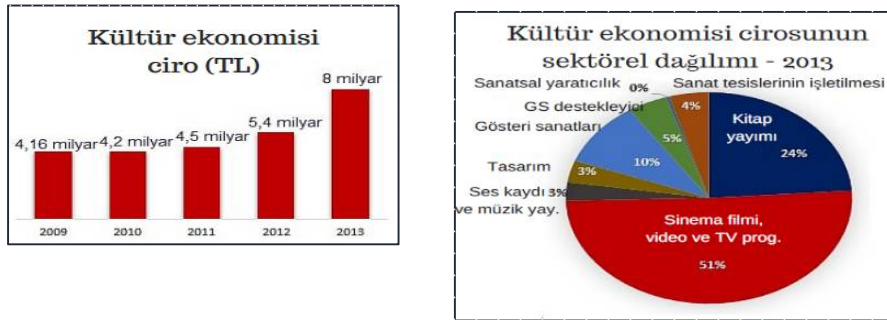
Raporda kültürel ve yaratıcı endüstrilerin yerel istihdam ve gelir üretimi yanı sıra vergi açısından önemli avantajlarla birlikte gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinde sürdürülebilirliğin itici gücü olduğuna dikkat çekilmektedir. (Cultural Times 2015: 18-19).

İngiltere Kültür, Medya ve Spordan Sorumlu Devlet Sekreteri Rt Hon Chris Smith, 2001 yılında ikincisi yayınlanan, yaratıcı endüstriler analiz belgesinin ön-

sözünde, bugün alanda Avrupa bölgesinin lideri olan İngiltere'nin bakış açısını ve yol haritasını şöyle ifade etmektedir:

Bu Analiz Belgesi (6) yaratıcı endüstrilerimizin süregelen başarısını göstermektedir. Bunlar birer gerçek başarı hikâyesidir ve bugünkü bilgi ekonomisinin en önemli unsurudur. Aslında bütün bu endüstrilerin can damarı yaratıcılıktır. 21. Yüzyılın en başarılı ekonomileri ve toplumları yaratıcılığı merkeze alanlar olacaktır. [Gerek] rekabet üstünlüğü sağlamak isteyen iş dünyasının, [gerekse] sorunlarını farklı yollarla çözmek isteyen ve yaşam kalitelerini arttırmak isteyen toplumların farkını ortaya koyacak [asıl unsur] yaratıcılık olacaktır (Creative Industries Mapping Documents 2001: 1).

Türkiye'de kültür ekonomisini (7) oluşturan sektörlerin, ülke ekonomisine katkısı, ciro, katma değer, istihdam, sektörel piyasa yapısı gibi konulara ilişkin verilerin yer aldığı çalışma kapsamında elde edilen bulgulara göre; 2013 yılında kültür ekonomisinde üretilen toplam ciro 8,1 milyar TL'dir. Farklı faaliyet alanlarında üretilen ciroların toplam kültür ekonomisi cirosu içindeki payları incelendiğinde, en yüksek paya % 51 ile sinema filmi, video ve TV programı faaliyetlerin sahip olduğu görülmektedir. (Lena 2016b: 16).



Şekil 4. Türkiye'de Kültür Ekonomisi Cirosu ve Sektörel Dağılımı

Kaynak: Lena 2016a: 2

Birleşik Krallık, ülkemizde 2013 yılında kültür ekonomisinde üretilen toplam cironun 12 misli ciroya sahiptir. Üretilen cironun ulusal ekonomideki toplam ciro içindeki yüzdesi bakımından Birleşik Krallık, Türkiye'nin 3 misli, kültür ekonomisinde üretilen katma değer bakımından 20 misli büyüklüktedir. (Lena 2016b: 4).

2014 yılında yayınlanan, Avrupa Birliği ülkelerinde yaratıcı endüstrilerin ekonomik katkısına ilişkin raporda, Nace kodları (8) referansında yaratıcı endüstri sınıflandırmasında, televizyon yayıncılığı ve sinema endüstrisi alanlarında elde edilen katma değer artışına dikkat çekilmektedir (Şekil 5).



Şekil 5. AB’de Yaratıcı Faaliyetler ve Katma Değerin Evrimi (2008-2011)

Kaynak: Tera Consultants 2014: 23

AB ülkeleri içinde yaratıcı endüstrilerden elde edilen katma değerın ülkeler bazında dağılımına bakıldığında, ilk beş ülke sırasıyla İngiltere, Fransa, Almanya, İtalya ve İspanyadır (Tera Consultants 2014: 22-26).

Türkiye İhracatçılar Birliği’nin 2015 yılında ilkini gerçekleştirdiği Hizmet Sektörü İhracaat araştırmasında, Eğlence Spor ve Kültür Hizmetleri başlığında sinema ve televizyon ürünlerinin ihracat verilerine yer verilmektedir. Araştırmada %95’in üzerinde olarak tahmin edilen ihracat payı ile, yurtdışına gerçekleştirilen dizi ihracatı faaliyetlerinin ön planda olduğu görülmektedir. 2015 yılı itibarıyla dizi ihracatı gelirininin 250 Milyon dolar mertebesinde olduğuna işaret edilmektedir (TİM 2017: 7-9).

Tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye’de de yaratıcı sektörler büyümekte olan sektörlerdir. Araştırma kapsamına aldığımız verilerden de anlaşılacağı gibi, ülke ekonomisine katma değer yaratılması bağlamında büyük bir potansiyele sahip oldukları görülmektedir. Bu sektörlerde üretilen ciro arttıkça, ülke ekonomisine sağladıkları katkı, yaratılan istihdam olanakları diğer sektörlerle oranla çok daha büyük bir hızla artacaktır.

2. İŞ GÜCÜ VE MESLEKİ YETKİNLİK

Bugün, dünya genelindeki ülkeler ve ekonomiler için, en büyük zorluklardan biri sürdürülebilir büyüme ve gelişmedir. Bunun önemli bir bileşeni olarak, iş gücü piyasaları ve eğitim sistemleri arasındaki bağları güçlendirmeye yönelik artan bir ihtiyaç vardır. İşgücü piyasaları, ilgili alan işverenlerinin beklentisini karşılayacak eğitim ve öğretimle yeterlik kazanmış nitelikli kişilere ihtiyaç duymaktadır (Making Better Vocational Qualification 2014: 5).

Temel teknolojilerin gelişimiyle birlikte, günümüz bilgi toplumunda, nitelikli insan faktörü önem kazanmaktadır. Gelişmiş ülkelerin ulaştığı aşama olarak ifade edilen bilgi toplumunda, bu düzeyin korunması amacıyla, bilime,

teknolojiye ve insana yatırım önem kazanmaktadır. Bu bağlamda eğitime daha fazla önem verilmektedir.

