



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi  
The Journal of International Social Research  
Cilt: 10 Sayı: 51 Volume: 10 Issue: 51  
Ağustos 2017 August 2017  
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581  
Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1844>

## YARATICI SEKTÖRLERDE TÜRKİYE İÇİN YENİ BİR İVME: MİDWOOD İSTANBUL FİLM STÜDYO KOMPLEKSİ A NEW MOMENTUM FOR TURKEY IN CREATIVE SECTORS: MIDWOOD ISTANBUL FILM STUDIO COMPLEX

Gül ŞİMŞEK\*  
Ahmet GÜVEN\*\*

### Öz

Yaratıcı ekonomiler; altyapısında beceri, yetenek ve yaratıcılığın olduğu, katma değeri yüksek ürünler ortaya koyan sektörler olarak tanımlanmaktadır. Birleşmiş Milletler'in yaratıcı ekonomi üzerine hazırladığı raporlarda yaratıcı endüstri kolları, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyümenin ve ticaretin güçlü motorları olarak ifade edilmektedir. Bugün dünyada pek çok kentte kayda değer bir işgücü oranına sahip olan yaratıcı endüstrilerdeki bu eğilim artarak sürmektedir. 1990'lı yıllarla birlikte yaratıcı sektörlerin ekonomideki payları; hem katma değer yaratma, hem işgücü piyasasını canlandırma etkilerinden dolayı pek çok ülkede artış göstermiştir. Bu eğilim, metropoller başta olmak üzere Türkiye'deki kentlerin ekonomik ve sosyal yapısını da etkilemekte ve mekanı dönüştürmektedir. Bu yönleriyle yaratıcı sektörler, kentleri ekonomik, sosyal ve mekânsal anlamda istenen seviyeye ulaştırma hedefinde olan çeşitli kademelerdeki kurum ve kuruluşların dikkatini çekmektedir. Bir başka ifadeyle; kalkınma hedeflerinin kültür üzerinden kurgulanması hem ülke, hem bölge, hem de kent ölçeğinde söz sahibi olan çeşitli kurum ve kuruluş çatısı altındaki paydaşların gündemlerinde giderek artan biçimde yer almaya başlamıştır. Ülkemizde ve dünyada özellikle son yıllarda kazandığı ivme ile dikkat çeken sektörlerden biri olarak film endüstrisi için de aynı durum söz konusudur. Bu çalışmada, İstanbul Büyükçekmece'de yapımı devam eden ve 2018 yılı Ekim ayında açılması planlanan Midwood İstanbul Film Stüdyo Kompleksi, yaratıcı sektörler ve film endüstrisi üzerinden değerlendirilmektedir. Çalışma; film sektörünün dünyadaki gelişim trendinin ilgili veriler üzerinden takip edilmesi, İstanbul'un film sektöründeki yerinin literatür üzerinden irdelenmesi ve Midwood projesinin gelişim seyri ile taşıdığı potansiyellere ilişkin derinlemesine görüşmenin yapılması yoluyla ele alınmaktadır. Bulgular değerlendirildiğinde, Midwood'un bulunduğu coğrafi konum, sahip olduğu altyapı olanakları, işbirliğine dayalı ortaklıkların kurulduğu iş modeli ve sektöre entegre bakışı itibarıyla dünyadaki film stüdyoları ağı içerisinde bölgesinde etkin bir rol üstleneceği düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yaratıcı Ekonomiler, Film Endüstrisi, Midwood İstanbul Film Stüdyo Kompleksi, İstanbul, Büyükçekmece.

### Abstract

Creative economies are defined as the sectors, which foundations are skill, talent and creativity, and produce high added value products. Creative industry sectors in the reports related to creative economy created by United Nations expressed as the powerful machines of economic development and commerce, particularly in developing countries. Today, this trend in creative sectors, which have a considerable employee rate in many cities throughout the World, continues to increase. With the years of the 1990s, shares of creative sectors in the economy have increased in many countries owing to the effects of creating added value and revitalizing the labor market. This trend affects the economic and social structure of cities in Turkey and transforms urban space, notably in metropolises. On that sense, creative industries attract the attention of the institutions and organizations at various levels that aim to bring cities to the desired level in an economic, social and spatial sense. In other words, the planning phase of development goals through the culture has been increasingly taking place in the agenda of stakeholders under the roofs of various foundations those are closely involved with decisions at the level of country, region and city. The same condition is true also for the film industry as one of the sectors that attract attention in our country and in the world recently. In this study; Midwood Film Studio Complex, which is under construction in İstanbul Büyükçekmece and planned to open in October 2018, is evaluated in terms of creative economy and film industry. The study is conducted by monitoring the growth trend of the film industry in the World through the literature and carrying out an in-depth interview about the evolution process and potentials of the Midwood Project. When the findings are evaluated; it is considered that Midwood would play an active role in the film studio network in the World because of its geographical location, infrastructure potentials, collaborative business model and the integrated viewpoint for the sector.

**Keywords:** Creative Economies, Film industry, Midwood İstanbul Film Studio Complex, İstanbul, Büyükçekmece.

## 1. Yaratıcı Ekonomi ve Film Endüstrisi

Yaratıcı ekonomi, yeni iş alanları yaratabilecek beceri, yetenek ve yaratıcılığı içeren sektörler olarak tanımlanmaktadır. Birleşmiş Milletler'in Yaratıcı Ekonomi raporunda yaratıcı endüstrilere, özellikle gelişmekte olan ülkeler için, ekonomik büyüme ve ticaretin güçlü motorları olarak yer verilmektedir. Yaratıcı endüstriler, mal ve hizmetlerin satışından elde edilen gelirlerle doğrudan ekonomik etki

\*Doktora Sonrası Araştırmacı, ODTÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü; Yrd. Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, gulsims@gmail.com

\*\*Yrd. Doç. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi Bölümü, ahmetguven@gmail.com



sağlamalarının yanısıra, diğer sektörleri etkileyerek yeni iş alanlarının oluşumunu kayda değer oranda destekleyebilmektedir. Bu bakımdan yaratıcı endüstriler, sosyal ve kültürel ürünlerin ekonomiye dahil edilmesine, hem kendi sektörleri üzerinden, hem de çarpan etkisi yoluyla katkı sunan etkin araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Yücel, 2016: 249). Ekonomideki en dinamik sektörler arasında yer alan yaratıcı endüstriler; yaratıcılık, kültür, ekonomi ve teknoloji arasındaki etkileşimden beslenmektedir. Bu etkileşim, entelektüel sermaye yaratma, istihdam sağlama, ihracat gelirlerini artırma, sosyal dışlanmayı azaltma, çeşitliliği besleme ve insani kalkınmaya katkı sağlamaktadır (Aksit Aşık, 2014).

Yaratıcı sektörlerin belirleyici özellikleri; fikri mülkiyet hakkı konusu olan patent, telif hakkı, ticari marka veya tasarımdır. Ekşioğlu'na (2013: 4) göre, kültür ekonomisinin girdisi kültürel ve entelektüel sermaye iken, çıktısı ise çoğunlukla fikri mülkiyet hukukuna konu olan eserler ve etkinliklerdir. Yaratıcı sektörlerin çoğu, diğer endüstri alanlarına görece daha az mal ve fiziki sermaye gerektirdiğinden, tümü için söz konusu olmasa da, girdi maliyetinin genellikle yüksek olmadığı söylenebilir. Yaratıcı sektörlerin piyasadaki değişimlerden daha az etkilenmeleri nedeniyle kırılğanlıkları da daha azdır (Yücel, 2016: 251). Bu özelliklerinin yanısıra yaratıcı ekonomi, tek bir güzergaha değil, kentler ve bölgelere özel, birbirinden farklı yerel yollara işaret etmektedir (UNESCO&UND, 2013: 15). Sıralanan bu yönleriyle yaratıcı sektörler, kenti ekonomik ve sosyal anlamda istenen seviyeye ulaştırmayı hedefleyen yereldeki kurum ve kuruluşların dikkatini çekmektedir.

Florida (2002), Scott (2014), Landry (2012), Markusen (2006), Power (2011), Pratt (2008) gibi isimler ilgili literatürün şekillenmesinde öne çıkan isimler arasında sıralanabilir. Bu isimler, yaratıcı endüstrilerin işgücüne olan katkısı, artı değer yaratmaları ve ihracat üzerinden ekonomi ile olan bağı kurmaktadır. Florida (2002) kentlerin, kültürel sahnelerinin çekicilik niteliği taşıdığı ve yoğun bir işgücü piyasasının olduğunu, bu özelliklerin de yaratıcı insanlar için çekim unsurları olduğunu söylemektedir. Landry'nin "yaratıcı kent", Scott'un "kentlerin kültür ekonomisi" gibi çalışmaları; kültür ve yaratıcılık üzerine yeni bir düşünce biçimini ortaya koymaktadır. Bu çalışmalarda yaratıcılık ve kültür, belirli bir yere özgü olan, uzmanlaşmış mal ve hizmetlerin üretiminde karşılaştırmalı avantaja sahip bir üretim biçimi olarak görülmektedir (Borg ve Russo, 2005: 8). Scott (2014: 566), yaratıcı kentin niteliklerini şu şekilde sıralamaktadır: Başarılı yeni-ekonomi endüstrilerini içeren bir istihdam, becerili ve kalifiye çalışanlardan oluşan canlı bir havuz, yüksek düzeyde çevresel kalite, sanatçılar, bohemler gibi marjinal entelektüelleri içeren dinamik bir kültürel ortam, festivaller ve gösteriler, ikonik mimari ve küresel bir marka olma yolunda sembolik bir kimlik.

Yaratıcı endüstrilere ilişkin tanımlamalara geçmeden önce beslendikleri temel kaynak olan "kültür" e kısaca değinmekte fayda vardır. Kültürel antropolojinin kurucusu Tylor (1871: 1) kültürü; "geniş etnografik anlamda ele alındığında, bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek ve toplumun bir üyesi olarak insanın kazanmış olduğu diğer yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütündür" şeklinde açıklamaktadır. Kültür kavramı, ekonomik büyüme ve kalkınma literatüründe giderek daha fazla yer bulmaktadır. Bunun nedeni kültürün; kalkınma, dış ticaret, markalaşma, turizm geliri sağlama, beşeri sermaye stoğunu geliştirme ve ilgili sektörlerde çarpan etkisi yaratma gibi çok geniş etkileri olan bir faktör olmasıdır (Yücel, 2016: 249-250). Kültür aynı zamanda, gelişmiş ülkelerde bozulmaya uğramış olan alanlarda kentsel canlanma projelerinin bir parçasıdır. Bu açıdan, kentteki daha zayıf gruplar arasında sosyal etkileşimin sağlanması, dışlanan bireylerin kendi işlerini kurmaları ve sosyal açıdan gelişmeleri gibi konularda da fırsatlar sunmaktadır (Borg ve Russo, 2005: 7).

