

Unesco Yaratıcı Kentler Ağı ile Antalya Kentinin Değerlendirilmesi

An Evaluation of the Potential of the City of Antalya to Become Part of UNESCO's Creative Cities Network

Edina AJANOVIC*
Beykan ÇİZEL**

Öz: Günümüzde yaratıcılık sürdürülebilir turizm yönetimi için stratejik bir faktör olarak görülmektedir. Yaratıcı turizm, destinasyonla, kültürlerle ve insanlarla daha çok eğitim, duygusal, sosyal ve katılımcı etkileşimi içermektedir. Yaratıcı turizmin geliştiği yerlerdeki yerel halk ve destinasyon yöneticileri kendini geliştirmek, bu bölgelerin yaratıcılığını bir kaynak olarak tanımak ve turistlerin yeni deneyimlere artan taleplerini karşılamak için fırsatları değerlendirmelidirler. Bu araştırma kapsamında, turizmde yaratıcılık sürecinin nasıl olması ve nelerin yapılması gerektiği bir turizm kenti özelinde “UNESCO Yaratıcı Kent Ağı” programı bağlamında açıklanmaya çalışılmıştır. Öncelikle turizmde yaratıcılık ve “UNESCO Yaratıcı Kent Ağı” ile ilgili yapılan yazın taraması yapılmıştır. İlk olarak yaratıcı turizm uygulama süreci örneği olarak “UNESCO Yaratıcı Kent Ağı” programı bağlamında uygulama örnekleri ile ilgili hazırlanmış dokümanlar internet ortamından bulunmuş ve incelenmiştir. Araştırma sürecinin ikinci aşamasında önemli bir turizm destinasyonu olan Antalya örnek olay olarak ele alınmış ve yaratıcı turizm planlama ve uygulama sürecinde nelerin nasıl yapılması gerektiği konularında bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sürecinde nitel yöntem kullanılmıştır. Döküman analizi ve görüşmeler ile toplanan veriler içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Çalışma sonuçlarının turizm destinasyonunun planlaması ve uygulamalarından sorumlu kişi ve kuruluşlar için önemli bilgiler sağlayacağı öngörülmektedir.

Anahtar sözcükler: Yaratıcılık, Yaratıcı Turizm, UNESCO Yaratıcı Kent Ağı, Film, Antalya

Abstract: Today, creativity is considered a strategic factor in sustainable tourism management. Creative tourism comprises more educational, emotional, social and the participants' interaction between destination, culture and people. While developing creative tourism, the local population and the destination managers in the regions are able to further develop, to regard creativity as a region's resource and to evaluate the opportunities to answer the tourists' increasing requirement for new experiences. This research attempts to explain what the tourism creative process should look like, and what should be done in respect to creative tourism of cities within the scope of the UNESCO Creative Cities Network. Firstly a review of the literature on creativity in tourism and UNESCO Creative Cities Network was made. Documentation representing an example of the application of the UNESCO Creative Cities Network practices was found on the Internet and analysed. In the second part of this research, the important tourism destination of Antalya was chosen as a case study and research about what and, how that what should be done, within the tourism creativity process and its application was undertaken. The qualitative method was used in this research. Data derived from documentation analysis and from interviews was evaluated through the content analysis method. In conclusion it was emphasized that this research may provide significant information for all stakeholders and institutions involved in both tourism destination planning and application.

Keywords: Creativity, Creative Tourism, UNESCO Creative Cities Network, Film, Antalya

* PhD., Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşlet. Böl., Antalya. edinaajanovic@akdeniz.edu.tr

** Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Antalya. beykan@akdeniz.edu.tr

Turizmde yaratıcılık konusu ele alındığında bu durumun her zaman uzman bir perspektiften değil günlük yaşamda her insan tarafından uygulanabilir ya da anlaşılabilir olması için daha basit düzeyde de ele alınması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Yaratıcılık kavramının anlatılması ve sunulması aşamasında; günlük yaşamda sanata, kültüre ve onun yaratıcı bir şekilde kullanımına ilgi göstermeyen ancak tatildeyken sadece bulunduğu destinasyonun günlük özgün ve otantik yaşamından zevk almak isteyen turistlerin anlaması için çaba sarf edilmelidir. Yaratıcılık kavramını tanımlamak kolay olmadığı gibi, yaratıcılığın fonksiyonları üzerinde birçok farklı görüş de söz konusudur (Rhodes 1961; Taylor 1998; Robinson 2008). Taylor (1998) tarafından yaratıcılık ile ilgili olarak yazında yer alan farklı tanımları gruplandırılmış ve bunlar daha önce Rhodes (1961) tarafından belirlenen dört ana alan içerisinde incelenmiştir. Bu alanlar “yaratıcı kişi”, “yaratıcı süreç”, “yaratıcı ürün” ve “ortam” şeklinde sınıflandırılabilir.

Florida'nın (2002) çalışmalarına göre, mevcut turizm uygulamaları bu dört yaklaşımı içermektedir. Bu yaklaşım çerçevesinde yaratıcı kümelerin ziyaretleri ile yaratıcı ortamın kullanımı, turistik çekicilik kapsamında yaratıcı ürünlerin kullanılması (örneğin; bir ünlü yazarla ya da ressamla bağdaştırılan seyahat), turistler için yaratıcı faaliyetlerin tasarlanması aşamasında yaratıcı süreçlerin kullanılması (örneğin; atölye çalışmaları ve seminerler) ve “yaratıcı sınıf”ın faaliyetlerine yaratıcı insanların katılımının sağlanması Florida'nın verdiği örneklerdendir.

Kültür ve işletmeler arasında zamanla gelişen entegrasyon sonucunda *deneyim ekonomisi* kavramı ortaya çıkmıştır (Anderson & Thomsen 2008). Pine ve Gilmore'un (1999) belirttiği deneyim ekonomisi ve yaratıcı devrimde, büyüme ve gelişimin sağlanması aşamasında kültür bir araç olarak görülmektedir. Kültür ve yaratıcılık, turizm alanlarının kullanılması ve turizm sektörünün ekonomik anlamda büyümesi kapsamında en önemli endüstrilerden bir tanesi olarak ortaya konulmaktadır. Bu nedenle, şehirler ve bölgeler kapsamında yaratıcılık takip edilmesi gereken strateji olarak öngörülmüş ve burada bireysel beceriler ve yenilikler öne çıkmıştır (Ray 1998). Bütün bu değişimler, daha geniş bir küreselleşmeyle birlikte, şehirler ve bölgeler arasındaki artan rekabetle ve bilgi ekonomisinin gelişmesiyle de bağlantılıdır (Momaas 2009). Yaratıcılıktaki değişim aslında en çok turizmi etkilemiştir. Bu etkileşim, hem turizm ürünlerine olan yaratıcı içerikle hem de turizm becerilerini ve performanslarını geliştirme amacıyla bir arenaya dönüşmüştür. Bu durum, ne kadar yaratıcı performansa bağlı olsa da aynı zamanda seyahate başlayan kişiye de bağlıdır. Bazen çok basit faaliyetler ve olaylar (ata binme, meyve toplama, paraşütle atlama gibi) bile, o faaliyetle ilgilenen kişilerin söz konusu faaliyetleri nasıl algıladığına ve tepki verdiğine bağlı olmaktadır.

Deneyim ekonomisinin özelliklerinden biri, artan rekabet nedeniyle üreticileri deneyimlerini geliştirerek ürünlere ya da hizmetlere yönelik katma değer artışına yönlendirmektir. Bu süreç ile turizmin önemli ve etkili rolü ortaya çıkmaktadır. Özel deneyimli ortamların gelişmesiyle beraber turist hizmetleri de bir deneyim olarak sunulmaktadır. Yaratıcılığın yükselmesiyle beraber tüketim eğilimleri de değişmekte ve bunlardan en önemli olanlar arasında, aşağıdaki noktalar önem kazanmaktadır (Richards & Wilson 2006): (1) Çağdaş tüketim modeli dolayısıyla memnuniyetsizlik, (2) İş ve serbest zaman sınırları konusundaki belirsizlik, (3) Kendini geliştirme ve artan bilinçli tüketim isteği, (4) Postmodern tüketicinin deneyim kazanma isteği, (5) Öykü, biyografi ve kimlik oluşturma, (6) Yaratıcının bir ifade biçimi olarak çekicilik. Bu eğilimlerin temelleri postmodernist ve postmateryalist toplumlarda bulunmaktadır. Bu yeni toplumda özel yaşam tarzıyla ve kimliklerle bağlı tüketim ve ona bağlı sembol ve değerler, ayırt edici faktörlerdir (Bourdieu 1984). Bu noktada, turistler tarafından kaynakların yaratıcı kullanımı, bahsi geçen tüketim isteklerini tatmin edebilir. Sözü edilen kaynakları işleten, üzerinde oynayan ve yeni fikirleri üreten bireysel ve kurumsal işletmeler, yeni ekonomide bu

bağlamda en önemli rolü oynamaktadır. Bu işletmelerin ortaya çıkarılması ve teşvik edilmesi, yaratıcı turizmin ana itme faktörlerini oluşturmaktadır.

