

KÜRESEL EĞİLİMLER IŞIĞINDA TÜRKİYE'DE YARATICI EKONOMİ

CREATIVE ECONOMY IN TÜRKİYE WITHIN THE CONTEXT OF GLOBAL TRENDS

Mehmet GÜÇLÜ¹

ORCID: 0000-0002-2420-3561

Begüm YURTERİ KÖSEDAĞLI²

ORCID: 0000-0002-3828-2598

Neşe KUMRAL³

ORCID: 0000-0001-8214-4507

Hakan İNKE⁴

ORCID: 0000-0002-6702-6809

Öz

Bu çalışma, küresel eğilimlerin ve dijitalleşmenin sunduğu fırsatlar çerçevesinde Türkiye'de yaratıcı ekonominin mevcut durumunu değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Dijital dönüşümün etkisiyle yaratıcı endüstriler, küresel ekonomide önemli bir yer edinmiş ve genç iş gücü için yeni istihdam olanakları sunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, yüksek katma değer üretme ve genç işsizliğini azaltma hedeflerini benimseyen Türkiye ekonomisi için yaratıcı endüstriler güçlü bir potansiyele sahiptir. Bu çerçevede, çalışma kapsamında öncelikle küresel düzeyde üretim ve istihdam yapısını değiştiren küresel eğilimler ele alınmıştır. Ardından, bu eğilimlerin yaratıcı ekonomiyi ülkeler için giderek nasıl daha önemli bir konuma taşıdığı incelenmiştir. Son olarak, Türkiye'de yaratıcı ekonominin mevcut durumu analiz edilmiş ve bu endüstrilerin Türkiye ekonomisinin gelişimine katkı sağlayabilmesi için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Ekonomi, Küresel Eğilimler, Dijitalleşme

Abstract

This study aims to present the current state of the creative economy in Türkiye in light of global trends and digitalization. Creative industries, driven particularly by digital transformation, have become a significant force in the global economy, offering new employment opportunities, especially for the young workforce. From this perspective, creative industries hold substantial potential for the Turkish economy, particularly in generating high valueadded output and reducing youth unemployment. Building on this premise, the study first explores global trends that have transformed production and employment structures worldwide. It then examines how these trends have increasingly elevated the importance of the creative economy for nations. Finally, this study analyzes the current state of Türkiye's creative economy and provides recommendations on how these industries can contribute to the country's economic development.

Keywords: Creative Economics, Global Trends, Digitalization

1 Prof. Dr., Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat Bölümü, mehmet.guclu@ege.edu.tr

2 Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat Bölümü, begum.yurteri@ege.edu.tr

3 Prof. Dr., Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat Bölümü, nese.kumral@ege.edu.tr

4 Arş Gör., Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat Bölümü, hakan.inke@ege.edu.tr /Sorumlu Yazar-Corresponding Author

Giriş

Küresel ölçekte gayri safi yurtiçi hasılanın (GSYİH) yüzde 3,1'ini (2 trilyon 250 milyar Amerikan doları) ve toplam istihdamın yüzde 6,2'sini oluşturan “*kültürel ve yaratıcı endüstriler*”⁵, ekonominin en hızlı büyüyen sektörlerinden biridir. Bu sektörün 2030 yılı itibarıyla, küresel GSYİH'nin yüzde 10'unu oluşturacağı tahmin edilmektedir. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization/ UNESCO) verilerine göre dünya genelinde yaklaşık, 50 milyon kişi kültürel ve yaratıcı endüstriler ile bu endüstrilerin farklı alt sektörlerinde istihdam edilmektedir (UNESCO, 2022: 4; GIZ, 2024: 9). Sektörün ekonomideki artan önemi, uluslararası ticaret verilerine de yansımaktadır. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (United Nations Conference on Trade and Development/ UNCTAD) verilerine göre, 2022 yılı itibarıyla yaratıcı mal ve hizmetlerin toplam ihracat değeri 2 trilyon 113 milyar Amerikan dolarına ulaşmıştır. Yaratıcı hizmet ihracatı, yaratıcı mal ihracatının yaklaşık iki katıdır. Özellikle, yazılım ve AR-GE gibi yaratıcı hizmetlerin ihracatında görülen kayda değer artışın yanı sıra dijital yaratıcı içeriğin, kitaplar, filmler, müzik ve video oyunları gibi fiziksel ürünlerin yerini giderek daha fazla alması son yıllarda yaratıcı hizmet ihracatı ile yaratıcı mal ihracatı arasındaki farkın büyümesine neden olmuştur (UNCTAD, 2024a: 37).

Kültürel ve yaratıcı endüstriler, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızlı bir gelişim göstermektedir. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (World Intellectual Property Organization/WIPO) verilerine göre, Türkiye, dünya çapında en fazla film üreten 20 ekonomi arasındadır (WIPO, 2024). 2022 yılında, (pandemi sonrasında) film üretiminde yaşanan büyüme büyük ölçüde Hindistan, Japonya, Türkiye ve İspanya tarafından yönlendirilmiştir. Bunun yanı sıra Türkiye, “video oyunları” endüstrisinde de büyüme kaydeden, gelişmekte olan ülkeler arasında bulunmaktadır.

Küresel gelirleri 2023 yılı itibarıyla 227 milyar Amerikan dolarına ulaşan bu endüstrinin, Türkiye'de 2021 ile 2026 yılları arasında yıllık ortalama yüzde 24,1 oranında büyüyeceği tahmin edilmektedir. Türkiye'yi bu alanda yüzde 21,9 büyüme oranı ile Pakistan ve yüzde 18,3 büyüme oranı ile Hindistan takip etmektedir (PwC, 2022: 8).

Yaratıcı endüstrilerin küresel ekonomide gelir, istihdam ve dış ticaret açısından önemi dijital teknolojilerin etkisiyle hızla artmaktadır. Yapay zeka başta olmak üzere dijital teknolojiler; dijital yaratıcı içeriklerin fiziksel ürünlerin yerini giderek daha fazla almasına olanak sağlarken, dijital platformlar gibi yeni iş modelleri aracılığı ile bu içeriklerin küresel kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmıştır. Dijitalleşme sürecinin yaratıcı ekonomi üzerindeki genel etkisi ise maliyetlerin azalması, verimliliğin artması ve gelirlerin yükselmesi şeklinde olmuştur (Caramiaux vd., 2019: 27; UNCTAD, 2024a: 54). Uluslararası Yazarlar ve Besteciler Dernekleri Konfederasyonu (Confédération Internationale des Sociétés d'Auteurs et Compositeurs/CISAC) tarafından yayımlanan son rapora göre; müzik, görsel-işitsel eserler, görsel sanatlar, edebiyat ve tiyatro gibi alanları kapsayan küresel telif hakları ödemeleri 2022 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 26,7 oranında artarak 13 milyar 400 milyon Amerikan dolarına ulaşmıştır. Bu kapsamda, dijital platformlar ilk kez yaratıcı iş gücü için telif hakları ödemelerinin en büyük kaynağı haline gelmiş ve toplam ödemelerin yüzde 35'ini oluşturmuştur. Bu gelişmede, aboneliğe dayalı akış hizmetlerinin sürekli büyümesi rol oynamıştır (CISAC, 2023; UNCTAD, 2024a: 6).

Günümüzde kurumsal yatırım değeri 189 milyar Amerikan dolarına ulaşan yapay zeka teknolojilerinin, yaratıcı ekonomi üzerindeki etkileri giderek daha fazla araştırmanın konusu olmaktadır (OECD, 2022: 16; EC, 2022: 12; EC, 2024: 1; UNCTAD, 2024b: 19). Yeni araştırmalarda, bu teknolojilerin yaratıcı endüstrilerin değer zincirinde neden olduğu dönüşüm ve aynı zamanda iş gücü üzerine etkileri analiz

5 “Yaratıcı endüstri” ve “kültür endüstrisi” kavramlarının standart bir tanımı bulunmamaktadır. Ulusal düzeyde farklı tanımların kullanılması ve farklı istatistiklerin üretilmesi nedeniyle bu çalışmada, kavramların, referans kaynaktaki kullanım şekli değiştirilmemeye çalışılmıştır (OECD, 2022: 23; GIZ, 2024: 6)

edilmektedir. Yapay zekanın yaratıcı süreçlerde ve karar alma aşamalarında kullanılmasının bir sonucu olarak, bazı mesleklerin ortadan kalkması veya bazı işlerin doğasının değişmesi beklenmektedir. Ancak, yapay zeka uygulamaları genellikle belirli görevlerle sınırlıdır ve bu görevlerin yerine getirilmesi için arka planda binlerce insan çalışmaktadır. Bu bağlamda, ilgili çalışmalarda yapay zekanın bir yaratıcı araç olarak kullanım potansiyeli ile kendi başına bir yaratıcı olma yeteneği arasında belirgin bir ayrım bulunduğu vurgulanmaktadır. Yaratıcı endüstriler bağlamında, yapay zekadan maksimum fayda sağlanabilmesi için bu teknolojinin insan yaratıcılığını ikame etmeye değil, tamamlamaya yönelik bir yaklaşımla ele alınması gerektiği belirtilmektedir (Chow, 2020; Anantrasirichai ve Bull, 2022; OECD, 2022: 11; EC, 2022: 12).