Avrupa Birliği EFT (European Training Foundation) tarafından 2014 yılında hazırlanan ilgili raporda, Türkiye'nin de içinde bulunduğu ülkelerde, ekonomik büyümede sürdürülebilir kalkınma için donanımlı işgücüne sahip olmanın önemi vurgulanırken; bunun ancak ilgili sektörlerin beklentilerini dikkate alan mesleki eğitim sistemlerinde yapılacak reformla mümkün olduğuna işaret edilmektedir.

Yeterlik kavramı öğrenciler, çalışanlar ve işverenler için, sadece bir belge ile eş anlamlıdır. Diploma, yeterlik belgesi veya sertifika gibi farklı türlerde sınıflandırılan bu belgeler belirli amaçlara sahiptir ve genellikle belirli yararlanıcı gruplarının ihtiyaçlarına göre uyarlanır. Fakat, bu belgelerin sadece standartlara dayalı bazı şartların yerine getirilmesi durumunda verilmesi ve ulusal ve uluslararası çapta geçerliliğe sahip olmaları önemlidir.

AB ülkelerinde, eğitim öğretim politikaları kapsamında kazanılan beceri ve niteliklerin tanınabilirliğine ilişkin düzenlemeler söz konusudur (9). Amaç, yeni bir işe geçerken veya sınırların ötesinde öğrenmeyi sürdürürken, öğrencilerin ve çalışanların, becerilerini ve niteliklerini hızlı ve kolay bir şekilde, sahip oldukları belgeler aracılığı ile aktarabilmesidir. Avrupa'nın herhangi bir yerinde eğitimi ve çalışmayı kolaylaştırmak için; bilgi, beceri ve yeterliliklerin şeffaflığını ve tanınmasını desteklemek amacıyla çeşitli araçlar geliştirmiştir (European Commission 2017). Ülkemizde de, AB uyum sürecinde benzer düzenlemelerin yapılandırılması çalışmaları sürmektedir.

Türkiye'de öğrencilerin ve çalışanların sahip oldukları yetkinlik belgeleri ve diplomaların pek çok alanda uluslararası geçerliliği konusunda ne yazık ki sorunlar vardır. Görsel işitsel içeriğin üretildiği sinema-televizyon endüstrisi kapsamında, katma değer sağlayacak kalitede ürün/üretim ve ekonomik girdilerin artabilmesi için, sektörün insan kaynağına ve kalkınma politikalarına ait var olan sorunlarına, araştırmalar kapsamında değinilmektedir.

Bu alana dönük ülkemizde tespit edilmiş sorunların başlıkları: yetkinlik eksikliği, ürün miktarı ve çeşitliliğinin yetersizliği, fiziksel altyapı eksikliği, finansal destek eksikliği, bilinç ve farkındalık eksikliği ve veri eksikliği olarak tanımlanmaktadır. Tüm bu başlıkların, üretim ve tüketim tarafından ele alınması gereken yanları mevcuttur.

Üretimde yetkinlik eksikliği, görsel işitsel yaratıcı sektörlerde çalışan bireylerin, genellikle üst düzey bir eğitimden geçmemiş olmalarından dolayı, bu sektörlerde yüksek kalitede ürünler üretilmemesi şeklinde kendini gösterirken, tüketimde yetkinlik eksikliği, toplumun büyük kesiminin bu ürün-

lere dair nitelikli-niteliksiz ayrımı yapamaması, dolayısıyla 'kalite talebi' oluşmaması anlamına gelmektedir.[...] Üretim aşamasındaki bilinç ve farkındalık eksikliği, sektör içi işleyişe dair her türlü konuda bu sektörlerde çalışanların bilgi eksikliği, tüketim tarafında bilinç ve farkındalık eksikliği ise 'yaratıcılık' kavramının öneminin, bu sektörlerin şehir ve ülke ekonomisine katkılarının, bu sektörler kapsamında yer alan mesleklerin vs. toplum tarafından yeterince bilinmemesi anlamına gelmektedir (Aksoy ve Ada 2014: 3).

RATEM Akademi tarafından hazırlanan raporda, sayısal yayıncılığa geçişle birlikte radyo televizyon sektöründe yaşanan teknolojik değişim nedeniyle, çalışan personelin eğitim ihtiyacının 2014 yılından itibaren daha da arttıracağına işaret edilmektedir. (Kesim ve ark. 2013: 6)

3. AB ÜLKELERİ VE TÜRKİYE'DE ALANA İLİŞKİN POLİTİKALAR

90'lı yıllar teknolojiye sayısal devrimin yaşanmasıyla, telekomünikasyon, bilgisayar teknolojileri ve görsel-işitsel medyanın iç içe geçişine tanıklık etmektedir. AB ülkelerinde 80'li yıllarda, yayıncılık alanında görülen deregülasyon süreçleri sonuçlarını vermeye başlamıştır. Yöndeşen medya ile küreselleşen sermaye daha da büyürken, Avrupa sineması görsel işitsel medyada varlığını koruyarak "Euroimage", "Avrupa Sinema Ağı" ve "Avrupa Film Akademisi" gibi oluşumlar gerçekleştirmiştir (Gül 2013: 143). Görsel-işitsel alanın yakın gelecekte Avrupa'da istihdam sağlayacak üç sanayiden biri olduğuna işaret eden araştırma sonuçları, alandaki çalışmaları hızlandırmıştır.

Günümüzde AB'de görsel-işitsel politikanın yasal çerçevesi "Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi"ne dayanmaktadır. [...]Avrupa film ve televizyon sanayinin uluslararası alanda rekabet gücünün artırılması ve televizyon kanallarının artan ihtiyaçlarını karşılama kapasitesinin geliştirilmesi amacıyla MEDIA Programı oluşturulmuştur. 2014-2020 döneminde bu program Yaratıcı Avrupa Programı (*Creative Europe*) çatısı altına alınmıştır. Bu yeni program kapsamında, görsel işitsel medya sektörüne 1,4 milyar avroluk bir bütçe tahsis edilmiştir. (İktisadi Kalkınma Vakfı)

2015 yılında yayınlanan Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler raporunda Avrupa ülkeleri arasında lider olan İngiltere'nin 1991 yılından bu yana Los Angeles' da faaliyet gösteren İngiliz Film Ofisi yanı sıra, işgücünün yetkinlik standartlarının belirlenmesi amacıyla, nasıl bir altyapı çalışması ve politika ürettiğini ve bugünkü başarısına eriştiğini, 2001 yılına ait bir belgede görebilmek mümkündür.

