

**FRİGYA BÖLGESİNİN KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ KAPSAMINDA  
DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Bariş SEYHAN**

**(Yüksek Lisans Tezi)**

**Eskişehir, 2014**

**FRİGYA BÖLGESİNİN KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ KAPSAMINDA  
DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Barış SEYHAN**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı**

**Danışman: Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK**

**Eskişehir**

**Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Haziran, 2014**



## JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

**Barış SEYHAN**'ın, "Frigya Bölgesinin Kültürel Miras Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi" başlıklı tezi **11 Haziran 2014** tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, **Turizm İşletmeciliği** Anabilim Dalında, **yüksek lisans tezi** olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Prof.Dr.Meryem AKOĞLAN KOZAK

Üye : Yard.Doç.Dr.İnci Oya COŞKUN

Üye : Yard.Doç.Dr.Erkan İZNIK

Prof.Dr.B.Zafer ERDOĞAN  
Anadolu Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



## Yüksek Lisans Tez Özü

### **FRİGYA BÖLGESİ' NİN KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Barış SEYHAN**

**Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı**

**Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mayıs 2014**

**Danışman: Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK**

Son yıllarda yapılan çalışmalar kültürel mirasın korunmasının önemini ortaya koymaktadır. Konu ile ilgili alan yazın incelendiğinde; kültürel mirasın korunmasının yanı sıra turizm amaçlı kullanılmasının da pek çok çalışmaya konu olduğu görülmektedir. Bu çalışmalarda koruma kullanma dengesinin sağlanmasının da özenli bir yönetim stratejisi ile mümkün olacağı vurgulanmaktadır. Her kültürel mirasın ve yarattığı turistik çekiciliğin kendine özgü koşulları bulunmaktadır, bu da geliştirilecek olan yönetsel bakış açısının o mirasa özgün şekilde olması gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı Frigya Bölgesi'nde kültürel miras turizminin başarılı bir şekilde geliştirilmesi için, bölgenin ihtiyaçları doğrultusunda bir kültürel miras modeli oluşturulmasıdır. Araştırma kapsamında yerel halk, merkezi ve yerel idareciler ile ziyaretçilerden derinlemesine görüşme yöntemiyle veri toplanmıştır. Elde edilen veriler alan yazından elde edilen bilgiler doğrultusunda değerlendirilmiştir. Alan yazın taraması sonucunda, mevcut kültürel miras geliştirme modellerinden faydalanılarak Frigya Bölgesi'ne özgü beş adımlı bir kültürel miras modeli oluşturulmuştur. Afyonkarahisar, Eskişehir ve Kütahya şehirlerinde yapılan araştırmada kültürel miras turizminin bölgede geliştirilebilmesi için yapılması gerekenler konusunda katılımcıların görüşlerine başvurulmuştur. Araştırma sonuçları bu üç katılımcı grubunun da bölgedeki eksiklikler konusunda hem fikir olduğunu ve bu çalışmada önerilen modelin kültürel miras turizminin geliştirilmesine katkı sağlayacağını göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler: Frigya, Kültürel Miras, Turizm**

## Abstract

### **ASSESSMENT OF CULTURAL HERITAGE TOURISM IN PHYRGIA**

**Bariş SEYHAN**

**Department of Tourism Management**

**Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, May 2014**

**Advisor: Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK**

Recent studies have revealed the importance of cultural heritage preservation. When relevant literature is reviewed, it is seen that not only the preservation of cultural heritage, but its utilization for tourism purposes has been subject to many studies. In these studies, ensuring the protection-utilization balance would be possible with an attentive management strategy is emphasized. Each cultural heritage and its generation of tourist attraction has unique conditions, and that requires managerial perspective should be unique for the considered heritage. The aim of this study is to create a cultural heritage model according to the needs of the region for developing cultural heritage tourism successfully in Phrygia. Within the scope of this study, data was collected through in-depth interviews from local residents, central and local administrators, and visitors. Data was evaluated in accordance with the information compiled from the literature review. A unique five-step cultural heritage model for Phrygia was developed utilizing the existing cultural heritage improvement models. Participants were consulted about the actions to be taken in order to improve cultural heritage tourism in the region with the interviews conducted in the cities of Afyonkarahisar, Eskisehir and Kutahya. The results of the study show that these three group of participants agree on the shortcomings of the region and that the model proposed in this study will contribute to the development of cultural heritage tourism.

**Keywords: Phrygia, Cultural Heritage, Tourism**

## ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tez/proje çalışmasının bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumunda bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim.

Her hangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Barış Seyhan

## Özgeçmiş

Barış SEYHAN

Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı

Yüksek Lisans

## Eğitim

Y.Ls.	2014	Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı
Ls.	2004	Anadolu Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Klasik Arkeoloji Bölümü
Lise	2000	Turgutlu Anadolu Lisesi

## Kişisel Bilgiler

Doğum yeri/yılı: Fransa/ 1982

Cinsiyet: Erkek

Yabancı Dil: İngilizce



## İçindekiler

Jüri ve Enstitü Onayı.....	ii
Öz .....	iii
Abstract.....	iv
Özgeçmiş.....	vi
Tablolar Listesi.....	ix
Şekiller Listesi.....	x
1. Giriş.....	1
1.1. Problem.....	1
1.2. Amaç ve Önem.....	1
2. Alanyazın .....	6
2.1. Turizmin Gelişimi .....	6
2.1.1. Etimoloji.....	6
2.1.2. Tarihsel gelişim.....	8
2.1.3. Kültür turizminin gelişimi.....	18
2.2. Kültürel Miras ve Turizm .....	24
2.2.1. Kültürel miras kavramı.....	24
2.2.2. Kültürel mirasın korunması .....	29
2.2.3. Kültürel mirasın turizm amaçlı kullanımı .....	40
3. Alan Yazın .....	43
3.1. Model Oluşturma .....	43
3.1.1. Turizmde kullanılan kültürel miras modelleri .....	43
3.1.2. Model önerisi.....	62
3.2. Beş Adım Modeli .....	62
3.2.1. Birinci adım: Potansiyelin belirlenmesi/envanter .....	62
3.2.2. İkinci adım: Planlama ve organize etme.....	64
3.2.3. Üçüncü adım: hazırlanma ve koruma .....	65



3.2.4.	Dördüncü adım: Teşhir ve öyküleme .....	66
3.2.5.	Beşinci adım: Pazarlama .....	69
4.	Yöntem .....	70
4.1.	Verilerin Toplanması ve Görüşmeler .....	70
4.1.1.	Görüşme sorularının oluşturulması ve uzman grubu.....	71
4.1.2.	Katılımcıların Belirlenmesi .....	71
4.2.	Verilerin Çözümlemesi .....	75
4.2.1.	Yapılan analizler .....	75
4.2.2.	Güvenilirlik.....	77
5.	Bulgular ve Değerlendirme .....	82
5.1.	Potansiyelin Belirlenmesi/Envanter Adımına İlişkin Bulgular ve Değerlendirme.....	82
5.2.	Planlama ve Organize Etme Adımına İlişkin Bulgular ve Değerlendirme	85
5.2.1.	Altyapı .....	86
5.2.2.	Etkin paydaşlar .....	90
5.3.	Hazırlanma ve Koruma Adımına İlişkin Bulgular ve Değerlendirme.....	93
5.3.1.	Altyapı ve mülkiyet koruma .....	93
5.3.2.	Müze ve ören yerlerinin sunumu ve Frigya Bölgesi'nin tanıtımı .....	96
5.4.	Teşhir ve Öyküleme Adımına İlişkin Bulgular ve Değerlendirme .....	100
5.5.	Pazarlama Adımına İlişkin Bulgular ve Değerlendirme .....	104
6.	Sonuç, Tartışma ve Öneriler.....	109
7.	Kaynakça .....	113

## Tablolar Listesi

Tablo 1. Frigya Bölgesi'nde Yer Alan Sitler ve Tescilli Yapılar.....	4
Tablo 2. Kültür ve Turizm Bakanlığı Dösim Müze ve Örenyeri İstatistikleri.....	6
Tablo 3. Turistik Çekiciliklerin Sınıflandırılması.....	16
Tablo 4. Kitle Turizmi ve Alternatif Turizmin Özellikleri .....	19
Tablo 5. Kızgınlık Modeli.....	46
Tablo 6. Thompson'un Dört Adım Modeli.....	54
Tablo 7. Planlanan Görüşmeler .....	70
Tablo 8. Gerçekleştirilen Görüşmeler.....	70
Tablo 9. Merkezi ve Yerel İdarecilerin Demografik Özellikleri.....	71
Tablo 10. İçerik Analizinde Süreçler.....	76

## Şekiller Listesi

Şekil 1. Uygulama Süreci.....	2
Şekil 2. Çalışma Alanı: Frigya Bölgesi.....	3
Şekil 3. Miras Çeşitleri.....	27
Şekil 4. Yaşam Döngüsü Modeli .....	44
Şekil 5. Dört Adım Modeli.....	49
Şekil 6. Beş Adım Modeli.....	67
Şekil 7. Veri Analizinde Kullanılan Ana Temalar.....	73
Şekil 8. Potansiyelin Belirlenmesi/Envanter Adımına İlişkin Bulgular.....	81
Şekil 9. Planlama ve Organize Etme Adımına İlişkin Bulgular.....	83
Şekil 10. Altyapıya İlişkin Bulgular.....	85
Şekil 11. Etkin Paydaşlara İlişkin Bulgular.....	88
Şekil 12. Hazırlanma ve Koruma Adımına İlişkin Bulgular.....	89
Şekil 13. Altyapı ve Mülkiyet Korumaya İlişkin Bulgular.....	90
Şekil 14. Müze ve Ören Yerlerinin Sunumu ve Frigya Bölgesi'nin Tanıtımına İlişkin Bulgular.....	95
Şekil 15. Teşhir ve Öyküleme Adımına İlişkin Bulgular.....	99
Şekil 16. Pazarlama Adımına İlişkin Bulgular.....	104

## 1. Giriş

### 1.1. Problem

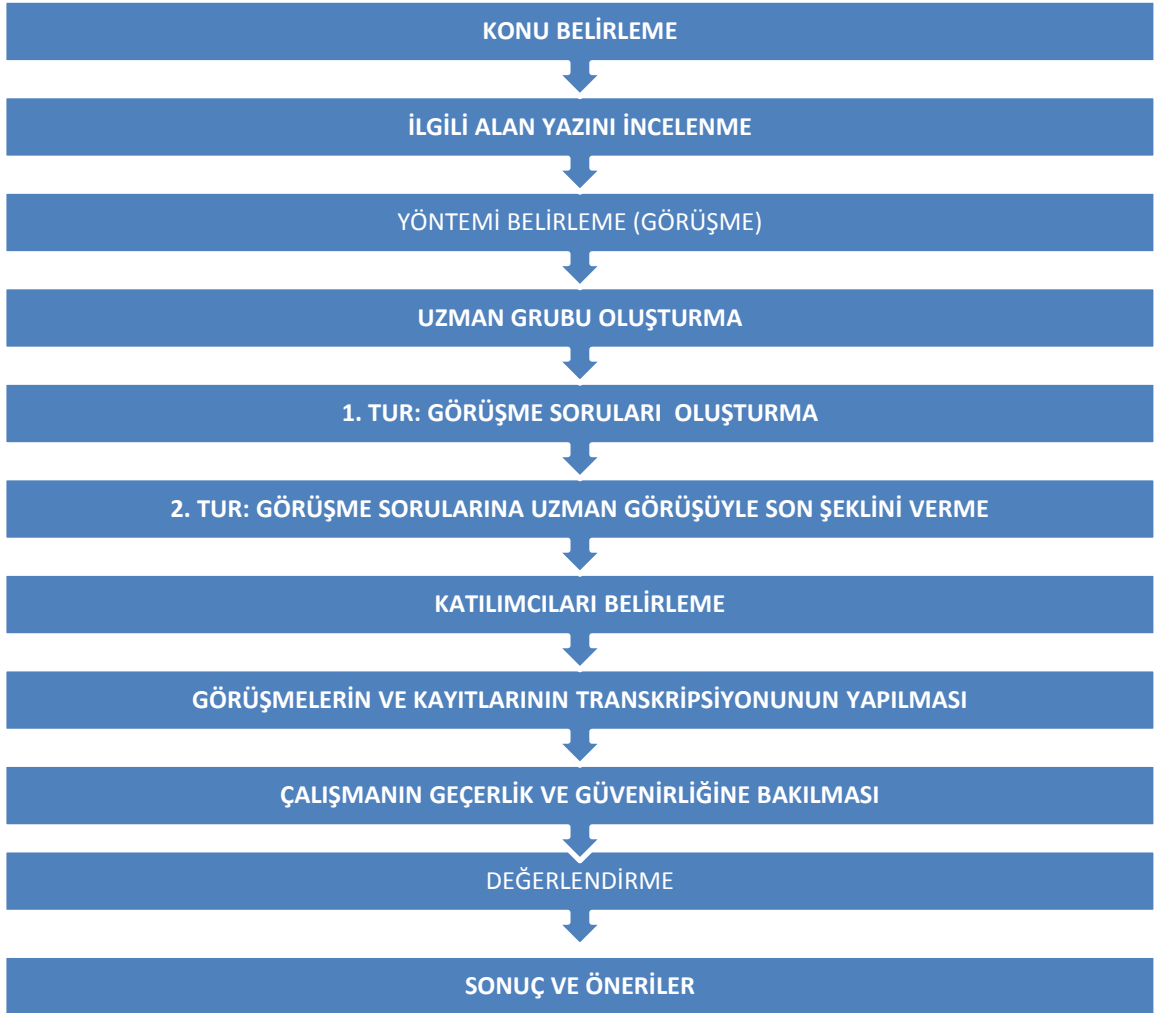
Günümüzde kültürel mirasın bulunduğu bölgelerde gelişen turizm etkinliğinin yönetilmesi zorunlu bir ihtiyaç olmuştur. Bu sebeple, dünyanın farklı bölgelerinde kültürel miras turizmi ile ilgili uygulamalar çeşitlenmiş ve konuyla ilgili bilgi birikimi artmıştır. Bölgesel ve ulusal anlamda, kültürel mirasın bulunduğu yerin koşullarına göre geliştirilen çözümler bir arada toplanmış ve kültürel miras turizmi popüler bir çalışma alanı olmuştur. Bu bağlamda ülkemize gelen turist sayısının artması ile birlikte müze ve ören yerlerine bir başka anlatımla kültürel mirasın bulunduğu yerlere gelen ziyaretçi sayısında da artış olmuştur. Bu artışla birlikte koruma kullanma dengesine bağlı olarak ziyaretçi kapasitesinin aşılması ve mirasın zarar görmemesi için miras turizminin yönetilmesi ihtiyacı doğmuştur. Bu bağlamda, Frigya Bölgesi içerisinde yer alan yöneticiler (yerel ve merkezi idare), yerel halk ve ziyaretçilerin görüşleriyle uyumlu bir şekilde bölgedeki kültürel miras turizmini başarıya ulaştıracak bir model oluşturulması gerektiği anlaşılmıştır.

### 1.2. Amaç ve Önem

Çalışmanın temel amacı; Frigya Bölgesinin sahip olduğu kültürel mirasın, bir turistik çekicilik unsuru olarak tanıtılması ve farklı bir konseptle sunulmasıdır. Bu amaçla, çalışmanın literatür kısmında yer verilen, daha önce denenmiş ve farklı paydaş görüşlerine dayalı karma modelden yararlanılacaktır. Önerilen bu model kapsamında, yörede başarılı bir kültürel miras turizmine ulaşıp ulaşılamayacağı, kültürel mirasın korunması ve ziyaretçilerle bütünleşmede izlenecek yolların neler olduğunun belirlenmesi de çalışmanın bir başka amacı olarak belirlenmiştir. Son olarak bölgenin pazarlanması ve özellikle tanıtımı için izlenebilecek yolları tespit etmek de çalışmanın amaçları arasında ifade edilebilir.

Bu bağlamda gerçekleştirilecek bu araştırmanın, Frigya'da kültürel miras turizminin geliştirilmesi için gerekli olan bütün paydaşlara yol gösterici olması beklenmektedir. Dünyanın farklı bölgelerinde yapılan uygulamalar ışığında Frigya Bölgesi'nin kendi koşullarına özgü olarak geliştirilecek bir modelle, bölgede turizmin yaratabileceği geri dönülmez ve yıkıcı zararlarından korunması ise ayrı bir önem taşımaktadır.

Frigya Bölgesi'ndeki kültürel miras turizminin canlandırılması amacıyla yürütülecek bu çalışmadaki aşamalar ya da uygulama süreci şema 1'de gösterilmektedir.



Şekil 1. Uygulama Süreci

### 1.3. Sınırlılıklar

#### 1.3.1. Çalışma alanı

Kültürel miras turizminin geliştirileceği yer olan Frigya; Afyonkarahisar'ın İhsaniye, İncehisar ve Bayat ilçelerinin tamamını ve merkez ilçeyi, Bolvadin ve Emirdağ ilçelerinin bir kısmını; Eskişehir'in Seyitgazi ve Han ilçelerini; Kütahya'nın ise merkez ve Tavşanlı ilçelerini kapsamaktadır. Çalışma alanının sınırlandırılmasında, bölgenin kültürel mirası ile ilgili yapılmış çalışmalardan yararlanılmış; çalışma, Frigler'in kültürel mirasının yoğun olarak bulunduğu bu üç ilin yer aldığı Frigya Bölgesi kapsamında planlanmıştır. Bu bölge, Frig Vadisi olarak adlandırılan yerleri kapsamakta ve Frig Uygarlığı'na ait taşınmaz kültürel miras bu vadiye yoğunlaşmaktadır. Bölgede Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı birimler ve akademisyenler tarafından yapılan çalışmalarla tescil edilmiş çok sayıda taşınmaz kültür varlığı bulunmaktadır.



Şekil 2. Çalışma Alanı: Frigya Bölgesi

Bu varlıklar, sitler ve tescilli yapılar olarak iki başlık altında değerlendirilmiştir. Sitler; 368 adet arkeolojik sit, 77 adet doğal sit, 4 adet kentsel sit, 8 adet tarihi sitten oluşmaktadır. Tescilli yapılar ise; 724 adet sivil mimarlık örneği, 222 dinsel yapı, 179 adet kültürel yapı, 39 adet idari yapı, 6 adet askeri yapı, 45 adet endüstriyel ve ticari yapı, 51 adet mezarlık, 3 adet şehitlik, 3 adet abide ve

anıt, 138 adet doğal varlık ve 12 adet kalıntı olarak ifade edilmiştir (Aşılıoğlu ve Memlük, 2010).

Bu bilgilerle bakıldığında, Frigya Bölgesi'nin adeta Anadolu'nun ortasında bir kültürel miras merkezi olduğu dikkat çekmektedir. Bu sitler ve tescilli yapılar hakkında detaylı bilgilere Tablo 1'de yer verilmiştir.

*Tablo 1. Frigya Bölgesinde Yer Alan Sitler ve Tescilli Yapılar*

<b>SİTLER</b>	
Arkeolojik sitler	Höyükler, kaya yerleşimleri, antik yerleşimler, düz yerleşimler, yamaç yerleşimleri, mağara yerleşimleri, inler, örenler, nekropoller, tümülüsler, eski mezarlık ve mezar odaları, kaya mezarları, antik tas ocakları, kaleler, kült anıtları ve alanları, kaya anıtları, eski ve antik yollar ile diğer arkeolojik bulgular
Doğal sitler	Kaplıcalar, kayalıklar, tepeler, parklar, anıt ağaçlar, göller, peri bacaları ve doğal su kaynakları
Kentsel sitler	İl veya ilçe merkezleri
Tarihi sitler	Şehitlikler, savaş meydanları, siperler, mevziler, tarihi önemi ve değeri olan diğer alanlar
<b>TESCİLLİ YAPILAR</b>	
Sivil mimarlık örnekleri	Odalar ve köy odaları, konutlar, halkevleri ve konakları
Dinsel yapılar	Camiler, tekkeler, mescitler, türbeler, yatırlar, gömüt ve gömütlükler, manastırlar, kiliseler ve

	şapelleri
Kültürel yapılar	Çeşmeler, sebiller, şadırvanlar, sakahaneler, sarnıçlar, köprüler, kemerler, bedestenler, çarsılar, hamamlar, yunaklar, kervansaraylar, hanlar, medreseler, darülkurralar, külliyele, kütüphaneler, muvakkithaneler, imaretler ve sunaklar
İdari yapılar	Öğretmenevleri, orduvele, okullar, yurtlar, hükümet konakları, dernek binaları, istasyonlar, garlar, bankalar, hastaneler, belediye binaları, valilik konakları, Tekel ve PTT binaları
Askeri yapılar	Kaleler, surlar, kışlalar, savaş meydanları, mevziler, siperler ve askerlik şubeleri
Endüstriyel ve ticari yapılar	Su depoları, fırınlar, dükkânlar, fabrikalar, yağhaneler ve çamaşırhaneler
Mezarlıklar	Mezar ve mezarlıklar, hazireler ve sandukalar
Şehitlikler	Şehit mezar ve mezarlıklarını
Anıt ve abideler	Tarihi önemi ve değeri olan anıt ve abideler
Doğal varlıklar ve kalıntılar	Yaşlı ağaçlar, mağaralar ve kaplıcalar
Kalıntılar	Duvar, hamam, şadırvan vb.lerine ait yıkıntılar, eski yollar, yazılı kaya ve oyulmuş kaya kalıntıları

Çalışma alanını kapsayan Afyon, Eskişehir ve Kütahya illeri içerisindeki kültürel miras zenginliği yanında, bölge turistik talep yönünden de önemli gelişmeler göstermektedir. Bölgede bulunan ve müze ve ören yerlerine gelen ziyaretçi



sayısının yılda yaklaşık 80 bine ulaşması, bölgenin turistik çekim gücünün bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Tablo 2’de Frigya Bölgesi’ni kapsayan üç ilin 2013 yılı itibariyle ziyaretçi sayıları yer almaktadır.

*Tablo 2. Kültür ve Turizm Bakanlığı Dösimm Müze ve Örenyeri İstatistikleri<sup>1</sup>(2013 Yılı Ocak-Haziran)*

İl	Ziyaret Edilen Miras	Ziyaretçi Sayısı (2011)	Ziyaretçi Sayısı(2012)	Ziyaretçi Sayısı (2013 Ocak-Haziran)
Afyon	Arkeoloji Müzesi	7.942	11.079	5.993
Eskişehir	Arkeoloji Müzesi, Pessinius Ören Yeri, Yazılıkaya Ören Yeri	18.734	16.355	20.351
Kütahya	Kütahya Müzesi, Çini Müzesi, Kossut Müzesi, Aizonai Ören Yeri	98.739	43.935	51.383
Frigya Bölgesi Toplam		125.415	71.369	<b>77.727</b>

## 2. Alanyazın

### 2.1. Turizmin Gelişimi

#### 2.1.1. Etimoloji

Turizmin, ekonomik, psikolojik, sosyal ve politik birçok faktörün etkisinde olması ve merkezinde insan olması nedeniyle ve kapsamlı bir tanımı bulunmamaktadır. Etimolojik olarak turizm kelimesinin kökenine bakıldığında, Geç Hint Avrupa dillerinde bulunan “terə” kelimesinden türediği görülmektedir. Grekçe’de

<sup>1</sup> <http://dosim.kulturturizm.gov.tr/TR,51652/ziyaretci-istatistikleri.html>

“tornos”, Latince’de “tornus”, dairesel hareket yapan çark kullanımı ile ilişkili olarak “dönmek” anlamında kullanılmıştır. İngilizce’ye geçmesi ise 13. yüzyılda olmuştur. Anglo–Norman dönemde yani İngiltere’nin Fransa’nın Normandiya bölgesinin etkisinde olduğu dönemde, İngilizce’ye “turn” olarak geçmiş ve 15. yüzyılda yol veya nehir gibi doğal oluşumların dönüş noktalarını (kıvrımlarını) ifade etmek için kullanılmıştır. Etrafta gezinmek, yolculuk anlamında kullanımı ise ilk olarak 1640lı yıllarda olmuş, aynı yapıda fiil olarak kullanımı 1746 yılında kayıtlarda yer almıştır. Grand Tour ve Tour de France, terimi alan yazında yaygınlaştıran kullanımlar olmuşlardır. “Turist” kelimesi, “tour” kelimesinden türetilmiştir. Kronolojik olarak türeyen; Grekçe’de “-istes”, Latince’de “-ista”, İngilizce’de ise “-ist” eki ile günümüzdeki şeklini almıştır<sup>2</sup>. İlk modern kullanımları Fransızca’da “zevk ve merak için gezen kimse”, İngilizce’de ise “Grand Tura katılan kimse” anlamında olmuştur. Türkçe’de ilk kullanımı, Ahmet İhsan (1891)’in “Avrupa’da Ne Gördüm” adlı eserinde görülmektedir. Turizm kelimesinin kökeni olan “tur” kelimesinin Türkçe’de ilk kullanımı ise Recaizade Mahmut Ekrem (1887)’in Araba Sevdası isimli eserinde görülmektedir<sup>3</sup>.

Modern anlamda turizmin tanımlanması ilk kez 19. yüzyılda gerçekleşmiştir. Guyer- Feuler (1905) tarafından yapılan tanımda turizm; “gittikçe artan hava ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insana mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olay” olarak ifade edilmiştir. Daha sonraki yıllarda yapılan tanımlarda AİEST (Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği) turizmi; “ insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü” olarak ele almıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ise turizmi; “ikamet ettiği yerin dışındaki bir yere seyahati

<sup>2</sup>(<http://www.myetymology.com/english/tourism.html>,[http://www.etymonline.com/index.php?term=turnveallowed\\_in\\_frame=0](http://www.etymonline.com/index.php?term=turnveallowed_in_frame=0) Erişim Tarihi: 19.12.2011).

<sup>3</sup>(<http://www.nisanyansozluk.com/?k=tur> Erişim Tarihi: 19.12.2011).

içeren faaliyetler” olarak tanımlamıştır (Kozak ve diğerleri, 2010). Tanımlardan da anlaşılacağı üzere turizm etkinliğinin oluşması için gereken bileşenlerden birisi boş zamandır. İnsanların normal çalışma zamanlarından arta kalan zaman olarak tanımlanan boş zaman; günlük mesai saatleri dışında kalan zamanı, hafta sonlarını, yıllık izinleri, resmi ve dini tatilleri ve emeklilik sonrasını kapsamaktadır. Turizmin bir boş zaman faaliyeti olması nedeni ile turizmin gelişmesi boş zamanın gelişmesi ile paraleldir. Turizmin öznesini konumundaki insanın boş zamana sahip olması ve bu boş zamanı değerlendirme biçimi, geliştirdiği üretim teknolojisi ve sosyal yapının etkisi altında biçimlenmiştir. Bu sebeple günümüzde büyük ölçeklere sahip olan turizm etkinliğinin gelişim süreci, insanlığın tarih öncesi devirlere dayanan geçmişinin incelenmesi ile mümkün olmaktadır.

### **2.1.2. Tarihsel gelişim**

Avcı-toplayıcı toplumdan yerleşik yaşama geçildiğinde özel mülkiyetin bir sonucu olarak sınıflı toplum yapısı ortaya çıkmış ve boş zaman sanayi devrimine kadar toplumun sınırlı bir bölümünün elde ettiği bir değer olmuştur. Boş zamanın varlığı, aynı zamanda insanoğlunun kültürü oluşturmasını sağlamıştır. İlkel toplumların mağaralardaki duvar resimleri gibi kültürel etkinliklerde bulunması ancak doğaya karşı kendilerini korumak, barınmak ve yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamak için harcadıkları zamanın kısalması ile mümkün olmuştur. Boş zaman kültürün ve turizmin oluşumu ve gelişimine imkan sağlamış, kültür ve turizm ortaya çıkışlarından günümüze kadar iç içe olmuşlardır. Üretim teknolojileri, kültürün ve turizmin gelişmesinde etkili olan boş zamanı doğrudan etkilemiştir. Günümüzde ulaşılan gelişmişlik düzeyi, elde edilen sosyal haklar ve sosyo- ekonomik durum hızlı üretime geçtiğimiz sanayii devrimi ile ilişkilidir. Bu sebeple ekonomik, kültürel ve sosyal boyutları bulunan turizmin gelişimi, sanayii devrimi öncesi ve sanayii devrimi sonrası olarak ele alınmıştır.

### 2.1.2.1. Sanayii devrimi öncesi turizm

Boş zamanın yaratılması aynı zamanda kültürün oluşması için gereken zamanın yaratılması anlamını taşımaktadır. Shivers ve de Lisle'ye (1995) göre boş zaman (leisure) kavramının kültürle bütünleşmesi, insan beyninin hayati etkinlikleri ve dürtüsel olmayan etkinlikleri anlamasıyla başlar. Daha sonraları özellikle neolitik çağda yerleşik hayata geçilmesiyle beraber özel mülkiyet doğmuş ve sınıflı toplum yapısı ortaya çıkmıştır. Paranın icadı ve değiş- tokuş sisteminin yavaş yavaş ortadan kalkmasıyla birlikte, büyük toprak sahipleri elde ettikleri parayı harcamak için yeterli zaman ve kaynağı sağlamışlardır. Seyahat ve taşıma için para ödemek mümkün olmuş ve turizm ekonomisi gelişmeye başlamıştır.

Din adamları, yerleşik hayata geçilmesiyle birlikte yeni bir sınıf olarak toplumun içerisinde konumlanmışlardır. Açık hava tapınakları veya kaya kutsal alanları, bu sınıfın elde ettiği gelirlerle görkemli yapılara dönüşmüşlerdir. Bu değişim inanç turizminin kökenini oluşturmuştur. Çünkü insanoğlunun mimarlık, sanat ve mühendislik birikimini temsil eden bu yapılar, ilk turistik çekicilikleri oluşturmuşlardır. Bu yapıların en çarpıcı örneği M.Ö. 2700 dolaylarında inşa edildiği düşünülen Mısır Piramitleri'dir. Mısır Piramitleri bugün olduğu gibi kendi döneminde de bir turizm merkezi olarak görülmüştür. Nil nehri sayesinde ulaşım avantajı sağlanmıştır. Öncelikle diplomatik ilişkiler için gelen devlet adamlarının ve din adamlarının birer turist olarak ziyaret ettiği piramitlerin, mezar olması ve belirli dönemlerde düzenlenen festivallere ev sahipliği yapıyor olması inanç turizmi bakımından önem taşımaktadır.

Antik Çağda insanların yoğun olarak seyahat etmesine neden olan fakat günümüzde artık bulunmayan bir turizm çekiciliği ise kehanet merkezleridir. Özellikle Yunanistan'da Delphi Apollon ve Anadolu'da bulunan Didyma Apollon tapınakları, gelecekleriyle ilgili bilgi almak isteyen insanların buluşma merkezi konumundadır.

M.Ö. 776 da başlayan Olimpiyatlar turizm tarihinde önemli bir başka turizm etkinliğini oluşturmaktadır. Günümüzde de devam eden bu spor oyunlarının

Antik Çağdaki kökeni tanrısal olmakla birlikte, kutsal bir bayram olarak da değerlendirilmelidir. Bu dini bayramlar ve festivallerde hızlanan şehir ekonomisi, turizm ekonomisi anlamında ilk düzenlemelerin de nedenini oluşturmuştur. Festivallerle beraber kurulan panayırlar bu ilişkinin en güzel örneğidir. Kesintisiz deniz aşırı yolcu ve mal taşımacılığı, güvenli ve hızlı kara yolculuğunun sağlanmasıyla beraber insanlar uzak bölgelerden gelen mallara kolaylıkla ulaşabilmiştir. Bu gelişmelerden sonra büyük çaptaki pazar yerleri ve panayırlar önemlerini yavaş yavaş yitirmeye başlamışlardır. Bu tarihe kadar panayırlar; uzak bölgelerden gelen insanların belirli aralıklarla, bir şehirde toplanmalarıyla oluşan bir ticari hareketliliği meydana getirmiştir. Roma İmparatorluğu'nun Doğusundaki yerleşim birimlerinde, şehirlerde yapılacak olan festivaller uzak yerleşim yerlerine gönderilen mektup veya habercilerle bildirilmiştir. Casson (1974), "Antik Çağ'da Seyahat" isimli eserinde Antik Çağ turizmi ile ilgili bilgiler sunmaktadır. Festival için gelen tüccarların yarattığı faydayı anlayan şehir yönetimleri, bugünde uygulanan gümrük bağışıklığı sistemini uygulamışlar ve tüccarlardan festival zamanında vergi almamışlardır. Pergamon kentinin limanı konumundaki Elaia şehrinin ismi değil de Pergamon şehrinin bu bağışıklığa sahip şehirler listesinde yer almasıyla, liman kentine gelen gemilerden vergi istenmiştir. Mahkemeye başvuran tüccarların girişimi sonucunda liman kentinin isminin listeye eklenmesiyle sorun çözülmüştür. Mahkeme kayıtlarından elde edilen bu bilgiyle birlikte gümrük bağışıklığı uygulamasının ilk örneklerinden biri tespit edilebilmiştir.

