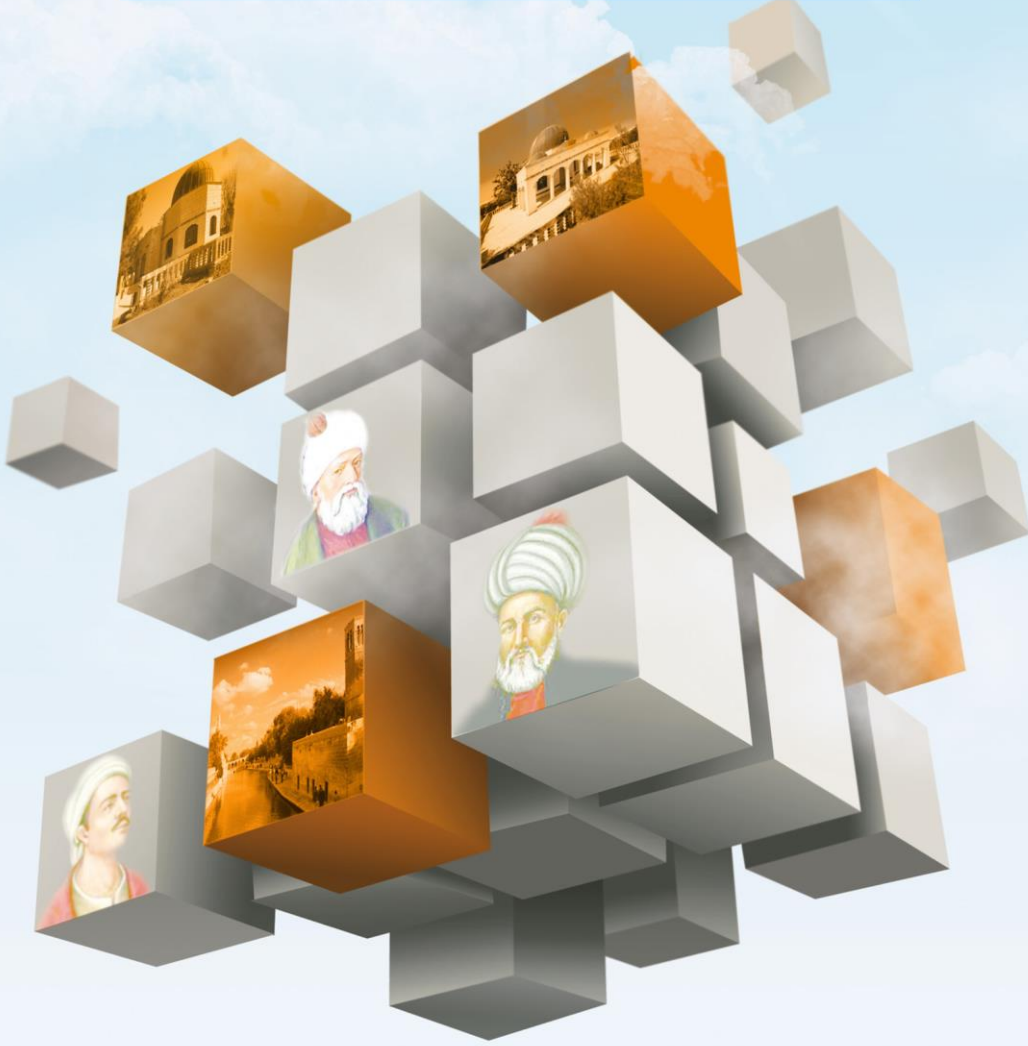




MEDENİYET İNŞASI TÜRKİYE VİZYONU

“Referans Değerler, Kurumlar ve Kişiler”



ŞANLIURFA MARKA ŞEHİR RAPORU



Medya Sponsoru

T.C. CUMHURBAŞKANLIĞI HİMAYELERİNDE



www.tsv2023.org



İÇİNDEKİLER

Giriş.....	1
Küresel ve Bölgesel Görünüm	1
“Marka Şehir” İnşası.....	5
Medeniyet, Şehir ve “Marka Şehir”	8
Şanlıurfa ve “Marka Şehir” İnşası.....	13
“Marka Şehir” Şanlıurfa.....	17

Türkiye'nin Stratejik Vizyonu 2023 | Değerler İnşası

MEDENİYET İNŞASI TÜRKİYE VİZYONU

ŞANLIURFA MARKA ŞEHİR RAPORU

Giriş

Cumhurbaşkanlığı Himayelerinde gerçekleştirilen Türkiye'nin Stratejik Vizyonu 2023 Projesi kapsamındaki "Referans Değerler, Kurumlar ve Kişiler" temalı "Değerler İnşası - Türkiye" sürecinde planlanan **Marka Şehir Toplantıları**'nın birincisi **Şanlıurfa Valiliği** ve **TASAM** işbirliği ile **21 Nisan 2014** tarihinde **Şanlıurfa**'da Nevali Hotel'de gerçekleştirildi. Tam gün süren toplantının açılış konuşmalarını TASAM Başkanı Süleyman Şensoy, Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkan Vekili Ahmet Kaytan ve Vali Vekili Cengizhan Yılmaz yaptı. Gün içerisinde gerçekleştirilen üç oturum TASAM Başkanı Süleyman Şensoy, Prof. Dr. Rahmi Karakuş ve Büyükelçi (E) Murat Bilhan tarafından yönetildi.

Şanlıurfa Marka Şehir Toplantısı'na İl yönetiminin resmî temsilcileri ve sivil paydaşlarının yanı sıra; Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Rahmi Karakuş, Marka Danışmanı ve Yazar Muhterem İlgüner, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi ve TASAM Kamu Diplomasisi Enstitüsü Direktörü Doç. Dr. Abdullah Özkan, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen - Edebiyat Fakültesi İnsan ve Toplum Bilimleri ve Felsefe Bölümleri Öğretim Üyesi Prof. Dr. Ergün Yıldırım, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Aynur Can, Yıldız Teknik Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri ve Felsefe Bölümleri Öğretim Üyesi Doç. Dr. Teyfur Erdoğan, Harran Üniversitesi Fen - Edebiyat Fakültesi Tarih Bölüm Başkanı Prof. Dr. Abdullah Ekinci, Harran Üniversitesi Arkeoloji Bölüm Başkanı Prof. Dr. Mehmet Önal, Harran Üniversitesi Sanat Tarihi Bölüm Başkanı Yrd. Doç. Dr. A. Cihat Kürkçüoğlu ve Harran Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Mimarlık Bölümü Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Mustafa Güler konuşmacı olarak, İslam Ülkeleri Düşünce Kuruluşları Platformu (İSTTP) Genel Sekreteri, TASAM Orta Doğu Uzmanı, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Muharrem Hilmi Özev raportör olarak katıldı. **Etkinlik sırasında dile getirilen görüşlerin yoğun bir özeti bu raporda sunulmaktadır.**

Küresel ve Bölgesel Görünüm

Medeniyet perspektifinde mesafe kat edilebilmesi; ülkemizin ve şehirlerimizin gereğince tanıtılması öncelikle içinde bulunduğumuz dönemde dünyanın durumu ve bizim böyle bir dünyada **ülke ve şehir olarak nasıl bir rol üstlenebileceğimiz ve üstlenmememiz gerektiği** konusunda sağlıklı analiz ve tespitlerin yapılmasına bağlıdır.