Kültür ürünlerinin araştırma konusu edildiği literatürde çok sayıda ve farklı kavramlar kullanılmaktadır. "Yaratıcı ekonomi-yaratıcı sektörler", "kültür ekonomisi-kültür endüstrileri", "içerik endüstrileri", "yaratıcı sınıf" gibi kavramlar bunlardan bazılarıdır. Bu kavramlar arasında özellikle "yaratıcı ekonomi-yaratıcı sektörler" ve "kültür ekonomisi-kültür sektörleri" kavramlarının daha yaygın olarak kullanılmakta olduğu görülmektedir (Hesmondalgh, 2002'den aktaran T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültürel İrtibat Noktası, 2013: 6). Yaratıcı sektörler ve kültür ekonomisine dair tanımlamalardan öne çıkanlar; DCMS (The Department for Culture, Media and Sport of UK - İngiltere Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı), UNESCO, WIPO (World Intellectual Property Organization - Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü) gibi kurum ve kuruluşlarca yapılmış olan tanımlamalardır.

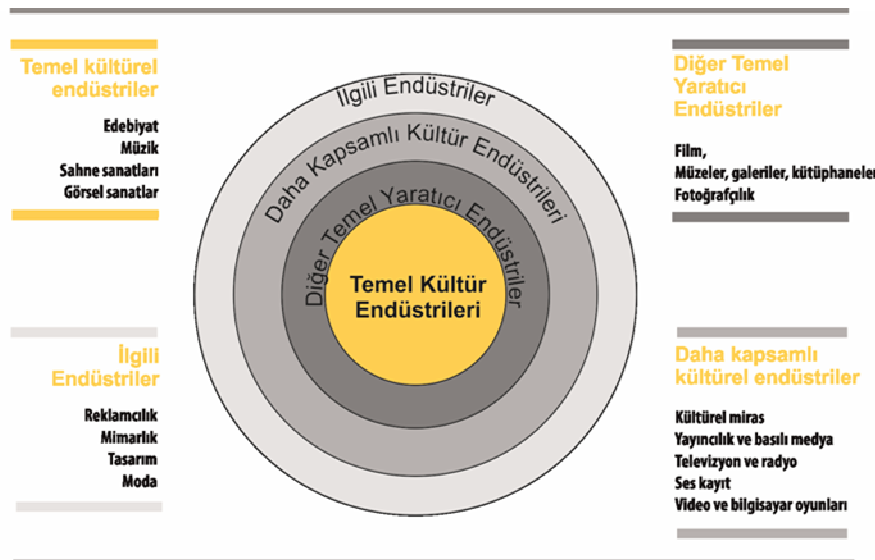
DCMS tarafından, yaratıcı sektörler; kaynağında bireysel yaratıcılık, yetenek ve beceri bulunan ve fikri mülkiyet haklarının üretimi ve kullanımı yoluyla yeni iş imkanları yaratma kapasitesine sahip olan sektörler olarak tanımlanmaktadır. DCMS'nin tanımı, literatürde en yaygın biçimde kabul gören tanımlardan (Yücel, 2016: 250-251). DCMS'nin sınıflandırmasının verildiği Tablo 1'de yaratıcı sektörler 13 ana başlıkta toplanmaktadır: Bilgisayar oyunları, el sanatları, film ve video, gösteri sanatları, mimarlık, moda, müzik, radyo ve TV, reklamcılık, sanat-antika, tasarım, yayıncılık ve yazılım.

Tablo 1. İngiltere Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı'nın (UK DCMS) Yaratıcı Sektörler Sınıflandırması

	Yaratıcı Sektörler
1	Bilgisayar Oyunları
2	El Sanatları
3	Film ve Video
4	Gösteri Sanatları
5	Mimarlık
6	Moda
7	Müzik
8	Radyo ve TV
9	Reklamcılık
10	Sanat-Antika
11	Tasarım
12	Yayıncılık
13	Yazılım

Kaynak: Yücel, 2016: 251

Bazı kaynaklarda yaratıcı endüstriler ve kültür endüstrileri birbirlerinin yerine geçen eşdeğer kavramlar olarak kullanılmakla birlikte, kimi kaynaklarda da içerdikleri sektörler bakımından farklılıkları bulunmaktadır. Örneğin DCMS'nin modelinde alt kategoriler bulunmazken, UNESCO'nun modelinde diğer temel yaratıcı endüstriler, temel kültür endüstrilerini kapsayan bir küme olarak gösterilmektedir (bkz. Şekil 1). Bu anlamda UNESCO'nun modelinde yaratıcı ekonomi ya da yaratıcı endüstrilerin, bir üst şemsiye olarak, kültür endüstrilerinden daha geniş bir alana işaret ettiği görülmektedir. Bu modelin merkezinde bulunan temel kültürel endüstriler, kendisini çevreleyen üç katmanda yer alan endüstriler tarafından desteklenmektedir (UNESCO&UNDP, 2013: 22). "Temel kültür endüstrileri" katmanı edebiyat, müzik, sahne sanatları ve görsel sanatlardan oluşmakta; "diğer temel yaratıcı endüstriler" katmanı film, müzeler, galeriler, kütüphaneler ve fotoğrafçılık ile birlikte bir alt katmanı içermekte; "daha kapsamlı kültürel endüstriler" katmanı kültürel miras, yayıncılık ve basılı medya, televizyon ve radyo, ses kayıt, video ve bilgisayar oyunları ile kendinden önceki katmanları kapsamakta ve son olarak "ilgili endüstriler" katmanı reklamcılık, tasarım, mimarlık ve moda ile kendinden önceki tüm diğer katmanları içermektedir.



Şekil 1: Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler: Eşmerkezli Çemberler Modeli

Kaynak: UNESCO, 2013: 23 (Türkçeleştirilerek yeniden üretilmiştir)

Yukarıda yer verilen her iki modelin de ortak noktası, kültürden beslenen sektörleri belli bir mantıkla bir araya getirme çabasıdır. Kültür ve yaratıcı endüstriler üzerine geliştirilen diğer sınıflandırmalar arasında; WIPO (World Intellectual Property Organization - Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü) Telif Hakkı Modeli, UNESCO İstatistik Enstitüsü Modeli, Sembolik Metin Modeli gibi modeller bulunmaktadır (UNESCO&UNDP, 2013: 22).

WIPO, Telif Hakkı Modelinde yaratıcı sektörleri; (1) temel telif konusu endüstriler (reklamcılık, meslek birlikleri, film ve video, müzik, sahne sanatları, yayıncılık ve edebiyat, yazılım, televizyon ve radyo,



görsel ve grafik sanatlar), (2) kısmi telif konusu endüstriler (mimarlık, giyim ve ayakkabıcılık, tasarım, moda, ev eşyaları, oyuncaklar), (3) bağımlı telif konusu endüstriler (kayıt materyali, tüketici elektroniği, müzik enstrümanları, kağıt, fotokopi cihazları, fotoğrafçılık malzemeleri) ve (4) destek endüstrileri (satış, ulaşım, bilgi ve iletişim) olmak üzere 4 başlık altında toplamaktadır (WIPO, 2015: 47-63). WIPO, 2002 yılı sonrası yaratıcı sektörlerin ekonomiye olan katkısını konu alan çalışmasında, telif konusu ürünler üzerinden bir gösterge seti oluşturmuştur. 2013 yılına kadar olan süreci ve 40 ülkeyi içeren araştırmanın bulguları, yaratıcı sektörün büyümekte olduğunu ve ülkelerin çoğunda tahmin edilenden daha büyük oranlara ulaştığını göstermektedir. Araştırmada, fikri mülkiyete konu sektörlerin GSYİH'ya ciddi bir katkı yaptığı da belirtilmektedir. Araştırmanın yürütüldüğü ülkelerin dörtte üçünün GSYİH'ya katkısı %4-6,5 arasındadır ve ortalama katkı oranı %5,2'dir. Hızlı bir ekonomik gelişmenin ölçüldüğü ülkelerde, fikri mülkiyete konu sektörlerin GSYİH içerisinde dikkate değer bir paya sahip olduğu belirtilmektedir (UNESCO&UNDP, 2013: 164).

Borg ve Russo (2005: 44) da, kentlerin ekonomik gelişmesinde kültürün etkisini değerlendirdikleri çalışmalarında; edebiyat, görsel-işitsel medya, grafik sanatlar, internet, mimarlık, moda, multimedya, müzik kaydı ve üretimi, oyunlar, tasarım, yazılı basın ve yazılım gibi sektörleri içeren yaratıcı endüstrilerin, dünyada çok sayıda kentte giderek artmakta olan kayda değer bir işgücü oranına sahip olduklarını ortaya koymuşlardır. Örneğin; Viyana'da bu sektörlerin istihdamdaki payı %14'e ulaşmıştır, Amsterdam, Edinburgh, Manchester'da %4 ila %8 arasında bulunmaktadır. Kültür destinasyonu olan kentler için turizm istatistikleri de, bu oranlarla dolaylı olarak ilişkilendirilebilir: Turizm sektörü, yaratıcı endüstrilerin bir parçası olarak kabul edilemese de, kültürel etkinliklerin etkilerinin değerlendirilmesine yardımcı olmaktadır. Amsterdam, Edinburgh, Viyana ve Manchester'da, yerel ekonominin % 15'ini temsil eden turizm istihdam oranı, destinasyonların kültürel çekiciliği ile yakından ilişkilidir.

Yine; UNCTAD, UNDP, UNESCO, Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlarca hazırlanan raporlarda, kültürün ve yaratıcı sektörlerin büyümeye ve istihdama olan etkileri ortaya konmakta; özellikle gelişmekte olan ülkelerde kültürel ve yaratıcı sektörlerin önemine vurgu yapılmaktadır. UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development - Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı) (2010) Yaratıcı Ekonomi Raporu'na göre 21. yüzyılda kalkınmanın itici gücü, kültür ekonomisi ve yaratıcı endüstrilerdir. Yaratıcı Ekonomi raporunda, dünyanın çeşitli ülkelerindeki kültür odaklı gelişmeler analiz edilmekte ve önerilerde bulunmaktadır (Ekşioğlu, 2013: 2, 3 ve 9). Analizlerin ortaya çıkardığı sonuçlar; kültür politikalarının, ülkelerin ve yerel yönetimlerin üzerinde durduğu politikalar haline gelmesini etkileyen temel nedenlerden olmuştur.

