

**KREATİF
ENDÜSTRİLERDE
MEVCUT DURUM
VE OLASILIKLAR (COVID-19)**

2021

SEGMENTASYON

Tasarım

Bilişim ve Dijital Oyun

Sanat ve Zanaat

Medya ve İletişim

KATEGORİ

VİZYON

OLUŞUM

MEKAN

İŞBİRLİĞİ

DİĞER

HEDEF VE ÖNCELİKLERİ

Pandemi sürecinin yaratıcı endüstriler üzerindeki etkilerinin ve katılımcıların yakın gelecekteki beklentilerinin dile getirildiği bir ilk oturum olarak tasarlandı.

Çalıştayın kapsamındaki çalışmalar üç ana gelişim ekseninde kurgulanmıştır.

1. Yaratıcı ekonomide ölçme ve değerlendirme, sektörel disiplinler arası çalışmaların desteklenmesi mekanizmaları,

2. Yaratıcı Endüstrilerde faaliyet gösteren aktörlerin finansmana erişim, dış ticaret gibi konularda kapasitelerinin değerlendirilmesi. Ulusal ve uluslararası "rekabette işbirliği"

politikaları ve yöntemlerine dair öneriler,

3. Yaratıcı endüstrilere dair yerel ve ulusal politikalarda açık, yaratıcı, agile politikaların geliştirilmesi kapsamında, yönetim ve kurumsal etkileşim önerileri.

SORU SETİ

Pandemi / Yaratıcı Endüstriler Sektörel Etki Analizi

Salgın Döneminin Ekonomik Etkilerine Sektörel Bir Değerlendirme



TASARIM OTURUMU

- **Üniversitelerin kültür politikaları üretiminde aktif rol alması gereği,**
- **Yaratıcı endüstrilere dair politika ihtiyacı,**
- **Üretme/tüketme alışkanlıklarında dönüşüm gereği,**
- **Sıfır enerjili mimariye geçiş gereği,**
- **Materyalsiz bir dünyaya geçerken materyal algısının yenilenmesi gereği,**
- **İnovasyon ve tasarım ilişkisinin güçlendirilmesi gereği,**
- **Yeşil mutabakata karşı moda/tekstil sektörü için çok kırılğan olması,**
- **İnsan kaynağı gücü ve göçü,**
- **Uluslararası oluşumların CClS işletmelerine sunduğu fon desteği çok yüksek olması fakat ülkemiz de olmaması,**
- **Kent Tasarım Atölyesi, Mobilya Akademisi_IEU,**
- **Tasarım Platformu, Çevrimiçi Kamusal Etkinlikler, E-Tasarım Etkinliđi, Tırtıl atölyesi,**
- **UNESCO Tasarım Kenti başvurusu**

SANAT VE ZANAAT OTURUMU

- Eski kuşak & Yeni kuşak,
- Kemeraltı/ Mekan & İnsan,
- Sanatın gündelik yaşama entegrasyonu,
- Yaşayan mekan ve zamansız mekan algısı,
- Yeni sanat ekonomisinin konumlanması,
- Dayanışma ve işbirliği,
- Koleksiyonerlerin şehre çekilmesi,
- STK, sanatçı, özel sektör ve kamu işbirlikleri,
- Yeni pazar ve iş ölçeklerine uyumlanma gereği,
- Yerel yönetimler ve Kemeraltı gibi mekanlar için proje pazarları,
- Sekörlerin ortak sorunları çözümünde CCl's,
- İşbirlikleri, orijinal sanat eserinin toplumla etkileşimi,
- Şifa & Sanat,
- Açık hava/ AVM,
- Dijital Pazar dönüşümü,
- Mekanların ve insanların görünür olmasında sanat ve zanaat

MEDYA VE İLETİŞİM OTURUMU

- **Dijitale ayak uyduranlar,**
- **Yerel medyada can çekişme,**
- **Makro Projeler (İzmir Design Factory, İzmir Sinema Ofisi) / Mikro Uygulamalar entegrasyonu,**
- **Verilen vergilerin kaynağına dönüş oranı düşük olması,**
- **Alan tanımlama/ tahsis politikaları,**
- **Endüstriyel Kümelenme eksikliği,**
- **Markalaşma, hikayeleşme, turizm etkileşimi, turizmde İzmir'in konumlanması (Antalya/Bodrum)**

BİLİŞİM VE DİJİTAL OYUN OTURUMU

- Tematik çalışma yapılması gereği ve sivil toplum kuruluşlarının üniversiteler içerisinde daha aktif yer alması gereği,
- Hangi aktörlerin nerede güçlü olduğunun yakalanması ve politika geliştirmede kullanılması gereği,
- Devlet destekli oluşumlara neden gerek olduğunu araştırılması gereği,
- Oyun temelli dijital merkez açısından İzmir'in zenginliği,
- Satış ve sermayenin odağının Avrupa'da olması
- Yeni gelen müfredat ile birlikte yeni mesleklere ağırlık verilmesi,
- Girişimcilere bir araya gelebilecekleri ađ ve platformlar sağlanması gereği
- İyi nitelikte özel eleman sağlanması, yetenek eksikliğinin giderilmesi ve nasıl geliştirilmesi için üniversiteler ile ortak çalışma gereği.

KATILIMCI İSTATİSTİKLERİ

73

kişi

6

B2B Seansı

4

ilden ulusal katılım

3

ülke



İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ
Yaratıcı Ekonomi Araştırmaları Merkezi

2021