Dünya üzerindeki kentler ve bölgeler kendi üretim ve tüketim kimlikleri bakımından birbirlerinden ayrılmaktadır. (Crewe & Beverstock 1998). Kültür ve yaratıcı kaynakların üzerinde çalışılarak bu yerlerin bir tüketim merkezi olarak yeniden yapılandırılması talep edilmektedir. Bu nedenle yaratıcılık kavramı üzerindeki gelişme yardımıyla kentler, yoğun rekabet ortamındaki turizm pazarlaması doğrultusunda birbirlerinden farklı ve daha çok turist çekici bir konum haline getirilmeye çalışılmaktadır. Bu şekilde, yeni bir konsepte geçiş ve bu geçiş kapsamındaki faaliyetleri bazı noktalarda tamamen yeniden tasarlamak ve uygulamak, yaratıcı bireylere ve örgütlere ya da uluslararası programlara dayanmaktadır. 2004 yılında başlayan *UNESCO Yaratıcı Kent Ağı*, yaratıcılık üzerine odaklanan programlardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada öncelikle “*yaratıcı turizm*” kavramı ile ilgili literatür araştırması yapılmıştır. *UNESCO Yaratıcı Kent Ağı* bağlamında gerçekleştirilen mevcut projelerin raporları analiz edilmiş ve temel özellikleri, faaliyetleri ve sözü edilen program kapsamında başarılı şehirlerin neleri nasıl yaptığı bir tabloda özetlenmiştir. Doküman inceleme yöntemiyle UNESCO programının başarılı örnekleri sunulmuştur. Söz konusu uygulama ve örneklerden elde edilen bulgular ve Antalya Kenti'nin potansiyeli değerlendirildiğinde sözü edilen program kapsamında Antalya için “*Yaratıcı Film Kenti*” temasının uygun olabileceği öngörülmüştür. Öngörülen tema ile ilgili seçilen kişilerle yapılan görüşmeler doğrultusunda Antalya'nın UNESCO programı kapsamında *yaratıcı film kenti* olarak yer alması ve başarılı olabilmesi için nelerin yapılması gerektiği konusunda öneriler getirilmiştir.

Yazın Taraması

Yaratıcı Turizm

Yaratıcı turizm ile ilgili yapılan ilk çalışmalarda, yaratıcı turizm analiz edilirken, yoğun olarak turistlerin yaratıcı öğrenme deneyimleriyle turizm destinasyonundaki günlük faaliyetlere katılma isteği üzerinde odaklanılmıştır. Bu bağlamda yaratıcı turizm, “*bir tatil destinasyonuna özgü öğrenme deneyimlerine katılmış olan turistlere, kendi yaratıcı potansiyelini geliştirme fırsatı verilen bir turizm*” olarak tanımlanmıştır (Richards & Raymond 2000). Bu tanımdan sonra UNESCO ise hazırlamış olduğu yaratıcı turizm stratejisinde bir tanımlama yaparak, “*bağlayıcı ve otantik deneyimler olan sanat, miras veya o destinasyona özgü özellikler ile ilgili olarak katılımcının öğrenme isteği ile yönlendirilmiş olan seyahat ve buna ek olarak destinasyondaki yerel halk ve ziyaretçi arasında bağlantı kuran ve yaşam kültürü oluşturan turizm yaratıcı turizmdir*” (UNESCO 2006) olarak ifade edilmiştir. Raymond (2007) yaratıcı turizmi; “*resmi olmayan, pratik kazandıran ve yaratıcı deneyimlerle yerel kültür için otantik his yaratan daha sürdürülebilir turizm biçimi*” olarak tanımlamıştır. Farklı dönemlerde yaratıcı turizmin kendi tanımları oluşturulmasına rağmen, söz konusu tanımlamalar arasında “*etkin katılım*”, “*otantik deneyimler*”, “*yaratıcı potansiyel gelişme*” ve “*beceri geliştirme*” gibi benzerlikler vardır (Richards 2011).

Turistlerin bakış açısıyla yaratıcı turizm kavramı dikkate alınarak Tan *et al.* (2013) tarafından yapılan çalışmada, yaratıcı deneyimlerin temel unsurlarının neler olduğu ve bu temel unsurların yaratıcı turizm sistemi içerisinde nasıl etkileşime girdiğini gösteren bir “*yaratıcı deneyim modeli*” önerilmiştir. Yaratıcı turizmin gelişmesi konusunda bu gelişme, kültür turizminin bir uzantısı ya da bir tepkisi olarak tanımlanmıştır. Burada yaratıcı turistler, geleneksel ve kültürel turistlerden daha yüksek oranda, kendi kişisel gelişimlerine ve kimlik oluşturmalarına yardımcı olan daha yoğun etkileşimli deneyimi aramaktadırlar (Richards & Raymond, 2000).

Yaratıcı deneyim, yaratıcı ağlar, güzergahlar, kurslar ve etkinlikler aracılığıyla sağlanabilmektedir (Richards 2010). *UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı* programı öncü nitelikte olup, bireysel anlamda ülke ve kent düzeyinde oluşturulan yaratıcı ağları ifade etmektedir. Yeni Zelanda'daki Nelson Şehri, Yeni Zelanda'yı ziyaret eden turistlere yönelik olarak ülkenin yerel ürünlerini sunmak üzere “*yaratıcı turizm*” kapsamında yaratıcı işletmelerin ağ olarak tasarlanması şeklinde iyi bir örnek olarak ortaya konulabilmektedir. Bu ağ üzerinde dil kursuları, rekreasyon faaliyetleri, Yeni Zelanda'nın gastronomi ve benzer yaratıcı deneyimlerinin anlatılması sağlanmaktadır (Raymond 2007).

Yaratıcı turizm ile ilgili diğer bir örnek olarak; Barselona Şehri'ndeki yaratıcı üreticiler, tüm dünyadan gelen ve yaratıcı etkinliklere katılmak isteyen insanlar arasında bağ kurmaktadır. Bu aksiyon üzerinde Barselona turizm ofisleri tarafından yerel kültür, potansiyel turistlere sunulmakta ve tanıtılmaktadır. Bu faaliyetlerin amacı, Barselona'yı ziyaret eden turistlerin ilgilendiği yaratıcı içeriği öğrenip, Barselona'da kendi hobilerini geliştirerek yeni deneyimler kazanmak adına Barselona'nın yeniden ziyaret edilmesini sağlamaktır. Barselona'da yaratıcı üreticiler ile beraber, yaratıcı turistler tarafından söz konusu yaratıcı faaliyetlere olan talep günden güne artmaktadır (Richards 2010). Yaratıcı turizmin gelişmesi için en önemli unsurlardan birisi, yerel yaratıcılık ile yaratıcı gezginler arasında bağı kurabilmektir.

Yaratıcı turizmin gelişimi için temel ilkeler şunlardır (Richards 2010):

- **Kendini Bilmek:** Hem somut (kültürel ve tarihi anıtlar vb.) hem soyut (atmosfer, ortam vb.) varlıklar yer farklılığı yaratmaktadır.
- **Yerel Kapasiteyi Kullanmak:** Diğer destinasyonlardan daha farklı olmak için, başka yerlerden fikir ve becerileri ithal etmek yerine söz konusu destinasyona özgü özelliklerin kullanılması daha etkili ve başarılı sonuçlar yaratmaktadır.
- **Mevcut Tesisleri Kullanmak:** Yeni tesisler inşa etmek yerine mevcut tesisler daha yaratıcı kullanılmalıdır.
- **Kaliteyi Arttırmak:** Güncel eğilim ve moda gibi unsurları takip etmek yerine, kalite ve özgünlüğe odaklanarak bölgenin geleneksel değerlerini yinelemek ve vurgulamak daha önemlidir.
- **Yaratıcı Kaynakları İlerideki Değişimin Uyarıcısı Olarak Kullanmak:** Gelen turistlerin hatıra olarak satın alacakları eşyaların üretimi aşamasında yerel el sanatlarının yaratıcı kullanımı, yenilikçi ve otantik seyahat anıları için temel teşkil edebilecektir.

UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı

UNESCO'nun Yaratıcı Kentler Ağı'nın içinde bulunan kentler, kültürel çeşitlilik ve sürdürülebilir kentsel gelişim için ortak bir misyon çerçevesinde birlikte çalışmaktadır. Bu programa üye kentler, “*yaratıcı merkezler*” ve “*sosyo-kültürel kümeler*” olarak tanımlanmaktadır. Ağ, kentler arasındaki uluslararası işbirliğini geliştirmeyi hedefleyerek, UNESCO'nun sürdürülebilir gelişim ve kültür gibi küresel önceliklerin yanı sıra kentlerdeki gelişimin ortak şekilde gerçekleşmesini teşvik etmektedir. Kentler Ağı'nın üyelerini yerel yönetim ve geniş kapsamlı ortak topluluklar (kamu/özel sektörü, meslek örgütleri, sivil toplum, kültürel kurumlar) sistemi gibi görülen kentler oluşturmaktadır (UNESCO Sep. 2013). Dünya çapında yedi yaratıcı tema kapsamında 41 kent mevcut bulunmaktadır. Bu alanlar edebiyat, sinema, müzik, zanaat ve halk sanatları, dizayn, medya sanatları ve gastronomidir. Yeni Zelanda, Avustralya, İspanya, Çin ve Kore gibi ülkeler uzun yıllardır yaratıcı turizm projelerinde yer almaktadırlar (Tan *et al.* 2013) ve bu yüzden *UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı'nda* yer alan üye kentlerin çoğu bu ülkelerdendir.

UNESCO programı kapsamında kentler arasında yaratıcı ağ oluşturulmasının birçok sebebi

vardır. Söz konusu ağ, kentlerin ekonomik ve sosyal gelişiminde gittikçe daha hayati bir rol oynamaktadır. Kentlerin diğer özellikleri arasında şunlar da sayılabilmektedir:

- Yaratıcı eylemden başlayarak üretim ve dağıtım aşamasına gelene kadar tüm yaratıcı endüstri zinciri içerisinde tüm kentlerin kültürel aktörleri geniş bir yelpaze olarak yer almaktadır.
- Yaratıcı kümeler için büyüme alanları kapsamında ve kentlerin yaratıcılığını desteklemek amacıyla kentlerin birbirleri ile etkileşim içerisinde olması, küresel anlamda ciddi bir potansiyel oluşturacaktır.
- Kentler, kamu ve özel sektör arasındaki işbirliğinin kurulmasında çok güçlü bir etkiye sahiptir. Bu işbirliği yaratıcı işletme potansiyelinin oluşmasına yardımcı olmakta ve yeni ekonomide önemli rol oynamaktadır.
- En önemli özelliklerden birisi de; kentlerin yerel, kültürel ve ekonomik endüstrileri etkilemek için yeterince küçük, ancak uluslararası pazarlamada bir kapı olarak görev yapması dolayısıyla yeterince büyük olmasıdır.

Bir kentin Yaratıcı Kent Ağ'ında yer almak istemesi durumunda, söz konusu kentin sürdürülebilir gelişiminde stratejik faktör olarak yaratıcılık derecesi UNESCO tarafından kabul edilmelidir. UNESCO Genel Müdürlüğü (UNESCO Oct 2013) ve temsilcileri, bir şehrin atanması ve değerlendirilmesi aşamasında gerekli entelektüel uzmanlığı sağlamakla sorumludur. Adaylık işlemleri doğrultusunda programa üye olabilmek için hem sekreterlik programı uzmanlarınca hem de özel uzmanlar tarafından kabul edilmesi gerekir (UNESCO Oct 2013). Bu panel, bağımsız uzmanlardan ya da sivil toplum örgütlerinden veya bağımsız örgütlerden (üniversiteler dahil) oluşmaktadır.

Başvuru yapan kentler, yaratıcı ekonomi ile ilgili özel alanlardan (edebiyat, tasarım, film, müzik, el ve halk sanatları, medya ve gastronomi) bir tanesine odaklanmalıdır. Bugün dünya nüfusunun yarısı kentlerde yaşamaktadır. "Yaratıcı Kentler" konsepti; kentlerin sosyal ve kültürel gelişimine, yaşam kalitesinin artırılmasına, topluluk duygusu ve ortak bir kimlik yaratılmasına yardımcı olabilmektedir.

Araştırma Yöntemi

Araştırmada nitel yöntem kullanılmıştır. Veriler döküman taraması ve yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Dökümantasyon incelenmesi, araştırılması ve hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsamaktadır (Yıldırım & Şimşek 2011). Döküman incelemesi kapsamında değerlendirilen ikincil verilere UNESCO'nun resmi internet sitesinden ulaşılmıştır. Çalışma içerisinde kullanılan ikincil veri kaynaklarının, birincil veri kaynaklarından olan mülakat yöntemiyle beraber kullanılması, her iki veri kaynağından elde edilen sonuçları birbiriyle karşılaştırma olanağı vermesinden dolayı araştırmacı için faydalı olabilmektedir. Araştırmacı bazı durumlarda, döküman incelemesinden elde ettiği bilgileri görüşme formuna ekleyebilmekte ya da bu soruları görüştüğü kişilere yöneltebilmektedir. Bu şekilde hem verilerin zenginliği sağlanmış olmakta hem de toplanan verilerin değişik yöntemlerle kontrol edilebilmesi sağlanmaktadır (Yıldırım & Şimşek 2011).

Antalya'nın film endüstrisini ve deneyimini yaratıcı bir turizm kaynağı olarak kullanma konusu ile ilgili katılımcıların algı ve düşüncelerini daha detaylı incelemek amacıyla, görüşmeler yapılmıştır. Yaratıcı turizm ve *UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı* oldukça karmaşık olgulardır. Bu yüzden çalışmanın sağlıklı bir temele oturabilmesi için farklı görüşlerin alınmasına özen gösterilmiştir. Bu durum dolayısıyla turizm, sinema ve eğitim sektörlerinden katılımcıların olduğu bir çalışma grubu oluşturulmuştur. Çalışma kapsamında Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin turizm politika ve planlama alanında bir öğretim üyesi, Akdeniz Üniversitesi

İletişim Fakültesi Sinema Bölüm Başkanı ve diğer iki katılımcının tavsiyesi ile Antalya Kültür Sanat Vakfı'nın (AKSAV) Sanat Yönetmeni ile görüşme yapılmıştır. Ayrıca, Antalya'da düzenlenen Film Çalıştay Raporu ve Altın Portakal Film Festivali'nin raporları da incelenmiştir. Toplanan veriler içerik analizi ile incelenmiş ve yorumlanmıştır. Bu araştırma sürecinde, dökümantasyon incelemesi sonucu elde edilen veriler, görüşme ile elde edilen verilere destek olabilmesi veya elde edilen sonuçlara açıklamalar getirebilmesi amacıyla kullanılmıştır.

Araştırmanın Bulguları

UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı'nın Faydaları

UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı'nın resmi internet sitesinde yer alan Değerlendirme ve Çalışma Vaka Raporları, program içerisinde yer alan üye kentler ile yapılan görüşmelerin yazılı olduğu makale ve dökümanların analizi yapıldıktan sonra bu programın önemli faydaları örnekleriyle beraber tablo halinde ortaya konmuştur (Tablo 1).

Tablo 1. UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı Programın Faydalı Örnekleri

	Melboure (Avustralya) Edebiyat Kenti	Östersund (İşveç) Gastronomi Kenti	Cobe (Japan) Dizayn Kenti	Pekin (Çin) Dizayn Kenti
Neden Bu Alanda Seçildi?	-Yayıncılık sektörün merkezidir. - Edebiyat uzun dönem şehrin önemli bir parçası olmuştur.	- Ren geyiğinin beslenmesi ve küçük ölçekli tarım önemli özelliklerdir. - Gastronomi girişimcilerine ve çiftçilere destek verilmektedir.	- Geçmişteki büyük depremden sonra, kent yaratıcı tasarım çözümleri üzerinden kentin yeniden yapılanması arzusu	-Zengin teknoloji ve dizayn kaynakları -Yoğun tarih ve farklı kültürel kaynaklar -Kaynakları kullanarak iyi ekolojik ortamın yaratılmasına vatandaşların katılımının artması -Dizayn gücüyle yaşam kalitesini artırmak ve sürdürülebilir gelişimi tanıtmak
Nasıl Yönetiliyor?	- Eyalet hükümeti tarafından yönetilmektedir.	-Bölgesel olarak yönetilmektedir.	-Merkezi hükümetten bağımsız olarak çalışmaktadır.	-Merkez Hükümet tarafından başvuru yaparken desteklendi. -Pekin Dizayn Şehrinin Koordinasyon ve Promosyon Komisyonu oluşturuldu.
Faydaları	- Edebiyat sektörü desteklenmiştir. - Hükümetin, kamu ve özel sektörün artık edebi çalışmaları ve projeleri belli bir çerçeve ve marka altında yapabilmeye şansı vardır.	- Ortak bir vizyon altında Östersund ve Jamtland örgütlerini birleştirmek. - Uluslararası platformda kabul görmek kendi kültürel varlığının değer kazanmasını sağlamıştır.	-Objektif bakış açısıyla kenti yeniden değerlendirme şansı yakalanmıştır. -Kentin yaratıcı ilkelere için isim verildi ve yerel halkla vizyon paylaşma fırsatı yakalandı.	-Farklı ulusal ve bölgesel hükümetlerin deneyiminden bilgi sağlama -Dizayn endüstrisinin gelişimi üzerinde fikri paylaşım -Dizayn üzerinde kent gelişimi ile ilgili düzenlenen aktivitelere ve konuşmalara katılma

