



Kahramanmaraş'ta Yaratıcı Aktörlerin Kültürel Anlamda Değerlendirilmesi

A Cultural Evaluation Of Creative Actors In Kahramanmaraş

Nadire KARADEMİR

Doç.Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi/Coğrafya Bölümü, Kahramanmaraş, Türkiye

ÖZET

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de şehirlerarasında gittikçe artan rekabet ile birlikte markalaşma ve tema oluşturma adına stratejiler geliştirilmekte ve yeni arayışlar ortaya çıkmaktadır. Coğrafi bir alan ya da sektöre yeni ve farklı bir şey katma ve düşünebilme becerisi olan yaratıcılık sayesinde de şehirlerin kültürel ve ekonomik temelli olarak ilerlemesi sağlanabilmektedir. Kahramanmaraş Doğu Anadolu, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin kavşak noktasında yer almaktadır. Çalışma Kahramanmaraş'ın kalkınması için gerekli olan yaratıcı aktörler ve sınıflarına dikkat çekilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı Kahramanmaraş'ın yaratıcı bir şehir olabilmesi adına bölgedeki yaratıcı aktörlerin kültürel açıdan potansiyellerini ortaya koyabilmek olmuştur. Çalışma Kahramanmaraş'ın büyümesinin yaratıcı kişiler (Yetenek) tarafından desteklenip, kültürel çeşitliliğin oluşması, bu kişilerin yeni düşüncelere açık mekânları tercih edeceği (Hoşgörü) ve kültürel sermaye ile bu sürecin yeni ürünleri (Teknoloji) ortaya çıkarabileceği savıyla yapılmıştır. Tarihi bir şehir olarak birçok kültür ve medeniyete beşiklik etmiş bir yerleşim yeri olan Kahramanmaraş geleneksel el sanatları, gastronomi, edebiyat üstatları, ulusal ve uluslararası etkinlikleri, sanatsal faaliyetler, projeler, üniversiteleri ve akademisyenleri, sanatçıları, işadamları, coğrafi işaretli ürünleri, müzeleri gibi birçok yaratıcı aktöre sahiptir. Kahramanmaraş fiziki ve beşerî coğrafya yapısı nedeniyle yaratıcılık adına oldukça zengin bir yerleşim yeri konumunda 2023'ün marka kenti olma yolunda ilerlemektedir. Tüm dünyada giderek artan bir öneme sahip olan yaratıcı ekonomi adına tüm paydaşların birlikte hareket etmesinin yörenin geleceği ve potansiyelinin sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşıdığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Aktörler, Yaratıcı Endüstri, 3T Modeli, Kahramanmaraş

ABSTRACT

As in the whole world, in Turkey, with the increasing competition between cities, strategies are being developed for branding and creating themes and new searches are emerging. Thanks to creativity, which is the ability to add something new and different to a geographical area or sector, and to think, it is possible to make cities progress on a cultural and economic basis. Kahramanmaraş is located at the crossroads of Eastern Anatolia, Mediterranean and Southeastern Anatolia Regions. The study is important in terms of drawing attention to the creative actors and their classes, which are necessary for the development of Kahramanmaraş. In this context, the aim of the study was to reveal the cultural potential of the creative actors in the region in order to make Kahramanmaraş a creative city. The study has been carried out with the argument that the growth of Kahramanmaraş will be supported by creative people (talent), cultural diversity will be created, these people will prefer places open to new thoughts (Tolerance), and this process can reveal new products (Technology) with cultural capital. Kahramanmaraş, which is a settlement that has been the cradle of many cultures and civilizations as a historical city, has many creative actors such as traditional handicrafts, gastronomy, literary masters, local events, universities and academics, artists, businessmen, geographically marked products and museums. Kahramanmaraş is on the way to become the brand city of 2023 as a very rich settlement for creativity due to its physical and human geography structure. It is thought that the cooperation of all stakeholders on behalf of the creative economy, which has an increasing importance all over the world, is of great importance in terms of the future and the sustainability of the potential of the region.

Keywords: Creative actors, Creative Industry, 3T Model, Kahramanmaraş

1. GİRİŞ

Günümüzde yaratıcılık kavramı birçok alanda kendine yer edinmiştir. Yaratıcılık genel anlamda yeni, uygun, faydalı, orijinal kelimeleri ile ifade edilmekte (Tan vd., 2013), sürece, motivasyon durumuna sonuca göre değişik anlamlar içermektedir. Kültür ve ekonomi açısından ise bilimsel alandaki buluş ve teknoloji ile ilgili inovasyonların, kültür ve sanatla ilgili orijinal olan çalışmaların üretimi adına düşüncelerin uygulanması ve yeni farklı fikirlerin formülasyonu olarak da ifade edilmektedir (UNCTAD & UNDP, 2008). Latince "creare" kelimesinden gelip yaratmak, oluşturmak anlamlarını içermekle birlikte, "orijinal, yeni, faydalı, özgün, uyumlu" kelimeleri ile ifade bulmaktadır (Aslan, 2018). Yaratıcılık kavramı 1900'ü yıllarda incelenmeye başlanmış, Rogers, Amabile, Guilford, Sternberg, Stein, gibi bilim adamları bu konuda etkili olmuştur (Sawyer, 2011). Dolayısıyla ekonomik temelli olan yaratıcı ekonomi paradigmasına dayanan yaratıcılık, herhangi bir coğrafi alan ya da sektöre yeni farklı bir şey katma ve düşünebilme becerisi (Jarabkova & Hamada, 2012) olarak da ifade edilmektedir. Amerika'da hızla popüler olan ve akademik camiada tartışılmaya başlanan yaratıcı sınıf kavramı ise Richard Florida tarafından ortaya atılmıştır. Florida yaratıcılığın ekonomik kalkınmanın bölgesel ve şehirselleşmesini analiz etmiştir. Teknoloji, yetenek ve hoşgörünün önemli kriterler olduğunu, 3T (Talent, Technology, Tolerance) modelinin uygulanması ile iş oluşumu sağlama ve ekonomik büyümenin oluşacağını ifade etmiştir. Şehirlerin, büyümesinin yaratıcı kişiler (Yetenek) tarafından desteklendiğini, böylece kültürel çeşitliliğin oluştuğunu, bu kişilerin yeni düşüncelerine açık yerleri tercih ettiği (Hoşgörü) ve kültürel sermaye sayesinde bu sürecin yeni ürünlere (Teknoloji) dayandığı belirtilmiştir (Florida, 2002).

Günümüzde markalaşma ve yaratıcı şehir politikaları yaratıcı sınıfın hem yaşadığı hem de ziyaret ettiği mekânlardaki aktivitelerin estetikliğini ve tüketimini geliştirmek, ekonomik büyüme ve halkın katılımını sağlamak, yüksek yetenekli işgücü ve yatırımları şehre çekmek amacıyla ortaya çıkmıştır. Bu durumda yaratıcı şehir kavramı kültürel tüketim ve toplumsal kalkınma odaklı ekonomik bir kavramdan daha öteye taşınmakta, bir mekâna özgü olan insani değerleri kapsamaktadır (Grodach, 2017). Florida yaratıcı bir çağa girildiğini, yaratıcı sınıfın kentlerin ekonomik

açından kalkınması adına önemli rol oynayacağını, insanların bu süreçte orijinal düşünceler ile kilit bir rol oynadığını belirtmektedir. Ayrıca yaratıcı sınıfı profesyonel ve çekirdek olarak ikiye ayırmakta; mühendisler, bilim adamları, mimarlar, üniversite hocaları, tasarımcılar, yazarlar, şairler, eğlence sektörü çalışanları, sanatçılar, araştırmacılar ve analistler çekirdek grubu oluşturmaktadır. İleri teknoloji ile bağlantılı sektörler, iş yönetimi, finans hizmetleri, sağlık ve hukuk hizmetleri alanlarında çalışanlar ise profesyonel grubu oluşturmaktadır (Florida, 2002). Yaratıcı kişilerden oluşan yaratıcı sınıf yaratıcı şehirler yaklaşımının özünü oluşturmaktadır. Ressam, grafiker, kuklacı, besteci, moda tasarımcısı, çalgıcı, âşık, yazar, şair, heykeltıraş, mimar, el sanatı ustaları şehirlere büyük değer katmakta ve özgünlük sağlamaktadır. Yetenek, hoşgörü ve teknolojiyi önemseyen şehirlerde fikri mülkiyet haklarının korunması sayesinde etkili bir kültürel sistemin kurulması gerekmektedir. Yaratıcı şehir yaklaşımının desteklenmesi ile şehirler yaratıcı şehirlere dönüşmekte, gelenek kültürü de geçmişten geleceğe aktarılmaktadır. Bu nedenle yaratıcı şehirler oluşturulmak için ekonomik ve sosyal yerleşim faktörleri dikkate alınmalı, yüksek eğitim mezunlarını, yaratıcı endüstrilerde çalışanları, göçmenleri ve yaratıcı firma yöneticilerini şehre çekmek için yatırımlara önem verilmelidir (Florida, 2005). Bunların dışında yaratıcı sınıfı etkilemek ve yerleşim yerlerine çekmek amacıyla yaratıcı şehirler sosyal ve kültürel köklere sahip bir şehirselleştirme yaratıcılık ekosistemi oluşturmalıdır. İşte bu parametreler küresel yaratıcılık endeksinde teknoloji, yetenek ve hoşgörü olan 3T olarak belirlenmiştir. Başarı yaratmak için teknoloji ve yetenek kentsel büyümenin önemli bileşenleri olmakla birlikte, tolerans ise bir dizi kültürel ve yaşam tarzı seçimine olanak sağlamaktadır. Florida şehirlerin bu üç bileşen olmadan başarılı bir şekilde rekabet edemeyeceğini savunmaktadır (Moore-Cherry, 2015). Yine Florida (2005) yaratıcı sınıfın yerleşim mekânı seçerken ekonomik faktörler kadar sosyal ve beşeri faktörlerin de önem taşıdığını ileri sürmekte, şehirselleştirme mekân kalitesi üzerinde durarak, yaratıcı sınıfları oluşturanların bu çeşitlilik ve hoşgörü ortamının olduğu şehirlerde yaşamayı istediğini ifade etmektedir. Böylece bölgesel kalkınma gücünü yeniliğe açık olarak farklılıklara hoşgörüyle yaklaşım hayat kalitesi yüksek olan şehirleri tercih eden yaratıcı sınıftan alacaktır. Yaratıcı sınıfın yaşadığı şehirden asıl beklentisi istediği gibi yaşayıp özgürce kendini ifade edebildiği ortamların ve hoşgörü ikliminin olmasıdır. Yaratıcı sınıf akıcı ve hareketli bir nitelik sergileyerek durağan olmaktan uzak ve yaşadığı şehirden memnun olmadığında bir diğer şehre hareket edebilme serbestliğine sahip olmalıdır. Bu durum da yerleşim yerinin önemini ortaya koymaktadır. Yaratıcı endüstrilerin ortaya çıkışı, yaratıcı sınıfın yükselişinin desteklenmesi, yaratıcılık ve bilgi temelli ekonomi ile birlikte gitmektedir (ACRE, 2007). 21. yüzyılda şehirlerin “yaratıcı destinasyon” olarak tanıtılmasına özen gösterilmektedir. Yaratıcı sınıf bu şehirleri ziyaret etmek dışında buralara yerleşebilmektedir. Şehirlerde kendi yaratıcılıklarını geliştirmek isteyen bu bireyler, bir yaratıcı çekicilik unsuru olarak üretim ve tüketim faaliyetine katılıp, yaratıcı turizm niş pazarını da oluşturabilmekte ve yaratıcı ekonomiye katkı sağlamaktadır (Richards & Marques, 2012).

