



idealkent ©

ISSN: 1307-9905 E-ISSN: 2602-2133

Kentleşme ve Ekonomi Özel Sayısı, Cilt *Volume* 11, Yıl *Year* 2020-3, 1023-1049

DOI: 10.31198/idealkent.654491

Postmodern Kentleşme ve Yaratıcı Ekonomi: İstanbul'da Medya Endüstrileri

*

Sezen Kayhan Müldür¹
ORCID: 0000-0001-6772-6154

Öz

Yirmi birinci yüzyılda ekonomik büyüme ve inovasyonun önde gelen alanları; yüksek teknoloji endüstrileri, ticaret, finansal hizmetler ve kültürel sektörler olmuştur. Bu endüstrilere alan açan şehirler, bölgesel ekonomilerini geliştirme şansı elde etmiş ve yerel yönetimler tarafından desteklenmişlerdir. Bu nedenle şehirlerin yaratıcı nüfusu çekebilmesi ve bölgelerinde yaratıcı merkezlere sahip olması önemli hale gelmiştir. Postmodern kentleşme ile bağlantılı olarak yaratıcı endüstri alanları genellikle (Los Angeles'taki gibi) şehrin çeşitli bölgelerine yayılmışlardır. Bu dönüşüm endüstriyel kentin tek bir merkez etrafında yoğunlaştığını yapıdan post-endüstriyel kente; sektörlerin dağınık ve birden çok merkezleri olduğu yapıya geçişi de göstermektedir. Diğer büyük şehirler gibi, İstanbul da son yıllarda şehirde yaratıcı endüstrilerin gelişmesi ile birlikte çeşitli değişimlere uğramıştır. İstanbul'da yaratıcı ekonominin lokomotifini olan medya endüstrilerinin kentsel dönüşüm üzerinde önemli bir etkisi vardır. Bu çalışma, postmodern kentleşme ile yaratıcı ekonomi arasındaki ilişkiye odaklanarak İstanbul'daki yaratıcı endüstrilerin gelişimini medya üretimi üzerinden ele almaktadır. Ayrıca yaratıcı şehirler arasındaki rekabet ve bu rekabetin bölgesel ekonomilerin gelişimi açısından olumlu ve olumsuz yönleri de tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *yaratıcı endüstriler, postmodern kentleşme, medya prodüksiyonu, İstanbul*

¹ Müşterek Doktora Öğrencisi, Koç Üniversitesi/Antwerp Üniversitesi, E-mail: skayhan15@ku.edu.tr



idealkent©

ISSN: 1307-9905 E-ISSN: 2602-2133

Kentleşme ve Ekonomi Özel Sayısı, Cilt *Volume* 11, Yıl/Year 2020-3, 1023-1049

DOI: 10.31198/idealkent.654491

Postmodern Urbanization and the Creative Economy: Media Industries in Istanbul

*

Sezen Kayhan Müldür²
ORCID: 0000-0001-6772-6154

Abstract

The leading edges of innovation and growth in the twenty-first century is made up of sectors such as high-technology industry, business and financial services and cultural industries. Agglomeration of these industries in different parts in the city, pushed the regional economies of the regions that these industries are located. These cores are usually spread around the city (like in Los Angeles) with the urban growth and postmodern urbanization. Like other metropolises, Istanbul has also witnessed a big change related to creative industries in the last two decades. Media production, one of the largest and most dominant branches of the creative industries, had a significant impact on the urban change in Istanbul. This study will focus on the relation between postmodern urbanization and creative economy and will explore the development of creative industries in Istanbul with the focus on media production. In addition, the competition between creative cities and the positive and negative aspects of this competition in terms of the development of regional economies will be discussed.

Keywords: *creative industries, postmodern urbanization, media production, Istanbul*

² Joint PhD Candidate, Koç University and University of Antwerp, E-mail: skayhan15@ku.edu.tr

Giriş

1980'li yıllarda, Kaliforniya (UCLA) ve Güney Kaliforniya (USC) Üniversiteleri'nden, daha sonra Los Angeles Ekolü³ olarak anılacak bir grup sosyal bilimci, Los Angeles'taki kentleşme ve şehircilik üzerine çeşitli çalışmalar yapmışlardır. Bu çalışmalarda Los Angeles'ı "yirminci yüzyılın başkenti" (Scott ve Soja, 1986, s.249) ve "dünyanın ilk post-endüstriyel/postmodern şehri" olarak adlandırmışlardır (Dear ve Flusty, 1991, s.50). Los Angeles modeli, kentsel alanda hinterlandın merkezi organize edecek şekilde düzenlendiği ve şehrin küresel bağlantılara sahip olduğu yeni kapitalist şehirleşme düzenini ortaya çıkarmıştır. Alan Scott'ın açıkladığı gibi, Amerika Birleşik Devletleri'nin iki büyük şehirleşme aşaması vardır: Birincisi, endüstriyel şehirlerin (Chicago, Detroit, Pittsburgh vb.) seri üretim merkezleri olduğu Fordist dönem, ikincisi ise üretimin esnek olduğu ve eski sanayi merkezlerinde yoğunlaşmadığı post-Fordist/post-endüstriyel dönemdir (Scott, 1988; 1993). Endüstriyel kentin tek bir merkez etrafında yoğunlaştığını öne süren Chicago kentsel sosyoloji ekolünün aksine, LA Ekolü, post-endüstriyel kentlerin geleneksel bir merkez etrafında toplanmadığını, ancak belirli sektörlerin dağınık ve birden çok merkezleri olduğunu söylemektedir. Bu yeni mekansal organizasyon, yirminci yüzyılın, uzay ve havacılık, film, televizyon, müzik ve tema parkları gibi arketip endüstrilerinin Los Angeles'daki üretimiyle ilgilidir (Curry ve Kenney 1999, s.4). Allen Scott, Los Angeles'ı kümelenmelerin iki alanda gözlemlendiği bir "teknopol" olarak tanımlamaktadır. Bu iki alan; yaratıcı emeğin yoğun olduğu zanaatlar (tekstil ve mücevherat gibi) ve yüksek teknoloji endüstrileridir (havacılık ve savunma gibi) (Scott, 1993). Bu yeni endüstriler Los Angeles'ta ve daha sonra San Francisco, Seattle ve Washington gibi ABD'nin diğer Batı şehirlerinde yeni bir ekonomi yaratmış ve kentsel alanın coğrafi dağılımını değiştirmiştir. Bu yeni dağınık endüstriyel yığılma, Batı Kıyısı'nda bölgesel ekonomik büyümeyle sonuçlanmış ve bu parçalanmış yeni model, ekonomistler, coğrafyacılar ve şehir plancıları tarafından öne çıkarılmıştır.

LA Ekolü'nün yeni endüstriler üzerindeki analizlerinin ardından, Richard Florida tartışmayı farklı bir noktaya taşımış ve bu yeni endüstrilere sahip şe-

³ Mike Davis'in *Kuvars Şehri* (1990), Los Angeles Ekolü isminin ilk kullanıldığı yayın olarak bilinmektedir. Daha sonra yirmiden fazla üye (Edward Soja, Michael Dear, Steven Flusty, Allen Scott, Michael Storper ve Jennifer Wolch dahil) postmodern şehircilik ve Los Angeles üzerine çeşitli teorileri tartışarak LA Şehircilik Ekolü literatürüne katkıda bulunmuştur.

hirleri “yaratıcı şehirler” olarak adlandırmıştır. Yirmi birinci yüzyılda inovasyon ve büyümenin en gelişmiş aşamalarını, yüksek teknoloji endüstrileri, ticari, finansal hizmetler ve kültürel sektörler oluşturmaktadır (Scott, 2006, s.10). Bu sektörlerin farklı coğrafi kümelerde toplanması, bu endüstrilerin bulunduğu bölgelerin ekonomilerini ileriye taşımıştır. Bu nedenle şehirlerin yaratıcı nüfusu çekebilmesi ve bölgelerinde yaratıcı merkezlere sahip olması önemli hale gelmiştir. Her ne kadar LA Ekolü bu modelin her coğrafya için uygulanabilir bir dünya şehri modeli olduğunu öne sürmese de, Richard Florida uluslararası bir “Havalı Şehirler” (Cool Cities) programı önermiş ve tüm şehirleri ekonomik büyüme elde etmek için “yaratıcı endüstri” modelini benimsemeye çağırmıştır. LA Ekolü’nün yeni endüstriler ve Los Angeles şehirleşme modeli tartışmalarını takip edecek olan bu makale, yaratıcı endüstriler ve postmodern kentleşme arasındaki ilişkiyi keşfetmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, bu endüstrilerin kentleşme üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri ve yaratıcı şehirlerin yayılmasının küresel sonuçları da tartışılacaktır.