Turizmin sosyo-kültürel tarihi, toplumların evreni ve hayatı algılamalarını yansıtan mitoloji ile daha iyi anlaşılabilir. Mitolojiler incelendiğinde; seyahat eden bir karakter olan Gılgamış, Doğu mitolojisindeki Osiris'in yolculuğu, Yunan mitolojisinde Dionysios ve Herakles'in zorlu karşılaşmaları ve ölüm tehlikeleri ile dolu maceraları, Odysseus'un efsanevi yolculuğu ve zaman kavramı, Theseus'un yolculuğu gibi çeşitli seyahatler, insanlığın yolculuğa dair edindiği ilk bilgilerdir. Homeros, Tuykidydes, Ksenefon, Herodot, Aristoteles ve Pausanias antik dönem dünyasını bize taşıyan, bazıları da birer gezgin olarak gittikleri farklı coğrafyalardaki farklı kültürleri tanımamızı sağlayan tarihin öncü gezginleri konumundadırlar.

Romalılar ise hedonistik turizmin öncüleri olmuşlardır. Zevk ve eğlence amacı güderek seyahate çıkmışlardır. Başkentin parti ve eğlenceleri ile meşhur tatil yeri Baiae, Romalı elitlerin arasında popüler bir sayfiye kentidir. Yol inşası ve yol ağının genişliği ile ünlü Roma İmparatorluğu, askeri ve ticari amaçlarla geliştirdiği bu ağı haberleşme ve güvenli seyahat için kullanmıştır. Belirli aralıklarla konulan “mil taşları” ve önemli yolların kesiştiği yerlerde yaptırılan anıtların üzerlerine mesafelerin yazılması, seyahat kültürünün imparatorluk topraklarındaki yerini göstermektedir. Bu yazıtlardan önemli bir tanesi olan Stadiasmus Paterensis isimli anıt heykel ve kaidesinde yer alan mesafeler, bugünkü Patara antik kentinde bulunmaktadır. Bu yazıtta Likya bölgesinin ve Patara antik kentinin etrafında yer alan şehirler, stadium cinsinden ölçülerek yazılmıştır. Stadiasmus Paterensis, Anadolu’nun Roma dönemi yol ağı ve seyahat kültürünü yansıtmaya bakımından eşsiz bir önem taşımaktadır (Seyhan, 2010; Casson, 1974).

Turizmin gelişme süreci içerisinde kökeni çok eskiye dayanan bir turizm türü de inanç turizmidir. Bu turizm türü, inanç var olduğundan bu yana hep var olmuştur. İnanç sistemlerinin bazı yerleri kutsal görmeleri ve bu yerlere olan ziyaretleri bir görev olarak inanç sisteminin içerisinde konumlandırılmaları, inanç sistemine mensup olan kişileri dini amaçlı seyahatlere yöneltmiştir. Günümüzde de hac görevi olarak adlandırılan bu seyahatlerden elde edilen bilgiler aynı zamanda turizmin gelişiminin takip edilebileceği önemli kaynaklardır. Özellikle Antik Çağ sonunda Hıristiyanlığın yayılmasıyla birlikte hac turizmi Avrupa’da yaygınlaşmıştır. 1300 yılında 300.000 kişinin Roma’yı ziyaret ettiğini aktarmaktadır (Sharpley, 1994’den aktaran Swarbrooke ve Horner, 2007). Avrupalı hacılar için diğer önemli destinasyonlar arasında Kudüs, Satiago de Compostella ve kısa yolculuklar için Cantenbury sayılabilir. Hacıların geçecekleri yollar üzerinde bulunan hanlar, altyapı olanakları, yiyecek içecek yerleri ve rehberler turizm etkinliğinin sistematik olarak gerçekleştiğini göstermektedir. Kuzey Avrupa’nın Güney Avrupa’ya seyahati bir gelenek olarak bugün de devam etmektedir.

15. ve 16. yüzyıllarda Avrupa'da bulunan kötü sağlık ve hijyen koşulları, Romalıların eski SPA merkezlerine olan ilgiyi arttırmış ve Almanya, Fransa ve İtalya'da bulunan SPA merkezlerinin ziyaretçisi artmıştır. Belçika, Çek Cumhuriyeti ve Polonya'da da SPA merkezleri açılmış ve yalnızca sağlık hizmeti değil, kumar, sosyal etkinlikler ve moda'nın merkezi konumuna gelmişlerdir. Orta sınıfında bu yerleri tercih etmesiyle birlikte özel yerler olmaktan çıkmış ve daha genel yerler olmuşlardır (Urry, 2002).

Boş zaman, sanayii devrimine kadar sayısal olarak küçük bir grup insanın sahip olduğu bir ayrıcalık olmuştur. Romalıların arasında ün salan eğlence, dinlenme ve sağlık amaçlı turizm, 17. ve 18. yüzyıllarda eğitim amacı ile birlikte gelişmiştir. İngiliz aristokrasininin eğitim almak üzere çocuklarını dört yıllık turlara göndermeleri sistemli bir turizm etkinliğine dönüşmüş ve "Grand Tour" olarak adlandırılmıştır. 17. ve 18. yüzyılda 20.000 İngiliz gencinin bu turlara katıldığı tahmin edilmektedir. Avrupa'nın kendi içerisinde seyahat etmesiyle başlayan Grand Tour'un, Roma'ya yapılan hac turizminden farkı ise eğitim amacı taşıması ve daha demokratik bir düzen içerisinde olmasıdır. İtalya, Fransa, Hollanda, Almanya, Avusturya ve İsviçre ziyaret edilen ülkeler arasında yer almaktadır (Swarbrooke ve Horner, 2007).

18. yüzyılın sonlarına doğru turlara katılan kişi sayısı artmış fakat turlar kısalmıştır. Orta sınıf, aristokratların yerini almış ve hedonizm ve gezme ihtiyacı eğitimden daha ön plana gelmiştir. Daha sonra aristokrat sınıfa mensup kişiler Grand Tour'a katılmayı bırakmış, daha değişik ve özel boş zaman faaliyetlerine başlamışlardır (Swarbrooke ve Horner, 2007). Grand Tour'dan sonra orta sınıf da turizm etkinliğine katılmaya başlamasıyla doğa, doğal güzellikler ve manzaralar da birer seyahat amacına dönüşmüşlerdir.

Marco Polo gibi gezginlerin yeryüzünün şekli ve keşfi ile ilgili girişimleri yeni bölgelerin kaynaklarına ulaşmayı sağlamıştır. Bu kaynakların ikellikten uzak organize topluluklara dönüşen bilişsel birikimi gelişmiş topluluklarca kullanımı söz konusu olmuştur. Avrupa kıtasında medeniyetlerin denizaşırı imparatorluklar kurması ve sömürgecilik hareketleri, dünyanın farklı yerlerinde bulunan nadirelerin ve hazinelerin bir merkeze akışına neden olmuştur. Bu

nadireler ve özellikle Rönesans sonrası oluşan hümanist akım, sanatın bu eserlerin toplandığı bölgelerde gelişmesine yol açmıştır. Bu merkezler sahip oldukları sanatçılar ve eserlerle birer çekicilik oluşturmuşlar ve entelektüel bilgiye ulaşmak isteyen gezginler veya eğitim almak isteyen öğrencileri kendilerine çekmişlerdir. İtalya'daki Floransa kenti bu çekim merkezlerinin en önemli örneklerinden birisidir konumundadır (Eralp, 1983).

### **2.1.2.2. Sanayii devrimi sonrası turizm**

Sanayii Devrimi sonrasında boş zamanın artması ve tren yolu teknolojisinin gelişmesi, turizmi doğrudan ve olumlu etkilemiştir. İngiltere'de başlayan sanayii devrimi, ülke içerisindeki turizmin kentlerden sahil bölgelerine doğru gelişmesine neden olmuştur. Blackpool ve Lancashire, Scarborough ve Yorkshire, Margate ve Brighton ile Londra benzer bir ilişki içerisindedir. Daha sonraları İngilizler'in tatil tercihleri (bugün de benzerlik göstermektedir), kış soğğundan kurtulmak için güneşin bol olduğu bölgelere yönelmiştir. 1841 yılında Thomas Cook'un İngiltere'de, tren yoluyla bir grup insanı Leicestershire şehrine götürmesi ve bu işi başarıyla ticarete dökmesi, bugünkü paket turların ve tur operatörlerinin ilk örneği olarak kabul edilmektedir. 19. yüzyılda ortaya çıkan bir başka çekicilik merkezi ise kayak merkezleridir. Transatlantiklerle yolculuk ve yanık ten modası bu dönemde, hedonistik turizmin birer parçası olmuşlardır. 1930'lu yıllarda motorlu kara araçlarının gelişmesiyle birlikte daha geniş alanlara ulaşım doğmuş ve İkinci Dünya Savaşı ile birlikte hava yolu taşımacılığı, elit bir kesimde az miktarda da olsa kullanılmaya başlanmıştır. 1938 yılında İngiltere'de haftalık çalışma saatlerinin yasal olarak düzenlenmesiyle birlikte, boş zamanın artması turizmi olumlu etkilemiştir. 1940 yılında Avrupa'da kitle turizmi artmıştır. Bu artışta; kazancın artması, havayolu taşımacılığındaki gelişmeler, motorlu taşıtlara ulaşmadaki kolaylık, boş zaman artışı, eğitim ve paket turlar ile tur operatörlerinin sayılarının artması etkili olmuştur. Kuzey Avrupa'nın güneşli bölgelere olan ilgisi İspanya ve Fransa gibi ülkelerde turizmin gelişmesini sağlamıştır. Bu gelişmeler Avrupa'da sosyal turizm düşüncesinin oluşmasını, tatilin bir hak ve sosyal güvenlik sisteminin bir parçası olarak görülmesini sağlamıştır. 1950, 1960 ve 1970li yıllarda, jet



teknolojisi ve Akdeniz’de gelişen yeni destinasyonların doğması, Avrupa içerisindeki tatil bölgelerinin talebini ve gemi turizmine olan ilgiyi azaltmıştır (Urry, 2002). Sanayii Devrimi’nden günümüze kadar büyük gelişme gösteren turizm endüstrisinde uluslararası yolcu varışları, 1950’lerde sadece 25 milyon iken (Urry, 2002), 2011 yılı Ocak-Ağustos ayları arasında 671 milyona ulaşmıştır (UNWTO).

Gelişim sürecine bakıldığında başlangıç dönemlerinde kültür, spor, merak ve sağlık nedenleri ile başlayan turizm, Grand Tour ile kitle turizmi niteliği kazanmaya başlamıştır. 1990lı yıllardan sonra sanayii devrimi ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte kitle turizm ivme kazanmıştır. Kitle turizmi, çekicilik öğelerinin daha öznel alanlara kaymasına ve çeşitli turist tiplerinin doğmasına neden olmuştur. Cohen (1972) dört tip turist bulunduğunu ve bunların; organize kitle turisti, bireysel kitle turisti, araştırmacı turist ve ayrı turist olduğunu ifade etmiştir (Decrop ve Zidda, 2008). Plog (1977) ise turist davranışlarını doğrudan kişilik ile ilişkilendirerek psikosentrik ve allosentrik olmak üzere iki farklı turist tipolojisinin bulunduğunu ileri sürmüştür. Wickens (1994), Cohen (1972)’den yola çıkarak yeni bir turist tipolojisi geliştirilmiş ve miras turistinin de içinde bulunduğu beş farklı turist tipi tanımlanmıştır. Urry (2002), Feifer (1985) ve Sharpley (1994) post- modernizmden yola çıkarak post-turist kavramlarını kullanmışlardır (Swarbrooke, 2007).

Turizm etkinliğinin başlangıcından günümüze kadar her dönemde, insanların bir başka kültürü tanıma isteği, inanç, spor veya sağlık gibi onları turizme seyahate ve turizme iten bazı nedenler bulunmaktadır. Turizmin gelişim sürecinin incelenmesinde, turist tiplerinin belirlenmesinde ve turizm çeşitlerinin tanımlanmasında bu nedenler önemli rol oynamaktadır. İnsanları turizm faaliyetine iten nedenlerin yanında bir de insanları harekete geçiren ve çekicilik oluşturan unsurlar bulunmaktadır. Turistik çekicilik bu nedenlerin başında gelmektedir. Turistik çekicilik; bir turistin seyahat etmek istediği bir yeri, diğer bir yere tercih etmesini sağlayan unsurlar olarak ifade edilmektedir. Bir mal veya hizmetin turizm ürünü olarak dikkate alınabilmesi için çekici olması gerekmektedir. Turizm ürünüde çekiciliği belirleyen unsurlar; doğal unsurlar,

sosyo- kültürel unsurlar, ekonomik unsurlar ve psikolojik unsurlar olmak üzere dört başlığa ayrılmaktadır.

Coğrafi durum, iklim, doğal güzellikler, temiz hava, temiz su kaynakları, ortalama güneşli gün sayısı, yağmurlu gün sayısı, kış turizminde karın kalınlığı, kar mevsiminin uzunluğu, hayvan türleri, bitki örtüsü (flora), kaplıca şifalı sular doğal unsurları oluşturan alt gruplara örnek olarak verilebilir. Sosyo- kültürel unsurlar da doğal unsurlar kadar önem taşımaktadır. Doğal unsurları destekleyen ya da kendi başlarına da birer çekicilik olabilen bu unsuru oluşturan değerler arasında; gelenek ve görenekler (Doğum, evlenme, düğün, ölüm), kültürel varlıklar (müzeler, anıtlar, ibadet yerleri, tarihi kentler v.b.), siyasal yapı, eğitim durumu ve kentleşme düzeyi yer almaktadır. Ekonomik koşulların uygunlukları, bir turizm ürününü tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Fiyat, genel ekonomik durum, paranın satın alma gücü, altyapı olanakları ve turizm sanayisinin durumu turizm ürününün ekonomik unsurlarından bazıları olarak ifade edilmektedir. Ülkeler arası tarihsel, kültürel ve dinsel ilişkiler, toplumların gelenek- görenek ve davranış biçimleri, yöneticilerin gelenek ve davranışları, moda, alışkanlık, snobizm, sempati ve iticilik duygusu turizm ürününün psikolojik unsurları arasında yer almaktadır (Kozak ve diğerleri, 2010).

Genellikle bir bölgenin coğrafi varlıkları olan turistik çekicilikler, insanları turizme çeken ya da iten, içsel veya bireysel arz yönlü faktörler arasında yer almaktadır. Turistik bölgelerde bulunan çekiciliklerin altyapı ve üstyapı olanakları ile desteklenmesi ile turistlerin bölgeye karşı talebinin oluşması sağlanmaktadır. Turistik arzı oluşturan bu çekicilikler tablo 3' te belirtilmiştir.

Tablo 3. Turistik Çekiciliklerin Sınıflandırılması

Kültürel çekicilikler	Fiziksel çevre
Arkeolojik	İklim
Tarihsel değerler	Manzara
Anıtlar	Vahşi yaşamı gözlemeleme
Yapılar	Eğlence
Müzeler	. Spor
Folklorik çevre	Katılımcı olarak
Politik çevre	Seyirci olarak
Eğitsel çevre	. Parklar
Dinsel çevre	. Sinema ve tiyatro
Modern çevre	. Gece kulüpleri
Kültürel gelenekler	. Oyun salonları
Festivaller	. Barlar
Sanat gösterileri	
El sanatları	
Müzik	
Doğal ve geleneksel yaşam tarzı	
Dil	
Din	
Bilim	

Kaynak: İçöz ve Kozak (1998).

Turistik arzı oluşturan bu çekiciliklere sahip olan bir turizm bölgesinin, bunlardan farklı birtakım temel özellikleri de sahip olması beklenmektedir. Bu özellikler; erişilebilirlik ve birtakım imkanların sunulması olarak ifade edilmiştir. Tablo 3' te gösterilen, turistik arzı oluşturan çekiciliklerle beraber bu iki imkanın da sunulmasıyla, turistik çekiciliğin oluşacağı belirtilmiştir. Bir turizm bölgesini diğerin ayıran en belirgin özelliğin bu çekicilikler olduğu ve bir turizm bölgesinin bu çekiciliklerden bir veya birden fazlasına sahip olabileceği ileri sürülmüştür. Özünde, farklı toplumları ve kültürleri tanımak amacıyla seyahat etmek yatan

turizm faaliyetinde, kültürel ve tarihi çekicilik faktörleri, turizm bölgelerine olan akımı etkileyen önemli faktörlerdir. Farklı toplumları tanımanın en etkili yolu, o toplumun hafızasını ve kültürünü yansıtan tarihini öğrenmektir. Bu öğrenme, tarihi kentler, ören yerleri, müzeler ve o toplumun şekillenmesinde önemli rol oynamış yerler ve kişileri tanımakla mümkün olmaktadır. Bu özellikler her toplum için eşsiz olmakla beraber, taklit edilemezlik özelliği ile de çok değerlidirler. Tarih öncesi yerleşimlerden çağdaş üretim tekniklerinin geliştiği merkezlere, dinsel merkezlerden gelenek ve göreneklerin halen yaşatıldığı yerlere kadar birçok unsur, kültürel ve tarihsel çekicilik faktörleri arasında yer almaktadırlar.

Bir yeri veya bölgeyi çekici kılan bir başka bileşen ise coğrafi çekicilik faktörleridir. Bu faktörlerin arasında iklim, turizm etkinliğinin mevsimsel özelliğini doğrudan etkilemesi ve turizmin çeşitlenmesinde oynadığı rol ile ön plana çıkmaktadır. Kış turizmi ve deniz-kum-güneş turizmi, iklimin turizm üzerindeki etkisinin belirtilen her iki sonucu için de örnek olarak verilebilir. İklimin, hastalıklar ve güneş ışınlarının tedavi edici etkisi için de sağlık turizmini etkilediği ileri sürülmektedir. Manzara (peyzaj) başlı başına bir çekicilik faktörü olarak ve doğal çekicilik faktörleriyle beraber fiziksel çekicilik faktörleri arasında ifade edilmiştir. Manzara üç başlık altında ele alınabilir. İlk başlık olarak coğrafi oluşumlar; dağlar, kanyonlar, peri bacaları ve volkanlar gibi jeolojik oluşumlardan ve termal sular gibi etkilerinden meydana gelmektedir. İkinci kategoride; göller, çağlayanlar, denizler ve meydana getirdikleri kıyılar ve nehirlerden oluşmaktadır. Üçüncü olarak bitki örtüsü, tropik ormanlar, çöller, bataklıklar gibi değişik oluşumlar, turistik çekicilikler arasında manzarayı oluşturan bileşenler olarak ifade edilirler. Eğlence olanakları, kendilerine özgü çekicilikler barındırmaktadır. Tiyatrolar, oyun salonları ve Disneyland gibi yerler coğrafi çekiciliklerle beraber, insanların zevk isteğini karşılayan turistik çekiciliklerdir. Kendi başlarına birer turistik çekicilik olmamakla beraber, eksiklikleri durumunda çekiciliklerinde bir anlamının kalmayacağı; konaklama, seyahat, yiyecek ve içecek işletmeleri gibi üst yapı ve su, kanalizasyon, haberleşme ve yol gibi altyapı olanakları bulunmaktadır (İçöz ve Kozak, 1998).

Kökeni eskiye dayanan turizm etkinliğinin nedenleri arasında kültürel amaçlar, turizm etkinliğinin başlangıcından günümüze kadar hep var olmuştur. Ekonomik faydaları göz önüne alınarak ivme kazandırılan turizm, tüketim alışkanlığı doğrultusunda doğaya, sosyal yapıya ve doğal kaynaklara zarar vermiştir. Bu bakımdan, ilk olarak kültür turizmi formunda başlayan turizm etkinliği zamanla kitlesel bir nitelik kazanmış, bu kitlesel tüketimin yol açtığı zararlar anlaşılınca da yeniden, daha öznel bir tercihi ve kitle turizmine nispeten daha bireysel hareketi gerektiren kültür turizmine doğru evrilmiştir.

### 2.1.3. Kültür turizminin gelişimi

Günümüzde turizm kitlesel bir harekete dönüşmüştür. Deniz–kum–güneş, kitle turizminin temel çekicilik unsurunu oluşturmaktadır. Herşey dahil sistemi ile turizme katılan insan sayısı artmakta, ancak bununla birlikte turizmin getireceği ekonomik ve sosyal fayda azalmaktadır. Niceliksel olarak artan turizmin niteliksel olarak değer kaybettiği görülmektedir. Bu durum turizmde “sürdürülebilirlik” kaygısının doğmasına neden olmuştur. Kitle turizminin olumsuz etkilerinin görülmesi üzerine, kitle turizmine bir tepki olarak “ alternatif turizm” kavramı doğmuştur. Sanayii Devrimi sonrasında artan, deniz-kum-güneş üçlüsüne bağlı olarak gerçekleştirilen kitle turizminin çevre ve sosyal yapı üzerinde yarattığı olumsuz etkiler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu etkileri azaltmak amacıyla ve klasik dinlence paketlerinden farklı arayışları olan tüketicilerin istek ve gereksinimlerini karşılamak amacıyla turizm pazarına alternatif turizm türleri girmiştir (Kozak ve Bahçe, 2009). Kitle turizminin, yoğun turist nüfusunu aynı kısa sezonda genellikle kıyı mekânı üzerinde inşa edilen tatil köyü, otel veya temalı otellerde konaklatma, yedirme-içirme, eğlendirme, gezdirme ve para harcatmaya dayanan pazar politikası, bu alanlar üzerinde taşıma kapasitelerini zorlayan ve bazen aşan kullanımları ortaya çıkarmıştır. Tüketim ağırlıklı bu turistik süreç; yapılaşma bakımından betonlaşmaya bağlı görsel kirlilik, ekolojik çevreye dağılım, yoğunluk, kaynak kullanımı bakımından çevresel kirlilik, kirliliğe bağlı tür kayıpları ve ekolojik dengenin bozulması, sosyo-kültürel farklılıklar ve beklentilerin uyuşmaması bakımından kültürel bozulma olarak kendini göstermiştir (Ovalı, 2007).

Sürdürülebilir turizmde esas olan, doğal alanların ve kırsal kesimlerin, geleceğin turizm alanları olarak, turizmin olumsuz çevresel etkisinden korunması, günümüz turizmi içinde turistlerin çevresel sorunları olmayan ortamlarda, doğa içinde turistik etkinliklere katılmasıdır. Tüm bu çabaların gerçekleştirilebilmesinde hükümetlere, özel sektöre, gönüllü kuruluşlara ve bireylere düşen önemli görevler söz konusudur (Özbey, 2002). Zaman içinde doğal ve kültürel kaynakların azalması ve niteliklerinin bozulması, sürdürülebilir turizm anlayışının çıkması, turizmin bütün yıla yayılması anlayışının benimsenmesi, tüketicilerin klasik kitle turizminden (deniz-kum-güneş) sıkılması, tüketicilere değişik zevk, heyecan ve tatillerin sunulması ve insanların tatilden ve turizmden daha farklı beklentilere girmesi gibi nedenlerden dolayı alternatif turizm kavramı ortaya çıkmış ve gelişmeye başlamıştır (Erdoğan, 2003'den aktaran Kozak ve Bahçe, 2009).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yaptığı tanımda alternatif turizm; "...sosyal ve ekolojik uyuma, yerel ve yabancı girişimcilerin işbirliğine ve gelişmede yerli malzeme kullanılmasına öncelik verme amacını güden turizm çeşidi..." olarak ifade edilmektedir. Bakanlığın yayınlamış olduğu "2023 Turizm Stratejileri" kitapçığında hedef alınan yeni turizm modelleri belirtilmiştir. Alternatif turizmde öncelikli olarak sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, ekoturizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizmi gibi turizm çeşitlerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır<sup>4</sup>. Ulsan (2009)'un çalışmasında aktardığı, kitle turizmi ve alternatif turizmin çevre ile ilişkilerini ortaya koyan özellikler tablo 4' de ifade edilmiştir.

---

<sup>4</sup> (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007 .www.turizm.gov.tr, (Erişim Tarihi: 04.12.2011)

Tablo 4. Kitle Turizmi ve Alternatif Turizmin Özellikleri

Kitle Turizmi	Alternatif Turizm
Taşıma kapasitesini zorlayan çok sayıda katılım	Bölgenin taşıma kapasitesini zorlamayan sınırlı katılım
Mekan ve zamanda yoğunlaşma	Turizmin mekan ve zaman açısından yayılması
Hızlı ve denetimsiz gelişim	Yavaş ve denetimli gelişim
Büyük ölçekli, uluslararası standartlara uygun konaklama düzeni	Küçük ölçekli turistik işletmeler
Yerel mimariyi dışlayan, anonim turizm mimarisi	Çevreye uyumlu, özgün turizm mimarisi
Yerel halk ve turist arasındaki ilişkinin kopuk olduğu, kapalı turist bölgeleri	Yerel halk ve turist arasındaki ilişkide uyumluluk
Çok uluslu tur operatörlerine bağımlılık	Bağımsız çalışan uzmanlaşmış tur operatörleri
Yerel turistik ürünlerin özelliklerini yitirerek standartlaşması	Geleneksel ve özgün değerlerin korunması
Ölçek ekonomilerine dayalı bir gelişme ve yatırım	Yerel ölçekte turizm planlaması
Genellikle kıyılara ve özgün doğa parçalarına yöneliş	Turistik istihdamda yöre halkına öncelik verilmesi

Kaynak: (Uluslan, 2009).

Teknoloji ve bilgi aktarımındaki gelişmeler turizmi doğrudan etkilemiş ve özünde başka kültürleri tanıma duygusu yatan turizm faaliyeti bu gelişmeler doğrultusunda kültür turizmine doğru yönelmiştir. Başka toplumlardan haberdar olmak artık internet ve bilgi teknolojileri sayesinde kolay ve herkesçe ulaşılabilir hale gelmiştir. Haberdar olunan bu toplumuna olduğu coğrafi bölgeye ulaşım ise ulaştırma teknolojisinin gelişimi ve nispeten ucuzlamasıyla herkesçe kullanılabilir hale gelmiştir.

Kültür ve turizm kavramları antropologlar tarafından incelenmektedir. Turizm etkinliğinde ise kültür iki başlık altında ele alınmaktadır. Birincisi, turist kavramı ile ilgili çalışmalar ve turizm faaliyetinin kendisidir. İkincisi ise turizmin yaratmış olduğu sosyal, kültürel ve sosyo-ekonomik etkiler ve turist-yerli halk ilişkileridir (Graburn, 2004). Kültürel değerlerin turizm amaçlı kullanılması ve kültürün ticarileşmesi gibi olumsuz sonuçlarda doğurabilmektedir (Kozak ve diğerleri, 2010).

Dünya Turizm Örgütü (WTO) (1985) kültür turizmini; "...folklor, sanat veya doğa çalışmaları, hacı olmak, anıtlar ve siteleri ziyaret etmek, sanat performanslarını veya kültürel etkinlikler, gibi kültürel motivasyonla insanların hareket etmesi..." olarak tanımlamıştır. Kültür turizmi deneyimi, farklı kültürel miras bileşenlerinin tüketimi yoluyla kazanılmaktadır. Bu kültürel miras; tarihi siteler, anıtlar, dinsel mekanlar, sanat galerileri, festivaller ve etkinlikler ve müzeler gibi dokunulabilir veya sosyal değerler, dil, gelenekler, din ve benzerlerini kapsamaktadır (HO Sau Ying, 2006). Kültür turizmi, bazı araştırmacılar tarafından özel ilgi turizmi kapsamında tanımlanmış ve kültür, tarih ve etnik turizm başlıkları altında incelemiştir.

Kültür turizminin oluşmasına sebep olan çekicilikler, genel olarak turizm çekiciliklerinin içerisinde ayrı bir sınıflandırma ile tanımlanırlar. Kültür turizminin kaynakları kültürü içinde barındıran herşey olabilmektedir. Richards (1996) kültürel turizmin iki farklı tanımı olduğunu ve bunların "kavramsal tanım" ve "teknik tanım" olduğunu ileri sürmüştür. Kavramsal tanıma göre kültürel turizm; kültürel ihtiyaçlarını karşılamak için deneyim kazanmak ve bilgi toplamak amacıyla bir kimsenin normalde yaşadığı yerden kültürel çekiciliklere olan



hareketidir. Teknik tanıma göre kültürel turizm; yaşanılan normal yerin dışında sanat ve drama, sanatsal ve kültürel manifestolar, miras alanları gibi özel kültürel çekiciliklere olan tüm hareketler olarak ifade edilmiştir. Kültürel turizmin başlamasını etkileyen bazı gelişmeler bulunmaktadır. 1980 yılından sonra kitle turizminin olumsuz etkileri eleştirilir ve ifade edilir olmuştur. Aynı zamanda koruma ve ekoloji gibi kavramlar turizm ile ilişkilendirilmeye başlamışlardır. Koruma ve ekoloji turizm için birer çekicilik unsuruna dönüşmüştür. Kültür turizminin gelişmesini etkileyen diğer faktör de kültür amaçlı seyahatlerin, turizmin gelişimi bölümünde de ifade edildiği gibi, toplumun elit bir kesimi tarafından gerçekleştirilen bir olgu olduğu algısıdır. Kültür turizmine katılanlar, kendisini bu algı sayesinde kitle turizminden ayrı tutmuştur.

Özellikle Batı Avrupa'nın sanayileşmiş ülkelerinde, değişen iş olanakları ve çalışma koşulları, tatil arzının durağan çekicilik merkezli değil aktif ve farklı sosyal sınıfların katıldığı bir yapıya dönüşmesini sağlamıştır. Tarihsel aidiyet yeniden kültürel bir çekicilik olmaya başlamıştır. Tarihi gözlemlemek ve kültür yoluyla tarihsel aidiyeti hissetmek, kültür turizminin ünük olan çekiciliklerini daha da cazip hale getirmektedir. Kültür turizmi, tarih içerisinde yolculuk etmek isteyen kimsenin beklentilerini, içinde barındırdığı kültür bileşenleri sayesinde, çeşitlilikle karşılayabilmektedir (Bachleitner ve Zins, 1999). Kültürel mirasın turizm yoluyla korunması konusunda, yerel halkın desteklediği örnekler bulunduğu gibi, kültür turizminin yerel halkın kültürüne olumsuz etkilerinin bulunduğunu ileri süren araştırmacılar da vardır (Fisher,2009). Günümüzde antik kentler, müzeler ve bir topluluğa ait yaşam çizgileri, ekonomik değişim ve tüketimin birer parçası konumundadırlar. Bu tüketim, kültür turizmi ve daha dar anlamıyla miras turizmi adı altında yeni bir turizm türü olarak kabul görmektedir. Kültürün metalaşması veya ticarileşmesi konuya getirilebilecek bir başka eleştiri olarak ortaya çıkmaktadır. McCannel (1976), 21. yüzyılda kültürün, turizmin gelişme sürecinde lokomotif rolü oynayacağına ve kültürel sürdürülebilirliğin rekabette avantaj elde etmenin anahtarı olduğuna vurgu yapmıştır. Bu bilgi yüzyılın son çeyreği için söylenmiş ve geçerliliği kabul görmüştür (George ve Reid, 2008). Tarihin babası olarak nitelendirilen Herodot'un tarihin ilk kültür

turisti olarak nitelendirilmesinden (Kozak ve diğeri, 2010) bugüne kadar kültür turizminin değişimi, kronolojik olarak tahlil edilebilmektedir.

Kozak ve Bahçe (2009)' ye göre; günümüzde, ülkeler ya da bölgelerdeki mevcut turizmin sürdürülebilir kılınması yanında, alternatif turizm türlerine de yöneldikleri görülmektedir. Sürdürülebilirlik ve alternatif arayışlar sonucu birçok turizm türü ve pazarı ortaya çıkmaktadır. Bu gelişmeler sonucunda bu türlerin her biri ayrı bir pazar ve ayrı bir turizm olgusu haline gelmiştir. Artık, turizm türlerinin ve ürünlerinin oluşumunda, turistlerin kişisel tercihleri ve istekleri yanında, bölgedeki diğeri temel motiflerin esas alınması yeni bir turizm yaklaşımının temellerini atmıştır. Bugün, bu yaklaşıma "özel ilgi turizmi" denilmektedir.

1950'lerden sonra değişen tüketim alışkanlıkları turizmin kitlesel bir nitelik kazanmasına neden olmuştur. 1992 Rio Konferansı ile beraber yaratılan sürdürülebilirlik farkındalığı turizm endüstrisinde kaynakların iktisadi kullanımına yönelik kaygıların doğmasına yol açmıştır. Kitle turizminin doğa, sosyal yapı ve çevre üzerindeki etkileri anlaşılmış ve alternatif turizm etkinlikleri ön plana çıkmıştır. Etkinliğe katılacak insanların, gidecekleri yere özgü motifleri tanımayı hedefleyerek ikamet ettikleri yerden ayrılmaları gibi genel bir yönelimden farklı, özel bir ilgiyi gerektiren yeni bir turizm türü olarak "özel ilgi turizmi" kavramı oluşmuştur.

