

Subject Area  
Human and Economic  
Geography

Year: 2022  
Vol: 8 Issue: 99  
PP: 1892-19019

Arrival  
12 April 2022  
Published  
30 June 2022

Article ID Number  
62391  
Article Serial Number  
05

Doi Number  
<http://dx.doi.org/10.2922/8/sss.62391>

How to Cite This Article  
Karademir, N. (2022).  
"Kahramanmaraş'ta  
Yaratıcı Turizm"  
International Social  
Sciences Studies Journal,  
(e-ISSN:2587-1587)  
Vol:8, Issue:99;  
pp:1892-1909



Social Sciences Studies  
Journal is licensed under  
a Creative Commons  
Attribution-  
NonCommercial 4.0  
International License.

Research Article

## Kahramanmaraş'ta Yaratıcı Turizm

### Creative Tourism In Kahramanmaraş

Nadire KARADEMİR<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Doç. Dr. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Kahramanmaraş, Türkiye

#### ÖZET

Yaratıcı turizm, hem şehirlerde hem de kırsal kesimde insanların aktif katılım sağladığı etkinliklerde yaratıcılık potansiyelini geliştiren, gidilen yörenin otantik özelliklerini deneyimlemek ve öğrenmek fırsatı sunan, yerel halk ile turistler arasında iletişim kuran ve yaşam kültürü oluşturan bir turizm çeşididir. Yaratıcı şehirlerin yaratıcı bireylere sağladığı imkânlar sonucunda oluşmuştur. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yaratıcı turizmin sürdürülebilirlik açısından işlevi önemlidir. Kahramanmaraş, bulunduğu coğrafi konum nedeniyle somut kültürel miras öğeleri kadar soyut olmayan kültürel miras öğelerini de bulundurmaktadır. El sanatları, coğrafi işaretli ürünler, yerel edebiyat, festivaller, yöresel yiyecekler Maraş'ı farklı kılan unsurlarını oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı Kahramanmaraş'ın yerel kültürün ve geleneksel bilginin deneyimlenmesini beraberinde getiren yaratıcı turizm potansiyelini belirlemek ve sürdürülebilirlik açısından değerlendirmektir. Yörede deneyimleyerek öğrenmek, etkin katılım sağlamak, beceri geliştirmek ve yerel halk ile yakın ilişkiler dâhilinde yaratıcı turizm adına değerlendirilebilecek çok sayıda öge bulunmaktadır. Çalışmada Kahramanmaraş'ın yaratıcı turizm potansiyelinin yüksek olduğu ve yaratıcı turizmle ilgili projelerin yapılmasının gerekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yaratıcılık, Yaratıcı turizm, Yaratıcı ekonomi, Kahramanmaraş, Türkiye

#### ABSTRACT

Creative tourism is a type of tourism that connects local people and visitors and creates a culture of life, offering the opportunity to develop the potential of creativity, experience and learn the authentic features of the region it goes to, both in cities and rural areas. It is the result of the opportunities that creative cities provide to creative individuals. As all over the world, the function of creative tourism in Turkey is important in terms of sustainability. Kahramanmaraş contains cultural heritage elements that are not as abstract as concrete cultural heritage elements due to its geographical location. Handicrafts, geographically marked products, local literature, festivals, local food are the elements that make Maraş different. In this context, the aim of the study is to determine the creative tourism potential of Kahramanmaraş, which brings with it the experience of local culture and traditional knowledge, and to evaluate it in terms of sustainability. There are many elements that can be evaluated in the name of creative tourism within the scope of learning by experiencing in the region, participating effectively, developing skills and close relations with the local people. In the study, it was concluded that the creative tourism potential of Kahramanmaraş is high and plans and projects on creative tourism are necessary.

**Keywords:** Creativity, Creative tourism, Creative economy, Kahramanmaraş, Turkey

## 1. GİRİŞ

Günümüzde turizm sektörü hızlı bir şekilde büyüme ve değişme sürecine girmiş, turist beklentilerinin farklılaşmasına bağlı olarak yeni turizm türleri ortaya çıkmıştır. Yaratıcı turizm de kültürel turizm odaklı turizm tipleri arasında turistlerin kendilerini geliştirip farklı deneyimler yaşamalarını sağlayan bir turizm türü olmuştur. Son dönemlerde gelişmiş ülkelerde şehir nüfusu %80'leri bulmakta, Dünya nüfusunun yarısından fazlası şehirlerde yaşamaktadır. Birleşmiş Milletlere göre şehir nüfusu 2030 yılına kadar %61 büyüyerek şehirlerde yaşayanların 5 milyar olacağı tahmin edilmektedir. Dolayısıyla şehirler gelişmişliğin de göstergesi olarak önemlerini korumakta, şehir turizmi ise şehirlerarası küresel ekonomide ve büyüme yarışında rekabet gücünü artırıp şehirlerin yaratıcılıklarını ve yaratıcı endüstri stratejilerini kullanıp farkındalık sağlamaya çalışmaktadır (Emekli, 2018). Dünyada yaşanan sosyal siyasal, ekonomik ve teknolojik gelişmeler turizm sektöründeki tüketim kalıplarını değiştirmiştir. Turizmin birinci kuşağını kişilerin boş zaman değerlendirme ve dinlenme ihtiyaçlarını temin eden deniz-güneş-kum turizmi, ikinci kuşağını tarihi ve kültürel mekânlara yapılan turları içine alan kültür turizmi, üçüncü kuşağını ise turistlerin ilgilerini çeken yaratıcı unsurların tanıtılması ve geliştirilmesine dayalı olan yaratıcı turizm oluşturmaktadır (Chairatana, 2012: 3). Yaratıcılık, var olan bilgilerin kullanılıp faydalı ve yeni fikirlerin üretilmesi (Özçer, 2005: 12), insanlarda açığa çıkmış ve gizli kalmış olan yetenekler, serüvenci düşünebilme ve sorunlara duyarlı olabilme süreci, yenilikçi olma kavramları ile ifade edilmektedir. Dolayısıyla yaratıcılık moda, sanatsal yapılar, bilim, reklamcılık, dekorasyon gibi sosyal, sanatsal, endüstriyel ve bilimsel birçok alana yayılmıştır (Öncü, 1992). Yaratıcılık, yaratıcı üretim kapsamında tedarikçilerin ve destinasyonların etkilendiği ürünlerini oldukça hızlı bir şekilde yenileme imkânı sağlamakta ve değer katmaktadır (Richards, 2001; Richards ve Wilson, 2006).

Yaratıcı turizm kavramı ilk kez bir turizm türü olarak kullanılmış olmakla birlikte tanımı yapılmamış (Richards, 2011), Richards Greg literatüre öncülük etmiştir. Eurotex Projesi ile 1990’larda Avrupa’da ilk defa gündem oluşturan kavram Richards & Raymond (2000: 18) tarafından bu projede “turistik bölgelerin özelliklerini taşıyan öğrenme deneyimlerine ve kurslara turistlerin aktif olarak katılıp kendilerindeki yaratıcı yönlerini geliştiren bir turizm çeşidi” olarak ifade edilmiştir. Yaratıcı turizm kavramı genellikle kültürel turizmin bir şekli ya da uzantısı olarak ele alınmıştır (Richards & Marques, 2012:2). Fakat kültürel turizmden kaynak bileşenleri, hedef kitlesi ile kültürel mirasa etkisi ve sürdürülebilirlik açısından farklılık göstermektedir. (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010:11). Bu durumda yaratıcı turizmin kültürel turizmin bir uzantısı olarak (Richards & Wilson, 2008; Richards, 2011), kültür turizmine göre çok daha fazla potansiyele sahip olduğu söylenebilir (Korez-Vide, 2013). Yaratıcı turizm ABD’de 2006’ da UNESCO yaratıcı şehir Ağ’ı temsilcileri ve turizmcilerin katıldığı “Yaratıcı Turizm İçin Sürdürülebilir Stratejilere Doğru” isimli konferansta bir yörenin kültürel sanatsal, mirasını, özgün karakterini öğrenmek, bölgede yaşayanlarla yakın iletişim kurup yaşayan kültürünü etkileşimli şekilde öğrenip otantik deneyimler yaşamak için yapılan seyahatler olarak ifade edilmiştir (UNESCO, 2006). Dolayısıyla beceri geliştirme, yaratıcı potansiyel ve etkin katılım, yerel halk ile yakın ilişkiler, otantik tecrübelerin yaşandığı deneyimleyerek öğrenme vurguları ile bir bölgenin sanatını, özgün kültürel mirasını etkin bir katılımı deneyimleyip öğrenme imkânı sağlayan kültürün yaratıcı deneyimlerle sunulduğu sürdürülebilir bir turizm türüdür (Zoğal & Emekli, 2017; Raymond, 2007: 147). Yaratıcı turizmin kültür turizminin bir uzantısı ya da ona bir tepki olarak ortaya çıkmasının (Richards, 2011; Richards & Wilson, 2008;) sebebi yaratıcı turistler kültürel turistlerin aksine kendilerinin kişisel gelişimleri ve kimliklerinin oluşumlarına yardım edecek olan aktif olarak deneyimler arayışında olmalarıdır (Richards & Raymond, 2000; Richards, 2000). Dolayısıyla yaratıcı turizm sosyal duygusal eğitsel ve psikolojik yarar sağlamak amacıyla turistlerin daha çok etkileşimde bulunmalarını, yaşayan kültüre aktif olarak katılmalarını sağlamaktadır. Turist bulunduğu bölgede günlük hayatın içerisinde üretici konumunda yer almakta (Richards & Wilson, 2008), turistlerin özellikle yaratıcılık deneyimleriyle turizm mekânındaki günlük aktivitelere katılma arzuları üzerine odaklanılmaktadır (Ajanovic & Çizel, 2015).

Günümüzde postmodern turizm paradigması hâkim olmakla birlikte, turist tipolojileri değişmiş, sanal deneyimler ve otantik öğelere ilgi artmış ve teknolojiden maksimum düzeyde yararlanılmaya başlanmıştır (Urry, 2009: 219). Bu durumda konserlere, müzelere, bale gösterilerine gitmek, sanat galerilerini gezmek gibi seyretmeye veya izlemeye dayalı olan kültürel turizmin aktiviteleri diğer yaratıcı turizm aktivitelerinden ayrılmaktadır. Destinasyonlardaki uzun süreli kurslara katılmak gibi deneyimleri içeren tecrübe etme, katılım ve öğrenmeye dayalı aktiviteler ile turizm bölgelerindeki gününbirlik yapılan kurslara katılıp deneyim kazanma ve öğrenmede yaratıcı turizmi oluşturmaktadır (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010:4). Yaratıcı turizmin geliştirilebilmesi dış sermaye yerine yaratıcı olan iç sermayenin durumuna bağlı olduğu, el sanatları, boyama, şarkı, festival, dans gibi sürece bağlı etkinliklerden oluştuğu için kültür turizminde olduğu gibi herhangi bir yere bağlılık bulunmamaktadır. Dolayısıyla müze, anıt gibi somut miraslara dayalı olan kültür turizmine göre daha sürdürülebilirlik sağlamaktadır (Richards & Wilson, 2006: 1216). Çünkü kültürel turizm faaliyetleri görsel unsurlara dayalı iken, bu turizm faaliyeti soyut kültür öğelerinin bir parçası olarak yaparak ve yaşayarak öğrenme temeline dayanmakta (Wurzbürger vd., 2008: 14), yöre halkının kültür ve kültür mirasının değerini hatırlatıp, yaşatılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010). Yaratıcı turizm kültürel turizme alternatif değil, aksine güncel konuların ve teknolojinin içinde olduğu tamamlayıcı bir yaklaşım olarak kültürel turizmin bir uzantısıdır. Bu nedenle yaratıcı turizm kavramı ile yaratıcı kültürel turizm kavramı birlikte kullanılabilir (Aydoğan Çifçi, 2020: 28). Cazibe merkezli bir esere, yapıya, kültürel mirasa odaklanan kültürel turizm (somut miras-modern dönem) yaklaşımından, mekân (somut olmayan miras-Post modern dönem) merkezli kültür turizmine kaymış olan coğrafya- ilgi-mekân- kültür -turizm- yaratıcılık arasında gelişen kültürel turizmin yaratıcı turizme dönüşmesine zemin hazırlamaktadır (Emekli, 2021). Farklı ve yeni festivaller, etkinlikler geliştirilip sıradanlaşan turizm ile yaratıcılık arasında yakın hale gelen ilişkiyle ekonomiye çok daha fazla turist faaliyetlerinin eklenmesi sağlanmıştır (Richards, 2020). Yaratıcı turizm ile kültür turizmi arasındaki farklılıklara değinilen Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) “Tourism and Creative Economy” nün çalışmasında kültür turizminin geçmişten beri gelen kaynaklara dayanan ürün temelli ve üretici odaklı olarak finansmanının da kamu tarafından yapıldığı bir turizm biçimi olduğu; yaratıcı turizmin ise yeniliğe öncelik verdiği, üretici değil tüketici odaklı yapıldığı, farklı platformları aracı kullanıp yaratıcı içeriğe odaklandığı, uygulamaya dayalı ve yapım sürecine birlikte katılımın olduğu, işbirliği ile yaratıcı ağların oluşmasını sağladığı ve ticari arzı ve katılımı desteklediği ifade edilmiştir. Turizm sektöründe yaratıcı ekonomi içinde değerlendirilecek olan sektörler olarak tasarım, müzik, oyun, yazılım, reklam, animasyon, radyo, televizyon, mimari, film, gastronomi, performans sanatları ve bütünleştirici oyunlar yer almaktadır (OECD, 2014).

Yaratıcı turistleri diğer turistlerden ayıran unsur yaratıcı ve kültürel aktivitelere katılmalarıdır. Bu turistler algıları ve kişisel özelliklerine göre; çevresel konulara duyarlı olanlar, bilgi ve yetenek öğrenenler, yenilik arayanlar,

dinlenme ve eğlenme isteğinde olanlar, seyahatine eşlik edenin gelişimine önem verenler olarak beş gruba ayrılmıştır. Bunların belirlenmesiyle hedeflenen kitleye göre farklı stratejiler geliştirilmesi için bu turizm sektöründe değerlendirmelerde bulunmaktadır (Tan vd., 2014: 249). Yaratıcı turistler kültür turizmindeki gibi gezip görmekten daha çok aktif katılımında bulunmak istemekte, tango öğrenmeye Arjantin'e, dini heykelleri boyamaya Rusya'ya, geleneksel yemekleri pişirmeye Fransa'ya gitmektedir (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010). Bu turistler tek başına, ailece, gruplar halinde yaratıcı turizm faaliyetlerine katılabilir, tatillerini kendileri ya da turlar tarafından organize edebilirler. Hatta bu turistler geleneksel turistlere göre, tüketen üretici konumunda, daha becerikli ve etkileşim içinde olan kişilerden oluşmaktadır (URL 5).

