

YARATICI SÖZLÜK



İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ
Yaratıcı Ekonomi Araştırmaları Merkezi

YARATICI EKONOMİ VE YARATICI ENDÜSTRİLER

Yaratıcı ekonominin tek bir tanımı yoktur. İnsan yaratıcılığı ve fikirleri ile fikri mülkiyet, bilgi ve teknoloji arasındaki etkileşime dayanan gelişen bir kavramdır. Esasen, 'yaratıcı endüstrilerin' dayandığı bilgi temelli ekonomik faaliyetlerdir.

Reklamcılık, mimari, sanat ve el sanatları, tasarım, moda, film, video, fotoğraf, müzik, sahne sanatları, yayıncılık, araştırma ve geliştirme, yazılım, bilgisayar oyunları, elektronik yayıncılık ve TV/radyoyu içeren **yaratıcı endüstriler**, yaratıcı ekonominin can damarı. Ayrıca önemli bir ticari ve kültürel değer kaynağı olarak kabul edilirler.

Yaratıcı ekonomi, ticaret, emek ve üretim dahil olmak üzere yaratıcı endüstrilerin tüm bölümlerinin toplamıdır. Bugün, yaratıcı endüstriler, dünya ekonomisinin en dinamik sektörleri arasında yer almakta olup, gelişmekte olan ülkelere dünya ekonomisinin yükselen yüksek büyüme alanlarına sıçramak için yeni fırsatlar sunmaktadır. [1]

[1] UNCTAD, 2004

YARATICILIK BİLİMİ:

Yaratıcılık bilimi, yaratıcılığın karmaşık fenomeninin incelenmesidir. Her yeni araştırma alanında olduğu gibi, yaratıcılık araştırması da belirli bir zamanda bir bilime dönüşür. Yeni bir bilim yaratmak (yapılandırmak, tasarlamak) bir yaratıcılık eylemidir. Bilim adamları yeni araştırma yöntemleri, yeni modeller, yeni hipotezler, yeni teoriler, yeni cihazlar, yeni deneyler yaratırsa ve bunların hepsi yaratıcı eylemlerse, o zaman bir bilimin yaratılması bilim alanındaki en büyük yaratıcı eylemlerden biri olarak kabul edilebilir. Bilim tarihinde, genetiğin babası Gregor Mendel veya sibernetiğin babası Norbert Wiener gibi yeni bilimlerin kurucularına genellikle “babalar” denir.

Ontolojik düzeyde, insanlık bir bütün olarak var olur, çalışır ve yaratıcılığı düşünmeden her türlü yeniliği yaratır. Sonra, eylemlerdeki bazı kalıpları tespit eden bir grup düşünür (filozoflar, bilim adamları) ortaya çıkar[2].

[2] https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-1-4614-3858-8_15

KÜLTÜREL ENDÜSTRİLER:

1948'de Theodore Adorno ve Max Horkheimer terimi icat etti. Konsepti geliştirmelerinin üzerinden yarım yüzyıl geçti ve bu süre zarfında kültürel ürünleri yaratma, üretme ve dağıtma yolları çarpıcı biçimde değişti. Kültür endüstrileri, teknolojik gelişmelere ve medyanın toplumdaki değişen yerine uyum sağlamanın yanı sıra, küresel pazarlara ulaşmak için karmaşık üretim süreçleri ve büyük ölçekli dağıtım yöntemleri dahil edilmiştir.

KÜLTÜR EKONOMİSİ:

'Kültür ekonomisi' terimi, ulaşım veya madencilik yerine kültürel ürünler ve faaliyetler (müzik, film ve güzel sanatlar gibi) ile ilgili ekonomik faaliyetin belirli bir alt bölümünün göstergesidir.

BİLGİ EKONOMİSİ:

Bilgi, küreselleşme olarak nitelenen evrensel bütünün ekonomik yeni düzenidir. Bilgi, yönlendirmenin yanı sıra sıralanır ve basit bir ekonomidir. Bilgi ekonomisi, bilgiye yapılan yatırımın getirisinin fiziki sermaye yatırımlarından daha yüksek olduğu bir döneme girdiğimizi göstermektedir.

