



Kültür Endüstrileri Kentsel Politikalarda Bir Yer Edinebilir mi?: İstanbul Film Endüstrisi Örneği

*

Any Room for Cultural Industries in Urban Policies?:
The case of Istanbul Film Industry

Evrım Töre

Öz

Kentsel politikalarla desteklenen kültür endüstrilerinin, kentlerde ekonomik, mekansal ve kültürel alanlarda, doğrudan ve dolaylı pek çok fayda açığa çıkardığına ilişkin pek çok kanıt bulunmaktadır. Bu yazıda İstanbul'un özgün yapısı içerisinde oluşan ve kümelenen bir kültür endüstrisi olan film endüstrisine yer verilerek, organizasyonel ve mekansal yapı çözümlenmeye çalışılmıştır. Sektörün iç dinamiklerini anlamaya yönelik bu çözümlemede, günümüz kesitinde film endüstrisinin sorun, potansiyel ve beklentilerine yönelik olarak üretilebilecek yerel ve merkezi politikalar, 2005-2013 yılları arasında yürütülen araştırmanın temel bulgularından hareketle sıralanmıştır.

Anahtar kelimeler: *kentsel politikalar, kültür endüstrileri, film endüstrisi, İstanbul.*

Abstract

There is great evidence that cultural industries, supported by urban policies, reveal great economical, spatial and cultural impacts in cities. This paper deconstructs film industry by its organizational and spatial structure, which stems from the unique structure of Istanbul and prone to cluster. Besides internal policies, the contribution of the central and local policies that might produce solutions for the major problems, potentials and projections of the film industry is discussed, regarding the data collected in a broad research conducted in between 2005-2013.

Keywords: *urban policies, cultural industries, film industry, Istanbul.*

Giriş

Kentsel politikalar içerisinde kültürün yer edinmesi son otuz yıllık bir süreçte, kent ekonomilerindeki değişimlerle ilişkili olarak gerçekleşti. Burada kırılma noktası şüphesiz ki sanayisizleşmedir. Sanayisizleşme sonrasında çöken kent ekonomileri kentin sosyal ve mekansal yapısında da bozulmayı tetiklemiştir. Başta Kuzey Amerika ve Batı Avrupa kentlerini etkileyen bu süreçte, çöküşün etkilerinden kurtulabilmeye dönük ilk etkin arayışlar, 1980'lerde emlak, turizm gibi sektörleri eksen alan dönüşüm projeleri üzerinden gündeme taşınmıştır. Zamanla dönüşüm projeleri içerisinde yer edinmeye başlayan kültürün, kentsel dönüşümün eksenine yerleşmesi ise küreselleşme, rekabetçilik/yarışmacılık, imaj, yaratıcılık gibi kavramların öne çıktığı 1990'lara rastlar.

Paralel olarak, 1980'lerin başından itibaren istihdam ve çıktıya ilişkin büyümenin odağında yeni ekonomi yükselmeye başlamıştır. Yeni ekonominin bir kolu, basitçe kültür ürünleri tedarikçileri olarak tanımlanabilecek bir grup endüstriden oluşmaktadır. Bu endüstriler arasında sayılan müzik, film, yeni medya, moda tasarımı gibi endüstriler; küresel pazarlarda dağılan ancak yerel ölçekte, endüstriyel bölgeler ya da kümeler içerisinde organize biçimde üretilen, devasa ve giderek artan çeşitlilikte çıktı üretmektedir. Bu yönleri ile yerele istihdam, imaj ve kimlik, fiziksel altyapı gibi çeşitli alanlarda doğrudan ve dolaylı olarak önemli katkılar vermektedirler.

Biri, kent mekanına odaklanarak, iyileştirilen kent imajı üzerinden ekonomiyi canlandırma yönünde, diğeri ise makro ekonomilerin kentteki yansımalarını değerlendirme yönünde farklı iki eksenle ortaya çıkan bu gelişmelerin keşişim noktası açıkça kültür ekonomileridir. Kültür ekonomileri bağlamında kültür, devlet tarafından sübvansede edilen bir alan olmaktan çıkarak, ekonomik getirisi olan, bu bağlamda şekillenmiş bir araç niteliğine bürünür. Bu nedenledir ki neo-liberalleşme sürecinde güçlenen özel sektör girişimleriyle beraber yavaş yavaş kendini bir pazarlama ve yatırım unsuru olarak göstermeye başlayan kültürün, yerel ve merkezi

politikalarındaki rolü de belirginleşir. Kentin rekabetçi gücünde kültür ekonomisi önemli bir yer edinmekte, kentler politikalarını kültür ekonomileri yardımıyla şekillendirmektedir.

Hizmetler ve üretim sektörlerinin bileşkesinde olan, odaklarında kültür ve sanat yer alan, rekabet ve yaratıcılıkla yoğrulan bu yeni ekonomiler, kentlere yeni fırsatlar taşımaktadır. Ancak, kültür ekonomilerini salt bir kurtarıcı ya da bir sanayisizleşme çağrısı olarak görme hatasına düşmemek gerekir. Tarihsel çizgiselliğin reddi ışığında önerilen, eski sanayi coğrafyasının, süreçte deneyerek ve yanılarak katettiği aşamaları dikkatlice gözlemleyebilmek, sektörel yapıları çözümlenerek kent politikasını yönlendirebilecek dersler çıkarabilmektir.

Bu yazıda söz konusu çözümleme, İstanbul'da yer alan ve bir kültür endüstrisi olan film endüstrisi özelinde ele alınmaktadır. Bilindiği üzere Türkiye'de film endüstrisinin temelini, dünyadaki diğer örnekleri gibi sinema oluşturmaktadır. İlk kez saraylar ve konaklarda yapılan gösterilerle kendisini gösteren sinemanın, Türkiye'de kendisine mekân olarak İstanbul'u seçmesi çok da şaşırtıcı değildir. Nitekim İstanbul, tarihi boyunca çok kültürlülüğün beşiği, hem satıcının hem de alıcının bir arada olduğu yoğun ekonomik ilişkilerin odağı olagelmıştır. Sektörel ve ekonomik gelişim süreci içinde önemli kırılmalar yaşayan sinema, gelişen ekonomik yapısına paralel olarak İstanbul'da, özellikle de TV, reklam gibi iki temel endüstri ile ilişki kurarak, dizi film ve reklam filmi yapımıcılığı ile bu alanlar için üretim gerçekleştirmeye başlamıştır. İstanbul, bir filmin ortaya çıkışını hazırlayan her türlü ekonomik aktivitenin var olabileceği yegâne merkezdir ve dolayısıyla, film endüstrisinin aktörleri bir aradadır ve İstanbul'dadır. Bu yapının gerektirdiği üretim ilişkilerinin Türkiye'nin başka hiçbir yerinde, sektörel anlamda var olabilmesi mümkün olmamıştır. Bu nedendir ki bu yapıyı "İstanbul Film Endüstrisi" olarak kavramsallaştırmak yanlış olmayacaktır.

Çalışmada, kentsel politikalar içerisinde kültürün gelişimine kısaca yer verilen **ilk** bölümü, kültür endüstrilerinin kavramsal altyapısı ve temel yapısal özelliklerine değinilen **ikinci** bölüm izlemektedir. **Üçüncü** bölümde

film endüstrisinin temel özelliklerine ve kente katkılarına yer verilmiştir. **Dördüncü** bölümde İstanbul’da yer seçen film endüstrisi, organizasyonel ve mekansal özellikleriyle ele alınmıştır. **Son** bölümde merkezi ve yerel politikalar, film endüstrilerinin eğilim ve sorunlarına karşılık üretebilecek biçimde sıralanmakta ve tartışılmaktadır. Çalışmanın temel bulgularına **sonuç** bölümünde yer verilmiştir. Çalışmada, yazar tarafından 2005-2013 yılları arasında film endüstrisi üzerine gerçekleştirilen araştırma kapsamında, film endüstrisinin ekonomik, mekansal ve yasal-kurumsal yapısını tanımlamaya yönelik elde edilen bir dizi kalitatif ve kantitatif veriden yola çıkılmıştır. Söz konusu bulguların ana akım veri kaynakları temel olarak Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), İstanbul Ticaret Odası (İTO) ve Sosyal Güvenlik Kurumu’dur (SGK). Derinlemesine araştırmanın gereği film endüstrisinin aktörleri ile gerçekleştirilen görüşmeler, sektörel araştırmalar ve sektörel veri tabanlarıdır.

1. Kentsel Politikalar İçinde Kültürün Gelişimi

Kültürün, kentsel politikaların önemli bir unsuru haline gelmesi tarihsel olarak ilişkili ve eşzamanlı gelişmiştir. Endüstrisizleşme ile tetiklenen bu süreç bir yanda kentsel dönüşüm süreçlerinin gelişim dinamikleri, diğer yanda kent ekonomisinin gelişimi dâhilinde incelenebilir. İlk olarak kentsel dönüşüm süreçlerine bakıldığında, 1970’lerde Kuzey Amerika ve Batı Avrupa’da eski sanayi kentlerinin ekonomik, sosyal ve mekansal olarak çöküşe geçtiği görülmektedir. Kent ekonomilerini canlandırma yönünde arayışta olan bu kentlerin imdadına değişen üretim biçimi ve hizmetler sektörü yetişmiştir. Böylece, temel ekonomik sektörünü kaybetmiş olan kentler, avantajlı hizmetleri çekme yarışına girmiş (Turok, 1992; Hall, 1998; Roberts, 2000; Pacione, 2009; Jones ve Evans, 2008), kentlerin rekabetinde pazarlama ve imaj konseptleri öne çıkmaya başlamıştır (Hall, 1998; Jansson ve Power, 2006; Pacione, 2009).

Kentsel dönüşüm projeleri, ağırlıklı olarak emlak ve turizm sektörlerini eksen almaktadır (Bianchini ve diğ.,1992; Turok, 1992; Loftman ve Nevin, 1995;

Hall, 1998; Tallon, 2010). Bu süreçte kültür de, kenti mekansal olarak dönüştürerek güzelleştirme ve kent imajını iyileştirme çabaları içerisinde zamanla yer edinerek; öncü projeler (*flagship projects*) (örneğin Bilbao'daki Guggenheim Müzesi), etkinlikler (*events*) (örneğin 1992 Barcelona Olimpiyatları, 1990 Glasgow Avrupa Kültür Başkenti) (Smith, 2012; DCMS, 2004, 2008; UNCTAD, 2008; 2010; KEA, 2006; Landry, 2000, 2006) ve kültür mahalleleri (*cultural quarters*) (örneğin Nottingham Dantel Pazarı ve Dublin Temple Bar) (Shorthose, 2004; Montgomery, 2004) yoluyla kentsel dönüşümün eksenine oturmuştur. Kültür mahalleleri dönüşüm literatüründe film endüstrisi, moda endüstrisi, müzik endüstrisi gibi yaratıcı endüstrilerin mekansal olarak kümелendiği oluşumlar olarak vurgulanmakta, yerel ekonomik gelişmeye katkıda bulunan yaratıcı endüstrilere, kentsel politikalar içerisinde yer verilmektedir (UNCTAD, 2008, 2010; KEA, 2006; Wiesand ve Söndermann, 2005; WIPO, 2003; Evans, 2005; Evans ve Shaw, 2004; Pratt, 2002, 2005; Hesmondhalgh ve Pratt, 2005; CURDS, 2001; Bianchini ve Parkinson, 1993; Jansson ve Power, 2006; Garcia, 2004; Kunzmann, 2004).