Günümüzde turistler karmaşık bir yapıya sahip olarak kendini yerel kültürle buluşturan turizm çeşidini bulma arayışı içindedir. Bu arayışa yerel, kültürel geleneklerden, sanat çizimlerinden, el işlerinden ortaya çıkan ve uygulamalı katılım gerektiren yaratıcı turizm aktiviteleri cevap vermektedir. En önemlisi de turistler kırsal alandaki yerel halkla iletişim kurup, atölyelerde el işleri, sanatsal faaliyetler, yemek pişirme, pirinç tarlalarında çalışma gibi aktivitelere katılarak yeteneklerini aktarabilme imkânına sahip olabilmektedirler. Böylece de turistler kendi yaptıkları el yapımı hediyelik eşyalar veya eve dönünce kullanabilecekleri farklı ürünler ortaya koyup farklı yeteneklerini keşfedebilmektedirler (URL 4). Yaratıcı şehir, yaratıcı ekonomi, yaratıcı endüstri kavramlarının merkezinde yer alan, bu kavramların turizme evrilmiş hali olan yaratıcı turizmin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Kültür turizminin zamanla kitle turizmine daha çok benzemesi, kültür turizmine katılan turistlerin deneyimli hale gelip bunun yanında ilgi çeken deneyimler istemeleri, çoğu destinasyonun geleneksel turizm ürünlerine farklı alternatifler bulmak istemeleri, turistlerin paket halinde sunulan turistik ürünlerden sıkılmış olmaları gibi konular yaratıcı turizmin öneminin artmasının nedenleri arasında yer almaktadır (Richards, 2009: 82). Yaratıcılık, kültürel miras ve kültür ilişkileri, dijitalleşme, sosyal medya, televizyon dizileri, kent planlaması, hediyelik eşya, filmler, moda, turizm gibi birçok alanlarda kültür ekonomisi kavramının ortaya çıkmasına ve gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Yaratıcılık kültür ve ekonomiyi bir araya getiren birçok alt sektör, kültürel üretim-tüketim araçları ile kültür ürün ve hizmetlerini üretip düzenleyerek aktaran aktörleri kapsayan büyük bir sektörü tanımlayarak kırsal ve şehirsiz alanlarda önem taşımaya başlamıştır (Gülüm, 2015). Turistik destinasyonlarda yaratıcı endüstrilerin geliştirilip sektörde bir araç olarak kullanılmasıyla yaratıcı turizmin gelişmesi sağlanmaktadır. Eğlenceyi, kültürü ve deneyimi birlikte sunan, otantik-folklorik yöresel öğelerin üretildiği, destinasyonun doğal ortamına yaratıcı turistleri çekip aktivitelere ortak etmeyi amaçlayan yeni nesil turizm türlerinden biri olarak etkinlikleri artmaktadır (Richards, 2011). Dolayısıyla kültürün, sanatsal değerlerin, ekonominin yaratıcı şehre benzer miktarlarda katma değer sağlaması ile hem şehirde turizm gelişecek hem de turizm yaratıcı şehre sosyo-kültürel ve ekonomik bakımdan destek olacaktır. Yaratıcı olaylar, yaratıcı yerler, yaratıcı ağlar, yaratıcı ilişkiler, yaratıcı sınıf, yaratıcı fırsatlar gibi kavramlar yaratıcı turizmin, tüketicilere satılan deneyimlerin, deneyim ekonomisinin temellerini oluşturmaktadır. Üreticilerin ve tüketicilerin birbirleriyle iletişim kurup bir araya gelerek değer yaratma becerilerine dayalı olarak gerçekleştirilen yaratıcı turizm aktiviteleri turistler ve yerel halkı birbirine bağlayan yaratıcı ağlar tarafından oluşturulmaktadır (Richards ve Marques, 2012: 2).

Dünyada en geniş kapsamlı ağlardan biri olan Yaratıcı Turizm Ağı'nın (Creative Tourism Network) yaratıcı turizm potansiyeline sahip olan destinasyonların tanıtımını yapmak, turistlere en iyi yaratıcı turizm destinasyonları ve etkinliklerini önermek amacıyla yaratıcı turistleri ve özel taleplerini tanımlamak, akademik ve profesyonel eğitimler ve turlar düzenlemek, uluslararası konferanslar organize etmek, aktiviteler oluşturmak için araştırmalar yapmak, destinasyonlarla ilgili bilgilendirmeler yaparak turistlerin ulaşılabilirliğini sağlamak gibi görevleri bulunmaktadır (URL-5). 2005'de Avrupa'da dünyanın ilk yaratıcı turizm platformu "Barcelona Creative Tourism Network" oluşturulmuştur. Turistlerin bölgeyi yaratıcı bir şekilde keşfetmelerini, yerel gibi hissetmelerini, yerelle etkileşimde bulunmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Ziyaretçilere moda-tasarım, geleneksel halk sanatları, mutfak, el sanatları, performans sanatları, müzik, görsel sanatlar gibi çeşitli ölçeklerde yaratıcı deneyimler sunmaktadır. Sloganları "deneyim" ve "otantiklik"tir. Barcelona Creative Tourism İspanya'da yemek yapımı, Gaudi stili mozaik çalışmaları, halk oyunları, fotoğrafçılık, şarap tadımı, rumba dans kursu gibi yaratıcı aktivitelere yer verilmiştir (URL 5). The Chic and Basic otelinde genç tasarımcılar kişisel yataklar tasarlamışlar, bunları moda gösterileri olarak sahnelemişler, konaklamanın farklı formlarından faydalanmışlardır. Dolayısıyla burada turizm ürününün en yaratıcı yönlerinden birini oluşturan yenilikçilik konaklama alanında uygulanmış, yaratıcı destinasyonlar tarafından yaratıcı turizmi kolaylaştırmak için yaratıcılığın ihtiyaç duymuş olduğu alan yenilikçi bir şekilde kullanılmıştır (Richards, 2009; Richards, 2013). Daha sonraki dönemlerde Fransa, Rusya, Avusturya, Brezilya, Japonya, Çin, ABD, Tayland, Güney Kore gibi ülkelerde de yaratıcı turizm formları kullanılmış, böylece yaratıcı turizmle ilgili olan turistler buralara çekilmiştir. 2010'da birçok sanatsal olan yaratıcılık alanlarının olduğu 34.000 kadar atölye çalışması, sekiz kategoriden oluşan (karnavallar, festivaller, el sanatları vb.). "Creative Paris" projesi başlatılmış ve daha sonra Fransa'nın geneline yayılmıştır. "Creative Tourism Austria" ise oteller ve kaplıcalar gibi ticari ortaklarla iletişimlerini geliştirmeye dayalı bir modelle turistlere yaratıcı deneyimler sunmakta,

kültüre ilgi gösteren kitlelere odaklanıp (oyunculuk, şarap tadımı, el sanatları, seramik, geleneksel danslar, boyama, yemek kursları vb.) Avusturya'nın bazı bölgelerinin ve şehirlerinin pazarlanmasını sağlamaktadır (Richards & Marques, 2012). "Creative Austria" da sokak sanatları mimarlık, tasarım, çağdaş müzik, moda, film gibi yaratıcı endüstrilerin geçiş bölgesindeki konularla ilgilenmektedir (OECD, 2014). Yaratıcı turizm ağına sahip olan diğer bir ülke ise Güney Kore'dir. 2008'de Güney Kore'de yaratıcı sektörün değeri 23 milyar dolardan, 2012'de 46 milyar dolara kadar yükselmiş olması yaratıcı turizm sektörü için büyük bir ekonomik önem taşımaktadır. Ülkede yemek, moda, müzik ve medya gibi Kore kültürüne ait olan alanlarda gençler için destinasyonlar arttırılmıştır (Richards, 2016). Ülkede Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı'nın da bu konuda önemli çalışmaları bulunmaktadır. Moda sektörüne 23 trilyon dolar yatırmış ve film, müzik, televizyon alanlarında da merkez haline gelmek için finansal teşvikler ve çalışmalar yapılmaktadır ((Richards & Marques, 2012). Yine Çin'de 2014'de OECD'nin "Tourism and Creative Economy" isminde yayınladığı raporda her yıl yaklaşık 7 milyon turistin yaratıcı kümeleri ziyaret ettiği belirtilmiştir (OECD, 2014). Bu kümeler tüketim amaçlı deneyimler, yaratıcılıklar sunan işletmeler, butikler, galeriler ve restoranlardan oluşan karışımlar oluşturmaktadır (Richards, 2016). Tayland ekonomisinin temelini de turizm oluşturmakla birlikte turizm sezonu dışındaki dönemlerde turisti çekmek için yaratıcı turizm uygulamaları yapılmaktadır. Geleneksel turizm gelirlerinin azalması nedeniyle Tayland'da seri üretimden vazgeçilmiş, yöre kültürlerini ön plana çıkaracak olan yeni modeller oluşturulmaya başlanmıştır (Zoğal & Emekli, 2017: 31). Mohammadi vd. (2019) ortaya çıktığı dönemdeki aktivitelerin değişkenlik göstermesi nedeniyle yaratıcı turizm örneklerini üç nesil içinde değerlendirmiştir. Birinci nesil yaratıcı turizm destinasyonlarında Grasse ve Vallauris gibi yerlerde parfüm, bıçak ve seramik yapımı; ikinci nesil destinasyona Santa Fe, Tayland ve Avusturya gibi yerlerde el sanatları, dijital sanatlar, güzel sanatlar gibi yaratıcı turizm aktiviteleri; üçüncü nesil destinasyona Teksas, Yeni Zelanda ve Kore gibi yerlerde oyun, pop müzik, film, mutfak, dijital medya, moda gibi dönemin popüler aktiviteleri olarak ifade edilmiştir.

Yaratıcı turizm hem kültürel hem de sosyal değişim ihtiyacına bir cevap olarak bölge sakinlerinin ya da turistlerin yanlarında getirdikleri yerleşik bilgilerini değiş tokuş edip, hayatı zenginleştirmenin bir yolu olarak görülmektedir. Küçük ve yerel işletmeler üzerinde uyaran etkisi yapmakta, farklı kültürel ve yaratıcı alanların gelişmelerine, bunlara bağlı olan alt sektörlerin canlanmasına katkı sağlamakta, sürdürülebilir olmakta, geliştirildiği yerlerde ekonomik faaliyetlerin büyüüp farklılaşmasına zemin hazırlamakta, kişilere sosyal psikolojik duygusal ve işitsel alanlarda yarar sağlamaktadır (Akşit Aşık, 2014:790). Günümüzde turizmin kitlesel olmaktan uzaklaşıp bireyselliğe doğru gittiği, turist tipolojilerinin değiştiği, sanal deneyimler ve otantik öğelere ilginin arttığı, Post modern turizm paradigmasının hâkimiyet kazandığı, teknolojiden en üst düzeyde yararlanılmaya başlandığı görülmektedir (Urry, 2009: 219). Böylece şehir ve kırsal hayatında yenilik ve yaratıcılığa olan ilgilerin tekrar canlandırılması amacıyla farklı bir bakış açısı oluşturulmuş, kırsal ve kentsel değişimden turizm faaliyetinin geliştirilmesine kadar her alana uyarlanan bakış açısı yaratıcı dönüşüm olarak ifade edilmiştir (Richards & Marques, 2012). Her şehir yaratıcı bir potansiyele sahiptir. Lakin bu potansiyel bazen durgun hale gelebilir. Şehirlerin gelişiminde hem fiziksel hem de fiziksel olmayan altyapının da önemsenmesi ile yaratıcı şehirler ortaya çıkmakta, bunlar yaratıcı sınıfı korumakta ve beslemekte, dolayısıyla şehre kurumsal bir hareketlilik getirmektedir (Landry, 2012). Yaratıcı turizm yerel kültürün ve geleneksel bilginin deneyimlenmesi ile yaratıcı kentlerin gelişimini desteklemektedir. Otantik olarak kültürden beslenen turizm yaratıcı bir alana dönüşmekte şehirlerin yaratıcı yönlerinin geliştirilmesini sağlamakta ve yaratıcı sınıfı kendine çekmektedir (Gülüm 2015: 89). Yaratıcı turizm sektörünün gelişebilmesi için; televizyon, performans sanatlarına ve filmlere yönelik turizmi geliştirmek, festivaller ve etkinlikler düzenlemek, içerisinde yaratıcı unsurların bulunduğu bir turizm imajı sloganı oluşturmak, turizmin hediyelik eşyalarını yaratıcı tasarım ve pazarlamada öncelikli olarak belirlemek, yaratıcı turizm alanı inşa etmek, destinasyondaki yaratıcı faaliyetleri pazarlamak, yaratıcı öğeler ile turizmi birleştirerek yenilikler ortaya çıkarmak gibi stratejileri gerçekleştirmek oldukça önemlidir (Aydoğan Çifçi, 2020: 79). Bu durumda yaratıcı turizmin geliştirilmesi amacıyla arz -talep özelliklerini geliştirmek, doğal ve kültürel varlıklar ve onların ekonomik değerleri ile ilgili farkındalıklar oluşturmak, rekabet ve pazar analizlerini iyi yapıp piyasa koşullarını okumak ve doğru bir yol haritası oluşturmak gerekmektedir (Zoğal & emekli, 2017).

UNESCO 2004 yılında Yaratıcı Şehirler Ağı Programı (UNESCO Creative Cities Network- UCCN) oluşturmuştur. Bu Ağ farklı mekânları, nüfusları gelir seviyeleri ve kapasiteleri olan şehirleri belirli yaratıcı alanlarda birleştirme girişimi olarak şehirlerin kültürel kaynaklarını ekonomik kazanca dönüştürme odaklıdır. Kent imajı yaratma düşüncesi ile hareket eden Ağ edebiyat, zanaat ve halk sanatları, sinema/film, müzik, tasarım, gastronomi ve medya sanatları olarak yedi tematik ağda örgütlenmiştir. Türkiye'den 2015'te bu Ağ'a ilk olarak gastronomi alanında Gaziantep katılmıştır. Daha sonra İstanbul, Hatay, Afyonkarahisar, Kırşehir, Kütahya ve Bursa'nın Ağ'a katılımı sağlanmıştır. Böylece Türkiye'den toplam yedi şehir Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil olmuştur (URL 1).