21. yüzyılın ilk on yılı için 11 Eylül 2001 olayları bir milat teşkil etmiştir. Bu dönemde dünya siyasetinin **çok kutuplu bir yapıya** doğru evirildiği ortaya çıkmıştır. Doğu'da ve Güney'de Çin, Hindistan, Rusya ve Brezilya gibi ülkeler **yeni küresel güç adayları** olarak tebarüz etmiştir.

Yerleşik güçlerin dünyayı kendi çıkarları istikametinde yönlendirme çabaları, özellikle teknolojik imkânları kullanabilen yeni güçlerin engellemeleri ile karşılaşmıştır. **Böylesi bir ortamda 2023'e doğru önümüzdeki on yılda göstereceğimiz performans 21. yüzyılın tamamı için belirleyici olacaktır.**

Son iki yıldır ABD öncülüğünde yürütülen **trans-Atlantik ve trans-Pasifik serbest ticaret anlaşmaları** ve ekonomik bütünleşme çabaları başarılı bir şekilde ilerlemiş, küresel ticaretin yaklaşık %73'ünü kontrol eden yeni bir bloğun ortaya çıkma olasılığı güçlenmiştir. Türkiye'nin Çin, Hindistan ve Rusya'yı kuşatmaya çalışan bu bloğa katılması ihtimali AB dışında kaldığı sürece son derece düşüktür.

Yine son dönemde küresel güçlerin Afrika, Orta Doğu, Güney Asya ve Latin Amerika'daki rekabeti nedeniyle **dünya tıpkı yüz yıl önce olduğu gibi rekabet edenler ve rekabet edilenler olarak ikiye bölünmüştür.** Rekabet edilen alanlar; Irak, Suriye ve Ukrayna'da görüldüğü üzere, güç paylaşım mücadelelerine sahne olmaları nedeniyle derin istikrarsızlık riski ile karşı karşıyadırlar.

Üç olgu önümüzdeki dönem küresel politikaları ve ülkelerin geleceğini derinden etkileme potansiyeline sahiptir.

1. Mikro-milliyetçilik: yakın gelecekte BM üyesi ülke sayısının iki katına çıkacağı öngörülmektedir. Bu da istikrarsız bölgelerdeki ülkeler için ciddi bölünme riski anlamına gelmektedir.

2. Ekonomik Entegrasyon: Trans-Atlantik ve trans-Pasifik serbest ticaret anlaşmaları dışarıda kalan ülkeler için ciddi ekonomik ve dolayısıyla siyasi güçlükler doğurabilecektir. Bu riski karşılamak isteyen ülkeler kendi ekonomik bütünleşme imkânlarını geliştirme arayışını sürdüreceklerdir. Günümüzde birçok bölge AB'nin belli kurumlarını ve yaklaşımlarını taklit yoluyla bu alanda ilerlemeye çalışmaktadır.

3. Öngörülemezlik: Güvenlik, savunma, ekonomik kalkınma, ulaşım gibi alanlarda teknolojik imkânların gelişmesi, sosyal medya kullanımının, karmaşık müdahale araç ve yöntemlerinin yaygınlaşması vb. nedenlerden dolayı küresel düzeyde güç hesaplamalarında ve gelecek perspektiflerinde çok parametrelili bir ortam doğmuş, büyük ülkeler için bile bu parametreleri kontrol etme imkânı azalmıştır.

Böylesine dinamik bir küresel ortamda dış politikadaki gelişmelerin iç politika üzerindeki etkisi had safhaya çıkmıştır. Bulunduğumuz coğrafyada Türkiye'yi de birinci dereceden ilgilendiren çok önemli olaylar gerçekleşmektedir. **Dolayısıyla önümüzdeki on yıl ülkemizin ve şehirlerimizin geleceği kadar medeniyet perspektifimiz bakımından da belirleyici etkiye sahip olacaktır.**

Bu nedenle şehirlerimizin ve ülkemizin geleceği bağlamında tüm paydaşların katkısı gerek kendi ülkemiz, gerekse coğrafyamız ve kardeş ülkeler için tarihsel misyonumuzu yerine getirme noktasında hayati önem taşımaktadır. Bu nedenle TASAM, Türkiye'nin Stratejik Vizyonu 2023 Projesi'nin çalışmaları kapsamında **"Bir kişi eksik ise hedefe ulaşamayız"** ilkesini şiar edinmiştir.

Medeniyet inşası bağlamında ülkelerin ve toplumların yeterli **güç ve refaha** sahip olmaları önemlidir. Ama bundan da önemlisi talip olduğumuz gücün nasıl yönetileceğidir. **Değerler inşası** olmadan gelen güç ve refah, beklenenin aksine büyük zararlar ve varlığımızın geleceği için son derece riskli ortamlar oluşturabilmektedir. Küresel düzlemde yaygınlık kazanan **üretim ve tüketim kalıplarını** tek başımıza değiştirme imkanına sahip değiliz ancak tarihsel misyona sahip olduğunu düşünen bir toplum ve ülke olarak kendi değerlerimizle küresel zorunluluklar arasında bir **orta yol** ya da bir çıkış kapısı bulmak, özümüzden taviz vermeden küresel bir vizyon geliştirmek zorundayız. **Önümüzdeki uzun yürüyüşün kısa tanımı "güç ve adalet inşası" şeklinde ifade edilebilir.** "Meşru yoldan güç elde etmek ve onu adaletle kullanmak, insani kültürel sosyal alt yapı oluşturmak" temel hedef olmalıdır.

Şehirlerimizin 2023 hedefine ulaşmalarında bir takım hedeflerin belirlenmesi, bu hedeflere ulaşmakta **motivasyon için ülke içinde ve dışında rakip şehirlerin belirlenmesi**, bunun gerçekleştirilmesi halinde yeni rakiplerin ve hedeflerin konulması kaldıraç etkisi yapaktır.

Ülkelerin ve şehirlerin gelecek hedefleri bakımından dil, din, tarih ve coğrafya gibi amillerin tesiri göz ardı edilemez ama **yeterli kapasite inşası** gerçekleştirilmeksizin, küresel pastadan alınan pay belirli bir düzeye yükseltilmeksizin bu tür amillerin tesiri sınırlı kalacaktır.