Los Angeles ve Bölgesel Endüstriyel Yığılma

“Paradigmatik Şehir: Post-Endüstriyel İllüzyon ve Los Angeles Ekolü” adlı makalede James Curry ve Martin Kenney, Los Angeles’ın küresel önemini sorgulamaktadır. Onlara göre Los Angeles tüm dünyada uygulanabilir paradigmatik bir ekonomi modeline sahip değildir (Curry ve Kenney, 1999, s.3). ABD’nin Batı Kıyısı hiçbir zaman Orta Batı gibi bir sanayi üssü olmamış, yani yığılma ekonomileri yaratan otomobil, çelik, makine ve yan sanayi endüstrilerine sahip olmamıştır. Ancak 1920’lerden itibaren, hükümetler Batı ABD’yi yeniden şekillendirmek için yatırımlar yapmıştır. II. Dünya Savaşı sırasında, Los Angeles uçak endüstrisinin merkezi haline gelmiştir (Curry ve Kenney, 1999, s.8). II. Dünya Savaşı’ndan sonra, Los Angeles’ın uçak istihdamı 1943 yılında 190.000 olan seviyesinden 1948’de 44.600’e gerilemiştir (Scott ve Mattingly, 1989, s.52). Askeri harcamaların şehrin ekonomisindeki öneminin farkında olan seçkinler, Soğuk Savaş sırasında bu alana yatırım yapacak politikacıları desteklemişlerdir. “Los Angeles kendisini doğrudan Amerikan emperyalist emellerine ve denizaşırı maceralarına bağlayan bir şehirdir, ve bu dünyanın geri kalanının izleyebileceği bir paradigma değildir” (Curry ve Kenney, 1999, s. 8). Savaşın sona ermesi ile uçak endüstrisinin sivil sektörlere sunacakları azaldığı için (Florida ve Kenney, 1990) sivil üretime geçiş sağlanamamıştır. Los Angeles’taki mobilya ve giyim endüstrileri bu ağır endüstri-

lerin yerine geçmiştir. Allen Scott'ın tahminlerinden farklı olarak, Los Angeles 1990'lardan sonra bir teknopol olarak kalamamış, onun yerine San Francisco Silikon Vadisi'ndeki yüksek teknoloji şirketlerine yapılan yeni yatırımlar ile öne geçmiştir.

Edward Soja Los Angeles'ı büyük finans merkezlerine rakip olarak görmesine rağmen (1997, s.441), Los Angeles hiçbir zaman gerçek bir küresel finans merkezi de olamamıştır. Öte yandan, inşaat sektörü kent ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Altyapıdaki gelişmeler ve otoyol bağlantılarıyla örülü düzensiz şehir yapısında rağbet gören alışveriş merkezleri, Los Angeles ekonomisinin ilerlemesinin yolunu açmıştır. John Logan ve Harvey Molotch'un vaka incelemesine göre Los Angeles, tutarlı inşaat sektörleri (gayrimenkul ve altyapı) ile genişleyen bir büyüme makinesidir (Logan ve Molotch, 1987). Ancak, 1990 sonrası kentin gayrimenkul gelişimi de sürdürülebilir bir ekonomik kaynak olarak kalamamış ve emlak sektörünün yavaşlamasıyla inşaat istihdamı azalmıştır.

Los Angeles'taki en baskın endüstriyel yığılma ise 1990'larda sinema ve eğlence sektöründe görülmüştür. LA Ekolü'nün de belirttiği gibi, Los Angeles'ta ekonominin özünü eğlence ve sinema endüstrisi oluşturmaktadır (Curry ve Kenney, 1999, s.6). Los Angeles'taki sinema endüstrisinin yapısal gelişmeleri ve bunların kentsel mekân değişimindeki etkileri üzerine çalışan Michael Storper ve Susan Christopherson'a göre 1950'lere kadar sinema endüstrisi, dikey sisteme entegre olmuş büyük stüdyoların kontrolündeydi. Ancak büyük stüdyolar 1970'lerde küçük yapım şirketlerine ayrıldı ve sinema endüstrisi tamamen değişime uğradı. Büyük stüdyoların parçalanması, birçok küçük bağımsız firmanın ortaya çıkmasına ve Los Angeles'ta yatay entegrasyon ile mekansal dağılıma neden oldu. Storper ve Christopherson'un belirttiği gibi:

Esnek uzmanlaşmanın arkasında yatan dikey parçalanma, bölgesel düzeyde güçlü yığılma eğilimleri yaratır. Esnek uzmanlaşmanın kendisi, üretim kapasitesinin yatay entegrasyon formu aracılığıyla dağılmasına yol açar ve dış ekonomileri daha da güçlendirir. (Storper ve Christophersen, 1987, s.115)

Sinema endüstrisinin yatay entegrasyonunu diğer yaratıcı endüstriler de takip etmiştir. Los Angeles ekonomisinin lokomotifleri olan eğlence ve sinema endüstrisi gibi, diğer sanayi yığılmaları (San Francisco'daki ileri teknoloji şirketleri, Houston'daki uzay araştırmaları, Washington'daki askeri ve sa-

vunma sanayii, vb.) bu şehirlerin ekonomik büyümesine katkıda bulunmuştur. LA modeli gibi, diğer şehirlerde ve farklı sektörlerde de esnek uzmanlaşma için gerçekleşen dönüşüm kentsel alanda parçalanmayla sonuçlanmıştır. Şehirlerin bu yeni endüstrilerle elde ettiği ekonomik başarı, birçok yerel yönetimi, kendi şehirleri için benzer bir kalkınma modeli izleme noktasında etkilemiştir.

Yükselen Trend: Yaratıcı Ekonomi

Richard Florida, *“Yaratıcı Sınıfın Yükselişi”* kitabında yeni endüstriler üzerine yapılan tartışmaları farklı bir noktaya taşımıştır. Florida'nun girişimci bir perspektif ile yazdığı kitabı yaratıcı endüstrileri ekonomik kalkınmanın anahtarı olarak görmektedir. Florida, *“Gerçekten patlama yapan ve gelişen şehirler en yaratıcı vatandaşlara sahip olanlardır”* görüşünü ortaya atarak (Florida, Mellander ve Adler, 2015, s. 96) yaratıcılığı herhangi bir şehir için *“en önemli ekonomik emtia”* olarak tanımlamaktadır (Florida, Mellander ve Adler, 2015, s.96). İnsan sermayesi teorisine atıfta bulunan Florida, yaratıcı insanların bölgesel ekonomik kalkınmanın itici gücü olduğunu belirtmektedir (Florida, 2003, s.7).

Yaratıcı profesyoneller Florida'nun *“yaratıcı sınıf”* olarak adlandırdığı yeni bir sosyal sınıf oluşturmaktadır. Florida yaratıcı sınıfı *“ekonomik işlevleri yeni fikirler, yeni teknoloji ve/veya yaratıcı içerik yaratmak olan bilim ve mühendislik, mimarlık ve tasarım, eğitim, sanat, müzik ve eğlence alanlarında çalışan kişiler”* olarak tanımlamaktadır (Florida, 2002, s.8). Yaratıcı sınıfa mensup kişiler, San Francisco, Washington, Seattle veya Los Angeles gibi inovasyon ve ileri teknoloji endüstrisi merkezlerinde yaşama eğilimindedirler. Florida, bu kişilerin seçtikleri belirli coğrafyaları ekonomik kalkınmanın 3T⁴siyle açıklar: teknoloji, yetenek ve hoşgörü. Bunların her biri ayrı öneme sahiptir ve hiçbir bölgesel ekonomik kalkınma için tek başına yeterli değildir. Hoşgörü, bir bölgenin tüm ırklara ve etnik kökenlere karşı kapsayıcılığı, açıklığı ve çeşitliliği ile ilgilidir (Florida, 2003, s.10). Yaratıcı insanlar için hoşgörülü bir çevre oluşturabilen şehirler gelecekte ekonomik kalkınmanın kazananları olacaktır (Thiel, 2015, s.23). Dolayısıyla, bir kentin kapsayıcılığı gelecekteki kalkınması için önemli bir kriterdir.

Florida, bir coğrafyanın yaratıcılık potansiyelini Gay, Bohem, Yenilikçi ve diğer endeksler gibi çeşitli kriterlerle değerlendirmektedir. Yaratıcı şehirler

⁴ Talent, Technology, Tolerance

bohemlere yani sanatçılara, müzisyenlere, yazarlara açıktır. Florida'nın inovasyon endeksi, "şehirlerin çeşitliliğe, farklı geçmişlerden ve altyapılardan gelen kişilere verdikleri değer ile yaratıcılık avantajı kazandıklarını" göstermektedir (Thiel, 2015, s.11). Dolayısıyla, çeşitliliğe açık şehirler yaratıcı sınıfın ilk tercihleridir.