Birleşmiş Milletler'in yaratıcı ekonomiler üzerinde çok sayıda çalışması ve girişiminin olmasının temel nedeni; yaratıcı ekonomilerin, yalnızca gelişmiş ülkeler için değil, gelişmekte olan ülkelerin kalkınması için de potansiyeller barındırdığına dair analizleri ve bulgularıdır. Yaratıcı ekonomiler; gelişmekte olan ülkelerdeki yoksulluğun azaltılması ve sosyal kaynaşmanın sağlanmasında temel bir itici güç olarak ifade edilmektedir (United Nations Institute for Training and Research (UNITAR), 2017). Lopes (2014), yaratıcı sektörlerle ilgili şunları söylemektedir: "Tüm bu beceriler; görsel sanatlar, halk sanatları, kültürel festivaller, resimler, heykeller, fotoğraflar, yayıncılık, müzik, dans, film, radyo, moda, video oyunları ve mimarlığı kapsayan bir terim olan yaratıcı ekonomi için anahtar birer bileşendir. Yaratıcı ekonomi, yalnızca eğlence sağlamakla ilgili değildir, aynı zamanda yaşamları geliştirme ve sosyal kaynaşma inşasında kendini ifade etme, yenilikçilik ve eğitimi de içermektedir. Ciddi bir işkoludur, küresel anlamda en hızlı büyüyen sektörlerdendir".

Dünya Bankası, 1999'da yayınladığı bir raporda sürdürülebilir bir kalkınmanın anahtarının kültür olduğunu ifade etmiş, kültürün kalkınmayı dört temel yönde etkilediği belirtilmiştir (Worldbank; 1999: 15'den aktaran Ekşioğlu, 2013: 9):

- Kültürel birikim ve üretim, gelir seviyesi düşük kesimler için yeni fırsatlar yaratmakta,
- Yerel düzeyde ekonomik gelişmenin sağlanmasına katkı sağlamakta,
- Var olan kültürel varlıkların korunmasına ve onlardan gelir elde edilmesine yardımcı olmakta,
- Sosyal sermayeyi güçlendirmekte ve düşük gelir grubundaki insanların yetenek ve becerilerini geliştirmesine öncülük etmektedir.

Kültür, toplumsal kalkınmanın ve ekonomik büyümenin bir motoru olmakla birlikte, aynı zamanda süreç içinde etkilenebilmekte hatta tahrip olabilmektedir. Sürdürülebilir kentsel gelişmenin, maksimum kalkınma fırsatları elde etmenin yanısıra, kentin kültürel kimliğini oluşturan somut ve somut olmayan unsurları korumak üzere bir denge kurmayı da gerekli kıldığı gözden kaçırılmamalıdır (Borg ve Russo, 2005: 16).



Yaratıcı endüstriler için kültür nasıl bir anahtar niteliğindeyse, kent de bu sektörlerin beslediği ve yer seçtiği konum olarak ortaya çıkmaktadır. Yaratıcı endüstriler konusunda yapılan çalışmalar, sosyoekonomik koordinasyonun mekanı olarak “yerel”e ve tabii “kent”e işaret etmektedir. “Kent”in; estetik, sosyal ve ekonomik deneyimlerin ortaya çıkmasındaki rolü tartışmasıdır. 21. yüzyılda kent, ağ kurma ve yaratıcılık için güçlü bir alan sunmaktadır. Yaratıcılık kolektif bir süreçtir ve kültür endüstrisinin yer bazlı kümeleri, o yerele özgü yaratıcılık ekosisteminden faydalanmaktadır. Bu anlamda kentler, firmalar için çeşitli ve destekleyici hizmetlerin yanısıra, yaratıcılığa olanak sağlayacak uzmanlaşmış çalışanlardan oluşan bir havuz sunmaktadır.

Kültür ekonomisinin en tipik alanlarından biri, film endüstrisidir. Kültürel üretim, değer zincirindeki aşamalardan geçerek kitlesel pazarlar yaratmaktadır. Film endüstrisinin üretimleri, sadece ekonomik getirileri bakımından değil, sembolik anlam ve simgesel değerlerin oluşturulması bakımından da önemlidir. Film endüstrisi, başta kültür ekonomisini oluşturan sektörler olmak üzere çok sayıda sektörü etkileyerek çarpan etkisi yaratmaktadır (Özkan Töre, 2010: ii). Bu çarpan etkisi, kentlerin marka değerinde ve dolayısıyla turizm sektöründe yansımaları bularak kent ekonomisine katkı düzeyini artırmaktadır.

Sinema ile mekan arasında diyalektik bir ilişki vardır; sinemanın anlaşılabilmesi için mekanın organizasyonuna bakmak ve mekanın anlaşılabilmesi için sinema pratiklerine bakmak gerekir: Hem filmlerdeki mekanlar (çekim mekanları), hem de mekandaki filmler (yaşanan kentsel mekanın sinema tarafından bir kültürel pratik olarak şekillendirilmesi - üretim, dağıtım, gösteri mekanları). Film çalışmalarının geleneksel metin vurgusuna rağmen, sinema temelde bir mekânsal sistemdir (Shiel, 2001). Bu anlamda sinemanın, kültürün alışılmışın dışında mekânsal bir formu olarak, kent-kültür ilişkisini incelemek için ideal bir olgu olduğu saptaması yapılabilir.

Çağdaş toplumlarda ekonomik ve kültürel alanların yakınsaması görülmektedir. Kültürün içerikleri, zaman içerisinde ürün ve hizmet formu üzerinden üretilmektedir; bu eğilim kültürün modifikasyonu ve ekonominin estetizasyonu terimleriyle ifade edilebilir. Kültür ve ekonominin keşiştiği noktalardan biri, film endüstrisidir. Dünyada film merkezlerinin bulunduğu yerlerden biri, Los Angeles merkezinin kuzeybatısında görece küçük bir bölge olan Hollywood’dur. 2. Dünya Savaşı öncesi hareketli görüntü endüstrisi, Hollywood’da yoğunlaşmıştır. Bugün bu endüstri, orijinal çekirdeğinden daha farklı yerlere doğru batı ve kuzey yönünde yayılmış durumdadır (Scott, 2005: 1). Hollywood olgusu, kültürel ürünlere ilişkin endüstrilerin ortaya çıkışları, izledikleri rotalar ve mekandaki yer seçimleri için yönlendirici çıkarımlar sunmaktadır.

Çok sayıda yazar, yaratıcılığı canlandırmada ekonomik ve kültürel çeşitliliğin önemini altını çizmektedir. Kentler, aynı sektördeki firmaların yığılmalarını bir araya getirdiği gibi, farklı sektörlerin gelişmesi için de bir yayılma etkisi oluşturmaktadırlar. Yığılma ve çeşitlilik, aykırı fikirlerin çarpıştığı ve beklenmedik şekillerde bir araya geldiği bir yaratıcılık ortamı yaratmaktadır. Yığılma ve çeşitlilik dendiğinde dünyada ilk akla gelen kentlerden olan İstanbul, bu anlamda yaratıcı sektörlerin gelişmesi için oldukça uygun bir örnek oluşturmaktadır. İstanbul, film endüstrisinde de ülkenin öne çıkan ve sektörün gelişimi için en uygun şartları sunan kenttir.

## 2. Yöntem

Çalışma; ilk olarak film sektörünün dünyadaki gelişim trendinin ilgili veriler üzerinden takip edilmesi, İstanbul’un film sektöründeki yerinin literatür üzerinden irdelenmesi ve ikinci olarak Midwood projesinin gelişim seyri ile taşıdığı potansiyellere ilişkin taramanın ve derinlemesine bir görüşmenin yapılması yolları izlenerek yürütülmektedir. Film sektörünün dünyadaki gelişim trendi ve Türkiye’nin sektördeki yeri, ülkelere ve yıllara göre ilgili verilere ulaşılabilen UNESCO İstatistik Enstitüsü’nün (UNESCO UIS - Institute of Statistics) veri tabanından derlenmiştir. Bu veri setinde Türkiye’nin küresel film sektörü içindeki seyrini yansıtan verilerin yorumlanması ve ardından İstanbul için literatürde yapılmış olan çalışmaların taranması yoluyla kentin yaratıcı ekonomi içindeki ve film endüstrisi içindeki yeri genel hatlarıyla ortaya konmaktadır. Araştırmanın ikinci ayağında yer alan İstanbul’un film sektöründeki en büyük yatırımı olan Midwood Film Stüdyo Kompleksi’ne dair bilgilere; proje hakkındaki haberler, programlar ve stüdyo kompleksinin Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet San ile yapılan derinlemesine görüşme yollarıyla ulaşılmaktadır.

## 3. Bulgular

### 3.1 Türkiye’nin Küresel Film Endüstrisi İçindeki Yeri

Film endüstrisinin sektörel olarak değerlendirilmesinde başvurulan analizler; üretilen film sayıları, gişe hasılatı, yapımcı sayıları gibi veriler üzerinden yapılmaktadır. Tüm dünyada üretilen film sayılarına bakıldığında, günümüzde yılda 4000’den fazla film üretilmekte olduğu görülmektedir. Dünya film



endüstrisindeki büyük film stüdyoları ABD’de Hollywood, Hindistan’da Bollywood, Nijerya’da Nollywood adlarıyla markalaşmışlardır. Nijerya’daki film endüstrisi yılda 590 milyon Dolar gelir elde etmektedir ve aynı zamanda ülkenin tarımdan sonraki ikinci büyük işgücü oranına sahiptir. Meksika’da yaratıcı ekonomi, 5 milyon’dan fazla işgücü içermektedir. Brezilya’da yaratıcı ekonomilere bağlı ihracat yılda 9,4 milyar Dolar gelir oluşturmaktadır (United Nations Institute for Training and Research (UNITAR) 2017). 2012 yılında yalnızca eğlence ve medya endüstrisi, dünya ekonomisine 2,2 trilyon Dolar katmıştır, aynı dönemde dünyada yaratıcı ürün ve hizmetlerin ticareti 624 milyar Dolar gelir getirmiştir. Birleşik Krallık, İsveç, Hollanda ve Avustralya’da yaratıcı endüstriler toplam gelirin ve işgücünün yaklaşık %5-8’ini oluşturmaktadır. Arjantin, Çin, Kolombiya, Malezya, Polonya, Romanya, Singapur ve Güney Afrika’da da bu oran %2-4 arasındadır. Nijerya’nın güncel ulusal hesapları göstermektedir ki; yalnızca filmler, ses kayıtları ve müzik üretiminden sağlanan gelirler bile ülkenin GSYİH’sının %1,42’sini oluşturmaktadır (Lopes, 2014).