Yapay zekanın insan emeğini tamamlayıcı etkisi, yaratıcılık ve eleştirel düşünme gibi yüksek düzeyde bilişsel beceri gerektiren işlerde daha düşük otomasyon riski ve daha çok yeni iş ve görev fırsatı anlamına gelmektedir. Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü (Organization for Economic Co-operation and Development/OECD) tahminlerine göre, yaratıcı işlerin yüzde 10’u otomasyon nedeniyle yüksek risk altındayken, bu oran ekonominin geneli için yüzde 14’tür (Vincent-Lancrin vd., 2019; OECD, 2022: 15). Bu nedenle yaratıcı ekonomi geleceğin iş gücü piyasalarında yer alacak gençler için, gerekli becerilere sahip olmaları durumunda, en fazla istihdam fırsatı sunabilecek alanlardan biri olarak kabul edilmektedir. Diğer öne çıkan alanlar arasında yeşil ve mavi ekonomi, dijital ekonomi ve bakım ekonomisi yer almaktadır. Ancak, bu ekonomilerin yükselişinde etkili olan küresel eğilimlerin, hemen her ülkeyi etkileyen genç işsizliği sorununu daha da derinleştirmemesi, kapsamlı politikaların uygulanması ile mümkün olacaktır.

Bu makale, son yıllarda yaratıcı ekonomiyi giderek daha fazla öne çıkaran gelişmeleri özetlemeyi ve bu çerçevede Türkiye için bir değerlendirme sunmayı amaçlamaktadır. Makalenin ilk bölümünde, üretim yapılarını ve iş gücü piyasalarını yeniden biçimlendiren küresel eğilimlere yer verilmiştir. İkinci bölümde, yaratıcı ekonominin özellikle genç

iş gücü açısından artan önemi vurgulanmış; bu bağlamda, yaratıcı endüstrilere ilişkin literatürde sıklıkla kullanılan, büyük ölçüde dijital dönüşümün etkisiyle yenilenen tanım, sınıflama ve politikalar ele alınmıştır. Makalenin üçüncü bölümünde, Türkiye’deki yaratıcı ekonomi ile ilgili olarak ulaşılabilen en güncel veriler analiz edilmiştir. Son bölümde ise yaratıcı endüstrilerin Türkiye ekonomisi için itici bir güç olma potansiyeline ilişkin önerilere yer verilmiştir.

1. Küresel Eğilimler ve Bu Eğilimlerin Genç

İş Gücü Açısından Önemi

Son dört yılda Dünya, COVID-19 pandemisi, iklim değişikliğinin yol açtığı doğal felaketler ve artan sayıda savaşlar gibi şoklarla derinden sarsılmıştır. Bu gelişmelerin bir arada ve birbirine bağlı etkiler ile ortaya çıkması, “küresel çoklu kriz” olarak tanımlanmaktadır. Bu krizin ayırt edici özelliği, her bir şokun diğerleriyle etkileşime geçmesi ve bu etkileşim sonucunda ortaya çıkan toplam etkinin, her bir şokun tekil etkilerinin toplamından daha büyük olmasıdır. Çoklu krizlere paralel olarak gerçekleşen diğer bir gelişme ise mega eğilimlerdir. Küresel ölçekte etkileri yıllarca süren; sanayileşme sürecinin sosyal, ekonomik ve siyasi alanlarını derinden etkileyen bu eğilimler dört başlık altında özetlenmektedir (UNIDO, 2024: 24, 26).

- **Enerji Dönüşümü:** İklim değişikliğinin tetiklediği ekolojik kriz, yeşil ekonomilere geçişi kaçınılmaz bir öncelik haline getirmiştir. Enerji sistemlerinin karbondan arındırılması, yeşil ekonominin merkezinde yer almakta ve ekonominin farklı sektörlerinde yapısal ve teknolojik değişimleri zorunlu kılmaktadır. Tahminlere göre, 2028 yılına kadar yenilenebilir enerji kaynakları küresel elektrik üretiminin yüzde 42’sinden fazlasını oluşturacak ve rüzgar enerjisi ile fotovoltaik (PV) güneş enerji sistemlerinin payı iki katına çıkarak yüzde 25’e ulaşacaktır (UNIDO, 2024: 27).

- **Dördüncü Sanayi Devrimi:** Bu dönüşüm, gelişmiş dijital üretim teknolojileri, nanoteknoloji, biyoteknoloji ve yeni geliştirilmiş malzemeler gibi

hızla gelişen teknoloji kümeleri ile bu teknolojilerin birbiriyle giderek artan etkileşimleri üzerine inşa edilmektedir. “Gelişmiş dijital üretim teknolojileri” kavramı; gelişmiş robotlar ve 3D yazıcılar gibi donanımları, büyük veri analitiği, bulut bilişim ve yapay zeka gibi yazılımları ve nesnelerin interneti (IoT) gibi bağlantı teknolojilerini bir araya getiren çözümleri kapsamaktadır (UNIDO, 2024: 28). Bu yeni teknolojilerin pazar büyüklüğünün 2025 yılı itibarıyla 3 trilyon Amerikan dolarını aşacağı öngörülmektedir (UNIDO, 2022: 108). Aynı zamanda, bu teknolojilerin yeşil dönüşüm sürecindeki önemli rolü, daha dijital ve düşük karbonlu ekonomilere geçiş süreçlerinin birbirine paralel ilerlemesine yol açmış ve bu bağlamda “yeşil ve dijital dönüşüm” veya “ikiz dönüşüm” kavramlarının öne çıkmasını sağlamıştır (Muench vd., 2022: 7).

- **Küresel Üretim ve Ticaretin Yeniden Yapılanması:** Son yirmi yılda ülkeler ve bölgeler arasındaki ekonomik güç dengelerinde önemli değişimler yaşanmıştır. Bu dönemde Asya, küresel ekonominin önemli bir kutbu haline gelmiş ve dünya GSYİH’sindeki payı son 20 yılda üç kat artarak yaklaşık yüzde 30 seviyesine ulaşmıştır. Bu süreçte, Çin’in bilgiye dayalı ve yüksek gelirli bir ekonomiye geçişine yönelik yapısal dönüşümü, küresel ticaret akışlarının ve değer zincirlerinin yeniden şekillenmesine yol açmıştır. Bunun yanı sıra, son yıllarda küreselleşme sürecinde görülen yavaşlama, “slowbolization” olarak da adlandırılan bir olgu haline gelmiştir (UNIDO, 2024: 29).

- **Demografik Dönüşüm:** Dünya Sağlık Örgütüne (World Health Organization/WHO) göre, 2030 yılına kadar 60 yaş üstü nüfus oranının yüzde 40 artması ve bakım hizmeti alan kişi sayısının ise 2 milyar 300 milyona ulaşması beklenmektedir (WHO, 2024). Nüfusun yaşlanma sürecinin, bakım sistemlerine yönelik yatırım ve istihdam ihtiyacını artıracığı; aynı zamanda emeklilik, sağlık hizmetleri ve uzun süreli bakım hizmetleri finansmanı üzerinde önemli bir baskı oluşturacağı düşünülmektedir. Her ne kadar nüfusun yaşlanması yüksek gelirli ülkelerde başlamış olsa da 2050 yılında 60 yaş üstü nüfusun üçte ikisinin düşük ve orta gelirli ülkelerde yaşıyor olacağı tahmin edilmektedir (WEF, 2024: 8; WHO, 2024).

Üretim yapılarında ve iş gücü piyasalarında derin bir yapısal dönüşüme yol açan, etkileri ülkeden ülkeye farklılık gösteren bu küresel mega eğilimler, sanayinin gelişimi açısından önemli sonuçlar doğurmaktadır. Bu nedenle bugün birçok ülke sanayileşme politikalarını yeniden tasarlamaktadır. Yeniden şekillendirilen bu politikalarda, genç nüfus ile ilgili alanlara öncelikli olarak yer verilmekte ve dönüşüm süreçlerinin gençler için bir tehdit olmaktan ziyade yeni fırsatlar yaratması hedeflenmektedir. Üretim yapılarının yeni teknolojilere dayalı dönüşüm sürecinde yeni işler ortaya çıkarken, bazı işler önemli değişimlere uğrayacak ve bazıları ise zamanla tamamen ortadan kalkacaktır. Bu değişim sürecinden en çok etkilenecek grup olan genç nüfusun, geleceğin iş gücü piyasalarında *insana yakışır işlerde* (decent work) istihdam edilebilmeleri yeni ve/veya yenilenen eğitim ve mesleki eğitim programları ile gerekli becerileri edinmelerine bağlıdır. Bu kapsamda geliştirilecek politikalar; gençler açısından küresel düzeyde derinleşmekte olan işsizlik, eğitim ve yoksulluk gibi sorunların daha da derinleşmesini önleyecektir.

Uluslararası Çalışma Örgütü’nün (International Labour Organization/ILO) verilerine göre, 2023 yılında dünya genelinde 15-24 yaş arası genç işsiz sayısı 64 milyon 900 bine ulaşmıştır. Aynı yıl yüzde 13,3 olan küresel genç işsizlik oranı, yüzde 3,9 olan yetişkin işsizlik oranının neredeyse 3,5 katıdır. Ancak işsizlik oranı, gençlerin iş yaşamındaki başarı durumunu değerlendirmek için tek başına yeterli bir gösterge değildir. 2023 yılı itibarıyla dünyada 15-24 yaş arasındaki genç nüfusun yüzde 20,4’ü, diğer bir ifadeyle her beş gençten biri, ne istihdamda ne eğitimde ne de mesleki eğitimde (Not in Education, Employment, or Training/NEET) yer almamıştır. Bu oran, yaklaşık üçte ikisi kadınlardan oluşan 256 milyon genç bir nüfusa karşılık gelmektedir. Gençlerin iş gücü piyasasından dışlanmasına ilişkin çok daha geniş bir resim sunan ve insan sermayesinin gelişiminde kaçırılan önemli fırsatlara işaret eden NEET oranı, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi’nde gençlerle ilgili hedeflerden biri olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte, genç iş gücünün yetişkin iş gücüne kıyasla aşırı yoksulluk içinde yaşama olasılığı iki kat daha fazladır. Ayrıca gençlerin

kayıt dışı istihdam edilme oranı da dikkat çekici biçimde yüksektir. 2023 yılı itibarıyla, gençlerin kayıt dışı istihdam oranı yüzde 78 iken, bu oran yetişkinler için yüzde 58 düzeyindedir (ILO, 2022: 2-6; ILO, 2024: 3-53).