Kozak ve Bahçe (2009), özel ilgi turizmi türlerini dört ana başlık altında sınıflandırmıştır. Doğaya Dayalı Türler: Botanik Turizmi, Çiftlik Turizmi, Dağ Turizmi, Doğa Turizmi, Hava Sporları Turizmi, Kış/Kayak Turizmi, Köy Turizmi, Kuş Gözlemciliği, Su Sporları Turizmi, Tarım Turizmi, SPA, Trekking ve Yayla Turizmi. Bir Hobiye Dayalı Türler: Alışveriş Turizmi, Av Turizmi, Golf Turizmi, Kumar Turizmi, Macera Turizmi, Mağara Turizmi, Rafting Turizmi, Seks Turizmi, Şarap Turizmi ve Yat Turizmi. Eğitime Dayalı Türler: Eğitim Turizmi, Gençlik Turizmi ve Kongre Turizmi. Kültüre Dayalı Türler: Dark Turizm, Etnik Turizm, Festival Turizmi, İpek Yolu Turizmi, İnanç Turizmi, Kültür Turizmi, Üçüncü Yaş Turizmi ve Kültürel Miras Turizmi'dir.

Kültür ve turizm; kültürün turistik bir çekicilik oluşturması ve turizmin yerel halk üzerinde yarattığı etki olmak üzere iki noktada kesişmektedir. Kültürün turizmin eski çağlardaki formunda öncelikli amaç olması göstermektedir ki turizm ve kültür arasında köklü ve güçlü bir etkileşim vardır. Günümüzde kullanılan sosyal pazarlama ve turizm etkinliğine katılımcı sayısını artması, kültür turizminin bir niş pazar konumundan çıkarak yaygınlık kazanması, beraberinde birbirine bağlı iki kavram arasındaki etkiye olumsuz eleştiriler getirilmesine neden olmaktadır. Özellikler kültürün yerele özgü kalması gerekliliği, korunması ve turizmin bu kültürü ticarileştirerek özelliğini kaybetmesine yol açması eleştiriler arasında yer almaktadır. Planlama ve taşıma kapasitesinin belirlenmesi, hem doğal ve çevresel hem de psikolojik ve sosyal açıdan geri dönüşü olmayan hatalar yapılmasını önlemektedir. Kavramsal olarak tartışılan bu konuların uygulamayla tutarlılık göstermemesi ve sürdürülebilirlik kaygısının bir pazarlama stratejisi olarak kalması konuya getirilen diğer eleştiriler arasında yer almaktadır. Boş zamanı değerlendirme ve turizm döngüsü; genel ilgi turizmi, karma ilgi turizmi ve daha küçük ölçekte özel ilgi turizmi olmak üzere değişmektedir. Özel ilgi turizmi türleri arasında kültüre dayalı özel ilgi turizmi türleri son yıllarda daha da önem kazanmakta ve “Miras Turizmi”, ilk oluşumundan bu yana turizmle hep iç-içe olması nedeniyle modern koruma düşüncesi ile birlikte yeniden popüler olmaktadır.

## **2.2. Kültürel Miras ve Turizm**

### **2.2.1. Kültürel miras kavramı**

Kültürel miras kavramının anlaşılabilmesi için ilk önce kültür ve miras kavramlarının anlaşılması gerekmektedir. Genellikle Antropologlar tarafından yapılan tanımlarda kültür; “...insanın toplumun bir üyesi olarak kazandığı bilgi, inanç, sanat, tinsellik, yasa, gelenek ve diğer herhangi yetenek ve adetleri içeren karışık bir bütün...” olarak ifade edilmiştir (Taylor 1871’den aktaran Jekilehto, 2005). Bununla birlikte kültür kelimesinin birden çok anlamı bulunmaktadır. Sadece İngilizce’de 164 farklı anlamda kullanılmıştır (Çakır,

2010:7). Kültür kelimesinin kökeni Latince'deki "cultura" kelimesidir ve inşa etmek, işlemek, süslemek anlamında kullanılmıştır. 17.yüzyılda, doğaya karşıt olan ve belli bir toplumsal bağlam içinde ortaya çıkan tüm insan esasları olarak tanımlanmış ve 18. yüzyılda sosyal yapının değişimine bir reaksiyon olarak görülmüştür. Günümüzde ise kültür; nesilden nesile aktarılan, gelenek, yaşama tarzı, düşünce, davranış, ekonomik ve sosyal yaşantı kalıpları olarak tanımlanmaktadır. Miras kelimesi ise halk arasında yaygın olarak kullanılan bir kelimedir. Bu bağlamda miras kavramı; 1694 yılında Coignard tarafından anne ve babadan kalan, onların da anne ve babasından kalmış mal, 1886 yılında Litré tarafından; yasalarla anne ve babadan çocuklara geçen mal mirası olarak tanımlanmıştır. Kültür de aynı miras gibi insanın doğduğunda çevresinde hazır bulunduğu bir ortam olarak değerlendirildiğinde bu iki kavramın benzer özellik taşıdığı ve her ikisinin de geçmişle ilgili olduğu görülmektedir. Kültür mirası ise atalardan kalan maddi ve manevi varlıkları ifade etmektedir (Tosun, 2008). Kültürel miras, koruma felsefesinden daha geniş bir anlamı temsil etmekle beraber; günümüzdeki uygulamalara, eski eserlerin müzecilik bağlamında korunması yoluyla ulaşılmıştır.

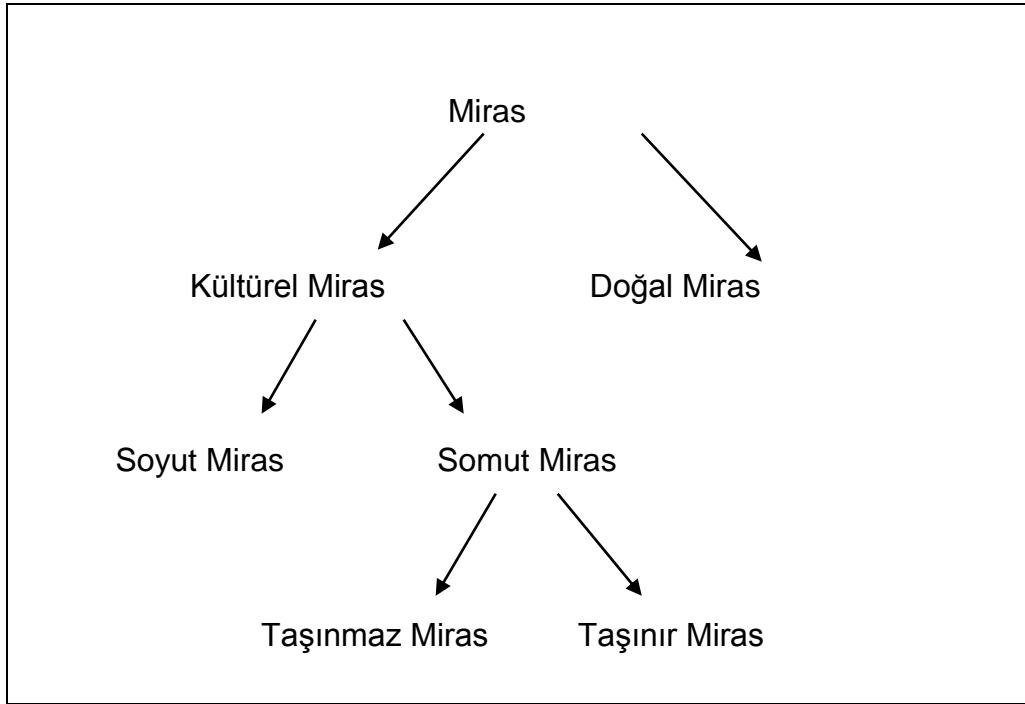
Kültürel miras sadece 19. yüzyılın öncesini değil aynı zamanda 20. yüzyılın kayıtlarını da içermektedir. Başka bir anlatımla, kültürel miras zaman ve mekânı da kapsayacak şekilde değerlendirilmelidir. Mekânsal boyutta düşünülmesi gereken diğer bir nokta ise, kültürel mirasın amacının sadece çoklu yapı topluluklarını değil, aynı zamanda anıt veya binaları korumayı da kapsamaktadır. Bu bağlamda, insanın oluşturduğu doğal çevreyi, mimari yapıları ve arkeolojik alanları, sadece kırsaldaki mirası değil şehirdeki, teknik ve endüstriyel mirası da kapsamaktadır (UNESCO, 1989). En kısa anlatımla kültürel miras; her bir kültürün geçmişten gelen ve bütün insanlığa bıraktığı sanatsal, sembolik ve maddesel işaretler veya belirtilerin tamamıdır (ICCROM, 2005). Bir başka anlatımla kültürel miras; gelecek nesillerin yararı için korunarak sunulan, geçmiş nesillerden kalan bir grup veya topluluğa ait, taşınabilir ve taşınamaz nesnelere, dokunulabilir ve dokunulamaz özelliklerdir (EUROMED, 2010). Kültürel mirası korumak en basit tanımıyla, kültürü yansıtan her türlü eskiyi, yani mirası korumaktır.

Kültürel mirası ifade eden kavramların sınıflandırılması incelendiğinde, alan yazında birden çok yaklaşım olduğu görülür. Yıldız (2011) çalışmasında *anıtları*; arkeolojik değer ve peyzajla homojenliği ayrı veya bitişik yapılar; tarih, sanat ve bilim gözüyle bakıldığında üstün evrensel değerler niteliğinde değerlendirilen varlıklar olarak ifade etmiştir. Aynı çalışmada *binalar ya da bina kalıntıları*; camiler, kiliseler, şatolar, özelliği olan evler olarak tanımlanmıştır. *Beldeler*; insanın veya insan ile birlikte doğanın beraber ortaya çıkardığı işler olarak görülmüştür. *Tarihi yerler*, mitolojik, dini ya da siyasi olayların geçtiği mekânlar kapsamında değerlendirilirken; *arkeolojik sitler*; geçmiş dönemlerin izlerini taşıyan tüm yapılar, kalıntılar, harabeler şeklinde tanımlanmıştır.

1972 yılında imzalanan “Dünya Kültür ve Doğal Mirasının Korunması Hakkında Sözleşme” ile önem kazanan kültürel miras kavramı, günümüzde birçok farklı disiplinlerden araştırmacının ilgilendiği ve uluslararası ölçekte araştırılan bir kavramdır. Adı geçen sözleşmede *Kültürel Miras* kavramı içerisinde değerlendirilen varlıklar; *anıtlar*; *yapı toplulukları* ve *sit alanları* olarak ifade edilmiştir. Kültürel miras olarak adlandırılan ve özellikleri bakımından istisnai evrensel değer taşıyan bu varlıkların yanında, *Doğal Miras* başlığı altında değerlendirilen bir başka miras topluluğu da bulunmaktadır. Doğal miras; istisnai önem taşıyan ve evrensel değeri olan doğal anıtlar, jeolojik ve fizyolojik oluşumlar, tükenme tehdidi altındaki bitki ve hayvan türlerini ifade etmektedir. Tanımlardan da anlaşılacağı üzere her ikisinde de ortak olan özellik insanlık için istisnai evrensel değer taşımalarıdır. Bir başka anlatımla, kültürel miras ve doğal miras, evrensel bir nitelik kazanmış ve sözleşme hükümleri ile uluslararası ölçekte bir değere ulaşmıştır (ICOMOS, 1972). Türkiye bu anlaşmanın ve diğer kültürel mirası konu alan anlaşmaların tarafı olarak yasaları kabul etmiş ve bu felsefeyi benimsemiştir. Eski eserler devletin malı olarak kabul görülmüş ve daha sonra anayasayla güvence altına alınmıştır.

Kültürel miras; soyut ve somut kültürel miras, taşınabilir ve taşınamayan kültürel miras, maddi ve manevi kültürel miras, dokunulabilir ve dokunulamayan kültürel miras olarak sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmalar kültürel mirasın içeriğine göre yapılmaktadır. Soyut veya manevi kültürel miras; her yörede kuşaktan

kuşağa aktarılan örf ve adet, sözlü gelenek, yaşam biçimi ve dil gibi maddesel olmayan öğeleri, diğer bir anlatımla soyut içeriğe sahip kültürel öğelerin birleşiminden oluşan kültürel çevreyi temsil etmektedir. Somut kültürel miras ise; eski çağlardan günümüze kadar gelebilmiş, taşınabilen veya taşınamayan, yer altında veya yer üstünde bulunan eski yerleşim alanlarındaki evler, kamusal yapılar, yapı kalıntıları, ortak kullanım alanları, o çağlarda yaşayan insanların günlük yaşamlarında kullandıkları nesnelere, tarihi ve sanatsal eserler olarak tanımlanmaktadır (Demirci, 2008). Kültürel mirasın yönetimi ise peyzaj, eserler, yapılar ve anıtlarla ilgili, doğal ve kültürel kaynakların yönetimi, koruması ve muhafazası amacını taşıyan sürece rehberlik edecek bir araç olarak ifade edilmektedir (EUROMED, 2010). Manevi kültürel miras ise her yörede kuşaktan kuşağa aktarılan, örf ve adet, sözlü gelenek, yaşam biçimi ve dil gibi maddesel olmayan öğelerin tümünü içeren kültürel çevre olarak tanımlanmıştır. Kentsel kültür mirası, bir taraftan anıtsal kültür mirası, diğer taraftan tarihi, eski yerleşimlere ait kültür mirası, yeni yerleşime ait özgün ve devrini simgeleyen eserlerin oluşturduğu kültür öğeleridir. Kültürel mirasın sınıflandırılması ise Şekil 3'deki gibi açıklanmıştır (Demiroğlu, 2006).



Şekil 3. Miras Çeşitleri

Taşınır miras müzelerde de sergilenen taşınabilen kültür mirasını veya tarihi eserleri temsil ederken, taşınamayan kültürel mirasa örnek olarak arkeolojik sit alanları ve yapılar akla gelmektedir. Türkiye 27 Mart 2006 tarihinde Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesine resmen taraf olmuştur. Ardından Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 4848 Sayılı Kanununun 13. maddesiyle kendine verilen görevler nedeniyle sözleşmenin icracı kurumu olarak belirlenmiştir. İcracı birim olarak Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü'nün Halk Kültürünü Araştırma Dairesi Başkanlığı bünyesinde Somut Olmayan Kültürel Mirasın Yönetimi Şubesi oluşturulmuştur. Somut olmayan kültürel mirasla ilgili olarak yapılan çalışmaları; dünya miras listesi için dosya hazırlıkları, envanter çalışmaları ve toplantılar olarak üç ana grupta toplanabilir. Sözleşmenin yürürlüğe girmesinden önce dünya çapında ilan edilmiş 90 başyapıt, İstanbul'da düzenlenen Hükûmetler arası Komite 3. Toplantısı'nda Temsili Liste'ye aktarılmıştır. Dolayısıyla, Türkiye'nin hâlihazırda iki unsuru (Mevlevilik ve Sema Törenleri ile Meddahlık Geleneği) Temsili Liste'de yer almaktadır. Türkiye İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi'ne 2009'da yazdırılmak üzere başvurulmuş ve 2008 yılında "Âşıklık" ve "Karagöz" konularında iki dosya sunmuştur. Ayrıca aynı yıl, İran öncülüğünde yürütülen Nevruz konulu çoklu dosya hazırlık çalışmalarına da katılmıştır. Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 2009 yılında, Temsili Liste için Yarenlik, Semah, Sıra Gecesi, Tören Keşkeği, Göz Boncuğu, gibi konularda dosya hazırlık çalışmalarını sürdürmektedir <sup>5</sup>

Sözleşmeye taraf devletler, eserleri koruma ve tespit amacıyla kendi toprağı üzerinde bulunan kültürel mirasın bir veya birden fazla envanterini, kendi durumuna uygun olacak biçimde hazırlarlar. Türkiye, bu envanter çalışmalarına Yaşayan İnsan Hazineleeri Envanteri ile başlamıştır. Türkiye'nin ikinci envanteri ise somut olmayan kültürel mirasın genelini kapsayacak şekilde oluşturulan Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri'dir. Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri'nin ilk verileri 2008 yılında elde edilmiştir. Somut

---

<sup>5</sup> <http://www.turkiyekulturportali.gov.tr>. Erişim Tarihi: 2012).

olmayan kültürel miras envanterleri İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nin koordinasyonunda illerde oluşturulan kurullar aracılığıyla oluşturulmaktadır<sup>6</sup>.

### 2.2.2. Kültürel mirasın korunması

Kültür ve tabiat varlıklarının korunması sadece uluslararası sözleşmelerle değil aynı zamanda anayasa ile de güvence altına alınmıştır. Örneğin, "Tarih, Kültür ve Tabiat Varlıklarının Korunması" başlığı anayasanın 63. maddesinde yer almaktadır. Anayasanın söz konusu maddesinde yer alan; "...devlet, tarih, kültür ve tabiat ve değerlerinin korunmasını sağlar, bu amaçla destekleyici ve teşvik edici tedbirleri alır. Bu varlıklar ve değerlerden özel mülkiyet konusu olanlara getirilecek sınırlamalar ve bu nedenle hak sahiplerine yapılacak yardımlar ve tanınacak muafiyetler kanunla düzenlenir..." ifadesinde görüldüğü gibi, kültür ve tabiat varlıklarının korunması devletin anayasal bir zorunluluğu olduğunu işaret etmektedir. Kültürel miras modern çağlara ait bir kavram olmakla beraber özünde yatan koruma anlayışı eskiye dayanmaktadır. Bu bağlamda eski medeniyetlere ait eşya, takı, ganimet gibi nadirlerin korunması aynı zamanda kültürel değerleri temsil eden ve nesilden nesile geçen eserlerin korunmasıyla paralel olarak gelişmiştir. Müzeolojik düşünce ile beraber gelişen bu mirası koruma anlayışının günümüz müzeciliğinden farkı ise kültürel mirasın, sergilemeye müzecilikten daha az önem vermesi ve koruma anlayışının daha ön planda olmasıdır. Bir başka anlatımla, kültürel miras, sadece koruma anlayışını değil, daha geniş bir ifadeyi içermektedir. Kültürel mirasın korunması düşüncesinin gelişimi, müzecilik anlayışının gelişimi incelenerek anlaşılabilir.

Kültürel miras kavramı etimolojik olarak ele alındığında, kültür varlığın ve miras kavramlarının alan yazınına 20. yüzyılın ortalarında girdiği görülmektedir (Dağıstan Özdemir, 2005). Kültürel miras kavramı, insanoğlunun eski veya kültürel olarak değerli gördüğü eşyaları toplaması ve korunması ile başlamaktadır. Çağdaş anlamından çok uzak olan primitif koruma anlayışı,

---

<sup>6</sup> (<http://www.turkiyekulturportali.gov.tr>, 2012)



modern çağlarda müzelerin kurulmasına kadar bilimsellikten uzak bir şekilde gelişmiştir.

### **2.2.2.1. Dünyada kültürel mirasın korunması düşüncesinin gelişimi**

Tarih öncesi dönemlerde, yerleşik hayata geçilmesi ile birlikte koruma kaygısı ortaya çıkmış, bu kaygı elde var olanı korumak gibi ekonomik ve daha sonra simgeleştirme yoluyla dini ve siyasi amaçlar doğrultusunda şekillenmiştir (Candaş Kahya ve diğerleri, 2009). Kısacası bir kültüre ait değerleri yansıtan nesnelere koruma düşüncesi, her şeyden önce biriktirme ve o değerlere sahip olma arzusu nedeniyle gelişmiştir. Bu sebeple kültürel mirasın bulunduğu yerde ve korunamadığı koşullarda müzeler bu değerlere ev sahipliği yapmışlar ve kültürel bilgi birikiminin korunduğu ve paylaşıldığı yegâne kamusal alanlar olarak görülmüşlerdir. Ambrosso ve Pain (1993), müzeleri insan ırkının hazine odaları olarak tanımlamışlardır. Bu hazine elbette ki insanlığın ortak mülkiyet hakkı taşıdığı kültür mirasıdır. Alpözen (1998) ise müzelerin; dünya mirasının korunduğu mekânlar olduğunu ifade etmiştir. Toplama ve teşhir etme eylemlerinin bilinçli olarak yapılmasından çok önce, sadece bilgiyi toplama ihtiyacı bulunmaktadır. Bilgiyi toplama ilk olarak, felsefe ve edebiyat alanlarında gelişimini göstermiştir. Hayatın ve evrenin ana maddesini (Arkhe'sini) arayan filozoflar, güzel sanatları anlamak ve bilinmeyene ulaşmak için bir araç olarak görmüşlerdir.

Antik dönemin bilim ve sanat bilincinin merkezi konumundaki İskenderiye şehri ve kütüphanesi, Antik Çağın bilgi birikiminin depolandığı yer olarak ifade edilebilir. Coğrafya, matematik, astronomi ve geometri başta olmak üzere birçok farklı alandan bilgiyi ve bilgini bir araya getirmiştir. Madran'a (1999) göre, bilgilerin toplandığı, kaydedildiği ve saklandığı bir merkez olarak, bilimin ve sanatın en ünlü merkezi konumundadır. Romalılar'da da geçmişe ait eserlerden meydana gelen koleksiyon oluşturma ve eser kopyalama, kültürlerinin vazgeçilmez bir özelliği olarak görülmüştür. Romalılar, eski Grek heykellerinin

bir araya toplanmasını ya da başka bir deyişle, Pinakothek (resim galerisi) sahibi olmayı onur saymışlardır (Gerçek, 1999).

Batı dünyasının Doğu'yu algılaması farklılıklar gösterse de kültür mirasının paylaşımı veya teşhirinde, halka açık kütüphane ve müzeler, ilk olarak Doğu kültürlerinde kendini göstermiştir. Madran'a (1999) göre; "...doğrudan müzecilik teorisi ile ilgili kitapların Batı kaynaklı olması müzeyi mekânsal kurgu olarak Batı uygarlığının bir parçası yapmakta, çağdaş müze tanımlarının içine giren kütüphane, fen ve doğa bilimleri gibi merkezlerin erken dönemlerden itibaren Akdeniz ve OrtaDoğu uygarlıklarındaki varlığını müzecilik tarihi araştırmalarında yadsımaktadır...". Bugün kültürel miras kavramının doğması ve uluslararası ölçekte yaygınlaşması yine Batı medeniyetlerinin girişimleri sonucunda olmuştur. Batı dünyası Rönesans'a kadar, müze gelişiminden veya müzeolojik düşünceden yoksunken, ilk halka açık kütüphane ve müzeler Doğuda kurulmuşlardır (Shaw, 2004). Doğu'da dini ve ilmi eserlerin halka açık olarak sergilenmesi geleneği gelişmişken, Batı'da koleksiyonerliğin, bir grup elit zümrenin dışına ancak 19. yüzyılda çıktığı görülmüştür. Doğuda bu görevi müze yapılarının değil, camii ve medreselerin yerine getirmesi söz konusudur. İslâm'ın yaygın olduğu bölgelerde, yazılan eserlerin bir nüshasının bulunulan bölgenin camii veya medresesine verilmesi geleneği ve bu kopyaların başka bir yere aktarılmaması, yıllar içerisinde bu yapıların toplumun bilgi birikiminin merkezi konumuna gelmesini sağlamıştır (Altun, 2006). Bu bağlamda, mirasın nesilden nesile geçerek yok olmaması için ilk uygulamalar yine Doğu toplumlarında ortaya çıkmıştır. Bu gelenek, eski Yunan eserlerini kendi dillerine çeviren Doğu toplumları yoluyla, Rönesans'ta yeniden hayat bulmuştur. Tarih araştırmalarında hayati önem taşıyan bu eserler, tapınaklar, camiiler ve medreseler gibi inanç merkezleri yoluyla, günümüze ulaşmışlardır. Ne yazık ki kültürel miras düşüncesinin temelini oluşturan bu eserlerin bazıları, birbirinden ayrılmaması gereken eser, mekân ve kültür birleşiminin parçalanması pahasına Batı toplumlarının müzelerinde sergilenerek ait oldukları coğrafyalara geri verilmemişlerdir.

15. yüzyılda artan seyahat faaliyetleri, entelektüel bilgi birikiminde yeni bir çağ açmıştır. Uzak ülkelere giden elit kesimin topladığı eserler ve paylaştıkları bilgiler, yeni bir koleksiyon çeşidinin doğmasına neden olmuş, artan toplayıcılık faaliyetleri sınıflandırmayı zorunlu kılmıştır. “Nadire kabineleri” adını alan bu yeni oluşum, uzak ülkelerden getirilen birçok eserlerin, evlerin özel odalarında sergilediği yeni bir tür ev- müze anlayışını, elit zümrenin hayatına yerleştirmiştir (Önder, 1999). Ev-müze anlayışının yaygınlaşması ve toplanan eserlerin çoğalmasıyla birlikte, toplumun kültür yapısında bağımsız bir müze ihtiyacının oluştuğu ileri sürülebilir.

Rönesans’ın getirdiği refah ortamı ve sanata olan ilginin artması, sanatçıya olan ilginin ve desteğin de artmasına neden olmuştur. Madran’a (1999) göre, 17. yüzyılda resim sanatının öncüleri sayılan Da Vinci ve Caravaggio gibi isimlerin resimleri, zenginlerin evlerinde yer almaya başlamıştır. 18. yüzyılda ise koleksiyonların özelliklerine göre ayrılması ve arşivlenmesi ile sunumda da çeşitlilik devam etmiştir ve halkın yaralanabileceği genel bir müze fikri ilk defa bu yüzyıl içerisinde ortaya çıkmıştır (Şapolyo, 1936).

Monarşilerin yıkılması ile sonuçlanan Fransız Devrimi, müzelerde sergilenen kültürel mirasa kamusalılık kazandırmıştır. Eser koleksiyonlarındaki çeşitliliğin artık krallardan ve elit zümrenin elinden kurtulup yeni bir anlam kazanması, ulusal değerlerin ön plana çıkmasıyla gerçekleşmiştir. Yeni nesillere aktarılacak olan mirasın içeriği de aynı düşünce doğrultusunda değişmiştir. Bununla birlikte uzun zamandır çeşitliliği artan müze koleksiyonları, bugün de halen geçerli olan dört ana grupta teşhir edilmeye başlamıştır (Shaw, 2004). Bunlar; Sanat, Tarih, Doğa Bilimleri ve Teknik Bilimler’dir. Aynı dönemde müzeolojik düşünce, zamanın düşünürlerini etkisi altına almış ve özellikle Mısır, Yunan, Osmanlı ve Hindistan eserleri, Batı’nın göz bebeği konumuna gelmiştir. Osmanlı açısından bakılacak olursa tarihi eserlerin yağmalanması söz konusudur. Batı’da, Doğunun eserlerini koruyamadığı, bu eserlerin kurtarılması gerektiği düşüncesi bulunmaktadır (Shaw, 2004). Bu düşüncenin, günümüzde kültürel mirasın korunması konusundaki görüşlerde önemli bir payı bulunduğu ileri sürülebilir. Toplama ile başlayan nesne odaklı koruma ve teşhir etkinlikleri belgeleme,

kataloglama ile sürmüştür, araştırma kadar ekonomik, politik, kültürel ve toplumsal değişimler müzeleri insan merkezli bir konuma taşımıştır. Koleksiyonların anlamını topluma açma gerekliliği müzeleri 20. yüzyılda toplum ve insan olma bilincini ve yaratıcılığı yaygınlaştıran önemli bir eğitim kurumuna dönüştürmüştür (Atagök, 2003).

Bilimsel bir yaklaşımdan uzak olan koruma ve teşhir düşüncesinden sonra modern toplumlar, kültür mirası olarak kabul edilen bu eser veya yapıların yerinde korunarak, eğitim amaçlı kullanımını amaçlamışlardır. Ulusal değerleri ön plana çıkartan yeni toplumun, ulus- devlet anlayışını halka müze kanalı ile verme çabası içinde olduğu görülmüştür. Kültürel miras kavramının oluşması ile sonuçlanan süreçte, toplumsal değişimlerin tarih yazma, eski eserleri koruma ve kullanımına ilişkin değişimlere yol açtığı ileri sürülebilir. Bu itibarla yeni ulus devlet modelinin getirdiği yeni tarih anlayışının halkla buluştuğu yer yine müze olmuştur. Bu akım, etnografya müzelerinin kurulması ve yaygınlaşmasına neden olmuştur (Eldem, 2001). Yeni dünyanın oluşumunda, Amerika Birleşik Devletleri öncü olmuştur.

#### ***2.2.2.2. Türkiye’de kültürel mirasın korunması düşüncesinin gelişimi***

Ülkemizde kültürel mirasın korunmasına yönelik ilk adımlar, Batılılaşma süreci ve Osmanlı’nın dünya kapitalizmine eklenmesiyle birlikte yasal güvence altına alınmıştır (Dağıstan Özdemir, 2005). Bu nedenle kültürel mirası koruma ve teşhir etme çalışmaları 19. yüzyılda başlamıştır. İkinci elli yıl içerisinde başlayan çalışmalar, Osman Hamdi Bey dönemine kadar, bilimsel bilgi ve düşüncenin ışığında gerçekleşmemiştir. Kamusal alanda sergileme uygulamaları Osmanlı döneminden başlasa da, halka açık müzelerin kuruluşu ve dolayısı ile kültür mirasının korunma ve teşhiri, Cumhuriyet döneminde gerçekleşmiştir. Diğer taraftan, koruma uygulamalarının (bilinçli veya bilinçsiz) başlangıcı Selçuklu dönemine kadar tarihlenebilmektedir. Selçuklular, Konya’nın ortasında bulunan bir höyüğün etrafını çevirerek, çeşitli dönemlere ait işlenmiş taşları, bu duvarın görünecek şekilde üzerine yerleştirmişlerdir. Farklı dönemlere ait taşların devşirme malzeme olarak mimari içerisinde kullanılması,

Anadolu'daki ilk koruma ve sergileme uygulamaları olarak kabul edilmektedir (Eyice, 1990; Gerçek, 1999; Pasinli,2002; Özkasım, Ögel, 2005). Alan-yazında kültürel mirasın veya eski eserlerin korunması konusunda ilk düzenleme Asar-ı Atika Nizamnamesi olarak değerlendirilse de, geçmişe ait eserlerin koruma altına alınması düşüncesi ilk olarak Selçuklu döneminde görülmektedir.

Pasinli (2002), Osmanlı Dönemi'nde de benzer bir koruma ve saklama anlayışının olduğunu ileri sürmektedir. Bu davranışlarda amacın koleksiyonerlik değil, ataya saygı, geleneklere bağlılık ve estetik değerlere duyarlılıktan kaynaklandığı ifade edilmiştir. Bu korumacılık anlayışının sonucunda, asıl amaç koleksiyonerlik olmasa da, koleksiyonlar çeşitlenmiştir (Eyice, 1990; Gerçek, 1999; Pasinli,2002; Özkasım, Ögel, 2005). Osmanlı'da ise ilk örnek Fatih Sultan Mehmet devrinde yaşanmıştır. Fatih Sultan Mehmet'in, bir Bizans kilisesinin üzerine yapılan Fatih Camii'nin temel kazısı sırasında çıkan lahitleri ve Hipodrom'daki sütun başlıklarını, Topkapı Sarayı'nın avlusunda toplatması, mirası korumaya ve serilemeye yönelik bir uygulama olarak değerlendirilmektedir. Yavuz Sultan Selim de Yedikule Hisarı'nı benzer bir amaçla, eserleri koruyacak bir depo olarak kullanmıştır. Fatih Albümü olarak bilinen Osmanlı Sultan Portreleri Albümü de bir koleksiyon olarak ifade edilmiştir. Kanuni Sultan Süleyman'ın Sadrazam'ı İbrahim Paşa'nın, Antik Çağın önemli heykellerinden "Üç Güzeller (Üç Musalar) Heykeli"ni konağının önüne diktirmesi de, eski eserlere olan ilginin bir göstergesidir. Kamusal alana açılan koleksiyonların ve de halka açık sergilemenin örneği ise kutsal emanetlerin bayramlarda halka açık olarak sergilenmesidir (Shaw, 2004). Osmanlı'da Batılılaşma çabası olarak değerlendirilen eski eser merakı, Sadrazam İbrahim Paşa'nın da Batılı olarak algılanmasına neden olmuş ve bir siyasi krize neden olmuştur. Saray onarımlarının, yetişmiş uzmanların ve vakıfların desteğiyle yapılması aynı zamanda kültürel mirasın korunması konusunda devlet ve toplum geleneğinin nüvesini oluşturmuştur (Dağıstan Özdemir, 2005). Koruma ve sergileme anlayışının ilk örneklerini yansıtan bu gelişmeler değerlendirildiğinde, kültür ve tabiat varlıklarının korunması ile Osmanlı'da henüz gelişmemiş olan koruma kültürünün bir çatışmaya neden olduğu ileri sürülebilir. Sadrazam İbrahim Paşa örneği koruma anlayışına yönelik bir tepki

olarak değil, Osmanlı'da halkın Batılılaşmaya gösterdiği tepki olarak değerlendirilmelidir.