Ülkemizde Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından hazırlanan beş yıllık kalkınma planları Türkiye'nin ilgili dönemdeki kalkınma hedeflerinin durumunu, hedeflere ulaşmak için geliştirmiş stratejileri, ilkeleri ve araçları içine

almaktadır. İlk kalkınma planından (1963-1967) günümüze kadar 11 plan gerçekleştirilmiştir. Bunların içerisinde alternatif turizm türlerinden en çok sağlık kategorisine yer verilmiştir. İlk dört kalkınma planlarında kitle turizminin baskın olduğu, altıncı (1990-1994) ve on birinci (2019-2023) plana kadar geçen süredeyse alternatif olan turizm türleri ve sürdürülebilirliğin benimsenmeye başlandığı görülmektedir. On birinci planda ise kruvaziye, gastronomi, kongre, golf, sağlık, inanç, düğün, ve alışveriş turizmi daha çok harcama yapılmasını sağlayan önemli turizm türleri olduğu ifade edilmiştir (Can & Oktay, 2021). Lakin bu planlarda yaratıcı turizm kavramına yer verilmemiş olması gelecekte ülke turizm planlamasına dâhil edilmesi gerekliliğini göstermektedir.

### 1.1. Literatür Değerlendirmesi

Yaratıcı turizm ile coğrafya yakın ilişki içerisinde olup, alışılmış olan klasik turizmden ve kültürel turizmden hem teorik hem pratik anlamda farklılaşmaktadır. Yaratıcı turizmin sürdürülebilirlik açısından önemli bir işlevi vardır (Zoğal & Emekli, 2017). Türkiye’de yaratıcı turizme konu olacak sayısız miktarda özgün olan kültürel değerler bulunmaktadır. Ülkede yaratıcı turizmle ilişkili olarak yapılacak olan çalışmalarla büyük miktarda sürdürülebilir ekonomik kazanç elde edilebilecektir (Gülüm, 2015). Yaratıcı turizm sürdürülebilirlik çerçevesinde turizmin gelişimine büyük destek sağlamakta, lakin Türkiye’de bu konuda akademik, sektörel ve turizm politikalarında yapılan çalışmaların geliştirilmesi gerekmektedir (Akdu, 2019; Küpeli, 2017). Hatta yıllar içerisinde yapılan yerli ve yabancı yayımların yetersiz olduğu, bu turizmin büyümesi ve elde edilen gelirin artırılması için hem teorik hem pratik anlamda geliştirilmesine ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir (Polat, 2021). Türkiye Turizm Stratejisi 2023’de yaratıcı turizm kavramına rastlanmamakla birlikte (Kültüre & Turizm Bakanlığı, 2016), Bulgaristan’da 2016’da “Dünya Medeniyetleri ve Yaratıcı Turizm” kongresinde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yaratıcı turizmin önemine değinilmiş, tanıtım ve uluslararası işbirliğinin yaratıcı sektörlerle entegrasyonunun sağlanması ve envanter oluşturulması gerekliliğine vurgu yapılmıştır (Anadolu Ajansı, 2016).

Yaratıcı turizm konusunda Türkiye’de sektörel uygulamalar dışında akademik alanda yapılan çalışmalar da oldukça sınırlıdır. Yaratıcı turizmin etkileri (Akşit Aşık, 2014), yeni nesil turizm (Yetkin, 2016), yaratıcı turizm ve halk kültürü (Gülüm, 2015), yaratıcı turizme coğrafi yaklaşım (Zoğal & Emekli, 2017), sürdürülebilirlik ve yaratıcı turizm (Akdu, 2019), Isparta ilinde yaratıcılık (Özdaşlı, vd., 2012), yaratıcı ekonomide turizm sektörü (Küpeli, 2017), Türk el sanatları ve yaratıcı turizm (Akpulat & Polat Üzümcü, 2020), kent turizmi ve yaratıcılık (Emekli, 2018) gibi makale çalışmalarını dışında yeni yeni çalışılan az sayıda lisansüstü çalışmaları (Boztoprak, 2021) bulunmaktadır. Ayrıca son dönemde Türkiye’deki şehirlerin UNESCO yaratıcı şehirler ağındaki temalara dâhil olma potansiyelleri (Ajanovic & Çizel, 2015; Altınay & Dinçer, 2017; Yetkin, 2019) ile ilgili çalışmalarda yaratıcılık, yaratıcı şehirler ve yaratıcı kültür adına büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de yaratıcı ekonomik faaliyetlerden turizm sektörüne adapte edilebilecek kültürel unsurlar olmakla birlikte uygulamada yetersiz kaldığı söylenebilir. Yine de Türkiye’de Avanos’taki çömlek yapımını deneyimlemek, Adana’da Uluslararası Portakal Çiçeği, Alaçatı Ot, Gaziantep Gastronomi festivaline katılıp, yaparak yaşayarak öğrenmek yaratıcı turizm faaliyetlerine örnekler oluşturmaktadır. Turkish Flavours’da dünyanın her yerindeki aşçılık okullarında ve gastronomi kurslarında Türkiye’de çok sayıda gastronomik deneyimini sağlamak ve Türk sofrasını ve yaşam şeklini ziyaretçilere sunmaktadır (URL 8).

Türkiye’de turizm coğrafyası çalışmalarının çekiciliklerin incelenmesi, turizme dair mekânsal kalıpların analiz edilmesi, turizm etkileri ve potansiyelinin belirlenmesi gibi klasik turizm coğrafyası yaklaşımlarına göre çok daha öteye geçerek yeni değerlendirmelere ve yaklaşımlara gereksinim duyulmaktadır (Emekli, 2021). Günümüzde yaratıcılık yaratıcı sınıflardan, yaratıcı işletmeden, yaratıcı endüstrilerden, yaratıcı yönetimden, yaratıcı ekonomilerden, yaratıcı şehirlerden, yaratıcı turizme kadar gelişim göstermektedir. Yaratıcı turizm Türkiye’de zengin tarihi ve kültürel mirasa, kendine has gelenek ve göreneklere sahip, geliştirilebilecek olan bir turizm çeşididir. Bölgesel ve ulusal anlamda ekonomik gelişmenin sağlanabilmesi, bilgi ve enformasyonun kullanımını gerektiren yaratıcı endüstri kavramını (Akşit Aşık, 2014: 785) dolayısıyla yaratıcı turizm sektörünün geliştirilmesini gerektirmektedir.

Bu yüzyılda turizm için hem gerekli hem de önemli olduğu düşünülen yaratıcılık kavramı Kahramanmaraş’ın temelde yaratıcı endüstriler ve yaratıcı ekonomi kullanılarak yaratıcı turizm potansiyelini ortaya koyup yaratıcı turizm kaynaklarının kullanılabilir bir duruma dönüştürülmesi adına önem taşımaktadır. Çalışma Kahramanmaraş’ta yaratıcı turizm öğelerini, potansiyelini ve yaratıcı turizmin nasıl geliştirilebileceğini coğrafi bakış açısıyla ortaya koyabilmek amacıyla yapılmıştır. Bu çalışmayı literatürde yeni ve değerli kılan ulusal literatürde bu konuları ele alan çalışmaların kısıtlı olması, gelecekte Türkiye ve Kahramanmaraş özelinde yaratıcı turizm çalışmalarına kendine özgü yorumu ile örnek teşkil edecek olması ve önceki literatüre katkı sağlamasıdır. Çalışma yaratıcı turizm, yaratıcı şehirlerin yaratıcılık işlevlerinin süreç dâhilinde önemi ve gelişimlerinin açıklandığı giriş bölümüyle başlamakta, konuyla ilgili daha önce yapılan çalışmalar incelenmekte, çalışmanın

literatürdeki yeri ve yeniliği ile kullanılan yöntemin açıklanması ve literatür ile birleşerek açıklanan bulgular kısmı ile devam etmektedir. Son bölümde ise çalışmadan elde edilen sonuçlar tartışılmaktadır.

## 2. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Turizm sektörü yaratıcı ekonomi ve yaratıcı sektörlerden beslenmektedir. Dolayısıyla yaratıcı ürünler ve yaratıcı meslekler turizmde çekici bir öge olarak kullanılabilir. Herhangi bir turizm faaliyetinde hem destinasyon, hem turist, hem olay hem de katılım gösterilebilecek kültürel aktivite ne kadar fazla olursa o derece fazla deneyim ve yaratıcılık olacaktır (Zoğal & Emekli, 2017). Türkiye’de yaratıcı turizme gerekli önemin verilmediği, yaratıcı sektörlerle bu turizm ilişkilerinin yeterince yapılmadığı, Türkiye’de turizm sektörünün gelişiminde plan ve politikalarda yaratıcı turizm kavramının bulunmaması, sektörde yaratıcı turizm faaliyetleriyle ilgili çalışmaların yetersizliği, akademik çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Kahramanmaraş bulunduğu coğrafi yapı ve yaratıcı değerlerinin çokluğu nedeniyle yaratıcı turizmin geleceği açısından incelenebilecek bir destinasyon olarak görülmektedir. Kahramanmaraş örneğinin üzerinden çalışmanın sorunsal Kahramanmaraş’ta yaratıcı turizm öğeleri nelerdir ve yörede yaratıcı turizm nasıl geliştirilebilir olarak belirlenmiştir. Çalışmada doküman analizi yapılmış, yaratıcı turizmin yaratıcı sektörlerdeki durumuna, Türkiye’de ve Kahramanmaraş özelinde yaratıcı turizm faaliyetlerine dair bilgiler aktarılmıştır. Bu analiz, araştırması yapılan konuyla ilgili olan dokümanların bilimsel esaslar dâhilinde incelenip, içeriğini sistematik olarak titizlikle analiz etmek amacıyla kullanılan bir nitel araştırma yöntemidir (Wach, 2013). Araştırılmak istenen olgu ya da olgularla ilgili bilgi içeren basılı ve elektronik materyaller, resmi ya da özel tüm belgeler sistemli bir şekilde toplanıp, incelenir ve değerlendirilir (Yıldırım & Şimşek, 2013). Çalışmalarda kullanılan birincil dokümanlar kişilerin kendileri tarafından yazılırken, ikincil dokümanlar başkası tarafından yazılan bilgi kaynaklarını oluşturmaktadır (Balci,2006).Yaratıcı turizm çalışmalarının kısıtlı olması sebebi ile çalışmada ikincil veriler kullanılmıştır. Dünyada ve Türkiye’de yaratıcı turizm ile ilgili kitaplar, akademik makaleler, dergiler, gazete haberleri, ulusal ve uluslararası kuruluşların raporları incelenmiştir. Yörede turizm ile ilgili olan kamu kurum ve kuruluşlarının özellikle proje bazlı çalışan yetkilileri ile birebir görüşmeler yapılarak kayıt altına alınmıştır. Yaratıcı turizm faaliyeti adına aktif bir şekilde kullanılabileceği düşünülen mekânlar gezilmiş, geçmişten günümüze bu faaliyetleri gerçekleştiren kişilerle görüşülmüş ve faaliyetler deneyimlenmiştir. Çalışma harita ve fotoğraflarla desteklenmiştir. Kahramanmaraş örneğinden yaratıcı turizm kavramının değerlendirildiği çalışmanın gelecekte yapılacak çalışmalara veri kaynağı oluşturacağı düşünülmektedir.

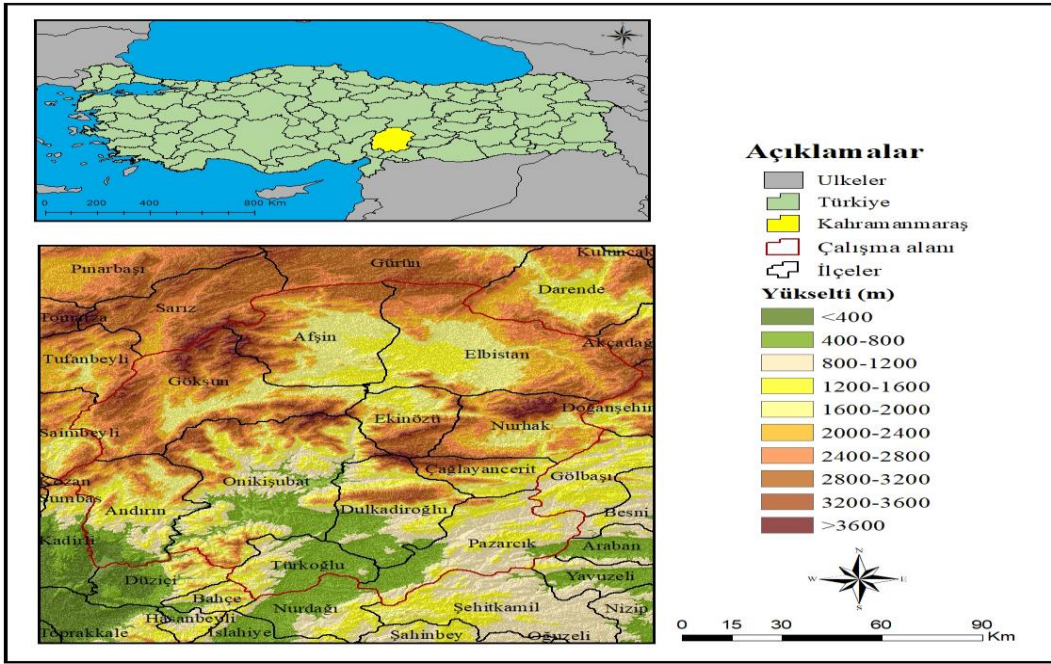
## 3. BULGULAR

### 3.1. Araştırma Sahasının Coğrafi Yapısı

Kahramanmaraş, Türkiye’nin güneyinde Akdeniz, Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgelerinin kesiştiği bir konumda, Akdeniz Bölgesinin Adana bölümünde yer almakta olup, Afşin, Elbistan, Ekinözü ve Nurhak ilçeleri Doğu Anadolu Bölgesi’nin Yukarı Fırat Bölümü içerisinde kalmaktadır. İl güneyden; Gaziantep’in merkez ilçe ve İslahiye, Adana’nın Bahçe, doğudan; Malatya’nın Darende, Akçadağ ve Doğanşehir, Gaziantep’in Yavuzeli ve Araban, Adıyaman’ın Besni, batıdan; Adana’nın Saimbeyli, Kozan, ve Tufanbeyli, Kayseri’nin Sarız, Osmaniye’nin Kadirli, kuzeyden ise; Sivas’ın Gürün ilçesiyle çevrilidir (Şekil. 1). Yörenin Tersiyer ve Kuaternerde meydana gelen alp orojenik hareketlerle oluşması dağlık ve engebeli bir yapıya sahip olmasına sebebiyet vermiştir Ovalık alanlar ilin güney ve güneydoğusunda, dağlık alanlar ise batı ve kuzeyinde bulunmaktadır. Kahramanmaraş’ın il bazında yükseltisi 150 ile 3027 metreler arasında değişmektedir. Bu yükseltiler arasında bulunduğu göz önüne alındığında ve coğrafi konumunun etkisiyle de iki farklı iklim tipi arasında yer almaktadır. Güneyinde Akdeniz iklimi, kuzeyinde ise karasal iklim görülmektedir. Dolayısıyla hem sıcaklık hem de yağış değerlerinde il bazında farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Kahramanmaraş morfolojik yapısı ve iklim özellikleri nedeniyle su kaynakları bakımından da oldukça zengin bir coğrafi yapıya sahiptir. Yöre tümüyle hidrografik yapı yönünden Ceyhan Havzası içinde kalmakta, Akdeniz ile İran–Turan ve fitocoğrafya bölgesinin geçiş kuşağında, Anadolu Diyagonalı’nın güneyde iki kola ayrıldığı bölgede olduğu için zengin bir floraya sahip olup endemizm oranı yüksektir.