İşletmelerin ve ulusal ekonominin günlük kullanımlarının yanları sıraya ele alınıp, içselleştirilme ve etkin şekilde kullanılabilmesine bağlı. Başka bir ifadeyle bilgiyle, bilgi ve öğrenme sürecindeki adaylar ve seçme ekonomik durumlarının olumlu tercihleri, seçimlerin ve belirli yeteneklere yönelik kullanımdan yararlanan kişilerden yararlanan ve eğitimle ilgili bir deneyim ve deneyimler tarafından yönlendirilen ağlar zinciridir.

UZGÖRÜ/ FORESIGHT

Gelecekte ne olacağını doğru bir şekilde değerlendirme ve bu bilgiye dayalı olarak eylemlerinizi planlama yeteneğidir. Niyet etme-öngörme ayrımının ahlaki önemi, niyet ve öngörünün salt işlevsel rolünden daha fazlasını gerektirir.

YARATICILIK:

Yönetim ve Yaratıcılık'ta yazar Chris Bilton (Kültürel Politika Çalışmaları Merkezi'nde öğretim görevlisi ve Warwick Üniversitesi Yaratıcı ve Medya İşletmeleri Yüksek Lisans Direktörü) sözde gerçek yaratıcılıktan bahseder ve bunun bağımsız bilimlerde bulunamayacağını iddia eder. Kendi kendine yeten yaratıcı ekipler, ancak farklı düşünme biçimleri ve farklı insan türleri arasında bağlantı kurma yeteneğindedir (Bilton, 2007). Bilton'a göre yaratıcılık belirli bir ruh haline, bir insan tipine, bir bireye atanmamalıdır çünkü yaratıcılık, farklı düşünme biçimleri arasındaki geçiş noktalarında bulunur [3].

[3] (PDF) Yaratıcı Girişimci: Bir Analiz Çerçevesi. Şuradan erişilebilir: https://www.researchgate.net/publication/304105996_The_Creative_Entrepreneur_A_Framework_of_Analysis [24 Aralık 2021'de erişildi].

TEKNOLOJİK YARATICILIK:

'Teknolojik yaratıcılık (TC) terimi, yaratıcılık ve teknolojiden türetilmiştir. Amabile (2012) yaratıcılığı yeni fikirlerle gelme yeteneği olarak tanımlarken, Johnson (2001) teknolojinin her türlü yararlı yeniliği kapsadığını düşünür. Önceki tanımların ardından, TC, sonucu faydalı yeniliklerin geliştirilmesi olan yeni fikirlerle gelme yeteneği olarak tanımlanabilir. Bu nedenle, TC, “...yeni makinelerin, yapıların ve makinelerin ve süreçlerin[lerin] ortaya çıkışı ve [pratik uygulaması]...” yoluyla tezahür eden işlevsel bir amaca hizmet eder (Cropely ve diğerleri, 2010). Ticari veya toplumsal sorunları çözme arayışında yaratıcı icatların veya yeniliklerin kullanılmasından yeni fikir odaklı, ticari değer üretimi olarak TC (Rambe, Ndofirepi & Dzansi, 2015) [4].

[4] (PDF) Teknolojik Yaratıcılık ve Mesleki Eğitim Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerine Etkisi. Şuradan ulaşılabilir:

https://www.researchgate.net/publication/308467442_Technological_Creativity_and_its_Influence_on_Entrepreneurship_Intentions_of_Vocational_Education_Students [24 Aralık 2021'de erişildi].

BİLİMSEL YARATICILIK:

'Bilimin ilerlemesi yaratıcı fikirlere bağlıdır. Bir fikir yeni, faydalı ve şaşırtıcıysa yaratıcıdır. Yeni bir fikir daha önce hiç ortaya çıkmamıştı; yararlı bir fikir, belirli bir bilimsel disiplini ilerleten bir teori, teknik veya ampirik sonucu gerektirir; ve şaşırtıcı bir fikir, zaten var olan bir fikirden bariz bir türev olmayan bir fikirdir. Bu üç kriter, ABD Patent Ofisinin buluşların patent koruması sağlayıp sağlamadığını değerlendirirken kullandığı kriterlerle yakından paraleldir. Bu tanımlar göz önüne alındığında, temel soru şu hale gelir: Bilim adamları yaratıcı fikirlerini nereden alırlar? Cevaplardan biri, "deha vuruşları", "parıltılar veya içgörü", "parlak sezgiler" veya başka bir romantik konsepte hitap etmektir. Bu tür tepkiler, bilimlerde yaratıcılığı anlamak için bilimsel bir temel sağlamaz. Yaratıcı fikirlerin de novo olarak ortaya çıkabileceğini öne sürüyorlar.[5]

Bilimsel yaratıcılık, motivasyon, sistematik bilgi birikimine erişim, araştırma problemlerini doğru bir şekilde formüle etme ve kapsamlı bir problem alanı tanımlama becerisi gerektirir.