Özellikle sektöre yeni girenler ve serbest [freelance] çalışanlar için eğitim gerekir. Yaratıcı Yetenek Seti [Creative skillset] (10) ve Film Konseyi (UKFC) (11) şu anda durumu iyileştirmek için işbirliği yapmaktadır. İn-

giltere’de faaliyet gösteren işbirliği içinde çalışması gereken, içerik geliştirme üretim ve dağıtım yapan şirketlerin sayısı yetersiz. Film konseyi bu konuyu ele alan çalışma yapmaktadır. Büyük ABD şirketlerinin hâkim olduğu dağıtım işleminde öncelik verilmeyen İngiliz filmleri başarısız oluyor. [...] Film Konseyi Yatırımların korunması, yeni girişimlerin iş geliştirme ve sürdürülebilir büyümenin sağlanması ile ilgili ihtiyaçları belirlemektedir. Film Konseyinin stratejisi için en önemli unsur budur (Creative Industries Mapping Documents 2001: 8).

Ülkemizde sinema endüstrisinin güçlendirilmesi amacıyla, Kültür Bakanlığı aracılığıyla sinema filmleri, belgesel filmler, senaryo ve kültürel sanatsal etkinlikler gibi yaratıcı endüstrilerin kapsamında yer alan kimi sektörler için ekonomik destek programları bulunmaktadır. Bu bağlamda Sinema Genel Müdürlüğü, 2005 yılından bu yana 379 uzun metraj filme 108.834.646 TL destek vermiştir. 2005 yılında gösterime giren yerli film sayısı 27 iken, 2015 yılında bu sayı 139 olmuştur. 2015 yılında gösterime giren uzun metrajlı filmlerin 31’i Kültür Bakanlığı tarafından desteklenmiştir. (Sinema Genel Müdürlüğü 2016). 10. Kalkınma Planında ifade edildiği üzere, Türk sinemasının güçlendirilmesine dönük hedefler arasında, teşvik mekanizmasının oluşturulması gerektiğine işaret edilmektedir.

Sinema - televizyon sektörüne ekonomik anlamda devlet ve özel sektörün yapmakta olduğu ekonomik katkılar elbette sektörün gelişiminde önemli bir etkenidir. Ancak en az ekonomik destek kadar, yaratıcı işgücünün uluslararası standartlara uygun eğitim ve deneyim yetkinliğine kavuşmasıyla, uluslararası alanda rekabet edebilen, ulusal anlamda da sürdürülebilir bir ekonomik kalkınma sağlanabilir.

Küreselleşme süreciyle oluşan yeni ekonomik düzende etkili olabilmek için, AB ülkelerinde olduğu gibi, ülkemizde de bilgi ve iletişim teknolojileri stratejik bir konumdadır. 2000 yılında düzenlenen zirve ve Lizbon Strateji Belgesi ile sürece ilişkin hedefler belirlenmiştir. Bu bağlamda AB’nin Bilgi Toplumu ve Medya Politikaları çerçevesinde bilgi ve iletişim teknolojisi alanında mevzuat düzenlemeleri ve destekleyici politikaların geliştirilmesi faaliyetleri yürütülmektedir. Birliğin eğitim ve istihdam politikaları da bu başlık altında düzenlenmektedir (Akses 2011: 7-9).

Türkiye’nin AB müktesebatına uyum sürecinde 10. Fasıl, Bilgi Toplumu ve Medya başlığıdır. 2016 yılında düzenlenen raporda, görsel işitsel medya hizmetleri mevzuatıyla, ülkemizin kısmen hazırlıklı olduğu tespitine yer verilmektedir. Ancak raporda, henüz elektronik haberleşme ile bilgi ve iletişim teknolojileri konusunda, Türk mevzuatının yetkilendirme rejimi, piyasa analizi, piyasa erişimi ve evrensel hizmet rejimi konuları yanı sıra 23. Fasılla bağlantılı hukuki düzenlemelerinde sınırlı ilerleme kaydettiğine işaret edilmektedir (AB Komisyonu Türkiye Raporu 2016: 48-49).

AB görsel işitsel politikalarının olumlu etkisi, sadece topluluğun ekonomik gücünü arttırmakla kalmamış, nitelikli iş gücüne erişimi de etkilemiştir. AB genelinde eğitim öğretim ve kültürün geliştirilmesinde görsel-ışitsel araçlar etkin biçimde kullanılmaktadır. Bilişim teknolojilerinin de desteği ile e- öğrenme sistemlerine dönük geliştirilen politikalarla birlik içinde nitelikli iş gücü yaratma kapasitesi hızla büyümektedir (Uyanık 2006: 26-27).

Ülkeler arası işgücü hareketliliğinde ülkelerin mesleki yeterlilik düzeylerinde ortak standartlarda buluşmasını hedefleyen Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (EQF) (12) referans alınarak ulusal yeterlilik sistemlerinin kurulması hedeflenmiştir.

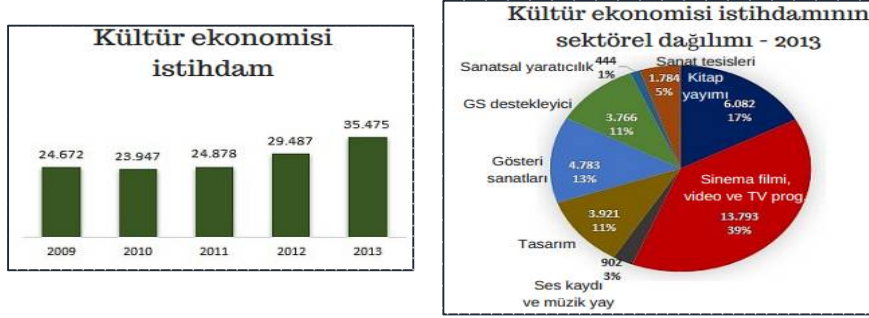
Bu bağlamda ülkemizde Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK), meslek standartlarını temel alarak, teknik ve meslekî alanlarda ulusal yeterliliklerin esaslarını belirlemek; denetim, ölçme ve değerlendirme, belgelendirme ve sertifikalandırmaya ilişkin faaliyetleri yürütmek üzere 21 Eylül 2006 tarihli ve 5544 sayılı Kanun ile kurulmuştur. Kurumun temel görevi, Avrupa Birliği ile uyumlu "Ulusal Mesleki Yeterlilik Sistemini" kurmak ve işletmektir. Kurum bu görevlerini Milli Eğitim Bakanlığı, Yükseköğretim Kurulu, işçi, işveren, meslek kuruluşları ve diğer ilgili kurumlarla işbirliği yaparak yerine getirmektedir.

Türkiye’de 2010 yılından bu yana yürürlükte olan Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (TYYÇ) için Avrupa Hayat Boyu Öğrenme (EQF-LLL) (13) yaklaşımı referans alınarak; lisans, yüksek lisans ve doktora düzeylerinde yükseköğretim yeterlilikleri ISCED alan kodlarına uygun olarak belirlenmiştir (Yükseköğretim Kurumu 2010: 19-24).