Kent ekonomisinin gelişimine bakıldığında ise; 1980'lerin başından itibaren büyük kapitalist toplumlarda, istihdam ve çıktıya ilişkin büyümenin odağında, yüksek teknoloji imalat, neo-atrisanal tüketici ürünleri ve tümü karmaşık katma değer ağırları biçiminde organize olmaya meyilli çeşitli hizmetler olarak tanımlanan yeni ekonominin yükselmeye başladığı görülmektedir (Power ve Scott, 2004; Waits, 2003). Power ve Scott (2004), yeni ekonominin önemli segmentlerinden birinin, basitçe kültür ürünleri tedarikçileri olarak tanımlanabilecek, bir grup endüstriden oluşmakta olduğundan söz etmektedir. Bu endüstriler, devasa ve giderek artan çeşitlilikte çıktı üretmekte; mücevherat, müzik, video oyunları, film ve televizyon, yeni medya, moda tasarımı ve görsel sanatlar, bu endüstriler arasında sayılmaktadır.

Bu çalışmada "kültür endüstrileri" olarak tanımlanan söz konusu endüstriler, süreçte öne çıkan kültür, yaratıcılık, telif hakları gibi kavramlarla doğrudan ilişkilidir. Kentlerin, küresel merkez olmak için rekabet ettiği

(Sassen, 1991), rekabetçiliğin odağının "ekonomi"den "fikre" kaydığı (Landry, 2000, 2006; Porter, 1985, Van Der Berg ve diğ., 2001) düşünüldüğünde, bu endüstrilerin küresel pazarlarda giderek daha rekabetçi hale gelmesi (Scott, 1997) şaşırtıcı değildir. "1950 yılında dünyanın en büyük şirketleri (Ford, Standard Oil, General Electric, Philips, General Motors gibi) imalat sanayicileri ve hammadde tedarikçileri iken, bugün listenin başında (Time Warner, Disney, Bertelsmann, NewsCorporation gibi) tamamıyla yeni şirketler yer almaktadır (CreativeClusters, 2008). Süreçte yaratıcı sınıf, yenilikçi iş alanları, kültürel çevre, yaratıcı çevre (*creative millieu*), yaratıcı kent kavramları ön plana çıkmaktadır (Landry, 2000; Florida, 2002, 2005).

Kültür ekonomisi birçok ülkede ekonominin geri kalanından daha hızlı bir büyüme göstermektedir (UNCTAD, 2010, 2008; BOP Consulting, 2010; Potts ve diğ., 2008; Howkins, 2001). DiNoto ve Merk (1993), refah düzeyini geliştirmek amacıyla iktisadi kalkınmaya odaklanan ekonomilerde, kültürel sektörler dışlanarak sürdürülebilir ve istikrarlı büyüme politikaları kurgulanmasının rasyonel bir yaklaşım olarak nitelendirilemeyeceğini ifade etmektedirler. Dolayısıyla, bu yeni ekonomileri kendilerine çekmek isteyen kentler, kentsel politikalarını kültür ve yaratıcılık gibi yükselen değerler üzerine kurmak ve geliştirmek çabasıdadır.

2. Kültür Endüstrileri

Kültür endüstrileri¹; medya, film, müzik, tasarım, mimarlık, yeni medya, geleneksel sanatlar gibi, ekonomik değerini kültürel değerlerinden alan sembolik ürünlerin üretilmesi, dağıtılması ve tüketilmesi ile ilgilenen sek-

¹ Kültür ekonomisi üzerine geliştirilen çalışmalar, ekonomik ve kültürel coğrafyanın yanı sıra, sosyoloji, medya ve iletişim çalışmaları, kentsel planlama ve ekonomi alanlarında da gelişmektedir (Gibson ve Kong, 2005). Dolayısıyla söz konusu endüstrilerle ilgili çalışmalarda bir terminoloji çeşitliliği olduğu görülüyor. Kültür ekonomisi alanında sıklıkla karşılaşılan bu kavramlar arasında "yaratıcı ekonomiler", "kültür endüstrileri", "yaratıcı endüstriler", "kültürel ve yaratıcı sektör", "kültür ürünleri endüstrileri", "kültür kümeleri" (Power ve Scott, 2004; Pratt, 1997; Coe ve Johns, 2004; Gibson, 2003; Hesmondhalgh ve Pratt, 2005; Coish, 2001; Camauer, 2002; Eisenberg ve diğ., 2006; DCMS, 1998, 2001, 2008; EEDA, 2002; Higgs ve Cunningham, 2008; Roodhouse, 2006; CURDS, 2001; UNCTAD, 2008, 2010; KEA, 2006; Cunningham, 2002; Flew, 2002; Siwek, 2002; Galloway ve Dunlop, 2006) yer alıyor.

törler olarak tanımlanabilir (O'Connor, 1999). Yeni ekonomiyi oluşturan birçok diğer alan gibi kültür endüstrileri de bir yığın küçük üreticiden ve onları bütünleyen (daha az sayıda) büyük üreticiden oluşmaktadır (Scott, 1997; Scott, 2004; Power ve Scott, 2004; Hesmondhalgh, 2002). Küçük üreticilerin esnek uzmanlaşma ya da neo-artisanal üretim biçimlerine sahip olduğu ve her ürünün tasarım özelliklerinin tekrar tekrar değiştiği bu alanda, büyük firmalar kitlesel üretim gerçekleştirme eğilimi² taşımaktadır (Scott, 2004; Power ve Scott, 2004).

Üretim, birbirinin uzmanlaşmış girdi ve hizmetlerine ihtiyaç duyan bu firmalar tarafından oluşturulan yoğun ağlar içinde organize edilmekte ve bu ağlar mekânsal olarak yığılarak, çok boyutlu endüstriyel kompleksler ortaya çıkarmaktadır (Scott, 1997). Maskell ve Lorenzen'e göre (2004) film, müzik, tasarım gibi tüketici beğenisinin belirsiz olduğu endüstriler "kümelene" eğilimindedir. Storper ve Scott'a göre ise (aktaran Scott, 2004), kültür endüstrilerinde bireysel firmalar yığılma eğiliminde olduklarında daha efektif çalışmaktadır. Zira kümeler, coğrafi yoğunlaşmalar şeklinde yer seçmemiş firmalar için geçerli olmayan çok sayıda fayda yoluyla rekabetçi avantaj sağlamakta (Belussi, 2004), diğer aktivitelere mekânsal yakınlık sağlayan kümelene sayesinde, firmalar belirli dışsal ekonomilerden faydalanmaktadırlar (Dicken ve Lloyd, 1990; Isbasoiu, 2007). Bu bağlamda; sistemli bilgiye (*codified knowledge*) karşıt olarak, lokalize olmuş yüz-yüze temaslara, enformasyon yayılımına ve paylaşılan kültürel, linguistik ve sosyal norm ve değerlere dayanan örtük bilgidir (*tacit knowledge*) söz edilmektedir (Martin ve Sunley, 2003; Lambooy, 1998). Özellikle taklit ederek ve deneyimleyerek öğrenmede mekânsal yakınlık (Lambooy, 1998) ya da ağ ilişkiler (Belussi, 2004) önemli bir önkoşul olabilmektedir. Çalışmalar; sosyal ağlara, kişiler arası ilişkilere, yüz yüze görüşmelere vurgu yapmaktadır (Piore ve Sabel 1984; Maskell ve Lorenzen, 2004).

² Bu yapı *systems houses* olarak tarif edilmektedir (Scott, 2004; Power ve Scott, 2004). Yazarlar, üretim sayısının görece az olduğu fakat her ürünün devasa sermaye ve/veya istihdam girdisi gerektirdiği bu üretim biçimine Hollywood'u örnek göstermektedir.

Kültürel üretimin mekânsal ve coğrafi organizasyonu üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda mekânsal yığılma ve küreselleşme, birbirini bütünlleyen süreçler olarak değerlendirilmektedir (Gibson ve Kong, 2005; Power ve Scott, 2004). Küreselleşme, önceden yığılmanın merkezci güçlerinden kaçamayan aktiviteler için daha düşük maliyetli lokasyonlara desantralize olabilmeyi önünü açmıştır (Scott, 2004; Power ve Scott, 2004). Böylece üretim birimleri (ses-kayıt endüstrisi için CD-ROM üreten fabrikalar ya da dış çekim gerçekleştiren film çalışanlarından oluşan takımlar gibi) geniş bir alana yayılabilmiş, bazı durumlarda, alternatif kümeler ya da uydu üretim lokasyonları ortaya çıkarmıştır. Böylece, dünya çapındaki farklı kültür endüstrileri yığılmaları giderek birbirlerine ortak üretim ve yaratıcı işbirliklerinin küresel ağları ile bağlanmakta, belli üretim birimleri (dünya çapında) geniş bir alana yayılabilmekte (Power ve Scott, 2004) ve birbirlerinin düzeyine erişmektedir (Scott, 2004).

3. Film Endüstrisinin Temel Özellikleri ve Kente Katkıları

Film Endüstrisinin, kültür endüstrilerinin yukarıda kısaca yer verilen genel organizasyonel ve mekansal özelliklerini taşıdığı görülmektedir. Film üretimi temel olarak birbirine geçmiş üç halkadan- prodüksiyon, dağıtım ve gösterim- oluşmaktadır. Fikrin oluşmasıyla başlayan prodüksiyon sürecinde, ön koşulları oluşturulmuş olan filmin çekimi gerçekleşmekte ve film kurguya girmektedir. Her bir prodüksiyon için birbirinden farklı işgücü, mekân ve teknoloji kullanımı gerektiren süreçte ortaya çıkan her ürün "eşsiz"dir. Bu aşamayı çoğaltma ve dağıtım aşaması takip eder, son aşama olan gösterim aşamasında ise film seyirciyle buluşur. Çoğaltma aşaması hariç, süreçte kitlesel üretimden söz etmek mümkün değildir.

Sayılan bu üç temel halka, film üretim zincirini oluşturmaktadır. Yaratıcı ve teknik ekip ya da çizgi üstü ve çizgi altı işgücü gibi farklı şekillerde sınıflandırılan (ESI Corporation, 2004; Freeman ve diğ., 2005) ve büyük oranda serbest çalışanlardan oluşan emek-yoğun bu süreçte ekipler proje bazlı bir araya gelmekte ve prodüksiyon bitiminde ayrılmaktadır. Bu süreksizlik, film endüstrisinin diğer birçok üretim alanından farklılaşarak (örneğin oto-

mobil endüstrisinden) daha az görünür olması sonucunu doğurmaktadır. Oysa film üretim zincirinde yaratılan istihdam ve değer birçok endüstrinin önüne geçebildiğini gösteren çalışmalar mevcuttur (TLOC, 2001). Tıpkı bir fabrikada üretim yaparcasına ancak, birçok mekânda, çok sayıda istihdam yaratarak katma değer ortaya çıkaran film üretimi bu özelliği nedeniyle yüzen fabrika olarak nitelendirilmektedir (TLOC, 2001).

Televizyon ve reklâm endüstrilerinin odağında olan film endüstrisi, müzik, video ve internet gibi diğer kültür endüstrileri ile yakın ilişkiindedir (DCMS, 2001; DREAM Ireland, 2001; Coe ve Johns, 2004 ve CCI, 2005). Görsel iletişimin ve yeni medyanın hâkim olduğu üretim ve tüketim koşullarında kısa zamanda istihdam yaratmakta ve büyük katma değer ortaya koymaktadır. Belirsizlik, kaos ve karmaşa ile şekillenmiş doğasına rağmen (De Vany, 2004), film üretimi yerel film endüstrisindeki işgücünü istihdam etmesinin yanı sıra, çarpan etkisi/dalga etkisiyle doğrudan bu sektöre bağlı olmayan pek çok iş kolunu, mal ve hizmet sağlamak üzere harekete geçirmektedir (Oxford Economics, 2012; TLOC, 2001; ESI Corporation, 2004).