Kahramanmaraş Mezopotamya ve Anadolu arasında önemli bir yol güzergâhında Çukurova’yı Doğu Anadolu’ya ve Güneydoğu Anadolu’yu İç Anadolu’ya bağlayan yolların üzerinde yer almaktadır. Dolayısıyla tarihin her döneminde Anadolu’da stratejik açıdan büyük önem taşıyan köklü bir yerleşim yeri olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti devletinin kuruluşunda önem taşıyan Kahramanmaraş’a 1925’de TBMM tarafından “Kırmızı Şeritli İstiklal Madalyası”, ‘İstiklal Savaşı’nın öncülüğünü yapmış olması nedeniyle de 1973’de “Kahramanlık” unvanı verilmiştir. Kahramanmaraş’ın 2007’de nüfusu, 1.004.414 olmuştur.2012’de 6360 sayılı yasayla büyükşehir olduktan sonra yapılan büyük yatırımlar ile il dışına yapılan göçlerde büyük oranda azalma yaşanmıştır.2021 yılında nüfusu 1.171.298 ulaşmıştır. Bu nüfusun 594.776 ‘sı erkek ve 576.522’si kadından oluşmaktadır.

Onikişubat ve Dulkadiroğlu (Merkez ilçeler), Afşin, Andırın, Ekinözü, Elbistan, Türkoğlu, Pazarcık, Nurhak, Göksun, Çağlayancerit ve Kahramanmaraş büyük şehir olmak üzere on iki belediyesi vardır (Şekil 1).



Şekil 1. Kahramanmaraş Lokasyon Haritası.

### 3.2. Araştırma Sahasındaki Turizm Temaları

Günümüzde turizmdeki gelişmelere paralel olarak kuşaklararası somut kültürel öğelerden, yaşam biçimi, kültürel kimlik ve atmosfer gibi soyut kültürel değerlere doğru artan bir ilgi söz konusudur. Yaratıcı turizm ile hem kentsel, hem de kırsal alanlardaki yaratıcı turizm öğelerini tanıtmak, geliştirmek, yeni alanlar oluşturmak için çalışmalar yapılmakta, somut olmayan kültürel mirasın turistler tarafından öğrenilip, deneyimlenip kendi yaratıcı becerilerini görmelerine, keşfetmelerine zemin hazırlanmaktadır. Böylece turistlerin yaparak yaşayarak öğrendikleri, kendi becerilerini keşfettikleri ve kazanım sağlamak için de maddi ve manevi her türlü girdiden kaçınmadıkları bir turizm türü karşımıza çıkmaktadır.

Bir bölgenin somut ya da somut olmayan kültürel varlıkları yaratıcı turizmi gerçekleştirmek için kullanılacak en önemli öğeleri oluşturmaktadır. Şehirler yerel değerleri olan bu yaratıcılık öğelerini kullanarak ziyaretçileri kendi bölgelerine çekebilmektedir. Böylece bu öğeler yaratıcı turizmin temelini oluşturarak destinasyonların da arz kaynakları hususunda belirleyici olmaktadır. Müzik aletleri, farklı ezgiler, dini törenler, sanat, edebi unsurlar, yiyecek ve giyecekler, el sanatları, yöredeki farklı bir ekmek yapımı dahi kültürel farklılıklar olarak yaratıcı turizmin var olup sürdürülebilir olması açısından önem taşımakta ve yaratıcı turizm adına arz kaynağı olmaktadır (Akşit Aşık, 2014: 791). Kahramanmaraş'ta yaratıcı turizme yönelik çekim unsurları ve arz faktörleri ise; farklı turizm türleri (ekoturizm, gastronomi, sağlık, inanç, kültür, yayla turizmi vb), özgün konaklama hizmetleri (çadırlar, bungalov evler vb.) ve yöreye özgü olan kültürel değerler (yeme-içme, sanatsal etkinlikler, edebi miras, el sanatları, festivaller, folklorik değerler vb.) olarak ifade edilebilir. Kahramanmaraş'ın turizm potansiyeli fiziki ve beşerî coğrafya yapısı nedeniyle oldukça zengindir. Hitit, Roma ve Osmanlı dönemlerinden kalmış kaleler (Maraş, Meryemçil, Hurman, Tilavşin, Süleymanlı, Geben Kalesi vb), camiler, köprüler, Malik Ejder ziyareti, geleneksel tarihi konutlar, kapalı çarşı, hanlar, hamamlar, yöresel yemekler, gelenekler, tarhana, dondurma, kırmızıbiber üretimi, karakucak güreşleri, elma, ceviz vb. festivalleri, edebi şahsiyetleri yönüyle önemli kaynaklara sahiptir. Ayrıca jeolojik yapı nedeniyle oluşan termal kaynaklar (Ilıca, Ekinözü, Döngel), sulak alanlar (Yeşilgöz, Kumaşır gölü, Menzelet ve Sır baraj gölleri, Karagöl, Kısıq vadisi, Gavur gölü bataklığı), bitki örtüsü açısından zengin olan ormanlık alanlar (Başkonuş, Yavşan, Kapıçam ve Andırın'da Körçoban), mağaralar (Savruk, Döngel, Eshab-ı Keyf, Bulut Deliği vb.) dağlık alanlar ve yaylalar (Ağoluk, Ağılı, Akifiye, Bertiz, Kozludere, Kazma, Kümperli-Delihacı, Binboğa, Eğrigöl, Karagöl, Engizek, Çimen, Çalbalma, Üçkaya, Karagöl vb.) gibi rekreatif alanlar ve Yedi kuyular kayak merkezi dışında botanik, ornito, av ve yaban hayatı turizmi için de oldukça önemli mekanları oluşturmaktadır. Yörede ekonomik anlamda tahıl ve endüstri bitkileri de yoğun olarak yetiştirilmektedir. Özellikle pamuk üretimi geçmişten günümüze bölgede tekstil sektörünün gelişmesine sebebiyet vermiştir.



Fotoğraf 1. Maraş Tarhanası, Çağlayancerit Cevizi, Maraş Biberi, Maraş Dondurması.

Son yıllarda şehir turizminin en önemli öğelerinden olan somut kültürel ürünlerin aksine daha dinamik bir yapıya sahip olan etkinlikler yaratıcı özellikleri sayesinde her yaştan ve her gelir gurubundan turistleri destinasyonlara çekmektedir. Özellikle şehrin gelişmesine katkıda bulunacak olan etkinlikler ve temalı festival olanakları insanları destinasyonlara yönlendirmekte, nostalji ve yenilikleri bir araya getirme fırsatları yaratmaktadır (Emekli, 2018). Kahramanmaraş'ta yapılan festivaller bu konuda şehre büyük kazanımlar sağlama potansiyeline sahiptir. Yörede festival temaları daha çok kültür-sanat, tarım ve yöresel kültürü korumaya yöneliktir. Daha çok yaz ve sonbahar mevsimlerinde yoğunlaşan festivallerin içeriklerinin oluşturulması ve devamlılıkları adına yerel yönetimler çalışmalar yapmaktadır. Kahramanmaraş Karakucak Güreş Festivalleri, 12 Şubat Kurtuluş Günü Etkinlikleri (Çete bayramı), Afşin'de Eshab-ı Kehf Kültür Festivalleri, Bulutoğlu Kavkırt Güreş Festivali, Göksun Keklikoluk Barış ve Kültür Festivali, Türkoğlu Avasım Okçuluk Etkinlikleri, Nurhak Kültür Şenlikleri, Boyalı Geleneksel Kısa Şalvar Güreş Turnuvaları, Tekerek At Yarışları ve Atlı Spor Gösterileri, Menzelet Kılavızlı Barajı Off-Shore ve Off-Road Etkinlikleri, Pazarcık Peynir ve Kültür Şenlikleri ve Kahramanmaraş Ekstrem Sporlar Festivali yanında; ürünlerin hasat durumlarına göre Göksun'da elma, Kılılı'da tarla günü, Ekinözü'nde Ters Laleler, Bertiz'de Üzüm, Çağlayancerit'te Ceviz, Andırın'da Tırşik; yaz mevsiminde yaylalara hayvan otlatmak için çıktığı dönemlerde Çağlayancerit Ayranpınarı Yayla Şenlikleri, Helete Yayla Şenlikleri, hayvanların doğal durumuna göre Uludaz'da Uğur Böceği Festivali, Güvercin Festivali, kış döneminde Yedi Kuyular Kar Festivali; Andırın'da Uluslararası Âşıklar ve Ozanlar Festivali, Ekinözü'nde Acı Su Etkinlikleri, Dondurma Ve Kımız Biber Festivalleri yapılmaktadır (Karademir, 2021c; Foto 3).

Turizm sektörü içerisinde kültürel unsurların yanı sıra edebi miraslar da bir çekicilik olarak yaratıcılığın kullanıldığı alanlardan biri olmuştur. Uluslararası kitap fuarı ile Frankfurt, Hugo ile Paris, Yahya Kemal ile İstanbul, Kafka ile Prag özdeşleşmekte, turizm destinasyonları ile edebi miras ve etkinlikler arasında ilişkiler sağlanmaktadır (Özdemir, 2011: 107). Büyükşehir belediyesi tarafından şiirin edebiyatın başkenti olarak zikredilen Kahramanmaraş'ta yoğun edebi etkinlikler düzenlenmektedir. Hatta Maraş yedi güzel adamla, Necip Fazıl Kısakürek ile ve daha birçok ozan, yazar, şair ile anılmaktadır. Kahramanmaraş'ta da her yıl düzenli olarak Ekim ayında yapılan Uluslararası Kitap ve Kültür Fuarı (KAFUM) yerel halkın şair yazar ve ozanlarla buluşmasını sağlamaktadır. Fuarda ortalama 100-150 yazarın ve 200 kadar yayınevının eserleri sergilenip imza günleri düzenlenmektedir (URL 2; Fotoğraf 3).

Kahramanmaraş'ta Dulkadiroğlu ilçesinde dijital donanımları olan Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi edebiyat anlamında şehrin en önemli müzelerindedir. Genel edebiyat müzesi kategorisinde yer alıp, tek yazara ait öğeleri değil diğer müzelerden farklı olarak aralarında bağı olan yedi yazara ait eserlerin yer aldığı bir müzedir. Müzede "Maraş ekolü" olarak adlandırılan yedi güzel adamın eserleri yer almaktadır (Fotoğraf:4). Kahramanmaraş Müzesi, Kurtuluş Destanı Panorama Müzesi, Tematik Mutfak Müzesi, Elbistan Müzesi, Kurtuluş Müzesi, Eğitim Tarihi Müzesi, Kültürel Miras Müzesi, Etnoğrafya Müzesi, Dondurma Müzesi, Dijital Kurtuluş Müzesi, Somut Olmayan Kültürel Miras Müzesi ise diğer önemli müzeler arasında yer almaktadır. Kahramanmaraş Dulkadiroğlu Tematik Uygulamalı Mutfak Müzesinde ziyaretçilerin yöresel lezzetleri tatmalarına imkân sağlayan etkinlikler düzenlenmektedir (URL 2).

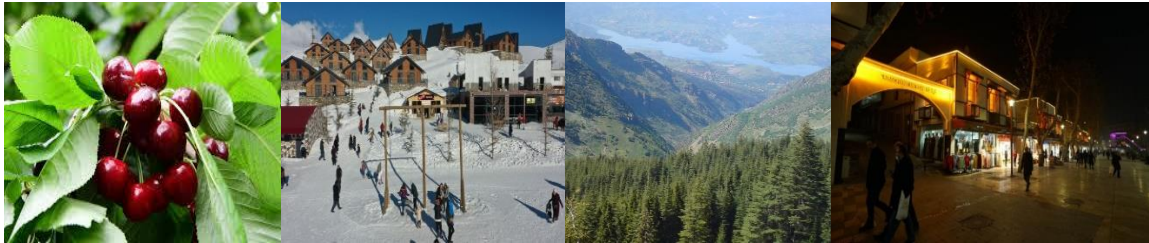
Kahramanmaraş şairler kenti ya da edebiyatın başkenti olmayı hak ettiği Maraş ve Maraşlının şairlik ve şiir alanındaki haklı ününü "Maraş'ta üç kapının ikisinden şair çıkar" sözü de göstermektedir. Türk tarihi ve edebiyatında önem taşıyan Maraş Cumhuriyet döneminde de bir edebiyat okulu olmuş, edebiyatın her dalında başarı kaydetmiş, divan ve halk şiiri, roman, öykü, deneme, tiyatro gibi edebiyat türlerinde eserler üretmiş olan şairler ve yazarlar çıkarmıştır (Irmak, 2020). Hamle, Yitiksöz, Uzunoluk, Evvelahir, Onikişubat, Dost, Usare, Yalnız Ardiç, Çetem, Alkış, Ede, Dolunay, Şor, Edik, Dil ve Edebiyat, Mevsimler, Berdücesi ve Müşterek gibi dergiler Kahramanmaraş'ta yayın hayatı olan edebiyat ve düşünce dergileridir. Bu dergilerde çok eski yıllardan beri birçok konuda farklı perspektiflerde usta kalemlerin yazıları yayınlanmaktadır. Kahramanmaraş'ın kültür mirası içinde Türk edebiyatında önemli bir yere sahip olan 1984-94 yılları arasında Andırın'da basılan İkinci Yazıları Dergisi'nin tıpkıbasımı gerçekleştirilmiştir. Böylece bu edebi varlıklar sayesinde bölgede edebiyat kültürü yaşatılmaktadır.



Yaratıcılık üzerine odaklanan programlardan biri olan UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı 2004'de oluşturulmuştur. Dünyanın farklı ülkelerinde farklı kültürel, temalar altında birleşen şehirlerdeki kültürel çeşitlilik ve birlikteliği ile ilgili çalışmaların yapılıp, projelerin üretilmesi için hayata geçirilen bu Ağ'da yer alan yedi temadan biri de Edebiyat temasıdır. Yaratıcı edebiyat şehirleri edebiyat eserleriyle ön plana çıkararak ulusal ve uluslararası yayınlar ile şehirde kültürel çeşitliliği arttırmaktadır. Kahramanmaraş 2021 yılında Türkiye'den UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na edebiyat teması altında başvuran ilk ve tek şehirdir. Edebiyat manevi anlamda Kahramanmaraş'ta yaşayan insanları bir arada tutma fonksiyonunu üstlenmiştir. Geçmişten günümüze yörede edebiyat kültürü yaşatılmaktadır. Erdem Bayazıt, Nuri Pakdil, Alaaddin Özdenören, Sezai Karakoç, Rasim Özdenören, Akif İnan ve Cahit Zarifoğlu yedi güzel adam olarak; Necip Fazıl Kısakürek' de üstat olarak isimlendirilmektedir. Kahramanmaraş'ta edebiyat dergileri, edebi oluşumlar, şairlerin yanında diğer edebiyat şahsiyetleri, yayıncılık faaliyetleri, Maraş anlatıları gibi konular Ağ'a katılım konusunda önem taşıyan unsurlardır (Somuncu, 2021).