ILO, günümüzde ve gelecekte gençler için istihdam, gelir ve aynı zamanda yeni ve “insana yakışır iş” yaratma potansiyeline sahip beş temel alanı; *yeşil ekonomi, mavi ekonomi, bakım ekonomisi, dijital ekonomi ve yaratıcı ekonomi* olarak gruplandırmıştır.

Yeşil ekonomilere geçişin, 15-29 yaş arası gençler için 2030 yılı itibarıyla 8 milyon 400 bin ek iş yaratacağı tahmin edilmektedir. Sürdürülebilirlik uzmanlığı, yenilenebilir enerji mühendisliği, güneş enerjisi kurulum ve sistem mühendisliği en hızla büyüyen yeşil işler grubunda yer almaktadır (WEF, 2023: 6). *Mavi ekonomi* alanında ise açık deniz enerjisi, deniz tabanı madenciliği ve deniz biyoteknolojisi gibi yeni gelişen endüstrilerin daha nitelikli genç iş gücüne olan ihtiyacı artıracığı öngörülmektedir. Halihazırda, balıkçılık, su ürünleri yetiştiriciliği ve su taşımacılığı sektörleri, toplam dünya istihdamının yaklaşık yüzde 13’ünü genç iş gücüyle karşılamaktadır (ILO, 2022: 81,97). Bireylerin ve ailelerin sağlık, refah ve sosyal alanlarda desteklenmesine yönelik çok çeşitli faaliyetleri kapsayan *bakım ekonomisi*, yapılacak yeni yatırımlarla 2030 yılına kadar gençler için 17 milyon 900 bin yeni iş yaratacaktır. Genç istihdamına yönelik olumlu etkilerin daha çok, düşük gelir (4 milyon 200 bin) ve özellikle de alt-orta gelir grubundaki (9 milyon 700 bin) ülkelerde yoğunlaşacağı tahmin edilmektedir (ILO ve OECD, 2022: 2). Genç iş gücü açısından diğer önemli alan olan *dijital ekonomi* ise daha yüksek beceri gerektiren birçok yeni işin ortaya çıkmasını sağlamıştır. OECD ülkelerinde, yeni işlerin yüzde 40’ı teknoloji yoğun sektörlerde yer almakta olup yapay zeka ve makine öğrenimi uzmanlığı en hızlı büyüyen dijital işler grubundadır (ILO ve OECD, 2022: 2; ILO, 2023: 38; WEF, 2023: 6).

Yaratıcı ekonomi gençlere mimarlık, tasarım, yazılım, görsel ve sahne sanatları, yazarlık ve video oyunları gibi birçok farklı alanda istihdam fırsatları

sunmaktadır. Dijital dönüşüm süreci ve COVID-19 pandemisi, yaratıcı ekonomide gençlerin çalışma biçimlerini dönüştürerek dijital platformlara geçişi hızlandırmış, iş bulma fırsatlarının ve iş ortamlarının dijital alanlarda yoğunlaşmasına yol açmıştır. 2020 yılı verilerine göre, yaratıcı ekonomide 15-29 yaş arası genç iş gücünün istihdam oranı yüzde 2,2 ile 30 yaş ve üzerindeki yetişkinlere kıyasla daha yüksektir. Bununla birlikte, yaratıcı ekonomi toplam istihdamının yüzde 25’i genç iş gücünden oluşmaktadır⁶. Genellikle serbest çalışma (freelance) modelini tercih eden genç iş gücünün eğitim ve beceri seviyesi genel iş gücüne göre oldukça yüksektir. Yaratıcı endüstrilerde çoğunluğu oluşturan mikro ölçekli işletmeler ile serbest çalışanlar, geçici düzenlemeler yoluyla iş birliği yapmaya eğilimlidir (ILO, 2022: 4).

Günümüzde birçok ülkede, hızla gelişen yaratıcı ekonominin sunduğu istihdam fırsatlarından bireylerin, özellikle de gençlerin faydalanabilmesi için çeşitli politikalar uygulanmaktadır. Bu çerçevede, iş gücünün ihtiyaç duyduğu beceriler belirlenmekte ve bu alanlardaki açıkların kapatılmasına yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Kültürel ve yaratıcı endüstrilerde gerekli olan beceriler, üç ana başlık altında sınıflandırılabilir (Vincent-Lancrin vd., 2019).

Teknik, yaratıcı ve sanatsal beceriler; sanatsal yaratıcılığın yanı sıra teknik bilgi ve uygulama becerilerini kapsar. Sahne ve aydınlatma tasarımı gibi etkinliklerde görsel estetik ve atmosfer oluşturulmasını gerektiren süreçler ile müzik ve sesli prodüksiyon alanında kaliteli ses elde edilmesini sağlayan ses mühendisliği bu becerilere örnek olarak verilebilir.

Sosyal (soft) beceriler; uyumlu bir şekilde birlikte çalışmayı ve grup dinamiklerini etkin bir şekilde yönetmeyi gerektiren “takım çalışması”, iş ortamında düşüncelerin, fikirlerin ve bilgilerin açık ve etkili bir şekilde iletilmesini ifade eden “iletişim becerisi” ve karşılaşılan sorunları tanımlama, analiz etme ve çözüm geliştirme süreçlerini kapsayan “problem çözme becerisi” gibi unsurları içermektedir.

6 Yaratıcı istihdam kavramı; yaratıcı endüstrilerde çalışan iş gücü ile bu endüstrilerin dışında çalışan yaratıcı iş gücünü kapsamaktadır.

Liderlik ve girişimcilik becerileri; fon sağlama, iş planı tasarlama, pazarlama stratejisi geliştirme, proje yönetimi, ağ oluşturma ve çeşitli finansal kurumlarla müzakere gibi oldukça geniş bir alanı kapsar. Bu beceriler yaratıcı işletmeler ve özellikle de serbest çalışan profesyoneller için çok önemlidir. Kendi işlerini kuran ve yöneten bu profesyonellerin, yaratıcılıklarından gelir elde edebilmeleri ve bunu istikrarlı bir şekilde sürdürebilmeleri, sahip oldukları girişimcilik becerileri ile mümkün olur.

2. Yaratıcı Endüstriler

Yaratıcı ekonomi ve yaratıcı endüstriler kavramları, hızla değişen küresel dinamikler ve dijitalleşme gibi mega eğilimlerin etkisiyle sürekli olarak gelişim göstermektedir. Bu eğilimler, yeni yaratıcı ürünlerin ortaya çıkmasına ve mevcut olanların önemli ölçüde değişmesine neden olmuştur. Bu nedenle, yaratıcı endüstrilerin ekonomik boyutlarını daha iyi tanımlamak amacıyla yeni istatistiksel sınıflamalar geliştirilmiştir. Aşağıdaki tabloda (Tablo 1), en yaygın kullanılan tanım ve sınıflamalara yer verilmiştir.

Tablo 1: Farklı Uluslararası ve Bölgesel Kuruluşlar Tarafından Kullanılan Kültürel ve Yaratıcı Sektör Sınıflamaları
(Kaynak: UNCTAD, 2024c: 6)

Kuruluş	Sınıflama	Kapsam	Kapsanan Endüstriler
AB (kültürel ve yaratıcı sektörler) (2022 önerisi)	NACE ^a	NACE 4 düzeyinde 25 kültürel ve yaratıcı sektör	Çekirdek kültürel: kültürel eğitim, müzeler ve öğrenme yerleri, kütüphane ve arşivcilik, görsel sanatlar ve yazarlık, sahne sanatları Kültürel: Radyo ve TV, müzik kayıt, görsel-işitsel, kitap ve yayıncılık, kültür imalatı, basım (sanatsal zanaat) Yaratıcı: Reklamcılık, tasarım, mimarlık, video oyunları
UNCTAD (yaratıcı ekonomi)	ISIC ^b Rev. 5	ISIC 4 düzeyinde 54 endüstri Bazı yaratıcı ürünlerin üretimine katkıda bulunan 21 ek endüstri	Yaratıcı Endüstriler: Reklamcılık ve pazarlama; mimarlık; görsel-işitsel, multimedya ve fotoğrafçılık; kitap ve yayıncılık; kültürel ve doğal miras; ürün, grafik, moda tasarımı, el sanatları ve tasarım; müzik, performans ve görsel sanatlar; yazılım, video oyunları, bilgisayar ve web hizmetleri, AR-GE
UNESCO (kültürel endüstriler)	ISIC Rev. 4 ve CPC ^c Rev. 2	ISIC 4 düzeyinde 27 (kültürel üretken faaliyetler)	Ana kültürel alanlar: a) Kültürel ve doğal miras, b) Performans ve kutlama, c) Görsel sanatlar ve el sanatları, d) Kitap ve yayıncılık, e) Görsel-işitsel ve interaktif medya, f) Tasarım ve yaratıcı hizmetler İlgili alanlar: g) Turizm, h) Spor ve rekreasyon
Birleşik Krallık	SIC ^d	9 ana ve 3 alt kategori (yaratıcı, kültürel ve dijital sektörler ayrı ayrı tanımlanmıştır)	Reklamcılık ve pazarlama; mimari; el sanatları; tasarım ve moda tasarımı; film, TV, video, radyo ve fotoğrafçılık; IT (bilişim), yazılım ve bilgisayar hizmetleri; yayıncılık; müzeler, galeriler ve kütüphaneler; müzik, sahne sanatları ve görsel sanatlar