UNESCO YKA Programı Kapsamındaki Faaliyetler	<ul style="list-style-type: none"> - 2010. Okuma, yazma ve fikirleri tartışma ve uygulamaya odaklanan Wheeler Center açılmıştır. - Eyalet hükümeti tarafından desteklenen iki tane edebiyat ödülü - Yazar Festivali 	<ul style="list-style-type: none"> -Gastronomi alt gruplarının içerisinde işbirliği sağlamaktadır. -Diğer YKA üyelerinin delegasyonları bu kenti ziyaret etti. -Gastronomi konferanslarına katılmışlardır. -Kültürlerarası etkileşim başlamıştır. 	<ul style="list-style-type: none"> -Eski ham ipek denetim fabrikası "Dizayn Kenti Kobe" merkezine dönüştürülmüştür. 	<ul style="list-style-type: none"> -100.000 m² Dizayn Kent binası hizmete sunuldu. - Çin'in ilk dizayn marketi açıldı. -30 yaratıcı küme içinde 400 faaliyet düzenlenmiştir. - 9'uncu Çin Uluslararası Garden Expo düzenlendi.
UNESCO YKA içindeki Faaliyetler	<ul style="list-style-type: none"> -UNESCO'nun Edebiyat şehirlerindeki meslektaşlarıyla farklı projelerde edebi rezidanslar, konferanslar, çocuk hikayeleri yazma yarışmaları gibi işbirliği içerisindedir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gastronomi kentler ve küresel örgütlerden davet gelmiştir. -Kendi deneyimleri ve bilgileri paylaşmıştır. - Diğer başvuran kentlere danışmanlık yapılmıştır. 	<ul style="list-style-type: none"> - Yeni projelerde kendi kentine örnekle destek vermek arzusu - Sonuçları toplamak - Dünyada dizaynın gücünü tanıtmak 	<ul style="list-style-type: none"> - YKA projelerine katılmak -Afrika ve Çin arasındaki dizayn işbirliğini desteklemek ve tanıtmak. - Çin Kırmızı Yıldız Dizayn ödülleri ve Pekin Dizayn Haftası -İlk Yaratıcı Kentler Pekin Zirvesi düzenlendi (2013).
	Icheon (Güney Kore) El ve Halk Sanatlarının Kenti	Kanazawa (Japan) El ve Halk Sanatlarının Kenti	Jeonju (Güney Kore) Gastronomi Kenti	Glasgow (İskoçya) Müzik Kenti
Neden Bu Alanda Seçildi?	<ul style="list-style-type: none"> - Yerel halkın tarihte olan ve yaratıcı bir şekilde kullanabilecek bir sanattır 	<ul style="list-style-type: none"> - 400 yıl süren el ve gösteri sanatları tanıtılmaktadır 	<ul style="list-style-type: none"> - Kente özgü yemek kültürü 	<ul style="list-style-type: none"> - Zengin müzik tarihi
Nasıl Yönetiliyor?	<ul style="list-style-type: none"> -Hükümet ve özel sektör arasındaki işbirliğiyle planlar yapılmakta - "2030 Icheon Yaratıcı Kent Master Planı" -Farklı projelerde yerel hükümetle merkez hükümet arasında finansal ve idare destek almak için sistem oluşturdu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kanazawa Yaratıcı Kent Yönlendirme Komitesi (sanayi grupları, zanaat endüstrileri ve vatandaşların yanı sıra kent hükümetini de içermektedir). 	<ul style="list-style-type: none"> - Yerel hükümet - Kendine özgü yemekleri geliştirmekte ve onu kültürle, turizmle ve diğer alanlarda entegre etmek için merkez hükümet ile işbirliği tanıtıldı. -İlerde merkez hükümetten finansal destek de sağlamayı deneyecektir. 	<ul style="list-style-type: none"> -Sadak ve limited şirket tarafından yönetiliyor -Finansal destek kentin belediyesinden ve "Yaratıcı İskoçya", farklı vakıflardan, özel bağışlardan ve bilet satışlarından gelmektedir. -Yılda iki kere tüm İskoçya'daki müzik kuruluşları toplanmaktadır.
Faydaları	<ul style="list-style-type: none"> -Kentin kültürü küresel tanım kazanıp kolektif büyük toplu kuvvet ile Dünya Yaratıcı Kent vizyonu peşinde çalışmakta -Gelişmiş politikalar ve farklı kültürler paylaşımı -Dünyadan Icheon kültürel varlıkları ve potansiyeli ile çektiği dikkat PR ve pazarlama faaliyetlerini etkiledi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hem yurt içi hem yurt dışı kentlerle fikir alışveriş yapabileme şansındır. -Kente özgü el ve halk sanatlarına daha fazla destek vermek, yerel halka da bu tür faaliyetlerde yararlı olabilecektir. 	<ul style="list-style-type: none"> -Birçok yerli ve yabancı televizyon, gazete, radyonun vb. görüşme talebi olmuştur. -Kentin marka ve bilincini artırmaktadır. -Turizm, ekonomi ve diğer genel alanlarda dalgalanma etkisi olasılığı beklenmektedir -Yerel halka kültürel varlıklar konusunda yeni anlayış kazandırmak. 	<ul style="list-style-type: none"> -En kapsamlı ve düzenli güncellenen Glasgow müzik listesi ve müzik rehberinin oluşturulmasına fırsat yaratılmıştır.

UNESCO YKA Programı Kapsamındaki Faaliyetler	<p>-Yaratıcı Kent Politika Önerme Komitesi halk tarafından kurulmuştur.</p> <p>-Kore'de yaratıcı şehirler arasındaki bağları güçlendirmek ve ağ dayanışma projeleri geliştirmek için "Kore YKA" projesi başlatılması planlanmaktadır.</p>	<p>- Yaratıcı kent projelerini tanıtıcı projeler oluşturulmuştur.</p>	<p>- Değişim ve işbirliğini genişletmek adına UNESCO gastronomi kentleri ile daha çok koordinasyon faaliyetleri oluşturmak.</p>	<p>- Glasgow müzik listesi ve müzik rehberi</p> <p>-Fırsatların yaratıcısı: genç müzisyenleri ünlü sanatçılarla buluşturuyor</p> <p>-Tüm kentte sanatçıları ve platformları birleştirmek</p> <p>-Müzik Kent Radyosu online olarak 7/24 müzik yayını vermekte ve uluslararası platformda müzisyenler kendi müziğini yükleyebiliyor.</p>
UNESCO YKA Ağ İçindeki Faaliyetler	<p>-YKA üye kentler arasında bilgi ve bilgi alışverişini teşvik için bir yol olarak, "UNESCO Yaratıcı KentlerAğı'nda İkinci Forum" a ev sahipliği yaptı.</p> <p>-El sanatlarının YKA içindeki alt ağı canlandırmak amacıyla her yıl aktif değişimi desteklenmektedir.</p>	<p>-"Yaratıcı Waltz" adında program kapsamında genç esnaf ve yaratıcı gençlere diğer yaratıcı kente bir hafta için gitme şansı vermesi.</p> <p>- 2015 UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı Konferansının düzenlenmesi planlanmaktadır.</p>	<p>-Diğer gastronomi kentinde düzenlenen yemek festivalinde yer almıştır.</p> <p>- Gastronomi kentlerini davet edip ağırladılar, fikir ve deneyim alışverişi olmuştur.</p>	<p>- İki İskoçya YKA üyelerinin arasındaki "Lirik başlayalım" projesi başarıyla gerçekleşti</p> <p>- UNESCO Aile Müzik Günleri düzenlenmesi, çocuk ve aile dinleyicileri için hep yeni müzikleri üretme yeteneği yaratmaktadır.</p>

Tablodaki örnekler analiz edildikten sonra, tüm üye şehirlerarasındaki ortak noktalar çıkarılabilmektedir. İlk olarak hangi sanat dalının üzerinde odaklanılacağına karar verilmesi, o kentin tarihteki yerinin temeli ve kent ruhunda var olan sanat alanları doğrultusunda şekillenmektedir. Kentler bazen yüzyıllar boyunca belirli bir sanat dalının ruhunu beslemektedir ve o sanat artık yerel halkın günlük hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Tüm bu kentler kendi yaratıcı potansiyelinin farkında olsalar bile aynı zamanda belli bir yenilik düzeyine ihtiyaçları olduğunu da kabul etmektedirler. Yenilik çalışmaları eğer geleneklerle bütünleşmezse, bu durum alınmış olan bir karardan ya da eski uygulamadan öteye geçemez. Bu yüzden UNESCO gibi programlara katılmak ağ ortamında yer alan diğer kentlerle işbirliği yapmak, deneyimlerinden faydalanmak açısından çok önemlidir. Bu programa katılan kentler, anında somut ekonomik faydaları görmemesine rağmen, yine de programın o kente olan geliştirici etkisi dolayısıyla çeşitli katma değerlerin oluşmasını sağlar. Bunun yanında, diğer yaratıcı konsept üzerinde odaklanan kent örneklerinden farklı olarak bu UNESCO programı kapsamında örgütlerin, kurumların ve bireylerin finansal anlamda yardım almaları söz konusudur.