Bu noktada şehirlerimizin değerler inşası envanterlerini güçlendirmeleri, sosyal, siyasi ve insani kapasite inşası alanında üzerlerine düşeni bir an önce yapmaları gerekmektedir. **Bunun için eleştirel düşünce kapasitemizi geliştirmek zorundayız.** Bu yapılmadığı takdirde mevcut sınırları, durağanlığı, bilinçsiz çabaları aşmak ve mevcut birikimin iyi niyetle yok edilmesini engellemek mümkün değildir. Ne var ki, **ideolojik kamplaşmalar** düşünce üretimini ve eğer varsa üretilmiş düşünceler arasında etkileşimi köreltmekte, bunların geliştirilmesini ve kullanılmasını engellemektedir.

Kaosa ve belirsizliğe izin vermemeli, toplumun önünü açacak, yönetimde inovasyon sağlayacak eleştirel düşünürlerin, düşünce kuruluşlarının, üniversitelerin ve medyanın gelişmesi için gerekli önlemler alınmalıdır.

Salt ekonomik büyüklüğe değil, ekonomik artı değer noktasında çarpan etkisi oluşturabilecek ahlaki, insani, etik değerlerle ilgili vasıflı çalışmalara da ihtiyaç vardır. Bu amaçla gerçekleştirilecek geniş kapsamlı çalışmalar yanında **sektör odaklı, dar kapsamlı ama nitelikli çalışmalara ağırlık verilmesi** de büyük önem taşımaktadır. Markalaşmış, bayraklaşmış, dünya çapında şöhret bulmuş şehirlere sahip olmak, ancak bu şekilde mümkün olabilir.



“Marka Şehir” İnşası

Markalaşmak büyük ölçüde ön plana çıkmayı, bayraklaşmayı ve fark edilmeyi temsil etmektedir. İlk bakışta ekonomik ve materyalist çağrışım uyandıran markalaşma aslında refah ve sosyal, siyasi saygınlık üretme yöntemidir. Yeryüzünde 2 milyon 700 binden daha fazla şehrin bulunduğu ve günümüzün küresel ekonomik ve siyasi koşullarının **hiper-rekabet** gerektirdiği göz önüne alındığında bir şehir için markalaşmanın büyük çaba ve stratejik planlama gerektirdiği açıktır.

Markalaşma konusunda dikkat edilmesi gereken önemli hususlardan biri **logo ve slogan tuzağına düşmemek**, markalaşmayı logo ve slogan üretmek ve reklam yapmak kadar basit bir iş olarak görme yanılgısına düşmemektir. **Yapılacak ilk iş şehrin tanınması için strateji üretmek olmalıdır.** Bunun için de öncelikle şehrin cazibesini kaybetmesine neden olan, ya da onu itici hale getiren unsurları ortadan kaldırmak; şehre ait insan kaynağının onu gönülden sahiplenmesini sağlayan önlemleri almaktır. Bir şehrin markalaşması için dört temel fırsattan söz edilebilir:

1. Kültürel Miras
2. Doğal Yapı, Coğrafya ve İklim
3. Özgün Çıktı
4. Yerleşik Beceri

Bu fırsatlardan en az birine sahip olan şehirler markalaşma için gerekli potansiyele sahip demektir. Söz konusu potansiyelin açığa çıkarılması için **üç temel stratejik unsurdan söz edilebilir: “Yatırım”, “Turizm” ve “Yerleşim”**... Bu bağlamda **yeterli nedenler ve imkânlar** geliştirmek esas olmalıdır. Öncelikle yapılması gereken bir şehrin ya da kasabanın sakinleri arasında **iyi yönetim anlayışı ve kültürü geliştirmek, şehir sakinlerinin şehri sevmelerini ve sahip çıkmalarını sağlayan önlemler almak**, daha sonra ise şehrin özgün yönlerini tespit edip buna uygun özgün çıktı üretimini sağlamaktır. Markalaşma yolunda yapılması gereken asıl iş budur; tanıtım, reklam, logo, slogan vb. unsurlar ise buzdağının yüzde onluk görünen kısmını oluşturmaktadır.

Stratejik yaklaşımları başarıyla uygulamaya koyan bazı Batılı ülke şehirleri markalaşma yolunda göz kamaştırıcı sonuçlara ulaşmışlardır. Öyle ki, ABD, Kanada ve Avrupa’daki bazı şehir ve kasabalar kerestecilik mirasının ön plana çıkarılması, en soğuk coğrafi nokta olma özelliğinin kullanılması, pastırma gibi et ürünlerinden sadece biri üzerinde kolektif marka oluşturulması, titanyum gibi herhangi bir metal üzerine teknoloji üretimi, şehre gelen araçlara teknoloji yoluyla kolay park imkânı sağlanması, kız kaçırma gibi eski bir geleneğin eş taşıma yarışına dönüştürülmesi vb. yöntemlerden sadece birini kullanarak kasabalarını dünya çapında birer marka yapmayı başarmışlardır.

Bu konuda atılması gereken ilk adım şehrin sesine kulak vermek, yani şehrin imajını düzeltmek için gerekli adımları atmak, şehrin sunduğu fırsatların farkına varmaktır. Şanlıurfa özelinde bu fırsatlar teoloji merkezi olma, tohum üretimi ya da organik tarım merkezi olma; tarih, inanç, doğa turizmi merkezi olma, komşu ülkeler ve bölgeler ile ilişkilerin geliştirilmesi durumunda ticari ve transit merkez olma vb. yönleri ile örneklendirilebilir.

İkinci adım ise bürokrasi, demokratik temsilciler, odalar, akademi ve düşünce kuruluşlarını şehrin stratejik geleceği üzerinde bir araya getirecek ve ortak çalışmalar yürütecek bir iyi yönetim anlayışı geliştirmektir. Bu noktada en önemli husus yönetimdeki paydaşların şehrin geleceği ile ilgili çalışmalardan maddi kazanç, prestij, manevi tatmin vb. doğrudan fayda elde etmelerinin sağlanmasıdır. Öyle ki, bir ilin marka olmasını sağlayan en küçük birim bir köy ya da mahalle ise onun da paydaşlar arasına dâhil edilmesi gerekir. Aksi halde konu ile ilgili girişimler içi boş sloganlara dönüşecek, çekilen emekler ve yapılan yatırımlar boşa gidecektir.

Üçüncü bir adım ise konu ile ilgili akademik faaliyetler yürütmek ve daimi vizyon geliştirmek ve yenilemek üzere akademik bir merkez, örneğin “Şehir Diplomasisi ve İnovasyon Enstitüsü” kurmaktır. Akademik merkez şehrin mevcut imkânları üzerine gelecek projeksiyonları yapacak ve uygulamacılar için daimi düşünce üretim merkezi olarak faaliyet gösterecektir.