^a Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması (Statistical Classification of Economic Activities in the European Community/NACE)

^b Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması (International Standard Industrial Classification/ISIC)

^c Merkezi Ürün Sınıflandırması (Central Product Classification/CPC)

^d Standart Endüstriyel Sınıflandırma (Standard Industrial Classification/SIC)

Birleşik Krallık Kültür, Medya ve Spor Bölümü (Department for Culture, Media and Sport/DCMS), ekonomik faaliyetleri sınıflandırırken Standart Endüstriyel Sınıflandırma (Standard Industrial Classification/SIC) sistemini dikkate almaktadır (DCMS, 2014). Türkiye’de ise ekonomik faaliyetlerin sınıflandırılmasında, Avrupa Birliği (AB) ile uyumlu olarak Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması (Statistical Classification of Economic Activities in the European Community/NACE) kullanılmaktadır. Bu iki sınıflama yöntemi hem ana endüstri gruplarının tanımlarında hem de alt endüstri (dört basamak düzeyinde) tanımlarında birbirleri ile tam uyumludur. Bu nedenle DCMS’nin (2014) SIC sınıflamasına göre belirlediği yaratıcı endüstriler, bu çalışmada Türkiye için NACE sınıflaması olarak ifade edilmiştir. NACE sınıflamasına göre yaratıcı ekonomiyi oluşturan endüstriler 9 ana endüstri grubundan ve 31 alt endüstriden oluşmaktadır (İZKA, 2021: 14).

Yaratıcı endüstrilerin veya yaratıcı ekonominin tanımlanması ve sınıflandırılması konusunda küresel düzeyde bir görüş birliği sağlanmamış olmakla birlikte, bu alanda Birleşmiş Milletler, Birleşik Krallık ve Avrupa Birliği raporlarının tanımları öne çıkmaktadır:

Birleşmiş Milletler (UNCTAD/UNESCO/UNDP): UNCTAD, 2004 yılından bu yana yaratıcı ekonominin kalkınma gündeminde öne çıkmasını etkin bir şekilde desteklemekte ve yaratıcı ekonomi programı aracılığıyla, yaratıcı endüstrilerin dinamiklerine ve uluslararası ticaret eğilimlerine odaklanan analizler yapmaktadır. UNCTAD’ın tanımına göre yaratıcı ekonomi; ekonomik büyüme ve kalkınma potansiyeli taşıyan yaratıcı varlıklara dayanan, ekonomik büyümeyi teşvik eden, istihdam yaratımını destekleyen, sosyal kapsayıcılığı ve kültürel çeşitliliği teşvik eden, ekonomik, kültürel ve sosyal unsurlar ile teknoloji ve fikri mülkiyeti entegre eden dinamik ve gelişen bir kavramdır (UNCTAD, 2024a: 111).

2008 ve 2010 yıllarında yayımlanan UNCTAD ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (United Nations Development Program/UNDP) “yaratıcı ekonomi” raporları, yaratıcı ekonominin özellikle uluslararası ticaretteki artan payını ve daha

kapsamlı bir sosyokültürel gelişmenin itici gücü olduğunu vurgulayan önemli kaynaklar olarak öne çıkmıştır. Özellikle 2010 Yaratıcı Ekonomi Raporu, yaratıcılığın yeterince desteklendiğinde kültürü beslediğini; insan odaklı gelişimi teşvik ettiğini; iş yaratma, yenilikçilik ve ticaret için temel bir bileşen olduğunu ve aynı zamanda sosyal katılım, kültürel çeşitlilik ve çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunduğunu vurgulamıştır. Bu raporlarda yaratıcı endüstriler; kültürel miras, sanat, medya ve fonksiyonel yaratıcılık olmak üzere dört ana grup altında sınıflandırılmıştır. 2013 yılında yayımlanan Yaratıcı Ekonomi Raporu’nda kültürel ve yaratıcı endüstrilerin değer yaratarak büyümeyi desteklediği, yeni fikirlerin ve teknolojilerin ortaya çıkışını teşvik ederek ekonominin yenilik sisteminde anahtar bir unsur olduğu vurgulanmıştır. UNCTAD’ın yaratıcı ekonomiye ilişkin 2024 Yaratıcı Ekonomi Raporu’nda ise dijitalleşmenin yaratıcı ekonominin kritik önemde itici gücü olduğu vurgulanarak, özellikle yapay zekanın yaratıcı endüstrilerin dönüşümündeki rolü analiz edilmiştir. Raporda ayrıca kapsayıcılık ve çevresel sürdürülebilirlik açısından yaratıcı ekonominin sunduğu fırsatlara yer verilmiştir (UNCTAD ve UNESCO, 2013: 2; UNCTAD, 2024a: 98).

UNCTAD yaratıcı mal ve hizmetlerin uluslararası ticaretinde 2008 yılında belirlediği sınıflama sistemini, yaratıcı mal ve hizmetlerin değişen doğası nedeniyle güncelleme gereği duymuştur. Örneğin bazı el sanatları ve tasarım ürünleri, süreç içinde kitlesel olarak üretilen ürünler haline gelmiş ve «yaratıcı» nitelikleri sorgulanır olmuştur. Bu doğrultuda, 2021 yılında yaratıcı ekonomi üzerine bir çalışma grubu oluşturulmuş ve uluslararası ticaret istatistiklerinde kullanılan yaratıcı ürün listesi güncellenmiştir (UNCTAD, 2024c: 14). UNCTAD verilerine göre yaratıcı endüstriler hem hizmet hem de mal gruplarında uluslararası ticarete önemli katkı sağlamaktadır. Yaratıcı hizmet ihracatı, 2022 yılında yüzde 2,9 artışla 1 trilyon 400 milyar Amerikan doları seviyesine ulaşarak rekor bir düzey kaydetmiştir. Toplam yaratıcı hizmet ihracatında, yazılım hizmetleri yüzde 41,3; araştırma ve geliştirme hizmetleri ise yüzde 30,7 pay ile öne çıkmaktadır. Gelişmiş ülkeler, yaratıcı hizmet ihracatında büyük bir

ağırlığa sahiptir. Küresel bilgi hizmetleri ihracatının yüzde 93'ünü, AR-GE ihracatının yüzde 91'ini ve görsel-işitsel hizmetlerin yüzde 88'ini İrlanda ve Birleşik Krallık'ın (UK) başı çektiği gelişmiş ülkeler gerçekleştirmiştir. Gelişen ekonomiler içinde ise Çin, yaratıcı hizmet dünya ihracatında yüzde 15,9 pay ile ilk sırada yer almaktadır. Türkiye, bu grupta yüzde 2,3 pay ile beşinci sırada yer almaktadır (UNCTAD, 2024a: 30). Türkiye'de yaratıcı mal ihracatının toplam değeri, 2022 yılında 713 milyar Amerikan dolarına ulaşmıştır. Aynı yıl 250 milyar Amerikan doları değerinde yaratıcı mal ihraç eden Çin, dünya ihracatının yüzde 35'ini tek başına gerçekleştirmiştir. Dünya toplam yaratıcı mal ihracatının yüzde 75,6'sı el sanatları ve tasarım ürünlerinden oluşmaktadır. Türkiye'nin en önemli ihraç ürünleri mücevherat ve halıdır (UNCTAD, 2024a: 28).

Birleşik Krallık (Kültür, Medya ve Spor Bölümü- Department for Culture, Media and Sport/DCMS): İngiltere hükümeti yaratıcı endüstrilerin tanımı, sınıflaması, ekonomiye olan katkılarının analiz edilmesi ve gelişmelerine yönelik politikaların tasarlanması amacıyla 1997 yılında DCMS'yi kurmuştur⁷. DCMS, yaratıcı endüstrileri, “özünde bireysel yaratıcılık, beceri ve yeteneğin olduğu, fikri mülkiyetin oluşturulması ve kullanılması yoluyla servet ve istihdam yaratma potansiyeli olan endüstriler” olarak tanımlamaktadır. Bu endüstriler 9 ana grup ve 31 alt grup altında sınıflandırılmıştır. DCMS yaratıcı, kültür ve dijital endüstrileri ayrı ayrı tanımlamakta ve sınıflandırmaktadır (İZKA, 2021: 14; DCMS, 2022). DCMS verilerine göre yaratıcı endüstriler 2021 yılında 108 milyar İngiliz sterlini tutarında ekonomik değer yaratmıştır. Bu değer içerisinde bilişim teknolojisi (Information Technology/IT), yazılım ve bilgisayar hizmetleri, reklamcılık ve pazarlama, film, televizyon (TV), radyo ve fotoğrafçılık gibi sektörler en büyük paya sahiptir. Aynı yıl yaratıcı endüstriler 2 milyon 300 bin kişiye istihdam olanağı sağlamıştır (DCMS, 2023: 3).