Otis Sanat ve Tasarım Koleji, Los Angeles bölgesindeki sanatsal ve kültürel hizmetlerin bölgede yarattığı istihdamı belgelemek için 2007'den bu yana yıllık bir rapor hazırlamaktadır (Hoi, 2014, s.31). Bu raporda yaratıcı ekonomiyi oluşturan on iki endüstri ele alınmaktadır, bu endüstriler: iletişim sanatları, dijital medya, mimari ve iç tasarım, sanat galerileri, mobilya ve dekoratif sanatlar, moda, eğlence, oyuncak sektörü, güzel sanatlar ve sahne sanatları okulları, endüstriyel tasarım, yayıncılık ve basım, görsel sanatlar ve sahne sanatlarıdır. 2017 yılında, bu sektörlerin Los Angeles'taki toplam üretimi 190,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 747.600 kişilik istihdam ile Kaliforniya, 478.100 kişilik istihdamı olan New York Eyaleti'ni, ardından da 230.600 kişiyle Teksas'ı geride bırakmıştır (Otis Report, 2017, s.8). Bu rapor, havacılık ve gayrimenkul sektörlerinin aksine, eğlence ve diğer yaratıcı endüstrilerin hala Los Angeles ekonomisinin lokomotifi olduğunu göstermektedir.

Yaratıcı şehirlerin başarısı, yerel yönetimleri Florida'nın "Havalı Şehirler" programını uygulamaya ve küresel rekabetin bir parçası olmaya teşvik etmiştir. Yerel yönetimler kentin gelişimi için yeni yetenekleri çekerek birbirleriyle yarışmaya başlamışlardır. Florida için bu dönüşüm küresel inovasyon ve ekonomik büyüme rekabetinde yer almak isteyen tüm şehirler için gereklidir. Yerel yönetimlerin, "yaratıcı sınıfın arzulanan üyelerini çekmek için şehirlerinin kapasitelerini arttırmak" gibi temel bir amacı vardır (Thiel, 2015, s. 23). Birçok şehir yaratıcı sınıfı çekmek için yeni stratejiler geliştirmiş ve Florida'nın "Havalı Şehirler" programını uygulamaya başlamıştır.

Florida'nın "Havalı Şehirler" programı üzerine tartışmalı bir konu, yaratıcı şehir modelinin farklı coğrafyalardaki şehirlere uyarlanabilirliğidir. Coğrafi konum, kültür veya şehirlerin ağ ve altyapıları göz önüne alınmadan böyle bir modelin her şehre adapte edilmesi mümkün müdür? Veya şehirler daha önce yaratıcı endüstrilere sahip değilse, bu yeni modele kolayca uyum sağlayabilirler mi? Joachim Thiel'e göre "yaratıcılık, bilgisayar korsanlarının, kaykaycılarının, eşcinsellerin ve çeşitli bohemlerin sırtlarında şehre basit bir şekilde ithal edilebilecek bir şey değildir; aksine spesifik kentsel bağlamlarda karmaşık üretim, iş ve sosyal ilişkilerin iç içe geçmesi yoluyla organik olarak geliştirilmelidir" (Thiel, 2015, s. 21). Yaratıcı şehir politikaları oluşturulurken coğrafya, kültür, ağlar, şehir politikası, nüfus profili ve diğer birçok değişken

dikkate alınmalıdır. Küresel modeli yerel değişkenleri göz önünde bulundurmadan uyarlamak, farklı coğrafyalarda planlanmamış ve kontrol edilemeyen sonuçlar doğurabilir.

Graeme Evans'ın yaratıcı şehir insiyatifleri anketine dayanan uluslararası yaratıcı endüstri politikaları ve stratejileri çalışması, yaratıcı kent politikalarının Güney Asya, Afrika ve Avrupa'daki yerel yönetimler tarafından eski ve artık kullanılmayan sanayi bölgelerinin yeniden geliştirilmelerini haklı çıkararak için sıklıkla kullanıldığını göstermektedir (Evans, 2009). Bu tür bir adaptasyon, daha geniş bağlamda şehri genişletme ve yenileme planlarını uygulamak için kullanılmaktadır (Evans, 2009) Bu politikalar post-endüstriyel kentsel alanları ekonomik varlıklar olarak görmekte ve onları yaratıcı endüstrilerin yardımıyla metalaştırmaktadır. Sanat ve kültürel kaynaklar yaratıcı endüstriler için metalaştırılırken, kentsel alan da ekonomik gelişme için metalaştırılmıştır. Bu anlamda yaratıcı ekonomi politikaları ve kentsel dönüşüm arasında farklı coğrafyalarda gözlenebilen sıkı bir bağ vardır.

İstanbul'da Yaratıcı Ekonomi, Medya Endüstrileri ve Postmodern Kentleşme

Yaratıcı endüstrilere önem veren diğer metropoller gibi İstanbul da son yıllarda şehirde yaratıcı ekonominin gelişmesi ile birlikte çeşitli değişimlere uğramıştır. Türkiye'de kayıt dışı ekonominin yaygınlığı ve yaratıcı endüstrilerdeki kısa dönemli istihdam yapısı sebebiyle yaratıcı ekonomiyi sistematik ve kapsamlı biçimde analiz eden oldukça az araştırma vardır. Bu araştırmaların en kapsamlılarından biri olan TÜİK raporlarına göre kültür sektörünün ciro bakımından en büyük ayağını televizyon, reklam ve film sektörleri oluşturmaktadır, bu sektörleri basılı yayınlar ve gösteri sanatları izlemektedir (TÜİK, 2015). 2016 yılında Funda Lena tarafından yapılan bir araştırmaya göre farklı faaliyet alanlarında üretilen ciroların toplam kültür ekonomisi cirosu içindeki payları şu şekildedir: Sinema filmi, video ve TV programı toplamın %51'ini, kitap yayımı faaliyetleri %24'ünü, gösteri sanatları ve bunları destekleyen faaliyetler %15'ini, sanat tesislerinin işletilmesi faaliyetleri %5'ini, ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri toplamın %3'ünü, uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri toplamın %3,4'ünü, ve sanatsal yaratıcılık faaliyetleri toplamın %0,4'ünü teşkil etmektedir (Lena, 2016, s.3).

Günümüzde Türkiye'deki yaratıcı endüstrilerin merkezi İstanbul'dur. Yaratıcı Ekonomi Atölyesi Raporu'na göre İstanbul'da yaratıcı sektörlerde çalışan birey sayısı, Türkiye'de yaratıcı sektörlerde çalışan birey sayısının

%52,4'üne denk gelmektedir. İstanbul'da yaratıcı sektörlerde elde edilen ciro, Türkiye'de yaratıcı sektörlerde elde edilen cironun %74,5'idir (YEKON, 2014). Türkiye'deki yaratıcı ekonominin lokomotifleri olan televizyon ve sinema endüstrisinin merkezi de İstanbul'dur. 2018 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yapım firmaları istatistiklerine göre İstanbul'da sinema-tv endüstrisinde faaliyet gösteren yapım şirketi, stüdyo ve laboratuvarların toplamı 268'dir. Bu firmaların sayısal dağılımı şu şekildedir:

Tablo 1. İstanbul'da Sinema-TV Endüstrisinde Faaliyet Gösteren Aktörler (Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü Yapım Firmaları İstatistikleri, 2018)

Film Stüdyoları ve Platoları	9
Film Laboratuvarları	7
Meslek Birlikleri	12
Ses Stüdyoları	13
Kayıt Stüdyoları	7
Set ve Işık Hizmetleri	8
Dijital Efekt ve Animasyon Stüdyoları	15
Post Prodüksiyon Stüdyoları	15
Yapım Şirketleri	182

Evrin Özkan Töre'nin belirttiği gibi İstanbul, Türkiye'de sinema endüstrisinin doğuşundan günümüze dek merkezi olmuştur. 1800'lerin ikinci yarısından itibaren farklı sektörlerle ev sahipliği yapan İstanbul, özellikle TV, reklam ve film üretiminin merkezi haline gelmiştir. Bu sektörlerin var olabilmesi için gereken üretim ilişkileri Türkiye'nin başka hiçbir yerinde mümkün olmamıştır. Yapım şirketinden kast ajanslarına, stüdyolardan yapım sonrası hizmet veren şirketlere, endüstrinin tüm parçaları İstanbul'da mekânsal olarak birbirine yakın ya da erişilebilir olarak konumlanmıştır. (Özkan Töre, 2010, s.1).