EC Europa; ISCO’nun (International Standard Classification of Occupations - Uluslararası Standart Meslek Sınıflaması) meslek kategorilerini baz alarak, kültür endüstrileri istatistiklerini değerlendirmiştir. Değerlendirmeye göre, AB ilkelerinde sanatçılar (görsel sanatçı, müzisyen, dansçı, aktör, film direktörü vb.) ve yazarlar (edebiyat yazarları, gazeteciler ve dilbilimciler), 2015 yılı itibariyle tüm AB ilkelerindeki kültür endüstrisi işgücü içinde yaklaşık %30’luk bir oranı oluşturmaktadır (European Commission Eurostat, 2017).

UIS’ye (UNESCO Institute for Statistics - UNESCO İstatistik Enstitüsü) göre, tüm dünyada üretilen uzun metrajlı film sayısı 2013 yılında 7610 ile tüm yılların en yüksek sayısı olmuştur. Bu üretilen filmlerin 1/5’inden fazlası Hindistan’a aittir. Çoğunlukla dijital teknoloji kullanan uzun metrajlı Bollywood filmleri, 2012-2013 arasında yaklaşık %8 oranında artmıştır. Son birkaç yıldır film üretimindeki sıralama aynı seyretmektedir: Hindistan’ı, ABD, Çin, Japonya ve Fransa takip etmektedir. Sıralamada ve analizlerde Nijerya’ya yer verilmemesinin nedeni, Nollywood’un uzun metrajlı filmlerinin pek çoğunun, diğer ülkelerdekine aksine video formatında üretilmekte olmasıdır (UIS, 2016).

UIS web sitesi içerisindeki veri tabanı üzerinden, ülkelere göre üretilen film sayılarının 2005-2015 yılları arasındaki ortalamaları alındığında karşımıza ilk 25 ülke olarak aşağıdaki liste çıkmaktadır. Yukarıda ifade edildiği gibi; Nijerya’da üretilen filmlerin çoğu video formatında olduğu için UNESCO’nun yayımlarında Nijerya istatistiklere dahil edilmemektedir. Bununla birlikte, üretilen film sayısına bakıldığında Hindistan’dan sonra ikinci sırada yer aldığı için bu tabloda Nijerya’ya ilişkin bilgi aktarılacak istenmiştir. İlk 10 değerlendirildiğinde; Nijerya’nın yer almadığı bir tabloda 10. sırada yer alan ülke 104 ortalama ile Arjantin’dir. 2005-2015 yılları arasındaki 11 yılda üretilen filmlerin ortalaması, Fransa ve Birleşik Krallık için aynı sayıya karşılık gelmekte olduğundan, bu iki ülkeye tabloda aynı sırada yer verilmiştir. 14., 22. ve 25. sırada yer alan ülkeler için de aynı durum söz konusudur.

Tablo 2: 2005-2015 Yılları Arasında Üretilen Film Sayısının Ortalamasına Göre İlk 25 Ülke

Sıralama	Ülkeler	Ortalama Film Sayısı (2005-2015)
1	Hindistan	1411
2	Nijerya*	967
3	ABD	752
4	Çin	519
5	Japonya	476
6	Fransa, Birleşik Krallık	253
7	Almanya	199
8	İspanya	191
9	Kore Cumhuriyeti	172
10	İtalya	149
11	Arjantin	104
12	Rusya Federasyonu	99
13	İsviçre	91
14	Brezilya, Meksika, Bangladeş	88
15	Kanada	87
16	Endonezya	76
17	Filipinler	75

\* Nijerya’nın 2006, 2012, 2013, 2014 ve 2015 yıllarına ait veriler eksik olduğundan, bu ülkeye ait verilerin ortalama hesabı yapılırken, toplam film sayısı, veriye ulaşılabilen yıl sayısına bölünmüştür. Bangladeş, Endonezya, Filipinler, İran, Özbekistan ve Tayland için de eksik veri söz konusudur; Nijerya için kullanılan yöntem bu ülkeler için de kullanılmıştır.



18	İran	69
19	Türkiye	68
20	Hollanda	64
21	Özbekistan	56
22	Belçika, Hong Kong	54
23	Malezya	48
24	İsveç	47
25	Danimarka, Tayland	46

Kaynak: <http://data.uis.unesco.org/> sitesinde yer alan verilerden derlenmiştir.

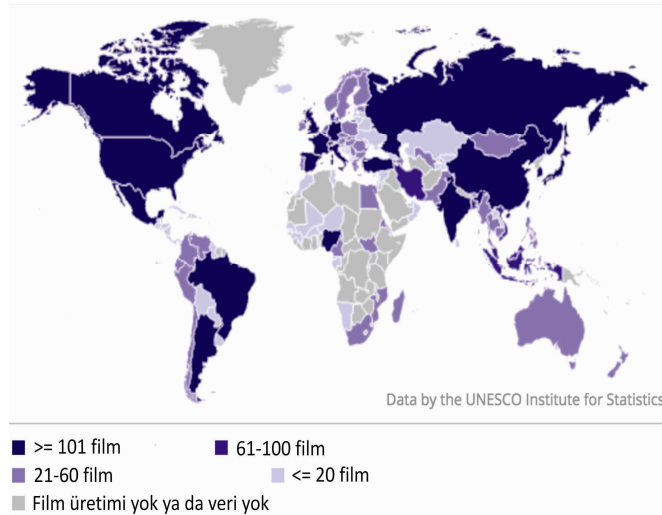
2015 yılında ülkelere göre üretilen film sayılarına bakıldığında 1907 film ile Hindistan gelmekte, onu 791 ile ABD ve 686 ile Çin izlemektedir. Türkiye; sırasıyla Japonya, Fransa, Birleşik Krallık, Kore Cumhuriyeti, İspanya, Almanya, İtalya, Arjantin ve Meksika'nın ardından 137 ile 13. sırada yer almaktadır (bkz. Tablo 3). Bu sayı, Türkiye'nin küresel film sektörü içinde üretilen film sayısı anlamında ilk 20 içinde yer aldığını göstermesi bakımından dikkate değerdir. 2015 yılında üretilen film sayıları; 20'den az, 21-60 arası, 61-100 arası ve 100'den fazla olmak üzere gruplandırıldığında ortaya çıkan harita Şekil 2'de verilmektedir.

Tablo 3: 2015 Yılında Üretilen Film Sayısına Göre İlk 20 Ülke†

Sıralama	Ülkeler	Üretilen Film Sayısı (2015)
1	Hindistan	1907
2	ABD	791
3	Çin	686
4	Japonya	581
5	Fransa	300
6	Birleşik Krallık	298
7	Kore Cumhuriyeti	269
8	İspanya	255
9	Almanya	226
10	İtalya	185
11	Arjantin	182
12	Meksika	140
13	Türkiye	137
14	Brezilya	129
15	Rusya	121
16	Kanada	103
17	İsviçre	102
18	Hollanda	87
19	İran	85
20	Malezya	80

Kaynak: <http://data.uis.unesco.org/> sitesinde yer alan verilerden derlenmiştir.

† 2015 yılına ait verisi eksik olduğu için Nijerya'ya bu listede yer verilememiştir.



Şekil 2. 2015 Yılında Üretilen Film Sayısının Dünyadaki Dağılımı

Kaynak: <http://uis.unesco.org/en/news/cinema-data-release> web sayfasından Türkçeleştirilmiştir.

Tablo 3'te sıralanan 20 ülkenin, nüfuslarına oranla bir kıyaslama yapıldığında ise (film sayısı/1 milyon kişi), sırasıyla Çin, Brezilya, Rusya, İran, Hindistan, Türkiye ve ABD gelmektedir (bkz. Tablo 4). Bu sıralamada Türkiye'nin yer aldığı 6. sıra, ülkede nüfusa oranla film sektöründeki üretkenliği yansıtmaması bakımından dikkate değer bir konumdur. Sıralamada gelişmiş ülkelerin yanı sıra özellikle Asya ve Güney Amerika'dan ülkelerin de yer alması uluslararası kuruluşların, yaratıcı sektörlerin gelişmekte olan ülkeler için aktardıklarını doğrular niteliktedir.

Tablo 4: 2015 Yılında Üretilen Film Sayısına Göre İlk 20 Ülke†

Sıralama	Ülkeler	Ülkede Üretilen Film Sayısının Ülke Nüfusuna Oranı (Film Sayısı/1 Milyon Kişi)§
1	Çin	2,01
2	Brezilya	1,61
3	Rusya	1,19
4	İran	0,93
5	Hindistan	0,69
6	Türkiye	0,57
7	ABD	0,41
8	Malezya	0,38
9	Almanya	0,36
10	Kanada	0,35
11	İtalya	0,32
12	Arjantin	0,24
13	Birleşik Krallık, Japonya	0,22
14	Fransa	1,21
15	Hollanda, Kore Cumhuriyeti, Rusya	1,19
16	İspanya	0,18
17	İsviçre	0,08

Kaynak: <http://data.uis.unesco.org/> sitesinde yer alan verilerden derlenmiştir.

Aşağıdaki tabloda da, ülkelerde 2015 yılında üretilen film sayılarının 2005 yılında üretilen film sayılarına oranı hesaplanmıştır. Sıralama yapılırken, 11 yıla ait ortalamaları 40'ın altında olan ülkeler hesaba katılmamıştır. Ortalaması 40'ın altında olan bir ülkenin, artış oranı yüksek olsa da sıralamaya dahil edilmemesinin nedeni, film üretiminde dikkate değer bir sayıya sahip olmamasıdır. Örneğin; Hırvatistan, 2005'te 2 olan üretimini 2015'te 14'e çıkararak %700 artış oranı yakalamış olmakla birlikte üretim sayısı oldukça düşük olduğundan bu artış oranının dikkate alınması anlamlı bir sonuca ulaştırmamaktadır. Film sayılarının yıllar içerisinde tek haneli rakamlardan iki haneli, ancak hala görece düşük sayılara yükselmesi ülkelerin kendi içinde anlamlı olsa da; diğer ülkelerle kıyaslandığında aynı durum söz konusu

† Nijerya, 2015 yılına ait verisi eksik olduğu için bu listede yer verilememiştir.

§ 2015 ülke nüfusları verisine; [https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2015\\_Volume-II-Demographic-Profiles.pdf](https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2015_Volume-II-Demographic-Profiles.pdf) kaynağından erişilmiştir.