UNESCO Ağ programına katılmak, kentler için çok güçlü ve başarılı bir pazarlama aracı olabilir. Artık bir kent en iyi olduğu sanat alanını yaratıcı prizma üzerinden kendi tarihi, sanatı, gelenekleri, kültür mirası ve turizm potansiyeli ile tanıtmak ve hem ziyaretçilere hem de yerlilere yeni deneyimler sunabilme fırsatına sahibi olacaktır. Medyanın bu etkinliklerde aktif rol alması, UNESCO programının en önemli unsurudur. Medya faaliyetleri, ilgili sanat dalının faaliyetlerin ve uygulamaların tanıtımı ve çeşitli festivaller ile konferanslara katılım ile gerçekleştirilmektedir.

Hem finansal hem de yönetsel anlamda, bir kentin öne çıkan sanat sektörünün gelişimi tam olarak desteklenmektedir.

Bu gelişimde hükümet kuruluşlarının yanı sıra, bireylerin ve yaratıcılık alanıyla ilgilenen örgütlerin katılımı, fikir alışverişinde bulunulması, ya da uzmanlık tavsiyeleri ile desteği önem arz etmektedir. Bu bağlamda, yeni farklı kültür merkezleri açılmış (örneğin Melbourne'deki Wheeler Merkezi, Çin'deki Dizayn Kenti) ve festivaller düzenlenmiştir (Yazar Festivali, 9. Uluslararası Çin Expo Festivali vs).

Faaliyetler arasında ödüllü yarışmaların düzenlenmesi, genç sanatçıların desteklenmesi, sanatseverlerin modern sanat dünyasıyla buluşturulması (Glasgow örneğindeki gibi) ve daha zengin sanat içeriğinin üretilmesi gibi konular yer almaktadır. Gençlerin desteklenmesi konusunda en güzel örneklerden birisi Kazanawa Şehridir. UNESCO programına katıldıktan sonra, bir hafta boyunca genç esnaflar diğer yaratıcı kentlere gönderilmiştir. Gidilen yerlerde o bölgelerin yerel sanatçılarıyla, alıcılarıyla ve diğer ilgili taraflarıyla etkileşim fırsatı yaratılmış olmasının yanı sıra yerel sanat müzeleri ve üniversitelerin de kendi duyarlılıkları geliştirilebilmiştir.

Yaratıcı Kent Programı kent adayı, kendi halkla ilişkiler ve pazarlama faaliyetleri yardımıyla bir marka haline gelebilmektedir. Uluslararası bir programa katıldığından dolayı hem ulusal hem uluslararası medyanın dikkatini çekmektedir. Bu şekilde yerel halk da içerisinde bulunduğu kentin markasının farkında olmaya başlamakta ve o kente ait markanın bilinirliği ve değeri daha da artmaktadır.

Yaratıcı Kent Ağı'nın bir parçası olmak iyi bir takım oyuncusu olmak anlamına gelmektedir. Takım içerisinde yer alan sürekli paylaşımın en güçlü yanlarından birisi de iyi bir oyuncu olmaktır. Bilgi, fikir, başarılı destinasyon ve proje yönetim politikaları ile deneyim hatta sorumluluk paylaşımı da bu ağın özellikleri kapsamındadır. UNESCO programının hayata geçirilebilmesi için olmazsa olmaz özellik işbirliğidir. Kültürler arası kooperatif inisiyatifleri, farklı yönetim düzeyleri arasında iletişim ve diğer yaratıcı kentlere ortak proje üretmek bu programın işbirliği kavramını yansıtmaktadır.

Yaratıcı inisiyatifler sadece sözde kalmamalı, aynı zamanda ciddi bir planlamaya dayanmalıdır. Bu planlama kapsamında, yerel düzeyde yaratıcılık ve ilgili alanda yaratıcıların durumunu güçlendirmek amacıyla önlemler, mekanizmalar ve girişimler belirlenmesi gerekmektedir. Mevcut UNESCO programı kapsamında, yaratıcı kentler arasında bu anlamda farklı ve başarılı politikalar üretilmekte, Master Planları (İcheon) yapılmakta, Politika Önerme Komisyonları (İcheon) düzenlenmektedir.

Kentin yaratıcı ilkelere ve çabalara uluslararası çapta kabul edilen bir tanım getirmesi yerel halk için de önemli gurur kaynağı olmaktadır. Eğer bir ortak vizyon altında tüm paydaşları toplayabilme şansı varsa o zaman tüm faaliyetler ve çalışmalar program kapsamında başarılı ve yararlı olabilmektedir.

UNESCO ağı içindeki tüm kentler interaktif bir yapı içerisinde sürekli iletişim ve hareket halindedir. Bu program kapsamında, dünya genelinde aynı alt gruptaki kentlerde konferanslar ve yarışmalar düzenleme ve danışmanlıklar (İşveç örneği) yapmak, diğer kentleri ziyaret etme, farklı işbirliği oluşturma, destekleme ve tanıtmaya (Afrika ve Çin gibi), yaratıcı Kent Zirvesi



Fig. 1. UNESCO Yaratıcı Kent Ağı'nın Yararları

(Pekin) ve çeşitli forumlar düzenleme, aynı ülkedeki kentler arasında ortak projeler üretme (Glasgow ve Edinburg) gibi faaliyetler söz konusudur.

Bradford Kenti – Bir UNESCO Film Kenti Örneği

Birleşik Krallık içerisinde bulunan bir kent olan Bradford UNESCO'nun ilk resmi Film Kenti olmuştur. Burada Bradford Film Kenti faaliyeti tüm bölgenin yenilenmesini desteklemek amacıyla bir misyon olarak görülmekte ve kullanılmaktadır. Bu programdaki faaliyetleri örgütler, bireyler ve işletmeler kooperatif ve beraberlik içinde yönetmektedir. Bu Film Kenti'nin paydaşları arasında şirket çalışanları, Bradford Konseyi'nin departmanları, Ulusal Medya Müzesi, eğitim ve film kurumlarından gelen ortaklıklar, gayrimenkul, kamu, ulaşım, özel sektördeki farklı işletmeler vs. bulunmaktadır. Birçok faaliyet, konseyin sermayesi ile beraber internet sitesi tasarım şirketleri, Bradford'un turizm destinasyonun parçası olarak pazarlama ve ortakların bireysel bütçe sermayesini de içermektedir.

Beş yıllık süre içinde Bradford'un önemli çalışmalarından biri olan Film Kenti markasının tanıtılması dolayısıyla "*zevk alma*", "*öğrenme*", "*yapma*" ve "*ziyaret etme*" gibi dört tema ortaya çıkmıştır.

Zevk Almak: Bu tema içindeki faaliyetler, film keyfinin farklılaştırılması, kolaylaştırılması ve genişletilmesi amacıyla düzenlenmektedir. Bu bağlamda, yapılan bazı faaliyetler arasında yerel halka kırmızı halı deneyimi sağlamak, yerel film topluluklarına destek vermek, "*Mobil Sinema*" deneyimini geliştirmek (en küçük sinemalar yardımıyla), mevcut olan Uluslararası Film Festivali'ni daha büyük bir alana taşımak, yerel film yapımcıları tarafından çekilen filmlerin gösterimi için özel bir sinema alanı hazırlamak gibi konular yer almaktadır.

Öğrenmek: Film ile ilgili insanlara daha çok öğrenme fırsatı sağlamıştır. Yeni öğrenme faaliyet planı geliştirme, yetkili yerel film yapımcılarını kampanya katılımlarına destekleme, gençler için ödüllü sponsorluk yapma, film endüstrisiyle ilgilenen öğrencilere kariyer etkinlikleri ve faaliyetler düzenleme, eğitim kursları ve seminerler sağlama, düzenli ağ ve bilgi alışverişinin desteklenmesi, kısa film yarışmaları yürütme, Bradford Üniversitesi'nde film dalında doktora ve yüksek lisans programları oluşturma, okul ile çalışıp filmi öğrenme sürecinde bir araç olarak kullanma ve çocukları da program içine dahil etme gibi faaliyetleri içermektedir.

Yapmak: Bu temanın en büyük amacı, Bradford'un bir film kenti olarak itibarını ortaya koymaktır. Bunun başarılabilmesi için film yapımcılarına daha çok destek sağlanması gerekmektedir. Ayrıca yerel halka ve ziyaretçilere de film yapma fırsatını sunmak ve onlara yeni deneyim kazandırma bu temanın önemli amaçlarından bir tanesidir.

Ziyaret Etmek: Kentin kendi faaliyetlerini göstermek adına hem yerel hem de yabancı ziyaretçilere daha cazip hale getirilmesi için turizm pazarlama çalışmaları kapsamında "*Film Nedeniyle Bradford'u Ziyaret Edin*" şeklinde özel bir slogan üretilmiştir. Bradford Film Kenti Projesi'nin yetkilileri, Bradford'un *film teması* altında daha çok insanın ziyaret etmesini teşvik etmektedir.