Türkiye’de işgücünün uluslararası standartlara kavuşturulmasını hedefleyen politikaların verimliliğine ilişkin sonuçlara ulaşılması, sinema – televizyon endüstrisinin gelişmesi ve rekabet edebilir seviyelere ulaşabilmesi için son derece önemlidir. Ülkemizde sinema - televizyon sektörünün barındırdığı pek çok iş kolunda, mesleki yetkinlik sertifikası gerektirmeyen “herkese açık bir meslekler” olduğu görülmektedir (Altun 2005). Medya sektörü çalışanlarının genel görünümünü ve eğitim durumunu sergileyecek sayısal veriler ne yazık ki sistematik biçimde derlenememekte ve sektörün tümünü kapsamaması nedeniyle sayısal olarak ifade edilememekle birlikte, sektör çalışanlarının çoğunluğunun *alaylı* tabir edilen statüdeki kişilerden olduğu bilinmektedir. Bu nedenle bu meslek grubunun çalışanlarının eğitim açısından ortak standartlara sahip olmadığı da bir gerçektir.

Bu gerçeğin ardındaki nedenlerden biri, ülkemizdeki özel yayıncılık serüveninin yasal olmayan başlangıç yapılanmasının neden olduğu çarpıklıkların izlerinin halen yaşanır olması ve gelişmiş ülkelerde var olan yayıncılık düzenlemelerinden pek çoğunun halen ülkemizde istenilen düzeyde tamamlanamamış olmasıdır.” (Kesim ve ark. 2013: 20).

TÜİK Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verilerine göre düzenlenen Şekil 6’da, kültür ekonomisi kapsamında 2013 yılı için istihdam 35.475 kişidir. İstihdamın sektörel dağılıma bakıldığında 13.793 kişi ile (%39) Sinema filmi, video ve televizyon programı alanı en büyük paya sahiptir (Lena 2016b: 34-35).



Şekil 6. Türkiye’de Kültür Ekonomisi İstihdam Verileri ve Sektörel Dağılımı

Kaynak: Lena 2016a: 2

Sahip olduğu çalışan sayısı ile en büyük paya sahip olan medya sektöründe iş-gücü yetkinlik seviyesindeki gelişmenin, çarpan etkisiyle daha geniş bir alanda fayda sağlayacağı kuşkusuzdur.

Medya sektöründe işgücünün, yükseköğretim düzeyinde alana dönük eğitimi ülkemizde, İletişim Fakülteleri bünyesindeki bölümler yanı sıra Güzel Sanatlar Fakülteleri ve Sanat Tasarım Fakültelerindeki ilgili programlar tarafından verilmektedir. Ayrıca ara eleman yetiştiren meslek liseleri ve teknik kadroların eğitimini hedefleyen iki yıllık Meslek Yüksekokullarında (MYO) medya kapsamlı programlar söz konusudur. Eğitimin, istihdam ve işveren ihtiyaçlarıyla uyumlu olması ve belirli meslek standartlarının korunması, hem ulusal başarı hem de uluslararası ölçekte işbirlikleri adına da son derece önemlidir. Sayısal olarak ön lisans ve lisans eğitimi veren eğitim kurumlarının sayısı ve kontenjanları dikkate alındığında, sektörün eğitilmiş ve yetkin işgücü ihtiyacının karşılanmasında sorun olmayacağı düşünülebilir.

Ancak, “Radyo Televizyon Sektörü Eğitim İhtiyaç Analizi Projesi” kapsamında gerçekleştirilen çalışmaya katılan, yayıncılık sektöründeki yetkili isimlerin ve televizyon kanalları insan kaynakları sorumlularının açıklamalarından anlaşılmaktadır ki; sektörün farklı birimleri için, MYO veya fakülte mezunu olsalar bile, arzulanmış vasıflarda işgücü bulmakta sorun yaşanmaktadır. Birim yöneticileri, işe aldıkları kişiyi (kanalları özelinde biçimlenmiş iş tanımına uygun) iş başında yeniden eğitime tabi tutma ihtiyacı duymaktadırlar. Eğitim iş başında verildiği halde, yayıncılık anlayışının yerleşmemiş olmasından kaynaklanan kimi sorunlarla karşılaşmaktadır.

Özellikle yaratıcılık bağlamında bakıldığında, ürüne estetik katkı sunacak bakışın ve özenin çalışanlar tarafından her zaman sunulmadığı ve bu nedenle değer kaybının oluştuğu tespitine yer verilmektedir. Bunun nedenleri olarak da, görsel işitsel üretime ilişkin temel estetik ve sanat prensiplerinin işe başvuranlar tarafından bilinmemesi, yoğun çalışma şartları, düşük ücret politikaları gibi sektörel çalışma şartlarından kaynaklı sorunlara dikkat çekilmektedir. Bunun sonucu olarak da, ülkemizde üretilen ve medyada yer bulan içeriklerde, her zaman uluslararası teknik ve estetik standartlar yakalanamadığı gibi, zaman ve maddi kayıplarla da karşılaşmaktadır (Kesim ve ark. 2013: 22-24).

Türk dizilerinin ihracatını gerçekleştiren Calinos Holding'in Genel Müdürü Beşir Tatlı, Anadolu Ajansı muhabirine verdiği röportajda, dizi sektörüne ilişkin tespitlerini aktarmaktadır. Türkiye'de televizyon kanallarında yıllık ortalama 70 dizi üretilmektedir. Ancak 40'a yakın dizi farklı gerekçelerle tamamlanamadan yayından kaldırılmaktadır. Sadece 10-15 dizi ise yurt dışı pazarında satışa sunulabilmektedir (AA 2017). Yapılan bu açıklamadan da anlaşılmaktadır ki, dizi sektöründe, ürünün katma değere dönüşebileceği standartlarda verimlilik yeterli düzeyde sağlanamamaktadır. Sektörün yaşadığı sorunlar ve detayları başka bir araştırmanın konusu olacak kapsamdadır.

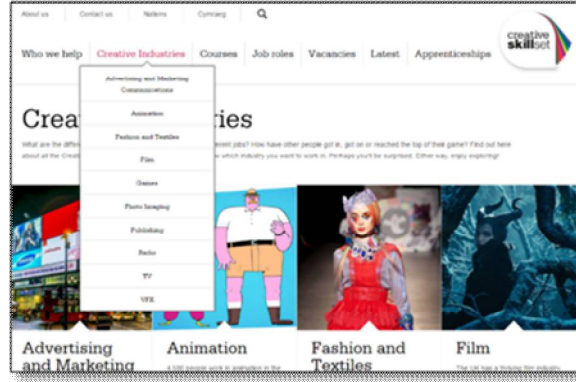
Bir diğer çalışmada (Altun 2005) yerel medya olanaklarının kısıtlılığına ve çalışanların eğitim seviyelerindeki yetersizliklere değinilmektedir. Ön lisan ve lisans derecelerindeki sektörel mesleki eğitimi tamamlamış olan muhtemel çalışan adaylarında saptanan yetersizlerin de eğitim kurumlarında gözlenen teknik altyapı olanaklarının yetersizliğine ve eğitici profiline dönük, sınırlayıcı etkenlerle biçimlendirilen müfredatlar olduğuna işaret edilmektedir.