Bu dönemde ortaya atılan fakat uygulanıp uygulanmadığı bilinmeyen bir düşünce de arkeoloji veya müze okulunun açılması fikridir. Ülkedeki yetişmiş uzman eleman açığını kapatmayı hedefleyen bu girişim, ülkemizin ihtiyaçlarına göre oluşturulan bir eğitim programı sonrasında, acilen kazı yaparak ülkenin her yerine yeni uzmanlar yetiştiren bir okul düşüncesi olarak kalmıştır. Kendi zamanı için önemli düşünceleri hayata geçirmeye çalışan Dethier'in ölümünün ardından, 11 Eylül 1881'de müze müdürlüğüne Osman Hamdi Bey getirilmiştir (Shaw, 2004). Osman Hamdi Bey, kendisinin de Avrupa'da gördüğü eğitimi almaları ve ülkede eğitimin başlaması için yurtdışına öğrenciler göndermiştir. Osman Hamdi Bey'in başlattığı bu eğitimin bir amacı da, Osmanlı'nın sahip çıkmamasını fırsat bilen ve yurdun birçok farklı bölgesinde çalışma yapan yabancı kazıların tarihi eserleri kaçırmalarını önlemek ve yerli kazıları başlatmaktır<sup>7</sup>.

Cumhuriyetin ilk yıllarında kültürel mirasın müzecilik bağlamında korunması, Atatürk'ün konuya ilgi duyması ve çabaları sayesinde hızlı bir gelişim göstermiştir. 1920 yılında kurulan ilk hükümetin amaçları arasında yer alan eski eserleri koruma görevi, Atatürk'ün emriyle oluşturulan Müzeler ve Asar-ı Atika Hakkında Talimat ile açıkça ifade edilmiştir. Yine Atatürk'ün girişimi sonucu kurulan Hars Müdüriyeti (Kültür Müdürlüğü) daha sonraları bakanlığa dönüşmüştür. Atatürk'ün bizzat emriyle ülke genelinde müzeler kurulmaya başlanmıştır (Ata, 2000; Önder, 1975'den aktaran Ata, 2002). Ankara'da ilk müze, Kültür Müdürü Mübarek Galip Bey tarafından 1921 yılında Kale'nin Akkale olarak isimlendirilen burcunda kurulmuştur (Tüzün, 2010). 1923 yılında açıklanan programda ise yeni müzelerin kurulmasına ilişkin kararlar yer almıştır. 1923 yılında Ankara Arkeoloji Müzesi açılmış, 1930 yılında adı Hitit Müzesi ve 1967 yılında da adı Anadolu Medeniyetleri Müzesi olarak değiştirilmiştir. 1925 yılında tekke ve zaviyelerin kapatılması sırasında, Atatürk'ün emri ile

---

<sup>7</sup> Asar-ı Atika Nizamnamesi, kültürel mirasın korunması konusundaki ilk yasal düzenleme olarak yer almış ve ilk defa devlet yönetiminin desteklenen koruma anlayışının nüvesini oluşturmuştur.

kapatılmayıp bir müze haline dönüştürülen Konya Mevlevihanesi ve Türbesi 1927, yılında müze kimliğine kavuşmuştur. Türkiye'nin ilk güzel sanatlar müzesi ise 1937 yılında İstanbul Devlet Resim ve Heykel Müzesi adı ile Dolmabahçe Sarayı'nda açılmıştır (Artun, 2007) . Somut olmayan kültürel mirasın korunması ülkemizde, halkbilim, folklor veya Türkçeleşmiş adıyla Halkiyat olarak ifade edilmiştir. Meşrutiyet ile birlikte gelişen halk akımlarının etkisi altında, Ziya Gökalp, Fuat Köprülü ve Rıza Tevfik tarafından kaleme alınan makaleler ve çalışmalar folklor çalışmalarının ilk örnekleri arasında yer almışlardır. Geleneksel kültürlerin ve popüler edebiyatların milli kimlik açısından korunmasına örnek teşkil ederler (Oğuz, 2009). Bu çalışmalar ülkemizde somut olmayan kültürel mirasın korunmasına yönelik ilk girişimler olarak değerlendirilmektedir.

1951 yılında 5805 sayılı yasa ile Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu kurulmuş ve koruma ilkelerini belirleyerek restorasyon ve restitüsyon gibi konularda karar merkezi olmuştur. 1960 yılıyla birlikte kalkınma planları hazırlanmış ve eski eserlerin korunması ve kültür erozyonunun önlenmesi konusu bu planların içerisinde yer almıştır. Türkiye'nin de taraf olduğu uluslararası anlaşmalarla birlikte 1973 yılında 1710 sayılı Eski Eserler Kanunu çıkmıştır. 1980 yılında gerçekleşen askeri darbe ile birlikte ekonomik yapıdan sanayileşmeye kadar birçok alanda değişiklikler yaşanmış ve kültürel mirasın korunması anayasal güvence altına alınmıştır.

1983 yılında 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu çıkmıştır. Bu yasa ile birlikte kültür varlıkları tanımlanarak devletin malı olduğu hükmü getirilmiştir. Kültür ve tabiat varlıklarını korunması ve kullanılmasına ilişkin esaslar belirlenerek cezai yaptırımlar da tanımlanmış, onarım ve bakım gibi konular için bir bütçe oluşturulmuş fakat yetersizlik nedeniyle bu bütçe işlevsiz kalmıştır. Sit alanlarının korunması için koruma amaçlı imar planları oluşturulmuş ve planlama korumanının bir aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu lağvedilerek yetki bölgesel koruma kurullarına devredilmiştir. Bölgesel koruma kurulları arkeoloji, sanat tarihi, müzecilik, mimarlık ve şehir planlamacılarından oluşan ve

bakanlıkça belirlenen üç uzman ve yükseköğretim kurumunun belirlediği iki yetkiliden oluşmak üzere beş kişilik kurul oluşturulmuştur. Son yıllarda ise Avrupa Birliği uyum süreci ile birlikte 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nda değişiklikler yapılmış ve ören yeri, yönetim alanı, yönetim planı, bağlantı noktası gibi yeni kavramlar gündeme gelmiştir (Dağistan Özdemir, 2005).

### **2.2.2.3. Kültürel mirasın korunması ile ilgili uygulamalar**

Kültürel mirasın korunmasının gelişim süreci incelendiğinde 1850 yılından sonra *koruma* anlayışının geliştiği ve uzun süre var olanı koruma amacı güdüldüğü görülmüştür. 1960 yılı ve 1980 yılları arasında ise *saklama* amacı taşıyan uygulamalar geliştirilirken 1980 yılı ve sonrasında miras kavramı ortaya atılarak bir ürün olarak kültürel miras önem kazanmıştır (Ashworth, 1994). Gelişimin 1850 yılına kadar bireysel bir koruma ve sergileme anlayışından, kamusal bir kültürel miras anlayışına doğru evrildiği öne sürülebilir. İlk önce Avrupa'da gelişen koruma ilkeleri, diğer ülkelerde de ulusal bir mesele olarak görülmüştür. 1945 yılında Birleşmiş Milletler Örgütü Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonu (UNESCO) kurulmuştur. Bu gelişmeyi takiben 1956 yılında Yeni Delhi'de toplanan Genel Konferans'ta, merkezi Roma'da bulunan Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS) kurulmuştur. 1964 yılında ise uluslararası katılımın yüksek olduğu ve içlerinde Avrupa Konseyi, ICOMOS, UNESCO ve ICOM (Uluslararası Müzeler Konseyi)'un bulunduğu Venedik Konferansı düzenlenerek, koruma konusunda en etkili anlaşmalardan birisi olan Venedik Tüzüğü oluşturulmuştur. Korumanın kapsamının ve uluslararası ortak ilkelerin belirlendiği bu tüzük, birçok ülkenin koruma ilkelerine temel oluşturmuştur. Bu tüzük aynı zamanda Dünya Miras Listesi (World Heritage List) ve diğer tüzüklerin temelini oluşturmuştur (Özaslan, 2010).

Kültürel mirasın korunması ve bütün insanlığın ortak mirası olarak kabul edilen evrensel değerlerimiz ve doğal varlıklarımızı dünyaya tanıtmak, toplumda söz konusu evrensel mirasa sahip çıkacak bilinci oluşturmak, çeşitli sebeplerle bozulan, yok olan kültürel ve doğal değerlerimizin yaşatılması için gerekli işbirliğini sağlamak amacıyla 16 Kasım 1972 tarihinde Paris'te toplanan 17.



UNESCO Genel Konferansı kapsamında, “Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme” kabul edilmiştir. 2658 sayılı Kanunla ülkemizin katılmasının uygun bulunduğu bu sözleşme, 1982 yılında Bakanlar Kurulu Kararıyla onaylanarak, Resmi Gazete’de yayınlanmıştır. Sözleşmeyi kabul eden üye devletlerin UNESCO’ya başvurusuyla başlayan ve Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS) ve Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (IUCN) uzmanlarının başvuruları değerlendirmesi sonunda tamamlanan bir işlem dizisinden sonra aday varlıklar Dünya Miras Komitesinin kararı doğrultusunda bu statüyü kazanmaktadır.

2011 yılı sonu itibariyle Dünya genelinde UNESCO Dünya Miras Listesi’ne kayıtlı 936 kültürel ve doğal varlık bulunmakta olup bunların 725 tanesi kültürel, 183 tanesi doğal, 28 tanesi ise karma (kültürel/doğal) varlıktır. Her yıl gerçekleşen Dünya Miras Komitesi toplantıları ile bu sayı artmaktadır. Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü’nün sorumluluğu altında yürütülen çalışmalar neticesinde bugüne kadar UNESCO Dünya Miras Listesi’ne Türkiye’den 10 miras alınmıştır. Bunlar; İstanbul’un tarihi alanları, Safranbolu (Karabük), Hattuşaş (Boğazköy)-Hitit Başkenti (Çorum), Nemrut Dağı (Adıyaman-Kâhta), Xanthos-Letoon (Antalya-Muğla), Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası (Sivas), Truva Antik Kenti (Çanakkale), Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi (Edirne), Pamukkale-Hierapolis (Denizli) ve Göreme Milli Parkı ve Kapadokya’dır (Nevşehir) olarak ifade edilmektedir<sup>8</sup>.

Bir alanın Dünya Miras Listesi’ne dâhil edilebilmesi için Dünya Miras Komitesi tarafından belirlenen olağanüstü evrensel değerini ölçen 6 kültürel ve 4 doğal kriterden en az birini karşılaması gerekmektedir. Bu değerler arasında; insanın yaratıcı dehasının üst düzeyde bir temsilcisi olması, dünyanın bir kültür bölgesinde veya bir dönemde mimarlık veya teknoloji, anıtsal sanatlar, kent planlama, peyzaj tasarımı alanlarında önemli gelişmelere ilişkin insani değer alışverişlerine tanıklık etmesi gibi yaşayan veya yok olan bir kültür geleneğinin temsilcisi olması gerekmektedir. Bunlara ek olarak bir uygarlığın istisnai, ender rastlanan bir temsiliyeti bulunması gerekir. Listeye alınma kriterleri arasında;

<sup>8</sup> (www.kulturvarliklari.gov.tr)

insanlık tarihinin önemli bir aşamasını veya aşamalarını gösteren bir yapı tipinin, mimari, teknolojik bütünlüğün veya peyzajın istisnai bir örneği olması gerekmektedir. Özellikle geri dönülmez bir değişimin etkisi altında hassaslaşmış olan çevre ile insan etkileşiminin, bir kültürün/kültürlerin temsilcisi olan, geleneksel insan yerleşimi, arazi kullanımı veya deniz kullanımının istisnai bir örneği olması bu listeye giriş koşulları arasında yer almaktadır. İstisnai evrensel önem taşıyan sanatsal veya edebi eserler, inançlar, fikirler, yaşayan gelenekler ve olaylarla doğrudan veya dolaylı olarak ilgili olması (Komite bu kriterin tercihen diğer kriterler ile birlikte kullanılması gerektiğini kabul etmektedir) da mirasın listeye kabulü için oluşturulan kriterler arasında yer almaktadır.

Ülkemizde kültürel ve doğal miras kanunlarla koruma altına alınmıştır. İçerdiği mirasın türüne ve koşullarına göre bir koruma yaklaşımı olarak değerlendirilebilecek yasal düzenlemeler, mirasın turizmden optimum fayda ile kullanılmasını sağlamasa da koruyarak günümüze kadar ulaşmasını sağlamışlardır. Bu koruma yaklaşımlarından bazıları aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

1973 yılında kabul edilen Milli Parklar Kanunu'na göre "*Milli Park; bilimsel ve estetik bakımdan, milli ve milletlerarası ender tabii ve kültürel kaynak değerleri ile koruma, dinlenme ve turizm alanlarına sahip tabiat parçalarıdır*". Şu halde milli parklar, tanımından da anlaşılacağı üzere, kültürel mirasın turizm amaçlı kullanımında bir model olarak da değerlendirilebilir. Aynı başlık altında yer alan Tabiat Parkları; bitki örtüsü ve yaban hayatı özelliğine sahip, manzara bütünlüğü içinde halkın dinlenme ve eğlenmesine uygun tabiat parçaları olarak ifade edilmiştir. Tabiat Anıtı; tabiat ve tabiat olaylarının meydana getirdiği özelliklere ve bilimsel değere sahip ve milli park esasları dâhilinde korunan tabiat parçaları olarak tanımlanmıştır (2863 s. Milli Parklar Kanunu; Kınacı, 2011).

1983 yılında yürürlüğe giren Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nda yer alan Kültür Varlıkları, Sit ve Ören Yeri kavramları ise tabiat varlıklarının yanında kültür varlıklarının da korunması için bir model oluşturmaktadır. Bu kanunda yer alan kültür varlıkları; tarih öncesi ve tarihi devirlere ait bilim, kültür,

din ve güzel sanatlarla ilgili bulunan, devirlere sosyal yaşama konu olmuş bilimsel ve kültürel açıdan özgün değer taşıyan yer üstünde, yer altında veya su altındaki bütün taşınır ve taşınmaz varlıklarını ifade etmektedir. Sit; tarih öncesi medeniyetlerin ürünü olup, yaşadıkları devirlerin sosyal, ekonomik, mimari ve benzeri özelliklerini yansıtan kent ve kent kalıntıları, kültür varlıklarının yoğun bulunduğu sosyal yaşama konu olmuş veya önemli tarihi hadiselerin cereyan ettiği yerler ve tespiti yapılmış tabiat özellikleri ile korunması gereken alanlar olarak tanımlanmıştır. Ören yeri; tarih öncesinden günümüze kadar gelen çeşitli uygarlıkların ürünü olup, topoğrafik olarak tanımlanabilecek yeterince belirgin ve bağdaşık (mütecanis) özelliklere sahip, aynı zamanda tarihsel, arkeolojik, sanatsal, bilimsel, sosyal veya teknik bakımdan dikkate değer, kısmen inşa edilmiş, insan emeği kültür varlıkları ile tabiat varlıklarının birleştiği alanlar olarak ifade edilmiştir (Kınacı, 2011).

### **2.2.3. Kültürel mirasın turizm amaçlı kullanımı**

Günümüzde kültürel mirasın korunması ve yönetilmesi konusunda, uluslararası örgütlerin aracılığıyla yaygınlaşan yöntemler geliştirilmiştir. ICOMOS veya WTO gibi örgütlerin, kültürel mirasın özellikle turizm amaçlı kullanılması sırasında karşılaşılabilecek olumlu ve olumsuz etkiler bir çatı altında değerlendirilebilmektedir. Dünyanın farklı bölgelerinde yapılan uygulamaların sonuçları, sürekli devinen bir bilgi birikiminin oluşmasını sağlamıştır. Tüzükler, yönetmelikler ve ilkelerin belirlenmesi gerçekleşmiş ve konunun özellikle koruma – kullanma ilişkisi bağlamında önemi artmıştır. UNESCO'ya ait bir kuruluş olan ICOMOS 1999 yılında yayımladığı bildiriye, miras alanlarında turizmin nasıl yönetilmesi gerektiği ile ilgili ilkeleri belirlemiştir. Miras turizminin kavramsal temellerini oluşturan bu ilke kararlar, uluslararası örgütlerin aracılığı ile yaygınlaşmış ve dünyanın farklı bölgelerinde yapılan uygulamaların sonuçlarının değerlendirilebileceği yeni bir zemin oluşturmuştur. İlkeler, turizm ile kültürel miras arasındaki etkileşimi tüm boyutları ile ele alarak daha iyi yönetilmesi konusunda ortak amaçları belirlemiştir. Her mirasın kendi koşulları doğrultusunda yönetilmesi gerektiğinden genel geçer bir yönetim planı hazırlamanın mümkün olması söz konusu değildir. Kavramsal olarak temel

oluşturacak ilkelerin genelde benimsenerek, bu ilkelerin gösterdiği amaçlar doğrultusunda bölgeye ve hatta çok küçük ölçekte alanlara çözümler getiren alan yönetimi anlayışının yerleştiği görülmektedir. İlkeler aynı zamanda ICOMOS'un miras ve turizm ilişkisinde gözlemlediği boyutları ortaya koymaktadır.

Turizm öncelikle mirasın deneyimlenmesi ve ziyaretçilerle ev sahibi topluluğun arasında yapıcı bir iletişim yaratmak için iyi bir fırsat olarak görülmüş, hem somut hem de soyut özelliklerin ve entelektüel bilgi birikiminin aktarılacağı bir araç olarak kullanılmıştır. Bu noktada miras kaynağının erişilebilir olması ve iyi anlaşılabilirliği hedeflenmiştir. Mirasın evrensel ve yerel değerinin anlaşılması ve aktarılmasında teknolojik gelişmelerin veya canlandırma gibi yeni tekniklerin etkili bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Bu noktada kamusal farkındalık ve ziyaretçilerin bilgi kaynağından öğrendikleri değerlerin çeşitliliği, yönetilmesi gereken ayrı bir alanı oluşturmaktadır. Konuya kavramsal temel oluşturan bir başka nokta ise turizm ile kültürel miras arasındaki ilişkinin dinamikliği ve sürdürülebilirliğidir. Etkileşimin, yerel halk üzerinde doğuracağı olumsuz etkiler bulunmakla birlikte ziyaretçilerin istekleri zamanla değişmektedir. Sürecin yönetilmesinde ortaya çıkan yeni çelişkilerin belirlenmesi gerekmektedir. Diğer bir anlatımla, bu dinamik etkileşimin ortaya çıkaracağı tehditlere karşı uygun çözümlerin geliştirilmesi dinamik bir araştırma ve sürekli bir bilgi ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Mirasın özgünlüğünün belirlenmesi ve teşhir edilmesinde araştırma önem arz etmektedir. Turizmin yaratacağı çekicilik her şeyden önce miras kaynağının iyi tahlil edilmesine bağlıdır. Turizmin, doğal veya kültürel miras kaynağında yaratacağı değişim ve kaynağın bu değişime uygunluğu, farklı disiplinlerin işbirliği ve bilgi paylaşımı ile mümkün olmaktadır.

Miras alanının ziyaretçilerin kullanımında etkili olabilmesi için ziyaretçi yönetimi gibi tekniklerle ziyaret rotalarının uygun şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Ziyaretçinin uygun süre ve hızda miras deneyiminin yaşaması ve bu deneyimden elde edecekleri planlanmalıdır. Özellikle, inanç merkezleri gibi kutsal yerlerin farklı kültürlerin arasında geliştireceği saygı miras ve turizm

ilişkinin yönetilmesinde bir amaç olarak yer almaktadır. Bu yolla saygıya teşvik edici bir unsur olarak turizm, mirasın kullanımında eğitici bir rol üstlenmektedir. Miras kaynağının turizm amaçlı kullanımında ilişkinin paydaşı konumundaki mülk sahiplerinin, mirasın yönetilmesi konusunda söz sahibi olmaları önem taşımaktadır. Uluslararası ölçekte belirlenen ilkeler, bu noktada farklı kültürlerde kutsal sayılan mirasın evrensel bir yaklaşımla herkesin kullanımına açılmasını desteklemekte ve erişimin kısıtlanmasına karşı çıkmaktadır. İhtiyaçların belirlenmesi ve mirasın yönetimi konusunda katılımcı yaklaşım teşvik edilmeye çalışılmaktadır.

Kültürel mirasın turizm amaçlı kullanımında belirlenen hedeflerden bir diğeri ise turizmin yerel halk üzerinde yaratacağı ekonomik, doğal ve kültürel faydadır. Koruma, eğitim ve istihdam bu faydaların önemli alt başlıklarını oluşturmaktadır. Mirasın yaratacağı gelirin kullanımında yerel halkın eşit faydalanması sağlanmalı ve kendi miraslarına olan ilgilerini arttırıcı bir rol üstlenmelidir. Bu yolla koruma anlayışının da yaygınlaşması ve benimsenmesi sağlanmış olacaktır. Bu noktada karşılaşılabilecek sorunların çözülmesinde yerel halktan gelecek çözümler, sürdürülebilirlik açısından daha etkili çözümler olarak görülmüştür. Turizm endüstrisinin mevsimlik dalgalanmasından kaynaklanan olumsuz etkilerde farklı miras alanlarının tanıtımıyla önlenebilecektir.

Turizmin olumlu ekonomik etkileri, kültürel mirasın korunmasında önemli bir koşul haline almıştır. Bu sebeple ekonomik etkilerin yönetilmesi, finansman kaynağının sağlanması, toplumun eğitilmesi, politikaların belirlenmesi ve kalkınmaya olan katkısıyla uluslararası örgütlerin ve akademik çalışmaların ilgi alanını oluşturmaktadır. Turizmin ve kültürel mirasın yönetilmesi sadece yapıcı etkiler yaratmak için değil aynı zamanda yıkıcı etkilerden korunmak için de gereklidir. İnsanların kendine doğru seyahat etmelerini sağlayan turizm çekicilikleri aşırı kullanım veya bilinçsizce yönetilmeleri sonucu olumsuz sonuçlar da doğurabilmektedir. Ev sahibi topluluğun kültürü veya ekolojik düzeni zarar görebilmektedir. Bu noktada kültürel mirasın bulunduğu yerdeki topluluk kültürel ve doğal düzeni korumaya yöneltilmeli ve turizm yarattığı motivasyon ve ekonomik fayda ile kalkınmaya katkı sağlamalıdır. Kültürel mirasın yönetilmesi,

miras bölgeleri için küçük ölçekli hazırlanan planların uygulanması ile mümkün olmaktadır. “Alan yönetimi” olarak isimlendirilen bu yönetsel araç, mirasın bulunduğu bölgenin gerek fiziksel gerekse idare sınırlarının belirlenmesinden başlayarak, mirasın etkileşim içinde olduğu birçok konuda optimum faydayı sağlayarak kullanılmasını gerçekleştirir. Politik, iktisadi, sosyal, kültürel, eğitimsel, ekolojik ve estetik boyutlarıyla turizm ile mirasın etkileşimi konusunda ortaya çıkan fırsat ve tehditler, alan yönetimi aracılığı ile daha iyi tahlil edilebilmekte ve yönetilebilmektedir.

### 3. Alan Yazın

#### 3.1. Model Oluşturma

##### 3.1.1. Turizmde kullanılan kültürel miras modelleri

Son yıllarda kitle turizminin artmasıyla birlikte turizmin olumsuz etkileri de artmıştır. Bu etkiler çevresel, ekonomik veya sosyolojik olabilmektedir. Özellikle, kırsal bölgelerde belirginleşen bu olumsuz etkilerin planlama yoluyla önceden tespit edilerek minimum düzeye indirilmesi mümkün olabilir. Ekonomik ve sosyal gelişimde turizmin lokomotif olduğu kırsal bölgelerde ise yerel halkın turizme karşı tutumları ölçülebilmektedir. Harrill ve Potts'a (2003) göre kırsal bölgelerde bulunan tarihi yerler turistik çekicilik oluştururlar ancak bu etkilere kıyasla turizm hareketi sonucunda oluşan ekonomik, kültürel ve toplumsal olumsuz etkilerin ağır bastığına işaret edilmektedir. Özellikle, turizm aracılığıyla ekonomik bir kaynağa dönüşen kültürel varlıklar, metalaşarak turizm endüstrisinin vazgeçilmez bir ürünü konumuna gelmiştir. Bu ürün kültürel miras olma yanında, aynı zamanda bir yerel destinasyondur. Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) yaptığı tanımda yerel bir destinasyon; “...destek hizmetleri, çekicilikleri ve turizm kaynakları gibi ürünleri içeren fiziksel bir mekândır. Yerel destinasyonlar çoğunlukla yöre halkının kapsayan çeşitli paydaşları birleştirir ve daha geniş destinasyonlar oluşturmak üzere kümelenebilir ve ağ oluşturabilir. Turizm için destinasyonun kendi başına bir ürün olarak algılanması söz

*konusudur...*” (Küçükaltan, 2010). Bir başka anlatımla destinasyonun ortak bir değeri ifade etmesi ve içsel öğelerinin anlamlı bir bütün oluşturması söz konusudur (Yavuz, 2007). Özdemir’e (2008) göre destinasyon; turizm çekicilikleri, turizm işletmeleri, yerel halk ve yerel yönetimin bütününden oluşan karmaşık yapısı nedeniyle benzersiz olma özelliği taşımaktadır. Yine bu nedenle, destinasyonda bulunan bireysel işletmelerin, devlet kurumlarının, belediyelerin ve yerel halkın ortak amaç doğrultusunda birlikte hareket etmesi gerekmektedir. Destinasyonlar yerel, bölgesel ve ulusal bağlamda yapılabilir ve çoklu satışa uygundur. Aynı fiziksel alan, pek çok farklı tüketici grubuna, farklı nitelikleri esas alınarak pek çok kez satılabilir. Örneğin, bir tarihi kent aynı zamanda alışveriş kenti, spor kenti ya da başka kapsamda bir kent olarak değerlendirilerek farklı ya da aynı tüketicilere satılabilir. Yapılan araştırmalar sonucunda yerel halk, turizm yatırımcıları ve bölgeye gelen turistler arasındaki ilişki incelenmiş ve elde edilen bulgular sonucunda birbirinden farklı “Turizm Gelişim Modelleri” oluşturulmuştur.

Kültürel miras turizminin gelişimi ile ilgili çalışmalarda araştırmacılar, öncelikle miras turizminin tanımlanması ile ilgilenmişlerdir. Bu bağlamda ortaya atılan tanımların içeriğine göre hem yapılan çalışmaların hem de konuya getirilen bakış açılarının bir kategorizasyonu yapılabilmektedir. Apostolakis (2003), çalışmasında iki farklı grup araştırmacı olduğunu savunmuştur. Bunlardan birincisini “tanımlayıcı grup” olarak nitelendirmiştir. Bu grup arasında yer alan çalışmalar (Millar, 1984; Law, 1992; Jemieson, 1993; Ashworth ve Larkham, 1994; Nuryanti, 1996; Garrod ve Fyall, 2001) kültürel mirasın maddi bileşenlerinin yarattığı çekiciliği incelemişlerdir. Bu çekicilikler arasında; sanat eserleri, başyapıtlar ve eski eserler yer almaktadır. Bu grupta yer alan araştırmacılar somut mirasa, gelenek, dil ve folklor gibi soyut mirasta bulunan unsurlardan daha çok ağırlık vermişlerdir. Aynı grupta yer alan araştırmacılar, miras turizminin çekiciliklerini birincil ve onları genişleten öğelerin ise ikincil bir grup olduğunu savunarak konuyu bu yaklaşım ışığında değerlendirilmişlerdir. İkinci grupta yer alan araştırmacılar (Silberberg, 1995; Richards, 1996; Dahles, 1998; Prideaux ve Kinimont, 1999; Moscardo, 2001; Poria vd., 2001) ise konuya getirdikleri tanımlardan yola çıkılarak “deneyimsel grup” olarak

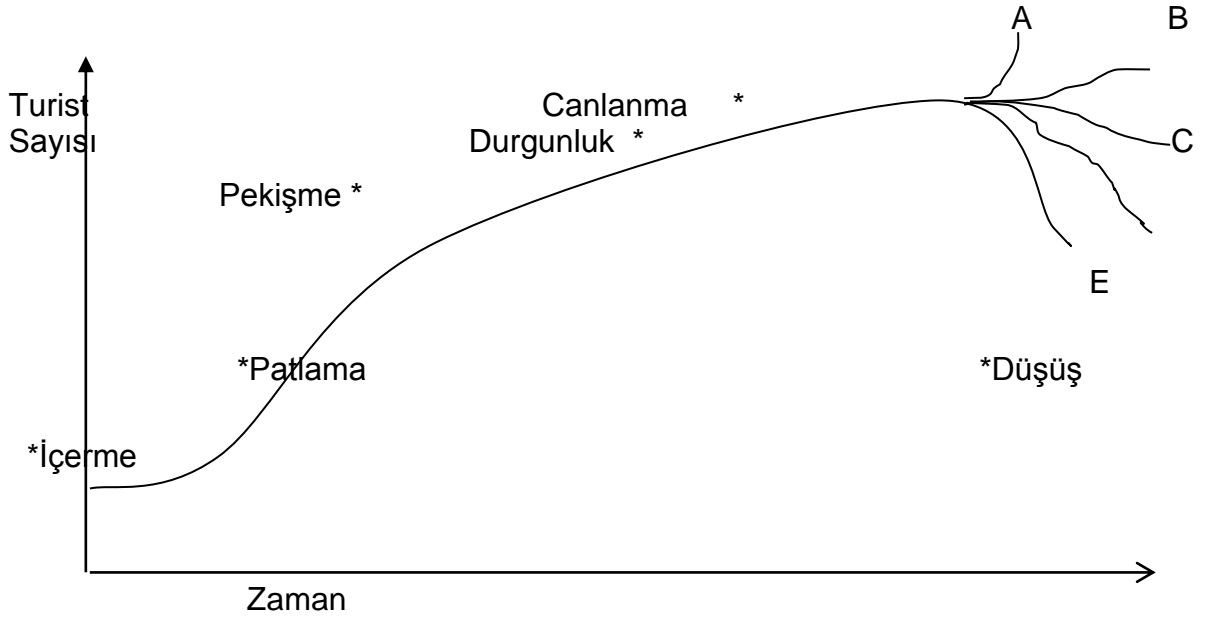
adlandırılmışlardır. Bu grupta yer alan araştırmacılar, miras turistinin deneyimlediği destinasyona ağırlık vererek kaynak ve turist arasındaki ilişkiyi ön planda tutan bir bakış açısı geliştirmişlerdir. Turistlerin miras alanlarındaki algıları ve motivasyonları ile ilgili araştırmalarda miras ile turist etkileşimi ile ilgili süreç ele alınmıştır. Her iki bakış açısında da kültürel miras bir turistik ürüne dönüşmektedir.

Otantiklik arayışındaki turistleri konu olarak ele alan çalışmalarda ortak olan nokta ise kültürel mirası ve kültürel mirasın turistini arz-talep yönüyle ele alınmalarıdır. Kültürel mirasın metalaşması sürecinde pazarlama çalışmaları incelendiğinde de benzer bir durum söz konusudur. Destinasyon ölçeğinde kültürel mirasın pazar değeri, bir başka anlatımla emtia değeri üzerinde durulmaktadır. Mevcut mirasın ekonomik değerini hesaplamak için kullanılan bazı modeller bulunmaktadır. Koruma ve teşhir konusunda dengenin sağlanması, kültürel mirasın yönetilmesinde etkin bir rol oynamaktadır. Mirasın aşırı ziyaretçi nedeniyle onarılamayacak zararlar görmesi söz konusudur. Bu risk, hem koruma düşüncesine hem de sürdürülebilir turizm anlayışına ters düşmektedir. Bu nedenle, kültürel miras turizminin çekirdeği konumundaki mirasın, dünyanın en büyük endüstrileri arasında yer alan turizm endüstrisi ile ilişkisi özellikle planlanmalıdır. Kültürel mirasın, turizm yoluyla sergilenmesinde ya da bu alanda kullanımında alan yazında da yer alan farklı modeller bulunmaktadır.

### 3.1.1.1. *Yaşam döngüsü modeli*

Bu modelde; yerel halkın ve ekonominin destinasyonun yaşam döngüsü üzerinde önemli bir etkisi olduğu ifade edilmiştir. Turizmin özellikle ekonomik etkisi başlangıçta yerel halk tarafından olumlu karşılanırken daha sonraları bu olumlu ekonomik etkilerin beklentileri karşılamasına rağmen oluşan sosyal ve doğal olumsuz etkiler, yerel halkın turizme kuşku duymalarına neden olmuştur (Vanderwerf, 2008; Altıntaş, 2010). Yaşam döngüsü modeli, destinasyonu canlı bir varlık olarak ele almakta ve kimliğini oluşturan bileşenlerin gelişmesi doğrultusunda destinasyonun yaşamı sona ermekte veya yeniden popüler olmaktadır.