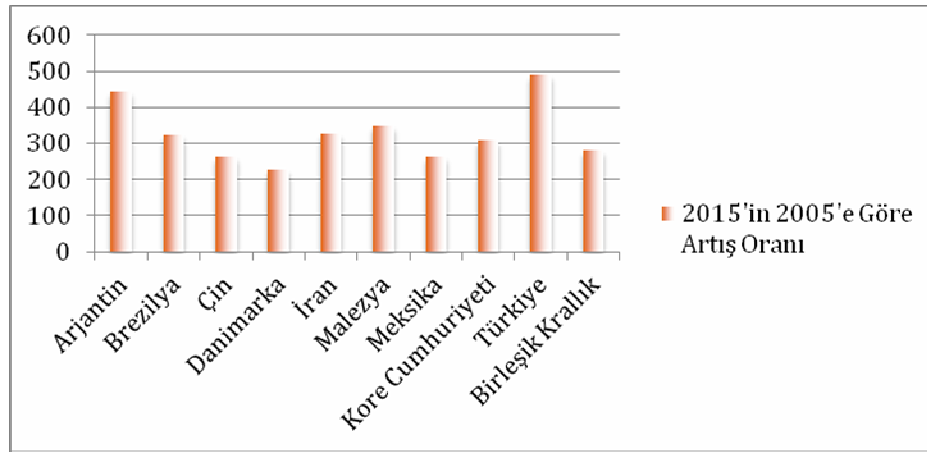


olmamaktadır. Bu doğrultuda, artış oranı %200'ün üstünde kalan ülkelere yer verilen Tablo 5 ve Şekil 3'te ilk üçte sırasıyla Türkiye, Arjantin ve Malezya bulunmaktadır. Türkiye'nin 2005-2015 yılları arasında ürettiği film sayılarında kaydettiği artış oranı, sektörün ülke için taşıdığı potansiyeli gözler önüne sermektedir.

Tablo 5. 2015 Yılında 2005 Yılına Göre Üretilen Film Sayısındaki Artış Oranı

Sıralama	Ülkeler	Üretilen Film Sayısındaki Artış Oranı (%) (2015 değeri/2005 değeri)
1	Türkiye	489
2	Arjantin	444
3	Malezya	348
4	İran	327
5	Brezilya	323
6	Kore Cumhuriyeti	309
7	Birleşik Krallık	281
8	Meksika	264
9	Danimarka	229

Kaynak: <http://data.uis.unesco.org/> sitesinde yer alan verilerden derlenmiştir.



Şekil 3. 2015 Yılında 2005 Yılına Göre Üretilen Film Sayısındaki Artış Oranı

Kaynak: <http://data.uis.unesco.org/> sitesinden derlenen verilerden üretilmiştir.

Üretilen film sayıları dışında, film sektörünün durumunu yansıtan bir başka gösterge de gişe gelirleridir. 2016 yılı gişe gelirleri sıralamasında Türkiye 20. sırada yer almaktadır (bkz. Tablo 5).

Tablo 5: 2016 Yılında Uluslararası Gişe Geliri Sıralamasında İlk 20 Ülke - Tüm Filmler (Milyar Dolar)\*\*††

Sıra	Ülkeler	% (Dolar)	Sıra	Ülkeler (devamı)	% (Dolar) (devamı)
1	Çin	6,6	11	İtalya	0,7
2	Japonya	2,0	12	Rusya	0,7
3	Hindistan	1,9	13	İspanya	0,7
4	Birleşik Krallık	1,7	14	Hollanda	0,3
5	Fransa	1,6	15	Endonezya	0,3
6	Güney Kore	1,5	16	Tayvan	0,3
7	Almanya	1,1	17	Arjantin	0,3
8	Avustralya	0,9	18	Hong Kong	0,3
9	Meksika	0,8	19	Polonya	0,2
10	Brezilya	0,7	20	Türkiye	0,2

Kaynak: <http://www.mpaa.org/wp-content/uploads/2017/03/2016-Theatrical-Market-Statistics-Report-2.pdf> kaynağından Türkçeleştirilmiştir.

Yaratıcı sektörler bağlamında İstanbul, dünyada ve Türkiye'de ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Bir dünya kenti olan İstanbul için, zengin tarih ve kültür birikimi dolayısıyla, "kültür-sanat başkenti" nitelemesi

\*\* Tablonun kaynağında belirtildiği üzere; gişe verisi, analize ve karşılaştırmaya olanak verebilmesi için ABD Doları üzerinden verilmiştir. Bunun neden, yerel para birimi gişe geliri trendlerinin kur dalgalanmasından dolayı değişiklik göstermesidir.

†† Bilet fiyatları ülkelere göre değişiklik göstermektedir. Örneğin, Hindistan'da bilet fiyatı 0,81 Dolar ile görece düşüktür. Bununla birlikte ülke; ABD, Çin ve Japonya'dakilerin toplamından daha fazla sinema izleyicisine sahip olduğuna da dikkat çekmek gerekir (<http://uis.unesco.org/en/news/record-number-films-produced>).



sıkça kullanılmaktadır. Bunun haklı bir nitelendirme olduğu, 2010 Avrupa Kültür Başkenti gibi uluslararası çapta kente verilen unvanlarla ve kentin ev sahipliği yaptığı çok sayıda küresel etkinliğe bakıldığında bile kolaylıkla izlenebilmektedir. İstanbul, tarihin her döneminde o dönemin büyük metropollerinden biri olma niteliğini, Cumhuriyet'in ilk yıllarından sonraki dönemde de kalkınmada biçilen öncü rol dolayısıyla sürdürmeye devam etmiştir.

Türkiye 1900'lerin başında sinema ile tanışmış ve 1920'lere gelmeden İstanbul'da kendi filmlerini üretmeye başlamıştır (Küresel İletişim Merkezi, 2011). Yeşilçam filmleri, Türk sinema tarihinin en önemli yapıtaşını oluşturmuştur. Türk sinemasında güçlü bir Yeşilçam geleneği vardır; Yeşilçam'ın tarihi, kısıtlı olanaklar içinde çekilen başarılı filmlerin tarihidir. Bu başarı hikayesi vizyon sahibi yönetmenler, yetenekli oyuncular ve yapımcılarla gerçekleşmiştir. 1960'larda ülkenin küçük yerleşim birimlerinde bile birden fazla sinema salonu bulunmaktadır. 1980'lerde televizyon yaygınlaşmaya kadar sinema salonlarında yerli ve yabancı filmlere ilgi devam etmiştir. 1980'lerin ardından yerli üretimlerin devam ettiği görülmeyle birlikte sayı ve niteliklerinde bir hayli düşme yaşanmış, bu eğilim 2000'li yıllarda Türk sinemasındaki yeni döneme kadar sürmüştür. 1990'larda özel kanalların kurulmasıyla birlikte Türkiye'de üretilen diziler ve 2000'lerle birlikte de sinema filmleri, son yıllarda hem nicelik, hem nitelik olarak artış içerisindedir. Ülkede çekilen diziler yurt içinde değil, yurtdışında da pazar alanı bulmaktadır.

Yeşilçam sineması 1940'larda hareketlenmeye başlamış, 1950'lerde ekonomik bir sektör olarak ve artistik anlamda gelişme sürecine girmiş, Beyoğlu Yeşilçam Sokak'ta çok sayıda film yapım şirketi ofis açmıştır. İsmi bu sokaktan alan Yeşilçam sineması, o zamandan beri Türk sinemasını anlatmak için kullanılmıştır. 1960'larda en verimli dönemini yaşayan Yeşilçam sineması, 1970'lerde ise kriz nedeniyle gerilemiştir. 1980'ler, Yeşilçam sinema döneminin kapandığı dönemdir. 1990'lar, Türk sineması için yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur (Hayır, 2014: 811-817). TÜİK GESİS verilerine göre 2002 yılında Türkiye'de bulunan yapım firmalarının yaklaşık %72'si, dağıtım firmalarının da yaklaşık %73'ü İstanbul'da yer almaktadır. Bu oranlar, Türkiye'de film endüstrisi alanında yer alan yapım ve dağıtım firmalarının büyük oranda İstanbul'da toplandığını, bir başka deyişle film endüstrisinin Türkiye'deki merkezinin İstanbul olduğunu göstermektedir (Özkan Töre, 2010: 13).

*"İstanbul, bir filmin ortaya çıkışını hazırlayan her türlü ekonomik aktivitenin var olabileceği yegâne merkezdir. Sinema, 1800'lerin ikinci yarısından bugüne, gelişen ekonomik yapısına paralel olarak pek çok destek sektöre de ev sahipliği yapan İstanbul'da, özellikle de TV, reklam gibi iki temel endüstri ile kol kola girmiş, dizi film ve reklam filmi yapımıcılığı ile bu alanlar için üretim gerçekleştirmiştir. Bu yapının gerektirdiği üretim ilişkilerinin Türkiye'nin başka hiçbir yerinde, sektörel anlamda var olabilmesi mümkün olmamıştır. Yapımcı şirketinden, kast 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 Töre, 2010: 1).

İstanbul film endüstrisinin tarihi merkezi 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 film endüstrisi yeniden canlanmıştır (Öz ve Özkaracalar, 2017: 1). Bununla birlikte, sektör özellikle uygun çekim mekanları bulma konusunda güçlükler yaşamaktadır. Yapımcılar tarafından, Türkiye'de film endüstrisi değer zincirinin en temel eksiğinin platolar (film stüdyoları) olduğu dile getirilmektedir. Platoların yeterli olmayışı, platoyu destekleyen altyapıların yetersizliği ve plato üzerinden kurulmuş bir üretim modelinin olmayışı sektörün gelişmesinin önündeki temel engellerdir (Özkan Töre, 2010: 10-11). Dünyadaki örnekleri de göstermektedir ki, sinema sektörü ciddi bir altyapı ile çalışmaktadır. Bu yönüyle, yaratıcı sektörler içerisinde en yüksek oranda yatırım ve altyapının gerektiği sektörlerden olduğu söylenebilir.