Filmin bu tetikleyici etkisi, üretim sürecinin sonunda da devam eder. Seyirciyle buluşan film, gişe ve reklam gelirlerinin yanı sıra, film aracılığıyla seyirciye sunulan pek çok ürün ve hizmet için tüketici yaratırken, film turizmi doğurabilmektedir (Iwashita, 2006; Hudson ve Ritchie, 2006; Macionis, 2004; Croy, 2004; Warnick vd., 2005; Beeton, 2005). Buna ek olarak film üretiminin kentsel yapıyı dönüştürdüğüne, yerelde ekonomik açıdan iyileşme sağladığına ilişkin bulgular mevcuttur (Goldsmith ve O'Regan, 2004). Bir başka deyişle film, üretim sürecinden itibaren sonra ortaya koyduğu etkiler açısından kentlerin ekonomik, mekansal ve kültürel olarak gelişmesini, iyileşmesini tetikleyici bir kültür ürünüdür. Sayılan bu etkiler paralelinde bugün dünya çapında birçok kentte film endüstrisinin ulusal ve yerel politikalarda stratejik bir değer olarak ele alınarak, incelenmekte olduğu görülmektedir (AFC, 1999; DCSF, 2005; CFC, 2006; DACST, 1998; LAEDC, 2005; Dondurei ve Venger, 2001; Stric ve Klasová, 2005; ECONorthwest, 2003; ESI Corporation, 2004; Freeman ve diğ., 2005).

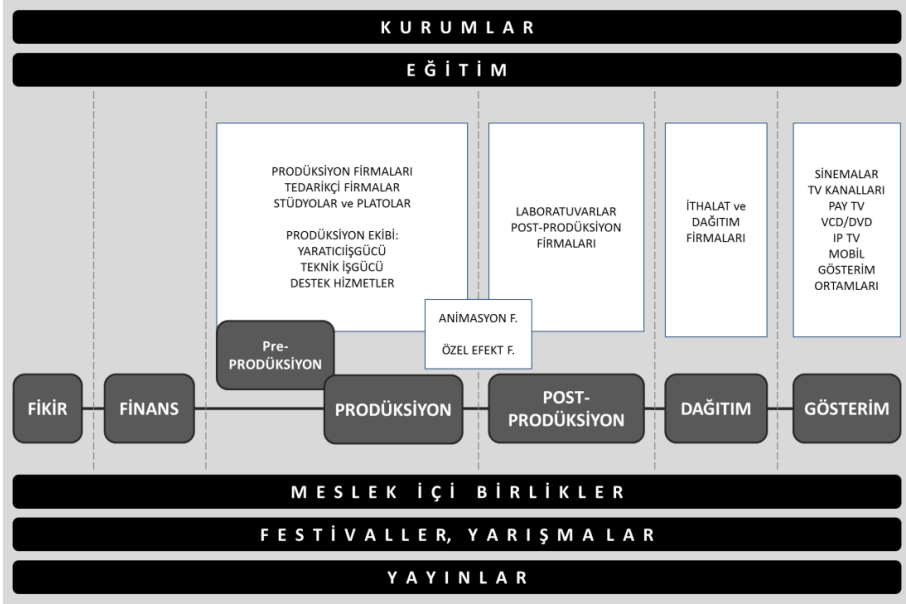
Film endüstrisine, doğrudan ilgili işgünün yanı sıra, sözü edilen çok çeşitli aktörler -hizmet ve imalat firmaları, işgücü, çeşitli kurum ve kuruluşlar- dahil olmaktadır. Film endüstrisi, bu aktörlerin rol aldığı üretim zincirlerinin birbirine geçtiği ağlar şeklinde organize olur. Üretim süreci parçalanabilir ve küresel ölçekte yayılabilir olmasına rağmen (Lorenzen, 2008; Scott, 2002), bu ağların mekansal olarak kümelenmesi, film endüstrisinin dikkat çekici bir diğer özelliğidir (Coe, 2001; Kratke, 2002; Turok, 2003). Power ve Scott (2004) kümelenmeyi, film endüstrisinin kültür endüstrileriyle paylaştığı bir diğer ortak nokta olarak işaret etmektedir. Mekânsal yakınlık ve bu yakınlık ile tetiklenen etkileşim bireyler arasında bilgi aktarımını kolaylaştırmaktadır (Kratke, 2002; Gornostaeva 2006a, b; Gornostaeva ve Pratt, 2006). Diğer bir açıdan bakıldığında, örtük bilgiye (Martin ve Sunley, 2003; Lambooy, 1998; Kratke, 2002; Gornostaeva, 2006a, b) ve bu bilginin üretildiği dinamik, canlı, hareketli ortama (*buzz*) yakın olmak, kümelenmeyi gerektirmektedir.

4. İstanbul Film Endüstrisinin Organizasyonel ve Mekansal Yapısı

İstanbul film endüstrisinde film üretiminin, kavramsal çalışmalarda izlendiği ve aktarıldığı üzere, üretim zincirleri üzerinden geliştiği görülmüştür. Bu zincirlerin gelişim süreci, yapım türlerine göre farklılık göstermekle birlikte, temelde süreç fikrin oluşum aşaması ile başlamakta; finans, pre-produksiyon, prodüksiyon, post-produksiyon, dağıtım ve gösterim aşamalarını içermektedir (Şekil 1).

Fikrin oluşumu ve **finans** aşamaları; sinema filmi, dizi film ve reklâm filmi gibi farklı yapım türlerini birbirinden ayıran temel halkalardır. Örneğin reklâm filmleri için finans kaynağı reklâm ajansları, dizi film yapımcıları içinse TV kanalları aracılığıyla reklâm veren iken, sinema filmleri için böylesi, hazır ve sürekli bir kaynak söz konusu değildir. Sinema filmleri için ana kaynaklar sponsorluk geliri, Kültür Bakanlığı Fonu, ortak yapım fonları (*Eurimages* gibi), TV gösterim hakları geliri, banka kredisi ve özkaynaklarla sınırlı görülmektedir. Bu finans kaynaklarına dizi filmleri finanse eden TV kanalları ve reklâm filmlerini finanse eden reklâm ajans-

ları da eklendiğinde, İstanbul film endüstrisi üretim zincirinin finans halkasındaki tüm aktörler ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte özellikle yerli sinema filmlerinin finansmanında önemli bir yetersizlik ve süreksizlik olduğu tespit edilmiştir (Özkan, 2009; Töre, 2010a, b).



Şekil 1. İstanbul Film Endüstrisi Üretim Zinciri³

Kaynak: Töre, 2010b

Pre-prodüksiyon aşamasının hemen ardından, film üretiminin gerçekleştiği **prodüksiyon** aşamasında aktif olarak var olan aktörler; yönetmen, senarist, oyuncu gibi *yaratıcı işgücü*, ışık ve ses teknisyenleri, kameramanlar gibi *teknik işgücü*, yürütücü yapımcı, genel koordinatör gibi yapımdan sorumlu yöneticiler, teknik ekipman ve operatör hizmeti sağlayan firmalar, oyuncuların temin edildiği oyuncu ajansları, (film müzikleri ile ilgili olarak) müzisyenler, dekor, kostüm ve aksesuar temini ve/veya imalatı ile ilgili aktörler, fotoğraf sanatçıları, çekimlerin gerçekleştirildiği stüdyolar (İstanbul Stüdyoları, Düzce Stüdyoları,

³ Üretim zincirinin geniş versiyonu ve detaylı anlatım için bkz. Özkan, 2009.

Antalya Stüdyoları...) ve/veya gerçek mekânlar ve yeme-içme, ulaşım gibi destek hizmetlerdir. Bu süreçte, film sigortalayan az sayıda şirket/banka, kimyasal madde ithalatçısı olan firmalar gibi destek firmalar/hizmetler de dolaylı olarak dahil olmaktadır. Festivaller aracılığıyla gelişen film pazarları ise (*film markets*), Türk filmleri için henüz açılmış bir pazarlama kanalı olmamakla birlikte, gelişme beklenen konular arasında değerlendirilmektedir.

Post-produksiyon aşamasında post-produksiyon firmaları, az sayıda laboratuvar, animasyon/özel efekt stüdyoları ve seslendirme stüdyoları gibi pek çok aktör sürece dahil olmaktadır. Ham filmin kurgusunun gerçekleştirildiği, dolayısıyla da teknik ekipman ve operatörlerin son derece önemli olduğu bu süreçte, ekipman ithalatı önemli bir ayak olarak öne çıkmaktadır. Bu aşamayı, **dağıtım** ve **gösterim aşaması** izlemektedir. İstanbul film endüstrisinde sinema filmi ithalat ve dağıtımını gerçekleştiren yerli ve uluslararası firmalar yer almaktadır. Bu firmaların sorumluluk alanında bulunan konular arasında afiş tasarımı, tanıtım, depolama ve taşıma gibi gösterim öncesi işlemlerin yanı sıra, filmin hangi salonlarda ne kadar süreyle oynayacağını fizibilitesini yapmak ve gösterimciyle (sinema işletmecisi) uzlaşmak sayılabilir.

İstanbul film endüstrisinde, fikrin oluşmasından gösterime kadar devam eden ve üretim zinciri olarak tarif edilen süreçte, sayılan aktörlerin yanı sıra doğrudan ya da dolaylı olarak yer alan pek çok aktör olduğu görülmüştür. Tüm bu aktörler birbirleriyle çeşitli aşamalarda ve çeşitli düzeylerde ilişki halindedirler. Örneğin VCD-DVD firmaları, imalatçı firmalar, matbaalar, paketleme ve hatta video cihaz satışı bu ilişki ağı içerisinde yer almaktadır. Bunun yanı sıra kamusal mekânların çekim amaçlı kullanımı sürecinde aktif olan anakent belediyesi, yerel belediyeler ve çeşitli kurumlar prodüksiyon aşamalarında aktif aktörlerdir. Teknik ve yaratıcı işgücünün yetişmesi açısından son derece önemli olan üniversiteler ve özel sinema okulları yine bu ağ içerisinde yer almaktadır. Kurumsal ve kültürel altyapıya destek veren meslek birlikleri, sendika, dernekler ve vakıflar, yerli ve yabancı kültür kurumları, süreli yayınlar, festivaller, yarışmalar ve sinema yazarları

gibi, ilgili bakanlıklar ve müdürlükleri ile RTÜK de endüstrinin gelişimi açısından önem taşıyan önemli aktörlerdir.

Film üretim zincirini oluşturan aktörlerin bir araya gelme süreci, “bir tür demokratik hiyerarşi” (Akay Ezel, kişisel görüşme, Mayıs 2007) olarak tanımlanmaktadır. Bu yapı bir merkez ve merkezin etrafında toplanan çok kaliteli bir emek grubundan ve bu kişilerin ulaşabildiği alt gruplardan oluşmaktadır. İstanbul film endüstrisinde bilgi üretim ve iletim mekânizmasının, esnek üretim ve uzmanlaşma biçiminde görülen ve örtük bilgi olarak tanımlanabilecek enformel ilişki ağlarıyla işlediği görülmektedir. “İstanbul film endüstrisinde herkes herkesten haberdardır” (Akdilek Murat ve Ekinci Kaya Pelin, kişisel görüşme, Mart 2008; Akay Ezel, kişisel görüşme, Mayıs 2007). İletişim zinciri çok hızlı ve kuvvetli bir şekilde işlemektedir.

Bireyler arası bilgi aktarımı, firma ya da birey bazında yapılan başarılı ya da başarısız işlerin sektör içerisinde duyulmasına ve yayılmasına neden olmaktadır. Bu durumda yapılan her iş, bir sonraki iş için referanstır ve “tamamen insan üzerine olan bu işte kötü referanslar ve kötü bir imaj her şeyi bitirmektedir” (Akdilek Murat ve Ekinci Kaya Pelin, kişisel görüşme, Mart 2008). Nitekim film, risk almak için fazlasıyla yüksek maliyetli olan ve daha önce yapılmış hataları affetmeyen bir iştir ve bu nedenle referanslar gerek işveren gerekse işgücü için hayati önem taşımaktadır. Sektörde “kişisel ilişkiler” iş ilişkilerinin kurulmasında ve sürdürülmesinde çok güçlü bir faktör olarak vurgulanmıştır.

Kentsel politikaların oluşturulmasında, İstanbul’un film endüstrisi için ne anlam ifade ettiğini okuyabilmek önem taşır. Bu sebeple aşağıda yer seçim kriterlerine kısaca değinilmiştir.