Günümüz ekonomisi bilgidan daha çok yaratıcılığa dayanarak inovasyon yaratıcı ekonominin ürününü meydana getirmektedir (Florida, 2012). Endüstri devriminden sonra tarım sektöründe çalışan azalırken, sanayi sektöründe üretim ve tüketim artmıştır. Teknoloji sayesinde 2000’lerden sonra hizmet sektörü de değişime uğramıştır. Böylece yaratıcı ekonomi kavramı ile birlikte bu ekonomi için üretim ve tüketim yapmaya başlayan yaratıcı sınıf olarak adlandırılan bir grup oluşmuştur (Florida, 2005; Florida, 2012). Bu sınıf iki yaklaşımla açıklanmaktadır. Bilim insanları, akademisyenler, mühendisler, modern toplumun liderleri olan kültürel figürler, şairler, yazarlar, mimarlar, ressamlar, analistler, oyuncular, akıllar ve uzman görüşü bildiren kişiler süper yaratıcıları oluşturmaktadır. Teknoloji, finans, yöneticiler, sağlık profesyonelleri, yoğun endüstrilerde çalışanlar ise diğer yaratıcı sınıfı oluşturmaktadır. Süper yaratıcılar merkezi yaratıcı işlerin en üst düzeyini oluşturmakta, farklı bakış açıları ve stratejiler geliştirerek birçok alanda fikir üretebilir ve bu işlerden para kazanabilirler. Diğer yaratıcı sınıf ise üst düzey eğitim almış, problem çözme yetenekleri yüksek olan kişilerdir. Bunlar farklı yaklaşımlar geliştirerek farklı konulara radikal kararlar dâhilinde standartların dışında çözümler getirebilen kişilerdir (Florida, 2012). Yaratıcı endüstriler İngiliz Kültür Medya ve Spor Müdürlüğü (DCMS) (2001)’ne göre bireysel açıdan yaratıcılığı ve yeteneği barındırıp fikri mülkiyete dayalı olarak istihdamı ve refahı yaratan endüstriler olarak ifade edilmektedir. Yaratıcı endüstri kavramı ise, kültür endüstrisi kavramının dışında ekonomik, akademik ve siyasi alanda yeni sanatsal öğeleri kapsadığından ticari olan aktiviteleri yüksek olan sanatları da içine alan çok daha geniş bir alanı ifade etmektedir (Demir, 2014). Dolayısıyla yaratıcı endüstrilerin odak noktası yaratıcı şehirlerdir. Yaratıcı şehirler sahip oldukları yaratıcı sınıf ve yaratıcı potansiyel sayesinde ekonomik kalkınmanın yeni lokomotifleri olarak ifade edilmektedir (Memişoğlu ve Kalağan, 2017). Şehirlerin özgün kimliklerinin, yeteneklerinin ortaya çıkarılıp korunması ve yaratıcılık potansiyellerinin kullanılabilmesi ile yaşanan sosyal, fiziksel ve kültürel erozyon önlenebilecektir. Kendini yaşadığı şehre ait hisseden bireyler artacak, şehirlerin yaratıcı sınıf için bir çekim merkezi olması ve yaratıcı ekonominin gelişmesi sağlanacaktır. Ayrıca kentsel dönüşüm süreci dâhilinde birbirine benzeyen şehirlerin ve yapıların ortaya çıktığı süreçte, bunun önlenmesi sayesinde, kültür miraslarının da yeni nesillere aktarılıp yaşatılması sağlanacaktır (URL-1).

Yaratıcı sektör ise kavram olarak bilgi odaklı yaratıcı faaliyetlerle, teknolojiyi, yetenekleri veya becerileri kullanıp, kültürel ürünler, yaratıcı içerik ve deneyimler oluşturarak üreticiler ile tüketiciler arasında bağ kurulmasını sağlamaktır (OECD, 2014). Yaratıcı sektörlerdeki bu istihdam artışının ve katma değer üretiminin sağlanması ile kalkınmanın hızlandırılması için etkili olabilmesi yaratıcı sektörlerin işletme, iktisat, kamu yönetimi, şehir planlamacılığı ve coğrafya gibi çeşitli bilim dallarında incelenen bir konu haline gelmesine sebebiyet vermiştir

(Seçilmiş, 2015). Higgs vd., (2008)'nin çalışmasında İngiltere'de tüm sektörlerin sıralandığı "Standart Sektörler Sınıflandırması" da yaratıcı ekonomiye konu olabilecek faaliyetler; mücevher ve buna benzer eşyaların üretimi, reklamcılık, sinema ve video etkinlikleri, mühendislik ve mimarlıkla ilgili teknik danışmanlık, kültür ve sporla ilgili faaliyetler, rekreasyon, haber ajansları, radyo ve televizyon etkinlikleri, kütüphane, arşivler, yayıncılık, müzeler ve kültürel faaliyetler olarak sınıflandırılmıştır.

21. yüzyıl şehirlerin yüzyılıdır. Gelişmiş ülkelerde, şehirlerde yaşayan insan sayısı ülke nüfusunun yarısını geçmiş % 75-80 düzeylerine ulaşmıştır. Bu durum da şehirlerin yaşanabilecek cazip yerler haline getirilmesi gerektiği inancını ortaya çıkarmaktadır. Çünkü şehirlerin en önemli kaynakları bu mekânlarda yaşayan insanlardır. İki yüzyıl önce kentsel nüfus oranı yalnızca %3 iken, günümüzde 3,5 milyarın üzerindeki insan, dünya nüfusunun kabaca yarısı kentsel alanlarda yaşamaktadır. Önümüzdeki bir kaç yüzyıl içinde dünyanın kentsel nüfusunun küresel toplam 12 milyar olacağı öngörülmektedir. Bu kentlilerin 8,6 milyar kadarı gelişmekte olan dünyanın şehirlerinde yaşarken, yalnızca yaklaşık 1,2 milyarının gelişmiş ülkelerin şehirlerinde oturacakları düşünülmektedir (Fuller ve Romer, 2013). Türkiye'de de 2021 31 Aralık itibarıyla belde ve köylerde yaşayanların oranı %6,8 iken il ve ilçe merkezlerinde yaşayanların oranı %93,2 olmuş, şehirlerde yaşayanların sayısı bariz bir şekilde artış göstermiştir. Yine Türkiye'de ortanca yaş 33,1'e yükselmiş, 15-64 yaş grubundaki çalışma çağı nüfusun oranı %67,9, nüfus yoğunluğu ise 110 kişi olmuştur (URL-16).

Yaratıcı şehir kavramı; yaratıcı bir ekonomi olarak yaratıcı şehir, sanat ve kültür altyapısı olarak yaratıcı şehir, yaratıcılık kültürünü teşvik eden bir birim olarak yaratıcı şehir ve güçlü bir yaratıcı sınıf anlamında yaratıcı şehir olarak dört başlıkta ele alınmaktadır (UNCTAD, 2008). Dolayısıyla yaratıcı ekonomi ve yaratıcı işler ülke ekonomileri için oldukça önemlidir. Çünkü bu şehirler gelecekte otomasyona karşı daha dirençlidirler. 2014'de İngiltere'de 11 işten biri (%8,8) yaratıcı ekonomide yer alırken, 17 sektörden 1'i ise yaratıcı sektör olarak ifade edilmiştir (Nomis, 2015). Ayrıca 2030'a kadar 1 milyon yeni yaratıcı işin İngiltere ekonomisi için gerekli olduğu raporlanmıştır. Yaratıcılık ve robotlar karşılaştırmasında, yaratıcılığın bilgisayar sistemlerine uyarlanmasının daha zor olduğu ve yüksek düzeyde yaratıcı işlerin %87'sinin otomasyon riskinin düşük düzeyde veya risk altında olmadığı savunulmaktadır (Bakhshi ve Windsori, 2015). Howkins'in "Yaratıcı ekonomi: İnsanlar fikirlerden nasıl para kazanırlar" isimli çalışmasında yaratıcı ekonominin fikirleri paraya dönüştürmeye dayandığı ifade edilmektedir (Howkins, 2013). Böylece yaratıcı potansiyele sahip olan şehirlerin ortaya çıkması ve kentsel ekonomi için değer yaratması sağlanabilecektir. Bunlara 2004'de faaliyete giren 3G mobil internet hizmetleri, 2001'de piyasaya sürülen ipod, 2005'de kurulan youtube ve 2004'da kurulan facebook örnek olarak verilebilir (NESTA, 2013). UNESCO'nun Yaratıcı Şehirler Ağı'da şehirlerin yaratıcılık potansiyellerinin ortaya çıkarılabilmesi için önem taşımaktadır. Ulusal, yerel kamu politikalarıyla sürece sahip çıkılıp şehir genelinde bilinç oluşturulması, süreçle ilgili aktörlerin katılımının sağlanması ile başarı sağlanabilecektir. Bu çalışmaların yaratıcı şehirle sonuçlanması için kamu politikalarıyla desteklenmeleri önem taşımaktadır (Memişoğlu & Kalağan, 2017). Ülkelerin farklı kültürel temalar altında birleşen şehirlerinin kültürel çeşitlilikleri ile birliktelik içerisinde çalışıp projeler üretilmesi amacıyla 2004 'de UNESCO tarafından Yaratıcı Şehirler Ağı (UNESCO Creative Cities Network-UCCN) oluşturulmuştur. Bu Ağ'da tasarım, edebiyat, sinema/film, medya sanatları, gastronomi, müzik, zanaat ve halk sanatları olarak yedi tematik alan bulunmaktadır. Dünya'da 2021 itibarıyla 295 şehir Yaratıcı Şehirler Ağı'na üyedir. Türkiye'nin 2023 hedeflerinde yaratıcı şehirlerin oluşturulması yer almakla birlikte Türkiye'den Ağ'a 2015'te ilk katılan şehir gastronomi temasıyla Gaziantep olmuştur. İstanbul, Hatay, Kütahya, Kırşehir, Afyonkarahisar ve Bursa'nın Ağ'a katılımı sağlanmıştır. Böylece Türkiye'den toplam yedi şehir Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil olmuştur (URL-17).

Türkiye'nin 2023 hedefleri olarak Onuncu Kalkınma Planında çok boyutlu, insan odaklı ve bütüncül kalkınma yaklaşımı üzerinde durularak nitelikli ve güçlü bir toplum oluşturulması adına beşerî sermayenin güçlendirilmesi, yüksek yetenek beceri ve bilgi sahibi bireylerin yetişmesi önemsenmiştir. Yenilikçilik olarak ise üretimde yapısal dönüşüme ve refah artışına yönelik hedef ve politikalar belirtilmiştir. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ve Avrupa Birliği (AB) ortalamalarına göre nüfusun eğitim düzeyinin artırılması gerektiği ifade edilmiştir (Onuncu Kalkınma Planı, 2013). Bu bağlamda Türkiye'de toplamda 131 devlet ve 78 vakıf olmak üzere 209 üniversite bulunmaktadır (URL-15). Yine Planda üniversiteler ve kamu kurum kuruluşlarının bünyesinde yer alan araştırma merkezlerinin özel sektörle iş birliğinde olması ve etkin bir şekilde yönetilen sürdürülebilir yapılara dönüştürülmesi amaçlanmıştır. Dolayısıyla bu durum Florida'nın 3T modelindeki teknoloji bağlamını göstermektedir. Zaten Türkiye'de yer alan üniversite araştırma merkezleri de bu konularda çalışmalar yapmaktadır. Yine Onuncu Kalkınma Planında kültürel zenginliklerin korunması, kültürel ve sanatsal alandaki faaliyetlerinin yaygınlaştırılması önemli amaçlar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda toplumsal dayanışmanın artırılması için hoşgörü ortamını sağlayacak politikalar amaçlanmıştır. Kültürel değerler ile geleneksel sanatların yaşatılması için destekler sağlanacağı ve şehirlerin tarihi bölgelerinin bir bütün olarak korunarak, kültürel ve sanatsal merkezler haline getirilmesi hedeflenmiştir (Onuncu Kalkınma Planı, 2013). Bu bağlamda bu politikaların temelinde Türkiye'nin 2023 hedeflerindeki yaratıcı şehirlerin oluşturulmasının planlandığını gösterdiği düşünülmektedir. On Birinci Kalkınma Planı'nda da kültür endüstrileri temelli çalışmalara destek verilmesi, yerel yönetimlerin bu konulara öncelik vermesi gerektiği ifadeleri yer almaktadır. UNESCO Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması

ve Geliştirilmesi Sözleşmesi de gözetilerek telif haklarına dayalı kültür endüstrilerine yönelik projelerin destekleneceği, yerel ve toplumsal kalkınmayı sağlamak amacıyla yaratıcı aktörler ile girişimcilerin korunması, yaratıcılığın teşvik edilmesi, kültür endüstrileri temelli çalışmaların desteklenmesi, yetenekli insanların yetiştirilip, yaratıcı sınıfın oluşturulması önem taşımaktadır (SBB, 2019).