Kahramanmaraş'ın Turizm Stratejisi ve Eylem Planında ilin turizm 2023 vizyonunda eşsiz coğrafi yapısı ve tarihsel geçmişi ile yurt içinde ve yurt dışında rekabet üstünlüklerini kullanıp yarışacak, gelişmiş ülke ve şehirlere karşı ürünlerinin ve hizmetlerinin farklılaştırmasını sağlamış olan bir Kahramanmaraş hedeflenmektedir (URL-2). Bu amaçlar doğrultusunda "Botanik EXPO 2023" organizasyonu Kahramanmaraş'ta gerçekleştirilecektir. Tarım ve bahçecilik alanlarında yenilikçiliği desteklemekte, yaşam kalitesini arttırmanın yanında turizm anlamında da bir fırsat niteliğinde olacak olan 2023 Botanik EXPO Organizasyonu ile şehrin turizm alanında tanıtım ve pazarlama ile büyük atılımlar sağlaması beklenmektedir. Kültür ve Turizm il Müdürlüğüne göre turizm işletme belgeli tesislere ilde 186,986 giriş olması (182,208 yerli, 4,778 yabancı) 303,373 geceleme yapılıyor olması, EXPO döneminde bu rakamların çok daha artacağını düşündürmektedir.

Yine Kahramanmaraş Onikişubat ilçe sınırları içerisinde yer alan Yavşan yaylası eşsiz bitki örtüsü ve yaban hayatı özelliğine sahip olan bir tabiat parkıdır. Yöreye özgü endemik karakterde yaklaşık 65 adet bitki türü bulunmaktadır. Toros sediri, Toros göknarı, Karaçam, Ardiç, yapraklılardan Titrek Kavak ve Meşe türleri yayılış göstermektedir. Ayrıca anıt özelliğindeki ağaçlara da rastlanmaktadır. Başkonuş ise yörede flora ve fauna zenginliği, eko-turizm potansiyeli, ulaşılabilirlik, konaklamaya müsait dağ evleri (bungalov) ile çadır ve karavanları yerleştirmeye uygun alanlar ve rekreatif faaliyetler açısından çekici unsurlara sahip bir mekandır. Alanda doğal hayatta nesli azalmış yaban hayvanlardan biri olan kızıl geyik üretme istasyonu bulunmaktadır (URL 2). Bu alanlar uygun donatıları sayesinde turizm anlamında önem taşıyan coğrafi mekânları oluşturmaktadır.



Fotoğraf 2. Çiğşar Kirazı, Yedi Kuyular Kayak Merkezi, Yavşan Dağı ve Tarihi Kapalı Çarşı.

Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından Kahramanmaraş'ın yöresel ürünlerinden Maraş tarhanası, biberi, dondurması, Çöreği, Burma Bileziği, Oyma Ceviz Sandığı, File Nakışı, Hartlap Bıçağı, Andırın Tırşığı, Maraş Sumak Ekşisi, Yemenisi, Çağlayancerit Cevizi, Maraş camekanı, Maraş rahlesi, Afşin Koçovası Sarımsağı, Maraş kelle paçası, Maraş Parmak/Sıkma Peyniri, Maraş İşi/Maraş Sim Sırma gibi 18 yöresel ürün coğrafi işaret olarak tescil edilmiştir. Daha birçok ürün içinde başvurular yapılmıştır (URL-2; Fotoğraf:1). Kahramanmaraş'ın cips tarhanası fırınlanmış, acılı, kremalı, kaymaklı ve bol yoğurtlu gibi seçeneklerle Almanya Fransa, İtalya, İsviçre, Hollanda ve diğer Avrupa ülkelerine, hatta ABD, Irak ve Rusya'ya ihraç edilmektedir. Bu coğrafi işaretli ürünleri sayesinde il ekonomik anlamda büyük girdiler sağlamaktadır.

Kahramanmaraş'ta turizme girdi oluşturabilecek bir diğer önemli kaynak ise el sanatlarıdır. Kahramanmaraş'ta bakırcılık, nakış işleri, ağaç işçiliğine dayalı ahşap oymacılığı, kazazcılık, oya, sim-tel sırmacılık, semercilik, yemeni ve çarık işlemeciliği, kuyumculuk, saraçlık, dericilik, köşkercilik, mazmancılık, külekçilik önemli el sanatları arasında yer almaktadır. Özellikle kuyumculuk ve bakırcılık sektöründe ilk sıralarda yer alan Dulkadiroğlu ilçesinde Kuyumcu Kent (Altın şehir) adı verilen devasa büyüklükte takı tasarım, taş kesim alanları, ayar evi, idari birimlerin yanı sıra sosyal donatıların bulunduğu sanayi tesisleri yapılmaktadır. Bunların yanı sıra Kahramanmaraş'ın yerel mutfağı içerisinde yer alan yöresel yemekleri ve ürünleri olarak, tarhana çorbası, mumbar dolması, sebze sulusu, borani, ekşiliya sulusu, dolma ve sarması, döğme pilavı, kebab-köftesi, içli köfte, çiğ köfte, kavurması, tırşik çorbası, mercimek köftesi, sulu yağlı köfte, ekşili turşu, ekşili çorba, çökelekli börek, döğme aşı, simit köftesi, ekşili et kabağı, yöresel tatlıları, fıstık ezmesi, sucuk ve pestilleri bunlardan bazılarıdır (URL-2). Kahramanmaraş'tan Osmanlı sarayına birçok ünlü aşçı gitmiş, Dulkadiroğlu Beyliği döneminde Maraş'ta bir saray

kültürü ve saray mutfağı oluşmuştur. Günümüzde de hem çeşit hem de lezzet bakımından ulusal ve uluslararası arenada Kahramanmaraş mutfağı Maraş Saray Mutfağı olarak adlandırılmaktadır.

Kahramanmaraş'ta TRT tarafından 2014-2015 yıllarında yeni nesile geçmişte yaşamış olan kültür, düşünce ve edebiyat insanların tanıtımlarının sağlandığı Yedi Güzel Adam dizisi çekilmiştir. Cahit Zarifoğlu'nun Yedi Güzel Adam şiirinden adını alan diziden sonra UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na edebiyat şehri teması ile katılmak için ilk çalışmalar başlamıştır. 2021'de ise Büyükşehir Belediyesinin ve Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğünün işbirliği ile Faruk Nafiz Çamlıbel'in Han Duvarları şiirinden "Kurgu ve Gerçek" (Maraşlı Şeyhoğlu) isimli bir belgesel filminin çekimlerine başlanmıştır (URL 2).



Fotoğraf 3. Bertiz Üzüm Festivali, Uluslararası Kitap ve Kültür Fuarı, Eshabı Keyf ve Germanicia Antik Kenti.

Kahramanmaraş'ta tarihi konaklar da büyük önem taşıyan kültür turizm öğelerini oluşturmaktadır. Yörede yaklaşık yüz yetmiş tescilli ev dışında tescil süreci devam eden tarihi konutlar da yer almaktadır. Yerel halk bu tarihi konakların turizm amaçlı kullanılabilmesi ve tanıtılması açısından oldukça duyarlıdır. Ayrıca bu konutların şehrin çekicilik öğeleri olması, kent markası ve kimliği oluşturması, turizm sayesinde yerel halka ekonomik girdi sağlayabilecek olması açısından da önemlidir (Karademir, 2021a).

Yerelleşme, teknolojik gelişmeler, bireyselleşme gibi unsurlar turizmdeki kitleden kaçışı hızlandırmış, hem teoride hem de uygulamada yaratıcı turizm, yavaş şehirler ve yavaş yemek hareketi gibi yeni yaklaşımlar, yeni yapılanmaların temelleri atılmıştır. Kahramanmaraş'ın batısında yer alan Andırın İlçesi'nin de coğrafi konumu, yükseltisi, barındırdığı bitki çeşitliliği, iklimi, bol su kaynakları, doğal ve tarihi varlıkları, kendine özgü yerel kimliği ile alternatif doğaya uyumlu projelerin gerçekleştirilebileceği, yavaş şehir statüsünde bir mekân olabileceği düşünülmektedir. Kaleleri, kadim tarihi, coğrafi işaretli ürün olan tırşik bitkisi, Çığsar kirazı, organik çilek üretimi, Andız pekmezi, tıbbi ve aromatik bitkileri, Aslantaş baraj gölü, rekreasyon alanları, şelaleleri, yaylaları, yöresel ürünleri, yaylalarında yapılan kiraz, tırşik festivalleri ayva günü etkinlikleri ve Anadolu dergiciliği ile önemli bir mekan olmuştur (Karademir,2021c). Yine Afşin ilçesinde kurulan açık hava arkeoloji parkı, aroması dayanıklılığı ve dişlerinin büyüklüğü ile coğrafi işaret olan Koçovası sarımsağı, Elbistan ilçesinde alternatif ürün olarak bir milyon metre küp dolgu ile bir milyon metre karelik alanda 75 bin fide ile Türkiye'nin en büyük lavanta vadisi önem taşıyan öğeler arasında yer almaktadır.

Türkiye'nin illerinin ayda üç milyon kullanıcısı olduğu ifade edilen GoTurkiye.com tarafından inanç turizmi kayak gastronomi, kampçılık, bisiklet, moda ve alışveriş, mavi tur gibi birbirinden farklı alanlarda tanıtımları yapılmaktadır. Kahramanmaraş'ın sahip olduğu kültür ve turizm değerleri GoTurkiye.com üzerinden İngilizce, Rusça, Ukraynaca, Arapça, Almanca, Fransızca, İspanyolca ve Türkçe olarak 8 ayrı dilde tanıtılarak yörenin turizmine katkı sağlanmaktadır (URL 9).

Günümüze kadar birçok uygarlığa ev sahipliği yapan Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa, Kahramanmaraş yöresinde yapılan arkeolojik araştırmalarda birçok mozaik eserler bulunmuştur. Hatay'dan başlayarak Gaziantep ve Kahramanmaraş üzerinden Şanlıurfa'ya devam eden "Mozaik Yolu" projesi düzenlenmiştir. Kahramanmaraş'ta Germanicia Antik kenti bu yol güzergâhında yer almaktadır. Geç Roma ve erken Bizans dönemine ait olan Germanicia Antik Kenti taban mozaikleri 2007'de Dulkadiroğlu İlçesi Karamaraş Mevkii'nde bulunmuş olup hala çalışmalar devam etmektedir (URL 3). Yaratıcı turizm coğrafi anlamda geçmişten günümüze büyük potansiyele sahip, ekonomik büyüme arayışı içerisinde olan Kahramanmaraş için önemlidir. Çünkü Kahramanmaraş bünyesinde bulundurduğu kültürel değerler nedeniyle markalaşmanın, rekabetin, pazarlamanın ve bunların sürdürülebilir olmasının alternatif turizm yaklaşımları ile sağlanabileceği bir destinasyon olarak değerlendirilebilir.



Fotoğraf 4. Maraş Kültür Evi ve Etnografya Müzesi, Hartlap Bıçağı, Maraş Sandığı, Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi.

#### 4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Yaratıcılık günümüzde geleneksel olan kültür turizmini dönüştürüp somut mirastan somut olmayan kültüre geçiş yaparak, destinasyonun günlük hayatına daha fazla katılım sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Çünkü yaratıcı turizmde turistlerin geldikleri mekânı arkalarında bırakarak eski deneyimlerinin üstüne farklı ve yeni deneyimler oluşturmaları, bu deneyimleri süreç dâhilinde hatırlamaları, kendilerinde farklılık hissetmeleri vardır. Dolayısıyla bu turizm türü kültür kaynaklı birçok ögenin yeni bakış açıları dâhilinde yaparak, yaşayarak deneyimlenebilecek, farklılıkları ortaya konulan mekânlarda sürdürülebilir turizm yaklaşımı olarak değerlendirilebilecektir. Yaratıcı turizmin turistlerin aktif katılımını da içermesi dışında katılımda buldukları yaratıcı turizm etkinliklerine yönlendirici etki de yapabiliyor olması, onu diğer turizm türlerinden farklı kılan taraflarını oluşturmaktadır. Turistler el sanatları, geleneksel sanatlar, gastronomi, dil öğrenme, geleneksel dans ve folklor kursları, parfüm yapımı, yöresel yemek kurslarına katılma, resim, çini boyama, heykel yapma, fotoğraf çekme gibi etkinliklere katılıp deneyim sağlamak ve folk müziği öğrenme gibi alanlardan seçim yaparak çevreleri ile ilgili bilgileri kendi çabaları sayesinde elde edip, bu bilgileri yeteneklerini geliştirmede kullanırlar (Richards & Wilson, 2006: 1218). Kahramanmaraş geçmişten günümüze kültürel varlıklara, alana, suya, iklime, doğal hayvan ve bitki varlığına dayalı olarak turistlerin benzer şekilde deneyimlemeler yapabileceği birçok yaratıcı turizm etkinliklerine sahip bir mekân olmuştur. Bu yüzyılda turizm için hem gerekli hem de önemli olduğu düşünülen yaratıcılık kavramı, temelde yaratıcı endüstriler ve yaratıcı ekonomi kullanılarak Kahramanmaraş'ın yaratıcı turizm potansiyelini ortaya koyup yaratıcı turizm kaynaklarının kullanılabilir bir duruma dönüştürülmesi adına önem taşımaktadır.