Konu ile ilgili bir diğer önemli öneri de her şehrin ulusal ve uluslararası alandaki imajını ülke içindeki faaliyetleri ile uyum içerisinde nitelikli hale getirmek, toplumlararası ilişkileri geliştirmek, paydaşlara vizyon geliştirme imkanı sunmak ve onların bu faaliyetlere olan desteğini nitelikli ve sürekli hale getirmek üzere bir **kamu diplomasisi** merkezi kurmaktır. Bu merkezin en önemli görevi şehirle ilgili yapılması gerekenlere dair kamuoyunu ikna etmek; şehrin gelişen imajı ile birlikte bir ülke markasının da gelişmesi amacıyla şehirde, ülke içinde ve dışında uyumlu faaliyetler yürütmek olacaktır. **Bu konuda dikkat edilmesi gereken en önemli husus; kamu diplomasisi çerçevesinde yürütülecek olan faaliyetlerin sivil toplum örgütleri, akademi, sendikalar vb. kurumlar tarafından yürütülmesi ve resmî bürokrasisinin bu konuda kendisini alt yapı oluşturma işlevi ile sınırlı tutmayı başarmasıdır.**

Günümüz uluslararası ilişkilerinde “yumuşak güç”, “sert güç” ile birlikte “akıllı güç” kullanımının vazgeçilmez bileşeni haline gelmiştir. Şehirlerin ve ülkelerin etkisini azami ölçüde artıran bu gücün doğru kullanılması için yol haritası akademi tarafından çizilecek, bürokrasi ise kendini alt yapı oluşturmakla ustaca sınırlandıracaktır. Kamu diplomasisi faaliyetleri şehrin zaaf noktalarının belirlenmesinde ve bu zaafaların giderilmesinde önemli bir rol üstlenecektir. Kent Konseyleri, Kamu Diplomasisi Enstitülerince elde edilen çıktıların uygulanmasında önemli görevler üstlenebilecektir.

Bu noktada en önemli husus resmî bürokrasinin arka planda kalmasıdır. Aksi halde yürütülen faaliyetler propaganda olarak algılanacak, etkisiz kalacaktır. Böylesi bir kurum toplumsal işbirliği için geniş imkânlar açacak ve toplumsal barışa da çok önemli katkılar sunacak, son dönemde büyük önem kazanan **beklenti yönetimi** faaliyetlerine katkı sağlayacaktır.

Günümüzde devletin rolü son sözü söylemek üzere %10’a inmiştir. Genel başarı kamu diplomasisi kurumlarının başarısına; medya, kanaat önderleri, üniversiteler ve halk kitlelerinin sahip olduğu potansiyelin anlamlı bir şekilde canlı tutulmasına bağlıdır.



Medeniyet, Şehir ve “Marka Şehir”

Kapitalizm karşıtı tepkiler, Batı dillerinden ithal edilen ve aynı zamanda rant, metalaşma vb. çağrışımlar içeren “marka” kavramının itici bulunmasına neden olabilmektedir. Oysa “Marka Şehir” kavramı ile kastedilen şehirlerin özgün kimliklerini bulması ve bu çerçevede ekonomik ve sosyal anlamda gelişmesidir. Bu bağlamda “Marka Şehir” kavramı “Bayrak Şehir” gibi bir çağrışımla birlikte düşünülmelidir.

Toplantı’da kavramların düşünce üretiminin yapı taşları olduğu belirtilmiş; “Marka Şehir” ve “Peygamberler Şehri” gibi kavramlar arasındaki gerilime dikkat çekilmiştir. Bu bağlamda “medeniyet” kavramının içeriğinin nasıl doldurulduğu özellikle önemlidir. “Medeniyet”, **en yalın anlamı ile nasıl düşüneceğimizi, yaşayacağımızı ve hissedeceğimizi vaaz eden şeydir**. Bu açıdan bakıldığında yekpare bir medeniyetten söz edilemez. Bu noktada tarihsel kimlik alanını anlamaya çalışmak önemlidir. Örneğin, Doğulu estetik anlayışı içinde kalıyorsanız; İslam, Çin ve Hint birikimini doğru anlamak ve yorumlamak gerekir. Marka ise moda ve modernite kavramları ile bizi Batı medeniyeti çerçevesinde ortaya çıkan atmosferi iyi anlamaya yöneltmektedir.

Şehirler, medeniyetin somut gösterimleri olan yeme, içme, eğlenme, mesken, mimari gibi alanlardaki özgünlüklerin belirgin hale geldiği; medeniyeti okunabilir hale getiren mekânlardır ama sadece bundan ibaret değildir. Örneğin Şanlıurfa özelinde Halilürrahman semtinde zaman ve mekânla tanışmak rengi, kokusu, dokusu, ruhani atmosferi olan manevi bir yönü de göz önünde bulundurmaya, Hz. İbrahim (a.s) ve Şair Nabi gibi önemli isimlerin mirasını akılda tutmayı gerektirir.

Modern Batılı şehir tarihi; antik Yunan medeniyeti, Mısır ve Mezopotamya’daki birikimden yararlanarak oluşturulan yeni bir sentezin tarihidir. Akropolis, Agora, Panteon gibi mekânlar, Aristo ve Eflatun gibi zihni matematik, ruhu felsefe, bedeni sporla eğitilmiş insanlar, Atina ile Sparta şehir devletleri arasında güç dengesi arayan bir siyaset anlayışı, bu medeniyetin temel özelliklerini verir. Roma Dönemine bakıldığında da tanrı kavrayışı ve dünya anlayışı arasında bir denge gözetilmesi; köklü hukuk kuralları çerçevesinde işleyen köle, savaş, ticaret ve tarıma dayalı ekonomisi ve erken dönemde paganizm, son dönemde Hristiyanlık üzerinden toplumsal kendini bilme arayışının ön plana çıktığı görülmektedir.

Modern Batı medeniyeti ise ticari sermaye birikimi, usta-çırak modelinin çözülmesi, bunun yerine patron modelinin gelmesi, kitlesel eğitimin ön plana çıkması, fabrikalar, bulvarlar ve yollarla açılan yeni bir şehir deneyimini dünyaya sunmuştur. Sanayi devriminin bir yaşam biçimi haline gelmesi, tek katlı Manchester yapılarının yerini şairlerin, ressamın, alışveriş ve yaşam merkezlerinin iç içe olduğu çok katlı Paris yapılarının alması, insanın dönüşümü ile günümüz Batı medeniyeti ortaya çıkmıştır. Sanayi devrimi ile birlikte kendini “kadiri mutlak” olarak görmeye başlayan insan tipi, Fransız devrimiyle ön plana çıkan özgürlük, eşitlik kardeşlik kavramları çerçevesinde gelişmiş ve yüz yıl sonra ortaya çıkan Eiffel Kulesi ile somutlaşarak simgeleşmiştir.

Böyle bir medeniyetin bizdeki karşılığı; İznik, Bursa, Edirne ve İstanbul'da tekamül eden, geometrik kuralları aşan bir şehir ve bireyler arası ilişkileri cemaat temelli toplumsallık pratiğine göre inşa eden kendini ve bilme deneyimini yeniden üreten bir tasavvuru gerektirir.