Yerseçimini anlamak...

İstanbul film endüstrisinin organizasyon yapısı- post-fordist üretim süreçlerinin organizasyonel özelliklerini taşıyan diğer tüm sektörler gibi- parçalanabilmeyi mümkün kılmaktadır. Bununla birlikte Türkiye’deki film endüstrisi çok büyük oranda İstanbul’da ve İstanbul içinde belli merkezlerde yığılma göstermektedir. İstanbul’u film endüstrisi için bu derece öne

çıkaran nedenlere bakıldığında; reklâm filmi yapım firmaları ve TV dizisi yapımcıları için ana aktör konumunda olan TV kanalları, reklâm ajansları ve reklâm veren büyük müşterilerin birçoğunun yanı sıra, yapım ekip ve donanımlarının da İstanbul’da yer aldığı görülmektedir. Bir filmin ortaya çıkışında rol oynayan her türlü aktör ve ilişkiler İstanbul’dadır. “Sektörün kalbi” İstanbul’da atmaktadır (Öztürk Volkan, kişisel görüşme, Ocak 2007; Acar Serkan, kişisel görüşme, Mart 2008). Film prodüksiyonu gibi riskli bir yatırımı karşılayabilecek kapasitede ve ilişkiler yumağında bulunmak, İstanbul’da bulunmayı zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda İstanbul, film endüstrisi için “vazgeçilmez” olarak nitelendirilmiştir⁴ (Akay Ezel, kişisel görüşme, Mayıs 2007; Akdeniz Ali, kişisel görüşme, Kasım 2005; Boyacıoğlu Ahmet, kişisel görüşme, Mart 2008; Karabol Nida, kişisel görüşme, Nisan 2008; Soyarslan Mehmet, kişisel görüşme, Eylül 2005; Tüşünel Erdal, kişisel görüşme, Eylül 2008; Zaim Derviş, kişisel görüşme, Mart 2008).

Ana yer seçim kriterinin, İstanbul’u endüstri için vazgeçilmez kılan özelliklerle çok benzer olduğunu söylemek mümkündür. Film endüstrisinin İstanbul’da gelişmesine imkân sağlayan faktörler doğrudan ve dolaylı olarak ilgili tüm sektör, aktivite ve aktörlere yakın, ilişki ağlarının içerisinde, yaratıcılığın ve kültürel üretim ve tüketimin merkezinde, kısacası “işin kalbinde olmak”tır. Yapımcı şirketten, cast ajansına, oyuncusundan, ses sistemlerine, TV kanallarından, reklam ajanslarına ve reklam verenlere, film endüstrisini oluşturan ve destek veren tüm parçalar İstanbul’da, mekânsal olarak birbirine yakın ya da erişebilir şekilde konumlanmıştır (Özkan 2009). Bu yakınlığın nedeni sadece ekonomik ilişkiler değildir. Kişisel becerilerle böylesine ilgili olan film endüstrinin belirsiz doğasında, yüz yüze ilişkilerle insanları tanıma ve iletişimi sıcak tutma, her türlü gelişmeden haberdar olma gibi baskın unsurlar yer almaktadır. Yüz yüze ilişkilerle, sürekli iletişim ve randevularla işleyen bu sistemde firmanın merkeze ve diğer firmalara mekânsal yakınlığı ya da erişilebilirliği önem taşımak-

⁴ İstanbul’un “vazgeçilmezliği” araştırma sürecinde pek çok sektör temsilcisi tarafından vurgulanmıştır. Tüm kaynaklara metin içerisinde yer vermek mümkün olmamıştır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Özkan (2009).

tadır. Film endüstrisinde “uyumlu gözükseler de herkes birbirinin rakibi-
dir” (Öztürk Volkan, kişisel görüşme, Ocak 2007) ve firmalar, mekânsal
seçimlerinde serbest gözükmeyle birlikte, kişisel ilişki ağları içerisinde
gelişen “örtük bilgi”ye yakın olmak, onları bir araya getiren temel yer
seçim faktörlerinden biri olarak görünmektedir.

Firma bazında yer seçim kriterleri de bu genel seçimi yansıtmaktadır.
Nitekim Film endüstrisini oluşturan merkez ve destek sektörlerin yer se-
çimleri bir arada değerlendirildiğinde, aktörlerin %90 oranında batı yaka-
sında ve ağırlıklı MIA bölgesinde yer seçtiği, Beyoğlu-Beşiktaş ve Şişli
ilçelerinden oluşan iki merkezli bir yapı ortaya çıktığı görülmektedir. Ya-
pım firmaları daha büyük ofisleri olan, trafik probleminin görece az ya-
şandığı, daha prestijli semtleri tercih etmektedir. Dolayısıyla, Beyoğlu
ilçesi Kuloğlu Mahallesi’nde (Yeşilçam olarak bilinir) doğan ve büyüyen
endüstri çekirdeği, zamanla küçülmüş, Beşiktaş ve Şişli ilçelerinin yakın,
nezih mahallelerine ve merkezde olmamakla birlikte metro aksı üzerinde
olması nedeniyle Maslak’a sığmıştır.

Artık endüstrinin (tek) merkezi olmamakla birlikte Beyoğlu, sektörü hala
gidilen, eğlenilen bir yer olarak beslemektedir. Revaçta bir eğlence merkezi
olması, sinema salonlarının, barların ve restoranların toplandığı, açılış ve
galaların yapıldığı bir yer olması dolayısıyla sektörü oluşturan aktörler,
toplanma, eğlence ve dinlenme için Beyoğlu’nu kullanmakta, burada birbir-
leriyle görüşme imkânı bulmaktadır. Beyoğlu, örtük bilginin oluşumu ve
beslenmesi için uygun sosyo-kültürel ve mekânsal zeminler sağlamakta,
dolayısıyla bir ritüel olarak hala devamlılığını sürdürmektedir. Dolayısıyla
bu yapının sürekliliğini sağlayacak politikalar üretmek önemlidir.

Firma ve Çalışan sayıları

Kültür endüstrileri kapsamına hangi sektörlerin, hangi aktiviteler ile
dahil edileceği konusundaki tartışmalar⁵ sürmektedir ve film endüstrisi

⁵ Pratt’in (1999) çalışması söz konusu zorlukları İngiltere örneği üzerinden ele almaktadır. Yazarın sonuç ürün ya da en çok değer ortaya koyan halkaya odaklanmak yerine, üretim ve tüketim ara-
sındaki ilişkiyi vurgulayan “üretim sistemi” yaklaşımı ise (Pratt, 1997) kültür endüstrilerinin
ölçümünde önemli bir kırılma noktası olarak hatırlanmalıdır.

de bu belirsizlikten nasibini almaktadır. Film endüstrisini oluşturan faaliyetler farklı ölçeklerde (ülke, bölge), farklı sınıflandırma sistemlerinde (NACE, NAICS, SIC...), farklı kodlar altında tanımlanmıştır ve dolayısıyla veriler kimi kez uyumsuzluk göstermektedir. Söz konusu farklılıklar, İstanbul film endüstrisinde kaç firmanın yer aldığı ya da kaç kişinin çalıştığı gibi temel soruların, ana akım kaynaklar için dahi benzer değerlerle yanıtlanmamasına yol açmaktadır.

İlk olarak firma sayısına bakıldığında; TÜİK (2008)'e göre⁶ Türkiye'de film endüstrisinde 1.546 firma yer aldığı ve Türkiye toplam girişim sayısının %0,06'sını oluşturduğu görülmektedir. 2003-2008 yılları arasındaki gelişme açısından film endüstrisi, firma sayısı itibariyle, artan bir ivmeyle büyümektedir. TÜİK (2002)'e göre⁷ ise Türkiye'de mevcut olan yapım firmalarının %71,53'ü, dağıtım firmalarının %72,73'ü, gösterim alanındaki firmaların ise %26,48'i İstanbul'da yer almaktadır. Bu oranlar, Türkiye'de film endüstrisi alanında yer alan yapım ve dağıtım firmalarının büyük oranda İstanbul'da toplandığını göstermektedir. SGK (2008) veri tabanına göre İstanbul'da film faaliyeti gösteren 855 firma vardır ve Türkiye'de bu faaliyetleri gösteren firmaların %75,87'si İstanbul'da yer almaktadır. İTO (2010) üye firma verileri ise; İstanbul'da film endüstrisi alanında çalışan firma sayısının 1.702 olduğunu ortaya koymaktadır. Tüm bu firmalar arasından özellikle yapım alanında çalışan firmaların oranı dikkat çekicidir.

Çalışan sayısına bakıldığında; TÜİK (2002)'e göre film endüstrisinin yapım, dağıtım ve gösterim alanlarında çalışan sayısı 6.880'dir. 2003-2008 yılları verilerine bakıldığında, film endüstrisinin çalışan sayısı itibariyle büyüdüğü görülmektedir. TÜİK (2002) verisine göre, film endüstrisinin yapım alanında yer alan istihdam %81,42 oranında İstanbul'da toplanmıştır. Firma sayıları ile birlikte değerlendirildiğinde anlam kazanan istihdam dair bu veriler, firmalar gibi bu alandaki çalışanların da İstanbul'da

⁶ Yıllık Sanayi Hizmet İstatistikleri (YSHİ) çalışmasında İş Kayıtları adres çerçevesi kullanılmıştır. **Örnekleme birimi** "girişim"dir. Çoklu bağlantıya sahip girişimler tamsayım yöntemi ile, girişim = yerel birim olması durumunda ise örnekleme yöntemi kullanılarak bilgi derlenmiştir (TÜİK, 2010).

⁷ Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı (GESİS)'in veri kaynağı "işyeri"dir. Tam sayım yöntemi kullanılmıştır (TÜİK, 2010). GESİS verisi 1992 ve 2002 yılları için mevcuttur.

yığılmakta olduğunu göstermektedir. SGK (2008) verileri ise, İstanbul'da sinema filmi ve ses kaydı yayıncılığında yer alan çalışan sayısının 8.134 olduğunu göstermektedir.

Bu veriler, İstanbul film endüstrisinin toplam ekonomi içerisindeki büyüklüğünü genel hatlarıyla vermekle birlikte, sadece bu verilere yer vermek, kültür endüstrilerinin ölçümünde ihtiyaç duyulan derinlemesine bakışı göz ardı etmek olacaktır. Bu noktada sektördeki üretime ve tüketime bakmak önem taşır.

Üretim ve Tüketim

2012 verilerine göre yerli filmler, gösterime giren toplam filmlerin sadece %21,7'sini oluşturmalarına rağmen, izlenme oranları itibariyle toplamdan %49,3'lük pay almaktadır (Tablo 1). Bu veriye göre sinemaya giden her iki izleyiciden biri yerli film tercih etmektedir. Bu payla Türkiye, tüm Avrupa ülkeleri arasında birinci sırayı korumaktadır (EAO, 2013).

Tablo 1. Gösterime giren yerli filmlerin sayı ve seyirci oranları, 2005-2012

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Seyirci oranı (%)	48,3	47,4	39,3	59,2	48,7	55,4	51,3	49,3
Yerli film oranı (%)	12,1	13,6	16,4	18,4	27,6	25,9	25,4	21,7

Kaynak: Boxofficeturkiye (2014) kaynağındaki verilerin derlenmesi ile oluşturulmuştur.

En çok izleyici çeken filmler de yerli filmlere olan ilgiyi destekler niteliktedir. Türkiye'de 2005-2012 yılları arasında gösterime giren tüm sinema filmleri seyirci sayılarına göre sıralandığında, en çok seyirci çeken ilk 20 filmin tümünün yerli filmler olduğu görülmektedir. İlk 50'de ise sadece 12 yabancı film yer alabilmiştir (Boxofficeturkiye, 2014). Bu değerler, seyircinin yerli sinema filmlerine olan ilgisini ortaya koymaktadır ve film endüstrisi açısından umut verici bir gelişme olarak nitelendirilmektedir (Töre 2010a,b). Bununla birlikte, 2012 yılında toplam 44,3 milyon sinema bileti satılmıştır. Bu rakam 2013 yılı için 50,3 milyon olarak gerçekleşmiş olsa da (Boxofficeturkiye, 2014), sinemaya giden nüfusun toplam nüfus içerisinde-

deki oranının düşük olması⁸, seyirci sayısını artıracak politikalar üretmenin gerekliliğini ortaya koyan dikkat çekici bir veridir.