Yaratıcı turizm, kültürel mirasın sanatın yörenin kendine özgü karakterinin katılımcılar tarafından öğrenilmesi, özgün bir deneyime yönelik seyahatlerle destinasyonlarda yaşayanlar ve yerel halk arasında sosyal ve kültürel bağ kurmaktadır. Yok olma tehdidi yaşayan geleneksel el sanatlarının yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi, yöresel özelliklere sahip olarak ticari çıkar doğrultusunda seri üretime geçilmemesi, yerel ticareti geliştirip istihdam ve kalkınma sağlaması, turistlerin el sanatının üretimini deneyimlemesi, yerel halkta bunları koruma, sürdürme ve geliştirme bilinci oluşturulup, farkındalık yaratılabilmektedir. Dolayısıyla yöreye özgü geleneksel el sanatlarının öğrenilmesi, deneyimlenmesi ya da hediye olarak alınması turistler için unutulmaz anı olup, yörenin yaratıcı turizm çekiciliğinin sürdürülebilir olmasına sebebiyet verecektir (Öter, 2010; Altınay ve İstanbullu Dinçer, 2017:). Ayrıca el sanatlarının yaratıcı turizm anlamında değerlendirilmesi yöredeki istihdamı arttıracak, yerel kalkınmaya katkı sağlayacak, yörede ticareti geliştirecektir. Çünkü el sanatı ürünleri yöresel özelliklere ve özgünlüğe sahiptir. Her birinde ayrı bir mesaj vardır. Kahramanmaraş'ta da ahşap oymacılığı, bakırcılık, yemeni ve çarık işlemciliği, nakış işleri, kuyumculuk, semercilik, kazazcılık, oya, sim-tel sırmacılık, dericilik, külekçilik, mazmancılık, köşkerçilik ve saraçlık halen aktif olarak sürdürülen el sanatlarıdır. Diğer ilçelerde de olmakla birlikte Kahramanmaraş merkez ilçesi Dulkadiroğlu belediyesi sınırları içerisinde yer alan tarihi kapalı çarşıda esnaflar tarafından bu ürünler üretilmekte, yerli ve yabancı turistlere bu ürünlerin satışları yapılmaktadır. Maraş çarşısı kendine özgü yatay yapılaşmasıyla sokak havasını yansıtmakta, burada insan kendini farklı bir dünyada zannetmektedir. Lakin yaratıcı turizm çerçevesinde bu ürünlerin üretildiği mekânlarda düzenlemeler yapılarak üretim aşamasına ziyaretçilerin katılımlarının sağlanması elzemdir (Fotoğraf:2). Yaratıcı turizm sayesinde geleneksel Türk el sanatlarının tanıtımlarının yapılarak geniş kitlelere ulaştırılabilmesi, sağlanabilir. Çünkü bu ürünler yaratıcı turizme katılan turistler için önem taşımakta, bunları öğrenmek, tanımak, deneyimleyip satın almak isteğinde olmaktadır. Böylece yöreye özgü el sanatı ürünleri turizm gelirlerine direkt olarak katkı sağlamakta, turizm de bu ürünlerin korunup, gelecek nesillere aktarılmasına aracılık etmektedir (Akpulat & Polat Üzümcü, 2020). Kapalı çarşıda otantik mekân içinde turistlerin bakır tencere ve kazanları dövmeleri, yemeni ve çarıkları dikmeleri, sim-tel sırma işlemleri, kuyumcular çarşısında altın işlemleri kendi isteklerine göre takı tasarımları yapmaları, Maraş'ın ünlü ceviz ağacından yapılan çeyiz sandıklarını oymaları, Mazmanlar çarşısında kilim dokumaları, kulplu ya da kulpsuz külekler yapmaları, saraçhanede eyer semer gibi çeki at takımları yapmaları yani yöredeki el sanatlarını deneyimlemeleri ve hatta yaptıklarını evlerine götürmeleri yörenin yaratıcı turizminin gelişmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Son yıllarda televizyon ve internet dizilerinde de bu el sanatları görsel anlamda yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Kahramanmaraş'a has deriden tamamen elde yapılmış, kokuyu ve terlemeyi önleyen, kök boyalarla rengârenk boyanan burnu kalkık, bağcıklı olan yemeniler ve çarıklar 600 yıldır üretilmektedir. Avatar, Kral 8. Henry, Truva, Uyanış: Büyük Selçuklu, Fetih 1453, Harry Potter, Yüzüklerin Efendisi, Ulak, Barbaros dizileri için çok sayıda çarık ve yemeniler üretilmiştir. Ayrıca dericilik ürünleri içerisinde yer alan kemer, cüzdan, çantalar, kılıç kını, bileklik, deri kostümler ve savaş kıyafetleri Maraş'taki tarihi doku içerisinde yer alan mekânlar da üretilmektedir. Asırlardan beri usta –çırak ilişkisi ile nesilden nesile aktarılan bu meslek korunmakta ve geliştirilmeye çalışılmaktadır. Ulusal ve uluslararası ölçekte birçok ülkeye satışı yapılan bu ürünlerin kendi mekânında kendi ustaları ile turistlerin deneyim kazanmaları, kendi kullanacakları ürünleri kendileri üretmeleri yaratıcı turizm adına yapılabilecek en özgün çalışmalar olacaktır. Çünkü yaratıcı turizm aktif oldukça ziyaretçiler deneyimin ya da ürünün bir parçası olmakta ve deneyimler akılda kalıcı olmaktadır. Böylece

yaratıcı faaliyetlerde destinasyonları tekrar ziyaret etme isteğini deneyimlerin akılda kalması sağlamaktadır (Hung vd. 2016). Akpulat & Polat Üzümcü (2020) Ödemiş'teki yerel halkın el sanatlarıyla ilgili duygu ve düşüncelerini belirlediği çalışmada; yaratıcı turizm faaliyetlerine katılan turistlerin ürünleri tanımak, deneyimlemek, öğrenmek ve satın almanın önemli olduğunu, Ödemiş ipeğinden yapılan kanaviçeler, iğne oyaları, ipekli dokumaların yörenin tanıtımı ve pazarlanmasında yaratıcı turizm adına bir araç olarak değerlendirilmesi gerektiği, ülke ekonomisine katkısı ve el sanatlarının sürdürülebilirliği anlamında yaratıcı turizmin bu amaca hizmet ettiği ifade edilmiştir.

Yerelde birçok bölgede unutulmaya yüz tutmuş olan kültürel değerlerin yeniden canlandırılıp yerel halkın turizmden daha çok deneyim, yaratıcılık ve ekonomik girdi sağlaması, turizmin mevsimlik olmaktan çıkıp tüm yıla yayılması, sürdürülebilirlik sayesinde yöredeki genç ve kadın istihdamının önünün açılması ve yaratıcı turizmin en önemli olumlu etkileri arasında yer almaktadır (Rogerson, 2006:153). Kahramanmaraş, genç nüfusun yoğun olduğu bir mekândır. İşsizliğin fazla olduğu günümüzde hem gençler hem de kadınlar için yaratıcı turizm yöre adına da önem taşımaktadır.

Günümüzde kişiler üretkenliklerini veya tüketim becerilerini geliştirip, kurslara katılıp, tatillerinde yaratıcılığı deneyimleyip kendi yaratıcı potansiyellerini geliştirmek adına çok daha arzu ve istek içerisindedir (Richards, 2011). Turizm pazarındaki paketlenmiş ürünlerden sıkılmakta ürünleri deneyimleme arzusunu yaşamaktadır. Bu bağlamda kırsal mekânlarda yaratıcı turizm gelişimi ekonomik anlamdaki alternatifler eksikliğiyle mücadele etmek amacıyla yaratıcılığın ve yaratıcı ekonominin motorlarının gerekli olduğu şehirlerde belirgin hale gelmektedir. Turizm ekonomik kalkınma araçlarından biri olarak şehirlerde olduğu kadar kırsal mekânlarda da yaratıcılık ve girişimcilik şekillerinin gelişmesi adına önem taşımakta, yaşam şekilleri ve korunan yerel kültürle yaratıcılık ilişkilendirilerek kurgulanmaktadır (Emekli, 2018). Yaratıcı turizm, kırsal alanlardaki ekonomik kaynak eksikliğinin somut olmayan kültürel miras sayesinde önlenmesi, kültüre ilgi uyandırarak kültürel kimlik kaybının önüne geçilmesi, yerel halk ve ziyaretçiler arasında iletişim kurularak kırsal mekânların kalkındırılması adına büyük önem taşımaktadır (Blapp & Mitas, 2018). Afşin'de dışlarının büyüklüğü, dayanıklılığı ve aroması ile dikkati çeken Koçovası sarımsağını, Elbistan'da Türkiye'nin devasa bahçelerinde lavantayı toplama işlemine katılmak, Çiğşar kirazı ve ünlü Göksun elmalarını elleriyle toplayıp sepetlerine yerleştirmek, birçok türü olan ekstra irilikte, dolgun gövdeli, açık sarı iç rengi yumuşak ve kolay kırılabilen Çağlayancerit'in yerli cevizini toplayıp kabuklarından ayırmak, zeytin toplamak, salamura yapma ve yağ çıkarımı işlemlerine katılmak, ünlü Bertiz üzümünün hasadından kurutma aşamasına kadar, hatta ezilerek pekmez, şıra, pestil, sucuk vb ürünlerin üretim aşamasının her anıyla turistlere yaşatılabilir olması, tüm seremonileri deneyimlemelerinin sağlanması yaratıcı turizm adına değer taşımaktadır (Fotoğraf:2). Hatta bu ürünlerin dikim, bakım ve toplama aşamaları turistlerin ilgisini çekmesi amacıyla eğlenceli oyunlar haline dönüştürülebilir. Böylece kırsal turizm mekanları yaratıcı turizme entegre edilmiş olacaktır. Dolayısıyla yaratıcı turizmin gelişimi destinasyonun çekiciliğini ve ekonomisini pozitif yönde etkileyerek turist deneyimine katkıda bulunacaktır (Suhartanto vd., 2020).

Yaratıcı turizm kırsal mekânlardaki zanaatkarların daha karlı olmasına katkı sağladığı gibi, geleneksel tekniklerini yeniden canlandırmakta, kültürel bilgilerinin ve becerilerinin aktarılmasına zemin hazırlamakta, dolayısıyla yeni stratejiler olarak ortaya çıkmaktadır (Bakas vd., 2019). Onikişubat ilçesinin Hartlap mahallesinde Hartlaplı ustalar el işçiliği ile bıçak yapımını kendilerine özgü teknikleri sayesinde geleneksel usta- çırak ilişkisi dâhilinde babadan oğula aktararak sürdürmektedir. Mahallede en önemli geçim kaynağı olan bıçakçılığın geçmişi 1876'da demircilik ile başlamıştır. Kahramanmaraş'ın coğrafi işaretli ürünleri arasında yer alan bıçağın sapı manda boynuzu, keçiboynuzu, şimşir ağacı, koçboynuzu kullanılarak geleneksel olarak işlenmekte, kurban bıçağı, cep bıçağı, meyve bıçağı, döner bıçağı, kasap bıçağı vb. isimlerde üretimleri yapılmaktadır (URL 6; Fotoğraf 4). Türkiye'nin birçok yöresine satılan otantik bir üretim aşamasına sahip olan bu ürünün mesleği belki de en son icra eden Hartlaplı ustaların ellerinde görmek, bu yapım işlemlerine katılım sağlamak ve kendi üretimlerini yaşadıkları mekânlara götürüp kullanmak turistler için unutulmaz bir deneyim olacaktır.

Aslan (2018)'nin çalışmada Türkiye'deki televizyon dizilerinin kültür ve yaratıcı endüstri ürünleri olarak Şili ve Latin Amerika'da ülkeye dair bir bilgi kaynağı olması, önyarguların yıkılması adına uluslararası halkla ilişkiler çerçevesinde incelenmiş ve ilişkilendirilerek yorumlanmıştır. Kahramanmaraş'ta da Yedi Güzel Adam dizisi ve Faruk Nafiz Çamlıbel'in Han Duvarları şiirinden uyarlanan "Kurgu ve Gerçek" (Maraşlı Şeyhoğlu) isimli diziler ulusal düzeyde aynı etkiyi yaratabilir. Dolayısıyla bu tür sanatsal değeri olan uygulamaların sayılarının artırılması büyük önem taşımaktadır.

Yaratıcı endüstriler, yaratıcı sermaye, ihracat gelirlerini artırmak ve istihdam yaratmak yaratıcı turizmin ekonomik yararlarını oluşturmaktadır. Kültürel çeşitliliği ortaya çıkarma, sosyal bağı kuvvetlendirme gibi insani gelişimi sağlayan özelliklere de sahiptir (Akşit Aşık, 2014). Ekonomik açıdan Kahramanmaraş'ın yaratıcı turizm kaynakları kullanılarak şehrin ekonomik dinamizm kazanma olanakları ortaya çıkarılabilir. Kahramanmaraş'ta tekstil sanayi gelişmiştir. Tekstil turistler için birincil motivasyon sağlamazken, ikincil bir güdü sağlayabilir. Şehrin yaratıcı

performansı yetenek, teknoloji ve hoşgörü (Florida, 2005) ile yaratıcı sınıfın dikkati çekilebilir. Kahramanmaraş'ta somut olmayan kültürel mirasın yaratıcı sınıf olarak düşünülen turistlerin öğrenmeleri denemeleri keşfetmeleri sağlanabilir.

Kültürel turistlere yerel yiyecekler veya çanak çömlek satın almak daha çok zevk verirken, yaratıcı turistler yerel yiyeceklerin nasıl pişirildiğini öğrenmek, çömlekçilik eğitiminde bulunmaktan zevk almaktadır. Çünkü yaratıcı turistler böyle öğrendiklerinde eğlenmekte yeni yetenekler geliştirebilmekte ve ziyaret ettikleri mekânların yerel halkına ve kültürlerine daha yakın olmaktadır (Raymond, 2003). Kahramanmaraş'ın gastronomi turizmine hizmet eden coğrafi işaretli ürünleri içerisinde geleneksel Maraş tarhanasının yapım aşamalarına turistlerin katılımı sağlanabilir. Maraş tarhanası yoğurt ve dövme ile yapılır. Bezin üzerine ince bir şekilde serilerek kurutulur. Kurumadan yenilebildiği gibi, firik halinde, çerez olarak, çorba halinde, sıcak saç üzerinde ısıtılarak, yağda kızartılarak tüketilmektedir. Maraş çöreği ise içeriği ve yapılış tekniği nedeniyle Kahramanmaraş'a özgü yöresel bir gıdadır. Taş fırında pişirilir, yivli gürgen merdane ile hamur bezeleri en çok 15cm açılır. Özellikle Ramazan ayında yoğun olarak yapılarak Ramazan Bayramında hoşaf ile misafirlere ikram edilmektedir (URL 6). Maraş tarhanası ve çöreği kendisine has yapı, şekil ve tat içermesi yanında yapımında da özgün aşama ve unsurları barındıran yöresel ürünlerdir. Aynı şekilde Maraş dondurması yapımı, kesimi, sunumu aktivitelerine belki de Maraş dondurmasının yapımının olmazsa olmazı olan sütün toplandığı Maraş yaylalarındaki keçilerden, salep (orkide) toplama aktivitelerine kadar turist deneyimleri indirgenebilir. Böylece kültür turizminin bir türü olarak da ifade edilebilen yaratıcı turizm kültürel mirasın ya da destinasyonun kendine has karakterinin ziyaretçiler tarafından öğrenilmesi ile ilgili ve özgün bir deneyim sunarak yörede yaşayanlar ve bu kültürü deneyimleyenler arasında üçlü bir bağın kurulmasına da vesile olacaktır.