Şekil 4. Yaşam Döngüsü Modeli

Modele göre bir destinasyonun yaşam döngüsünde ilk aşama olan *patlama* dönemi, turist sayısının az olduğu ve kamu faaliyetlerinin henüz olmadığı bir süreçtir. Doğal ve fiziksel özellikler ziyaretçiler tarafından etkileyici bulunmuşlardır. İkinci aşama olan *içerme* aşamasında ise gelişen turizm endüstrisi ile yerel halk arasında sınırlı etkileşim bulunmaktadır. Destinasyon belirli bir pazar alanına sahiptir. *Gelişme* aşamasında, tanıtım çabalarının artmasıyla birlikte bölge için yüksek sezonda gelen turist sayısı, yerel halkın nüfusundan fazla olmaya başlamıştır. Turist ile ticaret daha kontrollü sağlanmaktadır. *Pekiştirme* döneminde ise turizm, bölge ekonomisinde önemli bir konuma ulaşmış ve daha iyi organize olan bölge ve iş alanları şekillenmiştir. Bu dönemde turizmin zarar verici olumsuz etkileri ise fark edilmekte fakat geri plana atılmaktadır. Bölge için turizm sezonunun yerel çabalarla uzatılmaya çalışıldığı tespit edilmiştir. *Durgunluk* döneminde ise turist sayısının en üst seviyeye ulaşması ve sağlam bir destinasyon imajına sahip olması söz konusudur. Konaklama sektörü gerileme sürecine girerken gayrimenkuller yüksek oranda prim yapmaktadır. *Durgunluk sonrası* olarak adlandırılan son dönemde ise iyileşme veya düşüş yönünde olmak üzere beş farklı yönelim gözlemlenmiştir. Destinasyon yaşam döngüsünün önemli bir dönüm noktası

olan bu evrede, bölgesel otoritelerin aldığı yönetim kararlarının başarısı belirleyicidir.

Yaşam döngüsü modeli gelişmiş veya gelişmekte olan bir destinasyonun gelişim sürecini yansıtmaktadır. Destinasyonların geleceğini tahmin etme veya mevcut durumlarını değerlendirmede kullanmak için uygun olabilir. Fakat yeni bir destinasyonun oluşturulması için kullanılması gereken model bu modelden farklı olmalıdır. Bu sebeple bu satırların yazarı tarafından, araştırma için uygun model olarak değerlendirilmemiştir.

### 3.1.1.2. Kızgınlık Modeli<sup>9</sup>

Doxey'in "Irridex" (irritationindex- kızgınlık göstergesi) olarak bilinen modelinde, bir destinasyondaki ev sahibi topluluk ile turistlerin etkileşimini incelenmiş ortaya çıkan etkileşimin gelişimi açıklanmaya çalışılmıştır (Duran ve Özkul, 2012). Modelin ortaya koyduğu süreç aşağıda ifade edilmiştir.

Tablo 5. Kızgınlık Modeli

Hoşnutluk (Euphoria)	Hoş karşılama, az resmiyet Ziyaretçiler hoşgörülüdür ve kısıtlı planlama söz konusudur.
Apati (Apathy- İlgisizlik)	Alışma, temasın ticarileşmesi Ziyaretçilere kesin gelecek gözüyle bakılarak, ilişkinin daha resmi olduğu gözlemlenmiştir.
Rahatsızlık (Annoyance/ Irritation)	Endişe, altyapıyı iyileştirme çabaları Doygunluk bir bakış açısı olarak yer almakta ve yerel halk kaygı taşımaktadır. Planlamacıların büyümeyi kontrol etmekten ziyade altyapı olanaklarını geliştirme yoluyla kontrolü sağladıkları aşamadır.
Düşmanlık (Antagonism)	Saldırganlık, turist akışını kesme girişimleri Kızgınlığın açık ifade edilmesi, bölgenin kötüleşen izlenimini dengelemek için planlamanın iyileştirici etkisinin artırılması söz konusudur.

<sup>9</sup> Terimin Türkçe'si için " Duran, E., Özkul, E. (2012). Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Tutumları: Akçakoca Örneği Üzerinden bir Yapısal Model. International Journal of Human Sciences [Online]. (9)2, 500-520" isimli çalışmadan yararlanılmıştır.

Doxey'in modeline göre topluluğun turizme karşı olan tutumu, turizmin olumsuz etkilerinin olumlu etkilerinin önüne geçmesiyle birlikte kötüleşmiştir. İstihdam olanaklarının artması ve ekonomik faydanın ön planda olduğu ilk aşamada turistler ile yerel halk dostane ilişki içerisindeydi. Daha sonra yerel halkın turistlerle olan ilişkisine ticari fayda ağırlıklı bakması ve turistlerin yerel halk kültürü üzerinde yarattığı değişim rahatsızlık ve endişe uyandırmaktadır. Turist sayısının artması ile birlikte düşmanlık ortaya çıkmakta ve toplumsal stres son aşamada düşmanlığa dönüşmektedir (Demiroğlu ve İzgi, 2007; Vanderwerf, 2008). Oluşan düşmanlığın engellenmesi ve turizmin planlı bir şekilde minimum olumsuz etki yaratması için, çözümler geliştirilmeli ve özellikle yerel yönetimler tarafından içselleştirilmelidir.

Kızgınlık modeli özellikle yerel halkın turizme tepkisinin söz konusu olduğu bölgeler için kullanılmaktadır. Yerel topluluk ve turist arasındaki etkileşim, modelin araştırma konusu olduğu için bu modelin uygulanacağı bölgede turizm etkinliğinin var olması koşulu söz konusudur. Yeni bir destinasyon oluşturmada kullanılacak modelin, var olan etkileşimi ölçmekten ziyade etkileşim yaratmayı sağlaması gerekmektedir. Bu sebeple çalışma için uygun model olarak değerlendirilmemiştir.

### **3.1.1.3. Yaraticı yıkım modeli**

Mitchell 1998 yılında yaptığı araştırmasında, turizmin gelişimini anlamak için Schumpeter'in (1942) ortaya attığı ve Harvey'in (1987) geliştirdiği *Yaraticı Yıkım* modelini turizme uyarlamıştır. Mitchell (1998) modelde, girişimcilerin kırsal bölgelerdeki mirasın yaratılması ve satılmasına yatırım yaparak miras turizmi ve alışveriş için destinasyonların üretildiğini savunmaktadır. Sağlıklı ve mutlu bir yaşamı temsil eden kırsal yaşamın yok olmasıyla sonuçlanan süreçte, kâr elde eden girişimcinin yatırımlarıyla birlikte turist sayısının artacağı savunulmaktadır. Ziyaretçi sayısındaki artış, olumsuz etkiler, metalaşma ve yerel halkın turizme olan tutumlarında olumsuzluk söz konusudur (Vanderwerf, 2008). Mitchell (2001) kırsal yaşama ait düşüncenin metalaşmasının iki faktör doğrultusunda anlaşılabilirliğini savunmaktadır. Birinci faktör 1970 sonrası şehirleşmenin bir sonucu olarak, şehirde yaşayan insanların kırsal yaşama duydukları ilgi ve ikinci

olarak girişimcilerin, tüketicilerin kırsal yaşamı deneyimleme ihtiyacı doğrultusunda, kırsal alanlara yönelmesidir. Girişimcilerin de kırsal bölgelere yönelmesi, turizm faaliyetlerinin kırsal bölgelere yayılması sonucunu doğurmuş ve kırsal bölgelerde özellikle kültürel mirasın metalaşması ile sonuçlanan süreci başlatmıştır. Mitchell (2001) çalışmasında, kültürel mirasın metalaşması sürecini iktisadi teoriler ile birleştirerek metalaşma sürecinin aşamalarını araştırmıştır.

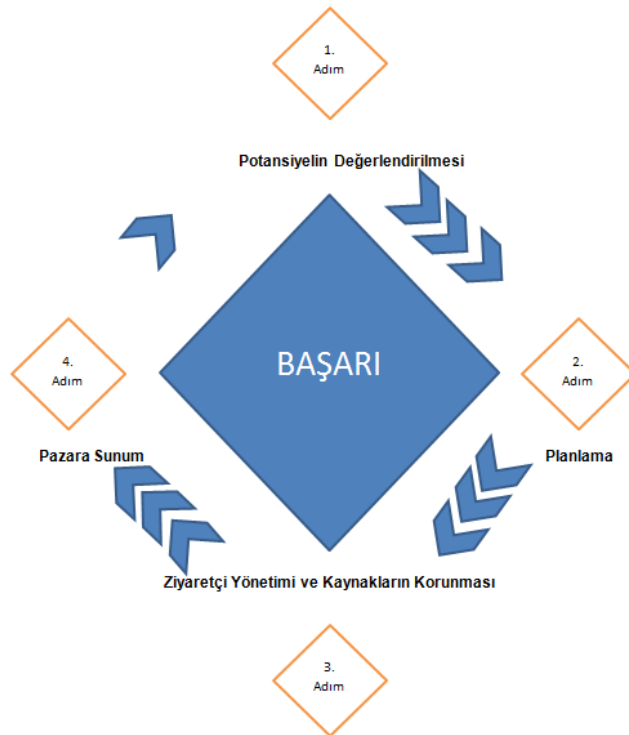
Modelde, kültürel mirasın bir turistik çekiciliğe dönüşmesi sürecinde koruma ile metalaşma arasında bir ters orantı görülmektedir. Mirasın turistik ürüne dönüşmesi ile ilişkili olarak bazı mirasların koruma gereksinimleri ile mirası ziyaret eden turist sayısı arasında ters orantı olması gerekmektedir (duCros, 2001). Mirasın durumuna ve hassaslığına göre ziyaretçi çekmesi engellenebilmekte veya potansiyeli ortaya çıkarılarak optimum sayıda ziyaretçi ile buluşması sağlanabilmektedir.

Alan yazında yer alan çalışmalarda modelin uygulandığı yerler birbirlerinden farklı aşamaları işaret etmiştir. St. Jacob (Mitchell, 1998), Niagara on Lake (Mitchell, Atkinson ve Clark, 2001), Elora, Ontario (Mitchell ve Coghill, 2000) modelin uygulandığı destinasyonlar olarak ifade edilmiştir. Asya kıtasında Çin’de de uygulanan model, uluslararası kıyaslama yapmaya imkân kılmış ve böylelikle modelin farklı destinasyonlar için kullanılabileceği de kabul edilmiştir. 2009 yılında ilk uygulanan destinasyon olan Ontario’da yeniden uygulanarak revize edilen modele, ilk aşama olarak koruma veya kâr sağlayanların aktif olmadığı, az sayıda turistin bulunduğu ve turizme karşı olumlu tutumun bulunduğu “metalaşma öncesi” dönem eklenmiştir. Modelin motivasyonel iticilerinin ise kâr, koruma ve tutundurma olduğu ileri sürülmüştür (Mitchell, 2001).

Yaratıcı yıkım modeli, turizm etkinliğinin ve özellikle kültür turizminin kültür üzerindeki etkisini belirlemektedir. Metalaşan kültürün metalaşma süreci ve metalaşma nedenlerini belirlemek için ideal olabilir fakat mevcut kültürün bir turizm ürününe dönüştürülmesi ile bağdaşmamaktadır. Bu sebeple çalışmada kullanılmamıştır.

### 3.1.1.4. Dört Adım Modeli

Amerika Birleşik Devletleri'nde; Indiana, Tennessee, Texas ve Wisconsin eyaletlerinde uygulanan bir program doğrultusunda *dört adım modeli* olarak ifade edilen bir model geliştirilmiştir. 1990-1993 yılları arasında tarihi bölgelerde miras turizminin geliştirilmesi amacıyla 16 şehirde pilot uygulama yapılmış ve kazanılan deneyimler başka şehirler için de uygulanabilmesi için bir model altında toplanmıştır<sup>10</sup>. Birinci adımda potansiyelin değerlendirilmesi, ikinci adımda planlama ve organizasyonun yapılması, üçüncü adımda ziyaretçi yönetimi, kültürel, tarihi ve doğal kaynakların korunması ve dördüncü adımda ise pazara sunumu ifade eden dört adım modeli, otantiklik gibi konuları kapsamadığı için eleştirilmiş fakat uygulanabilirliğinin kolay olması sebebi ile olumlu olarak değerlendirilmiştir (Bahçe, 2009). Modele bir eleştiri de Bernick'den (2012) gelmiştir. Yazar, modelin tüm paydaşları kapsamadığını ve bu sebeple her dört adımda belirlenen paydaşların dışında kalan unsurların plana etki edememelerini eleştirmiştir.



Şekil 5. Dört Adım Modeli

<sup>10</sup> www.culturalheritagetourism.org, 2012.

National Trust for Historic Preservation (NTHP) kuruluşunun ortaya koyduğu modelin birbirini takip eden dört adımda başarıya ulaşılabilirliğini öne sürmektedir. Bu adımlar aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

**Potansiyelin Belirlenmesi:** Modelin birinci adımında potansiyelin değerlendirilmesi beş alt başlıkta değerlendirilmiştir. Bu alt başlıklar; çekicilikler, ziyaretçi hizmetleri, organizasyonel kapasite, koruma ve pazarlama potansiyelini kapsamaktadır. NTHP her bölgenin kendine özgü çekicilikleri olduğunu savunmakta ve her destinasyonun bu çekicilikleri önem sırasına göre kategorize etmesini önermektedir. Böylelikle model kendine özgü koşulları sebebiyle birbirinden farklılık gösteren destinasyonlarda bile uygulanabilmektedir. Miras turizmini yönetmek isteyen destinasyonlar; tarihi, arkeolojik, doğal, soyut bir mirasa ya da birden fazlasına sahip olabilirler. Hangi miras türünün ön plana çıkarılacağı kararlaştırılırken, çekiciliğe daha önce gelen turistler veya çekiciliğin pazara sunulma koşulları değerlendirilebilir. Ziyaretçi hizmetleri için gerekli olan; konaklama, yiyecek ve içecek hizmetleri, ulaşım olanakları, alış-veriş olanakları ve altyapı sağlanmalıdır. Organizasyon kapasitesi ise yeni bir turizm projesi için gerekli olan kaynakların bulunmasını ifade etmektedir. Bir başka anlatımla, insan kaynağı, organizasyon potansiyeli ve finansman kaynakları bu başlık altında değerlendirilmiştir. Koruma alt başlığı ise mirasın; tarihi, kültürel ve doğal değerinin korunmasını ifade etmektedir. Bölgenin önceden yapılmış koruma ve kullanım planları bu kapsama örnek olarak verilmiştir. Pazarlama ise önceki alt başlıklardan daha fazla boyut ve bileşene sahiptir. Bölgeye gelenlerin demografik özelliklerinin belirlenmesi ve tutundurma araç- gereçleri gibi birçok konuyu kapsamaktadır<sup>11</sup>.

**Planlama ve Organizasyon:** İnsan kaynağının ve finansal kaynakların planlı kullanımı, kültürel miras turizminin sürdürülebilir başarısını sağlamak için gereklidir. İnsan kaynağının kullanımı; yerel iş adamlarının, bankacıların, seyahat endüstrisinde çalışan insanların, konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri sahipleri gibi örnekleri işaret etmektedir. Kültürel mirasın finanse edilmesi, planlama ve organizasyon aşamasının en zorlu bölümünü

<sup>11</sup> <http://www.culturalheritagetourism.org/fourSteps.htm>

oluşturmaktadır. Sorunun çok boyutlu olması cevabın da birçok bileşenden meydana gelmesi sonucunu doğurmaktadır. Uzun soluklu bir destek bulmak için gereken ilk şey, ihtiyaçların doğru tespiti ve kaynağın kullanım planının sağlanmasıdır. Bağışlar, resmi fonlar, özel fonlar, kuruluş ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar ve bireysel üyeler, finansal kaynaklar kapsamında değerlendirilmiştir. Yerel, bölgesel ve ulusal finansman kaynakları da bu gruba eklenmektedir.

Üçüncü adım hazırlama, koruma ve yönetme alt aşamalarından oluşmaktadır. Modelin üçüncü adımında bahsi geçen hazırlanma, miras alanın ziyaretçi için hazırlanmasını ifade etmektedir. Kurulacak olan müzeler, bu hazırlığa örnek teşkil ederler. Bu adımdaki önemli noktalardan biri de “Teşhir” dir. Teşhir/sunum, en basit tanımıyla miras ile ziyaretçinin buluşmasını ve ziyaretçinin mirası deneyimlemesini ifade etmektedir. Bölgenin tarihi ve kültürel değerlerinin ziyaretçi ile buluşması ve ziyaretçinin duygusal bir tepki vermesi sağlanmalıdır. Tabelalar, broşürler, haritalar, videolar, rehber kitaplar, rehberler, canlı tarih ve sergiler bu kapsamda değerlendirilmektedir. Duygusal olarak ziyaretçi ile buluşan miras, ardından fiziksel olarak da ziyaretçi ile buluşmalıdır.

Dördüncü adım, pazarlama aşamasını oluşturmaktadır. Başarıya ulaşmak için çok yıllık pazarlama planlarının bulunması gerekliliğine vurgu yapılmıştır. Tüm paydaşların hedef pazara ulaşmak için olanakları değerlendirmesini ifade etmektedir. Pazarlama planının dört bileşeni bulunmaktadır. Bunlar; halkla ilişkiler, reklam, grafik malzemeler ve tutundurma olarak ifade edilmiştir.

Dört adım modeli özellikle son yıllarda uygulanan modeller arasında olması ile diğer modellerden ayrılmaktadır. Pilot uygulamalarla modelin işleyişi test edilmiş ve daha sonra hem Amerika Birleşik Devletlerinde hem de dünyanın farklı bölgelerinde uygulanmaya başlamıştır. Yapılan çalışmalarda modelin geliştirilmesi için özellikle yönetsel paydaşların görüşlerine önem verilmiş ve model hem ülkede hem de dünya genelinde yerel yönetimlere önerilmiştir. Model farklı büyüklükte ve ölçekte şehirlere ve topluluklara başarı ile uygulanmıştır (Bernick, 2012).

### 3.1.1.5. Beş PrensiP

Beş prensip, NHTP'nin uyguladığı pilot çalışmayı ve sonrasında geliştirilmiş prensipleri ifade etmektedir. Miras turizminde başarıya ulaşmak için sadece modelin değil, genel bir zemin oluşturacak prensiplerinde geliştirilmesi ihtiyacı doğmuştur. İşbirliği, bulma ve uyum sağlama, miras alanlarını ve programları hayata geçirme, kalite ve otantikliğe odaklanma ve koruma olarak beş prensip ifade edilmiştir<sup>12</sup>.

Miras turizminde başarıya ulaşmak için işbirliği şarttır. Bunun nedeni turizm talebini karşılamak için hiçbir zaman tek bir turizm arzının başarılı olamayacağıdır. Turizm ürününün karışık yapısı göz önüne alındığında birden çok paydaşın başarılı bir şekilde koordinasyonu gerekmektedir. NHTP tarafından; politik liderler, iş liderleri, tur operatörleri, sanatçılar, konaklama işletmeleri ve başka birçok grup işbirliği yapması gerek paydaşlar olarak ifade edilmiştir. İşbirliğinin bölgesel olması durumunda ise faydaları artmaktadır. Pazara ortak tutum sergilemek, finansal kaynakların bir havuzdan ortak kullanılması, koruma ve pazarlama çalışmalarının birlikte sürdürülmesi başarıyı etkileyen faktörler olarak değerlendirilmiştir.

Miras turistinin farklı ve diğerlerinden değişik çekicilikler araması söz konusudur. Aynı zamanda bölgelerinde farklı koşulları ve ihtiyaçları bulunmaktadır. Bu çeşitlilik arasında yöneticiler miras turizminde başarıya ulaşmak istiyorlarsa, farklı ihtiyaçları bulmak ve uyum sağlamak zorundadırlar. Uyum zorunluluğu ise yerel döngünün turizmle bütünleşip bütünleşemeyeceği ile ilgilidir. Bunun anlaşılması için yerel halkın turizme karşı tutumu analiz edilmeli ve gelişen turizmin halkın yaşam döngüsü içerisinde uyumu sağlanmalıdır.

Miras alanlarını yeniden canlandırma yolu ile ziyaretçilere yaşatmak ve buna yönelik programlar oluşturmak gerekmektedir. Ziyaretçiler için sadece tarih ve isimlerden oluşan geçmiş akılda kalıcı olmamaktadır. Ziyaretçinin beş duyusuna

<sup>12</sup> <http://www.culturalheritagetourism.org/fiveprinciples.html>



hitap etmenin önemine vurgu yapılmıştır. NHTP nin araştırmalarına göre bir ziyaretçi; %10 ne duyduğunu, %30 ne okuduğunu, %50 ne gördüğünü ve %90 ne yaşadığını hatırlamaktadır. Bu sebeple ziyaretçinin deneyimlediği şeye yatırım yapmak gerekmektedir ve bu doğrultuda çalışmalar yapılmalıdır.

Bir yeri diğerinden ayıran en önemli özellik o yerin tarihidir. Bir başka anlatımla gerçek tarihi yansıtmak ve doğru anlatımlarla desteklemek gerekmektedir. Otantiklik olarak ifade edilen mirasın özgünlüğü ise miras turizmi için vazgeçilmez bir değer olarak yer almaktadır. Gerçek hikaye destinasyona değer katar ve onun ünik olmasını sağlar. Otantiklik ve kaliteye odaklanmak miras turizminde başarıyı sağlamaktadır.

Genellikle koruma için alınan önlemler aynı zamanda mirasın ziyaretçi ile bütünleşmesini de engelleyen önlemlerdir. Diğer taraftan koruma çözümleri kısa vadeli olup yüksek maliyet gerektirirler. Miras turizminde başarıya ulaşmak için uzun soluklu bir planlama yapmak ise mirası uzun süre korumanızı ve ziyaretçiyle bütünleştirmenizi gerektirmektedir. Taşınamayan mirasın korunmasında karşılaşılan zorluklar, mirasın yerinde uzun süre korunması ile ilgili bir prensip oluşmasını sağlamıştır. Benzer bir durum soyut kültürel miras veya gelenekler için de geçerlidir. Bunun yapılabilmesi için de; peyzaj, anıtlar, özel yerler veya eşyaların korunması gerekmektedir. Her iki miras çeşidinin de korunması ve uzun süre kullanılması için koruma prensiplerinin uygulanması gerekmektedir.

### **3.1.1.6. Kırsal gelişimde kültürel miras turizmi modeli**

Bahçe (2009), dört adım modelinden yola çıkarak hazırladığı çalışmasında, yeni bir model ortaya atmıştır. *Birinci aşama* (hazırlık aşaması); yönetsel paydaşların koordinasyonunu kapsamaktadır. Modelin uygulanacağı bölgenin siyasi liderleri, yerel yöneticiler, iş dünyasından temsilciler, sivil toplum örgütlerinin temsilcileri, doğal ve kültürel kaynakların kullanıcıları, turizm profesyonelleri, sosyologlar, proje uzmanları ve hükümet temsilcilerinden oluşturulacak bir komitenin zorunluluğuna vurgu yapmaktadır.

*İkinci aşama* (mevcut potansiyelin değerlendirilmesi ve SWOT analizinin yapılması); bir ürün olarak ortaya konulabilecek soyut ve somut unsurların belirlenmesi ve yasal düzenlemelerin yapılması önerilerini içermektedir. *Üçüncü aşama* (planlama ve organizasyon); potansiyelin belirlenmesi ve SWOT analizini yapılmasından sonra ulusal gelişim planlarına paralel olarak yerel master planın hazırlanması sürecini ifade etmektedir. Çekirdek ürünün kararlaştırılmasından sonra bütçe, gelişim süreci, sorumluluk sahiplerinin belirlenmesi, kaynak kullanımı ve temel ilkeler konularında kararlar alınması gerekmektedir.

*Dördüncü aşama*; mirasın bir imajın simgesi olduğu düşüncesinden yola çıkarak, ziyaretçiler için etkili bir imaj yaratılmasını ifade etmektedir. Turistik ürüne dönüşen kültürel mirasın bir öyküyü anlatması, kültürel bir değeri canlandırması ve ziyaretçiyi deneyime dahil etmesi, ziyaretçinin ilgisini çekmesi, kalite odaklı olması ve otantiklik duygusunu yaratması beklenmektedir. Bu aşamada yerel halkın turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinden haberdar olması sağlanarak, nasıl önlem alınması gerektiği konusunda bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

*Beşinci aşama*; planın uygulanması sırasında yerel halka eğitim verilmesinin önerildiği aşamadır. Yerel halka sadece turizmin oluşturabileceği olumsuzluklar değil aynı zamanda koruma - kullanma ilişkisi anlatılmalıdır. Niş pazarlara ulaşılması gerektiği ve kitle turizmine maruz kalmamasına vurgu yapılmıştır. *Altıncı ve son aşama*, sürecin kontrol edilmesi ve izlenmesini kapsamaktadır. Süreç içerisinde fazla kapasite kullanımı gibi olumsuzluklar oluşunca müdahale edilmeli ve süreç dikkatlice izlenmelidir.

### **3.1.1.7. Thompson'un dört adım modeli**

NTHP'nin dört adım modeline alternatif olarak Matthew Thompson'un 1998 yılında geliştirdiği model; envanter çalışmaları, değerlendirme, strateji oluşturma ve uygulama adımlarından oluşmaktadır. Birinci adımda mevcut olan turizm çekiciliklerinin belirlenmesi söz konusudur. İkinci adımda ise bütün miras alanları, etkinlikler ve hizmetler, mevcut turizm pazarındaki boşlukları ortaya

çıkarmak şekilde değerlendirilmektedir. Modelin üçüncü adımı, politikardan altyapı ve fonlamaya kadar bütün projeleri içerecek bir stratejinin oluşturulmasını ifade etmektedir. Dördüncü adım, projelerin başlamasını ve toplum tarafından onaylanmasını kapsamaktadır. Bernick (2012), Thompson (1998)'den elde ettiği bilgiler Tablo 6 da verilmektedir.

*Tablo 6. Thompson'un Dört Adım Modeli*

Birinci Adım (Envanter)	Mevcut çekiciliklerin değerlendirilmesi, kültürel miras kapasitesinin belirlenmesi
İkinci Adım (Değerlendirme)	Mevcut çekiciliklerin destinasyon için değerinin değerlendirilmesi, destinasyonun olanaklarındaki boşlukların tahlil edilmesi
Üçüncü Adım (Strateji Oluşturma)	Boşlukları dolduracak yeni ürünlerin geliştirilmesi, yönetim modelleri ve stratejilerin oluşturulması
Dördüncü Adım (Uygulama)	Toplumun tam onayının alınması ve projeye başlanması

Her iki dört adım modelinin de esnek uygulama alanının olması ve hemen hemen her durumda kullanılabilmesi olumlu bir özellik olarak görülürken, turizm endüstrisinin ünük ihtiyaçlarının etkili olarak karşılayamadığı öne sürülmüştür (Bernick, 2012).

Butler'ın (1982) Yaşam Döngüsü Modeli, Doxey'in (1975) Kızgınlık İndeksi Modeli ve Mitchell'in (1998) turizme uyarladığı Yaratıcı Yıkım modeli, turizmin hali hazırda turizm etkinliğinin gelişmiş olduğu bölgelerde uygulanabilir. Yeni bir kültürel miras turizmi desitnasyonu oluşturmak ve geliştirmek için ise NTHP tarafından (1990-1993) Dört Adım Modeli, Thompson (1998) tarafından aynı isimli Dört Adım Modeli veya Bahçe (2009) tarafından kırsal gelişimde kültürel miras turizmi gibi modeller üzerinde çalışılmaktadır.

### **3.1.1.8. Kültürel miras turizminde başarı faktörleri**

Kültürel mirasın turizm amaçlı kullanılmasında birtakım başarı faktörleri bulunmaktadır. Bu faktörler Boyd (2002) tarafından oluşturulmuş ve diğer

araştırmacılar (Cass ve Jahrig, 1998; Prideaux, 2002; Rypkema, 2001'den aktaran Justice, 2006) tarafından desteklenmiştir. *Otantiklik, kaynakları koruma, öğrenme, işbirliği ve ulaşılabilirlik olarak ortaya konan faktörler*, bir kültürel miras destinasyonunun oluşturulması ve yönetilmesinde temel unsurlar olarak görülmüştür (Justice, 2006).

*Otantiklik veya özgünlük*: Kültürel mirasın ziyaretçiye teşhirinde mirasın algılanmasını sağlayan unsurdur. Yeniden canlandırma veya var olan mirasın kendi dönemindeki koşulları ile sergilenmesi, ziyaretçiler ile kültürel miras arasındaki iletişimin temelini oluşturmaktadır. Timothy ve Boyd (2003) turistin mirası deneyimlemesini sağlayan otantiklik ve yeniden canlandırmanın, turistin bölgede daha uzun süre kalmasını sağladığını ileri sürmüşlerdir. Justice (2006) ise otantikliğin kültürel miras turizminin merkezinde olduğunu ifade ederek, otantikliğin mirasa ünük özellik kattığını ve aynı zamanda el sanatları ve hediyelik eşya üretimi gibi konularda da katkı sağladığını aktarmıştır. Günümüzde, turistin miras deneyiminden algıladığı ile mirasın otantikliği arasında fark, başka bir anlatımla yeniden canlandırmada mirasın özgünlüğüne uygunluğu üzerinde önemle durulan bir husustur.

Kırsal bölgelerde kültürel miras turizminin geliştirilmesi için önerilen bir başka modelde ise alan yazındaki miras turizmi ile ilgili güncel sorunlardan yola çıkılarak otantiklik sorunu üzerinde durulmuş; objektif otantiklik, yapıcı otantiklik ve varoluşsal otantiklik olarak otantikliğin üç çeşidinin bulunduğu ifade edilmiştir. Objektif otantiklik; kişinin bilgisine bağlı olarak var olmaktadır. Orijinal otantiklik olarak da ifade edilebilir ve kişinin mirası ziyaret etmeden önce sahip olduğu bilgi ile ziyareti sırasındaki edindiği deneyimin örtüşmesi şeklinde açıklanmaktadır. Yapıcı otantiklik; objektif bir değerlendirme ile elde edilen objektiften farklı olarak, kişinin sosyal yapı yoluyla edindiği bilgilerle oluşturduğu otantikliktir. İnançlar, bakış açıları ve perspektifler yoluyla yapıcı otantiklik oluşturulabilmektedir. Varoluşsal otantiklik ise kişilerin turistik etkinlikler yoluyla yaratılmış otantikliğe katılmalarını ifade etmektedir. Psikolojik olarak yaratılacak otantiklik, etkinlikler yoluyla aktif hale dönüşmektedir (Wang, 1999; Bahçe, 2009).

*Kaynakların korunması:* Bu konudaki araştırmalar iki grupta toplanmıştır (Justice, 2006). Birinci gruptaki araştırmalarda (Harrill ve Potts, 2003; Mitchell, 1998; Mitchell, 2008) yerel halk ile turistler arasındaki ilişkinin kültürü olumsuz etkilediği ortaya koyulmuştur. İkinci grupta yer alan çalışmalar (Pages, 2003; Bruce ve diğerleri, 2011'den aktaran Justice, 2006) ise sürdürülebilir bir turizm için kültürel kaynakların korunması gerekliliğini temel alarak taşıma kapasitesini işaret etmektedirler. Optimum ziyaretçi sayısı ile sağlanabilecek ekonomik gelişimin, mirasın korunmasına da kaynak sağlayacağını savunmaktadırlar.

Koruma düşüncesinin kültürel miras ile yoğun ilişkisi gözönüne alındığında hem karşılıklı ihtiyaç hem de bu yoğun ilişkiden doğan bir çelişki ortaya çıkmaktadır. Miras ne şekilde olursa olsun, geçmişin korunması yoluyla elde edilmiştir ve sürdürülebilirliği hayati önem taşımaktadır. Toplumların neden geçmişi korudukları sorusunu araştıran bazı yazarlar en önemli nedenin, modernitenin ve hızlı gelişmenin getirdiği geçmişten kopuşun, ulusçuluk ve eğitim gibi nedenler başta olmak üzere, yeni bir kimlik oluşturmada geçmişin ve mirasın oynadığı etkili rol olduğunu savunmuşlardır. Geçmişten öğrenilecek derslerin yanısıra mirasın estetik değer taşıması ve beğeniye bu yolla desteklemesi, koruma düşüncesinin nedenleri arasında ifade edilmiştir. Nedenlerin arasında vurgulanarak ifade edilen bir başkası, bölgelerin kalkınmasında miras turizminin yaratacağı ekonomik faydadır. Bu faydanın aynı zamanda mirasın korunmasına da katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Koruma yaklaşımları pasif ve aktif olmak üzere iki başlık altında toplanmaktadır. Küçük ölçekte koruma ve restorasyon mirası koruyan pasif; koruma ve tarihi meydanlar veya eski binalar gibi yeniden kullanıma açılan yerlerdeki teknoloji geliştirme çalışmaları aktif olarak değerlendirilmiştir. Miras ve yeniden canlandırma, özellikle kıyı bölgelerdeki gelişimin anahtar kavramları olarak ifade edilmiştir (Timothy ve Boyd, 2003).