Beş yıl geçtikten sonra bu program ile ilgili yerel halktan da olumlu geri dönüşler alınmıştır. Ayrıca ilk resmi Film Kenti olarak Bradford, *UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı*'nda önemli rol oynamaktadır. Bu şekilde kent kendi deneyim ve bilgileriyle diğer kentlere de güzel bir örnek olabilmektedir. Bu bağlamda, özellikle Sydney Film Kenti'ne (ikinci UNESCO Film Kenti) danışmanlık yapıyor olması öne çıkan faaliyetlerden biridir. Sadece Sydney'e değil, gelecekte var olacak aday kentler için de tavsiye ve sahip olduğu bilgiler ile yardımcı olmak istenildiği açıkça belirtilmiştir.

Antalya'nın Potansiyel Durumu

UNESCO Film Kenti olabilme şartlarına baktığımızda, Antalya uygun olarak görülmüştür. Bu

alan için gerekli şartlar içerisinde şunlar yer almaktadır (<http://www.unesco.org>):

- Sinema ile ilgili önemli altyapı, örneğin film stüdyoları, film manzaraları/ortamları vs.
- Film yapımı, dağıtım ve ticarileştirilmesinde sürekli bağlantılar,
- Film festivalleri, "screenings" ve diğer film ile ilgili olayları barındırma deneyimi,
- Yerel, bölgesel ve uluslararası düzeyde işbirlikçi girişimler,
- Arşivler, müzeler, özel koleksiyonlar ve/veya film enstitüleri şeklinde olan film mirası,
- Film yapım okulları ve eğitim merkezleri,
- Yerel veya ulusal üretilen ve/veya yönetilen filmlerin yayınlanma çabaları,
- Yabancı filmlerin bilgi paylaşımını teşvik etme inisiyatifleri.

Bu araştırma kapsamında, daha önce belirtilen örneklere bakarak ve bu konu ile ilgilenen kişilerle yapılan görüşmeler sonucunda Antalya'nın gelecekteki turizm ve film gelişimi konusunda UNESCO programına uygun olabileceği belirtilmektedir. Tüm gerekli şartlar, Antalya'yı Yaratıcı Film Kenti olarak gerek altyapı gerekse de faaliyet konusunda uygun kabul etmektedir. Bu programın önemli bir özelliği sertifikaya değil ağ katılımına dayanıyor olmasıdır. Türkiye'de bir uluslararası sertifikalı program söz konusu olduğu zaman, yapılması gereken şey, koşullara ve etkinliklere uyum sağlandıktan sonra ilgili belgeleri alıp sadece bu sertifikasyon programıyla belirtilen zorunlu işlemlerle devam etmektir. *UNESCO Yaratıcı Kent Ağı* Programı, sertifika bazda çalışmak yerine bir ağ içine katılarak ve faaliyet göstererek üyeliğinizi sürdürebilme şansı vermektedir. Bu da demektir ki; bir üye kent, diğer kentlerle kendi bilgilerini, deneyimlerini, yararlarını ve zorluklarını paylaşarak sürekli etkileşim ve iletişim halinde olmaktadır.

Antalya'nın UNESCO Yaratıcı Kent Ağı'na Film Kenti Olarak Katılabilmesi İçin Öneriler

- Antalya, uluslararası ve yerel film yapımcıları için çekim merkezi olarak geliştirilebilir.

Antalya'nın film yapımcıları açısından belli bir cazibeye sahip olduğu açıktır. Ancak bunun daha ileriye taşınabilmesi için öncelikle daha büyük yapımların Antalya'ya çekilmesi, mevcut eksikliklerin ve yetersizliklerin giderilmesi, var olan potansiyelin daha fazla geliştirilmesi ve harekete geçirilmesi büyük önem taşımaktadır.

2010 yılında gerçekleşen çalıştayda film yapımcılığını olumsuz etkileyen yasal ve uygulama ile ilgili engeller, Antalya'nın film içerisinde daha verimli ve yaratıcı şekilde kullanılması ile birlikte tartışılmıştır. Bu çalıştayın bir faydası da, Antalya'nın hem ulusal hem de uluslararası film yapımcıları açısından bir cazibe merkezi olması için gerekenlerin düşünülmesi amacı ile fikirler üretilmiş olmasıdır. Film yapım sektöründe Türkiye çapında modern ve sivil düzenlemelerin hayata geçmesi konusunda Antalya'da kamu bilincinin gelişmesine destek verilmesi öngörülmüştür. Bu sadece ülkenin değil, aynı zamanda Antalya'nın da önünün açılması açısından önem taşımaktadır.

Yabancı film yapımcılarının Türkiye'ye gelmelerine baktığımızda, mevcut durumda onlar ancak turist olarak gelerek çok kısa dönemli çalışmalar sürdürmekte ve bu çalışmalar fazlası ile kontrolsüz olmaktadır. Yapımcıların Türkiye'ye daha büyük ve uzun dönemli çalışmaya gelmeleri için gerekli izinleri almaları çok zor olmaktadır. Bu durum yapımcıların Antalya'da uzun süreli çalışması önünde önemli bir engeldir. Yapılmış olan çalıştayda, yasal ve operasyonel işleyişi kolaylaştırmak adına kentlerde film komisyonları kurulmasının önemli faydaları olacağı belirtilmiştir. Antalya'nın bu konuda öncü bir adım atması fikri desteklenmiştir. Yabancı film yapımcılarının ülke ve kente davet edilmesinin, onların işlerini kolaylaştıran hizmetler sunmasının ve geldiklerinde işlerini sorunsuz bir şekilde halledebilmesinin dünyada var olan örneklerinde olduğu gibi "*Film Komisyonu*" modeliyle mümkün olabileceği belirtilmiştir.

- Antalya'nın doğası bir film çekim platosu olarak kullanılabilir.

1970 ve 1980 yapımı Türk filmlerinin hepsi Antalya'da çekilmiştir. Antalya'nın bilindik turistik yerleri ve turistler tarafından en çok ziyaret edilen yerleri arasında bulunan Düden Şelalesi, Manavgat Şelalesi ve eski köyler gibi yerler eski Türk filmlerinde kullanılmıştır. Antalya'nın doğal mekanları, sinema perdesinde kullanılabilecek derecede hala saf ve doğal halde bulunmaktadır. Amerika'nın Universal Stüdyosu'nda film yapımcıları, filmlerinde doğal olmayan yerlerden bir fantezi yaratırken seyirciler onların gerçek olduğunu düşünmektedirler. Antalya'ya baktığımızda ise, tüm bölgeler gerçek ve hem yerel halka hem de turistlere doğal ve en güzel halinde sunulabilme fırsatına sahiptir. Bu yüzden en güzel doğal alanlar, film çekimi için bir doğal plato olarak ya da gezilmesi ve görülmesi gereken ve film atmosferini de hissettiren bu yerlerin ziyaret edilmesi için hem film hem de turizm amaçlı kullanılabilir. Bölgede mevcut olan film stüdyolarının restorasyonunda büyük önem taşıdığı vurgulanmıştır.

- Her şeyin bir arada ve hazır bulunduğu bir konsept oluşturmak faydalı olabilir.

Otelcilik sektöründe olduğu gibi, Antalya'da film yapımı için her şeyin bir arada ve kullanıma hazır halde olması gerekmektedir. Yurt dışında film çekebilmek için, 12 ay boyunca yerleşik teçhizat, kaliteli profesyonel hizmet sağlayan muhataplar, nitelikli işgücü, yabancı dil bilen yardımcı kadro, figürasyon vb. bir çok unsura ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu durumun gerçekleşebilmesi ve Antalya'nın film yapımcıları açısından cazibe merkezi haline gelmesi için, yerel işleyişteki bürokrasinin azaltılması, film yapımcılarına bölge ile ilgili ihtiyaç duyabilecekleri tüm mekan bilgilerinin kolaylıkla sağlanması, bunların internet sitesi aracılığıyla ulaşılabilir hale getirilmesi gerekmektedir. Sözü edilen çabalar film yapımcılarının çalışmasını kolaylaştıracaktır.

Politika düzeltmeleri ile uyumlu altyapı projeleri geliştirilmelidir. Bir vizyon olarak ifade edilen Sinema Vadisi büyük bir arazi olarak oluşturabilir. Onun inşaatı ve faaliyete geçebilmesi için de ciddi yatırım yapılması gerekmektedir. Oluşturulacak bu merkez turistler içinde bir cazibe merkezi olacaktır.