Bu politikalar, şüphesiz sadece sinema izleyicisine odaklı düşünülmemeli. Nitekim bir filmin vizyona girip girmeyeceği ve ne kadar süre, hangi şartlarda vizyonda kalacağı dağıtım ve gösterim aşamalarında belirlenmektedir. İstanbul film endüstrisinin zayıf noktalarından biri dağıtım ve gösterim halkalarında, yerli filmlerin aleyhine işleyen önemli düzeyde tekelleşmedir (Töre, 2013). Zor şartlarda üretilen yerli filmler dağıtım aşamasına takılmakta ve gösterim şansı bulamamaktadır. Eşik bekliliği olarak yorumlanan bu tekelleşmenin kökleri *GE/Vivendi*, *Viacom*, *News Corp.*, *Disney*, *Sony* ve *Time Warner* gibi medya ve eğlence holdinglerine dayanmaktadır. Türkiye dağıtım pazarının %84'ünün, küresel ölçekte hakimiyeti olan bu 6 holding tarafından kontrol edildiğini söylemek mümkündür (Töre, 2013). Dağıtımın gösterim ve yapım aşamalarıyla doğrudan ilişkili olduğu ve birbirlerine eklenerek üretim zincirini oluşturdukları hatırlandığında, gerek film endüstrimizin büyümesi, gerekse bu büyümenin kent ekonomilerine ve mekansal yapıya katkılarının ortaya çıkabilmesi açısından Hollywood kısıkcı olarak tanımlanan bu yapının sektörel politikalarla açılması önem kazanmaktadır.

Bir başka sorun; sinema, televizyon ve reklam ilişkisinden doğmaktadır. Reklam endüstrisinden gelen finansal kaynakla birlikte televizyon dizilerinin, 1970'lerde derin bir çöküş yaşayan ve 1990'ların ortalarında yeniden var olma çabasına giren sinema için seyirci oluşturma adına çok önemli bir kanal olduğunu göz ardı etmemek gerekir. Nitekim gişe verileri, sinemalara önemli düzeyde seyirci çeken filmlerin daha çok televizyon aracılığıyla tanılan yüzlerin yer aldığı filmler olduğunu ortaya koyuyor (Boxoffice, 2014). Bununla birlikte televizyon dizileri, ortam koşulları itibarıyla (evde, bedava, kontrollü tüketim sağlamakta) sinema izleyicisini adeta çalmaktadır.

⁸ Gişe verileri satılan bilet sayısını göstermektedir. Dolayısıyla, toplam sinema izleyicisi sayısını tespit etmek ne yazık ki mümkün değil. Bununla birlikte, bir kişinin yıl içinde birden fazla kez sinemaya gittiği düşünüldüğünde, sinemaya gitmeyen kitlelerin varlığı önemli bir potansiyel olarak belirginleşir.

Bu konu ilk bakışta sektörün iç meselesi gibi görünebilir. Ancak, geriye doğru üretim zincirine bakıldığında doğrudan gösterim, dağıtım ve prodüksiyon halkalarını etkilemektedir. Dolayısıyla neredeyse tüm kanallarda peşi sıra ve her biri bir sinema uzunluğunda yayımlanan TV dizileri, sinema filmi gösterim aşaması için engel oluşturmakta, dolayısıyla film üretimini baltalamaktadır. Bu durum, film ekonomisinin büyümesine ve kentte yaratacağı tetikleyici etkilerin ortaya çıkmasına engel teşkil etmektedir.

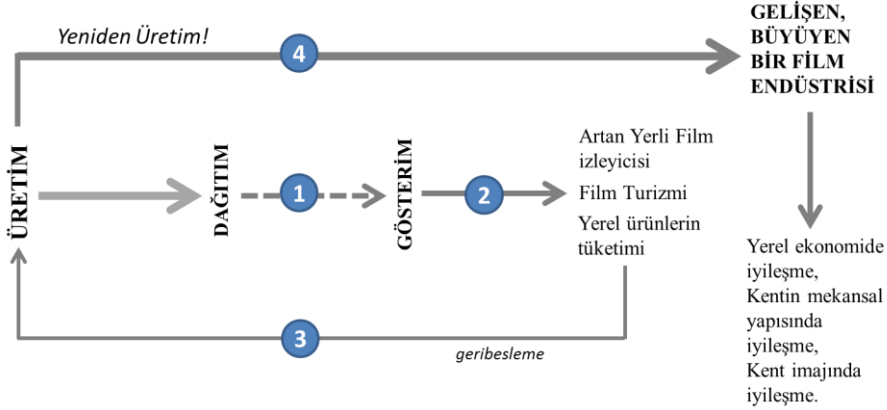
Üretim zincirinin işleyişinde, fikir aşamasından gösterime dek, şüphesiz ki daha pek çok problem ve eksiklikler yer almaktadır. Başta kurumsal-laşma sorunu olmak üzere, çekim için mekan bulmada yaşanan zorluklar, işgücünün niteliğine ilişkin sıkıntılar, çalışma koşulları gibi pek çok problem (Özkan, 2009; Töre, 2010) bu noktada hatırlanmalı. Şüphesiz ki bu sorunların bir kısmı, sektörün iç işleyişiyle ilişkili iken, önemli bir kısmı, merkezi ve yerel politikalarla ilişkili görünüyor. Dolayısıyla, üretim zincirinin çok önemli aktörleri olan Bakanlıklar ve yerel yönetimler politika üretme sürecinin doğal parçaları haline geliyor. Aşağıda üretim, dağıtım ve gösterim aşamaları için politikalar önerilmekte ve tartışılmaktadır.

5. Politikalar

Film endüstrisinin, kavramsal bölümde ele alındığı üzere; yerel ekonominin iyileşmesi, film turizmini tetiklemesi, kentin mekansal yapısında iyileşme, kent imajının iyileşmesi gibi faydaları ortaya çıkarması, ancak film endüstrisinin gelişmesi, büyümesi ile mümkündür. Film endüstrisinin gelişerek büyümesi ise film üretim zincirindeki halkaların sağlıklı bir şekilde çalışmaları ile mümkün olacaktır. Bu görüş, Şekil 2'de Film Endüstrisinin Gelişim Döngüsü üzerinden kısaca aktarılmaktadır.

Üretim aşamasından sonra dağıtım aşamasından geçerek gösterime giren (1) ve böylece seyirciyle buluşan yerli prodüksiyon, artan bir yerli film izleyicisi kitlesini ortaya çıkarma şansı bulacaktır. Prodüksiyonun yaratabileceği diğer etkilerin başında, daha önceki bölümlerde de tartışıldığı üzere, film turizmi ve yerel ürünlerin tüketimi gelecektir (2). Tüm bu etki-

ler geri beslemeyle (3) yeniden üretime dönüşebilecek (4) ve gelişen, büyüyen bir film endüstrisi ortaya çıkarabilecektir.



Şekil 2. Film Endüstrisinin Gelişim Döngüsü (Kaynak: Töre, 2013)

Şekilde de açıkça görüldüğü üzere, sözü edilen yerel ekonomik gelişme ve mekansal iyileşme gibi etkiler ancak sürekli üretim ile mümkün olabilecektir. Sürekli üretimin temel koşulu, mevcut prodüksiyonların gösterim şansı bulabilmesi ve katma değer ortaya çıkarmasıdır. Böylece elde edilen değer, geriye doğru üretim zincirinin tüm halkalarını besleyerek yeniden üretimi mümkün kılacaktır. Üretim zincirindeki halkaların sağlıklı bir şekilde işleyebilmesine yönelik politikalar geliştirmek, öncelikle, film endüstrisinin kent vizyonunda stratejik bir sektör olarak kabul edilmesi ve endüstrinin önünü açacak yasal ve kurumsal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi ile mümkündür.

Endüstrinin işleyişinde kamu politikalarının yerine ve önemine bakıldığında, devlete ve yerel yönetimlere önemli rol biçildiği görülmektedir. Vergi ve teşvik politikaları, film fonu, mekân izinleri gibi yasal ve bürokratik altyapıdan kaynaklanan sıkıntılar ve TV mecrasının düzenlenmesi, sponsorluğa ilişkin düzenlemeler, RTÜK uygulamaları gibi konular, öncelikli olarak devlet politikaları, ikincil olarak yerel yönetim politikaları ile doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle devlet ve yerel yönetimler, film üretiminin

de, dağıtım ya da gösteriminde başat olarak rol almamakla birlikte, tüm bu sürecin sağlıklı ve verimli işleyebilmesi açısından önemli aktörlerdir⁹.

Film endüstrisinde üretimin gelişmesinin önünde duran engellerin temel kaynağı genel olarak kurumsallaşma sorunu ile ilişkilidir. Kuralsızlık ve kayıtsızlık, bir yandan endüstrimizin potansiyellerinin açığa çıkmasının önünde engel oluşturmakta, bir yandan yerli ve yabancı yatırımcı açısından, İstanbul'da üretmenin kârlı olacağına ilişkin kanıt ve göstergelerin oluşmasına mani olmaktadır. Bu durum, sektörün içyapısıyla ilgili olduğu kadar, mevzuatımızda da ilişkilidir. Karar ve finans yapısı açısından **özerk bir yapıya sahip olacak bir Sinema Kurumu'nun kurulması** (Sinema Konseyi, 2010; Altıoklar, 2010); bilgi bankası/veri tabanı, AR-GE altyapısı, arşivleme altyapısının oluşturulması sürecinde yönlendirici olacaktır.

Çalışma kurallarının oluşturulması ile ilgili çalışmalar da yine bu kurumun yetki ve sorumluluğunda çözülebilecektir. Sinema alanının özel bir meslek grubu olarak tanımlanması, mevcut halde İş Kanunu'na tabi olan film endüstrisi çalışanları için özel bir SGK standardı getirilmesi önemlidir. İşgücüne ilişkin tanımlamaların yapılması, çalışma koşullarının iyileştirilmesi açısından da temel bir aşama olacaktır. Kurumsallaşmaya yönelik cazip bir yasalaşma örgütlenmeyi beraberinde getirecektir. Örgütlenme envanter oluşturulmasının ve istatistiki verilerin düzenlenmesinin yolunu açacak; bu gelişme bir taraftan endüstrinin tüm kollarıyla kayıt altına alınmasını sağlarken, bir taraftan da film endüstrisini büyük yatırımcı için ölçülebilir, cazip sektörlerden biri haline getirecektir. Şüphesiz yurtdışında örnekleri görülen film bankaları, özel sigorta şirketleri gibi, bugün İstanbul film endüstrisinde eksik olan aktörler de, yeni aktörler olarak sektöre girebilecektir. Sinema Konseyi çatısı altında bu amaca yönelik bir araya gelen sektör temsilcilerinin, "Sinema Kurumu"nun oluşturulması ile ilgili uzun soluklu çalışmaları ve temasları bulunmaktadır.

⁹ Konuyla ilgili ulusal ve yerel düzeyde önemli adımlar olarak Ulusal Kültür Politikası Raporu'nda (CE, 2013) film endüstrisinin kültür ekonomisinin bir parçası olarak ele alınarak politika sürecine dahil edilmesi gibi, İstanbul'un üst ölçekli planında (İMP, 2006) film endüstrisinin kentin vizyonuna yön verecek sektörlerden biri kabul edilmesi, bu doğrultuda stratejik ve mekansal politikalar üretilmiş olması önemli gelişmeler olarak hatırlanmalı.