İngiltere Hükümeti, 2023 yılında yaratıcı endüstrileri, ekonomik büyümenin beş öncelikli sektöründen biri olarak belirlemiş ve “Yaratıcı Endüstriler Sektör Vizyonu” adlı bir strateji geliştirmiştir. 2030 yılı hedeflerini içeren bu vizyon, DCMS tarafından “Yaratıcı Endüstriler Konseyi (Creative Industries Council/CIC)” iş birliğiyle hazırlanmıştır. Vizyonun üç temel hedefi bulunmaktadır (DCMS, 2023: 6). Bunlardan ilki, Birleşik Krallık genelinde oluşturulacak yaratıcı kümelerle brüt katma değere 50 milyar İngiliz sterlini değerinde katkı sağlamaktır. Bu amaçla, “yenilik”, “yatırım” ve “dış ticaret” alanlarında özel hedefler belirlenmiştir. İkinci hedef, yüksek nitelikli, üretken ve kapsayıcı bir iş gücü oluşturarak Birleşik Krallık genelinde 1 milyondan fazla istihdam yaratmaktır. Bu kapsamda, “eğitim”, “beceri” ve “iş kalitesi” alanlarında ayrıntılı alt hedefler açıklanmıştır. Üçüncü hedef ise yaratıcı endüstrilerin bireysel ve toplumsal düzeyde çevre üzerindeki olumlu etkisini ve Birleşik Krallık'ın küresel duruşunu güçlendirmektir. Bu çerçevede “refah”, “çevre” ve “yumuşak güç” (soft-power) ekseninde stratejik amaçlar belirlenmiştir.

Avrupa Birliği (AB): AB, kültürel ve yaratıcı endüstrileri (Cultural and Creative Industries/ CCI), “kültürel değerler, kültürel çeşitlilik, bireysel ya da kolektif yaratıcılık, beceri ve yeteneğe dayanan; başta fikri mülkiyet yoluyla olmak üzere sosyal ve ekonomik değerler aracılığıyla yenilik, servet ve iş yaratma potansiyeline sahip endüstriler” olarak tanımlanmaktadır (Domenech ve Rausell-Köster, 2018'den aktaran İZKA, 2021: 12). Avrupa İstatistik Ofisi (European Statistical Office/Eurostat) verilerine göre, 2022 yılında kültürel ve yaratıcı endüstrilerde 7 milyon 700 bin kişi istihdam edilmiş olup bu değer toplam istihdamın yüzde 3,8'ini oluşturmaktadır. 2021-2027 yılları için hazırlanan ve bütçesi 2 milyar 440 milyon avro olarak belirlenen Yaratıcı Avrupa Programı'nın hedefleri; Avrupa'nın kültürel ve dilsel

7 Bölümün adı 2017 yılında, “Dijital, Kültür, Medya ve Spor Bölümü” olarak değiştirilmiştir. Bu değişiklik, bölümün sorumluluk alanının dijital sektörleri kapsayacak şekilde genişletilmesi nedeniyle yapılmıştır (DCMS, 2017; İZKA, 2021: 12). En son olarak 2023 yılında yapılan değişiklik ile dijital sektör, bölümün sorumluluğu kapsamından çıkarılmış ve adı “Kültür, Medya ve Spor Bölümü” olarak değiştirilmiştir. Yaratıcı endüstriler bu bölümün sorumluluğunda kalırken dijital sektör yeni adıyla “Bilim, İnovasyon ve Teknoloji Bölümü”nün (Department for Science, Innovation and Technology/DSIT) sorumluluğuna geçmiştir. 2024 yılı Nisan ayından itibaren dijital sektöre ilişkin ekonomik tahminler bu bölüm tarafından yayımlanmaktadır.

çeşitliliğini ve kültürel mirasını korumak, geliştirmek ve tanıtmak; kültürel ve yaratıcı sektörlerin, özellikle de görsel-işitsel sektörün, rekabetçiliğini ve ekonomik potansiyelini artırmak olarak belirlenmiştir. Programın, kültürel ve yaratıcı sektörlerin daha kapsayıcı, daha dijital ve çevresel açıdan daha sürdürülebilir hale gelmesini destekleyeceği öngörülmektedir.

Ayrıca, 2021-2027 dönemi Dijital Avrupa Programı ile kültürel ve yaratıcı endüstrilerin dijital teknolojilere erişiminin artırılması ve bu teknolojilerin profesyonelce kullanımının geliştirilmesi desteklenmektedir. Bu program, kültürel ve yaratıcı sektörlerde yapay zekadan ileri düzey bilişime kadar en son dijital teknolojilere erişimi sağlamayı hedeflemektedir; aynı zamanda Avrupa’nın kültürel mirasını kullanarak kültürel çeşitliliği, sosyal uyumu ve Avrupa vatandaşlığını teşvik etmeyi amaçlamaktadır (EC, 2024: 34).

3. Türkiye’de Yaratıcı Endüstrilerin Mevcut

Durumu

Bu bölümde, Birleşik Krallık’ın yaratıcı ekonomi tanım ve sınıflamasına (Ek-1) göre Türkiye’deki yaratıcı endüstrilerin mevcut durumu incelenmiştir. Bu endüstriler ciro, üretim, katma değer, girişim ve istihdam başlıkları altında ele alınmıştır. Yaratıcı faaliyetler önce genel bir bakışla toplulaştırılmış; ardından sektör bazında detaylı analiz yapılmıştır. Bu çalışmada kullanılan “yaratıcı ekonomi” kavramı, yaratıcı endüstrilerin tamamını kapsayan bir çerçeve sunmaktadır.

2022 yılı itibarıyla Türkiye’de yaratıcı ekonomi faaliyetlerinde gerçekleştirilen toplam üretim değeri 26 milyon 386 bin Amerikan doları; toplam ciro ise 28 milyon 690 bin Amerikan doları olarak hesaplanmıştır. 2009-2022 yılları arasında Türkiye’deki yaratıcı endüstrilerin katma değeri 4 milyar Amerikan dolarından yaklaşık 8 milyar Amerikan dolarına yükselmiştir. Aynı dönemde, bu endüstrilerde istihdam edilen kişi ve girişim sayısı da yaklaşık iki katına çıkmıştır (Tablo 2).

Tablo 2: Türkiye’de Yaratıcı Ekonominin Genel Profili (NACE Rev.2), 2009 ve 2022 (Kaynak: TÜİK, 2022b)

	2009	2022
Ciro (Milyon \$)	24.571	28.690
Üretim (Milyon \$)	23.493	26.386
Katma Değer (Milyon \$)	4.019	7.944
İstihdam (Kişi)	178.515	370.701
Girişim Sayısı	55.900	110.083

Not: TÜİK’ten Türk lirası olarak alınan tüm değerler WDI veri tabanından alınan Amerikan doları / Türk lirası kuru üzerinden Amerikan dolarına çevrilmiştir.

Tablo 3’te Türkiye’de yaratıcı endüstrilerin *imalat, inşaat ve bilgi ve iletişim* sektörleriyle karşılaştırmalı verileri sunulmuştur. Mutlak rakamlar dikkate alındığında, yaratıcı endüstriler toplam ekonomik faaliyetler içinde görece küçük bir paya sahipmiş gibi görünse de nispi rakamlar bu endüstrilerdeki önemli potansiyele işaret etmektedir. *Ciro* açısından, yaratıcı endüstrilerin Türkiye’nin toplam cirosu içindeki payı yüzde 1,3 düzeyinde kalırken, üretimde bu oran

yüzde 2’ye yükselmektedir. İstihdamda yaratıcı endüstriler yüzde 1,2 oranında bir paya sahipken emek verimliliği 21.430 Amerikan doları ile Türkiye ortalaması olan 21.815 Amerikan doları seviyesine oldukça yakındır. Türkiye’de yaratıcı endüstriler ülkenin toplam katma değeri içindeki yüzde 2,3’lük payı ile imalat (yüzde 40,4) ve inşaat (yüzde 4,8) sektörlerinin gerisinde yer almaktadır.

İmalat ve inşaat sektörleri, Türkiye ekonomisi içerisinde toplam büyüklük açısından oldukça yüksek değerlere sahiptir. Bu nedenle mutlak rakamlarla değerlendirildiklerinde, ekonomideki payları diğer birçok endüstriye göre oldukça yüksek görünmektedir. Ancak, sektörler mutlak rakamlar

yerine nispi rakamlar üzerinden değerlendirildiğinde karşılaştırmalar daha tutarlı hale gelmektedir. Bu düşünceden hareketle endüstrilerin karşılaştırılmasında aşağıdaki oranı kullanmanın doğru bir yaklaşım olduğu değerlendirilmektedir:

Türkiye'nin toplam katma değeri içinde "A" endüstrisinin payı (yüzde)

Türkiye'nin toplam üretimi içinde "A" endüstrisinin payı (yüzde)

Bu oranın 1 (bir) değerini alması, ilgili endüstrinin Türkiye'nin toplam katma değeri içerisindeki payı ile Türkiye'nin toplam üretimi içerisindeki payının birbirine eşit olduğunu ifade etmektedir. Tablo 3'te yer alan söz konusu oranlar incelendiğinde, yaratıcı endüstrilerin 1,2'lik oran ile bilgi ve iletişim sektörünün (1,4) hemen ardından ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Buna karşın, imalat ve inşaat sektörlerinin değerlerinin 1'in altında kaldığı dikkat çekmektedir. Bu durum, inşaat ve imalat sektörlerinden farklı olarak, yaratıcı endüstrilerin, üretimdeki paylarının üzerinde bir katkıyı ülkenin

katma değerine sunduklarını göstermektedir. Ayrıca, yaratıcı endüstriler, katma değer üretimi açısından diğer sektörlerden belirgin bir şekilde ayrılmaktadır. Bu endüstrilerin yüzde 30,1 olan katma değer oranı (katma değer/üretim) Türkiye ortalamasının (yüzde 25,5) yaklaşık beş puan üzerindedir. Bu veri, yaratıcı endüstrilerin ürettikleri toplam değer önemli bir bölümünü katma değer olarak yansıttığını net bir şekilde ortaya koymaktadır. Tüm bu bulgular, yüksek katma değerli ürün üretme hedefi olan Türkiye ekonomisi için yaratıcı endüstrilerin stratejik bir öneme sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 3: Yaratıcı Endüstrilerin Diğer Endüstrilerle Karşılaştırılması (NACE Rev.2), 2022 (Kaynak: TÜİK, 2022a ve TÜİK, 2022b kullanılarak İZKA, 2021: 37'den uyarlanmıştır.)