Farabi, "El-Medinetü'l-Fazıla" adlı eserinde şehir hayatını insan hayatına benzetmekte ve şehri en yetkin yaşam alanı olarak görmektedir. Bir arada yaşamak, ihtiyaçların insanın saygınlığına yakışır biçimde karşılanması amacı, bu ihtiyaçların nasıl düzenleneceği ile ilgili görüşler, birlikte yaşamak için geliştirilen bir takım değer ve ilkeler "Erdemli" şehrin karakterini belirlemektedir. "Şehir", sadece mühendislik faaliyetlerinden ibaret değildir. **Şehrin bir ruhu, bir zihni ve ahlaki değerleri vardır.** Eflatun siyasete dair yazdığı "Devlet" adlı eserinde bu şehri, "Güzel Şehir" olarak tanımlamaktadır. Aynı şekilde Farabi "Faziletli Şehir"den söz etmektedir. Burada ortaya konan taşın, toprağın ve diğer malzemelerin mühendislik harikalarına dönüşmesi değil, yaşayanların sahip oldukları sosyal, siyasi ve ahlaki değerler sistemidir. Nitekim Hz. Peygamber (s.a.v) tarafından inşa edilen Medine, teknolojik açıdan oldukça yalın olmasına rağmen, değerler açısından muhteşem bir şehir örneğidir. Bu da teenni gerektiren uzun soluklu çabalar sonucunda ortaya çıkar.

Günümüzde varoşlarla gökdelenler arasında ortaya çıkan uçurum ancak değerler vasıtasıyla kapatılabilir. Bu noktada en temel değer adalettir. Şehrin değerleri, siyasal değerler olarak da düşünülebilir, kent konseyi gibi kurumlar da şehrin yapısının olumlu yönde hızlı dönüşümü için ciddi katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Hz. Peygamber (s.a.v) döneminde, civar aşiret temsilcilerince o zamanın şartları çerçevesinde gerçekleştirilen istişareler, değerlerin benimsenmesinde ve hızla yayılmasında önemli rol oynamıştır. Günümüzde önem kazanan "iyi yönetim" kavramı; genel siyasi, sosyal ve teknolojik gelişmeler çerçevesinde geliştirilip hayata geçirilmediği sürece demokrasi de gelişemez.

Bir takım beceriler ve stratejiler ile şehrin markalaşması mümkündür. Ama medeniyetin temel karakteristiğini belirleyen temel ilkelerin aşınması şehir ve medeniyet birikiminin geleceğini tehlikeye sokar. Aynı şekilde tarih birikimi günün koşulları ve medeniyet aidiyeti bağlamında iyi yorumlanmadığı takdirde dezavantaja dönüşebilir. Medeniyetin asıl dayanağı ahlaktır; ahlaki gelişmenin en temel ilkesi ve dayanağı **adalettir**. Hatta iki ya da daha fazla taraf arasında ortaya çıkan sorunları üstün güç aracılığıyla çözmek gibi bir anlam içerdiği için **adalet** kavramının bile sorunlu olduğu ileri sürülebilir. Bu bağlamda **şefkat ve merhamet** kavramları daha uygun olabilir. Diğer ilkelere ve değerlere dayalı olarak geliştirilen markalar ise geçicidir.

Şehrin ve medeniyetin sürekliliği için **eğitimin** büyük ehemmiyete haiz olduğu doğrudur. Bu nedenle eğitim stratejilerinin de şehrin, toplumun ihtiyaçlarına uygun ve çok iyi biçimde belirlenmesi gerekir. Bu noktada Türkiye'de son on beş yıldır meslek **eğitiminin ve meslek liselerinin ihmal edilmesi büyük bir engel oluşturmaktadır.** Üniversitenin işlevlerinden biri ülkedeki insan kaynağına meslek edindirmek olabilir ama **eğer bir ülkede üniversitenin işlevi meslek edindirmeye indirgenmişse orada ciddi bir sorun var demektir.**

Bir diğer husus da eğitimin şehirlere ve bölgelere göre özelleştirilmesidir. Bu bağlamda bölge ve şehirlerin ihtiyaçlarına göre, ortak vizyondan kopmadan eğitimin iyi yönetim anlayışı çerçevesinde farklılaştırılması gerekmektedir. Aksi halde eğitim kurumları sürekli konuşan ama üretime katkısı son derece düşük olan yapılara dönüşebilir.

Dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta da tarihsel birikime dayalı olarak üretilen söylemin dil ile tatmin aracı olarak kullanılmasından uzak durulmasıdır. **Asıl olan tarihi anlatmak değil, çağın ve medeniyetin koşullarına göre doğru yorumlanmış tarih bilgisinden edinilen bakış açılarıyla çağı doğru yaşamaktır.** 20-30 yıl öncesinde Şanlıurfa gibi şehirlerde hac kabilelerini misafir etmek için yarışan aileler bulunmaktaydı. Günümüzde misafirperverlik gibi hasletlerin kaybolması, medeniyetin aşındığını ve yaşam alanını kaybettiğini göstermektedir. Diğer bir husus da, şehrin gelişip markalaşmasında o şehir için düşünen, **şehrin meselelerini dert edinen insanlara duyulan ihtiyaçtır.** Rekabetin sadece ekonomik bağlamda düşünülmesi şehirlerin ruhunun, kokusunun, renginin yok olmasıyla sonuçlanacaktır. Bu nedenle **ahlaki çağrışımında rekabet** özendirilmeli önceliğimiz ahlaki kaygılar olmalıdır.

Markalaşma hem **kalkınma** ve hem **değer** olarak ele alınmalıdır. Kalkınma yönünü ihmal eden ve sadece değerler üzerinden bir markalaşma çabası içine girmek varlığını kendiliğinden sürdürmesi imkânsız bir süreç başlatmaya çalışmak olacaktır. Sadece kalkınma hedefli bir markalaşma çalışması ise çalışmaların sunileşmesine, sığlaşmasına ve kısa ömürlü kalmasına neden olacaktır.

Türkiye'nin son iki yüzyıldaki faaliyetleri daha ziyade ivedi kalkınma üzerine yoğunlaşmıştır. Bu da hayatın her alanında somut mühendislik faaliyetlerinin yoğunlaşmasına neden olmuştur. Bu durum bir kaos ve anomaliye neden olmuş, bu ortamda farklı toplumsal kesimlerin çabaları çatışma ortamına dönüşmüştür. Oysa yerel **tarihsel değerlerle örneğin mimari arasında bir denge kurulmadığı sürece özgün eserler vermek ve markalaşmak imkânsızdır.** Nitekim 2. Abdülhamit döneminden sonra ortaya konan millî mimari anlayışı çerçevesinde 1908-1928 yılları arasında çok özgün eserler verilmiştir. Bu dönemde üretilen eserlerin Mimar Sinan tarafından yakalanan düzeyin bile ötesine geçtiği ileri sürülebilir. Dolayısıyla, şehirlerin imarı için sadece yerli ya da yabancı sermayeye değil entelektüel sermayeye de ihtiyaç vardır.