1990'lı yıllarla birlikte gelişen yeni dönem Türk sinemasının bugünkü dinamikleri, Türk sinemacıların küresel bazda yer bulmaya başlamasında etkili olmuştur (Özkan Töre, 2010: 5). Yurt dışında Türk yapımlarına olan ilginin artmasının yanısıra; yerel bazda da ülkede 1990 sonrası ortaya çıkan özel TV kanallarının, sinema sektörünü bu kanallarla ortak projeler hazırlama yoluna yönlendirmiş olduğu görülmektedir (Özkan Töre, 2010: 6). Bugün ülkedeki film üretiminin sinema filmi ve TV dizisi olmak üzere iki temel alanda ağırlığa sahip olduğu görülmektedir. Özellikle yerli dizi filmlerin son dönemde yakaladığı başarıların en temel göstergesi, dizi filmlerin önemli ihracat sektörlerimizden biri haline gelmesidir. Bu durumun, filmler kanalıyla yerli ürünlerin tanıtılması ve pazarlanması gibi diğer ilgili sektörlerle getirdiği çarpan etkisini de hesaba katmak gerekir (Özkan Töre, 2010: 52). Ülkede film sektöründe yaşanan ivme ve sektördeki temel eksiklikler birlikte değerlendirildiğinde, İstanbul'da bir film stüdyo kompleksinin kurulmasına doğru giden adımlar daha iyi anlaşılabilir. Bir sonraki bölüm, Midwood İstanbul Film

Stüdyo Kompleksi'ne ait bilgilerin, fikir olarak ortaya çıkışından sektöre entegre bakışına kadar geniş biçimde aktarılmasına ayrılmıştır.

### 3.2 Midwood İstanbul Film Stüdyo Kompleksi'nin Sunduğu Fırsatlar

Büyükçekmece İlçesi sınırları içerisinde yapımına başlanan ve 2018 yılı 29 Ekim'de açılması planlanan film stüdyosu "Midwood İstanbul Film Stüdyo Kompleksi", Türkiye'nin bu ölçekteki ilk film stüdyosudur. Midwood A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet San için, 1970'li yılların ortalarından beri bir fikir projesi olarak var olan 'Türkiye'de bir film stüdyosunun oluşturulması', uygun koşulların bir araya gelişi ile birlikte 2000'li yıllarda gerçek bir proje halini almıştır. 2012 yılında tamamlanan projelendirme ayağı, 2017 itibariyle inşaat aşaması ile devam etmekte ve 2018 itibariyle de açılması planlanmaktadır (San, 2017).

Film çekimleri açık, büyük araziler, güneş ışığının en çok olduğu yerler ve gürültü içermeyen ortamlarda yapılmaktadır. Bu anlamda, film platolarının tüm bu dinamiklere sahip olması gerekmektedir. Midwood'un konumu belirlenirken bu dinamikler dikkate alınmıştır; Büyükçekmece, platolar için avantajlı bir lokasyondur (Habertürk, 2017). Büyükçekmece, kültür ve sanat aktiviteleri anlamında son yıllarda öne çıkan ilçelerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. 2017'de 18.'si düzenlenen Uluslararası Büyükçekmece Kültür ve Sanat Festivali (Büyükçekmece Belediyesi, 2017) ile yine Büyükçekmece Belediyesi sınırları içerisinde yer alan TÜYAP Uluslararası Fuar Alanı bunun birer örneğidir. İlçede düzenlenen kültür ve sanat faaliyetlerinden elde edilen gelir yalnızca Büyükçekmece için değil yakın ilçeler ve tüm İstanbul için olmak üzere ekonomik getirileri olan faaliyetleri içermektedir.

Hazırlık süreci yaklaşık 5 yıl süren Midwood İstanbul Film Stüdyo Kompleksi Projesinde bu süre boyunca çok sayıda ayrıntının düşünülmüş olduğu görülmektedir. Temeli 30 Ekim 2016'da atılan ve 29 Ekim 2018 tarihinde hizmete girmesi planlanan kompleks, dünya standartları üzerinde uluslararası entegre bir film stüdyoları kompleksidir. Film stüdyoları yapımı işi, daha önce ülkedeki pek çok kuruluşun gündeminde yer almış olmakla birlikte, bu kapsamda bir projeye cesaret edilememiştir. Midwood; Bollywood ve Hollywood'un orta noktasında, dünyanın merkezi İstanbul'da bulunması dolayısıyla özellikli bir yere sahiptir (Midwood İstanbul Film Studio Complex, 2017a: 7). Proje, aynı vizyona sahip pek çok yatırımcı ve işletmeci ortakla yürütülmekte olması dolayısıyla da dikkat çekicidir.

San (2017), 2010 yılı itibariyle 3 yıl boyunca dünyadaki film endüstrisini araştırdığını ve araştırmaları sonucu, Türkiye'nin gerçeklerini de düşünerek hangi yolda nasıl ilenmesi gerektiğini netleştirdiğini ifade etmektedir. 2013 yılında bir inşaat ve mimarlık firması ile birlikte projeyi geliştirmeye başlamışlardır. Uygulamaya yönelik projeler geliştirilirken yolları Büyükçekmece Belediye Başkanı ile kesişmiş, Büyükçekmece'de bu işe uygun bir arazi olduğunu öğrenmişlerdir (bkz. Şekil 4). 2016 yılı başında, Büyükçekmece Belediyesi'nin açtığı 30 yıl süreli kiralama ve yap-işlet sistemi ile işleyecek olan ihaleyi almışlardır.



Şekil 4. Büyükçekmece'de Midwood İstanbul Film Stüdyo Kompleksi'nin Konumu

Kaynak: Google Earth, 2017

Büyükçekmece Belediyesi'nin açtığı ihalenin alınmasının ardından, arazi teslim alınarak projeler son haline getirilmiş, ruhsatlar alınmış ve Ekim 2016 itibariyle de inşaatla başlanmıştır (bkz. Şekil 5). Projelendirilmede, kompleksin bulunacağı alanın etrafındaki yapılaşma ve kat yükseklikleri de dikkate alınmıştır. Ekim 2018'de film endüstrisi ile ilgili ünitelerin ve 2019 baharında da diğer ünitelerin faaliyete geçmesi planlanmaktadır. Midwood esasında "in the middle of the world" yani dünyanın ortası veya "in the Middle of Hollywood and Bollywood" diye düşünülmüştür. Amerikan film endüstrisi Hollywood adıyla anılmaktadır, Hollywood esasında Büyükçekmece gibi bir yerleşimdir. Kapalı film stüdyoları Los Angeles ve California ağırlıklı olmak üzere, San Francisco, New York, Washington, Dallas gibi yerlere de yayılmıştır. Oralarda da adı Hollywood prodüksiyondur. Hindistan'da da en az 3 kentte geniş film stüdyoları vardır, sektör bu stüdyoları da Bollywood olarak adlandırmıştır. Burada da aynı mantıkla, Midwood'un bir konsept olması, proje alanı içerisinde kapalı ve açık set alanlarının olması ama bütün Büyükçekmece'nin de açık bir film platosu olması düşünülmüştür. Bu alandaki fiziki inşaatlar haricinde de ekipmanlar ve ekiplerle, Midwood Türkiye ölçeğinde bir konseptin oluşması hedeflenmektedir. Midwood, 6 yıl önce tescilli alınmış bir marka adıdır. Avrupa'nın en büyük ve en kapsamlısı, dünyanın da sayılıları arasındadır. Dolayısıyla Midwood, Büyükçekmece'den doğan, dünyaya yönelik bir Türk markası olarak tasarlanmıştır (San, 2017).



Şekil 5. Midwood Film Stüdyo Kompleksi Alanından Bir Görüntü, 2016 (???)

Kaynak: (Midwood İstanbul Film Studio Complex 2017b)

Midwood İstanbul Film Stüdyo Kompleksi, 825 milyon TL'lik öz kaynak yatırımıyla 505 dönümlük bir arazi üzerinde konumlanmıştır. Midwood'un; film endüstrisinin üç ayağı olan sinema, dizi ve reklam sektörlerine hizmet etmesi planlanmaktadır. İçinde dünyaca ünlü sanatçıları ağırlayacak olan beş yıldızlı bir otel, anaokulundan üniversiteye kadar güzel sanatlar üzerine yoğunlaşan bir eğitim vadisi, tematik eğlence parkları, restoranlar, ofisler, helikopter pistleri, çocuk müzesi, sinema müzesi, şehircilik müzesi gibi kullanımlar yer alacaktır. Kompleksin, ilk yıl için 1 milyon ziyaretçi hedefi bulunmaktadır. Bu anlamda Midwood kompleksinin, film sektöründeki canlanmanın yanısıra turizm sektörünü de çeşitlendireceği öngörülmektedir (Midwood İstanbul Film Studio Complex, 2017a: 9).

Midwood projesi hem kuruluş vizyonunda var olan entegre bir üretim ortamı oluşturma, hem yaratıcılığın teşviğine verdiği önem, hem de çarpan etkisi ile yan sektörlerde yaratacağı canlanmadan dolayı bir film stüdyoları projesinin ötesinde, entegre bir ekonomik canlanma projesi olarak görülebilir. Midwood'un yapımlarda bir imza olarak ortaya çıkabilmesi için çekimlerin, üretim zincirinin başından sonuna bu komplekste gerçekleştirilebileceği bir altyapı sağlanmaktadır. Midwood gibi bir kompleksin, azalmakla birlikte Türk sinema sektöründe halen var olan olanaksızlıkları elimine edeceği düşünüldüğünde, Türk sinema sektörünün başarısının artacağı rahatlıkla öngörülebilir.

Midwood İstanbul Film Stüdyo Kompleksinin mekânsal organizasyonu da, dünyadaki örnekleri arasında dikkate değerdir. Midwood yalnızca çekim platformlarının yer aldığı bir ortam olarak düşünülmemiştir; kompleks, aynı zamanda sinema sektörünü besleyen eğitim dahil tüm diğer sektörlerle ilgili fonksiyonları içermesi anlamında da türünün ilk örneklerindedir. Bu yaklaşım sektöre entegre ve kapsamlı bakışın bir temsilidir. Film sektörüyle ilgili çeşitli sayıda fonksiyonu içermesi ile entegre bir sektör anlayışına sahip olan projenin bu niteliğinin, kompleksin mekan organizasyonuna yansımış olduğu, Şekil 6'deki Vaziyet Planından izlenebilmektedir.

Midwood film stüdyo kompleksi içerisinde yer alacak olan fonksiyonlar; 21 kapalı stüdyo, 17 portatif açık alan çekim seti, 18 imalat atölyesi (marangozhane, dekor, kostüm, demir, boya, mask-maket atölyeleri), çeşitli ekip ve ekipman, hizmet servisleri, ofisler, sosyal alanlar (yeme içme, eğlence), kültür

üniteleri (3 müze, kütüphane, 3 sinema salonu, sergi & söyleşi alanları), spor & sağlıklı yaşam üniteleri (yüzme, tenis, fitness, spa, ayurveda & detoks, eskrim & dövüş sporları), etkinlik alanı (çok amaçlı açık saha etkinlikleri), eğitim vadisi (anaokulundan üniversiteye), konaklama tesisi ve dini tesislerdir (bkz. Şekil 6). (Midwood İstanbul Film Studio Complex, 2017a: 3).