Sumak meyvelerinin su ile ıslatılması ile hazırlanan ekstraktın berraklaştırılması ve güneşte bırakılarak koyulaşması şeklinde üretilen sumak ekşisine Kahramanmaraş'a has geleneksel bir yöntem ile yapılması nedeniyle Maraş Sumak Ekşi Akıtı adı verilmektedir (URL -6). Bu coğrafi işaretli ürünün toplanması ve akıtımın çıkarılması hatta kurutulması aşamalarına turistlerin katılımı sağlanabilir. Yine bir diğer coğrafi işaretli gastronomi ürünü olan Andırın ve çevresinde üretimi gerçekleştirilen Tırşik bitkisi, diğer adıyla özellikle kış mevsiminde her türlü hastalığa şifa olduğu yerel halk tarafından ifade edilen Andırın doktoru da farklı, otantik, yöreye özgü pişirme aşamalarına sahip bir üründür. Turistlerin bu tür ürünlerin her türlü üretim aşamalarına katılıp evlerine de götürme eğiliminde olmaları yaratıcı turizm adına önem taşımaktadır.

Yeni Zelanda'da ağaçtan ya da kilden hediyelik eşya yapımı, el dövmesi bıçak yapımı, şarap üretimi, kemik oymacılığı, gümüş işleme, peynir ve zeytinyağı yapma gibi (URL 7), Kanada'da oymacılık ve fotoğrafçılık, Fransa'da parfüm yapımı, Meksika'da halk müziği (Richards & Wilson, 2006) yaratıcı turizm destinasyonunun kültür değerlerini ve zenginliklerini yansıtan destinasyona ait özgün değerlerdir. Kahramanmaraş'ta kırsal mekânlarda yöreye özgü bazlama ve yufka ekmeği yapmak, dönemlik açılan yemek kurslarına katılıp Maraş'ın yöresel yemeklerinin üretim aşamalarına öğrenmek, yöreye özgü halk oyunlarını oynamak, hatta bu yöresel kıyafetleri giymek gibi deneyimlemelerle turistler açısından unutulmaz anılar oluşması sağlanabilir ve turistler yaratıcı turizm sürecine dâhil edilebilir.

Cruz (2014)'un çalışmasında Algarve (Portekiz) geçmişte güneş ve kum sayesinde turizmin gelişmiş olduğu bir yer olmakla birlikte, kültürel ve yaratıcı sektörlerin bölgede gelişmesi ile yaratıcı potansiyeli keşfedilmekte ve yaratıcı insanların yaratıcı turizm sayesinde bölgeye çekildiği ifade edilmiştir. Çünkü yaratıcı turizm hızlı bir şekilde kitle turizminin farklı bir şekli haline almış olan kültür turizminin gelişmesiyle artış gösteren problemlere hızlı çözümler sağlamaktadır. Dolayısıyla yaratıcı turizm farklı şekillerde olabilmektedir. Örnek olarak Kirant Yozcu & İçöz (2010) kongre turizmi içinde yaratıcı turizm faaliyetlerinin ve deneyimlerinin ne şekilde kullanılabileceğini gösteren bir model önererek, turistlerin öğrenme deneyimlerini artırması nedeniyle daha çok memnuniyetle karşılandığı, yörenin kültürünün korunduğu ve destinasyonun değerini yükselttiğini ifade etmiştir. Kahramanmaraş'ta gerek edebiyat gerek sanat gerek ekonomik ve kültürel anlamda birçok kongre ve sempozyum yapılmaktadır. Bu kongrelere ulusal ve uluslararası ölçekte aktif turist katılımının sağlanması yörenin yaratıcı turizm girdileri açısından önem taşımaktadır. Birçok yararı bir arada sunan yaratıcı turizm yöreye gelen turistlerin yerel kültüre katılıp yöre insanı ile daha çok iletişim kurmalarını sağlayarak, turistlerin yerel kültürel aktiviteleri sadece izlemekle kalmayıp, aynı zamanda bu aktivitelere katılımlarını da teşvik edecektir.

Kahramanmaraş edebiyat turizmi anlamında büyük bir potansiyele sahiptir. Şehrin Yaratıcı Şehirler Ağı'na edebiyat teması ile katılması durumunda edebiyat turizmi gelişecek ve edebi turistler için yöre önemli bir destinasyon haline gelecektir. Bu durumda şehrin edebiyat turizmi eksenli olarak yaratıcı turizm anlamında potansiyelinin değerlendirilebilmesi açısından bilimsel çalışmalar arttırabilir. 2015'de UNESCO Dünya Kültür Mirası Geçici Listesi'ne alınmış olan yörede İnanç Turizmi açısından önem taşıyan, Hıristiyanlar tarafından da "Yedi Uyurlar", Türkçede mağara arkadaşları, mağara dostları anlamına gelen Afşin'deki Eshab-ı Kehf Külliyesi

ise yine turistlere farklı deneyimler yaşatabilecek olan bir mekândır (Fotoğraf 3). Kahramanmaraş'ta yaz-kış, erkek-kadın hamam kültürü halen devam etmektedir. Özellikle ramazan aylarında gece hamamı sonrasında Maraş paça çorbası mutlaka içilmekte, hamamda çiğ köfteler yapılmaktadır. Turistlerin bu aktivitelere de katılımı sağlanabilir. Yörenin tarihi geçmişi ile bağlantılı olarak kültür ve turizm bakanlığı tarafından tescillenen ya da tescil aşamasında olan tarihi konakların (Kocabaş, Köker, Dulkadiroğlu, Üdürgücü, Beyazıtlar Konağı vb.) yaratıcı turizm aktiviteleri içerisinde yer almaları, hiç değilse turizm rotalarına dâhil edilmeleri sağlanmalıdır (Fotoğraf 4).

Tüm vatanın üstüne çöken talihi yenmek için tek başına ortaya atılan İstiklal Savaşı'nın öncü şehirlerinden olan Kahramanmaraş Kırmızı Şeritli İstiklal Madalyası ve Kahramanlık unvanına sahip bir şehirdir. 12 Şubat Maraş'ın kurtuluş bayramı diğer adıyla çete bayramı çok büyük etkinliklerle kutlanmaktadır. Şehrin meydanlarında mahalle muhtarlarının gençlerden oluşturduğu kafiler büyük bir cümbüşle sokak sokak gezip, davul zurnalar eşliğinde halaylar çekip, eski Maraş oyunlarını oynayarak adeta topluluğun kudretini tekrar tekrar öğretmektedir. Her yıl 12 Şubat haftası içinde bu kurtuluş -çete bayramı etkinliklerine özellikle yerli turistlerin katılmaları, çete kıyafetleri giydirilerek şehir içerisinde davul zurnalar eşliğinde bayram havası içinde aktivitelerde bulunmaları sağlanabilir.

Festivaller yaratıcı turizm için önem taşıyan etkinliklerdir. Kahramanmaraş'ta yıl boyunca pek çok konu içerikli festivaller yapılmaktadır. Ajanovic & Çizel (2015) çalışmasında, yaratıcı turizmin Antalya'da deniz, kum, güneş turizm anlayışının yaratmış olduğu değerlerden çok daha çekici, başarılı, değer yaratan ve yenilikçi bir gelişim alanı sunacağı ifade edilmiştir. Keza bu alanda Antalya'da yapılan film festivallerinin değerlendirilmesi de ayrı bir öneme sahiptir. Carvalho vd., (2016)'nin çalışmasında ise Portekiz, Algarve gibi çok popüler destinasyonlarda dahi yaratıcı turizm alanında yapılan bir kültürel festivalin anlamlı katkılar sağladığı ifade edilmiştir. Kahramanmaraş'ta da güreş, okçuluk, kültür, Âşıklar ve Ozanlar festivalleri, off-road ve off-shore etkinlikleri, uluslararası kitap ve kültür fuarları gibi daha çok spor, kültür sanat ve edebiyat üzerine yapılan festivaller dışında kültürün sembolize olması adına yerel yiyecek ve içecekler de turizmin önemli bir parçası olmuştur. Bu ürünler üzerine yapılan festivaller de şehirlerin kültürel yapısını yöre dışındaki insanlara duyurmak için etkili bir yöntemdir (Budak & Ersavaş 2019). Yörenin tarımı, hayvancılığı ve kültürünü korumaya yönelik dondurma, kızı biber, tırşık, ceviz, üzüm, iriştir ve yayla festivalleri yapılmaktadır. Tüm bu festivaller sürecinde çok sayıda ziyaretçi festival etkinliklerine katılım sağlamanın yanında bu etkinliklerde aktif olarak yer alarak yaratıcı bir deneyim yaşama şansına sahip olabilir. Güvercin festivalinde güvercin uçurabilir, Yedi kuyular kar festivalinde kayabilir, ürün hasatına katılabilir. Gordin & Matetskaya (2012) 'da çalışmasında yaratıcı turizmin gelişimi temelinde St. Petersburg'un tüm rekabet avantajlarının yaratıcı ve diğer turizm türleri arasında etkileşimde bulunduğunu, yaratıcı turistik ürünler sunmak için yeni seçeneklerden birisinin de birçok festival düzenlenirken daha yaratıcı yaklaşımların kullanılması gerekliliğini ifade etmiştir.

Yaratıcı turizm faaliyetleri içinde yemek kursu, çömlek yapımı, dokuma, heykeltıraş oymacılık, keçeleme-keçecilik, parfüm, porselen yapımı, boyama, çizim ve resim, dil ve dans öğrenme gibi örnekler turistlere yaratıcı deneyimler kazandıran aktivitelerdir (Richards & Wilson, 2006). 2003'de faaliyete geçen Yaratıcı Turizm Yeni Zelanda (CTNZ) kuruluşu Nelson şehrindeki ürünleri turistlere sunan önemli bir yaratıcı turizm ağıdır (URL 7). Yün işçiliği, keten dokuma, bronz dökümü, odun işlemeciliği, kemik oymacılığı, seramik, deniz ürünleri, aşçılık ve gastronomiye dayalı kurslar iki saatlik ya da dört günlük olarak seminerler kapsamında en çok on iki kişiyle yapılmaktadır. Birçok yerel eğitmenler tarafından öğrenmeye dayalı deneyimler elde etmek için el işi öğretilen atölyelerde uygulamalı seminerler sayesinde öğrenme deneyimleri arttırılmaktadır (Raymond, 2007). Kahramanmaraş'ta Büyükşehir Belediyesi tarafından uzman eğitmenlerle ücretsiz olarak organize edilen Kahramanmaraş akademi çalışmaları da benzer türde ve amaçta hizmet vermektedir. Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi'nde kış ve yaz döneminde (4'er aylık) şehrin kültürel birikimini arttırmak amacıyla Kahramanmaraş Akademi kurslarında verilen eğitimler arasında; roman yazım, klasik metinler nasıl okunur, kısa film, Yunus Emre okumaları, safahat okumaları, öykü, dergi, Proje, Türk Düşünce Tarihi, Osmanlı Modernleşmesi, Safahat Okumaları, Klasik Metinler Nasıl Okunur? Editörlük ve Redaktörlük, Medeniyet Okumaları, Varoluşsal Düşünce, Sosyolojik Düşünme, Düşünce, Dijital Medya, Diksiyon, Yazı, Sosyolojinin Temel Kavramları, Yeni Medya ve İletişim, Öykü, Sinema ve Felsefe, Bilim Tarihi, Tarihin Tarihi, Yazı Atölyesi, Hüsn-i Hat, Yeni Medya ve İletişim bulunmaktadır. Bu atölyeler yerli ve yabancı turistlere açık olmalı ve belirli dönemlerde yaratıcı turizm adına bu aktivitelerle turistlerin aktif katılımı sağlanmalıdır.

Bir bölgede turizm aktivitelerinin gerçekleşmesi için öncelikle çekicilik, olanaklar, ulaşılabilirlik, aktiviteler ve yardımcı hizmetler olmalıdır. Ziyaretçilerin destinasyona gelmesini sağlayan doğal veya insan yapımı unsurlar olan çekicilikler bölgeyi diğer destinasyonlar karşısında ön plana çıkarmaktadır. Destinasyonların çekiciliğini belirleyen faktörler ise doğal güzellikler, doğal kaynaklar, şifalı sular, iklim ve kaplıcalardır (Bahar & Kozak, 2005). Kahramanmaraş'ta da Başkonuş, Yavşan, Yeşil göz, Döngel mağaraları gibi rekreatif yaratıcı faaliyetlerin yapılabileceği ekoturizm alanları bulunmakla birlikte, Ekinözü içmeleri, Döngel, Ilıca gibi kaplıcalar da sağlık

turizmi çerçevesinde yaratıcı turistleri çekebilecek yaratıcı faaliyetlerin yapılabileceği mekânlardır. Ayrıca yörenin yükseltilerinin fazla olması hasebiyle iklim kürllerinden de yararlanmak, doğal güzellikleri gezme görme, eğlenme, dinlenme ve ekoturizm faaliyetlerinin yapılabilmesi amacıyla da önem taşımaktadır.

Kahramanmaraş'ta turizm rotaları oluşturularak yaratıcı turizm geliştirilebilir. Bu rotalar kırsal yaratıcı turizm rotaları olabileceği gibi, edebiyat rotaları, gastronomi rotaları da olabilir. TÜRSAB'ın öncülüğünde turistlerin doğayla baş başa olabilmelerini sağlamak, köy evlerinde ya da çiftliklerde onları ağırlamak, özledikleri ortamı yaşamalarını sağlamak, el işi öğrenmek, reçel yapmak, halı ve kilim dokumak, gözleme pişirmek, ormanda gezinmek, eşeğe veya ata binmek gibi kırsal etkinlikler yapmak amacıyla Mersin, Adana, Gaziantep, Hatay illerinin içinde bulunduğu "Gastronomi Treni Projesi" olarak yapılan Doğu Akdeniz Lezzet Turu gibi rotalara Kahramanmaraş'ın da dâhil edilmesi yaratıcı turizm değerlerinin tanıtımı açısından önem arz etmektedir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na edebiyat teması üzerinden başvuru yapan Kahramanmaraş'ın sayısız şair ozan yazar yetiştirmiş bir mekândır. Dolayısıyla bu edebi şahsiyetlerin edebiyat tutkunu olan turistler tarafından keşfedilmesi, yaşayan edebiyatçılarla buluşmaları sağlanıp, hayatta olmayanların kullandıkları mekânların rotalar dâhilinde yaratıcı turistlere gezdirilmesi sağlanabilir.