Önümüzdeki dönemlerde şehirler arasında rekabetin yoğunlaşacağı ve “Yeni Orta Çağ” diye adlandırılan bir döneme girmek üzere olduğumuz şeklinde değerlendirmeler yapılmaktadır. **Bu rekabet ortamında her şehir genel siyasi şartları göz önünde bulundurmakla birlikte öncelikle kendini düşünmek zorunda kalacaktır.** Bu nedenle şehirler arası rekabette somut hedefler, ülke içinde ve dışında rakip şehirler belirlenmeli, yaklaşılacak hedefler gözden geçirilmeli, daha somut ve ileri düzeyli yeni hedefler belirlenmelidir. Bu bir hassasiyet meselesidir. **Bu hedefe ulaşmanın temelinde; kendine önem veren, bulunduğu noktayı dünyanın merkezi sayan ve yaşadığı yerin kendine layık biçimde düzenlenmesini amaç edinen bireylerin bulunması yatmaktadır.**



Tarihî eserlerin korunması; şehirlerin kimliğinin korunması ve markalaşma bağlamında büyük önem taşımaktadır. Tarihsel varlıklar bir şehrin ve içindeki bireylerin varoluşunu cevaplayabilme manivelasıdır. Kendi konumumuzu ve hüviyetimizi de çoğu zaman tarihe bakarak belirleriz. Şehir, geçmiş hemşehrilerin ruhları ile yeni hemşehrilerin buluşma yeridir. Tarih ile insanı buluştur(a)madığınız sürece tarihi unsurlar sakil, iğreti kalacaktır. Bunu aşmanın belki de tek yolu yer altından çıkanlarla o yerin üstünde yaşayanlar arasında maddi ve manevi bakımdan sağlıklı ve anlamlı bağlantılar kurulmasıdır. **Fakat bu noktada eski gördüğümüz her şeyin değerli olduğu hatasına da düşmemek gerekir.** Hangi tarihî eserin ihya edileceği, hangisinin korunacağı ise uygun yaklaşımlar ve titiz çalışmalar sonucunda belirlenmelidir.

Kırsaldan gelenlerin ve yeni doğanların şehri benimseyebilmeleri de bir şehirleşme sürecine tabidir. Aile, okul, arkadaş çevresi ve üniversitelerde, kanaat önderlerinin ve entelektüellerin bir araya gelebildiği, kâmil insanların bulunduğu mahfillerde, şehre özgü ritüellerin gerçekleştirildiği alanlarda tam anlamıyla “şehirli” olabilmek için en az üç nesil beklemek gerekmektedir. Bu minvalde yürütülen faaliyetlerde sabırlılık esas alınmalı ve yapılanların geleceğe dönük yatırım olduğu unutulmamalıdır. Bunun için **başlıca yapılması gerekenler;** şehrin dokusunda ve yapılarında hasar oluşturmaksızın, şehri fetişleştirmeksizin ihya etmek, ideolojik takıntılardan olabildiğince uzak durmak, ideolojiye meşruiyet kazandırmak için tarihi araçsallaştırmamak, tarihi olayları, yapıları ve mekanları kendi bağlamından koparmaksızın, geçmişin tecrübelerinden istifade ederek değerlendirmek ve ele almak, tarihçilerden belli aralıklarla brifing almak, tarihçilerin şehrin meseleleri hakkında, şehrin vicdanı ve sesi olarak bildiri sunmalarını sağlamak, seyyar tarih okulları ve kütüphaneleri oluşturmak, önemli olayların geçtiği mekanları piriç levhalarla açıklamak, filmleri ve resimlerinden arşiv oluşturmak, şehir tarihi ile ilgili yayınlar yapmak, şehir müzesi kurmak, özgün sanat ve zanaatları ihya etmek, mevzuat düzenlemesi ile üniversitelerden sanat tarihçisi ve arkeolog yanında mutlaka tarihçi istihdam etmek, “şehre katkı sağlayan sporcu ödülü” gibi şehre katkı yapmış tarihçi ödülü ihdas etmek, tarihi anlatan anlamlı heykel ve görsellere yer vermek, şehir sorunları ile ilgili olarak sosyal medyanın etkin kullanımını sağlamak, çözüm faaliyetlerinde kadınların rolünü artırmak, mezar taşı, reklam panoları gibi kalıcı alanlarda estetiğe dikkat etmek vb. şekilde sıralanabilir.

Bir şehrin geleceği için yürütülen faaliyetler açısından **“insan”; hem dayanak noktası, hem vasıta hem gaye mevkiindedir.** Şehirlerin öncelikle insanı tanıması ve insana yatırım yapması gerekmektedir. Bu nedenle **Türkiye’de reddi miras meselesiyle ortaya çıkan sorunlar aşılmalıdır.** Şehir kimliği açısından **“tarih”,** hayati önemdedir. Bununla birlikte tarihle fazlaca oyalanmak hâlihazırdaki insani ihtiyaçları göz ardı etmek anlamına gelebilir. Bu nedenle **tarihe gömülüp kalmamak gerekir. Muhteşem birikim içinde atıl kalmaktansa, ihtiyaçtan dolayı çabalama halinde bulunmak yeğdir.**

Aynı şekilde **“medeniyet kavramı”** da sosyal ilişkilerin mekanikleşmesine, özgün insan ve birey kavramlarının aşınmasına neden olacak kadar **fazla vurgulanmamalıdır. Esas olan “insan”dır.** Medeniyet ise insanın yaşadığı şeydir. Üzerinde yaşadığımız topraklar ile bütünleşen kendi tarihsel birikimimize bir bütün olarak sahip çıkmayı başırdığımız takdirde, coğrafyamızda üretilen evrensel değerlere sahip çıkmamız ve kendimizi dünyaya daha net ifade etmemiz de kolaylaşacaktır.

Şanlıurfa ve “Marka Şehir” İnşası

Medeniyet tasavvuru noktasında Şanlıurfa, gerek ülkemiz gerekse bölgemiz ve dünya için tartışmasız bir öneme sahiptir. Stratejik konumu, bereketli toprakları, en az 12 bin yıllık tarihi, üç semavi dinin atası Hz. İbrahim’e (a.s) yurt olması, Peygamberler Şehri Şanlıurfa’yı maddi ve manevi açıdan sadece Türkiye’nin değil, dünyanın en önemli şehirleri arasına konumlandırmaktadır. 12 bin yıl öncesinde dünyanın kültür merkezi olan Şanlıurfa, sadece Neolitik Dönemde değil, Paleolitik Çağda da dünya mirasına katkı sağlayan bir şehirdir.

Şanlıurfa mimarlık tarihinin de başladığı, taşın toprağın ilk kez meskene ve tapınağa dönüştüğü şehirlerden biridir. Aynı zamanda bir müzik şehridir de; Hristiyanlık tarihinde kilise müziği ilk kez burada icra edilmiştir. Şehir, mozaik sanatı bakımından da eşsiz bir yere sahiptir. Dünyaya ilk buğday tohumu Şanlıurfa’dan yayılmış, ilk astronomi gözlemi burada yapılmıştır.