- Tüm destinasyonun paydaşlar arasında işbirliği ve koordinasyon sağlaması gerekmektedir. Belediye, valilik, emniyet müdürlüğü, itfaiye vb. tüm kamu birimleri arasında UNESCO gibi bir program için koordinasyon kurulmalıdır. Sadece kamu birimleri arasında değil, özel kurumlar ve işletmeler, sivil toplum örgütleri, Turizm, İletişim ve Güzel Sanatlar Fakülteleri, Antalya Kültür ve Sinema Vakfı ve diğerleri de bu işbirliği içerisinde yer almalıdır.

Antalya'da film konusunda işbirliği sağlamak çok zor ve yeni bir iş olmayıp, Altın Portakal Film Festivali organizasyonu bunun için iyi bir örnektir. Festival döneminde Belediye, İletişim Fakültesi ve Antalya Kültür ve Sanat Vakfı'nda bütün festival kapsamında planlanan faaliyetleri gerçekleştirmek için beraber çalışmaktadırlar. AKSAV özellikle öğrencilere destek sağlamak ve onları organizasyona dahil etmektedir (Örneğin Altın Portakal Film Festivalinde öğrencilerin çektiği kısa filmler de yer almıştır). UNESCO programına Antalya'nın katılması halinde bu tür yaratıcı faaliyetleri ve programları kural ve gelenek haline getirmek durumunda kalacaktır. Bu kapsamda ayrıca İletişim ve Güzel Sanatlar Fakültesi'nde konferans düzenlemek, küçük sinema okulları kurmak, potansiyel ziyaretçilere film yapımı konusunda kısa eğitim vermek, doğal platoları gezdirmek ve film çekirmek gibi çeşitli faaliyetler ve destekler beklenmektedir.

Turizm Fakültesi öğrencilerinin ve öğretim elemanlarının da desteğine ihtiyaç duyulacaktır. Mevcut durumda turizm öğrencilerinin uygulama dersleri otellerde ve seyahat acentalarında ağırlıklı olarak yapılmaktadır. Onları Yaratıcı Kent Projesi'ne ilave etmek öğrenciler için turizm destinasyon yönetimi konusunda da çok güzel bir öğrenme ve uygulama fırsatı yaratmış olacak-

tır. Destinasyon yönetiminde örgütler ise öğrencilerin enerjisinden, fikirlerinden faydalanabilir. Bu çabalar yaratıcı turizm uygulamalarına değer katabilecektir.

- Altın Portakal Festivali Antalya turizmin merkezinde yer almalıdır.

Antalya Altın Portakal Film Festivali, Avrupa ve Asya'nın en köklü film festivallerinden birisi olup, Türkiye'nin ise en eski ve uzun soluklu film festivalidir. 1950'li yılların ortalarında, tarihi Aspendos Tiyatrosu'nda düzenlenmeye başlanan konserler ve tiyatrolar, Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin temel taşlarını oluşturmaktadır. Halkın yoğun ilgi gösterdiği ve her yıl yaz aylarında yapılan gösteriler gelenekselleşmiş, 1960'lı yılların başına kadar bir şenlik havasında devam etmiş ve 1963 yılında sinemayı da bünyesine alarak "*Antalya Altın Portakal Film Festivali*"ne dönüşmüştür. Önce Antalya için bir logo arayışı içinde kalınmış ve yörenin simgesi olan portakal, deniz, tarihsel öğeler ve Venüs heykeliyle bütünleştirilmiştir. Portakal sadece logonun içine girmekle kalmamış, aynı zamanda film festivalinin de ismi olmuştur.

1964 yılında güç koşullarla gerçekleştirilen ilk festivale ilgi gerçekten çok büyük olmuştur. Festivalin özündeki misyonu ise, "*Türk sinema sektörünü maddi manevi desteklemek, Türk film yapımcısını nitelikli yapıtlar üretmeye teşvik ederek Türk Sineması'nın uluslararası platforma açılmasına zemin hazırlamak*" olarak belirlenmiş ve bu misyon şimdiye kadar da başarılı bir şekilde gerçekleştirilmeye devam etmektedir. Ulusal alanda elde ettiği deneyim ve başarıyı, 2005 yılından bu yana uluslararası platforma da taşıyarak büyük bir sinema etkinliği haline gelen Uluslararası Antalya Altın Portakal Film Festivali, Antalya'yı ve Türk sinemasını kucaklarken, dünya sinema platformunda iddialı bir film festivali olma yolunda sağlam adımlarla ilerlemektedir. Antalya Altın Portakal Film Festivali çerçevesinde, ulusal ve uluslararası yarışmanın yanı sıra, Ulusal Belgesel Film Yarışması ve Ulusal Kısa Film Yarışması'nda yer almaktadır. Festivalde ayrıca, başta Asya ve Avrupa sineması olmak üzere, dünya sinemasının önemli ve saygın isimlerinin filmleri de sinemaseverlerle buluşmaktadır.

Diğer Yaratıcı Kent örneklerine baktığımız zaman belki de bu kadar büyük ve tarih açısından önemli bir film festivali bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu durum, Antalya'yı diğer kentlerden ayıran önemli bir faktör olabilmektedir. Altın Portakal'ın önemi ve anlamı doğrultusunda Yaratıcı Film Kenti fikrinin yayılması desteklenebilir ve bu sayede de faaliyetler sadece ekim ayında değil, bütün yıl boyunca yayılabilir.

- Antalya'da Türk dizileri ve turizm arasında bağ kurulabilir.

Film ve dizi üzerinde gelişen turizm turu ilk defa İngiltere'de başlamıştır. Yorkshire ve Bradford manzaraları, birkaç uzun metrajlı dizi dolayısıyla tüm dünyada meşhur hale gelmiştir. Buradan başlayan bu olgu hızlı yayılmış ve kentler de film ya da dizi çekme destinasyonu olarak pazarda yer almak istemişlerdir. Çünkü bu doğrudan pazarlama aracı olmamasına rağmen, çoğu zamanda geleneksel pazarlama yöntemlerinden daha etkili olmuştur.

Son birkaç yıl içinde Türkiye kendi dizi yapımlarıyla tüm dünyada tanınır hale gelmiştir. Özellikle Doğu Arap ve Balkan ülkelerinde resmi televizyon kanallarında yayınlanan diziler oldukça fazla ilgi görmektedir. İnternet yayını aracılığıyla ise dizilerin izlendiği ülke sayısı daha da artmaktadır. İstanbul, Mardin, Ankara gibi kentler, çekilen diziler aracılığıyla her gün potansiyel turistlerin televizyon ekranında karşılına çıkmaktadır. Antalya'nın bir önemli çekim platosu olarak bu pazarda yer alması durumunda bu tür programların yapımı için kent sürekli bir destinasyon haline gelecektir. Dizilerin yayınlanma süresi daha uzun olduğu için Antalya'nın doğal, kültürel ve tarihi potansiyelinin uzun süreli olarak ulusal ve uluslararası tanıtılma şansı daha yüksek olmaktadır. Ayrıca gelenek ve kültürü tanıtmak, eski, çağdaş ve gelecekteki yaşam tarzlarını sunmak gibi avantajlar elde edilebilecektir. Ünlü Türk oyuncularını bazı ülkelerde Hollywood oyuncularını gibi dikkat çekmektedirler. Eğer Antalya bir Dizi Festivali ya da Dizi

Günleri gibi bir etkinlikle ünlü oyuncularını, dizilerin çekildiği yerleri, dizi esnasında kullanılan kıyafetleri ve ekipmanları tanıtabilme şansı yakalarsa, daha fazla turisti Antalya'ya çekebilme şansı doğabilecektir.

- Yerel halkın da Yaratıcı Kent Programı'na katılımı sağlanmalıdır.

İlk düzenlenişinden beri Altın Portakal Film Festivali, Antalya'da yerel halkla sağlam bir bağ oluşturmuştur. O yıllarda televizyonun bulunmaması, filmlerin yalnızca bir tek sinemada izlenmesini zorunlu kılıyordu. Hem sinema hem de film festivalinin merkezi o zamanlar İstanbul olup, bütün sanatçılar ve yıldız oyuncular orada bulunmaktaydı. Böyle bir atmosferde hiç film ile ilgisi olmayan bir kentte film festivalinin tohumları atılmış ve sadece bahsi geçen tek sinemada görülebilecek yıldız oyuncular, festival dolayısıyla Antalya'ya gelmeye başlamışlardır. Tüm yıl boyunca çekilen filmler ilk kez Antalya'da festival döneminde gösterilmiştir. Bu yüzden hem Antalya'ya gelmek hem de çekilen filmleri ilk izleyen kişiler olmak prestij haline gelmiştir. Yerel halk ise yıldız oyuncularını hem sinema perdesinin arkasında hem de canlı halde görme fırsatı yakalamakta ve bu şekilde Antalya ve yerel halk 50 yıldır bu film festivalinin ev sahipliği yapmaktadır.