	Yaratıcı Endüstriler (Toplam)	İmalat	İnşaat	Bilgi ve İletişim	Türkiye Ortalaması
Ciro					
Türkiye'nin Toplam Cirosu İçindeki Payı (%) ^a	1,3	29,3	4,9	1,2	
Üretim					
Türkiye'nin Toplam Üretimi İçindeki Payı (%) ^a	2	46,8	7,9	2	
Katma Değer					
Katma Değer Oranı (Katma Değer/Üretim) (%) ^a	30,1	22,1	15,6	36,0	25,5
Türkiye'nin Toplam Katma Değeri İçindeki Payı (%) ^{a,b}	2,3	40,4	4,8	2,8	
Türkiye'nin Toplam Katma Değeri İçindeki Payı / Türkiye'nin Toplam Üretimi İçindeki Payı (%) ^a	1,2	0,9	0,6	1,4	
İstihdam					
Emek Verimliliği (Amerikan doları)	21.430	29.379	10.764	34.215	21.815
Türkiye'nin Toplam İstihdamı İçindeki Payı (%)	1,2	15	5,0	0,9	
Türkiye'nin Toplam Girişim Sayısı İçindeki Payı (%) ^a	2,1	12,3	7,5	1,5	

Not: Katma değer oranı, ilgili endüstrinin katma değerinin üretimine oranlanmasıyla elde edilmiştir.

Emek verimliliği, katma değer / çalışan sayısına bölünmesi ile hesaplanmıştır. TÜİK verilerinden Türk lirası olarak hesaplanan emek verimliliği, WDI'dan elde edilen Amerikan doları / Türk lirası kuru üzerinden Amerikan dolarına çevrilmiştir.

^a Türkiye için toplam değer hesaplanırken sadece TÜİK'in yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinde yer alan endüstriler dikkate alınmış, veri setinde yer almayan endüstriler toplama dahil edilmemiştir.

^b Faktör maliyeti ile katma değer verisi kullanılarak hesaplama yapılmıştır.

Tablo 4’te yaratıcı ekonomiye konu olan tüm faaliyetler için detaylı verilere yer verilmiştir.

Tablo 4: Türkiye’de Yaratıcı Ekonominin Ayrıntılı Profili (NACE Rev.2), 2022 (Kaynak: TÜİK, 2022b kullanılarak İZKA, 2021: 40’dan uyarlanmıştır.)

NACE Rev.2 Kodu	Ciro (\$)	Katma Değer (\$)	Üretim Değeri (\$)	Katma Değer Oranı (yüzde)	Çalışan Sayısı	Emek Verimliliği (\$)	Girişim Sayısı
Reklam ve Pazarlama							
7021	104	37	103	35,8	3.143	11.702	792
7311	4.107	743	3.712	20,0	57.012	13.037	16.327
7312	1.649	230	1.754	13,1	7.425	31.027	1.123
Mimarlık							
7111	1.828	340	1.687	20,2	38.472	8.849	16.109
El Sanatları							
3212	4.424	401	4.231	9,5	28.407	14.120	6.111
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım							
7410	618	122	558	21,8	10.766	11.310	6.030
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf							
5911	1.423	373	1.422	26,2	15.214	24.536	3.602
5912	84	23	84	27,0	1.511	14.916	1.105
5913	97	24	95	25,0	477	49.770	108
5914	123	21	115	18,5	2.802	7.603	237
6010	40	14	41	33,9	1.128	12.233	726
6020	1.009	294	1.034	28,4	9.730	30.182	738
7420	188	46	176	26,4	8.761	5.290	10.874
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri							
5821	c	c	c		1.457		252
5829	138	c	116		1.576		221
6201	8.379	3.773	7.596	49,7	113.910	33.119	24.838
6202	3.065	1.033	2.396	43,1	35.163	29.375	5.719
Yayıncılık							
5811	624	122	526	23,2	6.701	18.223	1.575
5812	-	-	-		-		-
5813	260	72	252	28,4	9.856	7.258	1.247
5814	c	34	c		2.740	12.435	886
5819	78	8	75	10,4	917	8.493	503
7430	76	29	72	40,3	2.438	11.979	2.198
Müzeler, Galeriler ve Kütüphaneler							
9101	c	1	c		197	6.246	35
9102	12	3	c		401	7.199	40
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar							
5920	106	26	105	24,8	1.059	24.650	931
8552	26	7	25	27,1	2.523	2.659	1.126
9001	c	128	c		3.855	33.199	4.285
9002	210	41	191	21,3	2.530	16.068	1.376
9003	20	c	19		530		729
9004	c	c	c				240

Not: Katma değer oranı, ilgili endüstrinin katma değerinin üretimine oranlanmasıyla elde edilmiştir.

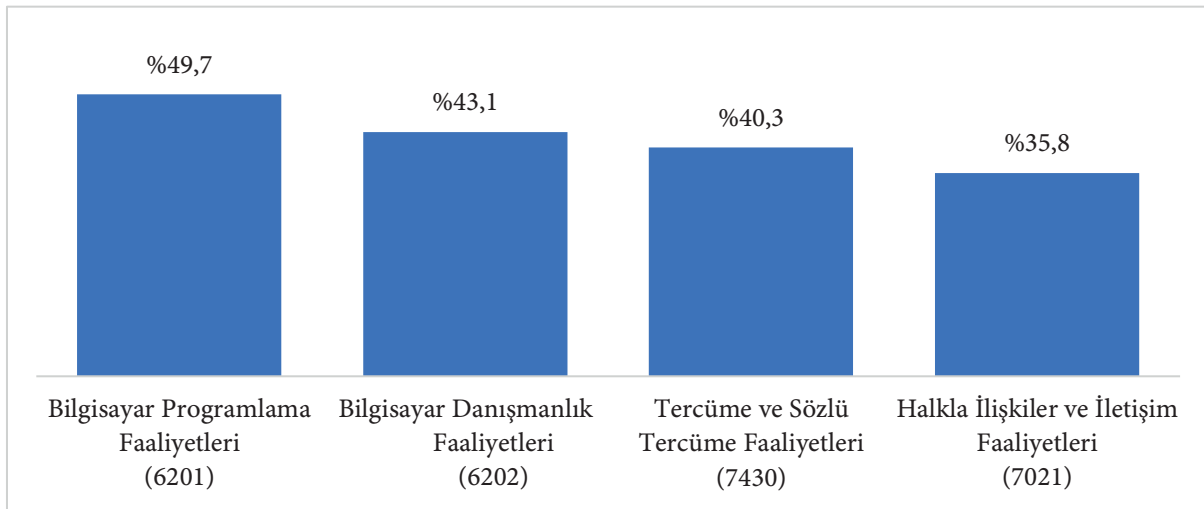
Emek verimliliği katma değer in çalışan sayısına bölünmesi ile hesaplanmıştır. Tüm değerler, WDI’den elde edilen Amerikan doları / Türk lirası kuru üzerinden Amerikan dolarına çevrilmiştir.

c - gizli veri veya açıklanmayan veriyi temsil etmektedir.

Yaratıcı endüstrilerin *ciro ve katma değer* performansı incelendiğinde, bilgisayar programlama faaliyetleri (6201 NACE kodu), bilgisayar danışmanlık faaliyetleri (6202 NACE kodu) ve reklam ajanslarının faaliyetleri (7311 NACE kodu) öne çıkmaktadır. Bilgisayar programlama faaliyetleri 8 milyar 379 milyon Amerikan doları ciro ve 3 milyar 773 milyon Amerikan doları katma değer yaratırken; reklam ajanslarının faaliyetleri 4 milyar 107 milyon Amerikan doları ciro ve 743 milyon Amerikan doları katma değer üretmiştir. Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı faaliyeti (3212 NACE kodu) 4 milyar 424 milyon Amerikan

doları ile en yüksek ikinci ciroya sahip olmasına rağmen, 401 milyon Amerikan doları katma değerle yukarıdaki faaliyetlere kıyasla düşük bir katma değer yaratabilmiştir.