Sinema Kurumu'nun finans ve destek yapısının geliştirilmesi konusunda da sorumluluk üstlenmesi önem taşımaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından, Eğlence Vergisi kapsamında biletlerden kesilen rüsum vergisi ve birkaç farklı kaynağın bir araya gelmesiyle oluşturulan sinema fonunun etkin biçimde dağıtılmasının yanı sıra, Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun 44. maddesinde belirtilen ve mevcut durumda TRT'ye aktarılan gelirin, sektörü destekleyecek biçimde kullanılması önemlidir. Buna ek olarak, Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'un 12. maddesine göre, özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yıllık brüt reklam gelirlerinden %5 oranında ayrılacak payın, film endüstrisine destek amaçlı yönlendirilmesi önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra, film üretimine ve altyapıya verilen desteğin kültür yatırımı kapsamında değerlendirilmesi önemli bir politika olacaktır. Sinema Kurumu'nun diğer görevleri arasında, stopaj vergisinin %18 oranındaki KDV'nin düşürülmesi gibi çalışmalar yer almalıdır.

Gösterim ayağının iyileştirilmesi ve tüketimin artırılması da yine Sinema Kurumu'nun temel görevleri arasında yer almalıdır. TV Dizisi sürelerinin (RTÜK reklam sürelerinin) uluslararası kriterlere uygun düzenlenmesi ve TV'deki dizi film ve sinema filmi gösterimlerinin, akşam saatlerinde ve hafta sonlarında izleyiciyi sinemaya gitmeye teşvik edecek şekilde yeniden düzenlenmesi öncelikli konular arasında olmalıdır.

Sinemaya gitme alışkanlığını oluşturmak kadar, sinemaya ya da film gösterimine erişimin kolaylaştırılması da önemli bir politikadır. Erişimi gerek fiziksel gerekse ekonomik yetersizlikler bağlamında anlamak mümkün. Bu noktada özellikle yerel yönetimlerin kültür merkezlerinin sinema gösterimi için yeniden yapılandırılması, kitlelerin gösterime davet edilmesi ve erişiminin sağlanması, bu gösterimlerle ilgili bilet fiyatlandırmasının gözden geçirilmesi gerekmektedir (Yekon, 2013).

Yurt dışında temsil mekanizmalarının kurulması, sektöre ve ülkenin doğal ve kültürel zenginliğine ilişkin tanıtım yapılması, İstanbul'da bir film ve televizyon marketi organizasyonu kurulması, sinema filmlerimizin de dizilerimiz gibi ihracat kapsamına alınarak teşvik edilmesi ve destek-

lenmesi ve film ve dizilerimizin bu çerçevede dijital platformlara yüklenmesi pazarlama ve dağıtım ayağında yapılması öncelikli çalışmalar arasında yer almalıdır. Dağıtım ayağıyla ilgili bir diğer politika dağıtımda mevcut olan **tekelin ortadan kaldırılmasına** ilişkindir. Şekil 2’de yer verilen döngünün ortaya çıkabilmesi, yerli prodüksiyonun dağıtım eşiğinden geçerek gösterime girmesine bağlıdır.

Bir diğer politika önerisi fikri mülkiyetle ilişkilidir. Bir kültür endüstrisi olan film endüstrisinin fikri mülkiyetle ilişkisine kavramsal bölümde değinilmişti. Mevcut yasa ve uygulamalarla ilgili sıkıntılar, film endüstrisinin tüm halkalarını doğrudan etkilemektedir. Fikri Mülkiyet Hakları yasasının gözden geçirilmesi ve Fikri Mülkiyet Kurumunun kurulması ile koranla aktif mücadele edilmesi yönünde çalışmalar sürmektedir.

İstanbul film endüstrisiyle ilgili bir diğer önemli politika “yer”e ilişkindir. Kişisel ilişkilerle sağlanan ve mekânsal bir aradalıkla üretilebilen örtük bilgi ve bu bilginin oluşumunu sağlayan sosyal ağlar aktörleri mekânsal olarak yakın olmaya teşvik etmektedir. Dolayısıyla, film endüstrisinin doğasından gelen ve bu çalışmada İstanbul film endüstrisi örneğinde ortaya konan kümelenme eğiliminin yerel ve merkezi politikalarla desteklenmesi, böylesi rekabetçi bir yaratıcı sektörü İstanbul’un motor güçlerinden biri haline getirmek adına önem taşımaktadır. Yüz yüze ilişkilerle, sürekli iletişim ve randevularla işleyen bu sistem için, kentsel yaratıcı ortamı besleyecek ve sürdürülebilir kılacak strateji ve araçların gözetilmesi gerekmektedir.

Tarihsel olarak film endüstrisinin çekirdeğini oluşturan Yeşilçam, kısaca söz edilen faktörler nedeniyle İstanbul film endüstrisinin tek merkezi olma niteliğini kaybetmiş görünmektedir. Bununla birlikte, gerek Yeşilçam’ın tarihsel önemi, gerekse içinde bulunduğu Beyoğlu ilçesinin film endüstrisi ve diğer kültür endüstrileri için vazgeçilmez bir karşılaşma, buluşma ve eğlence mekânı olduğu düşünüldüğünde, Beyoğlu’nun, bir kültür-eğlence merkezi olarak önemini sürdürmesini sağlamak ve Yeşilçam bölgesini ve yakın çevresini film endüstrimizin geçmişini sergileyen bir açık hava müzesi olarak korumak ve sürdürmek anlam kazanmaktadır.

Sonuç

Yarışmacılık, imaj, yaratıcılık gibi kavramların ön plana çıkmasıyla, kentsel gelişme süreçlerinin dinamikleri de değişmektedir. Hızla büyüyen kültür ekonomisinin önemli segmentlerinden biri olan kültür endüstrileri, sözü edilen değerleri açığa çıkaran, kent ekonomisine önemli katkılar sağlayan bir alan olarak kentsel politikalarda yerini almaktadır. Bu yazıda, kültür endüstrilerinin kentsel politikadaki yeri, İstanbul film endüstrisi örneği üzerinden ele alınmıştır.

Film endüstrisi temelde; üretim, dağıtım ve gösterim olmak üzere üç halkayla tanımlanan bir üretim zinciri üzerinde pek çok fayda ortaya çıkarmaktadır. Kısa zamanda, büyük katma değer yaratarak yerel ekonomiyi iyileştirmekte, film sahnelerinde görülen mekanların ziyaret edilmesi ile turizmi tetiklemekte, atıl depolar, fabrikalar gibi yapıların yeniden kullanılması ile kentin kültür eksenli dönüşümüne katkıda bulunmakta, kent imajının kültür ve yaratıcılık üzerinden yeniden tanımlanmasını ve iyileşmesini sağlamaktadır. Bu zincirin sağlıklı işleyebilmesi, potansiyellerin açığa çıkarılabilmesi için; film endüstrisinin kentin geleceğinde stratejik bir sektör olarak tanımlanarak yerel ve merkezi politikalarla desteklenmesi önemlidir.

İstanbul'da doğan ve büyüyen film endüstrisinin, üretim zincirinin sözü edilen üç temel halkasında da müdahale gerektiren problemler olduğu tespit edilmiştir. Bu problemler, sektörün iç koşulları ve işleyişi kadar üst ölçekli politikalarla da ilişkilidir. Ancak politika üretme sürecinde öncelikli olan, film endüstrisinin İstanbul'da ortaya çıkışını ve gelişmesini mümkün kılan koşulları kavrayabilmektir. İstanbul Türkiye'nin ekonomik ve kültürel odağı olagelmıştır. Dolayısıyla İstanbul gerek sinemanın, gerekse reklam, televizyon gibi film üretimini doğrudan etkileyen diğer kültür endüstrilerinin bir arada geliştiği kenttir ve günümüz kesitinde bu sektörler, film üretiminin gerçekleşmesini ve sürebilmesini mümkün kılan çok önemli aktörler konumundadır. Bu ilişkiler içerisinde sektörün kalbi açıkça İstanbul'da atmaktadır. Tarihsel önemi ve özgün yapısı bir yana, Türkiye'de İstanbul'un ekonomi ve kültür alanlarındaki rolünü

ve ağırlığını üstlenebilecek bir başka kent yoktur. Dolayısıyla İstanbul'un film endüstrisi için önemi ve vazgeçilmezliği devam edecektir.

İstanbul film endüstrisinin organizasyonel ve mekansal özellikleri, söz konusu yapının korunarak geliştirilmesi adına önemli ipuçları sağlamaktadır. Kurumsallaşma, finansman, araştırma ve üretim altyapısı, dağıtım ve gösterim koşulları gibi temel problemlerin, mevzuattaki düzenlemelerle önü açılan özerk bir Sinema Kurumu bünyesinde çözüme kavuşturulabileceği düşünülmektedir. Üretim biçiminin gerektirdiği kümelenme ve yüz-yüze ilişkiler ise, önemli bir odak noktası olarak Beyoğlu'na işaret etmektedir. Dolayısıyla kentsel kültürel ve mekansal politikaların bu yönde geliştirilmesi önerilmektedir.

Son olarak, sektör temsilcileriyle birlikte hareket etmek film endüstrisi gibi çok aktörlü ve karmaşık bir yapılanmadaki hastalığın doğru teşhis edilmesi ve tedavinin doğru noktalara uygulanması açısından önemli bir enerji kazancı sağlayacağı gibi, politikaların aktörler bazında kabul edilmesi de, uygulanabilirliği artıracaktır.

KAYNAKÇA

- AFC (1999). Report on the Film and Television Production Industry Canberra: Australian Film Finance Corporation Limited, <http://www.afc.gov.au/downloads/policies/ftpirep.pdf>, [erişim 5 Aralık 2007].
- Altoklar, M. (2010). Sinema stratejik bir sektördür, <http://www.filmyon.org/modules.php?name=News&file=article&sid=152>, [erişim tarihi 27 Ocak 2010].
- Beeton, S. (2005). *Aspects of Tourism: 25- Film Induced Tourism*, Great Britain: Channel View Publications.
- Belussi, F. (2004). In Search of a Useful Theory of Spatial Clustering, Paper read at DRUID Summer Conference 2004 on Industrial Dynamics, Innovation and Development June 14-16 2004, Elsinore, Denmark, <http://www.druid.dk/uploads/txpictedb/ds2004-1344.pdf>, [erişim Ekim 2008].
- Bianchini, F., Dawson, J. ve Evans, R. (1992). Flagship projects in urban regeneration, P. Healey, S. Davsudi, M. O' Toole, S. Tavşanoğlu ve D. Usher (der.) *Rebuilding the City: property-led urban regeneration* (ss. 245-255) içinde, London: E. and F. N. Spon.

- Bianchini, F. ve Parkinson, M. (der.) (1993). *Cultural Policy and Urban Regeneration*. Manchester: Manchester University Press.
- BOP Consulting (2010). Mapping the Creative industries: a toolkit, Creative and Cultural Economy series/ 2, British Council Creative Economy Unit, http://www.britishcouncil.org/mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf, [erişim 9 Mart 2011].
- Boxofficeurkiye (2014). Boxoffice web sitesi veri tabanı, www.boxofficeurkiye.com, [erişim 10 Ocak 2014].
- Camauër, L. (2002). Cultural Work and Cultural Production, an Attempt to Survey a Seemingly Unending Field, National Institute for Working Life.
- CCI (2005). Centre for Creative Industry, <http://www.creative.qub.ac.uk/creative.html>, [erişim 9 Nisan 2006].
- CE (2013). Cultural Policy in Turkey- National Report, Council of Europe, European Programme of National Cultural Policy Reviews, October 2013, http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/reviews/Turkey_en.asp, [erişim 14 Ocak 2014], Ankara.
- CFC (2006). *Attracting Film Production*, <http://www.film.ca.gov/pdf/AttractingFilmProduction-text-09-08.pdf>, [erişim 16 Şubat 2007].
- Coe, N. ve Johns, J. (2004). Beyond production clusters, towards a critical political economy of Networks in the film and television industries, D. Power ve A.J. Scott (der.) *Cultural Industries and the Production of Culture* (ss. 188-204) içinde. London and New York: Routledge.
- Coe, N.M. (2001). A Hybrid Agglomeration? The Development of a Satellite-Marshallian Industrial District in Vancouver's Film Industry, *Urban Studies*, Vol. 38, No. 10, 1753-1775.
- Coish, D. (2001). Trends and Conditions in Census Metropolitan Areas Census Metropolitan Areas as Culture Clusters, Statistics Canada.
- Creative Clusters (2008). Creative Clusters web sitesi, www.creativeclusters.com.
- Croy, W.G. (2004). The Lord of the Rings, New Zealand, And Tourism: Image Building With Film, Working Paper 10/04, March 2004, Monash University, Business and Economics, <http://www.buseco.monash.edu.au/mgt/research/working-papers/2004/wp10-04.pdf>, [erişim 1 Eylül 2008].
- Cunningham, S. (2002). From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications, http://eprints.qut.edu.au/588/1/cunningham_from.pdf, [erişim 4 Ağustos 2005].
- CURDS (2001). Culture Cluster Mapping and Analysis, Centre for Urban and Regional Development Studies. http://www.cipi.gov.mx/Biblioteca_Digital_CIPI/BibliografiaBasica/innovacion/Culture%20Cluster%20Mapping%20and%20Analysis.pdf, [erişim 14 Ağustos 2005].