Altın Portakal Film Festivali kapsamında yerel halk için “*Halkın Portakalı*” gibi yarışmalar, kısa sinema okulları, küçük müzeler gibi etkinlikler her zaman düzenlenmektedir. Söz konusu film festivali, Antalya'nın yerel halkına hem sosyal hem de kültürel anlamda çok katkı sağlamış ve halen de sağlamaktadır. Antalya'nın UNESCO programında yer alması durumunda hem kültürler arası hem de ekonomik faydalar sağlanabilecektir. Bunun gerçekleşebilmesi için, Yaratıcı Kent olarak sorumluluk sahibi ve etkinlikleri organize eden paydaşların planlama ve yürütme aşamasında kesinlikle yerel halkın da katılımı sağlanmalıdır. Yerel halk, bu etkinlikleri gerçekleştirerek potansiyel turistlere bu bağlamda iyi bir örnek ve rehber olabilecektir. Her iki taraf için buluşma noktası film sevgisi ve ilgisi olduğu için aynı dili konuşmuyor olsalar bile sinema sayesinde ortak bir dil yaratılmış olabilecektir. Yerel halk tarafından turistlere kendi film festivalinin atmosferini ve geleneklerini anlatma, film ile ilgili düzenlenen faaliyetlerde birlikte yer alma ve yeni deneyimler kazanma fırsatı doğabilecektir. Bu aslında yaratıcı turizmin en büyük ve en önemli faydalarından birisidir.

Sonuç

Yaratıcı turizmin başarılı olabilmesi için sadece turistlerden yaratıcılık beklenmesi doğru değildir. Aynı zamanda destinasyonlar da kendi buldukları bölgelere özgü deneyimler tasarlamak ve üretmek zorundadır. Bu durum öncelikle destinasyondaki turizm paydaşlarının ve/veya yönetimi ile ilgilenen kişi ve kurumların buldukları destinasyonun yaratıcılık potansiyelinin olduğu alanları belirleme ve bu alanlar üzerinde ciddi planlı çalışmalar yapılması ile mümkün olabilir. Bu sayede söz konusu destinasyon, turistler açısından ziyaret etme motivasyonu sağlayabilir. Herhangi bir destinasyona özgü bilgi, beceriler, fiziksel varlıklar, sosyal sermaye ve atmosfer birleşme potansiyeline sahiptir ve bu birleşim bu destinasyonu diğerlerinden ayırır özgün ve yaratıcı faaliyetler için uygun hale getirmektedir.

Seri üretimden kaçınma, daha fazla özgürlük potansiyeli, turistler için daha fazla anlamlı deneyimler, turistler ve yerel halk arasında daha eşit bir ilişki, yaratıcı turizmi diğer turizm formlardan ayıran birkaç önemli özelliktir. (Richards & Raymond 2000; Richards & Wilson 2007). Antalya ne kadar kitle turizminin cenneti olsa da ve ne kadar bu konuda büyümeye devam edeceği düşünülse de sadece bu turizm formu içerisinde Antalya'nın değerlendirilmesi yanlış olacaktır. Milyonlarca turist Antalya'ya gelmesine rağmen, gelenlerin yarısından fazlası Antalya'nın doğal güzellikleri, kültürü, geleneklerini, yerel halkın yaşam tarzlarını hiç tanımadan sadece otelde vakit geçirmektedirler. Antalya turizminin gelişimiyle ilgilenen paydaşlar ve

yerel halk da bu durumun farkında olup, turistlerin kenti daha yakından tanımaları için çözüm aramaktadırlar.

Bu çalışmanın önemi, *UNESCO'nun Yaratıcı Kent Ağı Programı*'nın bu yollardan birisi olabileceğini göstermesidir. Yaratıcı turizm üzerinde büyüme ve gelişme, turizm politikalarının ve stratejilerinin belirtilmesi, Antalya için "*deniz, kum, güneş*" üzerine kurulmuş turizm anlayışının yarattığı sonuçlardan daha yenilikçi, başarılı, çekici ve değer yaratan sonuçlar doğurabilir. Diğer UNESCO ağının üyelerinin örneklerine baktığımızda, sanat ya da yaratıcı form üzerinde odaklanıp kısa süre içinde daha aktif hale gelmenin yanı sıra, farklı paydaşlar arası işbirliği ve yerel halkın da katılımının sağlanması dolayısıyla farklı ve yaratıcı programların hızlı ve etkili bir şekilde üretildiğini göstermektedir. Bu program ile dünyada Antalya'nın itibarını arttırmanın yanı sıra Türkiye'de turizm ve film sektöründeki eğitim programları ve kurumların da gelişimi desteklenmiş olacak, üniversite öğrencilerinin fikirleri ve yeni şeyler öğrenme arzusu bu programa katkı sağlayabilecektir. Öğrenciler için uygulamada işlerin ne şekilde yönetildiği, seçtikleri mesleğin yararlarını ve zorluklarını öğrenme fırsatı oluşacaktır. Uzun vadeli baktığımızda istihdamı artırma potansiyeli çok yüksektir. Destinasyondaki yaratıcılık konsepti yerel halkın katkısıyla, geleneklerle, yaşam tarzıyla ve onların turistler ile olan ilişkileriyle gelişiyorsa, yerel halk turizmde daha aktif bir paydaş haline gelecektir. Bu şekilde yerel halk için ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda kazanımlar sağlanacaktır.

Antalya, turizm ve seracılık sektörünün liderleri arasında yer almaktadır. Bu durum ileriki zamanlarda da elbette devam etmelidir, ancak Antalya'nın günlük hayatında, tarihinde ve yaşam tarzında 50 yıldır süre gelen bir film festivaline ev sahipliği yaptığı unutulmamalıdır. Güzel manzaraları kullanarak hem ulusal hem uluslararası film yapımcılarını çekmek, turizm, sinema ve yerel hükümet temsilcilerinin arasındaki işbirliğini sağlamak, hem turizm hem sinema sektörleri üzerinde farklı projeler üretmek ve hayata geçirmek amacıyla toplumsal bilincin artması, Antalya'nın hem turizm hem de *Film Kenti* olarak bir dünya kenti vizyonu sahibi olmasına yardımcı olacaktır. Antalya'nın *UNESCO Yaratıcı Kent Ağı Programı* içerisinde yer alması, bu vizyonu hayata geçirmesi için yararlı bir strateji olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Andersson L. & Thomsen B. S. (2008). "Performative experiments and cultural re-planning – Recaptuling the spectacle of the city". *Nordic Journal of Architectural Research* 20 (2008) 39-51.
- Bourdieu P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge 1984.
- Crewe L. & Beverstock J. (1998). "Fashioning the city: Cultures of consumption in contemporary urban spaces". *Geoforum* 29 (1998) 287- 308.
- Florida R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York 2002.
- <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network/about-creative-cities>
- <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network/evaluation-and-studies>
- <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network/interviews-and-articles>
- Mommaas H. (2009). "The turn of inheritance in tango: Official policies, tourism, dance championship in the city of Buenos Aires". *Cuadernos de Antropologia Social* 30 (2009) 155-172.
- Pine J. & Gilmore J. (1999). *The Experience Economy*. Boston 1999.
- Ray C. (1998). "Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development". *Sociologia Ruralis* 38 (1998) 3-20.
- Raymond C. (2007). "Creative Tourism New Zealand: The practical challenges of developing creative tourism". Eds. Richards G. & Wilson J. *Tourism, Creativity and Development* (2007) 145-157. London.
- Rhodes M. (1961). "An Analysis of Creativity". *Phi Delta Kappan* 42 (1961) 305-310.
- Richards G. (2011). "Creativity and Tourism". *Annals of Tourism Research* 38/4 (2011) 1225-1253.
- Richards G. & Raymond C. (2000). "Creative tourism". *ATLAS News* 23 (2000) 16-20.
- Richards G. (2010). "Tourism Development Trajectories-from culture to creativity?". *Tourism and Management Studies* 6 (2010) 9-15.
- Richards G. (2011). "Creativity and Tourism". *Annals of Tourism Research* 38/4 (2011) 1225-1253.
- Richards G. & Willson J. (2006). "Developing Creativity in Tourism Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture?". *Tourism Management* 27 (2006) 1408-1413.
- Robinson J. R. (2008). "Webster's Dictionary Definition of Creativity". *Online Journal for Workforce Education and Development* 3, <http://opensiuc.lib.siu.edu/ojwed/vol3/iss2/2/>
- Tan S. K., Kung S. F. & Luh D. B. (2013). "A Model of "Creative Experience" in Creative Tourism". *Annals of Tourism Research* 41 (2013) 153-174.
- Taylor C. (1988). "Various Approaches to and Definitions of Creativity". Ed. R. J. Sternberg, *The Nature of Creativity* (1988) 99-124. Cambridge.
- UNESCO (2006). *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, USA* October 25-27, 2006.
- UNESCO (September, 2013). *Creative Cities Network Mission Statement*, September 2013 http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Mission_statement_Bologna_creative_cities_meeting.pdf
- UNESCO (October, 2013). *UNESCO Creative Cities Programme, Nomination Procedures*, October 2013. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Nomination_Procedures_EN_R ev_161013_FINAL.pdf
- Yıldırım A. & Şimşek H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara 2011.