[5] https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-1-4614-3858-8_388

FONKSİYONEL YARATICILIK:

'UNCTAD Yaraticı endüstriler tanımı içerisinde; Bilimsel, sosyo-ekonomik ve teknolojik yaratıcılığın da içerisinde yer aldığı sektörel gruplamayı içerir. IEU+KREA'nın yaratıcı endüstriler yaklaşımında gastronomi, zanaatlar, arşivler, bilişim ve veri yönetimi gibi alanlar da bu kapsamda ele alınmaktadır.

Bireysel Yaratıcılık, içselleştirilmiş ve farklı düşünme stillerini birbirine bağlayan daha fazla "alt benliği" (bağlı veya çatışmalı çalışabilen kişiliğin yarı bağımsız bileşenleri (Gerlach, 2015)) gözlemleyen ve bunlara yanıt veren kasıtlı, öz-farkında bir süreçten gelir.

Örgütsel Yaratıcılık, bireyler ve örgütler arasında bir ağ veya yaratma sistemi içinde bağlantılar kurmayı ifade eder (Bilton, 2007). Her iki durumda da yaratıcılığın anahtarı, karmaşıklığı ve çelişkiyi yönetme yeteneğidir. Belediye düzeyinde yaratıcılıktan bahsettiğimizde, temelde bu alandaki birçok uzmanın dediği gibi kentsel yaratıcılıktan bahsediyoruz. Kentsel yaratıcılık, sorunlardan ve kentsel kentlerin potansiyelinden ve ayrıca ihtiyaç duydukları benzersiz yanıtta kaynaklanmaktadır. Kentselliğin kendisi (kritik kitle, çeşitlilik ve etkileşim), uzmanlıklar, nişler ve melez fikirlerle karakterize edilen belirli bir tür yaratıcılığa doğru çabalar (Landry, 2008)[6].

[6] (PDF) Yaraticı Girişimci: Bir Analiz Çerçevesi. Şuradan erişilebilir: https://www.researchgate.net/publication/304105996_The_Creative_Entrepreneur_A_Framework_of_Analysis [24 Aralık 2021'de erişildi].

YARATICI GİRİŞİMCİLİK:

'Yaratıcı endüstriler alanı kapsamında iş ve işbirlikleri yürütmek üzere girişimcilik yetkinliklerini kullanan yaratıcı birey ve kurumlar “yaratıcı girişimci” olarak tanımlanmaktadır. “Yaratıcı girişimcilik”, yaratıcı endüstrilere ait girişimcilerin ticari faaliyetlerini ifade eden bir terim haline gelmiştir. Yaratıcı girişimci, yaratıcı veya entelektüel sermayenin yaratılması ve kullanılmasıyla ilgilenen girişimci türüdür. Kendi yeteneğine olduğu kadar başkalarınıninkilere de yatırımcıdır. [7]

Yaratıcı endüstrilerdeki girişimcilik (yaratıcı / kültürel girişimcilik) teriminden, kültürel bir bağlamda bir stratejinin, örgütsel tasarımın ve liderliğin gerçekleştirilmesiyle ilgilenen yaratıcı endüstrilerdeki girişimci (yaratıcı girişimci) terimini türetir. Bu kavram, fikirlerini topluma ürün veya hizmete dönüştürebilen yetenekli ve başarılı girişimcileri karakterize eder (UNCTAD; UNDP, 2010)

[7] https://www.researchgate.net/publication/304105996_The_Creative_Entrepreneur_A_Framework_of_Analysis

YARATICI MEKAN/HUB:

Teknolojik bilimsel ya da sosyo-ekonomik yeniliklerin üretimine ev sahipliği yapan ve ilham verici bir çalışma ortamı sunan iş ve işbirliği geliştirme mekanlarına verilen addır. Yaratıcı Merkez olarak da ifade edilmektedir. Yaratıcı insanları bir araya getiren, fiziksel veya sanal bir yerdir. Yaratıcı, kültürel ve teknoloji sektörlerinde ağ oluşturma, iş geliştirme ve topluluk katılımı için alan ve destek sağlayan bir toplayıcıdır. [8]

[8] The European Creative Hubs Network (ECHN)

YARATICI GİRİŞİMCİLİK HUB'I:

İş ve işbirlikleri geliştirmek üzere; Kullanıcılarını %45 ve üstü oranda yaratıcı endüstriler alanından gelen kişi ve kurumların olduğu yaratıcı endüstriler için sektör spesifik uzmanlaşma içeren mekanlara yaratıcı girişimcilik hub'ı denmektedir.