Şekil 6. Midwood Film Stüdyo Kompleksi Vaziyet Planı

Kaynak: Midwood İstanbul Film Studio Complex, 2017, s. 10-11

Midwood'un, kapalı ve açık 38 stüdyosu ve diğer çekim alanları ile birlikte aynı anda 50 farklı yerde çekim yapacak kapasiteye sahip olması planlanmaktadır. Bu, yalnızca çekimler düşünüldüğünde 7500 kişinin istihdamı anlamına gelmektedir. Yan hizmetler de eklendiğinde istihdam kapasitesinin 12.500 kişiye ulaşabileceği hesaplanmaktadır. 50 çekim noktası dışında Büyükçekmece'de ve İstanbul'da açık bir film platosu olarak kullanılabilir pek çok konum da vardır. Bu anlamda Büyükçekmece kentinin, açık bir film platosu gibi kullanılması planlanmaktadır. Yarattıkları ekonominin, yalnızca Büyükçekmece ve İstanbul için değil, ülke için de ciddi bir katma değer sağlayacağı öngörülmektedir (Midwood İstanbul Film Studio Complex, 2017a: 5).

Dünyadaki film komplekslerine bakıldığında, Midwood'daki kadar kapsamlı olmadıkları görülmektedir. Kompleks, içinde bulundurduğu aktivitelerin çeşitliliği ile dünyada bir ilk niteliği taşımaktadır: Örneğin; dünyada, içerisinde üniversite ve otellerin bulunduğu bir film kompleksi yoktur. Midwood'da, ağaçlandırma ve enerji verimliliği konularına da duyarlı bir anlayış hakimdir (Habertürk, 2017).

Konsept içerisinde 500 dönüm 2 alana ayrılmıştır: Birincisi, doğrudan film endüstrisiyle ilgili olan üniteler, ikincisi ise film endüstrisiyle ilgili (related) olan ünitelerdir. Film endüstrisiyle ilgili ünitelerde eğitim alanları bulunmaktadır: Ana, ilk, orta öğretim, lise ve üniversite. Bu üniversite, kamera önü ve arkası, mikrofon önü ve arkası insanların eğitimini verecek 3 fakülteden meydana gelmiş bir üniversitedir. Anaokulundan beri, normal devlet müfredatının yanısıra, öğrencilerin küçük yaştan itibaren sanatla yoğrulacağı ve yeteneklerine göre yönlendirileceği takviyeli bir eğitim programı bulunmaktadır. Ön lisans, lisans, lisans üstü eğitimi olan ve de aynı zamanda kursların verildiği, dünya film ile ilgili sektörlerine yaratıcı işgücü yetiştiren bir üniversite hedeflenmektedir (San, 2017).

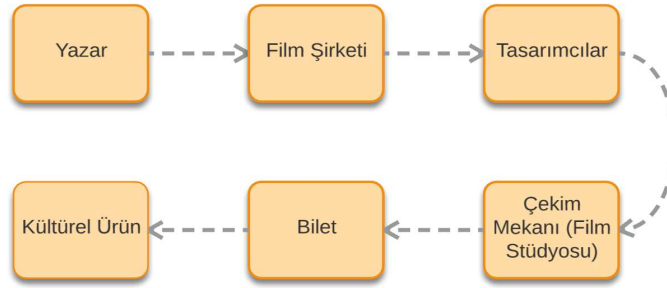
Amerikan film endüstrisi 1990'lı yıllardan sonra vergi ve sendikal nedenlerden dolayı Kanada'ya gitmiş, sonra da yönünü Avrupa'ya çevirmiştir (Habertürk, 2017). 2000'li yıllardan itibaren ABD, Avrupa'da özellikle Doğu Bloku ülkelerinde filmler çekmektedir (Belgrad, Bükreş, Budapeşte, Malta, Prag, Sofya ağırlıklı olmak üzere Berlin ve Londra'da) (Habertürk, 2017b). Sofya'daki film stüdyolarının Bulgaristan'a yıllık getirisi 750 milyon Dolardır (İnan, 2017). Midwood kurulurken, bu bölgede oluşan pazardan pay alması hedeflenmiş ve buna ilişkin stratejiler geliştirilmiştir. Midwood'da film çekimlerinden kazanılacak artı değer, ilgili vergi ve teşvik politikalarında iyileştirme sağlanmasıyla birlikte, yıllık yüz milyon dolarlar mertebesinde olacağı öngörülmekte; Midwood'un ilk 3 yıllık cirosunun 750 milyon Dolar olması beklenmektedir. Şimdiden Fransa, Asya, İran, Yeni Zelanda'dan film teklifleri alınmaya başlanmıştır (Midwood İstanbul Studios, 2016).

Şu an yapımcılar tarafından, sektördeki en büyük sorunlardan biri olarak gösterilen plato sorununa, Midwood ile birlikte etkin bir çözüm önerilmiş olacaktır. Setlerin ziyaretçilerce gezilebilmesinin yanısıra, konaklama tesisinden de devre tatillerle faydalanılabilecektir (San, 2017). Değer zincirinde pazarlama halkasına yönelik olarak strateji geliştirilerek Los Angeles'ta ofis oluşturulmuştur. Buradaki ofis, Londra ile de ilintili olan Amerikan pazarı içindir. Bollywood'a yönelik olarak da Hindistan'da bir ofis kurulacaktır. Avrupa ise İstanbul merkezden yönetilecektir. Midwood'un tanıtımı için 6 ay süreyle ABD'li ünlü bir PR (halkla ilişkiler) ajansı ile anlaşılması, sonraki 6 ay için pazarlamaya yönelik çalışmalar yürütülecektir. Dolayısıyla, 1 yıl süreli tanıtım ve pazarlama odaklı bir PR stratejisi oluşturulmuştur (Habertürk, 2017).

#### 4. Tartışma

Yaratıcı sektörler, katma değeri yüksek ürünler ortaya koymaktadırlar. Ekonomideki değer zincirinin yaratıcı sektörlerdeki genel işleyiş yapısı; yaratıcı ürünü ortaya çıkaran kişi olarak sanatçı ile başlamakta (birinci adım), ardından endüstri firması ya da kültür kurumu gelmektedir. Bu kurum / kuruluş; ürünü belli bir formata getirir (ikinci adım). Üçüncü adımda; belli bir formata getirilmiş olan ürün, operatör tarafından dağıtılmak üzere pazara sunulur. Değer zincirindeki dördüncü ve son bağlantı, müşteri yani kültürel ürün ya da hizmetin tüketicisidir. Değer zincirindeki bağlantı noktalarında zafiyet ve eksiklik oluştuğunda; pazar boşluklarının (market gap) kapatılması ya da yeni bir iş modeli tanımlanması yolları izlenerek bu sorunlar giderilmektedir. Bu anlamda kültürel organizasyonlar ya da yaratıcı girişimlerin faaliyet gösterdikleri pazarda var olan değer zincirinin analiz edilmesi, stratejilerin ya da iş modellerinin düzenlenmesi anlamında oldukça faydalıdır (EU, 2017).

Ahmet San, bu yatırıma karar vermeden önce, dünyada film sektörünü analiz etmeye ve Türkiye'nin bu sektör için taşıdığı potansiyelleri ve eksiklerini saptamaya vakit ayırdıklarını belirtmektedir (San, 2017). Sinema sektörü değer zincirinde (bkz. Şekil 7) yazardan etkinlik mekanına kadar uzanan bir yapı bulunmaktadır. Bu yönüyle sektörün, yaratıcı sektörler içerisinde bireysel girişimlerden ziyade işbirliklerini gerektirdiği ortaya çıkmaktadır: Sinema sektöründeki değer zinciri; yazarın üretimiyle başlamakta, film şirketinin yazarın ürettiği metne yorum getirmesi ve filmi üretmesi ile devam etmekte, ardından üçüncü zincire set tasarımcıları ve ışık uzmanları gibi tasarımcılar dahil olmaktadır. Zincirin sonraki halkaları sırasıyla çekim mekanı, bilet ve kültürel üründür. Sinema sektöründe kabaca altı aşamalı olan bu değer zincirinde, akış ya da okların her biri, zincire eklenen bir değeri ifade etmektedir.



Şekil 7. Sinema Sektörü Değer Zinciri

Kaynak: EU, 2017 kaynağından yararlanarak hazırlanmıştır.

Midwood film stüdyo kompleksinin içermesi planlanan fonksiyonlara bakıldığında, ülkedeki film endüstrisinin en zayıf olduğu parçasından yola çıkıldığı görülmektedir. Bununla birlikte, zincirin diğer halkalarının şartlarının da iyileştirilmesine yönelik (firmaların ofisleri, tasarımcılar, ekip ve ekipman gibi) fonksiyonların da geliştirilmiş olması, projenin sektörü bir bütün olarak ele aldığına işaret eden bir göstergedir. Zincirdeki aksak noktaların yanısıra, sektörün daha stabil bir duruma erişmesine dair çözüm önerilerine de yer verilmiştir. Bu önerilerden biri de; Midwood'un tek bir sermaye grubuna bağımlı kılınmasından, sektörel bir işbirliği mantığıyla yatırım yapılması yolunun benimsenmiş olmasıdır. Turok'un (2003: 554-555) belirttiği gibi, bağımsız yapımcıların, bağımsız yazarların münferit projelerde işbirliği yapması, yenilikçi fikir ve tekniklerle beslendiğinde dinamik ve verimli bir sektör yaratacaktır.

#### 5. Sonuç

Kültürel yatırımların hem ekonomik, hem toplumsal anlamda geri dönüşü olan yatırımlar olarak benimsenmeleri, insan odaklı kalkınma hedefi yolunda gerekli görülmektedir. Yereldeki kapasitenin ilk elden ortaya çıkarılması ve yönetilmesi konusunda kent düzeyi; istihdam yaratma, tanıtım, üretim, dağıtım ortamları sunma ve yatırımcıyı çekme anlamında kilit bir düzey olarak karşımıza çıkmaktadır. İstanbul'un ve Büyükçekmece'nin mevcut durumları, film sektörünün ve onun etkisiyle bağlı sektörlerin geliştirilmesi için uygun bir ortam sunmaktadır: Süreç içinde kesintiler yaşamış olsa da görece başarılı bir sinema geçmişine sahip olan "dünya kenti İstanbul" ile kentte kültür-sanat etkinliklerine geniş bir yer veren "vizyoner bir yerel yönetim çizgisine sahip Büyükçekmece" bir araya gelmektedir. Bu bir araya gelişin oluşturduğu sinerjinin uluslararası çapta film stüdyolarına yönelik kapsamlı bir altyapı yatırımı ile desteklenmesi, mevcut durumun iyi okunarak yerinde bir stratejinin geliştirildiğini göstermektedir.