Katma değer oranı (katma değer / üretim) açısından en yüksek performans, yüzde 49,7 oranıyla bilgisayar programlama faaliyetleri (6201 NACE kodu) ve yüzde 43,1'lik oranıyla bilgisayar danışmanlık faaliyetlerinde (6202 NACE kodu) gözlemlenmektedir. Buna karşın, mücevher ve benzeri eşyaların imalatı (3212 NACE kodu) alt sektörü ise yüzde 9,5 ile düşük bir katma değer oranına sahiptir (Şekil 1). Bu bulgular, yaratıcı endüstrilerde katma değer yaratma

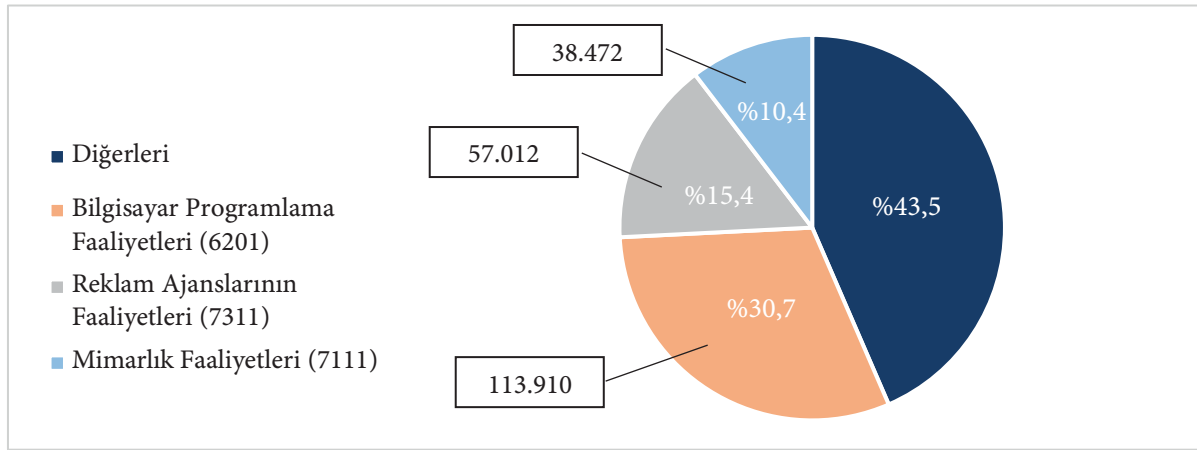


Şekil 1: Yaratıcı Endüstrilerde Katma Değer Oranı (yüzde)
(Kaynak: TÜİK, 2022b)

kapasitesinin sektörler arasında ciddi farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır.

İstihdam verileri incelendiğinde, bilgisayar programlama faaliyetleri (6201 NACE kodu) 113.910 kişilik iş gücü ile yaratıcı endüstrilerde en fazla istihdam sağlayan sektör konumundadır.

Reklam ajanslarının faaliyetleri (7311 NACE kodu) ise 57.012 kişilik istihdam ile ikinci sırada yer almaktadır. Mimarlık faaliyetleri (7111 NACE kodu) 38.472 kişiye istihdam sağlamaktadır. Bu üç sektör, yaratıcı ekonomi toplam istihdamının yüzde 50'sinden fazlasını gerçekleştirmektedir (Şekil 2).



Şekil 2: Yaratıcı Endüstrilerde İstihdam, 2022
(Kaynak: TÜİK, 2022b)

Emek verimliliği (çalışan başına katma değer) açısından sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri sektörü (5913 NACE kodu) 49.770 Amerikan doları ile en yüksek performansı sergilemektedir. Gösteri sanatları sektörü (9001 NACE kodu) 33.199 Amerikan doları, bilgisayar programlama faaliyetleri (6201 NACE kodu) ise 33.119 Amerikan doları emek verimliliği seviyesi ile yaratıcı endüstriler içinde öne çıkmaktadır. Buna karşılık, reklam ajanslarının faaliyetleri (7311 NACE kodu) 13.037 Amerikan doları, mimarlık faaliyetleri (7111 NACE kodu) ise 8.849 Amerikan doları emek verimliliği ile görece daha düşük seviyelerde kalmaktadır. Bu veriler, yaratıcı endüstrilerdeki emek verimliliğinin sektörel bazda farklılaştığını ve özellikle bilgi teknolojileri ile medya sektörlerinin yüksek verimlilik potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

Girişimcilik verileri incelendiğinde, yaratıcı endüstrilerde en fazla girişimin bilgisayar programlama faaliyetlerinde (6201 NACE kodu) yoğunlaştığı görülmektedir. Bu sektörde toplam girişim sayısı 24.838 olup yaratıcı endüstrilerdeki toplam girişimlerin yüzde 22,5’ini oluşturmaktadır. Reklam ajanslarının faaliyetleri (7311 NACE kodu) ise 16.327 girişim ile ikinci sırada yer almakta ve güçlü bir girişimcilik potansiyeli sergilemektedir. Benzer şekilde, mimarlık faaliyetleri (7111 NACE kodu) 16.109 girişim ile yaratıcı endüstrilerde önemli bir aktör olarak öne çıkmaktadır.

4. Genel Değerlendirme

Yaratıcı endüstriler, dijital dönüşümün etkisiyle küresel ekonomide daha merkezi bir rol üstlenmekte ve yeni istihdam alanları yaratmaktadır. Yapay zeka, artırılmış gerçeklik ve blok zincir gibi yeni teknolojiler, yaratıcı süreçleri destekleyici bir işlev görerek bu sektörlerin verimliliğini ve erişilebilirliğini artırmaktadır. Türkiye gibi yüksek katma değerli ürün üretme hedefi bulunan ve aynı zamanda da genç işsizliğinin giderek arttığı bir ekonomide, yaratıcı endüstriler bu hedeflere ulaşılması ve sorunların çözümü için önemli bir potansiyele sahiptir. Yaratıcı endüstrilerin Türkiye ekonomisi için sürdürülebilir büyüme sağlayacak bir güç haline gelmesi, genç iş gücünün bu sektörlerle entegrasyonunun kolaylaştırılması ve bu alanlardan maksimum faydanın elde edilmesi stratejik ve çok boyutlu bir yaklaşımla ele alınmalıdır.

Türkiye’nin yaratıcı endüstrilerde sürdürülebilir büyüme sağlaması için öncelikle ulusal düzeyde bir yaratıcı ekonomi stratejisinin oluşturulması gerekmektedir. Bu sektörlerin ekonominin itici gücü olduğu bilinciyle hareket edilmeli; mali teşvikler, vergi kolaylıkları, finansman destekleri ve hibe programları gibi araçlarla yaratıcı endüstriler desteklenmelidir. Bunların yanı sıra, yerel yetenekleri ve yaratıcı iş birliğini teşvik eden, yeniliği besleyen yaratıcı küme ve ekosistemlerin geliştirilmesi kritik öneme sahiptir.

Dijital dönüşüm, yaratıcı endüstrilerin geleceğini şekillendiren temel unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, yapay zeka, artırılmış gerçeklik ve blok zincir gibi yeni teknolojilerin yaratıcı süreçlere entegre edilmesi için araştırma ve geliştirme faaliyetlerine yatırım yapılması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, eğitim sisteminin yaratıcı endüstrileri destekleyecek şekilde yeniden yapılandırılması büyük önem taşımaktadır. Üniversiteler ve meslek yüksek okullarında teknik ve sanatsal becerilerin geliştirilmesine yönelik özel eğitim programlarının yaygınlaştırılması, bu programlara girişimcilik ve dijital becerilerin entegre edilmesi genç nesillerin bu sektörlerle entegrasyonunu kolaylaştıracaktır. Yaşam boyu öğrenme süreçlerinin teşvik edilmesi, mevcut iş gücünün yeni taleplere uyum sağlamasında kritik bir rol oynayacaktır.

Türkiye'nin yaratıcı mal ve hizmetlerin ihracatını artırması ve bu sektörlerde rekabet gücünün desteklemesi gerekmektedir. Bunun yanında, ülkenin zengin kültürel mirası ve geleneksel el sanatlarının yeni teknolojilerle uyumlu hale getirilerek küresel pazarlara ulaştırılması, bu sektörlerin uluslararası tanınırlığını artıracaktır. Bu süreçte, etkin bir telif hakları sisteminin oluşturulması yaratıcı süreçlerin korunması ve sürdürülebilir yenilikçiliğin teşvik edilmesi açısından önemlidir.

Yaratıcı endüstrilerdeki yenilikçiliği artırmak ve bu sektörlerin dinamizmini desteklemek için

girişimcilik ekosisteminin güçlendirilmesi büyük bir fırsat sunmaktadır. Türkiye'nin genç girişimcilere sağladığı destekler, yaratıcı iş fikirlerinin hayata geçmesini kolaylaştıracaktır. Buna ek olarak, küçük ve orta ölçekli yaratıcı işletmelerin (KOBİ) finansman ve yatırım kaynaklarına erişimini kolaylaştıracak mekanizmaların geliştirilmesi, sektörlerin büyümesini hızlandıracaktır. Bölgesel kalkınma stratejileri de bu süreci desteklemek için bir kaldıraç görevi görme potansiyeline sahiptir. Türkiye'nin farklı bölgelerindeki yaratıcı yeteneklerin ve kültürel mirasın yerel dinamiklerle uyumlu stratejik yaklaşımlar doğrultusunda değerlendirilmesi, ülke genelinde dengeli bir büyüme sağlamaya katkı sunacaktır.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu öneriler, yaratıcı endüstrilerin gelişimini destekleyen stratejik bir çerçeve sunmaktadır. Gelecekteki çalışmalar için bu öneriler, yaratıcı sektörlerde uygulanabilecek politikalar, yenilikçi iş modelleri ve bölgesel kalkınma projeleri gibi alanlarda rehber niteliği taşıyabilir. Aynı zamanda, yaratıcı endüstrilerin ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerini daha derinlemesine inceleyecek akademik ve pratik çalışmalar için bir temel oluşturabilir. Bu adımların hayata geçirilmesi, Türkiye'yi yaratıcı endüstrilerde küresel düzeyde daha rekabetçi bir konuma taşıyacak ve genç iş gücünün bu alanlarda istihdamını sağlayarak ülkenin uzun vadeli ekonomik ve sosyal kalkınmasına önemli katkılar sunacaktır.

Bilgilendirme

Yazar Katkıları

Yazar 1: Makalenin içeriğinin belirlenmesi ve organizasyonu, makalenin literatür taraması, verilerin elde edilmesi ve işlenmesi, 1. ve 2. başlıklar için makale yazımı, incelemesi ve makalenin genel değerlendirmesi.