- DACST (1998). Cultural Industries Growth Strategy (Cigs) the South African Film and Television Industry Report, Department of Arts, Culture, Science and Technology, <http://www.docstoc.com/docs/712286/The-South-African-Film-And-Television-Industry-Report>, [erişim 17 Aralık 2007].
- DCMS (1998). Creative Industries Mapping Document, London: Department for Culture, Media and Sport.
- DCMS (2001). Creative Industries Mapping Document 2001, London: Department for Culture, Media and Sport.
- DCMS (2004). Culture at the Heart of Regeneration, London: Department for Culture, Media and Sport, <http://www.culture.gov.uk/images/consultations/DCMSCulture.pdf>, [erişim 12 Ağustos 2005].
- DCMS (2008). Creative Britain, New Talents for the New Economy, London: Department for Culture, Media and Sport, <http://www.culture.gov.uk/images/publications/CEPFeb2008.pdf>, [erişim 6 Ocak 2008].
- DCSF (2005). Report on the State of Czech Cinematography, Department of Cinematography and State Funds, http://www.obs.coe.int/oea_public/eurocine/cz_2005.pdf, [erişim 6 Kasım 2007].
- De Vany, A. (2004). *Hollywood Economics: How Extreme Uncertainty Shapes the Film Industry*. London and New York: Routledge.
- Dicken, P. ve Lloyd, P.E. (1990). *Location in Space Theoretical Perspectives in Economic Geography*, New York: Harper Collins.
- DiNoto, M., ve Merk, L. (1993). Small Economy Estimates of the Impact of the Arts. *Journal of Cultural Economics*, 17(2), 41-53.
- Dondurei, D. ve Venger, N. (2001). "The Film Sector in the Russian Federation" DOUBLE-D LTD, http://www.obs.coe.int/oea_public/eurocine/doubled_film.pdf, [erişim 11 Kasım 2007].
- DREAM Ireland (2001). Creative Enterprise, Project Report Series, Report 2: Northern Ireland's Creative Industries: A Qualitative Map, DREAM Ireland.
- EAO (2013). Cinema admissions in Europe down overall, but some countries make big strides, The European Audiovisual Observatory, Press Release, Strasbourg, 8 February 2013, <http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/berlinale2013.html>, [erişim 9 Şubat 2013].
- ECONorthwest (2003). The Economic Impacts of Film & Video Productions in Washington State, Portland, Oregon: Washington State Film Office, http://www.seattle.gov/filmoffice/docs/Seattle_FilmStudy2003.pdf, [erişim 3 Mart 2006].
- EEDA (2002). East of England and Creative Industries: Advice & Analysis, Final Report, EEDA, <http://insighteast.org.uk/observatory/reports/creativeindustry/finalreportv4.pdf>, [erişim 7 Mayıs 2006].

- Eisenberg, C., Gerlach, R. ve Handke, C. (2006). Introduction, the Cultural Industries: The British Experience in International Perspective, <http://edoc.hu-berlin.de/conferences/culturalindustries/eisenberg-christiane/PDF/eisenberg.pdf>, [erişim 9 Aralık 2007].
- ESI Corporation (2004). Analysis of the Film and Video Industry in Arizona, Phoenix: Arizona Department of Commerce. <http://azmemory.lib.az.us/cgi-bin/showfile.exe?CISOROOT=/statepubs&CISOPTR=811&filename=812.pdf>, [erişim 18 Aralık 2006].
- Evans, G. (2005). Measure for Measure: Evaluating the Evidence of Culture's Contribution to Regeneration, *Urban Studies*, Vol.42, Nos 5/6, 959-983.
- Evans, G. ve Shaw, P. (2004). The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: A Review of Evidence, a Report to the Department for Culture Media and Sport, London: LondonMet., http://www.culture.gov.uk/images/consultations/ADCMS_Final1.pdf, [erişim 9 Şubat 2006].
- Flew, T. (2002). Beyond ad hocery: Defining Creative Industries, paper presented to Cultural Sites, Cultural Theory, Cultural Policy, The Second International Conference on Cultural Policy Research, Te Papa, Wellington, New Zealand, 23-26 January 2002, <http://www.library.auckland.ac.nz/subjects/bus/ExecProg/docs/creativeindustries.pdf>.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How it is Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York: Basic Books.
- Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge.
- Freeman, G., Kyser, J., Sidhu, N., Huang, G. ve Montoya, M. (2005). What Is the Cost of Runaway Production? Jobs, Wages, Economic Output and State Tax Revenue at Risk When Motion Picture Productions Leave California, CA Film Commission Study, Los Angeles County Economic Development Cooperation, http://www.film.ca.gov/pdf/press_release/California_Film_Commission_Study.pdf, [erişim 5 Aralık 2006].
- Galloway, S. ve Dunlop, S. (2006). Deconstructing the Concept of 'Creative Industries, Christiane Eisenberg, Rita Gerlach ve Christian Handke (der.). *Cultural Industries: The British Experience in International Perspective* (ss.33-52) içinde, Online. <http://edoc.hu-berlin.de>, Humboldt University Berlin, Edoc-Server.
- Garcia, B. (2004). Cultural Policy and urban regeneration in western european cities, *Local Economy*, Vol.19, No.4, 312-326
- Gibson, C. (2003). Cultures at work: why 'culture' matters in research on the 'cultural' industries, *Social & Cultural Geography*, Vol. 4, No. 2, pp. 201-215.
- Gibson, C. ve Kong, L. (2005). Cultural economy: a critical review, *Progress in Human Geography* 29, 5, 541-561.

- Goldsmith, B. ve O'Regan, T. (2004). Locomotives and Stargates, Inner-city studio complexes in Sydney, Melbourne and Toronto, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 10, No. 1, 29-45.
- Gornostaeva, G. (2006 a). Face-to-Face Interactions Along the Production Chain and across Networks, *International Journal of Knowledge, Culture & Change Management*, 6, <http://www.esrcsocietytoday.ac.uk/>, [erişim 21 Mart 2007].
- Gornostaeva, G. (2006 b). Tacit Knowledge Exchange Along the Production Chain and across Networks: A Study of the Film and Television Industry in London, *International Journal of Knowledge, Culture & Change Management*.
- Gornostaeva, G. ve Pratt, A.C. (2006). Digitisation and face-to-face interactions: the example of the film industry in London. *International Journal of Technology, Knowledge and Society*, 1 (3). pp. 101-108.
- Hall, T. (1998). *Urban Geography*, New York: Routledge.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*. London: Sage.
- Hesmondhalgh, D. ve Pratt, A.C. (2005). Cultural industries and cultural policy. *International Journal of Cultural Policy*, 11 (1). pp. 1-14.
- Higgs, P. ve Cunningham, S. (2008). Creative Industries Mapping: Where Have We Come from and Where Are We Going?, *Creative Industries Journal*, 7-30, http://www.atypon-link.com/INT/doi/pdf/10.1386/cij.1.1.7_1, [erişim Aralık 2008].
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London, Penguin.
- Hudson, S. ve Ritchie, J.R. (2006). Promoting Destinations Via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives, *Journal of Travel Research*, 05, 387-396, <http://www.linkbc.ca/torc/downs1/PromotingFilmTourismJTR.pdf>, [erişim Eylül 2008].
- Isbasoiu, G.M. (2007). Industrial Clusters and Regional Development. The Case of Timisoara, and Montebelluna, Paper read at ERIK Network Conference 10-11 2007, at Brussels, <http://www.eriknetwork.net/workshop/bruxcluster/GeorgIsbasoiu.pdf>, [erişim Şubat 2008].
- Iwashita, C. (2006). Media representation of the UK as a destination for Japanese tourists: Popular culture and tourism. *Tourist Studies*, 6(1), 59-77.
- İMP (2006). 1/100.000 ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı- Plan Raporu, İstanbul Metropolitan Planlama ve Kentsel Tasarım Merkezi, İstanbul.
- İTO (2010). İstanbul Ticaret Odası 2010 yılı itibariyle üye firmalar.
- Jansson, J. ve Power, D. (der.) (2006). Image of the City. Urban Branding as Constructed Capabilities in Nordic City Regions, Department of Social and Economic Geography, Uppsala University.
- Jones, P. ve Evans, J. (2008). *Urban Regeneration in the UK*. London: Sage

- KEA (2006). The Economy of Culture in Europe, Avrupa Komisyonu için hazırlanan çalışma.
- Kratke, S. (2002). Network Analysis of Production Clusters: The Potsdam/Babelsberg Film Industry as an Example, *European Planning Studies*, Vol. 10, No.1, 27-54.
- Kunzmann, K.R. (2004). Culture, creativity and spatial planning, *TPR*, 75(3), pp. 337-358.
- LAEDC (2005). Film Industry Profile of California/Los Angeles County, <http://www.laedc.org/reports/Film-2005.pdf>, [erişim 6 Aralık 2007].
- Lambooy, J. G. (1998). Economies of Agglomeration and Spatial Development: Cities in the Era of the Knowledge Economy, Inaugural lecture, University of Utrecht <http://econ.geo.uu.nl/lambooy/Economies%20of%20agglomeration%20incl%20bibl%201feb07.pdf>, [erişim Ekim 2008].
- Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Landry, C. (2006). *The Art of City Making*. London: Earthscan.
- Loftman, P. ve Nevin, B. (1995). Prestige Projects and Urban Regeneration in the 1980's and 1990's: A Review of Benefits and Limitations, *Planning Practice and Research*, 10 (3/4), ss. 299-312.
- Lorenzen, M. (2008). Creativity at Work: On the Globalization of the Film Industry, <http://openarchive.cbs.dk/bitstream/handle/10398/7775/Creative%20Encounters%20Working%20Papers%208.pdf?sequence=1>, [erişim 3 Ocak 2014].
- Macionis, N. (2004). Understanding the Film-Induced Tourist, Frost, Warwick, Croy, Glen ve Beeton, Sue (der). International Tourism and Media Conference Proceedings içinde. 24th-26th November 2004. Melbourne: Tourism Research Unit, Monash University. 86-97, <http://www.buseco.monash.edu.au/units/tru/conferences/itam04/macionis.pdf><http://www.buseco.monash.edu.au/units/tru/conferences/itam04/macionis.pdf>, [erişim 22 Eylül 2008].
- Martin, R. ve Sunley, P. (2003). Deconstructing Clusters: Chaotic Concept or Policy Panacea?, *Journal of Economic Geography* 3, 5-35.
- Maskell, P. ve Lorenzen, M. (2004). The Cluster as Market Organisation, *Urban Studies*, 991-1009.
- Montgomery, J. (2004). Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 2: A Review of Four Cultural Quarters in the UK, Ireland and Australia, *Planning Practice & Research*, 3-31.
- O'Connor, J. (1999). The Definition of 'Cultural Industries' [online], <http://www.pedrobendassolli.com/pesquisa/icc1.pdf>.
- Oxford Economics (2012). The Economic Impact of the UK Film Industry, Supported by the British Film Institute, Pinewood Shepperton plc, British Film, Commission and Creative England, accessed at <http://www.creativecoalitionca>