Türkiye'nin 2023 hedefleri için Onuncu Kalkınma Planı dâhilinde yapılmak istenen hedeflerin hem yaratıcılık hem de yaratıcı endüstrilerle uyumlu olduğu düşünülmektedir. Bu planda ilk kez kentsel dönüşüm projelerine, yaratıcı endüstrilere, yaratıcı ekonomiye, yenilikçi ve katma değer yaratan sektörlerle öncelik verileceği ifade edilmiştir. Böylece yaratıcı şehirler, kültürel sektörler, dijital oyun sektörü, Türk sineması ve fikri mülkiyet hakları gibi yaratıcı sektör aktörleri politikalarda yer almaya başlamıştır (Onuncu Kalkınma Planı, 2013). On birinci Kalkınma Planında da kültürün önemi belirtilmiş, fakat kültürel ve yaratıcı sektörlerin ekonomik kalkınmadaki rolünü daha ileriye taşıyacak herhangi bir politika önerisine yer verilmemiştir. Dolayısıyla Türkiye'de yaratıcı ekonominin ülke politikalarında kendine daha çok yer bulması gerekmektedir. Onuncu Kalkınma Planı'nda kentsel dönüşüm projelerinde yenilikçi ve katma değer yaratan sektörlerle, yaratıcı endüstriler ile yüksek teknoloji ve çevreye duyarlı üretimi destekleyen uygulamalara öncelik verilmesinin gerekliliği belirtilmiştir. Ayrıca şehirlerin cazibesinin artırılması, Büyükşehirlerde sosyal uyumun güçlendirilmesi, tarihî ve kültürel değer taşıyan şehir merkezlerinin canlandırılması gibi amaçlar belirlenmiştir (Onuncu Kalkınma Planı, 2013). Birleşmiş Milletler'in "Yaratıcı Ekonomi Görünüşü ve Ülke Profilleri Raporu"nda Türkiye'nin Çin Halk Cumhuriyeti, Malezya, Arjantin, Meksika ve Güney Kore ile birlikte dünyanın en çok kültür ve yaratıcı endüstrilerine ait mal veya hizmetlerin ihracatını gerçekleştiren ülkeler arasında olduğu belirtilmiştir. Raporla 2012'den itibaren, Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştiren 18. ülke olduğu belirtilmektedir (URL-12). Avrupa Birliği Yaratıcı Şehirler Ağı projesi içerisinde Türkiye'den İstanbul'un Almanya ve Macaristan'daki şehirlerle birlikte Avrupa Kültür Başkenti unvanını alması da ülkenin gelişmişlik düzeyi için büyük etkiye sahip olmuştur (Kaymas, 2019). Türkiye'de yaratıcı endüstri kümeleri İstanbul ve Ankara'da yoğunlaşmış olmakla birlikte, yaratıcı endüstrilerdeki istihdam toplam istihdamın yalnızca %2'sini oluşturmaktadır. Dolayısıyla yaratıcı endüstrilerin potansiyelinin yüksek olduğu düşünülen Türkiye'de bu oranın çok düşük olarak gerçekleştiği ve sektörün yaratıcı kültürel endüstrilerin henüz istenilen düzeye ulaşmadığı, ekonomik katkılardan yeterince yararlanmadığı görülmektedir (Lazzeretti vd., 2014). Yine Türkiye'de yaratıcı ve kültürel endüstrilerdeki istihdam toplam istihdamın %2,46'sını oluşturmakta ve son dönemlerde bu alandaki girişimci sayısının %44 oranında arttığı görülmektedir (Demir, 2018). Türkiye'nin küresel ölçekte sektörde önemli bir konuma sahip olmasına rağmen sektöre ait kapsamlı bir ülke politikasının bulunmadığı düşünülmektedir (Kaymas, 2020).

Yaratıcılık ulusal ve bölgesel düzeydeki ekonomik büyüme ve gelişmede önemli bir itici güçtür (UNCTAD, 2018). Hatta günümüzde küresel dünyanın yeni para birimi olarak değerlendirilmektedir. Eskiden teknolojilerin kullanımının öğrenilmesi önemli iken, şimdi kişisel ve toplumsal anlamda başarılı olmanın en önemli anahtarı yeni fikirler üretmek olmuştur. Dolayısıyla yaratıcı ekonomiler ülkelerin politik gündemlerinde yer alarak yaratıcılık düzeylerini belirlemek için yaratıcılık endeksleri oluşturmaya başlamıştır. Önemli yaratıcılık endekslerinden biri Richard Florida tarafından geliştirilmiştir. Bu "Yaratıcı Sermaye Teorisi" insan, sosyal ve kültürel sermayeden türetilen kavramsal çerçeveler dâhil olmak üzere çeşitli teorik temeller üzerine kurulmuştur. Yaratıcılığın önemi konusunda artan farkındalık ile yaratıcılığı değerlendirmek için kullanılacak göstergelere de böylece talep artmıştır. Bu nedenle son yıllarda birçok farklı yaratıcılık endeksleri de geliştirilmektedir. Kanada Rotman İşletme Okulu'na bağlı olan Martin Refah Enstitüsünün 2015'de yayınladığı Küresel Yaratıcılık Endeksi de bunlardan birisidir. Bu endekste Türkiye Hoşgöründe 123'üncü Yetenekte 53'üncü Teknoloji/İnovasyonda 58'inci ve genel hesaplamada 139 ülke arasında 88'inci sırada yer almıştır (Florida vd., 2015). Bu durum da Türkiye'nin kaynaklarını yeterince kullanmadığını göstermesi bakımından önem taşımaktadır. Türkiye küresel anlamda yaratıcı ekonomide dış ticaret payını artırmaktadır. Dünyada tekstil sektörünün kalite ve ürün çeşitliliği yönünden yakaladığı başarısını ve gastronomi alanındaki kültürel zenginliği ile ilk yirmi ülke arasında olup, en büyük on yaratıcı ürün ihracatçısından biri olmuştur (UNCTAD, 2018). Türkiye'de tüm olumsuz unsurlara rağmen yaratıcı ekonominin büyüme potansiyeline sahip olduğu ifade edilebilir. Türkiye Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı (TAVAK) 2014'de kültür ekonomisinin spor ve gastronomi faaliyetlerini de içine alan büyüklüğünün yaklaşık 57 milyar \$ olduğunu, 2015'te ise 47,64 milyar \$'a yükseldiğini, kültür ekonomisinin GSYH'deki payının da %6,4 olduğunu belirtmiştir (TAVAK, 2017). Seçilmiş (2015)'in çalışmasında Türkiye'de yaratıcı endüstrilerin kümelenme yoğunlaşma oranı LQ analizi sonuçlarına göre İstanbul, Ankara, Van ve İzmir yoğunlaşmanın en yüksek olduğu iller olarak belirtilmiştir. Esen & Atay (2020) ekonomik büyümenin 3T'si olan teknoloji, tolerans ve yetenek belirleyicilerine göre yapılan çalışmada üç alt endeksin bir araya getirilip oluşturulan yaratıcı endeksine göre Ankara ve Kocaeli (0,963) birinci olurken, onları Eskişehir (0,938), İstanbul (0,926) ve İzmir (0,905) takip etmektedir. Yetenekte Ankara (1,00), İstanbul (0,975) ve İzmir (0,932); Teknolojide Kocaeli (0,984), Ankara (0,914) ve Eskişehir (0,893) ilk sıralarda görülürken, Tolerans endeksinde ise Tekirdağ (0,018), Gümüşhane (0,015) ve Antalya (0,012) yer almaktadır (Ekinci Hamamcı, 2020). Yine on sekiz meslek örgütü fikri ve sınai mülkiyete ait yaratıcı endüstrileri bir araya getirmek için İstanbul'da Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği (YEKON) yaratıcı ekonomi çalışmaları atölyesi (2014) kurulmuştur. Yayımlanan raporda Türkiye ve İstanbul yaratıcı ekonomi

reklamcılık, müzik, film, yayın ve halkla ilişkiler alanında incelenmiş, fiziksel altyapı, yetkinlik, bilinç ve farkındalık, finansal destek ve veri eksikliği sorunlarının olduğu belirlenmiş, yaratıcı endüstri merkezlerinin oluşturulmasının gerekli olduğu belirtilmiştir (YEKON,2014). Türkiye Kalkınma Ajansı tarafından ise İstanbul Bölge Planında 2014-2023 İstanbul açısından uluslararası rekabet gücünü artırmak için yaratıcı ekonominin önem taşıdığı ifade edilmiştir (İSTKA, 2014). Yine UNCTAD (2018)'in çalışmasında Türkiye'nin yaratıcı ürün ihracatında gelişmekte olan ülkeler arasında ilk on ülkeden biri olduğu, önemli ölçüde büyüme potansiyeline sahip olup toplam yaratıcı ürün ihracatının 3,3 milyar \$'dan 9,9 milyar \$'a ulaştığı belirtilmiştir. Hatta İtalya dışında yaratıcı ürün ticaretinde diğer ticari ortakları karşısında Türkiye ticari açık vermemiş, ürünleri Avrupa dışında Asya ülkeleri ve ABD'ye ihraç etmiştir. Bu durum Türkiye'nin yaratıcı endüstride RTA, RCA ve RC gibi endekslere göre uluslararası rekabet gücüne sahip olduğunu ve 2010 sonrası bu gücü daha da arttırdığını göstermektedir. Pandemi süreci tüm Dünya ülkelerini etkilediği gibi Türkiye'yi de etkilemiş, özellikle ekonomik anlamda girdi sağlayamamasına sebebiyet vermiştir. Türkiye yaratıcı endüstride güçlü bir pazara, rekabet potansiyeline, araştırma merkezlerine, bilgi iletişim teknoloji altyapılarına sahiptir. Genç ve dinamik insan gücünü de barındırmaktadır. Bu potansiyelini yalnızca tasarım ve el sanatları gibi geleneksel ürünlerle sınırlandırmadan, farklı kategorilere de taşıması gerekmektedir. Sektörün stratejik önemini değerlendirip, kapsamlı iktisadi politikalar üretilmelidir. Yaratıcı endüstrideki rekabet edebilirlik artırılıp, ayrıntılı iktisadi sınıflandırma yapılmalı, kayıt dışı ekonominin önüne geçilmesi sağlanmalıdır (Ekinci Hamamcı, 2020). Gelişmekte olan bölgeler ve şehirlerde yaratıcılığı üretim ve tüketim etkinliklerinin bir parçası yapmak büyük önem taşımaktadır. Böylece sınırlar ortadan kaldırılıp, şehirlerin birbirleri ile iletişim kurmaları ve birbirleri ile yarışmaları sağlanacak, hatta bazı şehirler marka olarak güç odağı haline gelip kendini yaratma imkânı bulabilecektir.

2. LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ

Son yıllarda Türkiye'de de yaratıcılık, yaratıcı sermaye, yaratıcı ekonomi üzerine çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Şen (2022)'in küresel yaratıcılık endeksi ile Türkiye'nin şehirlerinin yaratıcılığının ölçülüp, sonuçların değerlendirildiği yaratıcı sınıf endüstrileri sınıflandırması çalışmasında Florida vd., (2008) tarafından geliştirilen "Küresel Yaratıcılık Endeksi" kullanılmıştır. Yapılan çalışmada Türkiye 'deki illerinin yaratıcılık düzeyi hesaplanmıştır. Sonuçlar mekânsal bir odakla değerlendirilmiştir. Bu endekse göre Türkiye'nin en yaratıcı ili Kocaeli'dir. Kocaeli'yi Ankara ve Isparta takip etmektedir. Yaratıcılık değeri en düşük iller Hakkâri, Şırnak ve Mardin'dir. Kocaeli (0,855967078) en yüksek, Hakkâri (0,069958848) ise en düşük yaratıcılık endeks değerine sahiptir. Türkiye'de yaratıcı şehirler adına önemli adımlar atılmasına rağmen daha organize bir üst yapının koordinasyonunda, çok daha hızlı bir yol alınabilecek olduğu düşünülmektedir (Şen, 2022). Lazzeretti vd., (2014) tarafından yaratıcı ekonominin rolü, inovasyon ve ekonomik büyümenin çerçevesi üzerinden hareketle Türkiye'deki yaratıcı ve kültürel sektörlerin yapısı araştırılmıştır. Seçilmiş (2015) Türkiye'deki tüm illeri kapsayan yaratıcı endüstrilerin kümelenmesine odaklanan ekonomik coğrafya perspektifi çalışmasında yaratıcı endüstrilerin daha çok büyük kentlerde kümelenmiş olduğu varsayımının Türkiye için geçerli olmadığını belirlemiştir. Esen & Atay (2020)'in Türkiye'nin yaratıcı şehirlerini belirledikleri ampirik çalışmasında şehirlerin yaratıcılık potansiyelinin gelişimi sayesinde ülke kalkınmasına katkıda bulunulacağı ifade edilmiştir. Doğrul vd., (2016)Türkiye'de beşeri sermaye ile bölgesel ekonomik kalkınma arasındaki ilişkileri incelediği çalışmasında, Florida'nın bölgesel ekonomik kalkınmayı destekleyen yüksek yaratıcılık teorisini onaylayan analizler elde edilmiştir. Yüksek teknoloji değişkeni, Ar-Ge ve İnovasyon değişkeni Teknoloji bileşenlerini oluştururken, beşeri sermaye ve yaratıcı sınıf Yetenek bileşenini, kendini ifade etme, mozaik ve göçmen değişkeni ise Tolerans bileşenini meydana getirmektedir. Türkiye beşeri sermayeyi oluşturan genç nüfusu, kültürel çeşitliliği ve yaratıcı şehirleri nedeniyle önemli girdilere sahiptir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde yaratıcı sınıfın niteliklerini artırmak, yaratıcı şehirleri oluşturabilmek adına değerlendirmelerin yapılması önem taşımaktadır (Şen, 2022). Günümüz şehirlerinin dijital yaratıcılık, yerleşme ekonomileri ve inovasyonu desteklediği gibi kentleşme ekonomileri de inovasyon açısından önemli bir unsur olmuştur. Türkiye'nin yaratıcı ekosistemi de yaratıcı endüstriler içinde dönüşen kültüre dayalı olarak girişimciliği, yeniden düşünmeyi, yaratıcı sınıf ve mekân arasında bağ kurulması adına önemli ve değerlidir (Kaymas, 2020). Çetindamar ve Günsel (2012)'in şehirlerin yaratıcılık potansiyelini değerlendirmek için geliştirdikleri endeks ile İstanbul ve dokuz küresel şehir karşılaştırılarak, İstanbul'un büyüyen bir inovasyon ortamına sahip olduğu, lakin Ar-Ge altyapısı, teknik destek ve yükseköğretime yapılan yatırımların ise hala yetersiz olduğu belirtilmiştir. Literatürde yaratıcı şehirler üzerine yapılan çalışmalar yaratıcı şehirlerin kültürel ve beşeri sermaye odaklı gelişimine ve statüsüne odaklananlar ile daha geniş tabanlı olan ekonomik coğrafyaya dayalı büyüme ve kalkınmaya odaklanan çalışmalar olarak sınıflandırılabilir. Bu durumda yaratıcı sınıfa ya da yaratıcı şehirlere odaklanan çalışmaların daha çok teorik ve ampirik olduğu görülmektedir (Şen, 2022).