*Öğrenme:* Kültürel mirasın bilgi değerinin ziyaretçiye ulaşması ile ziyaretçinin mirastan aldığı bilgiyi temsil etmektedir. Otantiklik konusuyla yakından ilişkili olan öğrenme, mirasın kendisinden olabildiği gibi müzeler veya çeşitli programlarla da olabilmektedir (Justice, 2006). Ziyaretçilere mirasla ilgili bilginin

nasıl verildiği veya mirasın tamamlayıcı unsuru olarak ne gibi hizmetlerin sunulduğu önem kazanmaktadır. Kitle turizmine katılan turistler ile kültürel miras turizmine katılan turistler arasında demografik olarak belirgin farklılıklar bulunmaktadır (Timothy ve Boyd, 2003). Eğitim seviyesinin yüksek olması nedeniyle aradığı ve buna bağlı olarak kültürel miras turistinin mirastan edindiği deneyim, bilgi verme hizmetlerinin ön plana çıkmasına neden olmaktadır.

*İşbirliği:* Miras turizminin başarısını etkileyen önemli unsurlardan biri olarak görülmüştür (Boyd, 2002; Justice, 2006). Özellikle, yerel halk ve turizm organizasyonları arasındaki ilişki, miras turizminin uzun vadede geleceğini belirlemektedir. Sadece yerel halk ve turist arasında değil turizm organizasyonlarının kendi arasında işbirliği sağlaması gerekmektedir. Yönetim kademesinde yer alan tüm bileşenlerin de (destinasyon oluşturabilmek için de gerekli olan) işbirliği içerisinde olması, başarılı bir miras turizmi için belirleyicidir.

*Ulaşılabilirlik:* Miras turizminin oluşmasında iki önemli dayanağını ifade etmektedir (Prideaux, 2002; Justice, 2006). Miras turizmi için olması gereken; ziyarete degecek bir mirasın bulunması ve oluşturduğu çekiciliğe ulaşılabilirliktir. Prieaux (2002), miras turizminin oluşması için iki farklı altyapının bulunmasını koşul görmüştür. İlk olarak fiziksel altyapı olarak ifade edilen; taşıma, iletişim, sağlık ve eğitim imkânları ifade edilmektedir. Diğer grupta ise turizm ürün altyapısı olarak ifade edilen; turizm işletmeleri, konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, alışveriş, rekreasyon ve eğlence işletmeleri bulunmaktadır.

Kültürel miras turizmi ile ilgili çalışmalar arasında başvuru kaynağı olarak kullanılan ve konuyu kapsamlı bir şekilde ele alan Heritage Tourism isimli kitapta Timothy ve Boyd (2003) miras turizmini; arz, talep, koruma, yönetim, teşhir, otantiklik (özgünlük) ve yasal düzenlemeler boyutlarıyla ele almışlardır. Arz edilen ve turistler için çekicilik oluşturan; müzeler, savaş alanları, dini yerler, yaşayan kültürün bulunduğu yerler ve endüstriyel bölgeler örnek olarak ele alınmıştır. Kendi içerisinde de tipolojik bir sınıflama yapılarak, kültürel mirasın yarattığı arz incelenmiştir. Bu sınıflamada müzeler; sanat, spor, müzik, endüstri, bilim, filateli (pul koleksiyonları) ve yerel tarih müzeleri olarak tanımlanmıştır. Savaş alanları; cepheleler, şehitlikler, mezarlıklar ve anıtlar olarak, dini yerler ise

hac bölgeleri ve kutsal yerler olarak açıklanmıştır. Yaşayan kültürel miras; gelenekler, yaşam tarzları, kutlamalar, dans, tarımsal uygulamalar, mutfak kültürü, sanat ve zanaat olarak sınıflandırılmıştır. Madenler, ocaklar, fabrikalar, limanlar, tarımsal uygulama kalıntıları, tren yolu ve tren müzeleri de endüstriyel miras arzı olarak ifade edilmişlerdir. Festivaller ve edebi eserlere konu olmuş yerler de miras turizminin arz unsuru olarak değerlendirilmiştir.

Miras turizminde talep ile ilgili olarak, oluşan talep sınıflandırılmış ve bazı alt gruplar tespit edilmiştir. İlk olarak, son yıllarda özel ilgi turizmi çeşidi olarak miras turizminin hızlı bir yükselişte olduğu ve bu talebin milli parklar gibi doğal çekicilikler ve müzeler gibi kültürel çekiciliklerin etrafında geliştiği ifade edilmiştir. İkinci olarak, gelecekte oluşabilecek opsiyonel talep, henüz olmayan fakat yaratılabilecek potansiyel talep, gelecek kuşakların kullanabileceği miras bırakılacak talep ve daha kapsamlı çalışmalarla ortaya çıkabilecek gizli talep, miras talebini değerlendirirken kullanılan perspektifler olarak yer almaktadır. Üçüncü olarak, miras talebinin oluşturulmasında rol oynayabilecek resmi ve özel kurumlar ve koruma amaçlı birimler gibi mirasın bir kaynak olarak yönetilmesinde paydaş olan birimlerin, pazar ve ziyaretçi tipine göre uzmanlaşması ve küçük ölçekli fakat daha etkili yönetim sağlamaları gerektiği vurgulanmıştır (Timothy ve Boyd, 2003).

Cohen ve Cohen (2012), kültürel mirasın korunması ve kültürel mirasın turizm amaçlı kullanılması arasında çelişki olduğunu ifade etmişlerdir. Turizm yoluyla metalaşan kültürel mirasın aslında sahibinin kim olduğu konusunda değişen anlayışa vurgu yapmışlardır. Konuya getirdikleri eleştirilerde, “...*miras turizminin yükselen popülaritesinin; hükümetler, topluluklar ve bireysel girişimcilerin, kültürel mirası ekonomik amaçları doğrultusunda sömürdüklerini...*” ifade etmişlerdir. Gelişmekte olan ülkelerde bu durumun daha çok gözlemlendiğini ifade eden yazarlar, metalaşmayı kültürel mirasa karşı bir tehdit olarak tanımlamışlardır. Bu noktadan yola çıkılarak, restorasyon ve teşhir konusunda turizm yoluyla elde edilen kaynakların kullanılması, korumada önceliğin belirlenmesi konusunda taraflı davranılmasına yol açtığı ifade edilebilir. Cohen ve Cohen (2012)’in üzerinde durduğu bir başka önemli nokta ise kültürel mirasın

yeniden canlandırılması konusunda politik davranılabildiği ve tarihin gerçeğinden farklı yansıtılabildiğidir. Yerel halkın temel alındığı bir koruma anlayışının ise doğru olduğu ifade edilmektedir.

Kültürel miras turizmi konusunda bir başka başvuru kitabı niteliğindeki “Issues in Cultural Tourism Studies” isimli eserin yazarı olan Smith (2003) kültürel miras turistleri üzerinde durmuş, turistleri ilgi alanları ve ziyaret ettikleri yerlere göre sınıflandırmıştır (Bahçe, 2010:19). Bu sınıflandırmada yedi farklı kültür turisti tipolojisine ulaşmıştır. Tarihi miras turisti; kaleleri, sarayları ve kırsaldaki evleri, arkeolojik sit alanlarını, anıtları, mimari eserleri, müzeler ve kutsal mekânları ziyaret etmektedir. Sanat turistleri; tiyatroları, konser etkinliklerini, galerileri, festival, karnaval ve diğer benzeri etkinlikleri, şair ve yazarların evlerini ziyaret etmektedir. Yaratıcı sınıfındaki turistler ise fotoğraf, resim, pişmiş toprak, aşçılık, el sanatları ve dil öğrenimi ile ilgili etkinlikleri tercih etmektedirler. Kentsel turist başlığı altında değerlendirilen turistler; tarihi şehirleri, endüstriyel kültürel mirası, liman ve rıhtımları ziyaret etmekte, alışveriş ve gece hayatına ilişkin etkinliklere katılmaktadırlar. Kırsal turist tipolojisinde yer alan turistler; kasaba, köy, çiftlik ve tarım turizminin merkezlerini, ekolojik müzeleri, doğal parkları ve üzüm bağlarını tercih etmektedirler. Yerel/yöresel sınıfında yer alan turistler; doğa yürüyüşlerini, kültür merkezlerine ziyaretleri, sanat ve el sanatlarını, kültürel performansları ve festivalleri tercih etmektedirler. Popüler/moda başlığı altında değerlendirilen turistler ise tema parkları ve temalı çekicilikleri ziyaret ederek, alışveriş merkezlerine, pop konserlerine, sportif etkinliklere, film setleri ve stüdyolarına, endüstriyel kültür mirası alanlarına, moda ve tasarım müzelerine ilgi duymaktadırlar.

Kültür turizmi, kültürel turizm veya kültürel miras turizmi olarak farklı kullanımları bulunan (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009) bu turizm çeşidine katılan turistler, çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmuşlardır. Kültür kavramının (doğası gereği) birden çok bileşenden oluşması, bu turist tipolojilerinin de çokluğuna neden olmaktadır. Kültürel mirasın turistik ürüne dönüşen her bir bileşeni, niş pazarlar oluşturarak, farklı kültürel miras çeşitlerinin ve kültürel miras turist tipolojilerinin oluşmasına yol açmıştır.



### 3.1.2. Model önerisi

Çalışmanın bu bölümüne kadar, kültürel miras turizmi ile ilgili çok farklı modeller incelenmiştir. Genellikle, birbiriyle örtüşen bu modellerin bazı farklı uygulamalar içerdiği görülmüştür. Bu çalışmada ise bu modellerden birini kullanmak yerine bu modellerin önemli bir kısmında kabul gören uygulamalardan oluşan bir karma modelin denemesi yapılacaktır. Böyle bir yaklaşımın tercih edilmesinde; literatürdeki modellerin uygulandığı ve başarılı olduğu destinasyon özellikleri, gerek destinasyon yaşam süreci gerekse turist profili ve teknik altyapı özelliklerinin Frigya Bölgesi ile uyumlu olmayacağı kaygısı etkili olmuştur. Bu çalışmada uygulanması düşünülen modelin adımları ile ilgili detaylı bilgilere ilerleyen kısımlarda yer verilmektedir.

## 3.2. Beş Adım Modeli

### 3.2.1. Birinci adım: Potansiyelin belirlenmesi/envanter

Bu aşamada miras turizmine açılacak olan bölgenin sahip olduğu çekiciliklerin tespit edilmesi yer almaktadır. Çekiciliklerin belirlenmesi, ziyaretçi hizmetlerinin sağlanması, organizasyonun belirlenmesi, koruma ve pazarlama çalışmalarını için neler yapılacağına karar verilir.

#### 3.2.1.1. Çekicilikler

Mevcut doğal, kültürel ve sosyal kaynaklar belirlenerek, turizm ürününe dönüştürülebilecek olan bu kaynakların ne gibi hizmetlerle destekleneceği bu aşamada kararlaştırılır. Başka bölgelerde uygulanan gelişim programları ve buralarda sunulan hizmetler, miras turizmine açılacak olan bölgeye ne kadar uygulanabileceği veya benzer ne gibi hizmetlerin yaratılabileceği araştırılır.

Potansiyelin belirlenmesi için mevcut envanter listelerinden faydalanılabilir. Miras turizmine açılacak olan bölgenin, daha önce yapılmış bir master planı var ise bu plandan faydalanmak başarıya ulaşmak için etkili olacaktır. Bölgedeki arkeolojik/ tarihi, kültürel ve doğal çekicilik unsurlarının bir envanteri oluşturulmalı ve turistik ürüne dönüştürülebilme özelliği dikkate alınarak öncelik sırasına konulmalıdır. Bu kapsamda; müzeler, bakanlıklarca oluşturulan

envanterler, tarihi ilişkiler, tarihi önem taşıyan binalar veya önemli kişilerle ilişkilendirilebilecek yapılar, siperler, savaş alanları ve köprüler gibi yapılar ve anıtlar değerlendirilmelidir. Kültürel kaynaklar; sanatçılar, zanaatkarlar, folklor araştırmacıları, önemli kişiler, müzeler, galeriler, tiyatrolar, yöresel yemek sunan restoranlar, festival ve sanat fuarları ve endüstriyel mirası temsil eden unsurlardan oluşmaktadır. Doğal kaynaklar ise ünük peyzaj, nehirler, ormanlar, manzaralar, yürüyüş parkurları ve belirgin bir önem taşıyan yol gibi miras alanlarını ifade etmektedir.

### **3.2.1.2. Ziyaretçi hizmetleri**

Bu aşamada miras turizmine açılacak olan bölgenin ziyaretçilere sunacağı hizmetler değerlendirilir. Ziyaretçilere hizmet verecek otel ve motellerin varlığı, oda- kahvaltı tesislerinin bulunması, bölge sınırları içerisinde kamp alanlarının bulunması, gecelik konaklama imkanlarının varlığı, bölgenin mimari yapısı ve yerel motifler ile uyumlu konaklama yapılarının bulunup bulunmadığı sorgulanmalıdır. Yiyecek içecek işletmelerinin ziyaretçilere seçme olanağı sağlayacak şekilde çeşitliliği, farklı mutfakların ve fiyatların bulunması, ulusal zincirlerin yanı sıra yerel yemeklerin sunulduğu işletmelerin bulunması ve yerel yapılarla uyumlu bir bayi (*franchise*) bulunup bulunmadığı araştırılmalıdır. Alışveriş merkezleri de bu kapsam da değerlendirilebilir. Ziyaretçilerin ilgisine hitap eden ürünlerin satıldığı yerel dükkanların varlığı, yerleşim merkezinde alışveriş imkanlarının bulunması, ziyaretçilere ürün çeşitliliğinin sunulması ve yerel halk tarafından üretilen ürünlerin bulunup bulunmadığı sorgulanmalıdır.

Altyapı olanakları ise sürdürülebilir kültürel miras turizminin yaratılması için gereklidir. Bölgeyi büyük merkezlerle bağlayacak yol ağının varlığı veya bu yol ağlarına yakınlığı, havaalanı, tren yolları ve otobüs güzergahlarına kolay ulaşım, sürekli hizmet veren danışma bürolarının varlığı, çekiciliklere yönlendirecek işaret ve tabelaların bulunması ve halk taşımacılığı ile ilgili mevcut durumun araştırılması gerekmektedir. Altyapı olanakları arasında değerlendirilen otopark alanlarının bulunması, benzin istasyonu ve para çekme makinalarının varlığı ve ziyaretçilerin finansal ihtiyaçlarını karşılayacak döviz büroları ile bankaların bulunması beklenmektedir.

### 3.2.2. İkinci adım: Planlama ve organize etme

Modelin ikinci adımında başarılı bir kültürel miras turizminin oluşturulabilmesi için gereken kaynakların planlanması ve organize edilmesi yer almaktadır. Finansal kaynaklar ve insan kaynakları olarak ifade edilen temel iki kaynak bulunmaktadır. Bu kaynaklar sürdürülebilir bir kültürel mirasın yaratılması ve başarıya ulaşması için anahtar unsurlar olarak görülmektedir.

#### 3.2.1.3. İnsan kaynakları

İnsan kaynağının kullanımında ve daha geniş anlamda başarıya ulaşılmasında, kültürel mirasın desteklenmesini sağlayacak unsurlar arasında bir işbirliği sağlanması gerekmektedir. Bu bağlamda; yerel iş adamları, seyahat endüstrisi çalışanları, restoran sahipleri, tur operatörleri gibi paydaşların miras turizmi ile ilgili heyecan ve coşkuya ortak olmaları sağlanır. Yerel yöneticilerin koruma, eğlence ve sanat gibi etkinlikleri desteklemesi ve bu etkinliklere katılımın teşvik edilmesi konusunda önderlik etmeleri beklenmektedir. Toplumun desteğinin üyelik yoluyla bu tarz etkinliklere entegre edilmesi ve organizasyonel yapının güçlenmesi sağlanmalıdır. Bütün paydaşların tespit edilmesi ve organizasyonun sağlanması, bir veya birden çok girişimle olabilir.

Toplumun kanaat önderlerinin desteğinin alınması hem ücretli çalışanların hem de gönüllü çalışanların bulunması sürecini hızlandıracaktır. Bölgesel kaynakların varlığı farklı şekillerde olabilmektedir. Örneğin, ihtiyaç duyulan hizmetler bölgede hali hazırda bulunan farklı birimler tarafından desteklenebilir. Bu bağlamda birden çok bölgenin iş birliği sağlanmadan önce bu kaynakların belirlenmesi ve küçük birimler içerisinde organize edilmesi gerekmektedir. Bütün bu organizasyon sağlandıktan sonra görevlerin açık bir şekilde belirlenerek belirli bir zaman çizelgesine oturtulması beklenmektedir.

#### 3.2.1.4. Finansal kaynaklar

Kültürel miras turizminde uzun soluklu bir başarı bekleniyorsa kaynakların da uzun dönemli planlanması ve sağlanması gerekmektedir. Bu kaynakların kullanımında karşılaşılan başlıca sorunlardan birisi de finansal kaynakların

bulunamamasıdır. Sürdürülebilir bir finansal kaynağın sağlanmasında birden çok paydaşın uzun dönemli işbirliği beklenmektedir. Bu bağlamda yerel işbirliklerin çözüm sağlanmasında katkısı büyüktür. Finansal kaynağın aranmasından önce, uzun dönemli bir finansal planın hazırlanmasına ihtiyaç vardır. Zaman ve kaynak miktarının tespiti yapılarak, hangi proje için ne kadar finansal kaynağa ihtiyaç duyulduğu saptanmalıdır.

Finansal planların; tarihi binaların restorasyonu gibi doğrudan ve personel giderleri, teşhir ve pazarlama gibi dolaylı maliyetlerin düşürülmesinde etkili olduğu vurgulanmıştır. Sağlanabilecek finansal kaynaklara örnek olarak; kamu fonları, krediler, bağışlar, özel teşebbüs, kar amacı gütmeyen kuruluşlar, bireysel ve kurumsal üyeler verilmiştir. Yerel ölçekte yapılacak hayır toplantıları, üye aidatları ve fuar gibi etkinliklerden kaynak sağlanabilmektedir. Bölgesel kalkınma fonları ve ulusal organizasyonlar da başvurulacak seçenekler arasında yer almaktadır.

### **3.2.3. Üçüncü adım: hazırlanma ve koruma**

Modelin üçüncü adımında, daha önce yapılmış olan faaliyetlerin uzun vadede hem miras alanı hem de topluluk için yararlı olmasının sağlanması amaçlanmaktadır. Bir başka anlatımla, turistlerin kullanımına hazır olan bölgenin sürdürülebilir bir kültürel miras turizmi için optimum kullanımı ve korunması gerekmektedir. Bu adımda, ziyarete hazırlama ve koruma önemli bir yer tutar.

#### **3.2.3.1. Ziyarete Hazırlama**

Mirasın bütünlüğünün korunarak ziyaretçilerin teşhirine açılması, yeni müzeler ve halkın teşhire destek olması için çalışmaları ifade etmektedir. Bu aşamada mirasa ait öykünün nasıl anlatılacağı ve halkın misafirperverliği önem taşımaktadır. Ziyaretçilerin mirası deneyimlemesi için teşhir en önemli yöntemdir. Mirasın sahip olduğu değerler ile ziyaretçiyi bütünleştirmek için; tabela, broşür, harita, video, rehber kitaplar, rehberler, yaşayan tarih ve sergiler gibi araçlar kullanılmalıdır. Burada önem arz eden bir başka nokta ise mirasın

duygusal olarak ziyaretçi ile bütünleşmesinin yanı sıra fiziksel olarak da bütünleşmesinin sağlanmasıdır.

Ziyaretçilerin haftanın her günü gelebilecekleri göz önüne alınarak hizmetler planlanmalıdır. Miras bölgesine ulaşımı sağlayacak işaret ve bildirimler yapılmalı, engelli ziyaretçiler için konulan standartlar dikkate alınmalıdır. Halkın turistleri ağırlama ve hizmet verme konusunda bilinçlenmeleri sağlanarak, birden fazla bileşeni bulunan hizmet kalitesinin artırılması sağlanmalıdır. Turizm eğitimi miras turizminin özelliklerini yerel halka anlatmalı ve sürekli eğitim verilmelidir.

### **3.2.3.2. Koruma**

Kültürel miras turizminin kaynağı olan kültürel mirasın korunması ve bu korumanın sürdürülebilir bir miras turizmi için uzun soluklu olması gerekmektedir. Bu korumanın tarihi bölgelerin hassasiyetine göre sınıflandırılmasını içermesi gerekir. Tarihi yapıların korunarak yaşatılması için rehberlik hizmetinin sağlanması ve yerel halka önderlik edilmesi önerilmektedir. Özellikle, tarihi değer taşıyan bina sahiplerinin bilgilendirilmesi, bu binaların yıkılmasını ve uygunsuz kullanımını engellemeye yardımcı olacaktır. Müzelerin ve koleksiyonların uygun çevre koşullarında bulundurulması gerekmektedir. Kültürel mirasın; güneş ışığı, nem ve sıcaklık gibi dışsal faktörlerin zararlı etkilerinden korunması sağlanmalıdır. Mirasın kültürel, tarihi veya doğal özelliklerinin değerlendirilerek zarar görmesini engelleyecek tedbirler almak gerekmektedir. Bu aşamada; imar konusundaki yasal düzenlemeler, koruma kanunları veya bölgesel planlar önem kazanmaktadır. Bu düzenlemeler arasındaki boşlukların tespiti ve güçlendirilmesi gereken önlemlerin belirlenmesi de gerekir.

### **3.2.4. Dördüncü adım: Teşhir ve öyküleme**

Bu aşamada destinasyonun sunumunda ya da teşhirinde; yararlanılacak bir öykü, sanat faaliyeti ya da tarih ve kültür penceresinden değerlendirilebilecek bir

içerik bulunması gerekmektedir. Bu amaçla ele alınabilecek konular aşağıda ifade edilmiştir.

#### **3.2.4.1. Teşhir**

Teşhir ya da sunum, en basit tanımıyla miras ile ziyaretçinin buluşmasını ve ziyaretçinin mirası deneyimlemesini ifade etmektedir. Bölgenin tarihi ve kültürel değerlerinin ziyaretçi ile buluşması ve ziyaretçinin duygusal bir tepki vermesi sağlanmalıdır. Tabelalar, broşürler, haritalar, videolar, rehber kitaplar, rehberler, canlı tarih ve sergiler bu kapsamda değerlendirilmektedir. Duygusal olarak ziyaretçi ile buluşan miras, ardından fiziksel olarak da ziyaretçi ile buluşmalıdır. Miras alanlarını yeniden canlandırma yolu ile turiste yaşatmak ve buna yönelik programlar oluşturmak gerekmektedir. Ziyaretçiler için sadece tarih ve isimlerden oluşan geçmiş akılda kalıcı olmamaktadır. Ziyaretçinin beş duyusuna hitap etmenin önemine vurgu yapılmıştır. Bir yeri diğerinden ayıran en önemli özellik o yerin tarihidir. Bir başka anlatımla gerçek tarihi yansıtmak ve doğru anlatımlarla desteklemek gerekmektedir. Otantiklik olarak ifade edilen mirasın özgünlüğü ise miras turizmi için vazgeçilmez bir değer olarak yer almaktadır. Gerçek hikaye destinasyona değer katar ve onun ünik olmasını sağlar. Son yıllarda otantiklik ve yöreye uygun öyküyle düzenlenen kültürel miras alanları, miras turizminde başarıyı sağlamaktadır.

#### **3.2.4.2. Öyküleme**

Öyküleme; yaşanan, görülen ya da tasarlanan olayların anlatılması anlamına gelmektedir. Öyküleme üç temel öğeden oluşmaktadır. Bunlar; olay, kişiler, yer ve zamandır<sup>13</sup>. Nistoreanu ve Dorobantu (2012) çalışmalarında, etnofolklorik potansiyel ve kırsal turizm arasındaki ilişkiyi ele almışlar ve Avrupa Birliği düzenlemeleri bağlamında etnofolklorik unsurların sosyal ve ekonomik yaşama katkısını vurgulamışlardır. Bu noktada gelenek ve göreneklerin yeni nesillere aktarılması ile yüzyıllardır korunarak gelen özelliklerin devamlılığı ve böylelikle sürdürülebilirliği sağlanmaktadır. Başarılı bir şekilde yönetilen miras turizmi, kırsal bölgelerdeki genç nüfusun kente göçünü de engellemektedir. Şehir

<sup>13</sup> (<http://www.toplumdusmani.net/modules/wordbook/entry.php?entryID=3820>)

yaşamının stresinden uzaklaşmak, doğayla buluşmak, gelenek ve göreneklerin yeni kitlelere ulaştırmak ve kökenlere geri dönüşün sağlanması folklorik öğelerin kırsal turizmde kullanılması yoluyla elde edilebilecek olumlu sonuçlar arasında yer almaktadır. Kırsal yaşamın içerisinde yer alan; zanaat, ünük mimari, gelenek ve görenekler, tarihi kalıntılar, sanat, doğal ortamın sağladığı olanaklar (şifalı sular gibi yeraltı kaynakları, avcılık sporu için uygun ortam, fotoğraf sanatçıları için uygun manzaralar v.b.) miras turizmi yöneticilerinin kırsal bölgelerde arza dönüştürebileceği potansiyel olarak tespit edilmiştir. Folklorik etkinliklerin tarihlerinin belirlenerek bir takvim oluşturulması da kullanılabilir yöntemler arasında yer almaktadır.

### **3.2.4.3. Açık hava Drama**

Açık hava drama Amerika Birleşik Devletleri'nde 1900'lü yılların ilk yarısında turizmle ilişkisine vurgu yapılmış ve 2011 yılında kurulan Açık hava Yaratıcı Drama Enstitüsü ile sistematik olarak veri toplanabilmiş bir alan olarak ifade edilmektedir. Bu Enstitünün yaptığı sınıflandırmaya göre altı farklı açık hava drama kategorisi bulunmaktadır. Bunlar; açık hava tarihi dramalar, açık hava dini dramalar, müzik tiyatroları, açık hava Shakespeare festivalleri, müziksiz prodüksüyonlar ve çocuk gösterileridir. Özellikle açık hava tarihi dramalar, kültürel miras turizminin yenilikçi yaklaşımının bir ürünü olarak ifade edilmiştir. Ekonomik etkilerinin yanısıra kültürel mirasın bulunduğu çevrede yaşayan halk üzerinde de olumlu etkileri tespit edilmiştir. Yeniden yaratma veya canlandırma söz konusu olduğu için özgünlük veya otantiklik önem taşımaktadır( Bernick, 2009).

Açık hava tarihi dramanın, kültürel miras turizminin en ideal formu konumuna taşıyan birkaç özelliği bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; sanatın önemli hikayelerini tekrarlamayı hedeflemesi ve bunu mirasın bulunduğu yerde gerçekleştirmek istemesidir. Tarihi bir savaş alanında olmak veya siperde bulunmak bu duruma örnek olarak verilmiştir. İkinci özellik; bu yöntemin eğitici ve aynı zamanda eğlendirici olmasıdır. Miras ile geçmişi birbirine bağlayan bir canlandırma yöntemi olarak düşünülebilir. Üçüncü olarak; dramaların turizm ürünü olarak başlı başlarına bir çekicilik yaratabilmeleridir (Bernick, 2009).

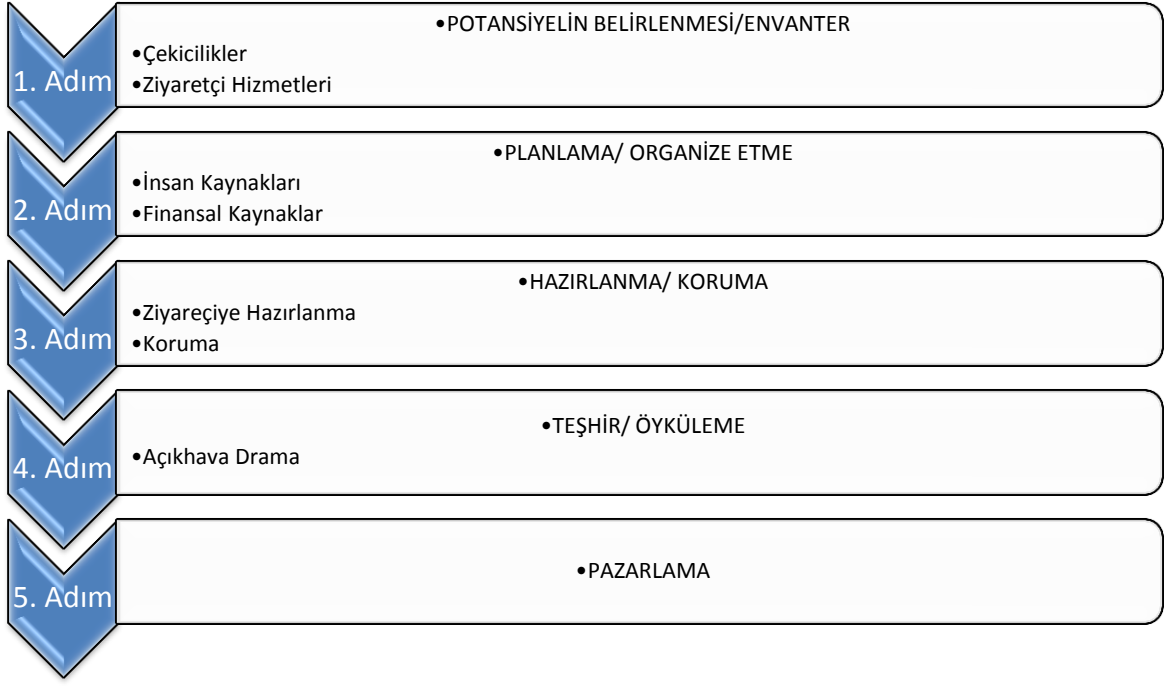
### 3.2.5. Beşinci adım: Pazarlama

Kültürel miras turizminin pazarlanması, sürecin bütünsel olarak devam ettirilmesi için gereklidir. Özellikle, mirasın pazarlanması için kullanılacak bütün özelliklerin bir envanterinin yapılması gerekmektedir. Pazarlama için kullanılacak bütün miras özellikleri belirlenmelidir. Ziyaretçilerin tüm demografik özellikleri, hangi ziyaretçilerin geldiği, neden geldikleri, ne kadar para harcadıkları ve beklentileri belirlenmelidir. Ziyaretçilere dair bilgileri edinmek için sadece ziyaretçilere değil bölgede yer alan; acentelere, ticaret odalarına, milli parklar ve ziyaretçilerin bulunduğu yerlerde görev yapan sorumlulara danışılabilir.

Tutundurma faaliyetleri için kullanılacak her türlü broşür, harita ve rehber kitap değerlendirilmeli, verilmek istenen mesaj, bu mesajın mirasları destekleyip desteklemediği, desteklemiyor ise nasıl geliştirileceği, materyallerin bilgilendirici ve etkileyici, doğru bilgi verici ve çekici olup olmadıkları incelenmelidir. Bu aşamada ayrıca, turizmle ilişkili tüm organizasyonların uluslararası kuruluşlarla üyeliklerinin sağlanması, ne gibi bilgileri sağladıkları ve tüm bu etkinliklerin pazarlama faaliyetleri ile nasıl bütünleştirileceği de araştırılır. Turizm profesyonelleri ile iletişime geçerek destinasyona tanıtım ziyaretlerinin düzenlemesi, tüketicilerin doğrudan katıldığı ulusal ve uluslararası fuarlara katılım ve reklam yapma gibi kararlar bu aşamada alınır. Bu süreçte, yerel kuruluşlar kadar merkezi idarenin desteği ve sponsorluklar son derece önemlidir<sup>14</sup>. Şekil. 5 de modelin gösterimine yer verilmektedir.

<sup>14</sup> <http://www.culturalheritagetourism.org/steps/step4.htm>





Şekil. 6. Beş Adım Modeli

## 4. Yöntem

### 4.1. Verilerin Toplanması ve Görüşmeler

Çalışmada, görüşme tekniği yanında, ikincil verilerden de yararlanılmıştır. Görüşmelerde kullanılan sorular ve sorulara konu olan ana adımlar literatürdeki modellerden çıkartılmıştır. Bunlar Amerika Birleşik Devletleri'nde uygulanan Dört Adım Modeli ve Beş Prensipten oluşturulmasında en fazla yararlanılan model ve ilkeler olmuşlardır. Turizmin geliştirilmek istendiği yeni bölgeler, turizmin gelişmekte olduğu bölgeler ve turizmin bir süredir gelişmiş olduğu ve olumsuz etkilerinin görülmeye başlandığı bölgeler için oluşturulan modeller incelenmiştir.