- mpaign.org.uk/images/uploads/bfi-economic-impact-of-the-uk-film-industry-2012-09-17.pdf, 04.01.2013.
- Özkan, E. (2009). Kentsel Dönüşümde Kültür Endüstrileri: İstanbul'da Film Endüstrisinin Kentsel Dönüşüm Yaratma Potansiyellerinin Belirlenmesi, yayımlanmamış doktora tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı Şehir Planlama Programı, İstanbul.
- Pacione, M. (2009). *Urban Geography A Global Perspective*. New York: Routledge.
- Piore, M. & Sabel, C. (1984). *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*. New York: Basic Books.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Potts, J., Cunningham, S., Hartley, J. ve Ormerod P. (2008). Social Network Markets: A New Definition of the Creative Industries, for submission to Journal of Cultural Economics, 21st may version, http://repp.anu.edu.au/ripp/creativeindustries/Potts-RiskAppreciation_Society.pdf, [erişim 2 Temmuz 2009].
- Power, D. ve Scott, A.J. (2004). A Prelude to Cultural Industries and the Production of Culture, D. Power ve A.J. Scott (der.) *Cultural Industries and the Production of Culture* (ss. 3-15) içinde. London and New York: Routledge.
- Pratt, A.C. (1997). The Cultural Industries Production System: A Case Study of Employment Change in Britain, 1984-91, *Environment and Planning*, 1993-94, April 1997 Draft, <http://www.lse.ac.uk/collections/geographyAndEnvironment/whosWho/profiles/pratt/pdf/EmploymentChangeBritain.pdf>, [erişim 14 Aralık 2007].
- Pratt, A.C. (1999). Employment: the difficulties of classification, the logic of grouping industrial activities comprising the sector, and some summaries of the size and distribution of employment in the sector in Great Britain, paper presented at the conference 'The new cultural map: a research agenda for the 21st century', Bretton Hall, Leeds, <http://www.lse.ac.uk/collections/geographyAndEnvironment/whosWho/profiles/pratt/pdf/EmploymentChangeBritain.pdf>, [erişim 14 Aralık 2007].
- Pratt, A.C. (2002). The Relationship between the City, 'Cultural Tourism and the Cultural Industries, Cultural Tourism as an Urban Cultural Industry. A critical Appraisal, paper read at Cultural Tourism, Interarts, with Turisme de Barcelona, Turisme de Catalunya, Diputació de Barcelona, at Barcelona.
- Pratt, A.C. (2005). Cultural Industries and Public Policy, *International Journal of Cultural Policy* 11(1), 31-44.
- Roberts, P. (2000). The Evolution, Definition and Purpose of Urban Regeneration, P. Roberts ve H. Skyes (der.) *Urban Regeneration a Handbook* (ss. 9-36) içinde. London: Sage Publications.

- Roodhouse, S. (2006). The Creative Industries: Definitions, Quantification and Practice, Christiane Eisenberg, Rita Gerlach ve Christian Handke (der.). *Cultural Industries: The British Experience in International Perspective* (ss.13-32) içinde, Online. <http://edoc.hu-berlin.de>, Humboldt University Berlin, Edoc-Server.
- Sassen, S. (1991). *The Global City: New York, London, Tokyo*. New Jersey: Princeton University Press.
- Scott, A.J. (1997). The Cultural Economy of Cities, *International Journal of Urban and Regional Research*, 21,2, 323-39.
- Scott, A.J. (2002). A New Map of Hollywood: The Production and Distribution of American Motion Pictures, *Regional Studies*, Vol. 36.9, pp. 957-975
- Scott, A.J. (2004). Cultural Products Industries and Urban Economic Development, *Urban Affairs Review*, 461-490., <http://129.3.20.41/eps/urb/papers/0511/0511005.pdf>, [erişim 25 Ekim 2006].
- SGK (2008). Sosyal Güvenlik Kurumu 2008 Yılı İstatistik Yıllığı.
- Shorthose, J. (2004). Nottingham's de facto Cultural Quarter: The Lace Market, Independents and a Convivial Ecology, M. Jayne ve D. Bell (der.) *Cities of Quarters: Urban Villages in the Contemporary City* (ss. 149-162) içinde. Hants: Ashgate Publications.
- Sinema Konseyi (2010). Stratejik Rapor Çalışmaları
- Siwek, S.E. (2002). Copyright Industries in the U.S. Economy- The 2002 Report, International Intellectual Property Alliance. http://www.iipa.com/pdf/2002/SIWEK_FULL.pdf, [erişim 6 Aralık 2006].
- Smith, A. (2012). *Events and Urban Regeneration, The Strategic Use of Events to Revitalize Cities*. London: Routledge.
- Stric, V. ve Klasová, S. (2005). Report on the Slovak Audiovisual Situation in 2004, Bratislava: Ministry of Culture of the Slovak Republic – MEDIA Desk Slovakia, http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/sk_av_report_2004.pdf, [erişim 11 Kasım 2007].
- Tallon, A. (2010). *Urban Regeneration in the UK*. New York: Routledge.
- TLOC (2001). U.S. Film Industry Report, The Library of Congress, report conducted on behalf of the U.S. Department of Commerce, erişim <http://www.ita.doc.gov/media/migration11901.pdf>, [erişim tarihi 16 Kasım 2011].
- Töre, E. (2013). Film Endüstrisinin Eşik Bekçileri: Türkiye'de Dağıtım Hollywood Kısacında Mı?, R. Özgül Kılanç (der.) *İletişim Ve...*(ss. 114-144) içinde. İstanbul: Es Yayınları.
- Töre, E.Ö. (2010a). *İstanbul Film Endüstrisi, İstanbul'da Kültür Ekonomisine Yön Veren Dinamikler, İstanbul Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri 2010*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Töre, E.Ö. (2010b). İstanbul'da Kültür Ekonomisini Döndüren Çarklardan Biri: Film Endüstrisi, Temel Yapısal Özellikler, Fırsat ve Tehditler, Politika Önerileri Sektörel Araştırma Raporu, İstanbul Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri 2010, İstanbul, http://www.istanbulkulturenvanteri.gov.tr/files/yayinlar/ISTANBUL_DA_FILM_ENDUSTRISI.pdf.
- Turok, I. (1992). Property-led urban regeneration: panacea or placebo?, *Environment and Planning A*, 24, 361-379.
- Turok, I. (2003). Cities, Clusters and Creative Industries: The Case of Film and Television in Scotland, *European Planning Studies*, Vol. 11, No. 5, 549-565.
- TÜİK (2002). Türkiye İstatistik Kurumu Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı (GESİS) 2002 verileri.
- TÜİK (2008). Türkiye İstatistik Kurumu Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri (YSHİ) 2003-2008 verileri.
- TÜİK (2010). Türkiye İstatistik Kurumu web sitesi, <http://www.tuik.gov.tr>, [erişim tarihi 3 Kasım 2010].
- UNCTAD (2008). The Challenge of Assessing the Creative Economy: toward Informed Policy-making. Creative Economy Report 2008. United Nations Conference on Trade and Development.
- UNCTAD (2010). Creative Economy: A Feasible Development Option. Creative Economy Report 2010. United Nations Conference on Trade and Development.
- Van Der Berg, L., Braun, E. ve Van Winden, W. (2001). *Growth Clusters in Metropolitan Cities*, Rotterdam: Ashgate Publishing.
- Waits, M.J. (2003). Advantages of the Industry Cluster Approach to Economic Development, presentation, <http://www.bcrstn.com/downloads/canada2.pdf>, [erişim 4 Nisan 2006].
- Warnick, Rodney B., Bojanic, David C. ve Sirianguk, Arıtaya (2005). Movie effects on the Image of Thailand Among College Student Travelers, Proceedings of the 2005 Northeastern Recreation Research Symposium, 2005 April 10-12; Peden, John G.; Schuster, Rudy M., (der.), NY: Bolton Landing, 355-364.
- WIPO (2003). Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries, Geneva. http://www.wipo.int/copyright/en/publications/pdf/copyrightpub_893.pdf, [erişim 27 Aralık 2007].
- Wiesand, A. ve Söndermann, M. (2005). The 'Creative Sector' – an Engine for Diversity, Growth and Jobs in Europe an Overview of Research Findings and Debates, Prepared for the European Cultural Foundation Brussels: European Cultural Foundation, <http://www.kulturforschung.de/dyndata/Creat.pdf>, [erişim 3 Nisan 2006].
- YEKON (2013). Yaratıcı İstanbul Atölyeleri Projesi, Sinema Endüstrisi Odak Grup Toplantısı notları, 23.12.2013, İstanbul.

Mevzuat

2464 Nolu Belediye Gelirleri Kanunu (29.05.1981 tarih 17354 sayılı T.C. Resmi Gazete).

3984 Nolu Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun (20.04.1994 tarih 21911 sayılı T.C.Resmi Gazete).

4857 Nolu İş Kanunu (10.06.2003 tarih 25134 sayılı T.C. Resmi Gazete).

5224 Nolu Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun (21.7.2004 tarih 25529 sayılı T.C. Resmi Gazete).

5225 Nolu Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu (21.07.2004 tarih 25529 sayılı T.C. Resmi Gazete).

5846 Nolu Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (13.12.1951 tarih 7981 sayılı T.C. Resmi Gazete).

Kişisel görüşmeler: Acar Serkan, kişisel görüşme, Mart 2008; Akay Ezel, kişisel görüşme, Mayıs 2007; Akdeniz Ali, kişisel görüşme, Kasım 2005; Akdilek Murat ve Kaya Pelin Ekinci, Mart 2008; Boyacıoğlu Ahmet, kişisel görüşme, Mart 2008; Karabol Nida, kişisel görüşme, Nisan 2008; Öztürk Volkan, Ocak 2007; Soyarslan Mehmet, kişisel görüşme, Eylül 2005; Tüşünel Erdal, kişisel görüşme, Eylül 2008; Zaim Derviş, kişisel görüşme, Mart 2008.

Doç. Dr. Evrim (Özkan) Töre: MSGSÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü'nden 1999 yılında mezun olmuştur. Yüksek lisans eğitimini MSGSÜ FBE Kentsel Tasarım Programı'nda 1999-2002 yılları arasında gerçekleştirmiş, doktorasını 2009 yılında YTÜ FBE Şehir Planlama programında film endüstrisi üzerine tamamlamıştır. 2005-2010 yılları arasında İstanbul Metropolitan Planlama ve Kentsel Tasarım Merkezi'nde (İMP) İstanbul ve Trakya'nın üst ölçekli planlarının yapım sürecinde kültür ve turizm sektörleri üzerine çalışan Töre, Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA) ve Kültür ve Turizm Bakanlığı ortaklığında yürütülen "İstanbul Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri" başlıklı 2010 AKB Projesi'nde (2009-2011) film endüstrisi ve reklâm endüstrileri üzerine araştırmalarını gerçekleştirmiştir. Töre, Bilgi Üniversitesi ve Anadolu Kültür tarafından 2009-2011 yılları arasında yürütülmüş olan "Sivil Toplum Gözüyle Türkiye Kültür Politikası Raporu" çalışmasında da araştırmacı olarak yer almıştır. Sayılan çalışmaların yanı sıra Töre'nin; yaratıcı endüstriler/kültür endüstrileri, kültür politikaları, kentsel dönüşüm, kentsel tasarım, kapalı yerleşmeler, ve turizm alanlarında çeşitli ulusal ve uluslararası çalışma ve yayınları bulunmaktadır. Töre, İstanbul Kültür Üniversitesi Mimarlık Bölümü öğretim üyesidir.