Bu mekanlar birbirlerine erişebilir konumda olmalarına rağmen Yeşilçam⁵ dönemindeki gibi tek bir merkez etrafında konumlandırılmamışlardır. 2017 yılında Özlem Öz ve Kaya Özkaracalar'ın İstanbul'daki film endüstrisi üzerine yaptıkları bir araştırmada belirttikleri gibi: "Yeşilçam'ın çöküşünün ardından, 1990'lar itibari ile biri yine eski merkezin yakınlarında ve biri de yeni oluşan bir ticaret merkezinde (Beyoğlu ve Levent) olmak üzere iki noktada

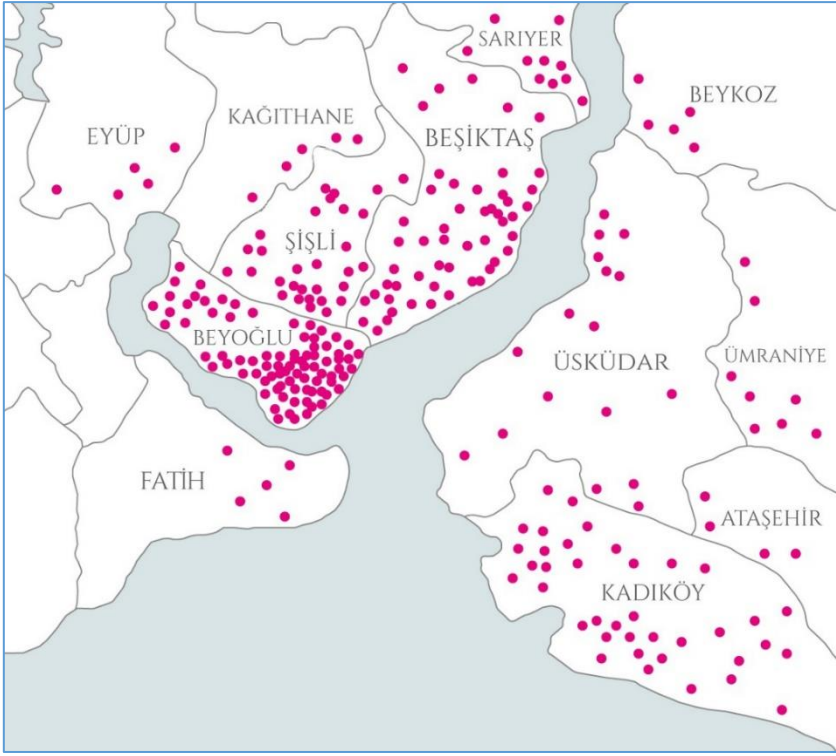
⁵ 1950-1970 yılları arasında altın yıllarını yaşayan Türkiye film endüstrisinin merkezi Beyoğlu'nda yer alan Yeşilçam Sokağı'ydı. Daha sonra bu döneme ve endüstriye de ismini veren Yeşilçam, İstanbul'daki yapım şirketlerinin kümelendiği bir sokaktı. Günümüzden farklı olarak kümelenme modeli ile film üretiminin büyük bölümü bu merkez tarafından sağlanmaktaydı.

film endüstrisi yeniden canlanmıştır (Öz ve Özkaracalar, 2017, s.1). Bu araştırmada bahsedilen bölgesel canlanma özel olarak film yapım şirketlerini kapsamaktadır. Ancak film platoları, post-produksiyon şirketleri, film laboratuvarları, ses ve ışık şirketlerinin coğrafi dağılımına bakıldığında, bölgesel bir canlanmadan çok sinema-tv endüstrisinin şehrin geneline yayıldığı görülmektedir (Şekil 1).

Bu dağınık yapının en net görülebildiği yerler, geniş alana duyulan ihtiyaç nedeniyle farklı ilçelerde yer alan film platolarıdır. Yeşilçam'ın ardından kurulan ilk platolardan biri olan *Film Sokağı* Atatürk Oto Sanayi'de yer alan bir kompleksin üçüncü ve dördüncü katında konumlanmıştır. Eski Sümerbank Kundura Fabrikası'nın kapanmasıyla platoya dönüştürülen Beykoz Kundura, Beykoz'da 178 dönüme yayılmış durumdadır. Özellikle diziler tarafından sıkça kullanılan bir diğer plato olan Ümraniye Platoları, Netaş Fabrikası'nın taşınmasıyla platoya dönüştürülmüş ve geniş bir alanda hizmet vermektedir. Film ve televizyon sektörü tarafından sıkça kullanılan diğer platolardan Bosphorus Film Stüdyosu Sancaktepe'de, Yıldız Film Platosu Çekmeköy'de, Orion Stüdyoları Eyüp'te ve inşaatı devam eden Midwood Stüdyoları Küçükçekmece'de yer almaktadır.

Benzer bir şekilde filmlere yapım sonrası hizmet veren şirketler de ihtiyaç duydukları kullanım alanlarının büyüklüğü ve belirli bölgelerdeki kiralarn yüksekliği nedeniyle İstanbul geneline yayılmışlardır. Bu şirketlerin en bilinenlerinden Atlas ve 8mm Post Production Sarıyer'de, İmaj, Sinefekt, Abt İstanbul, 1000 Volt Beşiktaş'ta, Londonpost, Color Up, Anima Şişli'de, Creative24 Bakırköy'de, Matris Lab, Selkare Dijital Post Produksiyon Hizmetleri Kadıköy'de yer almaktadır.

Bu dağınık yapının oluşmasındaki en önemli etken şehrin genişlemesidir. İstanbul'un genişlemesi, 1950'li yıllardaki Demokrat Parti iktidarı döneminde köyden kente göçün artmasıyla birlikte hızlanmıştır. 1950 yılında 285.000 olan İstanbul nüfusu 1955 yılında 1.2 milyona ulaşmıştır (Gül, 2012, s.128). 1950'lerde diğer dünya metropollerinde olduğu gibi İstanbul'da da yol ve bulvar inşasına ağırlık verilmiş ve yolların uzaması ile şehir, tarihi merkezden hinterlanda doğru genişlemiştir. 1980'li yıllarda ivme kazanan kentsel dönüşüm politikaları ve imara açılan yeni alanlarla birlikte hinterland hızla genişlemeye devam etmiştir. 2018 yılı sonunda İstanbul nüfusu 15,07 milyona ulaşmıştır.



Şekil 1. Film ve Televizyon Endüstrilerinde Faaliyet Gösteren Aktörlerin İstanbul'da Yoğun Oldukları İlçelerdeki Dağılımı (Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. *Sinema Genel Müdürlüğü Yapım Firmaları İstatistikleri*. 2017)

Şehrin genişlemesiyle birlikte daha önce merkezde kümelenen endüstriler şehre yayılmaya başlamışlardır. Şehrin eğlence ve film üretim merkezi olan Beyoğlu da bu şekilde merkez olma özelliğini kaybetmiştir. 1990'ların sonunda faaliyete geçen İstanbul Film Stüdyoları'ndan Ata Stüdyoları Ayazağa'da, TEM Stüdyoları İkitelli'de, Film Sokağı ise Maslak'taki Oto Sanayi bölgesinde konumlanmışlardır. Bu platolar çevrelerini de etkilemiş ve etraflarında sinema-tv sektörüyle ilişkili iş kolları (dekor, set malzemeleri ve yemek hizmetleri) gelişmiştir. Ardından Sarıyer ve Beykoz gibi eski merkeze uzak ilçelerde de sinema-tv sektörüne hizmet veren firmalar çoğalmıştır. Yakın zamanda Ümraniye'deki gelişim ve Kadıköy'deki değişim ile bu iki ilçede de film ve televizyon sektörüne hizmet veren firma sayısı çoğalmıştır.

Şehre dağılmış olsalar da İstanbul'daki medya endüstrileri kaynak açısından birbirini beslemektedir. Özellikle film ve televizyon endüstrileri hem

aynı insan, hem de aynı ekipman kaynaklarını kullanmaktadırlar. Melis Behlil'in Türkiye'deki televizyon ve film sektörünün paylaştığı kaynakları incelediği makalesinde bahsettiği gibi, her ne kadar bağımsız film ve televizyon dizisi üreten yapımcı şirketleri ayrılsa da, film ve dizilerde yer alan oyuncular ve çalışan ekipler ortaktır. Hem sinema filmlerinde, hem de televizyon dizilerinde yer alan aynı oyuncuların oranı %76-%85 arasında değişmektedir (Behlil, 2010). Sinema filmlerine ve televizyon dizilerine hizmet veren kamera, ışık, set hizmetleri firmalarının tamamı ortaktır. Bu firmaların şehrin geneline dağılmış olması, bu sektörlerin aynı kaynaklardan beslenmesinin önünde bir engel değildir.

Forbes Dergisi'nin haberine göre 2018 yılında yayınlanan 76 dizi ile toplam 1,4 milyar liralık ciro yapılmış ve televizyon endüstrisi Türkiye'de yaratıcı endüstrilerin lokomotifi olduğunu bir kez daha kanıtlamıştır. 2008 yılında 10 milyon dolar olan dizi ihracatı geliri bugüne geldiğimizde 300 milyon dolara ulaşmıştır. Ancak yapımcılar ve dizi ihracatçıları 2023 yılına gelindiğinde bu rakamın 750 milyon dolar olmasını ön görmektedirler ("Türk dizileri", 2019).

Sinema-tv endüstrisinin gelişimi şehrin genişlemesi ve gelişimi ile paralel ilerlemektedir. Televizyon dizisi üretimindeki artışın yanında, İstanbul'da televizyon için canlı yayın yapan stüdyoların sayısı da hızla artmış ve şehrin çeşitli bölgelerine yayılmıştır. İstanbul'da ulusal yayın yapan televizyon kanallarının stüdyolarının şehirdeki dağılımına bakıldığında film endüstrisindeki benzer bir yayılma görmek mümkündür (Tablo 2).