Çalışma Kahramanmaraş'ın kalkınması için gerekli olan yaratıcı aktörler ve sınıflarına dikkat çekilmesi açısından önem taşımaktadır. Yaratıcı şehir, yüksek teknoloji endüstrilere sahip, yaratıcı mesleklerde çalışan, eğitim düzeyi yüksek olan, farklılıklara hoşgörülü yaklaşan, yaratıcı sınıfı kendine çeken insanların bulunduğu mekânlardır. Yaratıcı şehirlerin temelinde, gelişme ve büyümenin öncüsü olan yaratıcılık olduğu için, gelişmesi gelecekteki ekonomilerinin gücü ile ilişkilidir. Bu bağlamda çalışmanın amacı Kahramanmaraş'ın yaratıcı bir çekim merkezi

olabilmesi adına bölgedeki yaratıcı aktörlerin kültürel açıdan potansiyellerini ortaya koyabilmek olmuştur. Çalışma, şehirlerin önemi ve geleneksel fonksiyonların şehrin gelişimdeki rolünden, şehirlerin yaratıcılık işlevlerinden bahsedilen "Giriş" bölümüyle başlamaktadır. İkinci bölümde ise konuyla ilgili daha önce yapılan çalışmalar incelenmekte ve bu çalışmanın literatürdeki yeri ve yeniliği zikredilmektedir. Çalışmada kullanılan veri ve yöntemin ayrıntılı olarak açıklandığı üçüncü bölümü, elde edilen bulguların yer aldığı "Bulgular" kısmı takip etmektedir. Son bölümde çalışmadan elde edilen sonuçlar verilmiştir.

3. MATERYAL METOT

Çalışma Kahramanmaraş'ın yaratıcı aktörlerini ortaya koyup gelecekte sürdürülebilir bir şehir çehresi kazanması ve diğer şehirlerle olan pozitif farklılıkların ortaya konup farkındalık yaratılması amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla yaratıcılığın ekonomik kalkınmanın bölgesel ve şehrsel başarısını analiz eden Richard Florida (2002) tarafından ortaya atılmış olan Teknoloji, Yetenek ve Hoşgörünün önemli kriterler olduğu 3T (Talent, Technology, Tolerance) modelinin üzerinden hareket edilmiştir. Kahramanmaraş'ın büyümesinin yaratıcı kişiler (Yetenek) tarafından desteklenip, kültürel çeşitliliğin oluşması, bu kişilerin yeni fikirlere açık yerleri tercih edeceği (Hoşgörü) ve kültürel sermaye ile bu sürecin yeni ürünleri (Teknoloji) ortaya çıkarabileceği savıyla çalışma yapılmıştır.

Çalışmada geniş bir literatür taraması yapılmış, yörenin kamu kurum ve kuruluşları ve şehrin önde gelenleri ile birebir görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu, yerel gazete haberleri, ilgili web ile çalışma raporları incelenmiştir. Çalışmada var olan durumu ortaya koyabilmek için betimsel tarama yöntemi kullanılmıştır. (Karasar, 2020). ArcGIS 10.5 yazılımı kullanılıp CBS veri tabanına aktararak 1/100.000 ölçekli lokasyon haritası üretilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler birbiriyle bağlantılı bir şekilde düzenlenmiş, fotoğraflarla desteklenmiştir. Çalışmanın kendine özgü coğrafi bir perspektifle yorumlanmış olmasının önceki literatüre ve gelecekteki çalışmalara katkı sağlayacağı, Kahramanmaraş'taki yaratıcı aktörlere karşı farkındalık oluşturacağı düşünülmektedir.

4. BULGULAR

Kahramanmaraş, Türkiye'nin güneyinde, Akdeniz Bölgesinin Adana bölümünde yer almaktadır. Coğrafi konumunun etkisi ile iki farklı iklim tipi arasında bulunmaktadır. İlin güneyinde Akdeniz iklimi, kuzeyinde ise karasal iklim görülmektedir. Buna bağlı olarak da İl, İran-Turan, Avrupa-Sibirya ve Akdeniz fitocoğrafik bölgeleri arasındadır. Morfolojik yapısı ve iklim özellikleri nedeniyle su kaynakları bakımından oldukça zengin, ekonomik değeri yüksek olan ürünlerin yoğun olarak yetiştirildiği bir mekândır. Ceyhan nehri ve kolları tarafından sulanan yörede tarım potansiyeli ilkçağlardan günümüze kadar gelişmiştir. İlde tahıl ürünleri ve endüstri bitkileri yoğun olarak yetiştirilmektedir. Fonksiyonel anlamda hem tarım, hem sanayi ve ticaret hem de Büyükşehir statüsünde olması vasfıyla hizmet sektörlerinde gelişim sürecinin sürekliliği sağlanmıştır. Kahramanmaraş fiziki ve beşerî coğrafya özellikleri nedeniyle turizm potansiyeli açısından da oldukça zengin bir yerleşim yeri konumunda 2023'ün marka kenti olma yolunda ilerlemektedir.



Şekil 1: Kahramanmaraş'ın Lokasyon Haritası

Tarihi bir şehir olarak çok eski kültür, medeniyet, toplum ve devletlere beşiklik etmiş bir yerleşim yeridir. Hititler, Asurlar, Makedonyalılar, Romalılar, Bizanslılar, Araplar, Selçuklular ve Osmanlılara ev sahipliği yapmıştır. Madalyalı şehirlerden biri olmasının yanında Kurtuluş Savaşı sırasında yerel halkın gösterdiği direniş nedeniyle 07. 02. 1973' de TBMM tarafından "Kahraman" unvanı almıştır. Kahramanmaraş iki adet merkezde olmak üzere on bir ilçeye sahiptir. Nüfusu her yıl düzenli olarak artış göstermektedir. 2021 nüfusu 1.171.298'dir. %50,78 erkek, %49,22 kadındır. Genç nüfusu yüksek orandadır. Kahramanmaraş'ın Türkiye Gayri Safi Yurtiçi Hasılası'ndaki payı ortalama % 0.83'dür. GSYİH'den alınan pay sıralamasında 81 il arasından 24. sıradadır. Okuryazarlık oranı artış eğiliminde olup %95.12'ye yükselmiştir. Nüfus yoğunluğu 81'dir İl'de 19 sağlık kurumu olup, vergi gelirleri sıralamasında ise Türkiye'de 28. İl konumundadır (URL-16). 1984'de Kahramanmaraş'ta üretime ve ihracata yönelik geliştirilen

teşvik politikaları uygulanmaya geçmiş, ticaret ve sanayileşme süreci özellikle daha çok tekstil sektörü alanında hız kazanmıştır. Ayrıca yöresel el sanatlarının uzantısı olarak çelik mutfak eşyaları sektörü de sanayileşmede önem taşımaktadır. Türkiye’de en büyük 1000 sanayi kuruluşu bakımından ilk 8 şehir arasında bulunmaktadır. Kahramanmaraş Sütçü İmam ve İstiklal Üniversiteleri, şehir hastanesi, tekstil, metal eşya, mutfak eşyaları, kâğıt ve çimento sanayi, elektrik üretimi sektörlerinde büyük ölçekli yatırımlarla Türkiye’nin önemli şehirleri arasında bulunmaktadır (Fotoğraf 1).



Fotoğraf 1. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinin Etkinlikleri

Müzeler, şehir odaklı olarak yaratıcılığın üretildiği yaratıcılık faaliyetlerinin merkezleri, geleneksel ve yerel bilginin korunduğu yaşatıldığı, canlandırıldığı kültürel yaratıcı mekânlar olarak önem taşımaktadır (Özdemir, 2020). Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013)’nda da tarihi ve kültürel mekânların korunması, şehir müzelerinin kurulmasına destek sağlanması gibi kültür programları yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Kahramanmaraş’ta Kahramanmaraş Müzesi, Tematik Mutfak Müzesi, Kurtuluş Destanı Müzesi, Dondurma Müzesi, Elbistan Müzesi, Dijital Kurtuluş Müzesi, Eğitim Tarihi Müzesi, Kültürel Miras Müzesi, Etnoğrafya Müzesi önemli müzeler arasında yer almaktadır. Kahramanmaraş Dulkadiroğlu Tematik Uygulamalı Mutfak Müzesinde ziyaretçilerin yöresel lezzetleri tatmalarına imkân sağlayan etkinlikler düzenlenmektedir. Kahramanmaraş’ta dijital donanımlara sahip olan Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi ise şehrin edebiyat anlamında en önemli müzeleri arasındadır. Bu müze aralarında bağı olan yedi yazara ait olan eserlerin bulunduğu bir müzedir. Müzede “Maraş ekolü” olarak isimlendirilen Nuri Pakdil, Mehmet Akif İnan, Alaeddin Özdenören, Erdem Beyazıt, Ali Kutluay, Rasim Özdenören ve Cahit Zarifoğlu’nun eserleri bulunmaktadır Müzede canlandırmalar, dijital sunumlar, video filmler, görsel panolar, görsel malzemeler, sesli anlatımlar, interaktif panolar aracılığıyla ziyaretçilere Maraş’ın edebiyat tarihi hakkında bilgiler verilmektedir (URL-9; Fotoğraf 2).

Yerel aktörler UNESCO tarafından geleneksel bilgi ve deneyimleri ile yaşayan insan hazineleri olarak değerlendirilmektedir. Kahramanmaraş yüzlerce yıldır kültürün her alanında ortaya konulan eserlerle Türk kültürü ve dilinin gelişme coğrafyası olarak klasik Türk edebiyatından halk edebiyatına kadar her türde edebi ürünler vermiştir. Kahramanmaraş şiirin başkenti edebiyatın başkenti gibi unvanları ile zengin bir edebiyat dünyasına sahiptir (Gedik,2020). Dolayısıyla Necip Fazıl Kısakürek’ten Yedi Güzel Adam’a, Abdürrahim Karakoç’tan Aşık Mahsuniye kadar yüzlerce insan hazinesi yetiştirmiştir. Erdem Beyazıt, Abdürrahim Karakoç’un şiirlerinde, Nuri Pakdil ve Rasim Özdenören’in kitaplarında olduğu gibi birçok edebi eser şehirde zihnin, ufkun açılmasını, bölge ülke dünya coğrafyalarında yaşananları algılayabilme şansını vermiştir. Bu değerler UNESCO tarafından yaşayan insan hazinelerine dâhil olması gereken yaratıcı kültürel aktörlerdir. Kahramanmaraş Türkiye’de Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı’na edebiyat teması ile başvuran ilk ve tek şehirdir. Şehirlerin ruhunu orada yaşayan kişilerin oluşturacağı düşüncesiyle manevi anlamda edebiyat Kahramanmaraş’ta yaşayan insanları bir arada tutma fonksiyonunu üstlenmiştir (Somuncu, 2020). Bu bağlamda Kahramanmaraş’ın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı edebiyat teması altında yaratıcı edebiyat şehri olması için çalışmalar yapılmış ve Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi tarafından UNESCO’ya başvuru gerçekleştirilmiştir. 2021’de başvuru kabul edilmemekle birlikte gelecek dönem için çalışmalar yerel yönetimler tarafından hızla sürdürülmektedir.



Fotoğraf 2. Ceviz Festivali, Yavşan Tabiat Parkı, KAFUM, Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi

Son yıllarda şehirlerin yeniden yapılandırılması gündemde olup, kentsel dönüşüm çalışmaları şehirler için bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Böylece bir taraftan kentin sosyal dokusunun korunması sürdürülmekte, sosyal faktörler anlamında eksiklikler giderilmekte, diğer taraftan da şehirlerin kalkınmasında rol oynaması beklenen yaratıcı ekonominin itici gücü olan ve yaratıcı sınıf için cazip, tercih edilir yaşam alanları ve kentsel mekânlar oluşturulabilmektedir (Memişoğlu & Kalağan,2017). Onuncu Kalkınma Planı'nda kentsel dönüşüm projelerinin desteklenmesi, yaratıcı endüstriler yüksek teknoloji ve çevre duyarlılığının artırılması, şehir merkezlerinin canlandırılması üzerine ifadeler yer almaktadır (Onuncu Kalkınma Planı 2013). Türkiye'de sağlıklı olan yapılaşma, eskiyen ve yıpranan yapı stoku, afet riskleri, hızlı nüfus artışı, değişen mekân tercihleriyle işlev ve değer kaybeden alanların oluşması, üretim ve hizmet alanlarının sıkışması gibi faktörler şehirlerde yapıların ve alanların dönüşüm ihtiyacını artırmıştır. 2005'de yeni Belediye Kanunuyla belediyelerin kentsel dönüşüm uygulamalarında yetkilendirilmesinin ardından, 2012'de Çevre ve Şehircilik Bakanlığı afet riskli alanlarda riskli yapıların tespiti ve bunların yenilenmesi adına çalışmalar yapmaya başlamıştır. 2013'de 19 İilde 46 farklı alanda 97.300 adet yapıyı içeren ve yaklaşık 610.000 kişinin yaşadığı 3.876 hektar alan dönüşüm alanı olarak belirlenmiştir. Kentsel dönüşümün planlanması ve uygulanmasında özellikle merkezi ve mahalli idarelerin teknik, mali ve idari kapasitelerinin hızlı ve yaygın şekilde güçlendirilmesi önem arz etmektedir. Planda kentsel dönüşüm projeleri yaratıcı endüstriler ile teknolojik ve çevreye duyarlı uygulamaların yapılmasının gerekliliği belirtilmiştir. (Onuncu Kalkınma Planı 2013). Kahramanmaraş'ta da kentsel dönüşüm projeleri son hızla devam etmektedir. Kahramanmaraş'ta ilk kentsel dönüşüm çalışmalarına 2013'te Onikişubat ilçesi Yusufkar (Tekke) Mahallesinin riskli alan ilan edilmesi ile başlanmıştır. Hacı Bayram Veli, Malik Ejder ve Gayberli mahalleleri riskli alan ilan edilmiştir. Kahramanmaraş genelinde kentsel dönüşüm projelerinin yapılması düşünülen alanlarda toplam 460.000 kişi yaşamaktadır. Riskli olarak ilan edilen bölgelerde başlanılan projelerin tamamlanma zorunluluğu vardır. Kentsel dönüşüm ve gelişim proje alanı ilan edilen bölgelerin ise bitirilme zorunluluğu yoktur. Kahramanmaraş genelinde 54 hektar olan riskli alan ilan edilmiştir.39 hektar alan içinde riskli alan talebinde bulunulmuştur. Kahramanmaraş'ta 376 hektarlık alan kentsel dönüşüm ve proje alanı ilan edilmiştir.2015 yılında riskli alan ilan edilip bitirilen proje ise Gayberli mahallesini kapsayan 18 hektarlık alan 2020'de tamamlanmış ve alanda 15 Temmuz millet bahçesi oluşturulmuştur (URL-9; Fotoğraf 3.).Yine diğer mahallelerde de kentsel dönüşüm çalışmaları devam etmektedir.

Yine Onuncu Kalkınma Planı (2013)'nın da toplumsal dayanışmanın artırılması için hoşgörü ortamını, toplumsal diyalogu ve ortak kültürü güçlendirici politika ve uygulamalara öncelik verileceği belirtilmiştir. Ayrıca kültürel değerlerin ve geleneksel sanatların yaşatılması adına desteklerin, uygulamaların yapıp, işitsel, görsel ve sahne sanatları gibi kültürel ve sanatsal faaliyetlerin geliştirilmesi amacıyla mahalli, sivil ve özel girişimlerin destekleneceği ifade edilmiştir. Bunların dışında tarihteki önemli kişiler, olaylar ve kültürel zenginlik öğelerinin dizi, belgesel ve çizgi filmler olarak sergileneneceği açıklanmıştır. Kahramanmaraş'ta da Yedi Güzel Adam olarak ifade edilen Cahit Zarifoğlu, Akif İnan, Erdem Bayazıt, Nuri Pakdil, Alaaddin Özdenören, Sezai Karakoç, Rasim Özdenören ve üstat olarak ifade edilen Necip Fazıl Kısakürek gibi şairlerin okul yıllarındaki arkadaşlıklarını konu alan TRT ve Kahramanmaraş Belediyesi'nin iş birliği ile 2014-2015 yıllarında 39 bölümlük yedi güzel adam dizisi çekilmiştir. Yine Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Büyükşehir Belediyesinin destekleriyle Faruk Nafiz Çamlıbel'in Han Duvarları şiirinin esin kaynağı olduğu "Kurgu ve Gerçek" (Maraşlı Şeyhoğlu) adıyla bir belgesel filmin çekimleri yapılmaktadır (URL-9). Ayrıca her yıl düzenli olarak Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi tarafından gerçekleştirilen Uluslararası Şiir ve Edebiyat günlerinde söyleşi, konser, panel, konferans, yazar ve okur buluşmaları gibi etkinlikler yapılmaktadır. Her yıl düzenli olarak Uluslararası Kitap ve Kültür Fuarı (KAFUM) düzenlenmekte ve yerel halkın şair ve yazarlarla buluşması sağlanmaktadır. Binlerce eserin yer aldığı fuarda 200'e yakın yayınevının ve 100-150 yazarın eserleri sergilenmektedir. Yitiksöz, Dolunay, Hamle, Dost, Çetem, Usare, Onikişubat, Alkış, Ede, Uzunluk, Yalnız Ardıç, Şor, Edik, Dil ve Edebiyat, Mevsimler, Evelahir gibi Kahramanmaraş merkezli edebiyat ve düşünce dergileri düzeni olarak yayınlanmaktadır. Edebiyat kıraathanesi, Kahramanmaraş akademi gibi birçok sanatsal faaliyet de aktif olarak sürdürülmektedir (Fotoğraf 2-5).

2013 ile 2019 yılları arası genel olarak Kahramanmaraş'ın ihracatı sürekli artmış, Türkiye'nin ihracatının üzerine çıkmıştır. 900 milyon dolar ile Kahramanmaraş, Türkiye'nin toplam ihracatından yaklaşık % 0.7oranında pay almıştır. Toplam ihracatının büyük kısmı tekstil ürünleri, metal eşya sanayi ve kâğıt ürünlerinden oluşmuştur. İthalatı da küresel gelişmelere bağlı olarak değişse de genel olarak artış eğiliminde olmuştur. 2019'da 1 milyar 134 milyon 298 bin dolar olmuştur. Türkiye'nin toplam ithalatı içerisindeki payı %0.5 olarak gerçekleşmiştir. Son yıllarda Kahramanmaraş'ın TL bazında tarım, sanayi ve hizmet sektörünün paylarının arttığı görülmektedir (Türkmen, 2019).

Kahramanmaraş Onikişubat İlçesinde EXPO 2023 doğa dostu şehir ve duyarlılık ana temasıyla iki milyondan fazla ziyaretçinin beklendiği bir organizasyon gerçekleştirilecektir. 23 Nisan -31 Ekim 2023 tarihleri arasında EXPO 2023 Mega Projenin Kahramanmaraş için yeni bir dönem başlatacağı, politika, kültür, sanat, doğa ve yaşam alanına değer kazandırırken, ekonomiyi, iletişimi güçlendirip, Kahramanmaraş'ın tanınmasını sağlayacağı düşünülmektedir. Proje rekreasyon alanından, EXPO alanına dönüştürülecek olan ilk olma özelliğini taşımaktadır. 747.000 m² rekreasyon alanının içerisinde Aquaparklar; 6.230 m² kelebek ve uğur böceği müzesi, 69.000 m² kristal lagün, nikâh sarayları, düğün salonları, 284 adet hobi evleri, bitkisel heykeller, kafe ve restoranlar, fitness kulüpleri, tenis kortları, konser

salonları ve kültür merkezi yer alacaktır. 220.000 m² yeşil alanda endemik bitki çeşitliliği; 35 türde 5.190 ağaç-ağaççık, 23 türde 34.146 çalı ve yer örtücü, 5 türde 21.434 otsu bitki ile toplamda 65 bine yakın bitki dikilecek ve yetiştirilecektir. (URL-14; Fotoğraf 5).

Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi'nin beş yıllık strateji raporunda vergi gelirlerinin 6.266.000 TL 'den artarak 2024'de 10.216.547,64 TL olması beklenmektedir. Vergi gelirlerinin yaklaşık %63 oranında artırılması, teşebbüs ve mülkiyet gelirlerinin plan başlangıcında 34.020.000 TL'den, 2024 sonunda 55.468.712,21 TL'ye yükselmesi, yaklaşık %63 oranında artması beklenmektedir. Yine 2020 yılı sonu itibarıyla tüm kalemler toplamının 800.000.000,00 TL'den 1.161.933.992,00 TL'ye çıkması, gelirlerde yaklaşık %45'lik bir artış olması planlanmıştır (URL-9).

Yükseköğretim ve üzeri eğitim yaratıcı sınıfa ait en önemli göstergelerden biridir. Çünkü üniversitelerin şehri dönüştürme güçleri bulunmaktadır. Üniversitelerin organize ettikleri kongreler, sempozyumlar, konferanslar özellikle yaratıcı sınıfın bu organizasyonların yapıldığı şehre gelip katılım sağlaması ile yaratıcı endüstrinin şehirde gelişmesi sağlanmış olacaktır. Dolayısıyla üniversiteler şehirler için büyük önem taşımaktadır. Kahramanmaraş'ta 1.409 okul-kurum, 10.944 derslik, 18.239 öğretmen, 286.277 öğrenci bulunmaktadır (URL-6). İl de iki adet devlet üniversitesi kurulmuştur. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi 1992'de 21281 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanan 3837 sayılı yasa ile eğitim-öğretime başlamıştır. 12 fakülte, 3 yüksekokul, 3 enstitü, 8 meslek yüksekokulu, Rektörlüğe bağlı 5 bölüm, 25 uygulama ve araştırma merkezi ile 1 uygulama ve araştırma hastanesi vardır. Avşar, Karacasu, Bahçelievler, Göksun Arslanbey, Afşin Mahzuni Şerif, Andırın, Türkoğlu, Pazarcık yerleşkeleri, uygulama oteli, 70 öğrenci topluluğu, akademik, sosyal, kültürel ve sportif faaliyetleri yapılmaktadır. Teknoloji ile donatılmış derslik ve modern laboratuvarlar, kafeteryalar, kablosuz internet ağı, KSÜ engelli öğrenci birimi çalışmaları, KASÜKAM kadın araştırma merkezleri ve Teknokent bulunmaktadır. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi tarafından şehir ile ilgili tarihi ve kültürel açıdan birçok etkinlik düzenlenmektedir. 2010'dan beri üniversitede yapılan 4500'den fazla lisansüstü tezlerin tamamı elektronik ortamda yayınlanmaktadır. Kahramanmaraş ansiklopedisi, e- dergilere, Ebrary ebook, Elsevier ebooks, Hiperlink, Knovel ebooks, Springer gibi Kütüphane veri tabanı üzerinden erişim sağlanmaktadır. Tübitak/ULAKBİM tarafından Ulusal Lisans Aboneliği olmakla birlikte, üniversite yayımlarına ISBN VE ISSN müracaatları kütüphane üzerinden gerçekleştirilmektedir. Ord. Prof. Mükrimin Halil Yinanç Kütüphanesinde 74 000'den fazla kitap yer almakta ve 6.044 tez, 430 basılı dergi, 296 görsel-işitsel malzeme ve 32 elektronik veri tabanında elektronik ortama aktarılmış, Mevlana, Erasmus ve Farabi Programları aktiftir. Üniversitenin sürekli eğitim merkezinde fotoğrafçılık, foto muhabiri ve kameramanlık, müzik, resim, satranç, spikerlik, diksiyon, grafik tasarım sistem ve ağ uzmanı, bilgisayar ve internet kullanımı, web tasarım, Arapça, İngilizce, seyahat acenteciliği, aşçılık, hastanelerin etkin yönetimi, reklamcılar ve halkla ilişkiler gibi birçok kurs açılmaktadır. Araştırma ve uygulama hastanesi aktif durumdadır. Güzel sanatlar fakültesi tarafından her yıl sanatsal etkinlikler yapılmaktadır. Bunların dışında bilim fuarları, uluslararası göçmen günü etkinlikleri, müzik resim yarışmaları, sergiler, konserler, sempozyumlar düzenlenmektedir. Yarı olimpiik yüzme havuzu aktif olmakla birlikte ulusal ve uluslararası spor müsabakaları da düzenlenmektedir. Spor kompleksi; çim futbol sahası, 1 amfi-tiyatro, 3 halı saha, 4 basketbol sahası, 6 tenis kortu ve 4 voleybol sahası 1500 kişilik kapalı spor salonu ve 5000 kişilik stadyumu da bulunmaktadır. Avşar Yerleşkesinde, Karacasu Yerleşkesinde, şehir merkezinde, Afşin'de, Göksun'da Yükseköğretim Kredi ve Yurtlar Kurumuna bağlı öğrenci yurtları, özel apart, pansiyon ve yurtlar bulunmaktadır. Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi ise 2018 yılında Kahramanmaraş'ta kurulan ikinci devlet üniversitesidir. Bünyesinde 5 Fakülte, 3 Meslek Yüksekokulu ve 1 Enstitü ile eğitim öğretime devam etmektedir (URL-11; Fotoğraf 1).

Kahramanmaraş saraçhane, bakırcılar, semerciler, mazmanlar, kazzazlar, demirciler çarşısı ve bu çarşılar etrafında toplanmış geleneksel el sanatları (sim sırma işlemeciliği, bakırcılık, köşkerlik, keçecilik, külekcilik, ahşap oymacılığı, saraçlık, semercilik, bıçakçılık, kuyumculuk, demircilik, abacılık, oya işlemeciliği, yorgancılık, Maraş file nakışı vb.) alanında hizmet veren çok sayıda atölye ve dükkânla Türkiye'de geleneksel el sanatlarının en yoğun şekilde icra edildiği merkezlerden biri konumundadır. Temelleri Dulkadiroğulları dönemine dayanan tarihî çarşılar hâlâ ayakta olmakla birlikte ekonomik açıdan canlılığını korumaktadır. Hatta 2022'de *Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi tarafından 300 metre uzunluğunda Anadolu'da beylikler döneminde inşa edilmiş en uzun çarşılarından biri olan Sûk-i Maraş (Maraş Çarşısı) tarihi ticaret merkezinin cephesi Ulu Camii ve İş Bankası arasında 70 işyeri ve 9 kapısını kapsayan çalışmalar ile 9 Milyon TL' bütçe ile tarihi dokuyu tekrar ortaya çıkaracak şekilde restorasyonlar yapılmıştır* (URL-9; Fotoğraf 4.)

Esen & Özlem (2020)'in çalışmasında teknoloji, yetenek ve tolerans endeksleriyle hesaplanan yaratıcılık endeksinde Ankara ve Kocaeli (0,963) birinciliği paylaşmaktadır. Kahramanmaraş teknoloji (TKN)'de 30, yetenek (YTN) 'de 41, tolerans (TLR)'da 28, yaratıcılık (YRTC)'da ise 0, 407 düzeylerinde yer almaktadır. 94 başlık altında Türkiye'nin en yaşanabilir şehirlerinin belirlendiği Forbes raporunda ise iklim ve doğal güzellikleri bakımından Türkiye'nin en güzel şehirlerinden biri olan Kahramanmaraş Türkiye'nin en yaşanabilir şehirleri sıralamasında 41,76 genel endeks puanı ile 51. sırada yer almıştır (URL-10). Şen (2022)'in küresel yaratıcılık endeksi ile Türkiye'nin şehirlerinin yaratıcılığının ölçülüp, sonuçların değerlendirildiği yaratıcı sınıf endüstrileri sınıflandırması çalışmasında

Kahramanmaraş'ın yaratıcılık endeksi değeri (0,283950617) olarak ifade edilmiş ve düşük düzeydeki şehirlerarasında yer aldığı belirtilmiştir.

Kahramanmaraş Türkiye'de nüfus büyüklüğü olarak 18. sırada yer almasına rağmen, GSYİH sıralamasında 24. sırada, kişi başına milli gelir sıralamasında ise 58. sıradadır. İl'in hem ekonomik hem de sosyal göstergeler bakımından potansiyelinin çok altında olduğu düşünülmektedir. Kahramanmaraş'ın sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesinin güçlendirilmesi için politikaların uygulanması, vergisel sistem uygulamalarının geliştirilmesi, vergi bilincinin artırılmasına yönelik politikaların geliştirilmesi gereklidir (Özbek, 2021). Türkiye'de 2017'de SEGE anketi ile 8 ana gösterge kapsamında 52 farklı değişken temel alınarak sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi ölçülmüş 6 farklı kademeye ayrılarak raporlanmıştır. Araştırmada Kahramanmaraş Türkiye genelinde 5. kademede 52. sırada yer almıştır. SEGE-2017 endeks değeri -0,416 olarak belirlenmiştir. İl'in Türkiye'de gelişmekte olan il olarak ifade edilebileceği, lakin potansiyelinin çok daha fazla olduğu belirtilmiştir. Lakin GSYİH'nin sektörel dağılımına bakıldığında tarım sektörünün payının azalıp, sanayi ve hizmet sektörünün payının artmış olmasının bir gelişmişlik sembolü olduğu ifade edilmiştir (SEGE, 2017).

Mutfak kültürü göze ve damağa hitap etmekte, gastronomi de bir sanat alanı olarak her geçen gün önemini arttırmaktadır. Dolayısıyla kültürel anlamda aşçı yaratıcı bir aktör durumundadır. Kültürel endüstrinin yaratıcı alanlarından olan gastronomi UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'ndaki yedi temadan bir tanesini oluşturmaktadır. Kahramanmaraş'ın Türk patent kurumu tarafından tescil edilmiş olan coğrafi işaretli ürünler içerisinde en fazla yer alan gastronomi ürünleridir. Türkiye'de 1051 adet coğrafi işaretle tescillenmiş ürünün 19 tanesi Kahramanmaraş'a ait olup, en fazla tescile sahip on üçüncü ildir. Bu ürünlerin ikisi menşe adı, on yedisi mahreç işareti olarak tescil edilmiştir. Kahramanmaraş'ta yöresel ürünlerin aslına uygun şekilde üretilmesinin sağlanması ve korunması amacıyla kamu kurum ve kuruluşları tarafından Türk Patent ve Marka Kurumuna başvuru yapılarak Maraş Dondurması, Maraş Burma Bileziği, Maraş Biberi, Maraş Çöreği, Maraş Tarhanası, Maraş Kelle Paçası, Maraş Rahlesi, Çağlayancerit Cevizi, Andırın Tirşiği, Kahramanmaraş Hartlap Bıçağı, Maraş Camekânı, Maraş Parmak/Sıkma Peyniri, Afşin Koçovası Sarımsağı, Maraş Oyma Ceviz Sandığı, Maraş Yemenisi, Maraş File Nakışı, Maraş Ravanda Şerbeti, Maraş Sumak Ekşisi Akıtı, Maraş İşi/Maraş Sim Sırma, olmak üzere 19 yöresel ürün coğrafi işaret olarak tescil edilmiştir. Bu yöresel coğrafi işaretli ürünlerin 11'ini gastronomi turizmi için önem arz eden gıda ürünlerini oluşturmaktadır. Ayrıca il gastronomi alanında başvuru süreci devam eden 10 yöresel ürün (Andırın Andız Pekmezi, Maraş Ekşili Çorba, Maraş Çiriş Böreği vb.) ile her geçen gün coğrafi işaret çeşitliliğini arttırmaktadır (URL-4; URL-9).

UNESCO'nun dünyadaki kültürel miras öğelerine ait girişimleri dünyada olduğu gibi Türkiye'de de farkındalık yaratmıştır. Kültürel anlamda el sanatlarını atölyelerde üreten ve fabrikasyona karşı hala direnen ustalar da yaratıcı bir aktör durumundadır. Kahramanmaraş el sanatları sınıfında (Maraş Yemenisi, Maraş File Nakışı, Maraş Camekânı vb.) Türkiye'de en fazla coğrafi işaret tesciline sahip il konumundadır. El sanatı ürünleri sekiz, yöresel lezzetler yedi, tarım ürünleri ise üç ürünle listede yer almaktadır (URL-3). Cumhuriyet'in kuruluşundan 1980'li yıllara kadar ekonomi anlamında tarım, hayvancılık ve küçük el sanatlarına dayalı olarak gelişme göstermiştir. Küçük el sanatlarından bakırcılık ve alüminyumculuğun uzantısı ile metal mutfak eşyaları sektörü gelişmiştir. Ülkeye çelik tencere, çaydanlık gibi ürünlerin üretiminde kullanılmak üzere giren hammaddenin yaklaşık %50'si Kahramanmaraş'ta işlenmektedir. 1984 yılından sonra kalkınmada öncelikli iller arasına girmesiyle ve sanayi teşvikleri sayesinde ihracata dayalı büyüme gerçekleşmiştir. Kahramanmaraş'ın önde gelen sektörlerinden biri olan kuyumculuk sektöründe 450'den fazla firma ve imalathane ile yılda 40 ton altın işlenmektedir. Bu alanda İl Türkiye'de İstanbul'dan sonra ikinci sırada, 22 ayar altın imalatında ise birinci sıradadır. Altın işlemeciliği bakımından tecrübenin yüksek olduğu sektörde yaklaşık 3.000'den fazla kişi istihdam edilmektedir (URL-9).

Kahramanmaraş'ta arazi dağılımı dağınık bir yapı göstermektedir. Tarıma uygun alanlar %26'lık paya sahiptir. Kahramanmaraş tarım arazilerinin %74'ünü tarlalar, kalan kısmını ise meyve, sebze arazileri ve nadasta bulunan araziler oluşturmaktadır. Buğday, kırmızıbiber, çerezlik ayçiçeği, ceviz, üzüm, zeytin önemli tarım ürünleridir. Tarıma dayalı sanayi sektörlerinden toz ve pul biber üretimi sanayileşmeye paralel olarak gelişme eğilimindedir. Sera (örtü altı tarım) ve organik tarıma yönelik yatırım potansiyelinin de değerlendirilmesi için uygulamalar yapılmaktadır. Kahramanmaraş Türkiye'deki keçilerin %2,3'üne sahip olarak Maraş dondurması üretimini gerçekleştirmektedir Dünya çapında ün kazanmasına yol açan dondurma sektörü en hızlı gelişen sektörlerdendir. Elbistan ilçesinde ise hayvan borsalarından büyükbaş hayvan önemli bir yer tutmaktadır. Toplam alabalık üretiminin de yaklaşık %1,5'ini karşılayan il alabalık üretiminde ilk 10 il arasındadır (URL-9). Kahramanmaraş Akdeniz, İç Anadolu, Güneydoğu Anadolu, Doğu Anadolu bölgeleriyle karayolu bağlantısı olup, konaklama açısından yerli ve yabancı turistler için iki ve dört yıldız arasında değişen otelleri, Ilıca termal kaplıcaları, Döngel kaplıcaları, Ekinözü İçmeleri, Hopur içmeleri gibi sağlık turizmi açısından canlandırılabilir destinasyon alanları, Ahır dağı, Kapıçam, Başkonuş ve Yavşan yaylaları gibi sessiz sakin huzurlu rekreasyon ve ekoturizm alanları ile turizmin canlandırılmasını sağlayabilecek sayısız aktöre sahiptir (Fotoğraf 3). Kahramanmaraş kalesi, kent müzesi, kapalı çarşı, ulu camii ve taş medrese öne çıkan yerlerdir. Ayrıca Afşin ilçesinde yer alan Eshab-ı Kehf Külliyesi inanç turizmi açısından önemli bir uğrak noktasıdır. Yine İl'in turizm potansiyelini canlandıracak olan Kahramanmaraş'ın Merkez Bağlarbaşı ve Dulkadiroğlu mahallelerinde Efes ve Zeugma Antik kentinde bulunan mozaiklerle büyük

benzerlik gösterdiği belirtilen Germanika antik kenti tespit edilmiştir (URL-5). Çağlayancerit belediyesi tarafından hayata geçirilen Daz seyir terası projesi doğu Akdeniz kalkınma ajansı tarafından desteklenmektedir. Bisiklet ve trekking yolları, ATV taşıt yolu, Zorkun göleti, göl kafeteryası ve bungalov evleri ile yaratıcı turizm için de önem arzeden mekanlar olmuştur (URL-7). Sürdürülebilir kalkınma, küresel eğilim talepleri, bölgesel gelişme ve şehirlerin markalaşma stratejileri Türkiye Turizm Stratejisi 2023'deki eylem planında önemli konular olarak görülmektedir. Yaratıcı şehirler olgusuna da markalaşma açısından vurgu yapılmaktadır. Kahramanmaraş'ta markalaşma açısından önemli imgesel öğeleri bünyesinde barındıran bir şehirdir. Her türlü turizm konusunda turistler açısından büyük bir çekim merkezi konumundadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).



Fotoğraf 3. Kentsel dönüşüm alanı, Yedi kuyular kayak merkezi, Rekreasyon alanları

Kahramanmaraş festival türü etkinliklerin tarihi ve coğrafi konum uygunluğu nedeniyle çokça yapıldığı bir mekândır. Festivaller yöresel kültürü korumaya yönelik gerçekleştirilmektedir. Özellikle belediye gibi yerel yönetimler festivallerin sürekliliklerinde ve içeriklerinin oluşturulmasında önem taşır. Uluslararası dondurma festivali, Çağlayancerit ceviz ve kültür festivali, Andırın tırşik festivali, Uludaz uğur böceği festivali, Afşin'deki Eshab-ı Kehf kültür ve karakucak güreş festivalleri, 12 Şubat kurtuluş günü etkinlikleri, Güvercin festivali, Göksun elma festivali, ekstrem sporlar festivali, Keklikoluk barış ve kültür festivali, Nurhak ve Pazarcık kültür şenlikleri, Yedi kuyular kar festivali, Kılılı tarla günü etkinlikleri, Boyalı geleneksel kısa şalvar güreş turnuvası, Bertiz üzüm festivali, Uluslararası kitap fuarı, Helete yayla şenlikleri, off-road ve off-shore şampiyonası en geniş katılımlı olan etkinliklerdir (URL-9; Fotoğraf 4). İl'de festivaller daha çok yaz ve sonbahar mevsimlerinde yoğunlaşmaktadır. Karademir (2022)'in çalışmasında yerel halkın eğitim seviyesi yükseldikçe festivallerin şehre katkılarının olumlu yönde olduğuna dair düşüncelerinin de artmış olduğu ve festivale katılım oranlarında da artış olduğu belirlenmiştir. İl'de yapılan bu etkinlikler kültürel değerlerin ve bu değerleri üretenlerin tanıtılması açısından da büyük önem taşımaktadır. Yer altı ve yer üstü kaynakları bakımından da Kahramanmaraş önemli illerinden biridir. Ceyhan nehrinin Kahramanmaraş sınırları içerisinde dar ve derin vadilerde hareket ediyor olması hidroelektrik santrali yapımı için çok elverişli topoğrafya şartlarının oluşmasına sebebiyet vermiştir. 14 adet hidroelektrik santrali kurulmuş, 7 büyük projenin ise inşaatı devam etmektedir. Yine Afşin ve Elbistan ilçelerinde linyit çıkarılmakta, 1984'de Afşin- Elbistan (A) Termik Santrali, 2005'de de Afşin- Elbistan (B) Termik Santralinde enerji üretilmektedir. Kahramanmaraş'ın ihracatı da % 58,9 artışla 853 milyon doları aşmış, tekstil ve hammaddeleri ihracatı % 79, demir ve demir dışı metaller ihracatı % 50, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı ise % 41 oranında artış göstermiştir (URL-2).Kahramanmaraş'ta bulunan 3 adet Organize Sanayi Bölgesinde ağırlıklı olarak tekstil ürünleri, konfeksiyon, alüminyum levha, gıda, madeni mutfak eşyaları, petro-kimya, kağıt, ambalaj, bakalit kulp üretimi ve yapı elemanları yapan firmalar faaliyet göstermektedir. İl sınırları içerisinde 11 adet küçük sanayi sitesi bulunmaktadır. 2 adet küçük sanayi sitesi ise Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın yatırım programındadır. Türkoğlu ilçesinde yer alan OSB, Türkoğlu Lojistik Merkezi sayesinde yöre ulaşım imkânları bakımından Türkiye'nin belli başlı bölgeleri arasında yer almıştır. Elbistan OSB de termik santrallerine yönelik yan sanayi ile tarım ve hayvancılık ürünleri üzerine yatırımlar yapılmaktadır. En büyük sektör konumunda bulunan tekstil sektöründe, Türkiye iplik üretiminin %27'si, dokuma kumaş üretiminin %8'i gerçekleştirilmektedir. Toplam sanayi işletmesi içerisinde %0,9'luk bir oran ile sanayisi gelişmiş illerimiz arasında yer almaktadır. Kahramanmaraş'ta bulunan sanayi işletmelerinde tekstil ürünleri ve gıda ürünleri imalatı ilk sıralardadır. Bunlar fabrikasyon metal ürünleri imalatı, diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı, madencilik ve taş ocakçılığı, ana metal sanayi, giyim eşyası imalatı, kürkün işlenmesi ve boyanması olarak sıralanabilir. Kahramanmaraş'ta sanayide çalışanların %51'i tekstil sektöründe istihdam edilmektedir. Kahramanmaraş ilinde bulunan sanayi işletmelerinin %25'i mikro ölçekli, %55'i küçük ölçekli, %15'i orta ölçekli, %5'i büyük ölçekli işletmelerdir (URL-8; URL-13).



Fotoğraf 4. Kültür-Sanat Etkinlikleri, Off Road Yarışmaları, Güreş Festivali ve Maraş El Sanatları

Türkiye dünyadaki ekonomik değişimin dinamiklerine karşı yerel anlamda farklı tepkiler ortaya koymaktadır. Büyükşehir merkezlerdeki geleneksel olan sanayi yoğunlaşmalarına bağlı olan ekonomik coğrafya tekrar

yapılanmaktadır. Özellikle sermayenin çok ilgi göstermediği ve iş gücünün daha ucuz olduğu şehirlerde küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) temelinde ihracata dayalı olarak hızlı bir sanayileşme sürecine girilmiştir (Ataay, 2004). Bu süreç dâhilinde de esnaf ve zanaatkarlık aktiviteleri gelişerek, önemli girişimcilik potansiyeli olan Denizli, Eskişehir Gaziantep, Kahramanmaraş, Çorum ve Kayseri gibi şehirler “Anadolu Kaplanları” olarak potansiyellerini farklı noktalara taşımışlardır (Özaslan, 2003). Doğu Asya ülkeleri için kullanılan "Asya Kaplanları" teriminden hareketle literatüre geçmiş olan Anadolu Kaplanları, Denizli, Gaziantep, Kahramanmaraş, Kayseri, Balıkesir ve Konya için ekonomik terim olarak kullanılmaktadır. 1980'lerden günümüze Türkiye ekonomisindeki ve sanayi üretimindeki payları dikkat çekici ölçüde ve hızda artan bir grup şehir ve bunların yakın bölgeleri ve bu bölgelerden yetişen sanayici işadamları ve bunların şirketleri için kullanılan kısa adı Akiad olan bir kavramdır. Genel merkezi Gaziantep'te olup liderliğini ve başkentliğini Denizli yapmaktadır. Anadolu ilk 500' ün toplam istihdamı 223 bin 738 kişi, 500 Anadolu Kaplanı'nın 16'sı Maraş Aslanıdır. Matesa Tekstil, Şirikçioğlu Mensucat, Kipaş Mensucat, Mem Tekstil, Yaşar Dondurma ve Gıda Mad, Kipaş Denim İşletmeleri, Arsan Tekstil, KÇS K. MARAŞ Çim. Beton San, Erdem Tekstil, Kipaş Pazarlama ve Ticaret, İskur Tekstil Enerji, Bozkurt Konfeksiyon, MİPSAN-K. Maraş İplik Sanayi, Dokuboy Dokuma, Gemciler Güven Metal Sanayi, İskur Örmeye Sanayi Kahramanmaraş'tan listeye giren firmalar arasında yer almaktadır (URL-8).



Fotoğraf 5. Edebiyat Dergileri, Expo 2023 Alanı, Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesinin Etkinlikleri

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bir şehrin ya da bölgenin ekonomik gelişmesini hızlandırılması yaratıcı sınıfın yöreye çekilmesi açısından önem taşımaktadır. Dolayısıyla yaratıcı sınıfı cezbeden şehirler büyük bir rekabet avantajı elde edip, büyük ekonomileri sahip olurlar. Kahramanmaraş'ta bu bağlamda sayısız yaratıcı aktöre sahip olduğu düşünülmektedir. Onuncu Kalkınma Planı'nda (2013) hem kamu kurum ve kuruluşlarının hem de üniversitelerin özel sektörle iş birliği içinde etkin bir şekilde çalışıp sürdürülebilir yapılara dönüştürülmesinin gerekliliği ifade edilmekte, bu da Florida'nın 3T modelinin Teknoloji bağlamına işaret etmektedir. Kahramanmaraş'ta da Sütçü İmam Üniversitesindeki AR-GE ve Teknokent araştırma merkezleri İl'de bu çalışmaları yoğun bir şekilde sürdürmektedir. Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi'nin yapmış olduğu tarih, kültür ve spor organizasyonları da yaratıcı sınıfın şehre çekilmesi adına önem arz etmektedir. Kahramanmaraş'ta yürüyüş etkinliklerinin (trekking), festivallerin, sempozyumların, kongrelerin, fuarların, yapılması bu etkinliklere yaratıcı aktörlerin davet edilmesi, yerel halk ile yaratıcı sınıf arasında etkileşimi arttırmaktadır (Fotoğraf 4.-5.).

Kahramanmaraş'ın Necip Fazıl Kısakürek, Aşık Mahzuni, Yedi Güzel Adam gibi Türkiye'nin de tanıdığı şairleri, ozanları, yazarları, âşıkları, sanatçıları bulunmaktadır. Bölge hem yazılı hem de sözlü edebiyatıyla çok zengin bir yerdir. Yörenin işitsel sanatlar anlamında ozanlık geleneğinin büyük ustaları, şiirleri ile şairleri önemli yaratıcı aktörler arasında yer almaktadır. Yaratıcı şehir kavramında hem kültürün, hem ekonominin, hem de sanatsal değerlerin artırılması eşit değerde şehre katma değer sağlayacaktır. Şehirde turizmi geliştirmenin yanında turizm de yaratıcı şehirlere sosyal kültürel ve ekonomik anlamda destek sağlayacaktır. Bu bağlamda da UNESCO yaratıcı şehir olabilmek adına Edebiyat teması dâhilinde Kahramanmaraş Büyük şehir belediyesi tarafından başvurular yapılmıştır. Bu tema altında yaratıcı şehir olunması yaratıcı sınıfın yöreye daha çok çekilebilmesi adına önem taşımaktadır. Yaratıcı aktörler ve görsel sanatlar şehrin gelişmesini sağlayacak olan önemli yaratıcı endüstriler olarak değerlendirilebilir. Yazarlar, ozanlar, şairler sanatçı olarak önem taşıyan bir yaratıcı sınıfın içerisinde yer almaktadır. Kahramanmaraş'ta yaşayan bu edebiyatçılara kıymetli oldukları, imtiyazlı oldukları hissettirilmelidir.

Kültürel endüstrinin yaratıcı alanlarından biri olan mutfak kültürü damağa hitap ettiği gibi göze de hitap etmektedir. Gastronomi olarak ifade edilen mutfak kültürü bir sanat alanı olarak değerlendirildiğinde bu kültürün açısı yaratıcı aktör rolünü üstlenmektedir. Anadolu'nun önemli şehirlerinde olan Kahramanmaraş'ın de kendine özgü yöresel mutfağı bulunmaktadır. İl bulunduğu coğrafi konum nedeniyle de gastronomi açısından çok farklı yerel ürünlere sahiptir. 18 Türk patent kurumu tescilli coğrafi işaretli ürüne sahip olması bunun en önemli göstergesidir. Dolayısıyla yaratıcı edebiyat şehri dışında yaratıcı gastronomi şehri de olabilecek potansiyele sahiptir.

Kahramanmaraş'ta filmler, sinemalar, tiyatrolar gibi dramatik sanatlar da yaratıcılığın kullanıldığı alanları oluşturmaktadır. İl'de edebiyat, geleneksel el sanatları, yöresel mimari ile tarihi konutlar, gastronomi, festivaller gibi etkinlikler kültür turizmi anlamında ekonomik girdi sağlayan kendi yaratıcı aktörleri dışında diğer yaratıcı sınıfı da yöreye çekebilecek unsurlar olarak görülmektedir. Yörede kültürel üretkenlik açısından “usta-çırak-mekân”

üçlünün teknoloji ile uyumlu hale getirilerek korunması kültürel mirasın sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından önem taşımaktadır. Yaratıcı aktörlerinin üretmiş olduğu, yörenin kültürü haline gelmiş olan ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarlarda satılması sağlanmalıdır. Kahramanmaraş'ta köşkerlik, bakırcılık, keçecilik, ahşap oymacılığı, saraçlık, külekçilik, bıçakçılık, kuyumculuk, demircilik, abacılık gibi geleneksel meslekler desteklenmeli, yaratıcılık teşvik edilerek yöre halkının da istihdamı sağlanmalıdır.

Şehirleri dönüştürme gücü olan en büyük kuruluşlardan biri üniversitelerdir. Üniversiteler buldukları şehirlerde kültürel çeşitliliğe sebebiyet veren farklılıkları buluşturmakta (Rykun vd., 2015), yenilikçi düşünceyi harekete geçirmekte ve yaratıcılığı besleyerek şehirlerin gelişimde itici bir kuvvet olmaktadır (Gürsoy, 2018). Kahramanmaraş'ta Kahramanmaraş Sütçü İmam ve İstiklal üniversiteleri sayesinde yaratıcı ögeler desteklenmekte, sürdürülebilirlik açısından çalışmalar yapılmaktadır. Özel sektör Türkiye'de yaratıcılığı ve girişimciliği işlevsel olarak keşfetmiştir. Üniversiteler de girişimcilik endekslerine göre sıralanıp, gençlerin yaratıcı piyasa şartlarına yetiştiren yükseköğretim programları uygulanmakta, kişisel yaratıcılığı ekonomik değere dönüştürmeyi sağlayan hibe programları yoğunlaşmaktadır (Demir, 2014). Kahramanmaraş'taki üniversiteler de bu tip programlarla yaratıcılığı teşvik etmektedir. Kahramanmaraş sosyal sermaye ve işbirliği açısından gelişme göstermekte, yer aldığı bölgenin de gelişimini etkileyerek kendi öz kaynaklarını, kendi kolektif değerlerini kullanıp önemli bir ivme kaydetmektedir. Florida'ya göre (2002) "şehirler yeni uluslar" olarak ifade edilmektedir. Yaratıcı sınıfın ortaya çıkardığı ürünün tescil boyutu önem taşımaktadır. Dolayısıyla coğrafi işaretler şehirlerin flamalarını oluşturmaktadır. Günümüzde ülkeleri bayraklarından tanıyabildiğimiz gibi şehirleri de coğrafi işaretlerinden tanıyabiliriz. Çünkü bu ürünler şehrin kimliği olarak anılmaya başlamaktadır. Kahramanmaraş'ta da coğrafi işaretli ürünler bu konuda büyük önem taşımaktadır. Özellikle Maraş dondurması, Maraş kırmızıbiberi, Maraş Tarhanası gibi gastronomi ürünleri dışında, Maraş rahlesi, Maraş ceviz oyma sandığı, Maraş sim sırması gibi geleneksel el sanatları alanında Türkiye'de en fazla coğrafi işarete sahip olan İl konumundadır. Dolayısıyla bu ürünleri üreten yaratıcı sınıfın Maraş sınırları dâhilinde yer alıyor olması yörenin geleceği açısından önem arz etmektedir.

Kahramanmaraş'ın büyümesinin yaratıcı kişiler tarafından desteklenip, kültürel çeşitliliğin oluşması, bu kişilerin yeni düşüncelere açık mekânları tercih edeceği ve kültürel sermaye ile bu sürecin yeni ürünleri ortaya çıkarabileceği, lakin İl'in kaynaklarını yeterince kullanmadığı düşünülmektedir. Kahramanmaraş'ın barındırdığı yaratıcı aktörler sayesinde tüm dünyada giderek artan bir öneme sahip olan yaratıcı ekonomi adına tüm paydaşların birlikte hareket etmesi yörenin geleceği ve potansiyelinin sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Sonuçta Kahramanmaraş'ın fiziki ve beşerî coğrafya yapısı nedeniyle yaratıcılık adına oldukça zengin bir yerleşim yeri konumunda 2023'ün marka kenti olma yolunda emin adımlarla ilerleyebileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- ACRE - Accommodating Creative Knowledge Competitiveness of European Metropolitan Regions within the Enlarged Union (2007). A Literature Review from a European Perspective, University of Amsterdam.
- Aslan, P. (2018). Bir uluslararası halkla ilişkiler stratejisi olarak kültür ve yaratıcı endüstri ürünleri: Latin Amerika pazarında Türk dizileri üzerine bir araştırma. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ataay, F. (2004). Türkiye'de kentsel ve bölgesel gelişme dinamikleri (1923-2000). M. Güneş (Der.), Küreselleşme kışkıracında kent ve politika. Detay Yayıncılık. Ankara
- Bakhshi, H. ve Windsor, G. (2015). The creative economy and the future of employment, Why the UK needs 1 million new creative jobs by 2030 and what the government can do about it, NESTA
- Çetindamar, D. ve Günsel, A. (2012) "Measuring the Creativity of a City: A Proposal and an Application" European Planning Studies, 20(8):1301-1318.
- DCMS. (2001). Creative industries mapping document. London: Department of Culture Media and Sport.
- Demir, E. M. (2014). Yaratıcı Endüstriler. İLEF Degi, 1(2): 87-107.
- Demir, O. (2018). Looking forward for Istanbul's creative economy ecosystem. Creative Industries Journal, 11(1), 87-101, <https://doi.org/10.1080/17510694.2018.1434361>
- Doğrul, H. G., Çelikkol, M. M., & Murat, N. (2016). İllerin Ekonomik Gelişmişliği Üzerinde Yaratıcı Sınıfın Etkisi: Türkiye Örneği. Business & Economics Research Journal, 7(4).
- Ekinci Hamamcı, E. D. (2020). Türkiye'de yaratıcı ekonominin uluslararası rekabet gücü. Turkish Studies, 15(8), 3979-4007. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.45456>
- Esen, Ü. B. & Atay, Ö. (2020). Türkiye'nin Yaratıcı Şehirleri. Bilig, (92):29-54. DOI: 10.12995/bilig.9202.
- Florida, R. (2012). The Rise of the Creative Class. New York: Basic Books.

- Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*, New York, Routledge
- Florida, R. (2002). "The Rise of the Creative Class: Why Cities without Gays and Rocks are Losing the Economic Development Race". *The Washington Monthly*, p. 15-25.
- Florida, R., Mellander, C., & Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional development. *Journal of Economic Geography*, 8, 615-649
- Florida, Richard., Mellander, Charlotta & King, Karen. (2015). *The Global Creativity Index 2015*. The Martin Prosperity Institute, University of Toronto Rotman School of Management.
- Fuller, B., & Romer, P. (2013). *Urbanization as opportunity*. Urbanization as Opportunity. Policy Research Working Paper;No. 6874. World Bank, Washington, DC. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/18743>
- Gedik, S. (2020). Kahramanmaraş'tan Türk diline ve Edebiyatına Yansımalar. *Milli Mücadelenin Yüzüncü Yılında Kahramanmaraş, Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları*.
- Grodach, C. (2017). "Urban Cultural Policy and Creative City Making", *Cities*, 68: 82-91.
- Gürsoy, Ç., & Özer, Ç. (2022). Sürdürülebilir Unsurların Gelişmesine Katkıda Bulunan Bir Yaratıcı Ekonomi Alanı: Gastroekonomi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 5(1): 11-23.
- Higgs, P., Cunningham, S., & Bakhshi, H. (2008). *Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom*.
- Howkins J., 2013. Available from: <http://www.creativeeconomy.com/thebasics.htm>.
- Jarábková, J., & Hamada, M. (2012). Creativity and rural tourism. *Creative and Knowledge Society*, 2(2), 5.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Karademir, N. (2022). Kahramanmaraş'ta Yerel Halkın Festivallere Yönelik Algıları, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 26, Sayı 1 – Nisan
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar ilkeler teknikler*.(36. Basım) Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.
- Kaymas, S. (2020). Is development possible without cultural policies? Rethinking creative industries and sustainable development in the case of Turkey, *Creative Industries Journal*, 13(1): 72- 92, <https://doi.org/10.1080/17510694.2019.1652026>
- Lazzeretti, L., Capone, F., ve Seçilmiş, İ. E.: 2014 "Türkiye'de Yaratıcı ve Kültürel Sektörlerin Yapısı", *Maliye Dergisi*, 166(1):195-220.
- Memişoğlu, D & Kalağan, G. (2017). Yaratıcı Kentler ve Kentsel Yetenek Üzerine Bir Tartışma, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(1):519-536
- Moore Cherry, N. (2015). *Theme cities: Solutions for urban problems*, Springer Science Business Media B.V. 2015 W. K.D. Davies (ed.), *GeoJournal Library* 359-379
- NESTA. (2013). *Classifying and measuring the Creative Industries, Creative ve Cultural skills*, The National Skill Academy, DCMS, NESTA.
- NOMIS, (2015). *Creative industries: Focus on employment*, department for culture media&sports. <http://www.nomisweb.co.uk/>.
- OECD: 2014 *Tourism and the Creative Economy*, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing.
- Onuncu Kalkınma Planı. (2013) *Kalkınma Bakanlığı, Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)*, https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Onuncu_Kalkinma_Planı-2014-2018.pdf
- Özbek, S. (2021). Kahramanmaraş İli Sosyo-Ekonomik Analizi: Vergi Göstergeleri Boyutuyla Bir İnceleme. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 13-36.
- Özaslan, M. (2003). Küreselleşme sürecinde kentsel ekonomiler ve yeni sanayi odağı olarak Kayseri. *Kayseri Ekonomisi Sempozyumu*, Kayseri: Kayseri Ticaret Odası Yayınları.
- Özdemir, N. (2020). "Yaratıcı Kentler ve Yaşayan Kültür". *Uluslararası Halkbilim Araştırmaları Dergisi (UHAD)*, 4: 2-23.

- Richards, G. ve Marques, L. (2012). "Exploring Creative Tourism: Editors' Introduction", *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2):1-11.
- Rykun, A. Y., Yuzhaninov, K. M., & Vychuzhanina, E. V. (2015). Universities and local communities: Problems and perspectives of interaction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 200, 359-365.
- Strateji ve Bütçe Başkanlığı (SBB). (2019). On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023). https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/On_Birinci_Kalkinma_Plani-2019-2023.pdf
- Sawyer, R. K. (2011). *Explaining Creativity: The Science of Human Innovation*, Oxford, Oxford University Press.
- Seçilmiş, İ. E. (2015). Türkiye'de Yaratıcı Endüstrilerin Kümelenmesi. *Ege Academic Review*, 15(1):9-18.
- SEGE (2017). İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması. Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Somuncu, S. (2020). Cumhuriyet Döneminde Kahramanmaraş'ın Özgül Edebi Birikimi. Millî Mücadelenin Yüzüncü Yılında Kahramanmaraş, Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Şen, Ö. (2022). The Creativity Function Of Provinces: An Assessment For The Provinces Of Turkey. *International Journal of Geography and Geography Education*, (45):266-285.
- Tan, S. K., Kung, S. F., & Luh, D. B. (2013). "A Model of 'Creative Experience' in Creative Tourism", *Annals of Tourism Research*, 41:153-174.
- Tavak. (2017). Türkiye'de Kültür (Kreatif) Ekonomisinin Boyutları <https://tavakvakfi.org/wpcontent/uploads/2019/01/T%C3%BCrkiyede-K%C3%BClt%C3%BCr-EkonomisininBoyutlar%C4%B1.pdf>, (Erişim Tarihi, 09.07.2020).
- Türkmen, S. (2019). Enerjide Çevresel Sürdürülebilirlik: Yükselen ve Gelişmiş Ekonomiler Karşılaştırması. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Kahramanmaraş.
- Türkiye'de Kalkınma Ajansı (İSTKA).(2014). 2014-2023 İstanbul Bölge Planı, <http://www.istka.org.tr/planlama/istanbul-bolgeplani>
- UNCTAD (2008) "The Challenge of Assessing the Creative Economy: toward Informed Policy-making" *Creative Economy Report 2008 United Nations Conference on Trade and Development*.
- UNCTAD & UNDP. (2008). *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-Making (No.UNCTAD/DITC/2008/2)*. Geneva: United Nation
- UNCTAD. (2018). *Creative economy outlook: Trends in international trade in creative industries, 2002-2015*. United Nations.
- Yekon. (2014), İstanbul Yaratıcı Ekonomi Çalışmaları Atölyesi Final Raporu, İstanbul Bilgi Üniversitesi Kültür Politikaları ve Yönetimi (KPY) Araştırma Merkezi. İstanbul'da Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği (YEKON)
- URL-1: <http://www.tarihikentlerbirligi.org> (Erişim Tarihi: 18.03.2021).
- URL-2: <http://www.kmtso.org.tr/> (Erişim Tarihi: 19.04.2022).
- URL-3: <https://marasavucumda.com> (Erişim Tarihi: 28.02.2022).
- URL-4: <https://www.turkpatent.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 17.03.2022).
- URL-5: <https://kahramanmaras..tr/kesfedin/germenicia-antik-kenti> (Erişim Tarihi: 27.04.2022).
- URL-6: <https://kmaras.meb.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 18.03.2022).
- URL-7: <https://www.caglayancerit.bel.tr/>(Erişim Tarihi: 21.03.2022).
- URL-8: <https://www.dogaka.gov.tr/dogu-akdeniz/kahramanmaras> (Erişim Tarihi: 18.02.2022).
- URL-9: <https://kahramanmaras.bel.tr/> (Erişim Tarihi: 23.02.2022).
- URL-10: <https://www.sabah.com.tr/trend/galeri/yasam/94-baslikta-turkiyenin-en-yasanabilir-sehirleri-belirlendi-forbes-raporu-ortaya-koydu/29>(Erişim Tarihi: 25.03.2022).
- URL-11: <https://www.ksu.edu.tr/>(Erişim Tarihi: 12.03.2022).
- URL-12: <http://www.unctad.org> (Erişim Tarihi: 19.01.2022).
- URL-13: T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 81 İl Sanayi Durum Raporu, Link: <http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/81-il-sanayi-durum-raporu-27122013092121.pdf> (Erişim Tarihi: 18.01.2022).

URL-14:<https://expo2023.org/onikisubat-belediyesinden-bir-dunya-projesi-expo-2023-kahramanmaras/>(Erişim Tarihi: 23.03.2022).

URL-15: https://www.yok.gov.tr/universiteler/universitelerimiz_(Erişim Tarihi: 18.03.2022).

URL-16: www.tuik.gov.tr_(Erişim Tarihi: 28.01.2022).

URL-17: <http://en.unesco.org/creative-cities/home> (Erişim Tarihi: 07.09.2021). (Erişim Tarihi: 18.01.2022).