Avrupa Birliği ülkelerinde, yaratıcı endüstride çalışan sayısının, ülkeler bazında düzenli kayıt altında olduğunu görmek mümkündür (Nesta 2015:16-25). Bu raporda 28 ülkenin yaratıcı endüstri kapsamında çalışan sayısı 11.398.000 kişidir. Nace Rev2 59.1 Sinema, video ve televizyon program aktivitelerinde çalışanlar, toplam endüstri çalışanları içinde %4.4 oranıyla 98.000 kişi olarak yer almaktadır.

AB ülkelerinde yaratıcı endüstrinin çalışanlarına ait sayısal dağılım verileri yanı sıra, çalışanların eğitim düzeylerine ilişkin kapsamlı araştırmaları da bulabilmek mümkündür. İngiltere'de Creative Skillset tarafından yapılan yaratıcı medya alanı çalışanlarının eğitim düzeyleri, eğitim ihtiyaçlarının tespitine ait araştırmada elde edilen kimi bulgulara aşağıda yer verilmiştir (The Creative Media Workforce Survey Summary Report 2014).

- Maaşlı çalışanların % 78'lik kısmı lisans düzeyi eğitim seviyesine sahip ve % 27'sinin lisansüstü eğitimi de var.
- Lisans düzeyinde eğitim seviyesine sahip olanların % 51'inin eğitim alanı yaratıcı medya kapsamında.

- Mesleki kariyer gelişimi için maaşlı çalışanların % 47'si, serbest çalışanların %57'si bir eğitim ihtiyacı vurgusu yapmış.
- Yaratıcı medyada çalışanların % 30'u serbest çalışandır. Bu kapsamda en yüksek oran %90 ile Görsel Efekt (VFX) alanı çalışanlarıdır.
- Yıllık ortalama gelir 33.900 GBP (14) maaşlı çalışanların ortalama yıllık geliri serbest çalışanlardan yaklaşık 11.000 GBP daha fazladır. Kadınlar, ortalama olarak erkeklerden 3,000 GBP daha az kazanmaktadır.



Şekil 7. Creative Skillset, Ekran Bazlı Yaratıcı Endüstriler

Ülkemizde yaratıcı endüstrilerde çalışan işgücüne ilişkin detaylı araştırma verilerine ne yazık ki rastlanmamaktadır. SGK verileri içinde medya sektörüne ilişkin (NACE Rev:2) 2010 yılı verilerinde, çalışan sayısının %98'inin özel sektörde istihdam edildiği ve çalışanların büyük çoğunluğunun kıdem ortalamasının beş yıldan az olduğu görülmektedir. Sık sık iş değiştirmek, dengesiz ücret politikaları, uzun çalışma saatleri ve örgütlenme sorunu gibi çalışma koşullarına ilişkin pek çok önemli sorun tespit edilmiştir. İşgücünün çalışabilecekleri özel ve kamuya ait medya kuruluşlarının, medya alt sektörlerinin ve hizmet sağlayan diğer özel şirketlerin büyük şehirlerde, hatta büyük çoğunluğunun sermayeyle birlikte medyanın da merkezi sayılan İstanbul'da faaliyet göstermesi bir diğer sorun olarak yer almaktadır (Sözeri ve Güney 2011).

TÜİK 2014 verilerine göre, 413 yayıncı kuruluşun yarattığı kayıtlı istihdam televizyon sektöründe 16.251 kişidir (TÜİK 2014). 2015 verilerine göre, toplam istihdamın %63,3'ü ulusal yayın yapan kurumlardadır (TÜİK 2016). TÜİK verilerinde çalışan sayısının yetkinlik düzeyine ilişkin bilgiye ulaşılamamaktadır. Sınıflama cinsiyete ve görev pozisyonlarına (yönetici, program personeli vb.) göre beş kategoride sunulmaktadır. Sinema ve televizyon sektöründe istihdam edilenlerin yetkinlik bilgilerini de içeren ayrıntılı verilerin toplanmaması, katma değer artışına dönük geliştirilen ulusal politikaların verimliliğini azaltırken, ihtiyaca dönük politikaların oluşturulmasını da geciktirmektedir. 2015 yılında faaliyete geçen Sinema Televizyon Sendikası'nın hedefleri arasında çalışanların mesleki

yeterlilik düzeylerinin belirlenmesi faaliyetleri de yer almaktadır (Sinema TV Sendikası 2017).

Genel olarak ülkemizdeki radyo ve televizyon işletmeleri büyüklük açısından çok geniş bir farklılık göstermesi nedeniyle, mesleki unvan tanımlarına bakılarak aynı işi yaptığı varsayılan kişilerin donanım farklılıkları çok belirgin olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca, ülkemizde görsel işitsel içerik üreten sinema, reklam ve televizyon sektöründe çalışanlar için var olan iş tanımları da, sektörler arasında farklılık göstermektedir. Bunun nedeni sektörün yapılanma biçiminden, yasal düzenlemelerin ve mesleki standart referanslarının ve mesleki yetkinlik kriterlerinin tüm iş kollarında henüz tamamlanmasından kaynaklanmaktadır.

Kurumlar arası farklılıkları giderebilmek ve uluslararası iş tanımlarıyla da örtüşmesini sağlamak adına, Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) tarafından Ulusal Meslek Standartları (15) ve Ulusal Yeterliliklerinin (16) belirlenmesi çalışmaları yürütülmektedir.