Şanlıurfa hem eşsiz bir tarih laboratuvarı ve açık hava müzesi, hem üç semavi dinin mensupları için ruhani ve manevi bir merkez, hem GAP ile birlikte daha da yükselen önemli bir tarım üretim havzası vasıflarına; madde ile manayı en iyi şekilde mezcetme kapasitesine sahip önemli bir merkez konumundadır.

Bu noktada Şanlıurfa’nın mevcut potansiyelini ortaya çıkarmanın yolu; öncelikle şehrin ülke içerisinde, ama daha da önemlisi bulunduğu coğrafya ve küresel düzeyde yeniden konumlandırılarak, buna uygun yeni stratejik hedefler belirlenmesinden geçmektedir..

Şanlıurfa’nın ayırıcı özelliği kültürel yapılarıdır. Neolitik Döneme ait Göbekli Tepe buluntuları dünya tarihini değiştirmiştir. Ama sadece bu son buluntuyu ön plana çıkarmak Şanlıurfa tarihini ve şehrin kimliğini örselemek anlamına gelecektir. Örneğin Halilürrahman Gölü, Tel Fıtır Tapınağı, Karavan Tepe, Çöplük Tepe ve Neval Çori de birer Neolitik Dönem kalıntısıdır.

Şanlıurfa tek yönüyle marka olacak bir şehir değildir; kültür, sabır, hoşgörü, sevgi, tarih ve medeniyet gibi başlıklar ile tam olarak değerlendirilebilecek bir şehirdir. Bu bağlamda Şanlıurfa’nın Kudüs ile kıyaslanması gerekir.

Göbekli Tepe kalıntılarının Şanlıurfa gibi teoloji merkezi adayı bir bölgede bulunmuş olması ayrıca önemlidir. Bu konudaki gelişmeler, Şanlıurfa’nın geleceğine de katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Harran’daki kalıntıların da ayağa kaldırılması gerekmektedir.

Tarihî eserler bağlamında Şanlıurfa’da sadece şehir merkezi değil tüm ilçeler önemlidir. **Arkeolojik değerler** yok sayılarak şehir markası oluşturulamayacağına göre, bu değerleri hızlı şehirleşme ortamının rant baskısından kurtarmak gerekmektedir.

Post-modernite anlayışında, Modern Döneminin kazanımları ile birlikte **mevcut yapıların korunması** önemlidir. Bu nedenle önümüzdeki dönemlerde tarihsel birikimin daha fazla önem kazanacağı ileri sürülebilir. Kentlerin imajı ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda tarihsel birikim önemli bir yer tutacaktır.

Günümüz Şanlıurfasında pek çok önemli **tarihî eser** koruma alanlarında bulunmalarına rağmen beton binalar arasında kaybolmaya yüz tutmuş durumdadır. **Korumada** en büyük problem yaklaşım tarzından kaynaklanmaktadır. **Devlet vatandaşa rağmen arkeolojik değerleri korumaya vatandaşa ise devlete rağmen yıkmaya çalışmaktadır.**

Arkeolojik değerlerin kültürel miras olarak korunması akademik ve bürokratik kararlara bağlıdır ve vatandaşa karşılığı bulunmamaktadır. Vatandaş bu eserleri kullanım değeri olmayan eski harabe olarak değerlendirerek ortadan kaldırmaya çalışmakta, sahibi olduğu yapının tarihî eser olarak tescilini kendisine verilecek en büyük ceza olarak görmektedir. Bu nedenle **vatandaşa ait tarihî eserlerin gelir getiren yapılara dönüştürülmesi** bu yapıların ayakta kalması için şarttır. Bunun için ilk yapılacak iş, bölgede **tarih turizminin** canlandırılmasıdır.

Ayrıca eski alanlar etrafındaki yapılar gereğince yapılmamakta; ne eski ne yeni niteliğinde olan garabetler ortaya çıkmaktadır. Vatandaşın gönüllü olarak bu yapıları koruması, vatandaşın maddi menfaat elde etmesi ile sağlanabilir. Yine muhafazakârlık kavramının içinde kültürel mirası korumak gerektiği şeklinde doldurulması gerekmektedir. Aksi halde kültür varlıkları bir kez tahrip olduğunda bir daha geri gelmemektedir.

“Marka” kelimesi, kavram itibarıyla farklılığı çağrıştırmaktadır. Şehir markası açısından **bakıldığında özgün yönlerin ortaya çıkarılıp geliştirilmesi** markalaşma sürecini hızlandıracaktır. Bu bağlamda örneğin Şanlıurfa’yı bir “Peygamberler Şehri” olarak markalaştırmaya çalışmak yeterli olmayabilir çünkü dünyada aynı özelliğe sahip olduğunu ileri süren başka şehirler de bulunmaktadır.

Dikkat edilmesi gereken diğer bir husus ise markalaşma sürecinde **olumsuz simgelerin ve imajların ayıklanmasıdır**. Örneğin Şanlıurfa’nın eğitim alanındaki eksiklikleri ve töre cinayetleri gibi kültürel zaafı behemehâl giderilmelidir.

Bu konuda asıl görev Devlet’e ve Akademi’ye düşmekle birlikte, tüm toplumsal kesimlerin, elini taşın altına koymaları kaçınılmazdır çünkü devlet kurumları bazı görevlerin gerçekleştirilmesinde hantal, sınırlı ya da etkisiz kalabilmektedir. Bunun için bir zihniyet dönüşümü gerçekleştirilmelidir.

Hatırlatmak gerekir ki, Şanlıurfa gibi çok yönlü şehirlerin tüm meziyetlerini aynı anda markalaştırmak mümkün olmayabilir. Bu nedenle bunlar arasından bir sektörün **lokomotif proje** olarak ön plana çıkarılması gerekebilir. Lokomotif sektörde yaşanan kayda değer gelişme diğer sektörlerin kendiliğinden canlanmasını sağlayabilir.



Şanlıurfa son dönemde yıllık %20 büyüme hızına erişmiş bir ilimizdir. Yakın geçmişte büyüme hızının oldukça düşük kalması bu yüksek büyümede etkili olsa da Şanlıurfa büyüme konusunda henüz yolun başında sayılır ve çok yüksek bir potansiyele sahiptir.

Şanlıurfa'da suya hasretin sona ermesi, bu ile dönük **tarım politikalarının** küresel ve ülkesel koşullar çerçevesinde yeniden değerlendirilmesini gerekli kılıyor.

Bu çerçevede **tarım ağırlıklı teknoparklar** kurulabilir. İlk buğday tohumunun Şanlıurfa'dan dünya yayılmış olduğu gerçeği, Harran Ovası'nın dünya çapında bir **tohum ve fidan ıslah merkezine** dönüşebileceğini göstermektedir. Ayrıca yeni küresel eğilimler **organik tarım** alanında çalışmalar yapılmasını gerektirmektedir. Temizlenen mayın alanlarında organik tarım geliştirilebilir.