Görüşme tekniği, 20. yüzyılın sonlarında sosyal bilimlerin pek çok alanında etkili bir veri toplama yöntemi olarak kabul görülmeye başlanmıştır. Görüşme tekniği bireylerin deneyimlerine, tutumlarına, görüşlerine, şikâyetlerine, duygularına ve inançlarına ilişkin bilgi elde edilmesinde sıklıkla kullanılan bir yöntem olarak

ifade edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Görüşme tekniği, görüşmecinin önceden hazırlamış olduğu soruları sorduğu ve yanıtlayıcı/görüşülenin yanıtlar verdiği çok amaçlı söyleşi olarak tanımlanmıştır. Yanıtlayıcılar evrenin birer temsili konumundadırlar ve her yanıtlayıcı için standardize edilmiş soru formları uygulanarak görüşmeciden kaynaklanabilecek hatalar en aza indirilmektedir (Kuş, 2007). Çalışmada standartlaştırılmış açık uçlu görüşme sorularıyla paydaşlardan sağlıklı veriler toplanması hedeflenmektedir.

#### **4.1.1. Görüşme sorularının oluşturulması ve uzman grubu**

Çalışmada kullanılan görüşme soruları hazırlanmasında, alan yazından ve uzman görüşlerinden yararlanılmıştır. Tarih, Sosyoloji, Turizm Pazarlaması ve Yönetim Organizasyon alanlarından akademisyenlerden oluşan yedi kişilik bir uzman grubu soruları inceleyerek; içerik, anlatım, noktalama vb. konularda soruları değerlendirmişlerdir. Elde edilen geri bildirimler doğrultusunda görüşme soruları yeniden düzenlenerek görüşme formu ikinci tura hazırlanmıştır. İkinci turda yine aynı uzman gruptan, görüşme soruları yanında, soruların kültürel miras uygulama adımları ile ilgili olma konusundaki görüşleri de alınmıştır. Miras turizminin yönetilmesi için oluşturulan modelin her bir adımı farklı bir boyutu oluşturduğundan, görüşme sorularının bu boyutları işaret temsil etme özelliğinin de değerlendirilmiş, bu aşamadan sonra görüşme sorularına son şekli verilmiştir. Başlangıçta 46 görüşme sorusu oluşturulmuş, benzer ifadeleri içeren sorular elenmiştir. Görüşmenin zaman kısıtına dayalı olduğu düşünülerek, görüşülen kişilerin dikkatlerini kaybetmeden cevaplayacağı uzunluk ve sayıda soru oluşturmaya özen gösterilmiştir. Benzer ifadeler aynı soru altında birleştirilmiş veya detaylı bilgi alınması gereken konularda uzman görüşleri doğrultusunda yeni sorular eklenmiştir. Böylelikle, alan yazın ve uzman görüşleri doğrultusunda toplam 15 soruyla uygulamaya başlanmasına karar verilmiştir. Görüşme soruları Ek 1. de yer almaktadır.

#### **4.1.2. Katılımcıların Belirlenmesi**

Görüşmelerin yürütüldüğü, ziyaretçi ve yerel halktan kişilerin belirlenmesinde kolayda örnekleme tekniğinden yararlanılmıştır. Kolayda örnekleme, bilindiği

üzere nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan bir tekniktir. Bu yöntem, kolay ulaşılabilir birimlerin seğıilmesiyle örneklemin oluşturulmasını ifade eder. Zaman ve maliyet ağıısından avantaj sağılaması söz konusudur (Yüzer, 2006). Bu örnekleme yöntemine uygun örneklem veya bulunabilir örnekleme adı da verilmektedir. Araştırmacının kolaylıkla ulaşabileceğı örneklem elemanlarını almasını ifade etmektedir (Özen ve Gül, 2007). Görüşülecek kişiler kültürel miras turizmi modellerinde öngörülen paydaşlar dikkate alınarak; merkezi idareciler, yerel idareciler, ziyaretçiler ve yerel halk olarak tanımlanmıştır. Tablo 8’de görüşmelerin yürütülmesi planlanan kişilerle ilgili bilgilere yer verilmiştir. Yerel halkın belirlenmesinde “amaçlı örneklem” yönteminde olduğu gibi sorulara cevap verebilecek, yöre ile ilgili kişilere ulaşılmıştır.

*Tablo 7. Planlanan Görüşmeler*

İller ve Sayılar	Merkezi İdare	Yerel İdare	Yerel Halk ve Ziyaretçiler	
Eskişehir	5	3	25	
Afyonkarahisar	5	3	5	
Kütahya	5	3	50	
Toplam	15	9	80	104

Bu tabloda yer alan merkezi idare valiler, vali yardımcıları, il özel idare, kültür müdürlükleri ve Kültür Bakanlığı’na bağılı çalışanları; yerel idare belde ve belediye yöneticileri ile muhtarlıkları; yerel halk bölgede ikamet eden kişileri ifade etmektedir. Ziyaretçiler ise müze ve ören yerlerine en az bir kere ziyaret gerçekleştirmiş kişilerdir.

Tablo 8. Gerçekleştirilen Görüşmeler

İller ve Sayılar	Merkezi İdare	Yerel İdare	Yerel Halk ve Ziyaretçiler	Toplam
Eskişehir	8	3	26	37
Afyonkarahisar	3	0	5	8
Kütahya	6	0	50	56
Toplam	17	3	81	<b>101</b>

Eskişehir’de gerçekleştirilen görüşmelerde merkezi ve yerel idarenin tamamını erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Bir katılımcı dışında tamamının en az lisans seviyesinde eğitim almış oldukları belirlenmiştir. Bakanlıklara bağlı kurumların çalışanları, Valilik bünyesinde görev yapan yetkililer ve bakanlıklar adına kazı çalışmalarını yürüten akademisyenler merkezi idarenin işleyişi konusunda deneyim sahibi kişiler olarak merkezi idare kapsamında değerlendirilmiştir. Yerel idare katılımcıları ise belediyelerde uzman olarak çalışan kişiler üst kademe yöneticilerinden oluşmaktadır.

Kütahya’da gerçekleştirilen görüşmelerde dört erkek iki kadın katılımcı araştırmaya iştirak etmişlerdir. Valilik görevlileri, bakanlıklar çalışanları ve uzmanlar, bakanlıklar adına kazı yürüten akademisyenlerden oluşan katılımcıların tamamının lisansüstü eğitim aldıkları belirlenmiştir.

Afyonkarahisar’da yapılan görüşmelere katılanların tamamı erkeklerden oluşmaktadır. Bakanlık adına çeşitli kazı ve araştırmaları yürüten akademisyenlerden oluşmaktadır. En az lisansüstü eğitim seviyesine sahiptirler. Üç ilin tamamında araştırmaya katılan ziyaretçilerden beklenen temel koşul ise bölgede bulunan kültürel miras alanlarına en az bir kere ziyaret gerçekleştirmiş olmasıdır. Katılımcıların demografik özelliklerine Tablo 10 da yer verilmektedir.

Tablo 9. Merkezi ve Yerel İdarecilerin Demografik Özellikleri

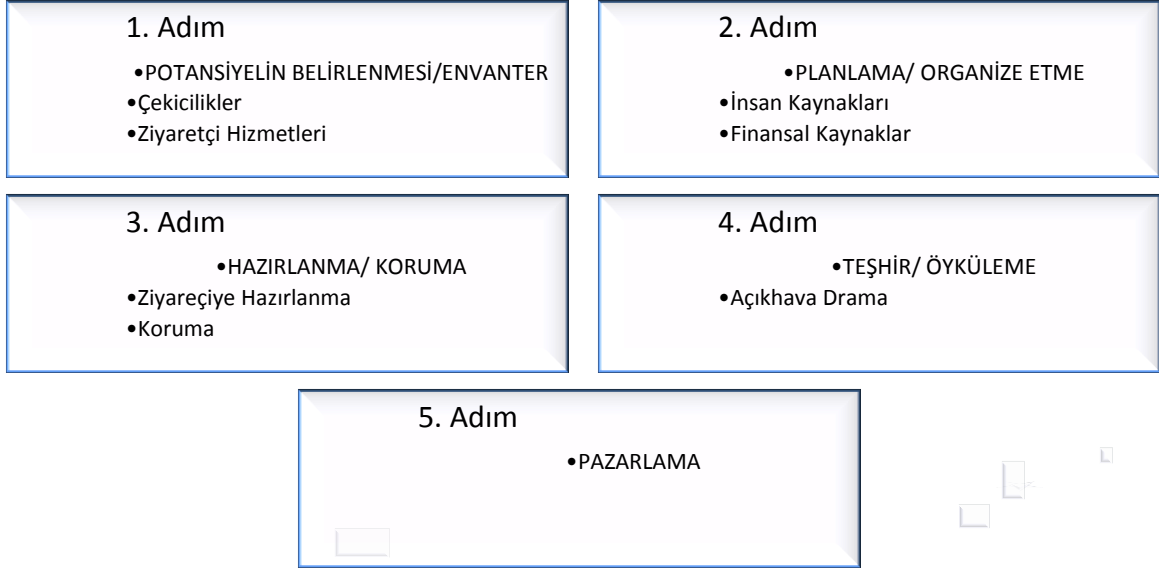
İller ve Özellikler	Cinsiyet		Eğitim		
	Erkek	Kadın	Lise	Lisans	Lisansüstü
Eskişehir	11	-	1	5	5
Afyonkarahisar	3	-	-	-	3
Kütahya	4	2	-	2	4

Uygulama çalışması, Kasım 2013-Aralık 2013 tarihleri arasında yüzyüze görüşmeler şeklinde yürütülmüştür. Afyonkarahisar ve Kütahya belediyelerinde ki yetkililere de görüşme soruları yöneltilmiş, ancak sorumlu bir yanıtlayıcı bulunamamış ve herhangi bir veri alınamamıştır. Bu girişim araştırmacı tarafından birkaç farklı zamanda tekrarlanmış fakat görüşme yapılması mümkün olmamıştır. Bu iki kentin yerel yönetimlerinin araştırma sorularına ve konuya yaklaşımı olumsuz olarak değerlendirilmiştir. Yerel halk, ziyaretçiler ve merkezi yönetimlerin araştırma sırasında benzer yönde görüş bildirmeleri, yerel yönetimlerin konuya ilgisiz olduğu görüşünü destekleyen bir başka gösterge olarak değerlendirilmiştir. Bu sebeple, yerel idare sadece Eskişehir bağlamında temsil edilmiştir. Bunun sonucunda, Eskişehir yerel idarenin bütün Frgiya Bölgesi'nin tamamını temsil edemeyeceği düşünülmüş ve hem yerel hem de merkezi idare yönetim başlığı altında bir bütün olarak ele alınmıştır. Görüşmelerde, yazılı not alma yanında, ses kaydı da yapılmıştır. Elde edilen veriler deşifre edilerek çözülemeye hazırlanmıştır.

## 4.2. Verilerin Çözümlemesi

### 4.2.1. Yapılan analizler

Nitel yönteme dayalı görüşme tekniği uygulanarak toplanan verilerin üzerinde derinlemesine analizin sağlanabilmesi için içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 227; Creswell, 2005). Büyüköztürk (2008)'e göre “.....içerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenebilir bir teknik....” olarak tanımlanmaktadır. Bilindiği üzere betimsel analizde özetlenen ve yorumlanan veriler, içerik analizinde daha derin bir işleme tabi tutulan ve betimsel bir yaklaşımla fark edilemeyen kavram ve temalar bu analiz sonucu keşfedilebilir. Dolayısıyla, bu araştırmada da veriler, önce beş adım modeli temelinde kavramlaştırılmış, daha sonra da ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı bir biçimde düzenleme yapılarak veriyi açıklayan temalar saptanmıştır. Veri analizindeki ana temalar bu beş adım modeli temel alınarak oluşturulmuş olup, ek olarak alt temalar katılımcıların görüşme sorularına verdikleri yanıtlar incelenerek bulunmuştur. Buna göre, veri analizinde kullanılan ana temalar aşağıdaki şekilde sunulmuştur.



*Şekil 7. Veri Analizinde Kullanılan Ana Temalar*

Önerilen modelin Frigya Bölgesi'nde kültürel miras turizmini geliştirmek amaçlı kullanılmasının uygun olup olmayacağı test edilmiştir. Modelin adımlarında yer alan kavramlardan üretilen sorular, görüşmeler sırasında katılımcılara yöneltilmiştir. Bu başlıklarda yer alan özelliklerin bölgede bulunup bulunmadığı ve modelin önerdiği gelişimin bu ihtiyaçlar doğrultusunda olup olmadığı incelenmiştir. Frigya Bölgesi'nde kültürel miras turizminin başarıya ulaştırılması için modelin adımlarının veya bütünün uygunluğu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Katılımcılarla yapılan görüşmeler bilgisayar ortamına aktarılarak, bilindiği üzere nitel veri analizinde kullanılan bir bilgisayar programı yardımıyla analiz edilmiştir. Nitel veri analizi gerçekleştirilen bilgisayar programları verilerin depolanmasına, düzenlenmesine ve kodlanmasına yardımcı olmaktadır (Creswell, 2005). Söz konusu verilerin çözümlenmesinde NVivo10 programından yararlanılmıştır. NVivo 10 programı nitel ve karmaşık yöntemle toplanan veri analizinde kullanılmaktadır. Bu program Lyn ve Richards tarafından 1980'li yılların başında geliştirilmiştir. Veri analizinde bu programın kullanılması araştırmanın şeffaflığını sağlamaktadır (Bringer, Johnston ve Brackenridge, 2004). NVivo 10 araştırmacıya verilerin kodlanmasında da

kolaylık sağlamaktadır. Ayrıca, bu program, nitel veri analizlerinde yaşanan veri kaybı sorunu için de bir çözüm olmaktadır.

#### 4.2.2. Güvenilirlik

Tüm veriler bilgisayar ortamına ve NVivo 10 programına aktarıldıktan sonra güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Veriler araştırmacı ve uzmanlar tarafından ayrı ayrı incelenmiş ve kodlamalar NVivo 10 programında güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Kodlayıcılar verileri iki ayrı NVivo 10 programında kodlayıp sonrasında Kappa Katsayısı belirlenmiştir. Yapılan hesaplama göre çalışmadaki veri analizi güvenilirlik katsayısı 0.90 olarak hesaplanmıştır. Buna göre farklılık olan kodlamalarda araştırmacı ve diğer uzmanlar bir araya gelip görüşlerini tartışmış ve farklılık görülen kodlamalarda bir uzlaşmaya varmışlardır. Buna göre veriler tekrar incelenmiştir.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerin deşifresi ve dökümünü gerçekleştirilmiştir. Dökümlerin doğru ve etkili olup olmadığının belirlenmesi amacıyla bir uzman aracılığı ile dökümler kayıtları ile birlikte tekrar dinlenmiştir. Güvenilirliğin belirlenmesi için Miles ve Huberman'ın (1994) önerdiği uyum yüzdesi kullanılmıştır.

Araştırmacı tarafından her bir görüşme kaydı hiçbir değişiklik yapılmadan olduğu gibi yazıya dökülmüş ve indekslenmiştir. İndekslemenin yapıldığı formda; katılımcı kişi/durum, yer ve saat gibi bağlamsal veriler, betimsel indeks, betimsel veri, araştırmacı yorumu gibi başlıklar bulunmaktadır. Dökümler araştırmacı tarafından kontrol edildikten sonra kayıtlar dökümler ile birlikte uzman değerlendirmesine verilmiştir. Uzman, kendisine verilen kayıtlar ile yazılı dökümler arasında farklılık olup olmadığını kontrol etmiştir. Dökümü gerçekleştirilen verilerin bir uzman tarafından dinlenmesi ve dökümlerin incelenmesi çalışmasında dökümlerin tümünde görüş birliğine varılmıştır. Bu doğrultuda Miles ve Huberman'ın uyum yüzdesi formülü ile yapılan hesaplamada görüşme dökümlerinin güvenirligi %100 olarak bulunmuştur.



Araştırmacı dökümlerin yapıldığı dosyaları Nvivo 10 programına yükleyerek beş adım modeli temelinde kodlamaları gerçekleştirmiştir. Toplanan verilerin önce kavramlaştırılması daha sonra da ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı bir biçimde düzenlenmesi yapılmış ve buna göre veriyi açıklayan temalar saptanmıştır. Araştırmanın problem durumu ve amaçlarına ilişkin dosya ile birlikte veri seti bir uzmana verilmiştir. Uzman ve araştırmacı, görüşmelerin çözümlemesini birbirlerinden bağımsız olarak gerçekleştirmişlerdir. Kavramlara ilişkin liste ortaya çıktıktan sonra, katılımcıların görüşlerini yansıtan ifadeler bütüncül ve seçme yaklaşımıyla yeniden incelenmiştir. “Geri ve ileri adımlarla” incelenen dökümler hermeneutic döngü oluşturmuştur. Bu döngüyü Kvale (1983) görüşme dökümlerinden çıkan temaların ve özel ifadelerin kendine özgü anlamların çıkarılması ve bunların yeniden bütünsel anlama dönüştürülmesi işlemi olarak açıklamaktadır (aktaran Lien, 2005). Bu işlem sonucunda görüşme verilerini açıklayan tema ve alt temalar çıkarılmıştır (Creswell, 2005; Yıldırım ve Şimşek, 2008). Nvivo 10 nitel veri analizi paket programı aracılığıyla yine söz konusu tema ve alt temaların yer aldığı modeller düzenlenmiştir.

Tüm kodlama işlemleri tamamlandıktan ve modeller ortaya çıktıktan sonra uzman ve araştırmacı bir araya gelerek, her sorunun yanıtını tek tek incelemişlerdir. Uzman ve araştırmacı arasındaki görüş birliği doğrultusunda kodlamaların son biçimi verilmiştir. Uzman ve araştırmacı kodlamaları katılımcı ifadeleri dökümler ile birlikte yeniden incelemiştir. Oluşturulan kodlama anahtarı ile birlikte dökümler yine farklı bir uzmana verilmiştir. Uzmanlar ve araştırmacı tarafından oluşturulan kodlamaları dökümlerle birlikte Nvivo 10 programında incelemiş kodlamaları değerlendirmiştir.

Uzmanlar ve araştırmacının oluşturdukları tema ve alt temalar bir araya getirilerek karşılaştırılmıştır. Ortak görüşler doğrultusunda birlik sağlanarak, tema ve alt temalar oluşturulmuştur. Bu bağlamda birinci uzman ve araştırmacının oluşturduğu kodlamalar ile ikinci uzmanın oluşturduğu kodlamaların NVivo 10 programında güvenilirlik çalışması yapılmıştır. NVivo 10 programında gerçekleştirilen güvenilirlik çalışması için kappa güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır.

Cohen'in Kappa katsayısı ( $\kappa$ ) araştırmacı ve değerlendiricinin arasındaki uyuşmanın güvenirliğini ölçen bir tekniktir. Kappa ls her biri N tane maddeyi C tane birbirinden karşılıklı hariç olan kategoriye ayıran iki değerlendiricinin arasında bulunan uyuşmayı ölçer.  $\kappa$  katsayısının avantajı, uyumun şans ile ortaya çıkması beklenen kısmını düzeltmesidir (Gözükara-Bağ, Karabulut ve Alpar, 2010). Kappa ls bu uyuşmanın bir şans eseri olabileceğini de ele aldığı için basit yüzde orantı olarak bulunan uyuşmadan daha güçlü bir sonuç verdiği kabul edilir. Landis ve Koch (1977)'a göre bu katsayının 0,61-0,80 aralığında olmasının değerlendiriciler arasında önemli derecede uyuşma olduğunun bir göstergesidir. Yapılan hesaplamaya göre çalışmadaki veri analizi güvenirlik katsayısı 0.90 olarak tespit edilmiştir.

Farklılık olan kodlamalarda araştırmacı ve diğer uzman bir araya gelip görüşlerini tartışmış ve farklılık görülen kodlamalarda bir uzlaşmaya varmışlardır. Buna göre veriler tekrar incelenmiştir ve temalar beş adım modeli temelinde tekrar düzenlenmiştir. Nvivo 10 aracılığı ile elde edilen modeller temalara göre betimlenirken araştırmaya katılan görüşmecilerin ifadelerinden doğrudan alıntılar alınarak yorumlanmıştır. Doğrudan alıntılara yer verirken araştırmaya katılan görüşmecilerin gizliliğini sağlamak amacıyla gerçek isimleri yerine kodlamalar kullanılmıştır.

Verilerin toplanması ve değerlendirilmesi sürecinde her basamak ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Her adımda araştırmacı ve uzmanlar bir araya gelerek değerlendirme ve görüş alış verişinde bulunmuşlardır. İki uzman ve araştırmacı ortak görüşte birleşene kadar süreç devam etmiştir. Modelin adımları, temalar ve alt temalar arasında, çok büyük bir uyuşmazlığa rastlanmamıştır.

Tablo 10. İçerik analizinde Süreçler

	Sorular	Kodlar
Birinci Adım Potansiyelin Belirlenmesi/Envanter	<p>1. Frigya' da yer alan kültürel mirasları, turistik ürüne dönüşme potansiyelini göz önüne alarak değerlendirir misiniz?</p> <p>2. Frigya' da ziyaretçilere sunulan konaklama imkanları ve yiyecek içecek işletmeleri konusundaki düşünceleriniz nelerdir?</p> <p>3. Frigya Bölgesine ulaşımı sağlayan; yol, toplu taşıma ve bilgilendirme tabelaları gibi ulaşım olanakları hakkında ne düşünüyorsunuz?</p>	<p>Çekicilikler</p> <p>Ziyaretçi Hizmetleri</p>
İkinci Adım Planlama/ Organize Etme	<p>4. Frigya Bölgesinde yer alan; döviz bürosu, ATM, otopark ve benzin istasyonu gibi alt yapı olanakları konusundaki düşünceleriniz nelerdir?</p> <p>5. Yerel halkın ve yerel idarenin kültürel miras turizmine yaklaşımını nasıl değerlendiriyorsunuz?</p> <p>6. Frigya' nın turizme kazandırılması konusunda hangi paydaşların (STK ve merkezi idari gibi) daha etkin olması gerektiğini düşünüyorsunuz?</p>	<p>İnsan Kaynakları</p> <p>Finansal Kaynaklar</p>
Üçüncü Adım Hazırlanma/ Koruma	<p>7. Sizce Frigya Bölgesinde kültürel miras turizminin gelişmesi için hangi finansal kaynaklardan destek alınmalıdır?</p> <p>8. Sizce Frigya' daki kültürel/doğal mirasın ziyaretçiye sunumunda hangi araçlar kullanılmalı?</p> <p>9. Frigya Bölgesi'nin engelliler için uygunluğu konusunda ne düşünüyorsunuz? Sizce bu konuda ne gibi</p>	<p>Ziyaretçiye Hazırlanma</p> <p>Koruma</p>

	düzenlemeler yapılabilir?	
<b>Dördüncü Adım</b> Teşhir/ Öyküleme	<p>10. Frigya' daki tarihi eserlerin mülkiyeti ve koruma amaçlı uygulamalar/yasal düzenlemeler ile ilgili görüşleriniz nelerdir?</p> <p>11. Müze ve ören yerlerindeki sunum/teşhir ile ilgili düşüncelerinizi aktarır mısınız?</p> <p>12. Yerel halkın sahip olduğu; hikayeler, sanat, zanaat, gelenek- görenek vb. öğelerin turizm amaçlı kullanımı konusunda ne düşünüyorsunuz? Bu öğeler sizce nasıl yeniden canlandırılabilir?</p>	Açık hava Drama
<b>Beşinci Adım</b> Pazarlama	<p>13. Bölgeye gelen turistlerin profilinin belirlenmesi için ne tür çalışmalar yapılmalı?</p> <p>14. Frigya Bölgesinin tanıtımı için hangi faaliyetler yapılabilir?</p> <p>15. Bölgenin pazarlanması için turizm profesyonelleri neler yapmalı (yerel ve merkezi idare, STK ve diğerleri) ?</p>	

Görüşülen kişilerin kimlikleri araştırma etiğine uygun olarak açıkça yazılmamıştır. Katıldıkları veya görev yaptıkları ilin ismine ve görevlerine uygun kısaltmalarla ifade edilmiştir. Aynı görev veya şehirden araştırmaya katılan kişiler ise rakamlarla belirtilmiştir. Kullanılan kısaltmaların açılımları ise aşağıdaki gibidir:

A: Afyonkarahisar

K: Kütahya

E: Eskişehir

İ: Yerel ve merkezi idare temsilcileri

Z: Ziyaretçiler

## 5. Bulgular ve Değerlendirme

### 5.1. Potansiyelin Belirlenmesi/Envanter Adımına İlişkin Bulgular ve Değerlendirme

Modelin ilk adımının test edilmesi için hazırlanan sorular çekicilikler ve ziyaretçi hizmetleri ile ilgili mevcut durumun tespit edilmesini sağlamış ve bulgular kültürel mirasın turistik çekiciliğe dönüşmesinin yetersiz olduğuna işaret etmiştir. Benzer şekilde, ziyaretçilere sunulan hizmetlerin yok denilebilecek seviyede olduğu belirlenmiştir. Frigya Bölgesi'nde kültürel miras turizmini geliştirmek için modelin bu adımının sağlayacağı katkılar son derece önemli olacaktır.

Şekil 6'da görüldüğü gibi bölgenin potansiyelinin belirlenmesi basamağında katılımcılara göre bölgenin turistik ürüne dönüşmesi özellikle Türk Dünyası Başkenti Ajansı aracılığı ile potansiyeli yüksek bir bölgedir. Turistik ürüne dönüşmesi ile bölge kalkınmasına da katkı sağlayacağı görüşü hakimdir. Ancak Frigya Bölgesi'nin önemli bir bölge olmasına rağmen turistik açıdan geri kalmışlığı ve ilgililerin bu bölgeyi turizme elverişli duruma getirmeleri konusunda ilgisiz kaldıkları yönünde yoğun görüş bildirildiği görülmektedir. Bu bağlamda Eskişehir, Kütahya ve Afyon İdareleri, yerel halk ve ziyaretçiler ile yapılan görüşmelerde elde edilen bazı görüşlere aşağıda yer verilmektedir.

**Eİ1:** “Kesinlikle turistik ürüne dönüştürülme potansiyeli yüksek. Bölgenin öncelikli olarak tanıtımı Türkiye ve Dünya'ya yapılmalı ve bu şekilde buna yönelik olarak Frigler'le özdeşleşmiş ürünler üretilebilir.”

**Eİ2:** “Frigya kültürel mirasının turistik ürüne dönüşmesi, kültürel varlığın ve yerel yaşam biçiminin bozulmasını neden olmadan ve kültür ürünlerinin yozlaşmasına sebebiyet vermeden özgünlüğünü

*koruyarak turizmin gelişmesine ve bölgenin kalkınmasına fayda sağlayabilir.”*

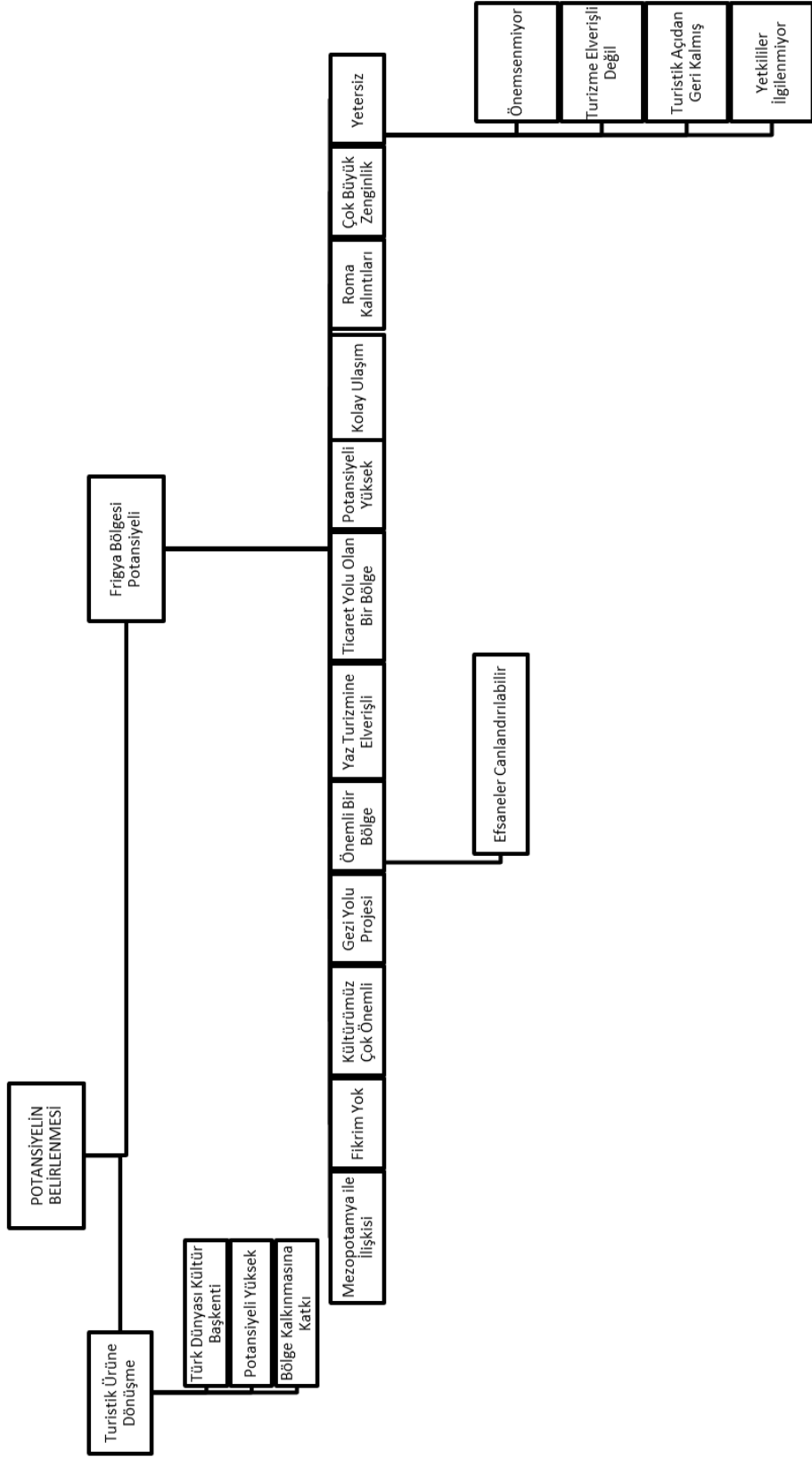
**Kİ1:** *“Frigya Bölgesi’nde yer alan kültürel miraslar, doğru değerlendirildiğinde turistik ürüne dönüştürülme potansiyeli yüksektir. Ancak bu konuda alan planlaması yapılmalıdır. Bu planlama yapılırken Eskişehir Kütahya ve Afyonkarahisar bir bütün olarak ele alınmalıdır.”*

Bölgenin potansiyelinin belirlenmesi basamağına ilişkin bazı ziyaretçi görüşleri ise aşağıdaki gibidir:

**AZ1:** *“İnsanların ilgi ve bilgisi olmalı tanıtımları yapılmalı.”*

**EZ1:** *“Frigya tarihi ve kültürel değeri çok önemli bir bölgedir, turistler açısından ziyaret edilen bir bölgedir ancak biraz daha yoğun reklam ve tanıtım ile daha çok turist çekebileceğine inanıyorum. Turizm bir bölgenin hem tanınması hem maddi düzeyinin yükselmesi hem de yeni nesillerin bu bölge gibi yerleri ziyaret edip tarihini orada yaşaması açısından oldukça önemli bir unsurdur.”*

**KZ1:** *“Anadolu ile Yunan Dünyası’nın kesişme noktasında yer alan Frig Bölgesi’nin sürekli yerleşim görmesi ve kültür kalıntısı açısından önemli bir bölge.”*



Şekil 8. Potansiyelin Belirlenmesi/Envanter Adımına İlişkin Bulgular

Potansiyeli belirlenmesi aşamasına yönelik sorulara verilen cevaplar arasında, turistik ürüne dönüşme ve Frigya Bölgesi potansiyeli ağırlık kazanmıştır. Turistik ürüne dönüşme potansiyeli yüksek olarak değerlendirilmiş ve Türk Dünyası Kültür Başkenti yoluyla bölge kalkınmasına katkı sağlanacağı katılımcılar tarafından öne sürülmüştür. Frigya' nın bölgesel potansiyelinin tarihi ve ticari açıdan önemli olduğu vurgulanmış fakat turizmin gelişmemesi ve ilgisizlik nedeniyle bu potansiyelin yeteri kadar değerlendirilmediği ifade edilmiştir.