Film endüstrisinin desteklenmesi turizm ve eğlence sektörlerini de etkilemekte olduğundan, Büyükçekmece ve İstanbul'da film endüstrisinde yaşanacak bir gelişmenin de aynı sonucu doğuracağı öngörülebilir. Yalnızca yaratacağı istihdam açısından bakılacak olsa bile Midwood Film Stüdyo Kompleksi, kent ekonomisine katkı anlamında oldukça değerli bir adımdır. Yazarlar, bu büyük yatırımın; hem yerel, hem ulusal, hem de küresel ölçekte bir katkı düzeyine ulaşma konusunda ciddi bir potansiyel taşıdığı görüşündedirler. Scott'un (2005) Hollywood olgusunu açıklarken belirttiği yenilikçilik kapasitesi, yarışmacı avantajlar ve tarihsel birikim gibi temel niteliklerin de, süreci yönlendirici bir rol oynayacağını eklemekte fayda vardır.

Öz ve Özkaracalar'ın (2017) çalışmalarında saptadıkları İstanbul film endüstrisinin yeni odaklarına (Beyoğlu ve Levent), Büyükçekmece'yi de eklemek gerekecektir. Yapılan altyapı yatırımının büyüklüğü ve komplekste firmalar için ofis ortamlarının da sunulacağı düşünüldüğünde bu odağın kısa bir süre içerisinde ilk sırada yer alacağını öngörmek zor değildir. Bugün dünya film endüstrisinde öne çıkan odaklara bakıldığında Midwood'un konumsal açıdan kendi bölgesine de hitap edebilecek bir noktada olduğu görülmektedir. Bulgular değerlendirildiğinde, Midwood'un İstanbul'da yer seçmesinden dolayı avantajlı coğrafi konumu, sahip olacağı altyapı olanakları ve sektöre entegre bakışı itibarıyla dünyadaki film stüdyoları ağı içerisinde bölgesinde etkin bir rol üstleneceği düşünülmektedir.

#### KAYNAKÇA

- AKŞİT AŞIK, Nuran (2014). "Yaratıcı (Kreatif) Turizm", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 31, ss. 786-795.
- Büyükçekmece Belediyesi (2017). 18. *Uluslararası Kültür ve Sanat Festivali*, <http://www.bcekmece.bel.tr/tr-tr/Buyukcekmece/Festival/Sayfalar/default.aspx> (Temmuz 24, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- BORG, Jan van der; RUSSO, Antonio Paolo (2005). "The Impacts of Culture on the Economic Development of Cities Research Report", *European Institute for Comparative Urban Research & Erasmus University Rotterdam*. [https://www.researchgate.net/profile/Jan\\_Borg3/publication/266269671\\_THE\\_IMPACTS\\_OF\\_CULTURE\\_ON\\_THE\\_ECONOMIC\\_DEVELOPMENT\\_OF\\_CITIES/links/567044c208ae2b1f87acda4e.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jan_Borg3/publication/266269671_THE_IMPACTS_OF_CULTURE_ON_THE_ECONOMIC_DEVELOPMENT_OF_CITIES/links/567044c208ae2b1f87acda4e.pdf) (Nisan 12, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- EKŞİOĞLU, Şefika Zeynep (2013). "Kültür ile ilgili Faaliyetlerin Ekonomik Etkisi", *EY International Congress on Economics I Europe and Global Economic Rebalancing*. Ankara: Gazi University, ss. 1-24.
- ERATAŞ, Filiz; ALPTEKİN, Volkan; UYSAL, Doğan (2013). "Türkiye'de Kültür Ekonomisinin Gelişimine Yerel Bir Bakış", *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 2, ss. 25-47.
- EU (2017). *Creative Value in Creative Economy*. [www.culturepartnerships.eu/en/publishing/creative-value-in-creative-economy](http://www.culturepartnerships.eu/en/publishing/creative-value-in-creative-economy) (14 Temmuz 2017 tarihinde erişilmiştir).
- European Commission Eurostat (16 Şubat 2017). *Culture Statistics - Cultural Employment*. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture\\_statistics\\_-\\_cultural\\_employment](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture_statistics_-_cultural_employment) (Mayıs 12, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- FLORIDA, Richard (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York, NY: Basic Books.
- Habertürk (2017). *Avrupa'nın En Büyük Film Stüdyosu Midwood İstanbul Film Stüdyo Kompleksi İstanbul'da Olacak*. <http://www.haberturk.com/kultur-sanat/haber/1416696-avrupanin-en-buyuk-film-studio-kompleksi-istanbulda-olacak> (Ağustos 6, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- Habertürk (2017b). "Oylum Talu ile Burası Haftasonu Programı", *Youtube*. <https://www.youtube.com/watch?v=Oihu9XkKp0w> (Ağustos 6, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- HAYIR, Celal (2014). "The Turkish Cinema Between Its Inception and Downfall: A Historical Overview", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 35, ss. 809-817.
- İNAN, Mert (2017). *İstanbul'a Mega Plato Projesi*. <http://www.milliyet.com.tr/istanbul-a-mega-plato-projesi-gundem-2399911/> (Ağustos 6, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- Küresel İletişim Merkezi (2011). *İlk Türk Filmi 97 Yıl Önce Vizyona Girdi*. <http://ekonomi.dunyabulteni.net/?aType=haber&ArticleID=35209> (Temmuz 24, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- LANDRY, Charles (2012). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, London: Earthscan.
- LOPES, Carlos (2014). *Creativity Is the New Money*. <https://www.uneca.org/es-blog/creativity-new-money> (July 24, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- MARKUSEN, Ann (2006). "Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from a Study of Artists", *Environment and planning A*, S. 10, ss. 1921-1940.
- Midwood İstanbul Film Studio Complex (2017b). *Midwood İstanbul Film Studio Complex*. <http://midwood.com.tr> (Ağustos 6, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- Midwood İstanbul Film Studio Complex (2017a). *Midwood İstanbul Film Studio Complex: Dünya Sineması İçin Büyük Bir İmza Tanıtım Kitapçığı*, İstanbul: İstanbul Midwood, 2017.
- Midwood İstanbul Studios (2016). "3. İstanbul Uluslararası İşbirliği ve Yatırım Zirvesi'nde Midwood", *Youtube*. <https://www.youtube.com/watch?v=K3-NzQOTTZ8&feature> (Ağustos 6, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- ÖZ, Özlem; ÖZKARACALAR, Kaya (2017). "The Reemergence of İstanbul's Film Industry: A Path-Dependence Perspective", *New Perspectives on Turkey*, S. 56, ss. 61-85.
- ÖZKAN TÖRE, Evrim (2010). *İstanbul'da Kültür Ekonomisini Döndüren Çarklardan Biri: Film Endüstrisi Sektörel Araştırma Raporu*, İstanbul: Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Türkiye Bilimler Akademisi.
- POWER, Dominic (2011). *Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries*, European Commission, Belgium: Publications Office of the European Union.
- PRATT, Andy C. (2008). "Creative Cities: The Cultural Industries and The Creative Class", *Geografiska annaler: series B, human geography*, S. 2, ss. 107-117.



- SAN, Ahmet (Midwood A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı) (2017) ile Görüşme. Görüşmeyi yapanlar: ŞİMŞEK, G. ve GÜVEN, A. (16 Mayıs 2017).
- SCOTT, Allen J. (2014). "Beyond The Creative City: Cognitive-Cultural Capitalism and The New Urbanism", *Regional Studies*, S. 4, ss. 565-578.
- SCOTT, Allen J. (2005). *On Hollywood: The Place, The Industry*, Princeton: Princeton University Press.
- SHIEL, Mark (2001). "Cinema and the City in History and Theory", *Cinema and the City: Film and Urban Societies in a Global Context* içinde, yazan Mark Shiel ve Tony Fitzmaurice. Oxford: Blackwell Publishers.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültürel İrtibat Noktası (2013). "Ankara Kültür Ekonomisi: Sektörel Büyüklüklerin Değerlendirilmesi", *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültürel İrtibat Noktası*. <http://www.envanter.gov.tr/files/kultur-ekonomisi/ake.pdf> (Nisan 14, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- TUROK, Ivan (2003). "Cities, Clusters and Creative Industries: The Case of Film and Television in Scotland", *European Planning Studies*, S. 5, ss. 549-565.
- TYLOR, Edward B. (1871). *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*, London: Bradbury Evans Co and Printers WhiteFriars.
- UIS (2016). *Record Number of Films Produced*. <http://uis.unesco.org/en/news/record-number-films-produced> (July 24, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- UNCTAD (2010). "Creative Economy Report", *UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development)*. [http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf) (Nisan 15, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- UNESCO (2004). "Creative Cities - Promoting Social and Economic Development through Cultural Industries", *UNESCO*. [http://portal.unesco.org/culture/en/files/23947/11055395211Creative\\_Cities\\_Feature.doc/Creative%2BCities%2BFeature.doc](http://portal.unesco.org/culture/en/files/23947/11055395211Creative_Cities_Feature.doc/Creative%2BCities%2BFeature.doc) (Mart 24, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- UNESCO&UNDP (2013). "Creative economy report: Widening Local Development Pathways", *UNESCO*. [http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/2013-creative-economy-report-widening-local-development-pathways-en\\_1.pdf](http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/2013-creative-economy-report-widening-local-development-pathways-en_1.pdf) (Nisan 20, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- United Nations Institute for Training and Research (UNITAR) (2017). *Creativity for Development*. <http://unitar.org/ksi/creative-economy-initiative> (July 24, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- USTA, Emine E. (2013). "Kültürün Ekonomik Kalkınmaya Etkisi ve Türkiye-Rusya Ekonomik İlişkisi", *International Conference on Eurasian Economies, Conference Proceedings Book*, ss. 461-468.
- WIPO (2015). "Guide On Surveying The Economic Contribution of The Copyright Industries", *WIPO (World Intellectual Property Organization)*. [http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/893/wipo\\_pub\\_893.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/893/wipo_pub_893.pdf) (Mayıs 12, 2017 tarihinde erişilmiştir).
- YÜCEL, Gülçin E. (2016). "Dünya Ticaretinde Yaratıcı Endüstriler ve Türkiye'nin Konumu", *INTOCBEPS II International Turgut Özal Congress on Business Economics and Political Science PROCEEDINGS E-Book II: Business and Economics*, Ankara: Turgut Özal University, ss. 249-256.