Tablo 2. Ulusal yayın yapan televizyon kanallarının İstanbul'daki merkezleri (Kaynak: Sönmez, M. *Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı*, 2013)

Kanal Adı	Merkez Yayın Stüdyosunun Bulunduğu İlçe
TV8	Sarıyer
TRT	Beşiktaş
Star TV	Sarıyer
Show TV	Küçükçekmece
Fox TV	Zeytinburnu
Halk TV	Beşiktaş
Haberturk	Beyoğlu
CNN Turk	Bağcılar
NTV	Sarıyer
Kanal D	Bağcılar
ATV	Bahçelievler
Tele 1	Sarıyer
24 TV	Küçükçekmece
Bloomberg	Beyoğlu

Dünyadaki örnekleri de göstermektedir ki, medya endüstrilerinin şehirdeki varlığı için ciddi altyapılar gerekmektedir. Bu anlamda yaratıcı sektörlerin yüksek yatırım ve altyapı gerektiren sektörlerden olduğu söylenebilir. İstanbul insan kaynağı açısından da yaratıcı sektörleri besleyebilen bir şehirdir. Sosyal Güvenlik Kurumu'nun 2016 yılında yaptığı yaratıcı endüstriler ile ilgili araştırmasında İstanbul'daki istihdam rakamları ve dağılımları belirtilmiştir (Tablo 3).

Sosyal Güvenlik Kurumu tarafından yapılan çalışmada belirtildiği gibi İstanbul'da yaratıcı sektörlerde kayıtlı 500.000'e yakın çalışan vardır. Bu rakam tüm İstanbul nüfusunun yaklaşık %3,5'ine denk gelmektedir. Yaratıcı sektör çalışanlarının en yoğun buldukları bölgeler sırasıyla Şişli, Beşiktaş, Kadıköy, Ataşehir ve Ümraniye'dir. Bu bölgeler birbirleri ile direkt bağlantısı olmayan ve İstanbul'un geneline yayılmış durumdadırlar.

Tablo 3. İstanbul Bölgesi Yaratıcı Endüstri Alanındaki İşyeri ve İstihdam Sayıları (Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu İstihdam Verileri, 2016)

İlçeler	İşyeri	İstihdam
Adalar	24	202
Arnavutköy	207	3.930
Ataşehir	1.907	24.202
Avclar	573	4.592
Bağcılar	1.282	14.968
Bahçelievler	1.332	11.876
Bakırköy	1.601	11.537
Başakşehir	1.248	11.988
Bayrampaşa	640	4.006
Beşiktaş	3.423	43.414
Beykoz	669	6.860
Beylikdüzü	614	7.803
Beyoğlu	2.085	18.904
Büyükçekmece	453	4.612
Çatalca	92	1.316
Çekmeköy	325	3.126
Esenler	780	8.944
Esenyurt	932	13.165
Eyüp	608	4.977
Fatih	1.827	11.831
Gaziosmanpaşa	480	4.478
Güngören	524	4.545
Kadıköy	4.669	38.384
Kağıthane	1.592	15.073
Kartal	1.058	8.864
Küçükçekmece	778	9.020
Maltepe	1.134	15.119

Pendik	939	9.302
Sancaktepe	370	4.217
Sarıyer	779	9.553
Silivri	201	2.979
Sultanbeyli	179	1.508
Sultangazi	217	1.048
Şile	46	222
Şişli	6.865	92.378
Tuzla	529	8.393
Ümraniye	1.849	24.123
Üsküdar	1.910	20.299
Zeytinburnu	2.073	14.412
TOPLAM	46.814	496.260
TOPLAM (%)	%13,5	%15,6

Tüm bu verilerin gösterdiği gibi İstanbul'un genişleyebilir yapısı yaratıcı endüstrilerin farklı bölgelerde gelişmesine ön ayak olmuştur. Geleneksel, tek endüstri merkezi etrafındaki yerleşimin aksine, postmodern kentleşme ile yaratıcı endüstri merkezleri tüm şehre yayılmıştır. Bu şekilde yaratıcı endüstriler şehirde gelişecek daha çok alan bulmuşlar ve yaratıcı ekonomi şehrin kalkınmasında önemli bir yer edinmiştir. Ancak tüm bu gelişmeler, İstanbul için, dünyada yaratıcı endüstrilerin geliştiği diğer kentlerde olduğu gibi belirli sorunları da beraberinde getirmektedir.

Medya Endüstrileri, Sosyal Eşitsizlik ve Soylulaştırma

Yaratıcı endüstrilerde istihdam 2000'lerde patlama göstermiş ve "yaratıcı şehir olmak" bir emel haline gelmiş olsa da, bu dönüşümün birçok olumsuz etkisi göz ardı edilmektedir. Yaratıcı endüstrilerin gelişimi, çoğalması ve çağdaş kentleşmeye etkileri konusunda hem ulusal hem de küresel düzeyde çeşitli tartışmalar vardır.

Bu tartışmalardan ilki yaratıcı şehirlerin sosyal eşitsizliğin yoğun yaşandığı şehirler olmasıdır. Florida'nın Yetenek İndeksi ile işçi sınıfı arasındaki korelasyon, işçi sınıfının yoğun olduğu bölgelerin yaratıcı sınıf için uygun yerler olmadığını göstermektedir. Yani yaratıcı sınıf ile işçi sınıfı arasında negatif bir ilişki vardır. İşçi sınıfının veya hizmet sınıfının yaratıcı şehirlerde önemi olmadığını belirten Florida, bu durumu bir detay gibi görerek atlamakta ve bir şehrin daha fazla yeteneği nasıl çekebileceğine odaklanmaktadır (Florida, 2003). Florida'nın modelinin en zayıf noktalarından biri, diğer sınıfların bu şekilde dışlanmasıdır. Jamie Peck, Florida'nın yaklaşımını, özellikle

“... en yaratıcı yerlerin, aynı zamanda sosyo-ekonomik eşitsizliklerin en kapsamlı biçimlerini sergileme eğiliminde” olduklarını söyleyerek sert bir şekilde eleştirir. İstihdam anlamında en iyi performans gösteren şehirler, San Francisco veya New York gibi yaratıcı başkentler değil, Memphis veya Las Vegas gibi düşük vergili, işletme dostu şehirlerdir (Peck, 2005, s.755). Öte yandan, yaratıcı endüstriler üst seviyede gelir eşitsizliği yaratmaktadır.

Yaratıcı şehirler sosyal eşitsizliğe neden olur, çünkü yaratıcı endüstrilerin çoğu gelir hiyerarşinin en üstünde yoğunlaşır. Buna bir örnek, ünlü oyuncuların set çalışanlarından çok daha fazla kazandığı sinema ve televizyon endüstrisidir. Ayrıca eğlence sektöründeki beyaz yakalı yönetici pozisyonlarının geliri, tema parklarındaki veya müzik dükkanlarındaki geçici işlerden çok daha yüksektir.

Yaratıcı şehirler gelir eşitsizliği ve sosyal kutuplaşma sorununu çözmez, aksine bu sorunları arttırır (Peck, 2005, s. 757). Yaratıcı sınıf modeli sadece yaratıcı insanlar için tasarlanmıştır ve diğer insanları gerçek anlamda umursamaz. Florida, yaratıcı insanların çamaşırlarını yıkamak veya çöplerini toplamak gibi birçok yaratıcı olmayan iş olduğunu kabul eder, ancak işçi veya hizmet sınıfı çalışanlarının bunu kaderleri olarak kabul etmesi veya kendilerini yaratıcı insanlara dönüştürmesi gerekmektedir. Jamie Peck'in açıkladığı gibi:

Yaratıcı olmayan popülasyonun sadece araştırması ve öğrenmesi gerektiği varsayılır. Kuşkusuz, burada sendikalar veya sınıfla uyumlu siyasi partiler gibi “eskimiş” siyaset biçimleri için hiçbir alan yoktur, bunların her biri lakayt bir biçimde göz ardı edilir; önemli olan Yaratıcı Sınıfın, evrensel ve hümanistik yaratıcılık ‘ortak vizyonuna’ dayanan “zamanımıza uygun yeni sivil katılım biçimleri” üretme kapasitesidir (Peck, 2005, s. 316–17).

Florida'nın yaklaşımı, post endüstriyel şehirlerde yaratıcı sınıfın meritokrasisini ve sosyal karışıklığa yol açabilecek sosyal kutuplaşmayı beyan etmektedir. Bu sosyal kutuplaşma ulusal olduğu kadar uluslararası düzeyde de olabilir. Yaratıcı şehirlerde işçi sınıfı nüfusu çok düşüktür, çünkü bu sınıf çoğunlukla bu nezih bölgelerde geçimini sağlayamaz.

Bu nedenle çeşitli şehirlerde yaratıcı endüstriler ve renovasyon projeleri belirli mahallelerde soylulaştırmaya (gentrification) neden olmuştur. Soylulaştırma, bu kadar yaygınlaşmadan ve mahallelerin yaşam koşullarını sürekli olarak değiştirmeden önce olumlu bir fenomen olarak tartışılmaktaydı. New York'taki Soho örneğinin gösterdiği gibi, yaratıcı bir nüfus mahalleye pozitif

bir ün kazandırabilirdi. Bununla birlikte, soylulaştırmanın kiralari arttırmasıyla ilk gelen yaratıcı nüfus bu bölgelerde kalamamış ve daha ucuz mahallelere taşınmıştır. Bu anlamda soylulaştırma yaratıcı sınıfta da hiyerarşi yaratmakta ve yalnızca bu sınıfın en çok kazananlarının nezh mahallelerde yaşayabildiği bir sistem oluşturmaktadır. Diğerlerinin ise farklı bölgelere taşınmaları gerekir. *Yaratıcı Sınıfın Yükselişi*'nde Florida, "yaratıcı insanların şehrin çeperlerinde değil alışılmışa meydan okuyan şehirlerde yaşamak istediklerini" söyler (Florida, 2002, s.57). Ancak sürekli devam eden soylulaştırma nedeniyle yaratıcı sınıf da yavaş yavaş şehrin çeperlerine itilmektedir.

Elbette soylulaştırma yalnızca bohemi yerinden etmekle kalmamış, aynı zamanda diğer alt-orta sınıfları (çoğunlukla işçi ve hizmet sınıfı) da şehirlerin dış çeperlerine atmıştır. Rekabetçi yaratıcı stratejiler, imtiyazsız (yaratıcı olmayan) sınıf için sosyal dışlanmaya ve yoksulluğa neden olmuştur. "Bu yer değiştirmenin paradigmatik nedeni, nezhleşen mahallelerdeki evler için artan kira ve yükselen fiyatlardır" (Zukin, 1987, 135). Çoğu zaman nezh mahallenin eski sakinleri bile değişen koşullar nedeniyle yerlerinden edilmiştir.

Bu durum İstanbul'daki yaratıcı endüstrilerin geliştiği bölgelerde de gözlenmektedir. Soylulaştırma, son 30 yıldır İstanbul'un pek çok bölgesinde: Be-yoğlu'nda Cihangir, Galata ve Asmalımescit, Haliç'te Fener ve Balat, Boğaz hattında Kuzguncuk, Arnavutköy ve Ortaköy, Tophane ve Karaköy'de izlenen bir süreçtir. Yakın zamanda İstanbul'un Anadolu yakasındaki Yeldeğirmeni bölgesinde de benzer bir sürecin başladığı görülmektedir. Son on yıldır Yeldeğirmeni'ndeki tasarım ofisleri, hosteller, retro dükkanlar, sanatçı atölyeleri, sanat mekanları, kafe ve restoranlar gözle görülür şekilde artmıştır. Bu değişim Yeldeğirmeni'ni canlandırırken semtte soylulaştırmanın şiddetlenmesi ve kontrolsüz bir kültür sermayesi oluşması eleştirilerine neden olmuştur (Yücel, 2015, s.6). Semtte artan kiralari ve bazı sanat galerilerinin giriş için uyguladığı fahiş fiyatlar, semte ilk gelen sanatçı dalgasının artık burada barınamamasına yol açmıştır.

Medya endüstrileri ile direkt bağı olan bir soylulaştırma süreci de Maslak Oto Sanayi'nde görülmektedir. Semtte gökdelenlerin olmadığı bir dönemde açılan Film Sokağı Stüdyoları, semte film, televizyon ve reklam endüstrisinin gelmesine ön ayak olmuştur. Zamanla çevredeki otomobil atölyeleri önce dekor stüdyolarına, ardından sanat galerilerine dönüşmüştür. Çevrede yapılaşmanın artması ve plazaların çoğalmasıyla Doğuş Yayın Grubu gibi basın kuruluşları da Maslak'a taşınmışlardır. Ardından artan kiralari ile önce otomobil

atölyeleri, ardından ilk gelen dekor stüdyoları taşınmak zorunda kalmışlardır. Yaratıcı sınıfın yoğun olduğu bölgelerdeki soylulaştırma Florida'nun ön görmediği bir sorundur.

Maslak dışında medya endüstrileri ile bağlantılı olarak soylulaştırmanın görüldüğü diğer bölgeler ise dizi çekimlerinin yapıldığı Kuzguncuk ve Balat gibi tarihi semtlerdir. *Ekmek Teknesi* (2001-2005) ve *Hayat Bilgisi* (2003-2006) dizilerine ev sahipliği yapan Kuzguncuk ve *Yeditepe İstanbul* (2001-2002), *Çemberimde Gül Oya* (2004-5) *Öyle Bir Geçer Zaman ki* (2010-2013) dizilerine ev sahipliği yapan Balat, bu dizilerde yardımsever ve hoşgörülü mahalleler olarak yansıtılmıştır. Ekranda, nostalji duygularını canlı tutan olumlu bir imajları vardır. Bu bölgeler 2000'li yıllarda eski yapıların yıkıldığı, yerine yeni nesil dükkanlar, sanat galerileri ve kafelerin açıldığı bir dönemden geçmiştir. Kuzguncuk ve Balat'ın ekran görünürlüğü ile paralel ilerleyen bu süreçte, İstanbul ve Türkiye'nin çeşitli bölgelerinden pek çok sanatçı ve aynı zamanda pek çok turist bu mahallelere yerleşmişlerdir. (Rappas Çelik ve Kayhan, 2018, s. 10). Bu süreç sonucunda artan kiralalar ve bölgenin geçirdiği değişim ile mahallenin eski sakinlerinin ve buraya gelen ilk dalga sanatçıların barınması zorlaşmıştır. Bu anlamda İstanbul'daki medya endüstrileri ve soylulaştırma arasında da bir bağ olduğunu söylemek mümkündür.

Medya Endüstrileri ve İş Güvencesizliği

Yaratıcı endüstriler ile ilgili bir diğer tartışma konusu ise esnek ve güvencesiz çalışma koşullarıdır. Yaratıcı endüstriler ve kültürel üretim esnek ve uyarlanabilir yapılarla karakterize edilmiştir (Storper ve Christopherson, 1987). "Kültür endüstrisinin kalbi", önceden belirlenmiş 'kurallar ve kaynaklar'dan biraz uzakta çalışabilecek 'refleksif konulardan' oluşur (Thiel, 2015, s.25). Yeni ekonominin en yenilikçi ve yaratıcı çalışanlarının çoğu, uzun süre boyunca tek bir firmada çalışmak yerine, kariyerlerini birden fazla firmada sürdürmektedirler. Silikon Vadisi'ndeki mühendislerin iş değiştirme alışkanlıkları bu eğilime tanınan bir örnektir (Angel, 1991, s. 1507). Bu esnek birikim, bu endüstrilerin sadece bir bölgeye değil, aynı zamanda farklı ülkelere de yayılmasını sağlayan merkezi olmayan bir düzen yaratmaktadır.

Çeşitli şehirler ve ülkeler, kültürel fayda veya hizmet üretmek için gerekli olan uygun aktörler, kurumlar, ağlar gibi farklı 'kaynaklar' (Rantisi, 2002) sunmaktadır. Apple'ın California'daki merkezi ve Çin'deki üretim fabrikaları gibi, Amerika'da sinema endüstrisinin merkezi Los Angeles olmasına

rağmen, buradaki yapım şirketleri dünyanın dört bir yanında üretim yapmaktadırlar. Hollywood'daki yapım şirketleri, sıklıkla Asya, Güney Afrika, Kanada, Doğu Avrupa gibi ucuz iş gücü ve düşük maliyetli üretimin mümkün olduğu coğrafyaları tercih etmektedirler (Goldsmith ve O'Regan, 2005). Bu modelin bir örneği, merkezi Los Angeles'daki Wilshire Bulvarı'nda bulunan, ancak film çekmek için Bulgaristan'daki NuBoyana Stüdyoları ve Tayland'daki The Studio Park'ı kullanan yapım şirketi Nu Image'dir. Yaratıcı endüstriler, iş fırsatları, satın alma ve vergi gücü üretir ve kentsel alanın değerini artırır (Thiel, 2015, s.22). Gelir ve istihdam olanakları ile "kentsel gelişim için bir araç" olarak görülebilirler (Thiel, 2015, s.22).

Bu dinamik esnek üretim sistemi şehirlerin ekonomik büyümesini destekler, ancak aynı zamanda düşük ücret ve iş güvencesizliğine de yol açar. ABD ve Avrupa ülkeleri gibi sıkı yasalarla yönetilen ülkeler, gelişmekte olan ve uzun çalışma saatlerine izin veren, daha gevşek yasalara sahip ülkelerdeki işçileri istihdam etmektedirler. Bu bağlamda yaratıcı endüstriler, Jamie Peck'in açıkladığı gibi neoliberal ajandalara hizmet eder: "Yaratıcılık stratejileri, şehirlerarası rekabet, soylulaştırma, orta sınıf tüketimi ve mekân pazarlaması etrafında konumlandırılarak geçerliliğini kaybetmemiş 'neoliberal' kalkınma ajandalarının esasıyla sessizce çalışmaktadırlar" (Peck, 2005, s. 740). Ülkeler yaratıcı endüstrileri çekmek için rekabet eder ve bu amaçla yasalar koyar veya değiştirir. Bu değişiklikler çoğu zaman emeğin sömürülmesiyle sonuçlanır. Türkiye de kayıtsız ve güvencesiz iş gücü anlamında risk teşkil eden bir ülke olduğu için Peck'in bahsettiği yaratıcı endüstrilerdeki emek sömürüsüne açık konumdadır. Bu nedenle Peck, küreselleşmeyi "yaratıcı şehirler için hem tehdit hem de fırsatlarla dolu" bir süreç olarak adlandırır (Peck, 2009, s.14). Yaratıcı ekonomi, farklı coğrafyalardaki belirsizlikler üzerine kurulu hassas bir sistemdir.

Türkiye'deki medya endüstrilerinin merkezi olan İstanbul'da da iş güvencesizliği yaşanmaktadır. Özellikle televizyon ve sinema sektöründe çalışanlar sıklıkla iş değiştirmek zorunda kalmaktadırlar. 2012 yılında tanımlanan yeni reyting sistemi ile birlikte televizyon dizileri henüz bir sezonu tamamlamadan, üçüncü ya da dördüncü bölümlerinde yayından kaldırılabilirler (Bulut, 2016, s.82). Bu televizyon dizilerinin ekipleri de dizilerin iptal olmasıyla işsiz kalmaktadırlar. Benzer şekilde televizyon kanalları ve gazeteler de reytingleri ve tirajları doğrultusunda işçi çıkarmaktadırlar. Bu nedenle İstanbul'daki medya endüstrilerinin esnek üretim sistemini benimsediği ve iş güvencesizliğini arttırdığını söylemek mümkündür.

2017 yılında The Guardian'a vermiş olduğu röportajında Richard Florida, yaratıcı stratejilerinin planlandığı gibi işlemediğini kabul etmiştir. Onun formülü, yaygın mülk spekülasyonları nedeniyle zaten zengin, çoğunlukla beyaz olan orta sınıfa fayda sağlamak ve bohemleri iç şehirlerden banliyölere kaydırmaktadır. Florida bugün "sadece yaratıcı ve yenilikçi bir büyüme ve kümelenmelerle değil, aynı zamanda kapsayıcılığın refahın bir parçası olmasıyla ilgili olan" yeni bir hikâyeye ihtiyaç duyulduğunu itiraf etmektedir. *Soylulaştırma, Eşitsizlik ve Seçkinler Şehri ile Gelen Yeni Kentsel Kriz* (2017) adlı kitabında Florida nihayet diğer sınıfların da yeni ekonomik sistemdeki konumunu tartışmaya başlamış ve yaratıcı sınıfın bulunduğu bölgelerdeki soylulaştırma projelerini ve sosyal eşitsizliği eleştirmiştir. Florida'nın deyimleriyle yumruğu yiyen ve bu durumdan en olumsuz etkilenen unuttuğu hizmet sınıfıdır (Wainwright, 2017). Yeni kentsel krize damgasını vuran da yine bu unutulmuş ve kaybolan orta sınıftır. Krizin en ağır ekonomik sonuçlarını dezavantajlılar ve yoksullarla birlikte en çok mavi yakalı ve hizmet işçileri yaşamaktadır. Şehirlerin dışına itilen bu gruplar ekonomik fırsatlardan, sosyal yardımlardan ve hizmetlerden mahrum edilmektedirler.

Öğretmenler, hemşireler, hastane çalışanları, polis memurları, itfaiyeciler, restoran ve hizmet sektörü çalışanlarının işyerlerine makul uzaklıkta bir yerde yaşamaya gücünün yetmediği durumda işlevsel bir kentsel ekonomiyi sürdürmek zordur (Florida, 2017, s.31).

Bu nedenle gittikçe seçkinleşen yaratıcı şehirlerdeki gelir adaletsizliğini azaltmanın bir yolu düşük ücretli hizmet işlerini, aileyi destekleyici işlere çevirerek orta sınıfı genişletmektir. (Florida, 2017, s. 36) Bunun yanında Florida, yeni kentsel krizi çözebileceğine inandığı: merkezi yerlerde daha ucuz evlerin inşası, altyapıya yatırım yaparak pahalı ve verimsiz yayılmayı sınırlama, insana yatırım yaparak yoğunlaşmış yoksulluğa savaş açma, yerel önderlere olanak sağlama ve vergi politikalarında reform gibi yeni bir dizi öneri de sunmaktadır (Florida, 2017, s.36).

Yaratıcı endüstrilerin, şehirlerin küresel ölçekte gelişmesi için pek çok olanak sunduğu açıktır. Politikacılar, eşitsizliklerin ve işçi haklarının ihlal edilmesini önlemek için bu sektörlerdeki çalışma koşullarının düzenlenmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Yaratıcı ekonomi yalnızca belirli bir sınıfa hizmet ederse, bu sistem yine gelir eşitsizliğine ve sosyal kutuplaşmaya yol açacaktır.

Sonuç

1980'lerde kentsel gelişim ve büyümenin ekonomik lokomotifi olan eski endüstrilerin yerini yeni endüstriler; yüksek teknoloji firmaları ve kültürel sektörler almıştır. Sanayi devrinden post-endüstriyel döneme geçişte yaşanan bu değişim kentleşmeyi de etkilemiş ve yeni endüstrilere sahip şehirler kümeleme modelinden dağınık yapıya geçmişlerdir. Chicago ekolü tarafından tanımlanan şehrin merkezi bir endüstri kümesi etrafında şekillendiği model yerini dağınık bir yapıya bırakmıştır. LA Ekolü tarafından "postmodern kent" olarak tanımlanan bu merkezsiz, dağınık yapı özellikle yaratıcı sektörlerin yoğun olduğu Los Angeles gibi şehirlerde görülmektedir.

Bu endüstrilerin şehirdeki yoğunluğu kentteki coğrafi dağılımı değiştirdiği gibi bölgenin ekonomisi üzerinde de etkili olmuştur. Yaratıcı ekonominin yerel gelişimdeki önemini fark eden yönetimler, yetenekleri kendi şehirlerine çekebilmek için rekabete girmişlerdir. Yeni ekonominin itici gücü olarak görülen "yaratıcı endüstriler" Los Angeles, New York, Berlin, Londra gibi dünyanın önemli metropollerinde şehrin kalkınmasında büyük önem taşımaktadır. İstanbul da son yıllarda özellikle medya endüstrilerinin gelişmesi ile yaratıcı sektörlerle önem veren bir şehir haline gelmiştir.

Şehrin büyümesi, nüfusun artması ve yaratıcı endüstrilerin gelişmesi, İstanbul'da da diğer postmodern kentler gibi merkezsiz, dağınık bir yapı oluşturmuştur. Medya endüstrileri; televizyon, reklam ve sinema sektörleri de bu dağınık yapıya uyum sağlamışlardır. Eskiden Yeşilçam gibi belirli merkezler etrafında kümelenen bu sektörler, günümüzde şehrin geneline yayılmış durumdadırlar. Medya endüstrileri, özellikle televizyon dizileri ve reklamlar, İstanbul'un ekonomisinde önemli bir yer taşımakta ve şehrin kalkınmasına destek olmaktadır.

Ancak her ne kadar bu endüstriler bölgesel ekonomik kalkınmada önemli bir rol oynasalar da rekabet ortamı ve yaratıcı stratejilerin neo-liberal politikalarla uygulanması şehirdeki sosyal eşitsizliği ve iş güvencesizliğini arttırmakta, işçi ve hizmet sınıfını soylulaştırma sureti ile şehirlerin dış bölgelerine taşınmaya zorlamaktadır. İstanbul'da yaratıcı endüstrilerin yoğun olduğu Beşiktaş, Kadıköy, Sarıyer, Şişli gibi semtler yüksek kiralari nedeniyle alt-orta sınıfın oldukça zor barınabildiği bölgeler haline gelmişlerdir. Bu anlamda yaratıcı endüstriler bir yandan şehrin ekonomisine katkıda bulunurken, bir yandan da şehirdeki eşitsizliği arttırmakta ve sosyal kutuplaşmaya yol aç-

maktadırlar. Yaratıcı şehirlerin rekabet çağında görmezden gelinen bu olumsuz etkilerinin politikacılar ve yerel yöneticiler tarafından daha fazla tartışılması gerekmektedir.



Extended Abstract

Postmodern Urbanization and the Creative Economy: Media Industries in Istanbul

*

Sezen Kayhan Müldür
ORCID: 0000-0001-6772-6154

In 1980s a group of social scientists from the LA School of urbanism worked on various theories and concepts on the urbanization in Los Angeles and named the city as “the capital of the twentieth century” (Scott and Soja 1986) and “the world’s first postindustrial/postmodern city” (Dear and Flusty 1991). The Los Angeles model illustrates the new capitalist spatialization, which consists of several fundamental characteristics such as the reorganization of urban space in which hinterland organizes the center, omnipresent social polarization and a global connection. This new spatial organization is related to Los Angeles’ production of the archetypal industries of twentieth century, such as aerospace, movies, television, music and theme parks (Curry and Kenney 1999).