UMS Adı	Seviyesi	Durum	UMS Adı	Seviyesi	Durum
Muhabir	Seviye 5	REGA 20.08.2015	Oyuncu	Seviye 6	REGA 26.12.2013
Uzman Muhabir	Seviye 6	REGA 20.08.2015	Sevlendirme Oyuncusu	Seviye 5	REGA 26.12.2013
Foto Muhabiri	Seviye 5	REGA 20.08.2015	Figüran	Seviye 3	REGA 26.12.2013
Foto Muhabiri	Seviye 6	REGA 20.08.2015	Dansçı	Seviye 6	REGA 28.10.2014
İplik Asistanı	Seviye 3	REGA 06.03.2015	Opera Şarkıcısı	Seviye 6	REGA 28.10.2014
İplikçi	Seviye 4	REGA 06.03.2015	Kamera Birinci Asistanı	Seviye 5	Sektör Komitesi tarafından onaylandı.
Kameraman	Seviye 4	REGA 06.03.2015	Kamera İkinci Asistanı	Seviye 4	Sektör Komitesi tarafından onaylandı.
Kurgu Yönetmeni	Seviye 6	REGA 15.09.2012	Birinci Yönetmen Asistanı	Seviye 6	Görüş aşamasında.
Program Yapım Yardımcısı (Televizyon ve Radyo)	Seviye 5	REGA 15.09.2012	İkinci Yönetmen Asistanı	Seviye 5	Görüş aşamasında.
Program Yapımcısı (Televizyon ve Radyo)	Seviye 6	REGA 15.09.2012	Üçüncü Yönetmen Asistanı	Seviye 4	Görüş aşamasında.
Radyo Teknik Yönetmeni	Seviye 5	REGA 15.09.2012	Devamlılık Asistanı	Seviye 4	Görüş aşamasında.
Ses Asistanı	Seviye 3	REGA 06.03.2015	Time-Kod Asistanı	Seviye 3	Görüş aşamasında.
Sesçi	Seviye 4	REGA 06.03.2015	Sanat Yönetmeni	Seviye 6	Taslak hazırlama aşamasında.
Sunucu	Seviye 5	REGA 06.03.2015	Kostüm Tasarımcısı	Seviye 5	Taslak hazırlama aşamasında.
Televizyon Program Yönetmen Yardımcısı	Seviye 5	REGA 15.09.2012	Kostüm Asistanı	Seviye 4	Taslak hazırlama aşamasında.
Televizyon Program Yönetmeni	Seviye 6	REGA 15.09.2012			
Televizyon Teknik Yönetmeni	Seviye 5	REGA 15.09.2012			
Fotoğrafçı	Seviye 4	REGA 12.02.2016			
Fotoğrafçı	Seviye 5	REGA 12.02.2016			

Şekil 8. Yaratıcı Endüstri kapsamında UMS Örnekleri

Kaynak: MYK 2017

Yaratıcı endüstriler kapsamında yer alan farklı seviyelere ait mesleklere ilişkin standartların detaylarına kurumun web sitesinde yer alan, (Ulusal Meslek Standartları, 2016) kültür, sanat ve tasarım sektörü ve medya, iletişim ve yayıncılık sektörü başlıklarından ulaşılabilmektedir. Şubat 2017 verilerine göre (17) alana ilişkin standartların listesi ve durum bilgisi Şekil 8'de yer almaktadır. Standartların oluşturulması aşamasında, farklı kurum ve meslek örgütleri (TRT, RATEM, Sinema Televizyon Sendikası, Oyuncular Sendikası, Kamera Asistanları Derneği gibi) yürütücü olarak sorumluluk almaktadır.

Çoğu Avrupa ülkesinde yeterlikler, iki aşamada ele alınmaktadır. Buna göre meslek ve eğitim standartları birbirleriyle paralel bir yaklaşımla temellendirilerek, mesleki eğitim veren kuruluşlar ile bu sahada işgücü talep eden ticari kuruluşların entegrasyonunun sağlanması hedeflenmektedir.

Küreselleşmenin etkisiyle sadece ürünlerin değil işgücünün de sınırlar ötesi hareketliliği göz önünde bulundurulduğunda yaratıcı endüstrilerde çalışan bireylerin uluslararası mesleki standartlara sahip olması beklenmektedir. Aksi durumlarda uluslararası geçerliliği kabul görmeyen belge sahibi kişilerin yeterlilikleri dışındaki alanlarda ve meslek gruplarında daha düşük gelir karşılığı istihdam edilmesi söz konusu olabilir.

SONUÇ

Ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkeler için, bir sarmala benzeyen, orta gelir tuzağından kurtulma seçeneklerinden biri, yaratıcı endüstrilerden elde edilecek ekonomik katma değerdir. Bu hedefe ulaşmanın önündeki sorunlar, sadece ülkemiz için değil, bu endüstriden daha büyük pay almak isteyen tüm ülkeler için farklı düzeylerde söz konusudur. Bu nedenle ülkeler, çözüm yolunda politikalar geliştirmektedir.

Henüz sanayileşme sürecini tamamlayamayan ülkemizin bilgi toplumuna yönelik AB müktesebatı uyum sürecinde yürüttüğü çalışmalarına hız vermesi önemlidir. Bilgi teknolojilerinin üretimi ve kullanımı yönünde yürütülen politikaların öncelikli yatırımının, insan kaynaklı gelişme politikası olarak eğitime ve teknolojik gelişimin birincil koşulu olan araştırma ve geliştirme faaliyetlerine dönük yapılandırması önem kazanmıştır (Aktan 2003).

Birincil derecede önemli faktör, ilk ve ortaöğretim seviyelerinden başlayarak bireyin yaratıcılık yeteneklerinin geliştirilmesinin sağlanmasıdır. Genç nesillerin teknolojik ürünlere olan yatkınlıklarını değerlendirecek ortamlar oluşturulabilir. Bu ortamları yönetecek mentorlar aracılığıyla, sahip oldukları yaratıcı fikirler standartlara uygun ürünlere dönüştürülerek, girişimcilik becerileri kazandırılabilir.

Hem yaratıcı, hem de iş becerilerinin geliştirilmesine dönük, yaşam boyu eğitim (EQF-LLL) anlayışını benimseyen yükseköğretim yapılanmasında; ulusal ve uluslararası meslek standartlarına uygun müfredat güncellenmesi gerçekleştirilmelidir. Ayrıca, akademik kazanımların yanı sıra, mesleki kazanımların, sektörün beklentileri dikkate alınarak planlanması gerekmektedir. Ülkemizde toplumun refah seviyesini yükseltmeye dönük hedeflerin yer aldığı 10. Kalkınma Planında, öncelikli dönüşüm adımlarından biri olan temel ve mesleki becerileri geliştirme programı, mesleki yeterlilik kavramına işaret etmekte ve hedefler tanımlanmaktadır. Programın bileşenlerinden ikisi eğitim sisteminin işgücü piyasasıyla uyumunun ve mesleki yeterliliklerinin artırılması başlıklarıdır. Bu kapsamda

Mesleki Yeterlilik Kurumu bu alanda sorumlu kurumlardan biri olarak işaret edilmektedir (Kalkınma Bakanlığı 2017: 186).

Çalışma alanı yaratıcılık olan ve bu alanla kesişen iş dünyasının yeterli finans desteğine erişim olanaklarının sağlanması ve firmalar arası adil rekabete zarar verebilecek uygulamaların/düzenlemelerin ulusal çıkarlar dikkate alınarak düzenlenmesi endüstriyi canlandıracaktır.

Fikri mülkiyet hakları hususunda genel bir farkındalık yaratılması ve haklarının korunmasına dönük yasal düzenlemeler yapılarak, bu konuda var olan sorunların giderilmesi gerekir.