Yazar 2: Makalenin içeriğinin belirlenmesi ve organizasyonu, makalenin literatür taraması, verilerin elde edilmesi ve işlenmesi, 1. ve 2. başlıklar için makale yazımı, incelemesi ve makalenin genel değerlendirmesi.

Yazar 3: Makalenin 1. 2. ve 3. başlıkları için literatür taraması, verilerin düzenlenmesi, makale yazımı ve incelemesi.

Yazar 4: Makalenin 3. Başlığı için verilerin düzenlenmesi, makale yazımı, incelemesi ve makalenin genel değerlendirmesi.

Çatışma Beyanı

Yazarlar tarafından herhangi bir potansiyel çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

Fon Desteği

Bu Çalışmada herhangi bir resmi, ticari ya da kar amacı gütmeyen organizasyondan fon desteği alınmamıştır.

Etik Standartlara Uygunluk

Yazarlar tarafından Çalışmada kullanılan araç ve yöntemlerin Etik Kurul İzni gerektirmediği beyan edilmiştir.

Etik Beyanı

Yazarlar tarafından bu Çalışmada bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu; yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan edilmiştir.

Kaynakça

- Anantrasirichai, N., and Bull, D. (2022). Artificial Intelligence in the Creative Industries: A Review. *Artificial Intelligence Review*, 55, 589-656.
- Caramiaux, B., Lotte, F., Geurts, J., Amato, G., Behrmann, M., et al.. (2019). "AI in the Media and Creative Industries", New European Media (NEM), 1-35, <https://inria.hal.science/hal-02125504v1/document>, (Erişim tarihi: 22.12.2024).
- Chow, P. S. (2020). Ghost in the (Hollywood) Machine: Emergent Applications of Artificial Intelligence in the Film Industry. *NECSUS European Journal of Media Studies*, 9 (1), 193-214.
- CISAC (Confédération Internationale des Sociétés d'Auteurs et Compositeurs). (2023). "Global Collections Report", <https://www.cisac.org/services/reports-and-research/global-collections-report-2023>, (Erişim tarihi: 20.10.2024).
- DCMS (Department for Culture, Media and Sport). (2014). "Creative Industries Economic Estimates", https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/271008/Creative_Industries_Economic_Estimates_-_January_2014.pdf, (Erişim tarihi: 18.10.2024).
- DCMS (Department for Culture, Media and Sport). (2017). "Change of Name for DCMS, Haber Bülteni, Temmuz", <https://www.gov.uk/government/news/change-of-name-for-dcms>, (Erişim tarihi: 20.10.2024).
- DCMS (Department for Culture, Media and Sport). (2022). "DCMS Sector Economic Estimates: Methodology", <https://www.gov.uk/government/publications/dcms-sectors-economic-estimates-methodology/dcms-sector-economic-estimates-methodology>, (Erişim tarihi: 20.10.2024).
- DCMS (Department for Culture, Media and Sport). (2023). "Creative Industries Sector Vision: A Joint Plan to Drive Growth, Build Talent and Develop Skills", https://assets.publishing.service.gov.uk/media/64898de2b32b9e000ca96712/Creative_Industries_Sector_Vision_accessible_version_.pdf, (Erişim tarihi: 18.10.2024).
- Domenech, R., and Rausell-Köster, P. (2018). The Economic Impact of the Creative Industry in the European Union. In V. Santamarina-Campos and M. Segerre-Ona (Eds.), *Innovative Strategies for European SMEs, Drones and the Creative Industry*, Cham, Switzerland: Springer, 19-36.
- EC (European Commission). (2022). "Opportunities and Challenges of Artificial Intelligence Technologies for the Cultural and Creative Sectors, Publications Office of the European Union", <https://data.europa.eu/doi/10.2759/144212>, (Erişim tarihi: 10.11.2024).
- EC (European Commission). (2024). "Monitoring the Twin Transition of Industrial Ecosystems Cultural and Creative Industries", <https://www.europacreativa-media.it/documenti/allegati/2024/monitoring-the-twin-transition-of-industrial-ecosystems.pdf>, (Erişim tarihi: 18.10.2024).
- GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit). (2024). "Understanding Cultural and Creative Industries and Designing Approaches for Its Development", <https://www.giz.de/en/downloads/giz2024-en-understanding-cultural-and-creative-industries-and-designing-approaches-for-its-development.pdf>, (Erişim tarihi: 10.10.2024).
- ILO (International Labour Organization). (2022). "Global Employment Trends for Youth 2022: Investing in Transforming Futures for Young People", https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_853321.pdf, (Erişim tarihi: 10.10.2024).
- ILO (International Labour Organization). (2023). "Digital Employment Diagnostic Guidelines", <https://www.ilo.org/publications/digital-employment-diagnostic-guidelines>, (Erişim tarihi: 10.10.2024).
- ILO (International Labour Organization). (2024). "Global Employment Trends for Youth 2024: Decent Work, Brighter Futures", <https://www.ilo.org/publications/major-publications/global-employment-trends-youth-2024>, (Erişim tarihi: 9.11.2024).
- ILO (International Labour Organization) and OECD (Organization for Economic Co-operation and Development). (2022). *The Impact of the 3Ds on G7 Labour Markets: Key Issues*, Paper prepared for the 1st G7 Employment Task Force Meeting, Berlin, February 17-18, 2022.
- İZKA (İzmir Kalkınma Ajansı). (2021). "Türkiye'de Yaratıcı Endüstrilerin İİBS - 2 Bölgeleri Düzeyinde Analizi: İzmir'e Bir Bakış", <https://izka.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Yaratıcı-Endustriler-Raporu.pdf>, (Erişim tarihi: 10.10.2024).
- Muench, S., Stoermer, E., Jensen, K., Asikainen, T., Salvi, M., and Scapolo, F. (2022). *Towards a Green and Digital Future*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- OECD (Organization for Economic Co-operation and Development). (2022). *The Culture Fix: Creative People, Places and Industries, Local Economic and Employment Development (LEED)*. Paris: OECD Publishing.

- PwC (PricewaterhouseCoopers). (2022). “PwC Global Entertainment and Media Outlook 2022–2026”, www.pwc.com/outlook, (Erişim tarihi: 20.10.2024).
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2022a). “Türkiye İşgücü İstatistikleri”, <https://data.tuik.gov.tr/bulten/index?p=isgucu-istatistikleri-2022-49390>, (Erişim tarihi: 7.12.2024).
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2022b). “Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri”, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Annual-Industry-and-Service-Statistics-2022-49569>, (Erişim tarihi: 7.12.2024).
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development). (2024a). “Creative Economy Outlook 2024 Technical and Statistical Report”, <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>, (Erişim tarihi: 11.11.2024).
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development). (2024b). “Digital Economy Report 2024: Shaping an Environmentally Sustainable and Inclusive Digital Future”, <https://hdl.handle.net/10855/50190>, (Erişim tarihi: 11.11.2024).
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development). (2024c). “Advancing the Measurement of the Creative Economy: A Revised Framework For Creative Industries and Trade”, https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d1_en.pdf, (Erişim tarihi: 8.10.2024).
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) and UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization). (2013). “Creative Economy Report, 2013, special edition: Widening Local Development Pathways”, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224698>, (Erişim tarihi: 11.11.2024).
- UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization). (2022). “ReShaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good”, <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en>, (Erişim tarihi: 11.11.2024).
- UNIDO (United Nations Industrial Development Organization). (2022). “Industrial Development Report 2022”, <https://www.unido.org/sites/default/files/unido-publications/2023-03/IDR-2022-en.pdf>, (Erişim tarihi: 10.10.2024).
- UNIDO (United Nations Industrial Development Organization). (2024). “Industrial Development Report 2024”, <https://www.unido.org/sites/default/files/unido-publications/2024-06/Industrial%20Development%20Report%202024.pdf>, (Erişim tarihi: 10.10.2024).
- Vincent-Lancrin, S., González-Sancho, C., Bouckaert, M., de Luca, F., Fernández-Barrerra, M., Jacotin, G., Urgel, J., and Vidal, Q. (2019). *Fostering Students’ Creativity and Critical Thinking: What it Means in School, Educational Research and Innovation*. Paris: OECD Publishing.
- WEF (World Economic Forum). (2023). “Future of Jobs Report”, https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2023.pdf, (Erişim tarihi: 10.11.2024).
- WEF (World Economic Forum). (2024). “The Future of the Care Economy, White Paper” https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Future_of_the_Care_Economy_2024.pdf, (Erişim tarihi: 10.10.2024).
- WHO (World Health Organization). (2024). “Ageing and Health”, <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>, (Erişim tarihi: 10.10.2024).
- WIPO (World Intellectual Property Organization). (2024). “Resurgence of Global Cinema: 2022 and 2023 Witness Forceful Comeback but Still Shy of Pre-pandemic Norms”, <https://www.wipo.int/web/global-innovation-index/w/blogs/2024/global-cinema>, (Erişim tarihi: 11.11.2024).

Ek-1: DCMS Yaratıcı Endüstriler Sınıflaması (Kaynak: İZKA, 2021: 14)

NACE Rev.2 Kodu	Yaratıcı Endüstriler
	Reklam ve Pazarlama
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı
	Mimarlık
7111	Mimarlık faaliyetleri
	El Sanatları
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri
6010	Radyo yayıncılığı
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri
	Yayıncılık
5811	Kitap yayımı
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması
5813	Gazetelerin yayımlanması
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri
	Müzeler, Galeriler ve Kütüphaneler
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri
9102	Müzelerin faaliyetleri
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri
8552	Kültürel eğitim
9001	Gösteri sanatları
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi