



Yaratıcılık, Yaratıcı Stratejiler ve Anadolu Kentleri: Kayseri Üzerinden Bir Değerlendirme

*

Creativity, Creative Strategies and Anatolian Cities: The Case of Kayseri

Hayat Zengin - Gökçen Kılınc Ürkmez

Özet

İçinde bulunduğumuz dönemde yaratıcılığı ön plana çıkaran bir ekonomik sistemin tüm dünyada mekansal ve toplumsal sistemler üzerinde belirgin etkiler yaratacak biçimde gelişim göstermekte olduğu izlenmektedir. “Yaratıcı sektörler”i merkeze alarak gelişen bu yeni yapılanma yeni bir ekonomik coğrafya ve yaratıcı kentler olarak tariflenen bir yeni kentsel ağ sistemi ile ifade bulunmuştur. Kentlerin sahip oldukları doğal kaynakların yanı sıra sosyal ve kültürel kaynaklarını da kullanarak dahil oldukları bu sistem, dünya üzerindeki her noktayı farklı biçimlerde etkilemiş, büyük metropol kentlerin daha fazla güçlenmesini, orta ve küçük ölçekli kentlerin ise rekabet savaşında yaratıcı stratejiler yoluyla yapılanarak ön plana çıkmalarını sağlamıştır. Türkiye’de de 1990 sonrası süreçte çok sayıda Anadolu kentinin kendine özgü stratejilerle yapılanarak ve “Anadolu Kaplanları” tanımlamasını alacak biçimde küresel ağ sistemlerine entegre olmayı başaran örnekler mevcuttur. Bu yazı böyle bir çerçevede yaratıcılık ve yaratıcı stratejiler üzerinden belirginlik kazanan değişimler açısından Anadolu kentlerinin nasıl bir aşamada olduğunu değerlendirebilmek üzere konuyu Kayseri örneği üzerinden tartışmaya açmaktadır.

Anahtar kelimeler: yaratıcılık, yaratıcı kentler, yaratıcı sektörler, Kayseri

Abstract

In our age, we are observing that an economic system which emphasizes creativity is emerging in a manner that will have distinctive effects on spatial and social systems all around the world. This new formation which keeps “creative sectors” in its center can be described through a new economic geography and a new urban network defined as creative cities. This system in which cities integrate by using their natural as well as social and cultural resources has affected every location on earth to various degrees. It has resulted in metropolises becoming more powerful while allowing mid-sized and smaller cities, in their competition with other cities, to develop through using “creative strategies.” In Turkey during the period after 1990, successful cities, by developing unique strategies, have become able to integrate into global networks, gaining the label of “Anatolian Tigers.” This article discusses this subject in the case of “Kayseri” in order to understand the state of Anatolian cities from the creativity and creative strategies point of view.

Keywords: creativity, creative cities, creative sectors, Kayseri

Giriş

1980 sonrası, üretim ve birikim ilişkilerindeki farklılaşmalar, teknoloji alanındaki ilerlemeler ve tarihsel olarak ortaya çıkan kapitalizmin yaşadığı krizlerin atlatılmasına yönelik stratejiler temelinde bir dönüm noktası olarak yaşanmıştır. Bir yanıyla dünya üzerindeki tüm ulusal sınırları eriten, bir yanıyla yeni bir ilişkiler sistemi içerisinde küresel coğrafyayı bölgeler temelinde yeniden parçalayan bu aşama, bazı kentleri güç odakları haline getirirken, diğerleri için de yarışmacı bir ortam açığa çıkarmıştır. Zira bu gelişmeler kentlerin küresel ekonomiye eklenmelerini ölçüde büyüyecekleri kabulünü ve bu temelde gelişen politikaları beraberinde getirmiştir (Castells, 1994; Sassen,1991). Söz konusu politikalar küresel ekonominin dokunduğu her “yer”in, yeni bir bağlantı noktası haline dönüşeceği görüşü ile sermaye akışına kucak açmaya dayalı liberal ilkeler temelinde yeniden yapılanmıştır. Böyle bir ortam kaçınılmaz olarak kendisine küresel hiyerarşi içerisinde yer edinmeye çalışan kentlerde mekansal örüntünün ve toplumsal yaşantının tüm bileşenlerini de pazarlanabilir hale getirmiştir. Yaratıcılık da böyle bir süreçte söz konusu pazara kaynak aktaran temel alanlardan biri olarak araçsal bir konum kazanmıştır. Ancak çeşitli akademik çalışmaların ve yasal dokümanların da ortaya koyduğu biçimde (Florida’nın Yaratıcı kapital modelindeki gibi) yaratıcı kentler daha çok büyük metropollerde ve orta ve küçük ölçekli kentleri marjinalize edecek bir biçimde yapılanmıştır (Inteligencia em Inovação, Centro de Inovação [INTELI], 2011). Yaratıcılığı araçsal bir zeminde üretim ve tüketim etkinliklerinin bir parçası haline getirme kapasitesine sahip olmayan kentler ya da az gelişmiş bölgeler için ise, yaratıcılık stratejik bir çalışma olarak farklı bir anlam kazanmıştır.

Türkiye kentleri açısından ele alındığında, gelişmiş Batı’nın yaratıcı kent tanımlamalarıyla örtüşen bir yerel odak olduğunu söylemek mümkün görünmemektedir. Küresel platformda önemli bağlantılara sahip olmakla birlikte İstanbul bile böyle bir ağ sisteminin parçası haline gelmemiş, küresel etkileşim ortamında beklenen hedefleri yakalayamamıştır (Keyder, 2000). Ancak Türkiye pratiği açısından bu süreç Anado-

lu'daki küçük ve orta ölçekli kentlerde yeni büyüme odaklarının ortaya çıkmasına aracılık edecek yaratıcı stratejiler çerçevesinde belirginlik kazanmıştır. Bu sebeple Türkiye açısından yaratıcı kent tanımlamasını "kendini yaratan kentler" biçiminde değiştirerek kullanmak daha açıklayıcı olabilecektir. Her kentin kendini yaratma kapasitesi farklıdır ve açığa çıkmış her özel deneyim kent planlama disiplinine önemli açılımlar sunmaktadır. Nitekim Kayseri kenti de küresel rekabet ortamına verdiği yerel tepki temelinde ve söz konusu büyüme odakları içerisinde ekonomik yaratım kapasitesini, eğitim altyapısı, toplumsal örgütlenme biçimi ve çevresel şartlar temelinde yani üç farklı alandan güç alarak gerçekleştirmiş olmasıyla özel bir örnek olarak karşımızda durmaktadır.

Yaratıcılık ve Yaratıcı Stratejilerle Yapılanan Mekan

Yaratıcı faaliyetler açısından kentler uzun bir geçmişe sahip olmakla birlikte "yaratıcı kent" kavramının kullanılması ancak 1980'lerin ortalarında başlamıştır (Andersson, 1985a, 1985b; Törnqvist, 1983). Bu konudaki en önemli çalışmalar ise Peter Hall (1998, 2000) ve Charles Landry (2000)'e aittir. Landry aynı zamanda yaratıcı kent kavramının fikir babası olarak da bilinmektedir. İlk kez Glasgow için yaratıcı kent kavramı kullanılmış ve 1990'larda söz konusu tanımlama Almanya ve Britanya'da hızla yayılmıştır. Küreselleşme sürecinde bu kavram kentler için rekabet edebilirliği arttırmada ve yatırımcıları çekebilmede kullanılan yeni bir pazarlama stratejisi olmuştur. Gelişmiş Batı'da yer bulan bu iktisadi strateji aslında üç farklı kaynaktan beslenmiştir. Bunlardan ilki kentlerde yaratıcı alanlar oluşturmada önemli etkileri bulunan aglemerasyon ekonomileridir (Turok, 2003), ki kent merkezlerindeki küreselleşmiş ve hizmet odaklı komplekslerin yoğunluğu bağlamında büyük önem taşımaktadırlar (Scott, 2006). İkinci etmen, bir tüketim mekanı olarak kentlerin ekonomik canlılığı, yaşanılabilirliği ve çevresel kalitelerinin standartlarıyla ilgilidir. Salt ürün tüketimiyle sınırlı kalmayan bir alışveriş ortamında, mekanın ya da maddenin topyekun tüketimi ile açığa çıkmaktadır. Üçüncü etmen ise kültürel ve ekonomik değerlerin yeniden düzen-

lenmesi ile ilgilidir. Burada iki temel açılım karşımıza çıkmaktadır. İlki kentin potansiyellerinden kaynaklanan bir kültür ekonomisidir ve burada sanatın (Akdede, 2006), medyanın, sporun ve eğlencenin tüketimine odaklanılmaktadır. Sosyo-ekonomik gelişmelerin kültürel değişimle birlikte açığa çıkardığı bu ekonomi (Bayliss, 2007; Cooke ve Schwartz, 2007), son süreçte yüksek üretim ve teknolojik inovasyona dayalı yeni pazarın da temel dinamosu olmuştur (Florida, 2005). Diğeri ise, kültürel ürünler olarak adlandırılabilir maddesel değerler ya da malları kapsamaktadır ve imaj ya da sembol üretimi ile ilişkili olarak sermaye yaratmanın önem kazandığı bu ortamda tasarım da bir pazarlama aracı haline dönüşmüştür (Helbrecht, 1998). Kentlerin bizzat performans mekanları olarak kullanıldığı bu gelişmeler içerisinde hangi biçimde olursa olsun sanatla bütünleşebilen kentler, aynı zamanda herşeyin pazarlanabileceği ve ekonomik değere dönüşebileceği alanlar haline almaktadır. Böylece kentler yaratıcılık bağlamında hem pozitif hem negatif eğilimleri olan çağdaş küresel sahnenin farklı bileşenleri olarak gelişim göstermekte (Scott, 2006b), kültür endüstrisinden yaratıcı endüstriye doğru kayan ve birbirinin içine geçmiş farklı bir deneyim açığa çıkarmaktadırlar (Creative Partnerships Arts Council [CPAC], 2007).

Yaratıcılığa daha başarılı deneyimler ortaya çıkarmada kurtarıcı bir proje olarak tutunulmuş olmasının elbette başka sonuçları da vardır. Nitekim sanat ve sanatçı odaklı bir kentsel değişim beklentisi bunlardan biridir ve “kentsel dönüşüm” olarak adlandırılan yenileme odaklı planlama stratejileri açısından da büyük önem kazanmıştır. Bununla ilgili olarak İngiltere’de (CPAC, 2007), Almanya’da (Lange, 2006) ve daha pek çok gelişmiş coğrafyada kültür politikaları içerisinde bağımsız sanatçılara yönelik özel açılımlara yer verilmiş olduğu izlenmektedir. Böyle bir çerçevede sanatçıları ve yaratıcılık alanında çalışan vasıflı kesimleri kentlere çekebilme hedefi ise yeni bir rekabet ortamının açığa çıkmasını sağlamış, kentlerde değişimin ancak yaratıcı bir sınıfın varlığı ile gerçekleşebileceğine ilişkin kanaat (Florida, 2005) bu sınıfı kazanabilme çabaları bağlamında, kentsel standartlar ve yaşanabilirlik ölçütleri üzerinde daha

fazla çalışılma yapılmasını beraberinde getirmiştir (Bayliss, 2007; Görgülü, 2007). Hatta bu noktada mekansal iyileşmenin yaratıcı kesimlerin kentlere yerleşmesi ile artacağı kabulü, kentlerde özellikle çöküntü alanlarında sanat ve sanatçının tetikleyici unsur olarak devreye sokulduğu tasfiye edici dönüşüm uygulamalarını da beraberinde getirmiştir.

Yaratıcılığı, yeteneği ve sanatı kentlerde tutmayı sağlayacak çabalar yalnızca mekansal düzenlemelerle de sınırlı kalmamaktadır. Bu noktada mekansal kalite ve altyapı unsurları kadar önemli başka etkiler de toplumsal ve ekonomik destekler açısından ortaya çıkmaktadır. Ülkenin ve bölgenin koşullarıyla bağlantılı olarak, araştırma ve geliştirme çalışmalarına ayrılan paylar, eğitim alanına yönelik destekler, sanata yapılan yatırımların miktarı ve nitelikleri, projeler, organizasyonlar, vb. söz konusu yapılanmanın temel bileşenleri olarak önem kazanmaktadırlar. Burada sözü edilen destek yalnızca devlet tarafından değil özel sektör eliyle de gerçekleşebilmekte, devletin ve üst sınıfın desteğinin yerini ağırlıkla toplumsal desteklerin almış olmasıyla devletin ya da özel sektörün destek veremediği noktalarda kentlerin herhangi bir gerileme içine girmeden varlıklarını sürdürmesi sözkonusu olabilmektedir (Tanyol, 1988).

Yaratıcılık ve kent arasındaki ilişkiyi güçlendirecek bütün bu gelişmelerin kentlerde yüksek bir tolerans kapasitesine ihtiyaç duyacağı ise açıktır. Nitekim Florida (2005)'nın yaklaşımıyla yaratıcılık alanında söz sahibi olmayı hedefleyen kentlerin yeni ve sıradan olmayan toplulukları kucaklamaya hazır hale gelmiş olmaları ve 3T olarak nitelendirilen Teknoloji, Yetenek, Tolerans (Technology, Talent, Tolerans) alanlarında gelişim göstermeleri gerekliliğine vurgu yapılmaktadır (Florida, 2005). Burada esas olarak yetenek ve teknolojinin hoşgörülü ortamlarda birikmesi ile açığa çıkacak bir ekonomiden söz edilmektedir, ki bu görüş söz konusu ekonomiyi "yaratıcı sınıf" olarak tanımlanan bir toplumsal kesimin ortaya çıkaracağını varsaymaktadır. Yaratıcı sınıf ağırlıkla reklamcılık, mimari, sanat ve antika pazarları, el sanatları, tasarım, moda tasarımcılığı, film ve video sektörü, müzik, sahne sanatları, televizyon ve radyo, yayıncılık, yazılım ve bilgisayar hizmetleri, oyun ve eğlence gibi alanlar-

da çalışan (Department of Culture, Media and Sport [DCMS], 2001) kesimleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Bununla birlikte yeni ekonomik yapılanmada firmalar düzeyinde büyüme için yeni fikirler üreten uzmanlara ve kilit noktada bulunan eğitimli ve entelektüel bilgi işçilerine (Castells, 2001) de bu tanımlama altında yer verildiği görülmektedir.

Bununla birlikte araştırmalar değerlendirildiğinde, bugünkü gelişmeler içerisinde ne yaratıcı sektörleri ne de yaratıcılık alanında çalışanları istatistiklere dökebilecek kabul edilmiş net bir sınıflamanın olmadığı anlaşılmaktadır. Kentlerin küresel rekabet ortamında var olabilmek üzere tüm potansiyelleri ile savaştıkları ve sayısız adlandırmalar içinde yer alabildikleri bir ortamda, “yaratıcı kent” tanımlamasının da yine sistematik bir sınıflamadan kaynaklanmadığını söylemek mümkündür. Bu noktada UNESCO tarafından 2004 yılında ortaya çıkarılmış “yaratıcı kentler ağı” tanımlaması, dünyada zaten her noktanın uzunca bir süredir odaklanmış olduğu kültürel çeşitlilik, farklılık, kimlik gibi temaları bir ağ yapı içinde ifade etme arayışı olarak önem kazanmaktadır. Bu alanda daha kesin olarak karşımızda duran, ister kültür, ister yeni teknoloji ve yetenek geliştirmeye yönelik inovasyon politikaları temelinde olsun, kentlerin kümelenme ilişkileri ve ağ bağlantıları çerçevesinde yeni bir yapılanma aşamasında olduklarıdır. Burada söz konusu tanımlamayla işaret edilen aslında yaratıcılığın, kümelenerek ve geniş bir coğrafya ile etkileşerek ekonomik kazanım noktaları halinde küresel yapının hiyerarşik düzenini yeniden yapılandırmasıdır. Porter (1990) bölgesel inovasyon ve endüstri kümelenmeleri üzerine yaptığı araştırmada, bir ilişki ağı (*network*) içinde yer alan birbiriyle bağıntılı endüstrilerin kümelenme, rekabet ve bağımsız ilişkiler sayesinde başarılı ve inovatif sonuçlar sağladıklarını ortaya koymuştur.

Yeni kutuplaşma ve yarılımları kaçınılmaz biçimde beraberinde getiren bu gelişmeleri, kapitalizmin tarihsel olarak krizler karşısında geliştirdiği yeniden yapılanma stratejilerinin bir halkası olarak okumak gereklidir. Zira Schumpeter’in kapitalizmin temel mantığı olarak 1942 yılında ortaya koyduğu “yaratıcı yıkım” kuramında da işaret ettiği gibi,

kapitalizmin krizlerini çözmek üzere piyasadaki “yetersiz” aktörlerle “güçlü” aktörler arasında bir yer değiştirme gerçekleşmektedir ve yaratıcılığın dinamizmi piyasa şartlarında ayakta kalabilmiş olanlarla yaratılmaktadır (Tok, 2009). Dolayısıyla her yeni yapılanma pozitif değerler kadar yıkıcı etkiler de açığa çıkarmaktadır. Bu durum iki farklı açıdan değerlendirilmeye açıktır. Birincisi, kapitalizmin yeniyi yaratma temel mantığıyla da uyumlu olarak (Harvey, 1993) yaratma gücü olmayanın rekabet ortamının dışında bırakılmasıdır, ki bu da daha çok Marx’ın yaratıcılığı işbölümüne bağlayan ve bilim ve teknolojinin belirli toplumların tekelinde oluşlarını da böyle bir işbölümü ve esas olarak güç ilişkilerine temellendiren yaklaşımı ile bağlantılıdır (Tanyol, 1988). Nitekim bugün “yaratıcı kentler” olarak adlandırılan yapılanmaların, teknoloji ve iletişim ağlarının yarattığı olanaklardan pay alarak gelişim göstermiş oldukları, ağ şirketleri olarak tanımlanabilecek ve ileri teknoloji kullanan bir üretim sisteminin etrafında şekilleniyor oldukları izlenmektedir (Scott, 2006). Bu da güç ilişkilerinin aynen yeniden üretimini beraberinde getirerek, az gelişmiş coğrafyaları rekabet ortamının dışına çekmektedir. Diğer yandan, ikinci bir değerlendirmeyi söz konusu yıkıcı rekabet ortamının ve kriz koşullarının yaratıcılığı zorlayan yapısı (Bayliss, 2007) çerçevesinde yapmak da mümkündür. Zor şartlarda ayakta kalma zorunluluğu yeniyi zorlamaktadır. Burada Marx’ın krizleri yaratıcı gören yaklaşımı ile de bağlantı kurmak mümkündür. Bu çerçevede kentlerin var olan kriz koşulları karşısında, gelişmiş noktalarda birer olanaklar dünyası olarak örülüşlerine, az gelişmiş noktalarda ise, ayakta kalma ya da gelişme stratejileri üreterek güç kazanmalarına tanıklık edilmektedir.

Kendini Yaratan Anadolu Kenti Kayseri



Türkiye tarihsel olarak dünyadaki ekonomik değişimin dinamiklerine yerel potansiyelleri ile farklı tepkiler geliştirmiştir. Son süreçte de büyük merkezlerdeki geleneksel sanayi yoğunlaşmalarına dayalı ulusal ekonomik coğrafya yeniden yapılanarak, sermayenin daha az ilgi gösterdiği ve emeğin daha ucuz olduğu periferik illerde, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ), temelinde ihracata dayalı olarak hızlı bir sanayileşme süreci içerisine girmiştir (Ataay, 2004; Eraydın, 1999). Bu süreçte tarihsel olarak esnaf ve zanaatkarlık faaliyetleri temelinde gelişmiş ve önemli girişimcilik potansiyeline sahip olan Denizli, Gaziantep, Çorum, Kahramanmaraş, Eskişehir ve Kayseri gibi kentler, “Anadolu Kaplanları” tanımlamasını da alacak biçimde potansiyellerini farklı bir noktaya taşımışlardır (Özaslan, 2003). Emeğin kullanımını esnek üretim adı altında yeniden örgütleyerek gelişmiş olması bağlamında bu süreci, kriz koşulları karşısında yerel kültürel potansiyellerin yeni bir ekonomi inşa

etmek üzere değerlendirilmesi aşaması olarak da tarif etmek mümkündür. Böyle bir aşamada Anadolu kentleri yerel sermayenin genişleyebilmesi açısından önemli mekanizmalar olarak tanımlanan, bölgesel yerel birimlerdeki yenilikçi kapasiteyi, sistemin kendini güçlendirmesine yardımcı olacak kolektif kimlik değerlerini, ortak akıl ve işbirliğini yaratıcı stratejilerle birlikte kullanarak kendilerini farklı bir aşamaya taşımışlardır.

Söz konusu örneklerde yaratıcı unsurları ağırlıkla sosyal sermaye ürünü olarak görmek ve değerlendirmek uygun olacaktır. Nitekim pek çok araştırma fiziki, beşeri ve doğal kaynakları benzer olan ve aynı ekonomi politikaların uygulandığı kentlerde ve bölgelerde farklı gelişme düzeylerinin olmasını, işbirliğini mümkün kılan normlar ve ağlar şeklinde tanımlanan sosyal sermaye temelinde açıklamaktadır. Kurumlar ve bireyler arası güvene dayalı ilişki ağlarının, sosyal hayata katılım ve dayanışmayı içeren sosyal sermayenin varlığı (Tüysüz, 2011) ölçüsünde kentler gelişim gösterebilmektedir. Tüysüz (2011), Coleman'ın sosyal sermaye kavramından yola çıkarak ahilik geleneği olan yerlerde, bu yapılanmanın sosyal bir sermaye olarak yerel kalkınmayı tetiklediğini ifade etmekte ve Anadolu Kaplıcaları olarak adlandırılan kentlerde ahilik geleneği ile küresel ekonomiye entegre olan girişimlerin Anadolu'da yeni bir kalkınma hareketini başlattığını vurgulamaktadır (Tüysüz, 2011). Coleman, sosyoloji ve ekonomi bilimlerinin ortak kavramlarından yola çıkarak kişilerin çıkarlarına en uygun rekabet koşullarında bile işbirliği yapmayı tercih ettiklerini klasik iktisat teorisindeki "görünmez el" kavramına dayandırarak sosyal sermayeyi insanların birbirlerine duydukları güven duygusuna bağlı olarak açıklamaktadır (Coleman, 1988; Tüysüz, 2011). Paralel bir açıklamayı Fukuyama'da da görmek mümkündür. Fukuyama'ya göre güçlü ve istikrarlı bir aile yapısı ile dayanıklı toplumsal kurumlar, yasal düzenlemeler yada zorlamalarla değil, zamana ve güvene dayalı toplumsal ilişkilerle kurulmaktadır (aktaran Tüysüz, 2011). Böyle bir yapı, güven ve sağlıklı sosyal ilişkilerin olduğu toplum-

larda ekonomik ve sosyal kalkınmanın gerçekleştirilebileceğine de işaret etmektedir (Tüysüz, 2011).

Anadolu kentlerinde yaşanan gelişmeler sosyal sermaye ve işbirliği açısından değerlendirildiğinde Kayseri kenti belirgin biçimde ön plana çıkmaktadır. Kayseri bu süreçte, içerisinde yer aldığı bölgenin de gelişimini etkileyecek biçimde ve tamamen kendi öz kaynaklarını, girişimciliğini, kendi kolektif değerlerini ve dayanışma ağlarını kullanarak önemli bir ivme kaydetmiştir. Kuşkusuz kentin gelişiminde tarihsel olarak ticaret ve giderek de üretim alanındaki gücünü geliştirme ve sürdürme konusunda sergilemiş olduğu tavrın önemli etkileri olmuştur (Keyman ve Lorosdağı, 2010). KOBİ'lere yaslanan bir güç elde etme arayışında, Kayseri yerel ölçekteki aile işletmelerinin varlığı, hayırseverlik kültürü, kamu-özel sektör etkileşiminde sergilediği kendine özgü yaklaşımla büyük bir güç elde ederek bugünkü konumuna ulaşmıştır. Böyle bir özgün yapılanma ve gelişimin esas olarak öz kaynaklar ve yerel kurumsal yapı aracılığıyla gerçekleşmiş olmasını kentin yaratıcı kapasitesi olarak ele almak yanlış olmayacaktır. Nitekim Karatepe (2003) ihracat ve üretim odaklı ekonomik aktivitesi, sanayideki teknoloji kullanımı ve üniversite-sanayi işbirliği açısından özel bir yapılanma sergiliyor oluşu çerçevesinde Kayseri için kendini yaratan şehir tanımlamasını getirmiştir (Karatepe, 2003).

Kayseri'nin kendini yaratma gücünün çok yönlü dinamiklere dayalı olduğu açıktır. Bununla birlikte bu yazıda söz konusu dinamikleri belirleyen etkilerin temel olarak, eğitim ve inovasyon alanına yatırımlar, özgün toplumsal örgütlenme biçimi ve kentin fiziksel şartlarında yaratılan değişimden beslenmiş olduğu kabulü ile üçlü bir değerlendirme yapılacaktır.

1-Yaratıcılığı geliştirecek eğitim altyapısı ve inovasyon

Yaratıcılık "yaratılabilir" bir şeydir ve özellikle de eğitim alanında cesaretli ve yenilikçi yapılara ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada verilen eğitimin kalitesi kadar, bu alanda yapılmış olan yatırımların niteliği ve nice-

liği de önem kazanmaktadır. Kayseri'nin eğitim alanında tarihsel olarak özel bir yapılanması bulunmaktadır. Böyle bir yapılanmada kentin kültürel birikiminde önemli yeri olan ahilik geleneğinin ve bugün Kayseri'deki aile işletmelerinin aile sermayesini eğitilmiş ve yetkin ellere devretme isteği çerçevesinde eğitimi her zaman ön plana çıkaran anlayışlarının önemli bir yeri bulunmaktadır. Sanatkarların disiplinli bir meslek eğitimine tabi tutulmasını, kaliteli ve verimli üretim elde edebilmenin ve dolayısıyla başkalarıyla rekabet edebilmenin ön şartı olarak gören ve temelleri XIII. yüzyıllara dayanan ahilik geleneği (Ecer, 2010) bugünkü yapılanmada hala etkisini göstermektedir ve nesilden nesile aktarılmış bu özel kültürel ve iktisadi yapılanma ile kent girişimcilik alanında bugün diğer kentlerden ayrılmasını sağlayacak bir altyapı oluşturmaktadır.

Bununla birlikte, kent, yaratıcılığını destekleyecek bir yatırım altyapısına da zaten Cumhuriyetin kurulması aşamasından itibaren sahip olmuştur. Büyük sanayi yatırımları dışında demiryolu ve karayolu gibi kamu eliyle gerçekleşen yatırımlarla birlikte kentin üretim faaliyetleri ve mekansal biçimlenişi önemli ölçüde değişmiştir (Kocatürk, 2009). Büyük kamu yatırımlarının ardından 1950'lerle birlikte özel kesimin yatırımları ile de tanışan kent, gıda, metal eşya-makine ve dokuma imalatında gelişim göstermeye başlamış, 1970'li yıllarla birlikte çeşitlenen sanayi kolları içerisinde özellikle metal eşya-makine sanayi alanında önemli bir konum kazanmıştır. Bu dönemde özel girişimciler, su motorlarından traktöre, redresörden matkaplara, preslerden bisiklete birçok ürünün üretimine yönelmişlerdir. Bu süreci önemli kılan ise, aynı süreçte kentin böyle bir sektörel gelişmeyi destekleyecek biçimde çok sayıda mesleki ve teknik okul ile donatılmış olmasıdır. Nitekim sanayi bu yolla gereksindiği nitelikli işgücünü kazanmış ve sanayi bölgesindeki atölye ve imalathanelerin çoğu bu okullardan mezun teknik elemanlar tarafından kurulmuştur. Böyle bir yapılanma içinde hızlı gelişim gösteren özel sektör yatırımları 1970'lerden sonra sayıca ve ölçek itibarıyla önemli ölçüde gelişim göstermişlerdir (Özaslan, 2003). Giderek askeri alanda üstlenmiş olduğu stratejik konumuyla da yapılan kent savunma sanayine hizmet veren

firmalar kazanmış ve 1980 sonrasında imalat sanayi alanında çok önemli bir aşamaya ulaşmıştır. 1986 yılında tamamlanarak faaliyetlerine başlayan Kayseri Organize Sanayi Bölgesi (KOSB) ve yakın çevrede yaklaşık yedi adet Organize Sanayi Bölgesi'nin daha kurulmuş olmasıyla kent çok önemli bir yatırım altyapısı elde etmiştir. Bölgeye ikinci derecede 'kalkınmada öncelikli yöre' statüsü verilmesi ve bu kapsamda uygulanan teşvik sistemi ile birlikte KOSB'si giderek gelişmiş ve 2004 yılında alanını iki katına çıkararak bugün Türkiye'nin en büyük organize sanayi konumuna ulaşmıştır.

Bütün bu yapılanmalarla birlikte bugün Türkiye içinde imalat sanayi açısından sürekli olarak genişleyen payıyla Kayseri, metalden mamul eşya, tekstil, pastırma ve sucuk üretiminin ağırlık kazandığı gıda alanında önemli bir potansiyele ulaşmış, ağaç mobilya döşeme endüstrisinde ise 1987 yılında 15. sırada olan Kayseri bölgesi 2000 yılında toplam katma değer yarısını kendi içine çekerek tek başına mobilya ve ev tekstili alanında markalaşacak şekilde öne çıkmıştır. İstanbul Sanayi Odası'nın yayınladığı Türkiye'nin 500 büyük sanayi kuruluşu 2011 raporuna göre sekiz Kayseri firması bu sıralama içinde yer almaktadır. Bugün Türkiye'de kurulu en büyük 100 mobilya firmasından biri olan Boytaş Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş. Kayseri'de bulunmaktadır. Kayseri Sanayi Odası firma kayıtlarındaki güncel verilere göre toplam 802 firmanın 217'si (%27) mobilya+ahşap ürünler ve 155 firma ise (%19) metal eşya alanında üretim faaliyetlerini sürdürmektedir (Bkz.Tablo1).

Tablo 1:Sektörlere Göre Firma Sayıları

Mobilya	217 firma
Metal Ürünler	190 firma
Tekstil	80 firma
Makine Üretimi	55 firma
Orman Ürünleri	37 firma
Gıda	32 firma
İnşaat ve Yapı Malzemeleri	30 firma
Elektrik-Elektronik	26 firma
Plastik	22 firma

Kaynak: Kayseri Sanayi Odası 2011 Sicil Kayıtları kullanılarak hazırlanmıştır.

Bugün %94,65'lik okur-yazar oranı ile Türkiye ortalamalarının üzerinde yer alan Kayseri, üretim alanında yaşadığı gelişmeleri desteklemek üzere eğitim altyapısını güçlü kılmayı ve özellikle de meslek eğitimi alanında gelişmeyi temel amaç olarak benimsemiştir. Nitekim bugün Kayseri'de her ölçekte yüksek okullaşma oranının yanı sıra, iş alanındaki yaratıcılık kapasitesini arttırmak üzere farklı alanlarda kurulmuş 20 adet meslek lisesinin, 16 adet teknik lisenin ve 8 mesleki eğitim merkezinin yanı sıra, Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezi açılmıştır. Böylece Organize Sanayi Bölgesi'nin istemiş olduğu nitelikli ara elemanın yetiştirilmesi konusunda önemli adımlar atılmıştır (İl Milli Eğitim Müdürlüğü Ar-Ge Kayıtları, 2010).

İş dünyasını destekleyecek eğitim altyapısı içerisinde Erciyes Üniversitesi'nin de kuruluş aşamasından itibaren hep belirleyici bir rolü olmuştur. Özel sektörle işbirliği temelinde ve büyük yatırımları desteklemek üzere kurulmuş, Üniversite bünyesindeki 19 adet araştırma ve uygulama merkezi, inovasyon ve yaratıcılık uygulamaları bağlamında önemli çalışmaların gerçekleştirilmesine katkı sağlamışlardır. Bu çerçevede, 1985 yılından buyana hizmet veren Üniversite Sanayi Araştırma İşbirliği Vakfı (ÜSAİV) ile Erciyes Teknoparkı, Ar-Ge çalışmalarını desteklemek için kurulan Teknoloji Geliştirme Merkezi (TEKMER), Erciyes Üniversitesi sorumluluğunda kurulan Kayseri Araştırma ve Uygulama Merkezi (KAYHAM), Kayseri Sanayi Odası (KSO), Kayseri Ticaret Odası (KTO), Kayseri Büyükşehir Belediyesi ve İstanbul Dünya Ticaret Merkezi ortaklığı ile yapılan ve ulusal ve uluslararası ihtisas fuarları düzenleyen Kayseri Dünya Ticaret Merkezi, Kayseri KOBİ'lerinin uluslararası pazarlarda rekabet edebilecek teknik ve kurumsal alt yapıya kavuşması hedefiyle, Avrupa Birliği İş Geliştirme Projesi kapsamında kurulan ABİGEM, kentin ekonomik gelişimini sürdürmesinde sağlayacak yapılanmalar olarak önem kazanmıştır.

Veriler Kayseri'de firmaların Ar-Ge faaliyetlerinde ve teknoloji geliştirme alanında özellikle 2000 sonrasında belirgin değişimler yaşadığını ortaya koymaktadır. Bunda Ar-Ge faaliyetlerinin yeni ürün, teknik, bilgi

ve süreçlerin ortaya çıkartılması için önemli bir kaynak olarak görülmesinin önemli etkileri bulunmaktadır. Yaratıcı fikirlerin ticarileşmesi ve pazarlanması olarak tanımlanan inovasyon (Cohendet ve Zapata, 2009; Fagerberg, 2003) yoluyla, firmalar yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün, süreç, yeni pazarlama yöntemleri ya da iş uygulamaları ile (Işık ve Kılınç, 2011) ulusal ve uluslararası alanda rekabet gücü elde etmektedirler. Kayseri Organize Sanayi Bölgesinin iç ve dış pazardaki rekabetinin artırılması amacıyla bir endüstriyel tasarım merkezinin oluşturulması çalışmalarını ise bugün hibe desteği ile sürdürülmektedir. Türk Patent Enstitüsü verilerine göre, Kayseri, 2011 yılı başvurularına göre 81 il arasında, marka başvurularında 10'uncu, patent başvurularında 10'uncu, faydalı model başvurularında 6'ncı ve endüstriyel tasarım başvurularında da 6'ncı sıradadır. Kayseri iline ait başvuru sayıları değerlendirildiğinde, 2011 yılında 2002 yılına göre marka başvuruları %317 oranında artarak 389'dan 1624'e, patent başvuruları %588 oranında artarak 8'den 55'e, faydalı model başvuruları %192 oranında artarak 38'den 111'e ve endüstriyel tasarım başvuruları %149 oranında artarak 584'den 1454'e ulaşmıştır (KAYSO, 2012).

2-Yaratıcılık alanına toplumsal destekler ve sosyal ağlar

Bir kentte yaratıcılığın gelişiminin o kentteki toplumsal kesimlerin yaratıcılık alanını geliştirecek etkinlikleri ve sosyal yaşamı destekleme kapasitesi ile mümkün olduğu açıktır. Bu çerçevede söz konusu kentin yenilik ve değişikliklere tolerans kapasitesi de önem kazanmaktadır. Yerel kültürel özelliklerin kaçınılmaz olarak belirleyici olduğu bu alanda Kayseri kentinin aslında sorunlu bir noktada bulunduğunu söylemek mümkündür. Zira, muhafazakar ve daha çok aile içi ilişkilere bağlı bir toplumsal yapılanma içerisinde bulunan Kayseri, kentin mekansal anlamda sosyal yaşantısını hareketlendirecek etkiler yaratmaktan ve dolayısıyla da toleranstan çok uzaktır. Bu noktada daha çok aile içi ilişkiler ve ev ziyaretleri bağlamında yaratılan sosyal bağlar ise, özellikle aile şirketleri için birlikte iş yapma ve dayanışma ağlarını güçlendirici niteliği ile önem

kazanmaktadır. Sanatsal ve kültürel faaliyetlere desteğin geri planda kaldığı böyle bir toplumsal örgütlenme yapısının ise, ekonomik güçleri ile de bağlantılı olarak sosyal ve kültürel yaşama başta İstanbul olmak üzere başka noktalarla katılım gösterdikleri izlenmektedir. Sonuç olarak, sanatın ve kültürün başka coğrafyalar aracılığıyla tüketildiği böyle bir yapılanmada Kayseri kentsel mekanı, kültür temelli bir ekonomi yaratma arayışından uzak ve hatta bu bağlamda çok yakın ilişkide olduğu Kapadokya bölgesine de sadece havaalanı ile servis veren bir işleyişle biçimlenmekte, ancak eğitim yoluyla yetenek geliştirme ve uygulama bağlamındaki rolü ile de ön plana çıkmaktadır.

Bununla birlikte dayanışma ve sosyal sorumluluk alanlarında ifade bulan ve iş dünyasını işbirliği aracılığıyla çok daha güçlü bir yapılanmaya götüren böyle bir örgütsel temel Kayserililik olgusu üzerine şekillenirken, kentin yaratıcı enerjisi de bütünleştirici bir etki oluşturan Kayseri kültürüne temellenmektedir. Firmaların yaklaşık %95'lik bir bölümü aile işletmeleridir ve aynı kültürel eksende dayanışmacı ve korumacı etkiler altında gelişimlerini sürdürmektedirler. Diğer yandan kurumsallaşamamış söz konusu aile işletmeleri sermayenin esnek hareketliliğine izin veriyor oluşları nedeniyle küresel platformla uyumlu bir biçimde hareket edebilmektedirler. Hareket kabiliyeti yüksek sermayenin yeni yatırımlara dönüşmesi için gereken yaratıcı ve girişimci tavrın da ortaya çıkmasında aile kurumu ve sosyal ağlar belirgin etkiler oluşturmaktadır. Bu noktada yaratılan sermayenin hangi alanlara yönlendirileceği konusunda da yerleşmiş bir toplumsal değerler sistemine, geleneklere ve inanışlara göre hareket etmek önemli hale gelmektedir. Nitekim hayırseverlik Kayseri için yerleşmiş bir kültürel davranış biçimidir ve aile işletmeleri için yaratılan servetin zekatını vermenin ötesinde anlamlar taşımaktadır. Zira güçlü sermaye sahipleri bu yolla bir yandan yaratılan sermayenin bir bölümünü içerisinde yaşadıkları kentin gelişmesi için yeni yatırımlara dönüştürürken, aynı zamanda kendi güçlerini fiziksel mekanda hissettirecek etkiler de açığa çıkarmaktadırlar.

Son süreçte ağırlıkla ülkesel düzeydeki politikalarla da desteklenen sosyal yapılanma içinde toplumsal desteğin tarihsel geçmişte olduğu gibi eğitim alanında önemli bir potansiyel açığa çıkarmış olduğu görülmektedir. 1947 yılında iki adet okul yapımı ile başlayan hayırsever yatırımları bugüne kadar artarak devam etmiştir. 1947-2007 yılları arasında toplam 3029 derslik ve 248 okul hizmete girmiştir. Veriler Kayserili hayırseverlerin eğitime yaptığı yatırımların 2003 yılından itibaren ciddi biçimde artış göstermiş olduğunu ortaya koymaktadır (Ergüneş, 2008). 2003 yılından itibaren bugüne kadar toplam 694 derslikli 42 okul ve 11 okula da 147 ek derslik hayırseverler tarafından yaptırılmıştır. Ayrıca kapalı spor salonu, anaokulu, lojman yapımlarıyla birlikte 2003-2007 arasında kentte toplam 80 Milyon TL'lik yatırım gerçekleştirilmiştir. 2007 yılı içerisinde ise, hayırseverler tarafından 80 derslikli 6 okul, 6 okula 33 ek derslik, bir Anaokulu, 10 dairesel lojman, 200 öğrenci kapasiteli pansiyon ve bir çok amaçlı salon yaptırılarak hizmete açılmıştır. Milli Eğitim Bakanlığı verileri Kayserili hayırseverlerin yatırımlarının bugün yaklaşık %57'lik bir oranla toplam kapasitenin önemli bir bölümünü oluşturduğunu ve kentin bu kapasite ile ülke çapında birinci sırayı aldığını ortaya koymaktadır (İl Milli Eğitim Müdürlüğü Ar-Ge Kayıtları, 2010).

3-Yaratıcılığı destekleyecek çevresel şartlar

Çevresel koşullarının yaratıcılık üzerinde belirleyici olduğu bugün pek çok araştırmacının ortak görüşüdür. Bununla birlikte yaratıcı bireyin, konforlu, yeterli altyapıyı içeren, yaşanabilir, canlı bir sosyal yaşantıya sahip doğa ile uyumlu bir beraberlik gösteren ve kişisel gelişime olanak sağlayacak yeterli donatıya ve sosyal hareketliliğe sahip yaşama alanları içerisinde açığa çıkabileceği kabulü, yaratıcı bireylerin bu alanları tercih ederek belirli kentlerde kümelenebilecekleri kabulü ile genişletilmiştir. Dolayısıyla yaratıcı ve yetenekli toplulukları bir kentte çekebilmenin önkoşulu olarak görülen kentsel yaşam kalitesi bu konuyla ilişkili olarak da önemli hale gelmiştir. Kayseri bu açıdan değerlendirildiğinde ise, konunun öncelikle kentin gelişiminde belirleyici olan emeğin konumu ve

bu bağlamda tüm kentlerde olduğu şekliyle belirgin hale gelen iç göç akışı temelinde ele alınması gerekliliği bulunmaktadır. Zira Kayseri ilk kez ilçe ve köylerinden ve yakın konumdaki illerden aldığı göçlerle 1935-45 yılları arasında merkezileşmesini arttırmıştır (Tekeli, 2008). Ancak bu aşamada yüzlerce kişi için umut kapısı haline gelen kent, ağırlıklı hinterlandındaki yerleşmelerden kazandığı göçlerle, tüm Türkiye pratiğinde olduğu gibi gecekondulu olgusuyla da tanışmıştır. 1970'li yıllarda sanayi işçilerinin kentin dışındaki boşluklarda kaçak konut yapmalarına göz yumulmasıyla gecekondulu oluşumunda belirgin artışlar meydana gelmiştir (Karatepe, 2001).

Bu gelişmeler içerisinde kentin gelişimini yönlendirmek amacıyla kapsamlı planlama çalışmaları da yapılmıştır. Kentin bugünkü fiziksel niteliklerinin ve makroformunun temel belirleyicisi olan 1975 tarihli nazım planının doğu ve güney yönünde gelişimini geniş bulvarlardan oluşan bir ulaşım şemasıyla desteklemiş, doğu yönünde kurulacak olan mahallelerde üst gelir grubunun, kent merkezi ve batı koridorunda ise düşük ve orta gelir gruplarının yoğunlaşmasını öngörmüştür (Soygüllü, 2010). Böylece giderek tarihi merkez bitişiğindeki geleneksel konut dokusu bir çöküntü alanı haline dönüşmeye ve kent doğu ve batı ikileminde bir mekansal yarılma yaşamaya başlamıştır. 1980'li yıllarda tüm Türkiye'de olduğu şekliyle sermayenin taşınmaz üzerinden birikimini sağlama stratejileri temelinde inşaat piyasası önemli ölçüde genişlemeye başlamıştır. Bu süreçte Türkiye ortalamalarının üzerine çıkacak biçimde gelişen inşaat sektörü kenti farklı problemlerle yüzyüze getirirken, kentin mekansal ve toplumsal yarılma desenini daha da belirgin bir hale getirmiştir. Kentin iki katlı yerleşme dokusunun 15 katlı apartman yapılarıyla örüldüğü bu süreçte, kentsel arsa ve konut üretiminde sınırları zorlayan planlama çalışmaları yoluyla tarihi ve kültürel mirasın büyük bir bölümü kaybedilmiştir.

1990'lı yıllarda kentteki konut stokunun yaklaşık %40'ünün ruhsatsız hale gelmiş olması, yerel yöneticilere zaten hareketlenmiş olan konut piyasasında toplukonutlar aracılığıyla da gelişmeleri yönlendirme ola-

nağı sağlamıştır. Söz konusu uygulamalar düşük ve orta gelirliilerin konut edinmelerine imkan sağlamış olmakla birlikte (Karatepe, 2001), yaratmış oldukları çevrelerin yoğunlukları ve yetersizlikleri temelinde kentsel biçimlenişte belirgin etkiler yaratmışlardır. Bu gelişmeleri 2000'li yıllarla birlikte, yapı kooperatifleri, yapsatçılar, emlakçılar ve dışarıdan izlenebilmesi güç gizli mekanizmalar aracılığıyla, kentin yeni gelişen prestijli mahallelerine yakın konumda gerçekleşen dönüşüm uygulamaları izlemiştir. Kentte çağdaş bir kentsel görünüm yaratma stratejisinin ürünü olan söz konusu uygulamalarla, Anadolu kentlerine özgü bir muhafazakar toplumsal örgütlenişe sahip olan Kayseri kenti, ticaret ve sanayi sermayesindeki dalgalanmalara teslim etmiş olduğu muhafazakarlığı, ulusal ve uluslararası birikim süreçleriyle ilişkilendirerek yeni bir değerler sistemi inşa etmiştir. Başka bir ifade ile, yaratılan zenginlik, değişen kültürel kodlar ve tüketim kültürünün geçerli kalıpları, geleneksel yaşam düzeninden vazgeçiş ve yeni toplumsal ve mekansal tercihleri beraberinde getirmiştir (Zengin, 2010). Büyük daireli yüksek apartman bloklarının ve geniş bulvarların belirleyici olduğu ve çok sayıda market ve hipermarketin de bu ikili örüntüye eşlik ettiği bir fiziksel düzen açığa çıkmıştır.







Doğa ile bağları zayıflamış ve sosyal hareketlilik bağlamında da sınırlanmış söz konusu fiziksel örüntü, kentin coğrafi işbölümünde yaşama ve çalışma alanı olarak belirlenmiş mekansal rolü ile uyumlu bir biçimde kendisini konut yatırımlarına teslim etmiştir. Bu noktada kentin ekonomisini yönlendirme gücünü elinde bulunduran toplumsal kesimlerin yaşam konforunu arttırmak üzere inşa edilen lüks konut siteleri dışında, seyahat mesafelerini azaltan, erişimi her nokta için kolay hale getiren ve park problemini ortadan kaldıran bir ulaşım altyapısını oluşturmak, tüketim mekanları olarak marketlerin ölçek ve standardını arttırmak da çevresel şartların yaratılmasındaki temel çıkış noktaları olmuştur. CNCC-EEkonomi Dergisinin 81 İl arasında yaptığı değerlendirmeye göre, yaşanabilirlik endeksi açısından 2008 yılında 35. sırada olan Kayseri 2009 da 19. sıraya ve 2012 itibariyle 17. sıraya yükselmiştir. Bu, kentin ekonomik alanda olduğu ölçüde yaşam nitelikleri açısından da belirgin değişimler geçirmekte olduğunun önemli bir göstergesidir. Bununla birlikte söz konusu değişimler açısından dikkatle yaklaşılması gereken konu, kentteki bu yapılanmanın sermayeden yana bir tavır izliyor olmasıdır. Bir başka ifade ile kent yaşam niteliklerini sermaye sahiplerinin

tercihleri lehine yapılandırmakta, bu kesimlerin kentteki yaşamlarını konforlu hale getirecek, diğer yandan dışarıdan gelen ve bu gücü arttıracak bilgi ve deneyim sahibi kesimleri kentte tutabilecek bir yapılanma göstermektedir. Bu noktada yoksul ve emekçi kesimlerle ilgili bağlarını ise, mekanda zayıflatarak sadece hayırseverlik kültürü üzerinden sürdürmeyi tercih etmektedir.

Sonuç

Kentsel mekanı, tarihsel, kültürel ve doğal değerleri ile küresel düzlemde pazarlanacak birer meta haline dönüştüren bugüne ait şartların, insana da sanatsal ya da yaratıcı etkinlikleri ölçüsünde yeni bir değer alanı yaratmış olduğu açıktır. Kültür temelli bir ekonomiden yaratıcılık temelli bir ekonomiye geçiş süreci olarak tariflenen ve esas olarak teknoloji ve endüstri alanlarındaki gelişmelerin gereksindiği yetenek ve fikir bağlamında ortaya çıkmış bu yenilikçi ortamın, elbette ekonomik büyümenin tamamlayıcısı olarak önemli bir konumu bulunmaktadır. Ancak diğer yandan yaratıcılık gibi özel bir alanı kullanıyor olmakla birlikte, ortaya çıkardığı etkiler açısından değerlendirildiğinde rekabetçi bir ortam içerisinde yıkıcı etkiler yaratma potansiyeli taşıması açısından bu ortama dikkatle yaklaşılması gerekliliği de bulunmaktadır. Bir başka ifade ile, tüm bu gelişmeler içerisinde yaratılan olumlu ve olumsuz sonuçların bir arada değerlendirilmesi gereklidir. Bugün için yerel potansiyeller sayesinde açığa çıkan yaratıcı enerjilerin, söz konusu potansiyelleri yok edebilme gücüne sahip bir ekonomik coğrafyada gelecek açısından risk altında olduklarının farkında olmak büyük önem taşımaktadır. Böyle bir aşamada söz konusu gelişmelerin odağında yer alan kentlerin gelecekteki konumlarını da, bugün tüm değerleri ile tüketim pazarına çıkmış olmaları bağlamında tartışma gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Nitekim, Türkiye'deki kentleşme pratiği, gelişmiş Batı'nın kentleri ile niceliksel ve niteliksel olarak farklı açılımlar sunuyor olmakla birlikte, bugün aynı üst yapıya az gelişmiş bir ekonomiyle bağlanma stratejileri açısından çok daha savunmasız bir yapıda bulunduğunu gözden kaçı-

mamak gereklidir. Bugün kriz koşulları karşısında yerel ortamlarda yaratıcı stratejiler ve örgütlenme biçimleri ile güç kazanmış çok sayıda kentsel deneyim mevcuttur. Bununla birlikte ekonominin kümelenmeler ya da ağ bağlantıları yoluyla gelişim göstermeye çalıştığı bir ortamda, söz konusu stratejiler, kentlerin kendilerini yaratma gücü elde etmelerini sağlamanın ötesinde yeni bir yaratıcı coğrafyanın inşasına ve aslında çok belirgin bir biçimde de söz konusu coğrafyadaki hiyerarşik düzenin ve toplumsal ve mekansal yarılma deseninin yeniden yapılanmasına da aracılık etmektedirler.

Kayseri böyle bir çerçevede hem kent ve yaratıcılık bağlamındaki tartışmalara veri sağlayacak dinamikleri hem de yaygın bir zeminde açığa çıkardığı dönüştürücü etkiler bağlamında özel bir örnek olarak karşımızda durmaktadır. Özgün bir tarihsel birikim ve kültürel biçimlenişin, ülkesel düzeydeki politik seçimlerle etkileşimi bağlamında açığa çıkmış olan ekonomik gücün, markalar şehri olmayı sağlayacak biçimde yeni stratejilerle yaratıcı alanlara aktarımı ile son derece dinamik bir halde yer aldığı izlenmektedir. Başka bir ifade ile Kayseri, yaratıcılık alanından beslenerek başta ekonomik ve giderek mekansal ya da toplumsal alanlarda üstünlükler elde etmeye ve yine bireysel yaşantıyı desteklemek ve yaratıcılığı geliştirecek şartları açığa çıkarmak yoluyla da kazandığı gücü sürdürmeye çalışmaktadır. Bu noktada, güçlü bir eğitim altyapısı, kentli desteği ve yeterli çevresel olanaklar biçiminde izlenebilecek üç farklı etki, bugünün yaratıcı enerjisini belirleyicisi olarak ve elbette bu enerjinin gelecekte de sürdürülebilmesine aracılık etme kapasitesiyle büyük önem kazanmaktadır.

Ne var ki kentin yaratıcı enerjisini geleceğe taşımada bugün için belirleyici olan bu etkileri gelecek senaryoları bağlamında kritik hale getiren çokça sorun da bulunmaktadır. Zira ekonomik güç yaratmanın yıkıcı etkileri, öncelikle kültür ve geleneğin hem toplumsal ilişkiler, hem de mekansal yapılanma temelinde çözülmesi biçiminde ifade bulmuş ve inşa edilen yeni değerler sistemi, yaslandığı tüketim kültürünün kaygan zemini çerçevesinde giderek daha da riskli hale gelen bir ortamın açığa

çıkmasına aracılık etmiştir. Diğer yandan Kayseri'nin ekonomik gelişiminde ivme kazandırıcı etkileri olan aile işletmeleri temelindeki yapılanma ve kurumlar, bugünkü nitelikleri çerçevesinde güncel şartları karşılamamanın ötesinde, uzun vadede aynı avantaj koşullarını yaratmaktan uzak içerikleriyle risk almaya başlamışlardır. Fazlasıyla esnek, kurumsallaşmamış, örgütsel şeması sorunlu ve kişisel yönelimlerin ağırlık kazandığı bu yapılanma, güncel şartları desteklemek üzere kısa vadeli hedeflere yönelmek, salt birbirine entegre olmuş, kendi içinde dayanışmacı bir iş ortamını desteklemek biçiminde izlenebilen etkilerle aslında kenti sorunlu bir noktaya da taşımaya başlamıştır. Bu noktada kentin mekansal gelişiminde etkili karar sistemlerinin de aynı işleyişin parçası haline gelmiş olmasıyla, planlama düzeyindeki yanlış stratejiler ve geri dönüşü olmayan mekansal ve toplumsal kayıplar da özellikle son süreçte kente damgasını vurmuştur. Böylece markalaşan ve yenilikçi arayışlarla biçim değiştiren “yaratıcı Kayseri” için gücünü geleceğe taşıma sorumluluğu bağlamında “yaratıcı kentsel politikalar” a olan gereksinim de artmıştır.

Kaynakça

- Akdede, S.H. (2006). Kültürel ekonomi: gösteri sanatları perspektifi. *İşletme, İktisat ve Finans Dergisi*, 21, 246.
- Andersson, A.E. (1985a). Creativity and regional development. *Papers of the Regional Science Association*, 56, 5–20.
- Andersson, A.E. (1985b). *Kreativitet: storstadensframtid*. Stockholm: Prisma.
- Ataay, F. (2004). Türkiye’de kentsel ve bölgesel gelişme dinamikleri (1923-2000). M. Günes (Der.), *Küreselleşme kaskacında kent ve politika*. Ankara:Detay Yayıncılık.
- Bayliss, D. (2007). The rise of the creative city: culture and creativity in Copenhagen. *European Planning Studies*, 15 (7), 889-903. DOI:10.1080/09654310701356183.
- Castells, M. (2001). *The Internet galaxy: reflections on the Internet, business and society*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (1994). European cities, the informational society, and the global economy. *New Left Review*, 204, 18-32.

- Cohendet, P. Ve Zapata, S. (2009). Innovation and creativity: Is there economic significance to the creative city? *Management International/ International Management/ Gestion Internacional*,13, 23-36 .
- Coleman, J. (1998). Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Cooke, P. ve Shwartz, D. (2007). *Creative regions, technology, culture and knowledge entrepreneurship*. London:Routledge.
- Creative Partnerships Arts Council. (2007).The cultural and Creative industries: A review of the literature. *Creative Partnership Series*, London: ArtsCouncil.
- Department of Culture, Media and Sport. (2008). *Creative Britain, new talent for the new economy*.London: DCMS.
- Eraydın, A. (1999). 75 yılda çarklardan chip'lere, sanayinin Anadolu'ya yaygınlaşması ve son dönemde gelişen yeni sanayi odakları. *Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları*, İstanbul.
- Fagerberg, J. (2003). *Innovation: A guide to literature*. Centre for Technology, Innovation and Culture, University of Oslo.
- Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. New York ve London: Routledge.
- Fukuyama, F. (2005). *Güven, sosyal erdemler ve refahın yaratılması*. Ahmet Buğdaycı (Çev.). İstanbul:Türkiye İş Bankası, Kültür Yayınları.
- Görgülü, T.(2007). Creativity, creative cities, created architecture, *A/Z ITU Journal of the Faculty of Architecture*, 4 (2), 81-100.
- Hall, P. (1998). *Cities in civilization: culture, technology and urban order*. London: Weidenfeld and Nicolson.
- Hall, P. (2000). Creative cities and economic development. *Urban Studies*, 4, 639-649.
- Harvey, D. (1993). Postmodernizme bir bakış. *Birikim Dergisi*, 49.
- Helbrecht, I. (1998). The creative metropolis: Services, symbols and spaces, <http://www.tu-cottbus.de/BTU/Fak2/TheoArch/wolke/X-positionen/Helbrecht/helbrecht.html>.
- INTELI (Inteligencia em Inovação, Centro de Inovação) (2011). *Creative -based strategies in small and medium-sized cities: Guidelines for Local Authorities*. 15.11. 2012 tarihinde http://urbact.eu/fileadmin/Projects/Creative_Clusters/documents_media/URBACTCreativeClusters_TAP_INTELI_Final.pdf adresinden erişildi.
- Işık, N. ve Kılınç, E. Can. (2011). Bölgesel kalkınma'da Ar-Ge ve inovasyonun Önemi: karşılaştırmalı bir analiz, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (2), 9-54.
- İSO (2011) <http://www.iso.org.tr/tr/web/besyuzbuyuk/turkiye-nin-500-buyuk-sanayi-kurulusu--iso-500-raporunun-sonuclari.html> (27.11.2012)
- Karatepe, Ş. (2001). *Kendini kuran şehir*. İz Yayıncılık.

- KAYSO, (2012). www.kayso.org.tr .(26/11/2012)
- Keyder, Ç. (2000). Arka plan. Ç.Keyder (Der.), *İstanbul Küresel İle Yerel Arasında*. İstanbul: MetisYayımları.
- Keyman E. F. ve Lorosdağı, B.K. (2010). *Kentler: Anadolu'nun dönüşümü,türkiyenin geleceği*. İstanbul: Doğan Yayıncılık.
- Kocatürk, F. (2009). Kayseri'nin kentsel gelişme Süreci. *TOL Mimarlık Kültürü Dergisi*, 7. Kayseri: Mimarlar Odası Kayseri Şubesi Yayınları.
- Landry, C. (2000). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. London: Earthscan.
- Lang, B.(2006). From Cool Britannia to generation Berlin? Geographies of culturepreneurs and their creative milieus in Berlin. *Cultural Industries: The British Experience in International Perspective*. Online. HumboldtUniversity Berlin. 15.11.2012 tarihinde <http://edoc.hu-berlin.de>. ISBN 978-3-86004-203-8 adresinden erişildi.
- Özaslan, M. (2003). Küreselleşme sürecinde kentsel ekonomiler ve yeni sanayi odağı olarak Kayseri. *Kayseri Ekonomisi Sempozyumu*, Kayseri: Kayseri Ticaret Odası Yayınları.
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: The Free Press.
- Sassen, S. (1991). *The global city*: New York, London, Tokyo. NJ: Princeton University Press.
- Scott, A.J. (2006b). Creative cities: Conceptual issues and policy questions, *Journal of Urban Affairs*, 28 (1), 1-17.
- Scott, A.J. (2001). Capitalism, cities, and the production of symbolic forms. *Transactions of the Institute of British Geographers, New Series*, 26 (1), 11-23.
- Scott, A.J. (2006a). Entrepreneurship, innovation and industrial development: geography and the creative field revisited. *Small Business Economics*, 26, 1-24.
- Soyak, A. (2008). Tekno-ekonomi politikaları ışığında ulusal yenilik sistemi ve insan faktörü. *Bilim ve Ütopya*, 165.
- T.C. Kayseri Valiliği İl Millî Eğitim Müdürlüğü, (2010). 2010-2014 Stratejik Planı 2010 Yılı Raporu. 28.11.2012 tarihinde <http://www.kayseriarge.org/sitesinden> erişildi.
- Tanyol, T. (1988). Yaratıcılık ve toplum. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*,1-2:5.
- Tok, E. (2009). Kapitalizmde yaratıcı yıkım artık işlemiyor. *Anlayış Dergisi*. Mart, 2009 22.11.2012 tarihinde <http://www.anlayis.net/makaleGoster.aspx?dergiid=70&makaleid=1714> sitesinden erişildi.
- Törnqvist, G. (1983). *Creativity and the renewal of regional life*. A. Buttimer (Der.) Creativity and context, *Lund Studies in Geography, B. Human Geography*, No. 50.

- Turok, I. (2003). Cities, clusters and creative industries: the case of film and TV in Scotland. *European Planning Studies*, 11, 5.
- Türkiye Cumhuriyeti, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, (2012). 81 İl durum Raporu. Sanayi Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Tüysüz, H. (2011). Sosyal sermayenin ekonomik gelişme açısından önemi ve sosyal sermaye endeksinin hesaplanması, *Uzmanlık Tezi*, Kalkınma Bakanlığı Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Zengin, H. (2010). Varlık-yokluk ekseninde anlam ve mekan: Kayseri örneğinde bir inceleme. *Kent ve Toplum Dergisi*, 1.

Doç. Dr. Hayat Zengin: Dokuz Eylül Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü'nden 1990 yılında lisans, 1994 yılında DEÜ Fen Bilimleri Enstitüsü'nde Şehir planlama programında yüksek lisans eğitimi alarak mezun oldu. 1991 yılında DEÜ Mimarlık Fakültesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı. 1995 yılında başladığı DEÜ Fen Bilimleri Enstitüsü'nde Şehir Planlama doktora programındaki eğitimini 2002 yılında tamamlayarak "Doktor" ve ardından "Yardımcı Doçent" unvanını aldı. 2008-2009 ve 2009-2010 eğitim ve öğretim dönemlerinde iki yıl süreyle Erciyes Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümünde öğretim üyesi olarak çalıştı. Halen DEÜ, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümünde, Şehircilik Ana Bilim Dalında Doçent olarak görev yapıyor.

Yrd. Doç. Dr. Gökçen Kılınc Ürkmez: 1997 yılında İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü'nden mezun oldu. Yüksek lisans derecesini 2000 yılında İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü'nden (MFBE-Şehir Planlama) ve doktora derecesini 2006'da İTÜ'den (FBE-Şehir Planlama) aldı. Bir süre İ.Y.T.E. Mimarlık Fakültesi'nde araştırma görevlisi, ve Aydın ve İstanbul Bayındırlık ve İskân Müdürlüklerinde şehir plancısı olarak görev yaptı. 2008-2012 yılları arasında Erciyes Üniversitesi Mimarlık Fakültesi'nde yardımcı doçent olarak çalıştı. Halen Bursa Teknik Üniversitesi, Doğa Bilimleri, Mimarlık ve Mühendislik Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümünde görev yapmaktadır. Başlıca çalışma alanları; kentleşme, kentsel yönetim, planlama etiği ve sanayi alanlarının dönüşümüdür.