Yaratıcı endüstriler hakkındaki güncel ve süreli veriler toplanmalı ve şeffaf ortamlarda paylaşımına açılmalıdır.

Görsel işitsel endüstrinin uluslararası alanda rekabet edebilirlik seviyesini arttırmak amacıyla, kapsamlı politikaların biçimlenmesine rehberlik edecek, sürekliliği olan, geniş kapsamlı çalıştaylar veya açık iletişim ortamları oluşturulabilir. Bu ve benzeri ortamlardan edinilecek bir dizi yaratıcı (kıymetli) bilgiyi harekete geçirdiğimiz zaman; uluslararası pazara yönelik ürünlerin dolaşıma sunulduğu, karşılığında büyük gelirlerin elde edildiği, uluslararası standartlara uygun işgücüne sahip olacak Türkiye, var olan kültür mirasıyla önemli bir "Yaratıcı Endüstri" merkezine dönüşebilir.

SONNOTLAR

(1) Türkiye İhracatçılar Birliği (TİM) Türkiye'nin 500 Büyük İhracatçısı Araştırmasında Eğlence Spor ve Kültür Hizmetleri sınıflandırmasının alt başlıklarından biri olan görsel işitsel ve ilgili hizmetler bölümü, film ve dizi üretimi, TV ve radyo yayıncılığı ve ses kayıt hizmetleri gibi çeşitli alt segmentleri kapsamaktadır.

(2) <https://betterworkingworld.ey.com>

(3) Asya, Avrupa, Kuzey Amerika & Karayipler, Afrika ve Orta Doğu olmak üzere beş bölgede gerçekleştirilen araştırma; medya & eğlence, reklamcılık, mimari & tasarım, kitap, oyun, müzik, film, gazete, performans sanatları, TV ve görsel sanatlar olmak üzere 11 sektör temel alınarak hazırlandı.

(4) GSYİH verisi, yalnız bütün bir ekonomiyi resmetmekle kalmayıp aynı zamanda yatırımcılara önemli trendler hakkında eşsiz bir bilgi sağlar.

(5) 2010 yılına ait DCMS tarafından hazırlanan İngiltere Yaratıcı endüstriler ekonomik tahminlerinin yer aldığı raporda 13 yaratıcı endüstri başlığında gelir, iş gücü ve faaliyet gösteren şirketlere ait detaylı veriye aşağıdaki link üzerinden ulaşılabilir.

(6) Mapping Document

(7) Bu çalışma kapsamında yaratıcı endüstri kavramı kullanılmaktadır. Ancak ulaşılan kaynağın yaklaşımında kültür ekonomisi kavramı kullanılmış olup, çalışma kapsamına aktarılan bilgi ve grafikler aynen muhafaza edilmiştir. Çalışma Türkiye’de Kültür ekonomisi faaliyet alanları: Kitap yayımı; ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri; gösteri sanatları; gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler; sanatsal yaratıcılık faaliyetleri; sanat tesislerinin işletilmesi faaliyetleri; sinema filmi, video ve televizyon programı faaliyetleri ve uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır.

(8) Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflamasına yönelik bir başvuru kaynağıdır. NACE kodlamasında faaliyet konularına göre işyerlerine/işletmelere altı haneli bir kod verilmektedir.

(9) Lizbon Sözleşmesi. Ayrıntılı bilgi için bkz. Avrupa Bölgesinde Yüksek Eğitim Niteliklerinin Tanınmasına İlişkin Sözleşme, [www.yok.gov.tr /](http://www.yok.gov.tr/)

(10) <https://creativeskillset.org/>

(11) www.ukfilmcouncil.org.uk

(12) European Qualifications Framework (EQF) Hayat Boyu Öğrenme için Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ), yeterliliklerin anlaşılması ve karşılaştırılması için geliştirilen hayat boyu öğrenme politika aracıdır. AYÇ, yeterliliklerin işverenler, bireyler ve kurumlar tarafından daha iyi anlaşılmasını sağlayarak, çalışanların ve öğrenenlerin yeterliliklerini diğer bir ülkede kullanabilmesinin yolunu açmakta, ülkelerin yeterlilik sistemlerinin birbirleriyle bağlantısını sağlayan ortak karşılaştırma aracı işlevi görmektedir.

(13) EQF-LLL: European Qualifications Framework for Lifelong Learning. “Hayat Boyu Öğrenme için Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi” ilköğretimden başlayarak eğitimin tüm düzeylerini kapsamaktadır. Buna göre eğitim 8 düzeye karşılık gelmektedir.

(14) 29. Aralık 2014 Merkez bankası verilerine göre 1 İngiliz Sterlini (GBP) =3.6090 TL referansında yaratıcı medya çalışanları ortalama yıllık geliri 122.345 TL

(15) Ulusal Meslek Standardı(UMS) bir mesleğin başarı ile icra edilebilmesi için MYK tarafından kabul edilen gerekli bilgi, beceri, tavır ve tutumların neler olduğunu gösteren asgari normdur.

(16) Ulusal yeterlilikler; Ulusal ya da uluslararası meslek standartları temel alınarak hazırlanan, öğrenme, ölçme-değerlendirme amacıyla kullanılan, bireylerin mesleğini başarı ile icra etmesi için sahip olmaları gereken bilgi, beceri ve yetkinlikler ile bu bilgi, beceri ve yetkinlikleri kanıtlamaları için nasıl bir ölçme ve değerlendirme sürecinden geçmeleri gerektiğini açıklayan, MYK tarafından onaylanarak yürürlüğe giren teknik dokümanlardır.

(17) Düzenlenmiş veriler, MYK alan sorumlusu birim tarafından, bu çalışmaya özel düzenlenerek araştırmacıya ulaştırılmıştır.

KAYNAKÇA

A A (2016) Türkiye'nin Dizi İhracatı, [www.hurriyet.com.tr/turkiyenin dizi ihracati 250 milyon dolara cikti 40039868](http://www.hurriyet.com.tr/turkiyenin-dizi-ihracati-250-milyon-dolara-cikti-40039868), erişim tarihi:27.4.2017

AB Komisyonu Türkiye Raporu (2016) www.ab.gov.tr/files/pub/2016_ilerleme_raporu_tr.pdf , erişim tarihi: 25.7.2017

Akses S (2011) Bilgi Toplumu ve Medya Politikası, www.oldweb.ikv.org.tr/images/upload/data/files/bilgi_medya_1.pdf, erişim tarihi: 25.7.2017

Aksoy A ve Ada S (2014) İstanbul Yaratıcı Ekonomi Çalışmaları Atölyesi Final Raporu, Bilgi Üniversitesi Kültür Politikaları Yönetimi Araştırma Merkezi, İstanbul.