Ohridska-Olson & Ivanov (2010) çalışmasında Bulgaristan'da yer alan küçük kasaba ve şehirlerin kültürel miras ve yaratıcılık potansiyellerinin yaratıcı turizm iş modeli sayesinde geliştirilebileceğini ve yaratıcı turizm ile ülkedeki küçük toplulukların sürdürülebilir ve karlı bir kalkınma sağlayabileceğini belirtmiştir. Andırın ilçesi kasabadan büyücek sakin şehir olabilecek bir potansiyele sahiptir (Karademir, 2021b). Bu şehirde kırsal mekânlar değerlendirilebilir, sakin sessiz ve serin yaylalara bungalov evler yapılabilir, turistlerin yörede tarımsal faaliyetlere katılımı sağlanabilir. Küçük yerleşim birimleri yaratıcı turizmin gelişmesi adına öncelikle büyük şehirler için tasarlanmış olan modelleri taklit etmeyip, kendi kapasiteleri ve kaynakları dâhilinde kendine özgü yaratıcı modelleri kurgulamaları gerekmektedir (Richards, 2019). Bu bağlamda Kahramanmaraş ve ilçeleri dâhilinde birçok yaratıcı aktörün yer alması her bir mekânda farklı yaratıcı turizm modellerinin geliştirilebilmesine imkân tanıyacaktır.

Kahramanmaraş'ta turizmin çeşitlendirilmesi, mevcut turizm alanlarında turizm sezonunun uzatılması, konaklama birimlerindeki çeşitliliğin artırılması, turizmi destekleyici kongre, fuar, spor, termal, ekopark gibi tesis sayılarının artırılıp planlamaların yapılması ve hem ulusal hem de uluslararası pazarlarda yörenin istenilen imajının oluşturulması için gerekli olan çalışmaların yapılması elzemdir. Günümüzde yaratıcılık ekonomi alanı dışında turizm disiplininde de önem taşımaya başlamıştır. Kahramanmaraş'ın yaratıcı turizmde değerlendirilebilecek stratejilerine uygun sayısız yerel ögelere sahip olduğu, yaratıcı turizmin yörede sürdürülebilir turizmi teşvik etmenin önemli bir yolu olduğu, böylece yörede sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabileceği düşünülmektedir. Kahramanmaraş'ta kültürel öğelerin de korunması ve yaratıcı turizme kazandırılması için yapılacak olan çalışmalara belediyeler, üniversiteler, sivil toplum kuruluşlarıyla kamu kurum ve kuruluşları ve yerel halkın paydaş olarak katılımları sağlanmalı, tanıtım ve pazarlama unsurlarına gereken önem verilmelidir. Kahramanmaraş'a özgü kültürel öğelere sahip olan mekânların yaratıcı turizm açısından dijital teknolojiler kullanılarak yeniden tasarlanması yörede yeni cazibe merkezlerinin ortaya çıkmasını sağlayabilir. Tüm yıla yayılan ve sürdürülebilir bir turizm olan yaratıcı turizm sayesinde yörede turistler için yaratıcı deneyimler meydana getirebilir ve ekonomik anlamda yerel halkın girdi temin etmesinin önü açılmış olur. Böylece Kahramanmaraş'ta deneyim endüstrisi ve etkinlikler oluşturularak kültür turizminden yaratıcı turizme hatta kültür şehirden bir yaratıcı şehre geçiş sağlanabileceği düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

Ajanovic, E., & Çizel, B. (2015). Unesco yaratıcı kentler ağı ile Antalya kentinin değerlendirilmesi. *Mediterranean Journal of Humanities*, 1, 1–16. <https://doi.org/10.13114/mjh.2015111365>.

Akdu, S. (2019). Sürdürülebilir turizm gelişimi ve yaratıcı turizm. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(Ek Sayı), 132–139.

Akputat, N. A. & Polat Üzümcü, T. (2020). Geleneksel Türk el sanatlarının yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi: Ödemiş yerel halkının bakış açısı. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(51), 584-597.

Akşit Aşık, N. (2014). Yaratıcı (kreatif) turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31), 786–795.

Altınay, M. & İstanbullu Dinçer, F. (2017). Geleneksel el sanatlarının yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4 (Special Issue 1 ), s.343-352.

Anadolu Ajansı (2016). Bulgaristan'da Dünya Medeniyetleri ve Yaratıcı Turizm Kongresi, <http://www.memleket.com.tr/bulgaristanda-dunya-medeniyetleri-ve-yaratıcı-turizm-kongresi-1001398h.htm> Erişim Tarihi: 25.09.17.

Aslan, P. (2019). Uluslararası iletişim ve popüler kültür üzerine: Latin Amerika'daki Türk televizyon dizileri üzerinden bir araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (57), 25-50.

Aydoğan Çiftçi, M. (2020). Yaratıcı turizmin etkilediği destinasyon bileşenlerinin belirlenmesi.[Yayımlanmamış doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Balcı, A. (2016). Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler. Pegem Akademi.

Bahar, O., & Kozak, M. (2005). Türkiye turizminin Akdeniz ülkeleri ile rekabet gücü açısından karşılaştırılması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 139-152.

Boztoprak, B. (2021). Somut olmayan kültürel mirasların yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi: ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği, Erzurum örneği, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği anabilim dalı Yüksek lisans programı.

Budak, S., & Ersavaş Kavanoz, S. U. N. A. (2019). The Process of Promoting Small Cities through Local and Authentic Values: City Tourism in the Time of Globalisation. *Istanbul university journal of faculty of political sciences*, 28(2).

Blapp, M., & Mitas, O. (2018). Creative tourism in Balinese rural communities. *Current Issues in Tourism*, 21(11), 1285–1311. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1358701>

Can, İ. İ., & Oktay, E. (2021). Beş Yıllık Kalkınma Planları Kapsamında Kitle Turizmine ve Alternatif Turizme Bakışın Değerlendirilmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 125-155.

Carvalho, R., Ferreira, A. M. & Mota Figueira, L. (2016). Cultural and Creative Tourism in Portugal. *PASOS-Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 14(5):1075-1082.

Chairatana, Pun-Arj, (2012). Creative Tourism 2.0, <http://www.trendsoutheast.org/opinion/2012/6/7/creativetourism-20>.

Cruz, R.A. (2014). "Tourism, creativity and talent: Breaking Algarve's tourism lock-in", *Regional Studies, Regional Science* 1(1):138-144 DOI:10.1080/21681376.2014.939529.

Emekli, G. (2018). Kent Turizminde Kültür ve Yaratıcılık, TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu International Geography Symposium on the 30th Anniversary of TUCAUM 3-6 Ekim 2018 /3-6 October 2018, Ankara.

Emekli, G. (2021). Coğrafya, Turizm, Kültür İlişkilerinin Turizm Coğrafyasına Yansımaları Ve Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 30(2), 405-428.

Florida, R. (2005), *Cities and the Creative Class*, Routledge, New York.

Gordin V., & Matetskaya M.(2012). "Creative Tourism in Saint Petersburg: The State of the Art", *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4 (2), (2012), 55-77.

Gülüm, E. (2015). Yaratıcı Turizm - Halk Kültürü ilişkisi ve Yerelin Popülerleşmesi, *Millî Folklor*, 27 (105), (2015), 87-98.

Hung, W. L., Lee, Y. J., & Huang, P. H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763–770. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.877422>

Karademir, N.(2021a). Kahramanmaraş Kentinde Tarihsel Konutlar ve Turizm. *Erdem*, (81), 63-92.

Karademir, N. (2021b). Andırın'ın Yavaş Şehir (Cittaslow) Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(12), 1223-1244.

Karademir, N. (2021c). Yerel Halkın Kahramanmaraş'ta Festivaller Üzerine Algılarının Değerlendirilmesi, Editör: İbrahim Solak ve Samet Alıç, Palet Yayınları, 247-266.

Kirant Yozcu, Ö. K., & İçöz, O. (2010). A model proposal on the use of creative tourism experiences in congress tourism and the congress marketing mix. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(3), 105-113.

Korez-Vide, R. (2013). "Promoting Sustainability of Tourism by Creative Tourism Development: How Far is Slovenia?", *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 6 (1), 77-102.



- Küpeli, T. Ş. (2017). Yaratıcı ekonomide turizm sektörünün yeri: yaratıcı turizm faaliyetlerine yönelik bir değerlendirme. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (1), 22–51.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2016). Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı 2007-2023, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara. <http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>, Erişim Tarihi: 25.09.2017.
- Landry, C. (2012). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Routledge.
- Mohammadı, A., Moharrer, M., & Babakhanifard, M. S. (2019). “The Business Model and Balanced Scorecard in Creative Tourism: The Ultimate Strategy Boosters”, *Current Issues in Tourism*, 22/17, pp. 2157-2182.
- OECD. (2014). *Tourism and the Creative Economy*, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing. Paris. DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264207875-en>.
- Ohridska-olson, R. and Ivanov, S. (2010). Creative tourism business model and its application in Bulgaria, *Cultural Realms*. <http://pt.scribd.com/doc/39093051/CreativeTourism-Business-Model-and-its-application-in-Bulgaria>.
- Öncü, T. (1992). Yaratıcılığın Betimlenmesi ve Yaratıcılık Üzerine Çevresel Etkiler, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi*, 14 (1), (1992), 255-264.
- Özçer, N. (2005). *Yönetimde Yaratıcılık ve Yenilikçilik*, Rota Yayınları, İstanbul.
- Özdemir, N. (2011). Edebiyat ve ekonomi kültürel ekonomik bir alan olarak edebiyat, *Millî Folklor*, 23 (91), s. 101-114.
- Özdaşlı, K., Özdaşlı, E., & Alparıslan, A. M. (2010). Yaratıcı turizm: bir uygulama modeli önerisi ve Isparta ilinde yaratıcı turizm envanteri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7(1). <https://dergipark.org.tr/tr/pub/soid/issue/11370/135904>.
- Polat, M. (2021). 2010-2020 Yılları Arasında Yaratıcı Turizm Konusunda Yapılan Yayınların İncelenmesi. University of South Florida M3 Center Publishing, Chapter · November 2021, <https://digitalcommons.usf.edu/m3publishing/vol16/iss9781955833028/1> DOI: 10.5038/9781955833028.
- Raymond, C. (2007). *Creative Tourism New Zealand: The Practical Challenges of Developing Creative Tourism*. Richards, G ve Wilson, J. (Ed), *Tourism, Creativity and Development içinde* (s. 145-157). London: Routledge.
- Raymond, C. (2003). Case study-creative tourism new zealand: Creative tourism New Zealand and Australia council 215ort he arts. Pp. 1-5. (Çevrimiçi) <https://www.yumpu.com/en/document/read/27688957/case-study-creative-tourism-new-zealand> 5 Şubat2020.
- Richards, G. (2013). *Creative and Relational Tourism in Barcelona*, ATLAS Cultural Tourism Group Expert Meeting on Alternative and Creative Tourism, Barcelona, June 2013.
- Richards, G. (2001). *Cultural attractions and European tourism*. Cabi.
- Richards, G., & Wilson, J. (2008). *From Cultural Tourism To Creative Tourism. Part 2: Changing Structures Of Collaboration*, Arnhem: Atlas Yayınevi.
- Richards, G. (2016). “The development of creative tourism in Asia”. Paper presented at the Artepolis VI. International Seminar in Bandung, Indonesia, 5th August.
- Richards, G & Marques, L. (2012). Exploring Creative Tourism: Editors Introduction, *Journal of Tourism Consumption and Practice*, Volume: 4, No.2, 1-11.
- Richards, G & Wilson, J (eds.) (2008). *From Cultural Tourism to Creative Tourism*, Arnhem: ATLAS.
- Richards, G, & Raymond, C. (2000). *Creative Tourism*, ATLAS News 23, s. 16-20.
- Richards, G. (2009). *Creative Tourism and Local Development*. *Creative Tourism: A global conversation*, 78– 90.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism. The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225– 1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>.
- Richards, G. (2019). Creative tourism: opportunities for smaller places? *Tourism & Management Studies*, 15(SI), 7–10. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15si01>.
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85(November 2019), 102922. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>.

- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>.
- Rogerson, Christian M. (2006). Creative Industries and Urban Tourism: South African Perspectives, *Urban Forum*, Vol. 17, No. 2, April-June, s. 149-166.
- Tan, S. K., Luh, D. B., & Kung, S. F. (2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism. *Tourism Management*, 42, 248–259. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.008>.
- 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,U.S.A., October 25-27, 2006. <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811E.pdf>.Erişim Tarihi: 08.02.2014.
- Urry, J. (2009). Turist Bakışı (Çev. Tataroğlu, E. ve Yıldız, İ.). Bilgesu Yayıncılık, Ankara.
- URL-1: <http://en.unesco.org/creative-cities/home> (Erişim tarihi:13.02.2022)
- URL-2: <http://www.kahramanmaras.bel.tr> (Erişim tarihi:12.03.2022)
- URL-3: <https://www.gaziantep.bel.tr/tr/etkinlikler/mozaik-yolu-projesi-unescoda-tanitildi>
- URL -4: [www.apgreenjobs.ilo.org](http://www.apgreenjobs.ilo.org) (Erişim tarihi:13.01.2022)
- URL-5: [www.creativetourismnetwork.org](http://www.creativetourismnetwork.org) (Erişim tarihi:11.03.2022)
- URL -6: <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/> (Erişim tarihi:12.03.2022)
- URL-7: [www.creativetourism.co.nz](http://www.creativetourism.co.nz) (Erişim tarihi:03.01.2022)
- URL-8: [www.turkishflavours.com](http://www.turkishflavours.com) (Erişim tarihi:12.03.2022)
- URL-9: <https://gokahramanmarasturkiye.com> (Erişim tarihi:11.03.2022)
- Wach, E., & Ward, R. (2013). Learning about qualitative document analysis. *IDS Practice Paper in Brief*, 13, 1-11.
- Wurzburger, R., Aageson,T., Pattakos, A., & Pratt, S. (2008): Creative Tourism: A Global Conversation, “Introduction to The Santa Fe & Unesco International Conference A Global Conversation on Best Practise and New Opportunities” Sunstone Press, Santa Fe.[www.worldcitiescultureplatform.com](http://www.worldcitiescultureplatform.com), 2015. Erişim tarihi: Mart.
- Yetkin, B. (2016). Yeni nesil turizm ve halkla ilişkilerin artan önemi. *İNİF E-Dergi*, 1(1), 95-111.
- Yetkin, M. K. (2019). Unesco yaratıcı kentler ağı müzik kenti kriterleri bağlamında Şanlıurfa'nın müzik kenti olarak değerlendirilmesi/Evaluation of Sanliurfa in the context of the unesco creative cities network music city criteria (Doctoral dissertation).
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Seçkin Yayıncılık.
- Zoğal, V., & Emekli, G. (2017). Yaratıcı Turizme Kavramsal Ve Coğrafi Bir Yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 26(1), 21–34.