Following the LA School’s analysis on the new industries, the urban studies theorist Richard Florida brought the discussion to a different level and called the cities with these new industries as “creative cities”. The leading edges of innovation and growth in the twenty-first century is made up of sectors such as high-technology industry, business and financial services, cultural products industries and neo-artisanal manufacturing (Scott 2006). The old industries which were the economic engines of urban development and growth, replaced by new industries (high-tech firms, cultural industries) and this transformation from industrial to post-industrial era also changed the organization of urban space (from Chicago School model to the LA model). The agglomeration of these industries in the cities not only changed the geographical distribution but also had positive impact on the economy of the region. Realizing the importance of the creative economy in local development, the governments have entered into competition to attract talents to their cities.

The “creative industries” are seen as the driving force of the new economy and have great importance especially in metropolises such as Los Angeles, New York, Berlin and London. In recent years, Istanbul has also become a city that gives importance to creative sectors, especially with the development of media industries.

Like other metropolises, Istanbul also had various changes with the development of creative economy in the city. Istanbul is the center of media industries in Turkey, as the city has all major actors of media industries such as production companies, casting agencies and post-production studios. Like the LA model, these companies and studios spread around the city and not located in a cluster. The expansion of the city goes hand in hand with the development of media industries which plays an important role in the economic development of the city. With around 1.4 billion (TL) endorsement in 2018, the TV industry became the most profitable of the creative industries in Istanbul.

In addition to the increase in TV series production, the number of studios that broadcast live for television in Istanbul has also increased rapidly and spread to various parts of the city. Considering the distribution of the television broadcasting studios in Istanbul, it is possible to see a spread similar to that in the film industry. For the development of these industries solid infrastructures and rich human resources are required. Istanbul is a city that can feed creative sectors with infrastructures and human resources. As the recent reports show the creative industries have serious impact in the development of Istanbul's economy.

Even though these industries are important for regional economic development, the competition and application of creative strategies with neo-liberal policies increase social polarization and income inequality, push working and low classes to the peripheries of the city through gentrification. Gentrification is a process that continues in Istanbul for the last 30 years, especially in the regions; Cihangir, Galata and Asmalimescit in Beyoğlu, Fener and Balat in the Golden Horn, Kuzguncuk, Arnavutköy and Ortaköy in the Bosphorus line, Tophane and Karaköy. It is observed that a similar process has recently started in the Yeldeğirmeni region of the Anatolian side of the city. For the last ten years, design offices, hostels, retro shops, artist workshops, art venues, cafes and restaurants in Yeldeğirmeni have increased significantly. While this change revived Yeldeğirmeni, the intensification of gentrification

in the neighborhood and the formation of an uncontrolled cultural capital caused criticism. Increasing rents in the neighborhood made the newcomers artists no longer to stay there.

The creative industries also created flexible and insecure working conditions. Cultural production is characterized by flexible and adaptable structures. In Istanbul media industry workers experience these flexible conditions; especially those working in the television and cinema sectors often have to change their jobs. With the new rating system defined in 2012, television series can be cancelled in their third or fourth episodes before they complete a season. The teams of these television series are also unemployed with the cancellation of the series. Similarly, television channels and newspapers employ workers in line with their ratings and in circulation. For this reason, it is possible to say that the media industries in Istanbul have adopted the flexible production system and increased job insecurity.

Creative cities result in social inequality because the income in most of the creative industries is concentrated at the top of the hierarchy. The meritocracy of creative class in postindustrial cities results in social polarization which can lead to social unrest. With exploring that relation, this study will focus on postmodern urbanization and creative economy and will explore the development of creative industries in Istanbul with the focus on media production. It will also discuss the positive and negative aspects of the competition between creative cities.

Kaynakça/References

- Angel, D.P. (1991). High-technology agglomeration and the labor market: The case of Silicon Valley. *Environment and Planning*, 23, 1501-16.
- Behlil, M. (2012). Close encounters? Contemporary Turkish television and cinema. *Wide Screen*, 2(2), 1-14.
- Bulut, E. (2016). Dramın ardındaki emek: dizi sektöründe reyting sistemi, çalışma koşulları ve sendikalaşma faaliyetleri. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* 24, 79-100.
- Curry, J. and Kenney, M. (1999). The paradigmatic city: postindustrial illusion and the Los Angeles School. *Antipode*, 31(1), 1-28.
- Dear, M. ve Flusty, S. (1998). Postmodern urbanism. *Annals of the Association of American Geographers*, 88(1), 50-72.
- Evans, G. (2009). Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy. *Urban Studies*, 16, 1003-1037.
- Lena, F. (2016). *Türkiye’de kültürel sektörlerin ülke ekonomisine katkısı*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, Kültürel İncelemeler 15.

- Logan, J. ve Molotch, H. (1987). *Urban fortunes: the politics of place*. Berkeley: University of California Press.
- Otis Report. (2017). *2017 Otis report on the creative economy of california and Los Angeles region*. Otis College of Art and Design. Los Angeles: Los Angeles County Economic Development Corporation.
- Özkan Töre, E. (2010). *İstanbul film endüstrisi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Öz, Ö. ve Özkaracalar, K. (2017). The reemergence of İstanbul's film industry: a path-dependence perspective. *New Perspectives on Turkey*, 56, 61-85.
- Florida, R. (2002). *The rise of creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2003). Cities and the creative class. *City and Community*, 2(1), 3-19.
- Florida, R. Mellander, C. ve Adler, P. (2015). Creativity in the city. C. Jones, M. Lorenzen ve J. Sapsed (Der.), *The Oxford handbook of creative industries* içinde, (s. 96-115). Oxford: Oxford University Press.
- Florida, R. (2018). *Yeni kentsel kriz: soylulaştırma, eşitsizlik ve seçkinler şehri ile gelen*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Goldsmith, B. and O'Regan, T.A. (2005). *The film studio: film production in the global economy*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Gül, M. (2012). *Emergence of modern Istanbul: transformation and modernization of a city*. London: I.B. Tauris.
- Hoi, S. (2014). The meaning of the creative economy in Los Angeles. *Community Development Investment*, 2, 31-34.
- Türk dizileri 2 numara. (2017, Nisan 4). *Hurriyet*. <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/turk-dizileri-2-numara-40417302> adresinden erişildi
- Peck, J. (2005). Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(4), 740-770.
- Peck, J. (2009). The creativity fix. *Variant*, 34, 5-9.
- Scott, A. J. (1988). *New industrial spaces: flexible production organization and regional development in North America and Western Europe*. London: Pion.
- Rappas Çelik, İ. ve Kayhan, S. (2018). Tv series production and urban restructuring of İstanbul. *Television and New Media*, 19(1), 3-23.
- Rantisi, N.M. (2002). The local innovation system as a source of 'variety': openness and adaptability in New York City's Garment District. *Regional Studies*, 36(6), 587-602.
- Scott, A. J. and Soja, E.W. (1986). Los Angeles: capital of the late 20th century. *Society and Space*, 4, 249-254.
- Scott, A. J. (1993). *Technopolis: high-technology industry and regional development in Southern California*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Scott, A. (2006). Creative Cities: Conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*. 28 (1), 1-17.

- Scott, A. J. ve Mattingly, D. (1989). The aircrafts and parts industry in Southern California: contiuity and change from the inter-war years to the 1990s. *Economic Geography* 65, 48-71.
- Soja, E. (1997). Los Angeles, 1965-1992. A. Scott ve E. Soja. (Der.) *The city: Los Angeles and urban theory at the end of the twetieth century* içinde. Berkeley: University of California Press.
- Sosyal Güvenlik Kurumu. (2016). *İstanbul Bölgesi İçin Yaratıcı Endüstri Alanında İşyeri Ve İstihdam Oranları Çalışması*.
- Sönmez, M. (2013). *Medya, kültür, para ve İstanbul iktidarı*. İstanbul: Yordam Kitap Basın ve Yayın.
- Storper, M. ve Christopherson, S. (1987). Flexible specialization and regional industrial agglomerations: the case of the U.S. motion picture industry. *Annals of the Association of American Geographers*, 77(1), 104-117.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). *Sinema Genel Müdürlüğü yapım firmaları istatistikleri*.
- Thiel, J. (2015). Creative cities and the reflexivity of the urban creative economy. *European Urban and Regional Studies*, 24(1), 21-34.
- TÜİK. (2015). *Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2014*.
- Wainright, O. (2017, Ekim 26). Everything is gentrification now: but Richard Florida isn't sorry. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/cities/2017/oct/26/gentrification-richard-florida-interview-creative-class-new-urban-crisis> adresinden erişilmiştir.
- YEKON. (2014). *İstanbul yaratıcı ekonomi çalışmaları atölyesi final raporu*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Kültür Politikaları ve Yönetimi (KPY) Araştırma Merkezi.
- Yücel, D. (2015). Kentsel Soylulaştırmada yaratıcı endüstrilerin rolü ve yel değirmeni örneği. *Genç Sanat Dergisi* 1, 1-8.
- Zukin, S. (1987). Gentrification and capital in the urban core. *Annual Review of Sociology*, 13, 129-147.