Altun A (2005) Yerel Medya Çalışanlarının Eğitim İhtiyacı ve Yerel Medya Enstitüsü, Marmara iletişim Dergisi, 22, 76-104.

Aktan C C (2003) Türkiye Bilgi Toplumunun Neresinde, [www.canaktan.org/egitim/ universite-reform/bilgi-toplum.htm](http://www.canaktan.org/egitim/universite-reform/bilgi-toplum.htm), erişim tarihi: 13.7.2017

Avrupa Bölgesinde Yüksek Eğitim Niteliklerinin Tanınmasına İlişkin Sözleşme (2005)www.yok.gov.tr/documents/10348274/10733291/3.2.1.++Lizbon+Tan%C4%B1ma+S%C3%B6zleşme%C5%9Fmesi.pdf/203c3638-389e-4ce8-9828-0b6e0ffb3b96, erişim tarihi: 11.3.2017

Creative Economy Report (2010) www.unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf, erişim tarihi: 20.11.2015

Creative and Cultural Economy Series-1(2010) www.creativeeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_GuideToolkit_30_withCover_LR.pdf, erişim tarihi:7.3.2017

Creative Industries Economic Estimates (2010) www.gov.uk/government/statistics/creative-industries-economic-estimates-december-2010-experimental-statistics, erişim tarihi:25.11.2015

Creative Skillset (2014) The Creative Media Workforce Survey Summary Report, www.creativeskillset.org/assets/0001/0465/Creative_Skillset_Creative_Media_Workforce_Survey_2014.pdf, erişim tarihi: 7.3.2017

Consultants T (2014) European Creative Industry GDP Jobs Report, [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2014-Oct-European-Creative-Industry-GDP-Jobs-full-Report-ENG%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2014-Oct-European-Creative-Industry-GDP-Jobs-full-Report-ENG%20(1).pdf), erişim tarihi: 7.3.2017

Cultural Times (2015) The first global map of cultural and creative industries, www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/ERI/pdf/EY-Cultural-Times2015_Low-res.pdf, erişim tarihi:7.3.2017

Demir E M (2014) Yaratıcı Endüstriler, İLEF Dergisi, 2, 87-108.

Department for Culture (2001) Creative Industries Mapping Documents, www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183551/2001Film2001.pdf, erişim tarihi: 25.11.2016

European Commission (2017) Recognition of Skills and Qualifications, www.ec.europa.eu/education/policy/strategic-framework/skills-qualifications_en erişim tarihi: 24.3.2017

Gül A A (2013) Görsel-İşitsel Politikasıyla Avrupa Birliği, Beta Yayınları, Ankara İktisadi Kalkınma Vakfı, Bilgi Toplumu ve Medya, www.ikv.org.tr/ikv.asp?id=225, erişim tarihi: 25.6.2017

Kalkınma Bakanlığı (2017) 10. Kalkınma Planı (2014-2018). www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalkınma_Planlar_/Attachments/12/Onuncu_kalkınma_planı.pdf erişim tarihi: 26.4.2017

Kesim M ve ark (2013) Radyo Televizyon Sektörü Eğitim İhtiyaç Analiz Raporu, www.doczz.biz.tr/doc/98125/radyo-televizyon_sektoru_egitim_ ihtiyac_analiz_raporu erişim tarihi:7.3.2017

Lena F (2016a) Grafiklerle Türkiye'nin Kültür Ekonomisi, www.media.wix.com/ugd/3cd779_34f68f3487b34b50bf9d03533a4cf3da.pdf, erişim tarihi: 24.4.2017

Lena F (2016b) Türkiye'de Kültürel Sektörlerin Ülke Ekonomisine Katkısı, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayını 57, İstanbul

Mesleki Yeterlilik Kurumu (2016) Ulusal Meslek Standartları, www.portal.myk.gov.tr/index.php?option=com_meslek_std_taslak&view=taslak_listesi_yeni&msd=2&Itemid=432 erişim tarihi: 17.4.2017

Nesta (2015) Creative Economy Employment In The EU And The UK, www.nesta.org.uk/publications/creative-economy-employment-eu-and-uk-comparative-analysis, erişim tarihi: 25.4.2017.

Smith C (2001) Foreword, www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf, erişim tarihi:16.4.2017

Secretary of State for Culture, Media and Sport (2001) Creative Industries Mapping Document, www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachmentdata/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf erişim tarihi: 16.4.2017

Sinema Sektörüne Destekler (2016) www.sinema.gov.tr/TR,144743/sinema-sektore-destekler.html erişim tarihi:27.2.2017

Sözeri C ve Güney Z (2011) Türkiye’de Medyanın Ekonomi Politikası: Sektör Analizi, TESEV Yayınları, İstanbul

Tera Consultants (2014) European Creative Industry GDP Jobs Full Report, [www.teraconsultants.fr: file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2014-Oct-European-Creative-Industry-GDP-Jobs-full-Report-ENG%20\(1\).pdf](http://www.teraconsultants.fr:file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2014-Oct-European-Creative-Industry-GDP-Jobs-full-Report-ENG%20(1).pdf), erişim tarihi:11.4.2017

The European Training Foundation(2014) Making Better Vocational Qualification www.etf.europa.eu/web.nsf/pages/Making_better_vocational_qualifications_EN erişim tarihi: 11.2.2017

TÜİK (2014) Radyo ve televizyon kurum istatistikleri, [www.tuik.gov.tr: www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1038#](http://www.tuik.gov.tr:www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1038#) erişim tarihi: 25.4.2017

TÜİK (2016) Haber Bülteni, www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21535 erişim tarihi:25.4.2017

Sinema TV Sendikası (2017) Mesleki Yeterlilik, www.sinematvsendikasi.org/mesleki-yeterlilik/ erişim tarihi: 24.4.2017

TİM (2017) Türkiye’nin 500 Büyük İhracatçısı Araştırması, [www.tim.org.tr/files/downloads/Hizmet500/6 Eglence kultur ve spor hizmetleri kilavuzu.pdf](http://www.tim.org.tr/files/downloads/Hizmet500/6_Eglence_kultur_ve_spor_hizmetleri_kilavuzu.pdf), erişim tarihi:20.4.2017

Uyanık, F (2006) Türkiye'nin AB Görsel İşitsel Politikalarına Uyum Çabaları, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üni., Sos.Bil. Enst., İstanbul

Yardımcı A (2016) İş Dünyasının Yeni Yol Haritası: Yaratıcı Endüstriler, www.haber.tobb.org.tr/ekonomikforum/2016/269/078_081.pdf, erişim tarihi: 15.3.2017

Yükseköğretimde Yeniden Yapılanma (2010) www.yok.gov.tr/documents/10279/30217/yuksekogretimde_yeniden_yapilanma_66_soruda_bologna_2010.pdf, erişim tarihi:17.11.2016