Şanlıurfa gibi bölgesel ve küresel bakımdan **stratejik geçiş noktaları üzerine konumlanmış**, dinamizmini dünyanın dört bir yanı ile sosyal ve ekonomik etkileşim halinde bulunmaktan alan şehirlerin **modern dönemde çizilen ulus-devlet sınırları ile birer serhat şehrine dönüşmeleri, bu şehirlerin potansiyelini sıfırlamaktadır**. Urfa'nın son iki yüzyıllık tarihi açısından bakıldığında bu sav daha iyi anlaşılacaktır.

Ülkemizin bölgesel ve küresel düzeydeki ilişkilerinin sağlıklı bir zeminde gelişmesi Şanlıurfa gibi şehirlerin tarihsel potansiyellerini açığa çıkarabilmeleri açısından büyük önem taşımaktadır.

Şanlıurfa bir medeniyet şehridir ama bu potansiyelini hiç kullanmamıştır. Örneğin buradaki ilahiyat fakültesi uluslararası bir teoloji okulu haline getirilebilir. Bu, gerek Şanlıurfa'nın gerekse kendi medeniyet birikimimizin diğer medeniyet mensupları nezdinde daha iyi anlatılabilmesi için büyük imkânlar sunabilir. İslam medeniyeti özgüven sorunu yaşamadığı dönemlerde bunun çarpıcı örneklerini sergilemiştir.

Kendi değerlerimizi özgüven içerisinde tartışabilmemiz, diğer medeniyet değerleri ile mukayese edebilmemiz, hem kendi birikimimizin canlı kalmasını sağlayacak hem de dünyaya kendimizi tanıtmada noktasında geniş fırsatlar sunacaktır.

“Marka Şehir” Şanlıurfa

1. Şanlıurfa gerek medeniyet ve kültür birikimi, gerek doğal güzellikleri, gerekse turizm ve tarım potansiyeli açısından dünyanın ender şehirlerinden biridir. Şehrin geleceği Sadece Şanlıurfa için değil Türkiye ve Bölge ülkelerinin geleceği açısından da büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle şehrin potansiyelini hayata geçirmek için mevcut akademik, siyasi ve sosyal girişimlerin nitelikli, özgün ve kapsamlı hale getirilmesi ve yeni projelerin hayata geçirilmesi gerekmektedir.
2. Şanlıurfa’nın tek yönüyle ön plana çıkarılması şehir kimliğinin örselenmesi anlamına geleceğinden; kültür, sabır, hoşgörü, sevgi, tarih ve medeniyet gibi manevi unsurlar yanında ticaret, turizm ve tarım üretimi gibi maddi unsurları bir arada değerlendiren bütünlüklü ve kapsamlı projelere ağırlık verilmelidir. Uzun vadeli ve geniş çaplı projelere temel oluşturmak üzere turizm gibi bazı alanlarda lokomotif projeler belirlenebilir.
3. Medeniyet birikimi açısından Dünya’nın en eski kalıntılarına sahip olan Şanlıurfa’da Neolitik Dönemden itibaren miras bırakılan Göbekli Tepe, Halilürrahman Gölü, Tel Fıtır Tapınağı, Karavan Tepe, Çöplük Tepe ve Neval Çori gibi yapıların ivedilikle Dünya Kültürel Mirası’na ve turizme kazandırılması gerekmektedir. Tarihî eserler bağlamında Şanlıurfa’da sadece şehir merkezi değil tüm ilçelerde de arkeolojik yapılar hızlı şehirleşme ortamının rant baskısından kurtarılmalı, turizm alanında maddi değer üreten yapılara dönüştürülerek varlıkları güvence altına alınmalıdır.
4. Markalaşma sürecinde olumsuz simgelerin ve imajların ayıklanması gerekmektedir. Bu nedenle Şanlıurfa’nın eğitim alanındaki eksiklikleri ve töre cinayetleri gibi kültürel zaafı behemehâl giderilmelidir. Bu konuda Devlet kurumları, Akademi, sivil toplum kurumları, düşünce kuruluşları ve kanaat önderleri gibi tüm toplumsal kesimlerin faaliyetleri koordine edilmeli, sinerji oluşturulmalı ve bir zihniyet dönüşümü sağlanması için gerekli önlemler alınmalıdır.
5. Şanlıurfa’da suya hasretin sona ermesi ile birlikte tarım politikaları küresel ve ülkesel koşullar çerçevesinde yeniden değerlendirilmelidir. Bu çerçevede tarım ağırlıklı teknoparklar, dünya çapında tohum ve fidan ıslah merkezleri oluşturulmalıdır. Yeni küresel eğilimler çerçevesinde organik tarım alanında büyük bir potansiyel mevcuttur.

6. Şanlıurfa Dünya ana kıtası Afro-Avrasya'nın merkezi noktaları konumundaki Orta Doğu, Kafkaslar ve Balkanlar gibi yakın bölgeler arası etkileşimde önemli jeopolitik bir konumdadır. Tarihî olarak Şanlıurfa'yı ön plana çıkaran onun sahip olduğu bu jeopolitik konumdur. Şehrin tarihî görkemine yeniden kavuşabilmesi için dış dünya ile ekonomik ve kültürel bağlantılarının canlandırılması gerekir. Bunun için gerekli diplomatik, akademik, sosyal, kültürel ve ekonomik tedbirler yerel ve ulusal düzeyde koordine edilmelidir. Konu ile ilgili olarak Şanlıurfa merkezli Kamu Diplomasisi Enstitüsü, Yerel Diplomasi ve İnovasyon Enstitüsü gibi özgün çalışmalar/kurumsallaşmalar hayata geçirilebilir.

7. Şanlıurfa'nın medeniyet şehri potansiyeli sadece şehrin marka değeri değil, aynı zamanda kendi medeniyet birikimimizin ve özgüvenimizin dış dünyaya arz edilmesi bağlamında da önem taşımaktadır. Bu bağlamda Şanlıurfa merkezli teoloji ve medeniyet çalışmaları ile ilgili nitelikli, özgün ve kapsamlı projeler geliştirilmelidir.

21 Nisan 2014, Şanlıurfa

Raportör

Yrd. Doç. Dr. Muharrem Hilmi Özev, TASAM



TASAM

TÜRK ASYA STRATEJİK ARAŞTIRMALAR MERKEZİ
TURKISH ASIAN CENTER FOR STRATEGIC STUDIES

Merkez Head Office

T +90 212 635 6151 F +90 212 532 5882

A Balaturka Binası, Akçin Sk, Nu.3, Fener-Balat, İstanbul 34087, TR

Ankara Ofisi Office

T +90 312 447 3127 F +90 312 447 3106

A Uğur Mumcu Sk, No.49, Gaziosmanpaşa, Ankara 06700, TR

bilgi@tasam.org www.tasam.org