KURATÖR:

Küratör (Latince: curatus; İngilizce: curator), bir müze, galeri, arşiv veya kütüphane koleksiyonunun yöneticisidir. [9]

Bir ressamın malzemesi boya olduğu gibi küratörün malzemesi de sanat eserleri olarak kabul edilebilir. Sanatçı ve izleyici arasındaki köprünün ta kendisi olan küratör sanat dünyasında aktif olarak rol alan bir tasarımcı olarak görülebilir. Bir diğer tanıma göre küratör; sanatsal dokunuşun bireyler ve mekanlar/objeler/deneyimler arasındaki etkileşimini kurgulayan tasarımcılardır. bu bağlamda küratörlük sadece sergi salonları ve müzeler değil aynı zamanda sanatsal dokunuş ve deneyim tasarımının mümkün olduğu etkinlikler gibi iletişimin farklı uygulamalarını da kapsamaktadır. [10]

[9] İzmir Eğitim Kurumları

[10] Dr. Sevay İpek Aydın

KÜLTÜR YÖNETİMİ ve YÖNETİCİSİ:

Kültür/Sanat yönetimi, toplumların sahip oldukları kültürel değerlerin önemini ve bunların yönetim fonksiyonlarının işleyişine etkisini içeren yönetsel tanımlamadır. Geleneksel yönetimin fonksiyonları kültür/sanat yönetimi için de geçerlidir (Planlama, Örgütlenme, Yürütme, Koordinasyon, Kontrol). kültür/sanat yönetimi kompleks bir yapıdır. Kültür/Sanat yönetimi: bilimsel anlamda sanatın ve sanatçıların yönlendirilmesidir. Kurs, atölye, galeri, tiyatro, konser gibi sanat dallarının yönetimi için gerekli bilgi ve deneyimi edinmek amacını güder. Ayrıca, iş kurma, yatırım, kapital artırım, fiyat hesaplaması promosyon ve korumayı da içermektedir. Sanat yönetimi, ayrıca: çevrenin politik, ekonomik, toplumsal ve ideolojik koşullarının etkisi altında olmakla birlikte; yöneticilerin kişilikleriyle de sıkı sıkıya bağlıdır. [11]

Kültür Yöneticisi: Kurumlar ve insanların ortak ve farklı kültürel zenginliklerini, hedeflenen kültürel gelişim için; hedef kitleyi cezbedecek, geliştirecek ve yüksek performanslı bir kültürü inşa edecek stratejiler tasarlamak, geliştirmek ve uygulamak için kurumlar ile iş ve işbirlikleri geliştirmekten öncelikle sorumlu olan kişidir. Kültür Yöneticisi, kurumun stratejik hedefleri doğrultusunda gerekli tavsiyeleri vererek, iş uygulamalarını iyileştirecek, karmaşık projelere öncülük edecek ve ilgili düzenleme ve politikalara uyumu sağlayacaktır.

[11] Erbay, Mutlu. Sanat-Sanat Yönetimi ve Ötesi. İstanbul: Eleştiri Dergisi, Şubat 2009, s.23

CSO (CHIEF STORYTELLER OFFICER):

Bir baş hikaye anlatıcısı, şirketin misyonunu, tarihini ve markaları hakkındaki mesajları, aynı zamanda hikayeleri olarak da bilinen, dahili ve harici olarak duyulmasını istedikleri şekilde ifade etmekle görevli bir kuruluşun çalışanıdır.

şirket amacının yanı sıra duygu uyandıran mesajlarla hedef kitleye ulaşmak bir hikaye anlatıcısının görevidir. Bař hikaye anlatıcısının tipik görevleri arasında çalışan ve müşteri bağlılığını artırmak, içeriği farklı stratejik hedeflere göre uyarlamak, yönetici vizyon ifadelerini kolayca tüketilebilir malzemeye dönüştürmek, net anlatıları bir araya getirmek ve her hikayenin başarısını ölçmek yer alır.