## **5.2. Planlama ve Organize Etme Adımına İlişkin Bulgular ve Değerlendirme**

Görüşme soruları içerisinde modelin ikinci basamağını işaret eden sorulara verilen cevaplar değerlendirilmiş, elde edilen bulgular doğrultusunda yedi alt başlığa ulaşılmıştır. Bu alt başlıklar arasından Altyapı ve etkin paydaşlar detaylı olarak incelenmiştir. Planlama ve organize etme basamağına ilişkin görüşler; profesyonellerin yapması gerekenler, yerel halktaki ilgi, altyapı olanakları, bölgenin pazarlanmasında turizm otoritelerine düşen görevler, etkin paydaşlar, finans ve yerel halk hikayeleri olmak üzere yedi başlıkta değerlendirilmiştir.

Planlama ve organize etme adımına ilişkin yedi farklı alt başlığa ulaşılmıştır. Turizm profesyonelleri, yerel halkın ilgisi, alt yapı, bölgenin pazarlanmasında turizm otoritelerine düşen görevler, etkin paydaşlar, finansman ve yerel halk hikayeleri gibi alt başlıklar elde edilmiştir. Bunlardan alt yapı ve etkin paydaşlar detaylı olarak ele alınmıştır.





Şekil 9. Planlama ve Organize Etme Adımına İlişkin Bulgular

### 5.2.1. Altyapı

Şema 3’de görüldüğü gibi, bölgenin altyapı çalışmalarının yetersizliği vurgulanmıştır. Özellikle, ulaşım ve konaklama konusundaki eksikliklerin bölgenin turistik açıdan cazibesini engellediği belirtilmiştir. Aynı şekilde, bölgenin engellilere yönelik çok zorlu bir bölge olduğu da vurgulanmıştır. Döviz bürolarının kısmen de olsa yeterli olduğu ancak ATM olanağının olmayışı yine bölgenin turistik açıdan planlama ve organize etme basamağına uygun olmadığı görülmektedir.

Aşağıda İdarelerin ve ziyaretçilerin altyapı konusuna ilişkin görüşlerin bazıları yer almaktadır:

**Aİ1:** “Hiç hatırlamıyorum görmedim döviz bürosu sadece yakında bir köy hatırlıyorum ATM ve otopark hiç hatırlamıyorum.”

**Aİ2:** “Yetersiz kesinlikle biz mesela bu tarz faaliyetlerde bulunduğumuz zaman kalacak yer sıkıntısını çok yaşıyoruz

*kaldığımız yerlerde de mecburen kaldığımız yerlerde de standart çok düşük.”*

**Eİ1:** *“Merkezi olmayan yerler dışında bu tür servislerin iyi yapıldığını söylememiz zor.”*

**Kİ1:** *“Yetersizdir. Yollar düzenlenmeli, pansiyonculuk geliştirilmeli, ziyaretçilerin ihtiyaç duydukları altyapı tesisleri yapılmalıdır.”*

Bazı ziyaretçilerin altyapı konusuna ilişkin görüşleri ise şöyledir:

**AZ1:** *“Öğrenci bütçesine uygun değildir.”*

**AZ2:** *“Yeterli olduğunu düşünmüyorum. Kalacak motel yok milletin evinde kalıyorsun bildiğim kadarıyla yazılı kayada filan öyle oluyor. Bildiğim kadar yok Kütahya’da kalacak yer bulursun Afyonkarahisar’da bulursun yani direk bu konaklama yerlerine ama yazılı kayadan başka yok. En dişe dokunur nereler var? Yok öyle bir yer yok.”*

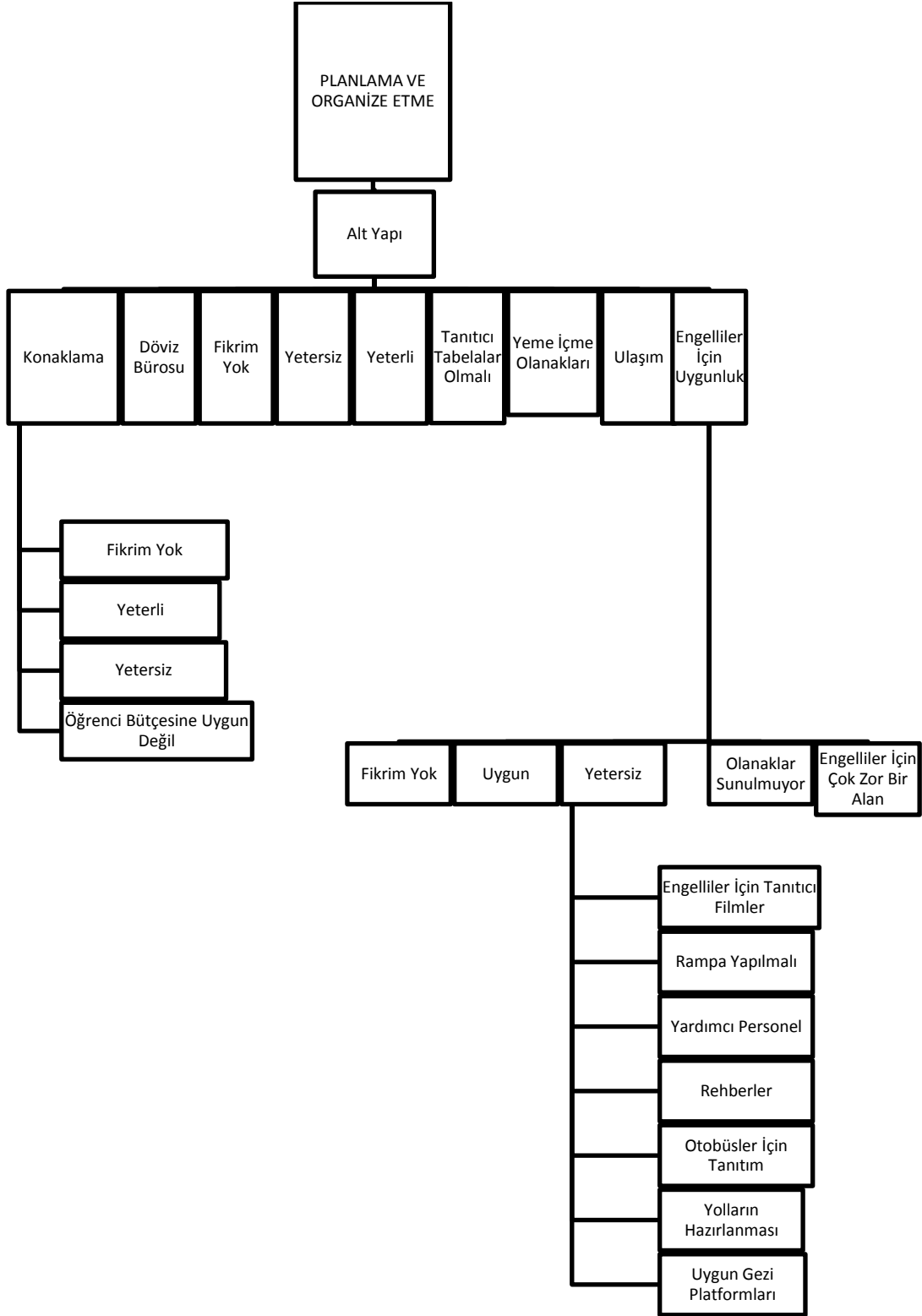
**EZ1:** *“Konaklama yeterince bulunmamakta işletmeler ise para kazanma derindedir.”*

**KZ1:** *“Frigya Bölgesi’nde konaklama hizmeti için gerekli hizmeti sunabilecek otel ve pansiyonlar yetersiz kalmaktadır.”*

Katılımcıların görüşleri doğrultusunda bölgenin planlama ve organize etme basamağına altyapı yetersizliğinden dolayı yanıt vermediğı söylenebilir.

Alt yapı olanakları konusunda farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Konaklama ve döviz büroları, tanıtıcı tabelalar, yeme- içme olanakları, ulaşım ve engelliler için uygunluk konularında çalışmalar yapılması gerektiğı katılımcılar tarafından ileri sürülmüştür. Konaklama imkanlarının öğrenci bütçesine uygunluğuna eleştiri getirilmiştir. Engelliler için bölgenin yeterliliğı konusunda farklı görüşler tespit edilmiştir. Engelliler için olgunlaştırılması gereken koşullar; tanıtım etkinlikleri,

yardımcı personel ve uygun gezi platformları gibi başlıklar altında değerlendirilmiştir.



Şekil 10. Altyapıya İlişkin Bulgular

### 5.2.2. Etkin paydaşlar

Şema 4’de planlama ve organize etme basamağına ilişkin etkin paydaşlar ve turizm otoritelerine düşen görevlere ilişkin bulgular yer almaktadır. Katılımcılar bölgenin planlama ve organize etme basamağına ilişkin etkin paydaş olarak başta İdare olmak üzere, esnaf, eğitim kurumları, STK ve üniversitelere atıfta bulunmuşlardır. Yerelde ilginin artırılmasına da değinen katılımcılar hem yerel halkın hem de İdarenin ilgisizliğinden yakınmışlardır. Planlama ve organize etme basamağının etkin paydaşlar başlığına aşağıdaki ifadeler örnek olarak verilebilir:

**Aİ3:** “Kültürel miras turizmüne yaklaşımımız sadece yerel halkın idarenin değil üniversitelerinde çok bilinçli olmadığımızı söyleyeyim özellikle eski çağlardan kalan eserlerle ilgili.”

**AY4:** “Orada gördüğümüz en üzücü manzaralardan birisi kral mezarlarının özellikle yere yakınlarda hayvanları bağlamışlar, affedersiniz insanlar dahil oraya pislemişler. O tip manzaralar çok üzücüydü. Tabi bu oradaki insanların eğitimsizliğiyle de ilgiliydi ama bence hani turizm yetkililerinin o insanları bilinçlendirmede yada hani orayı koruma alanı içine alma çabalarıyla giderilebilir o insanları suçlamıyorum. O insanların cahillikle alakalı ama cahil olmayan büyüklerimizin o anlamda tedbir almaları gerekirdi diye düşünüyorum.”

**Eİ5:** “Mahalli idarenin turizm faaliyeti yürüten ilgili birimleri (Koruma kurulları müzeler vs.) Kültür ve Turizm Bakanlığı ile koordineli faaliyet yürütmesi ve hükümetten turizme ayrılan payın layiki ile kullanımının denetlenmesinin sağlanması.”

**Eİ3:** “Kesinlikle yerel yönetim başta olmak üzere her türlü sivil toplum kuruluşu etkin olursa, ne kadar çok olursa o kadar faydası olur.”

**Kİ3:** “Yerel yönetimlerin kendi bölgelerinde bulunan kültürel miraslara daha fazla önem vererek gerekli tanıtımlarının ulusal ve uluslararası boyutta yapılmasını sağlamaları gerekmektedir.”

**Kİ4:** “Bu konuda belediye, valilik, il kültür müdürlüklerinin müze desteğiyle halkı ve öğrencileri teşvik etmeleri gerektiğini düşünüyorum.”

Bazı ziyaretçi görüşleri ise aşağıdaki gibidir:

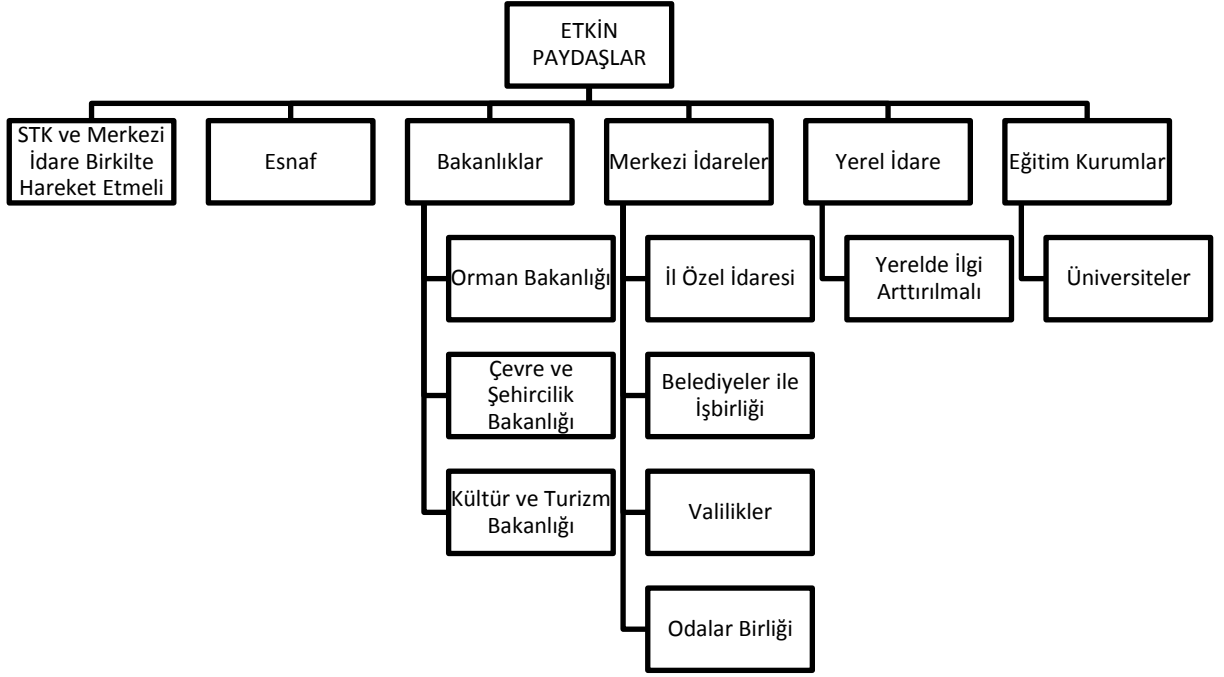
**EZ3:** “Aslında idarenin daha etkin olması gerekiyor ama sivil toplum kuruluşları bence bu konuda daha fazla çalışıyor gibi geliyor bana.”

**EZ5:** “Bakanlıklar daha iyi tanıtılabilir. Daha iyi bir ortam hazırlayabilir orda.”

**KZ3:** “Yerel halkı bilgisiz yerel yönetimleri ilgisiz olarak değerlendiriyorum. Burada halkın bilgi sahibi olmayışını da yöneticilerin ilgisizliğine bağlıyorum.”

**KZ3:** “Bu konuda belediye, valilik, il kültür müdürlüklerinin müze desteği.”

Araştırmaya katılan İdare temsilcileri, yerel halk ve ziyaretçilerin görüşleri genel olarak ilgisizlik üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. İdarenin ve Bakanlıkların başta olmak üzere bölgenin kalkındırılması, tanıtılması ve geliştirilmesi yerel halka da görevlerin düştüğü vurgulanmıştır.

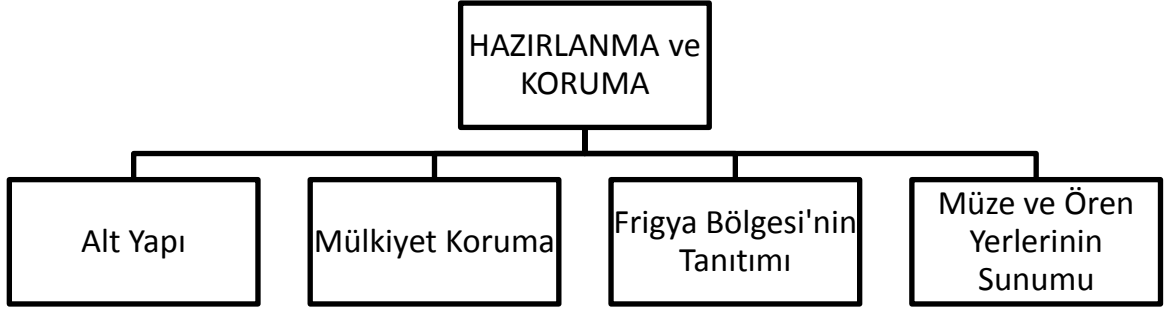


Şekil11. Etkin Paydaşlara İlişkin Bulgular

Etkin paydaşlar arasında esnaf, bakanlıklar, merkezi idare, yerel idare ve eğitim kurumları ifade edilirken bu paydaşlar arasındaki işbirliğinin arttırılmasına dikkat çekilmiştir. Bakanlıklar arasında Orman Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı yer almıştır. Merkezi idarelere bağlı organların yerel idare ile işbirliğinin önemine vurgu yapılmıştır.

### 5.3. Hazırlanma ve Koruma Adımına İlişkin Bulgular ve Değerlendirme

Hazırlama ve koruma basamağına ilişkin bulgular altyapı, mülkiyet koruma, bölgenin tanıtımı ve müze ve ören yerlerinin sunumuna ilişkin görüşlerden ortaya çıkan temalar Şema 5 de görülmektedir.



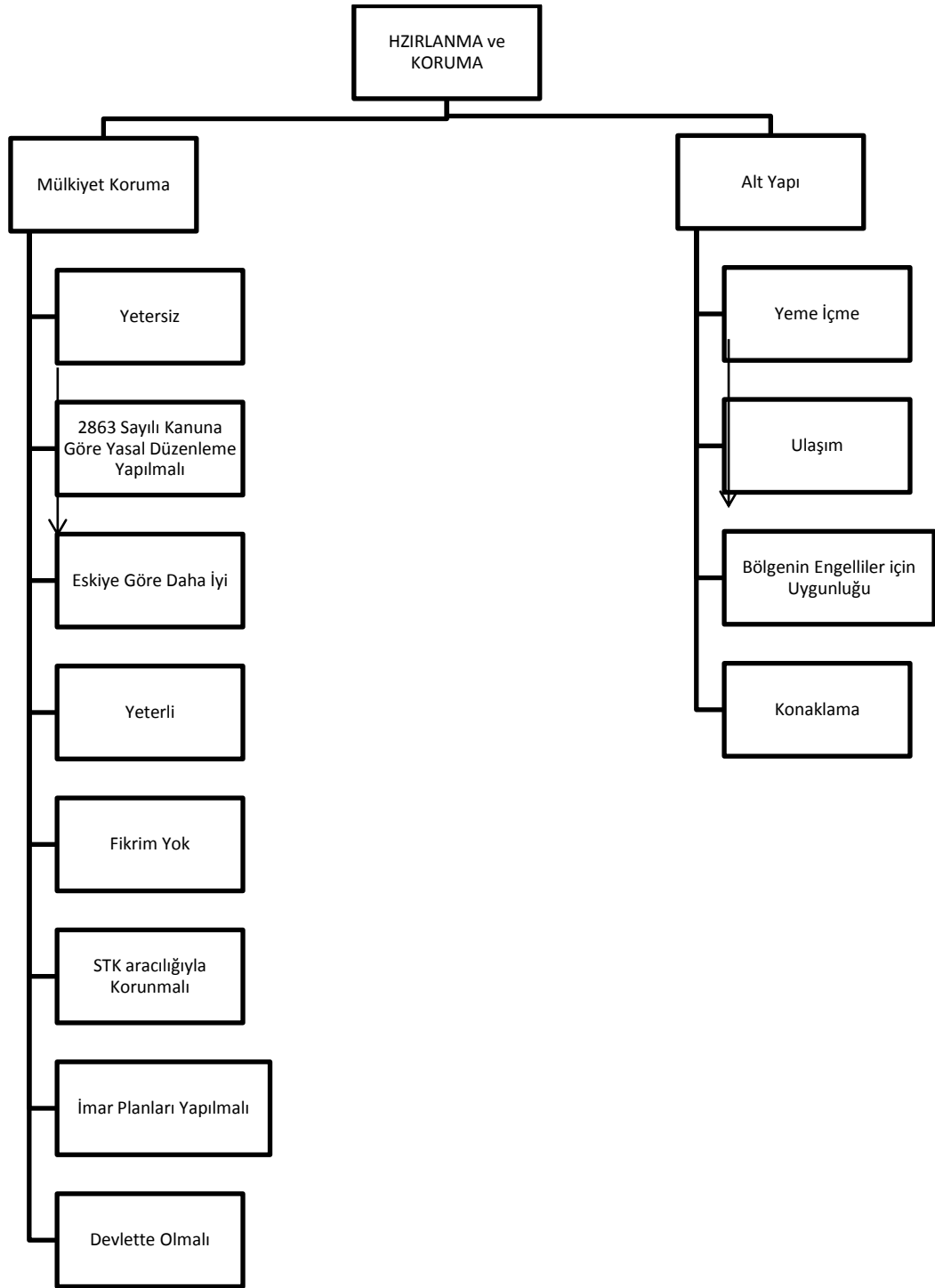
Şekil 12. Hazırlanma ve Koruma Adımına İlişkin Bulgular

Hazırlanma ve koruma basamağına ilişkin görüşmelerden ise alt yapı, mülkiyet koruma, bölge tanıtımı ve müze ve ören yerlerinin sunumu alt başlıklarına ulaşılmıştır.

#### 5.3.1. Altyapı ve mülkiyet koruma

Şema 6'da altyapı ve mülkiyet koruma temalarına ilişkin ayrıntılar görülmektedir. Araştırmaya katılan yere idare ve ziyaretçilere göre mülkiyet koruma yetersiz kalmaktadır. Her ne kadar geçmiş dönemlere göre daha iyi olduğu vurgulansa da, STK ve Devlet aracılığı ile imar planlarının yapılması gerekliliği ile bölgenin korunmasına katkı sağlanması gerektiği vurgulanmıştır. Altyapı olarak da yeme-içme, ulaşım, konaklama ve bölgenin engellilere uygun hale getirilmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur.





Şekil 13. Altyapı ve Mülkiyet Korumaya İlişkin Bulgular

Mülkiyet korumanın yeterli ve yetersiz olduğu yönünde iki farklı görüş ortaya çıkmıştır. Yeterli bir koruma anlayışı geliştirebilmek için ise imar planları, STK' lar ve yasal düzenlemelerden yararlanılması gerektiği düşüncesi öne sürülmüştür.

Mülkiyet Koruma ve altyapı temalarına ilişkin İdare temsilcilerinin görüşleri aşağıdaki gibidir:

**Aİ5:** “Mülkiyet bildiğim kadarıyla genelde devlet kurumlarında oluyor. Bunun yine devlet kurumları ilgilenemeyecekse vakıflar aracılığıyla yani bu işe gönül vermiş kişiler aracılığıyla STK aracılığıyla yapılması bana mantıklı geliyor.”

**Aİ4:** “Kötü kullanımlara meydan verilmemesi için sit alanı oluşturmak gibi tedbirlerin alınması gerekir.”

**Aİ2:** “Frigya Bölgesi’nde birçok doğal ve arkeolojik sit bulunmakta ve alanlar içerisinde ki uygulamalar Kültür Varlığı iznine tabi tutulmaktadır. Fakat uygulamaların yavaşlığı ve denetleme yetersizliğinden ötürü gelişigüzel restorasyonlar yapılmaktadır.”

**Eİ10:** “Ciddi bir tarih bölgesidir. Fakat günümüzde bunu anlamak gezip görmekle sınırlı kalmaktadır. Yapılan hiçbir çalışma bölgeyi canlandırmaya yeterli olmamıştır. Çalışmalar yerelde kalmış küçük düzenleme ve faaliyetlerle sınırlı kalmıştır. Koruma amaçlı uygulamalar tarihi koruma yerine katletmektedir.”

**Kİ2:** “Mülkiyet durumu genel olarak devlete ait yerlerdir. Ancak vatandaş mülkiyetinde olan yerler de bulunmaktadır. Koruma amaçlı imar planları mutlaka yapılmalıdır. 2863 sayılı kanunda da yasal düzenlemeler yapılmalıdır.”

Araştırmaya katılanların görüşleri doğrultusunda hazırlama ve koruma basamağına ilişkin bölgede altyapı ve mülkiyet korumasının yeterli olmadığı vurgulanmaktadır.

### 5.3.2. Müze ve ören yerlerinin sunumu ve Frigya Bölgesi'nin tanıtımı

Şema 7'de müze ve ören yerlerinin sunumuna ilişkin katılımcı görüşleri incelendiğinde olanakların yetersiz olduğu sadece iki kişinin yeterli olarak değerlendirdiği anlaşılmıştır. Bölgeye hakim yetkili rehberlerin olmayışı da bir sorun olarak ele alınmıştır. Bölgenin tanıtımına ilişkin ise arkeolojik kazıların yapılmasının bölgeye katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Farklı kitlelerin bölgeye projelerle ve/veya gezilerle getirilmesi, farklı festival ve sportif etkinliklerle bölgenin kalkınmasına katkıda bulunulacağı belirtilmiştir. Türk Dünyası Başkenti Ajansı'na önemli görevlerin düştüğünü vurgulayan katılımcılara ait örnek ifadeler aşağıda yer verilmiştir.

**Aİ6:** *“Bizim en büyük eksiklerimizden bir tanesi müze ve ören yerlerinde küçük hediyelik eşya tarzı stantların olmaması, her gelenin alabileceği ucuz küçük şeylerin olmadığı veya yeterince olmadığını düşünüyorum.”*

**Aİ3:** *“Sunum çok kötü, müze ve ören yerlerindeki sunum teşhir çok kötü, yani hep kaleye takıldık gibi olmasın ama kalenin yukarısında insanların oturabileceği belki tarihi dokuya zarar verir mi? O ayrı mevzu ama tarihi dokuyu da içinde barındıran bir mekan yapılabilir orda insanların hani vakit geçireceği bir yer çünkü çıktığınız zaman kayalıktan başka bir şey yok keza bu antik şehirler Frigya'da ki antik şehirlerde pek dikkat edilmiyor sunum kötü.”*

**Eİ 8:** *“Müze ve ören yerleri de diğer söylemlere bağlı kalarak yanıtlanacak bir konudur. Olanaklar yetersizdir. Önemli çalışmaların yapılması; buradaki az sayıdaki insanların çabalarıyla sınırlı kalmıştır. Resmi projelerle desteklenmesi gerekmektedir.”*

**Eİ 3:** *“Eskişehir'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Eti Arkeoloji Müzesi dışında belediyeye bağlı Cam Müzesi ve*

*Balmumu Heykel Müzesi bulunmaktadır. Kısa bir süre önce açılmalarına karşın, müzelere olan ilginin artması sevindiricidir. Buna karşın, dünyadaki gelişmiş turizm ve kültür kentleri ile kıyaslandığında Türkiye'deki müzelerin sayısı ve çeşitliliğinin yeterli olmadığı açıktır. Eskişehir'de kazılarına devam edilen Dorylaion (Şarhöyük), Pessinus (Sivrihisar-Ballıhisar), Küllüoba (Seyitgazi) ve Karacaşehir'de ziyaretçilere yönelik gezi parkuru, canlandırma ve bilgilendirme levhaları gibi donatılar hayata geçirilmemiştir.”*

**Kİ 3:** *“Kütahya'da genel bir müze gibi bir şey yok. Yeni yeni bir şeyler gelmeye başladı. Eskilerinin de bu konuda yenilenme projesi vardır. Daha önce de böyle bir şey yapılmıştır. Savaş alanlarının düzenlenmesi hakkında bir projesi vardı. Destek lazım devletten. Daha öncelik sağlanabilir mi sağlanabilir. Şu anda müzeler var ama ufak çaplı Çanakkale'deki gibi değil. Gezi yolu gibi projeler de var. Yapılırsa çok güzel olur. Çok büyük bir potansiyeli var. Efes çaplı bir şehir çıkabilir kazılabilirse. 1970 den beri Alman Arkeoloji Enstitüsü kazıyormuş, o yüzden çok geç kalınmış yeni yeni düzenlenmeye başlamıştır. 5-6 seneye çok daha güzel şeyler olabilir. Eksikliği var; o da maddiyatla alakalı kültür müzeleri yapılmaya başlamıştır. Çalışmalar var ben o yönden ilerlemesinden, o yönden de çabalar var zaman ve maddiyat önemli. Bu da turist çektiği kadar yatırım yapılıyor. Turizmin canlanması lazım.”*

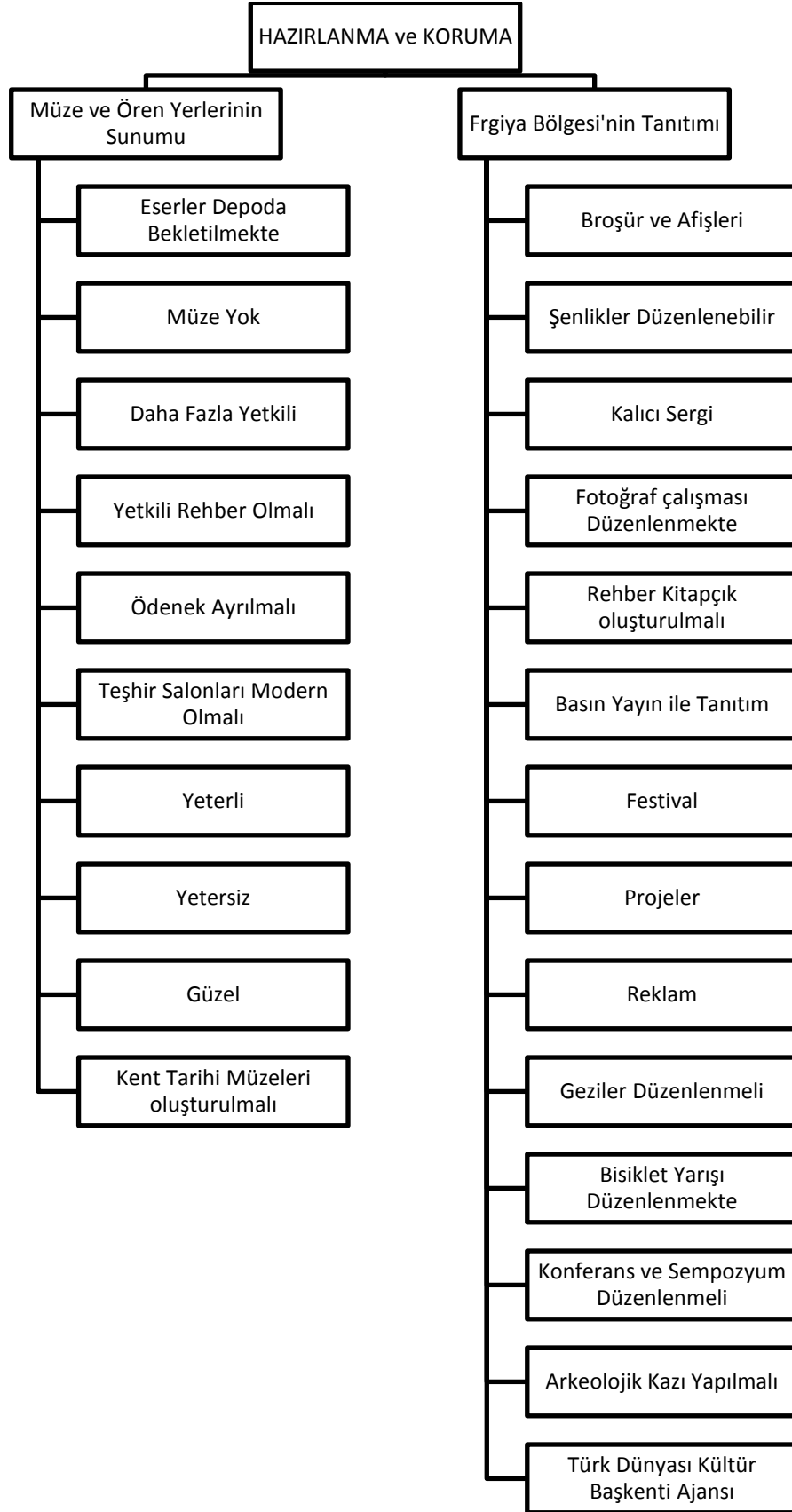
Bölgenin tanıtımına ve sunumuna ilişkin ziyaretçilere ait örnek ifadeler ise şöyledir:

**AZ5:** *“Daha çok ziyaretçilerin dikkatini çekecek düzeyde olmalıdır. Yeterli özveriyi göstermemekteler.”*

**EZ3:** “Yıllar içinde güzelleşiyor şıklaşıyor fakat daha iyi olmalı pek destekleyecek bir şey söyleyemeyeceğim.”

**EZ7:** “Eskişehir’de müzelere gitmedim ama yazılı kayada iyidi ışıklar filan vardı. Yeterli bence.”

**KZ4:** “ İlgisizler. Müzelere gittiğimizde niye geldiniz diyenler var insanlar nasıl gitsinler ki.”



Şekil 14. Müze ve Ören Yerlerinin Sunumu ve Frigya Bölgesi'nin Tanıtımına İlişkin Bulgular

Müze ve ören yerlerinin sunumu konusunda olumlu ve olumsuz görüşler belirtilmesine rağmen uzman rehberler ve modern teşhir yöntemlerinin kullanılması konusunda görüşlere ulaşılmıştır. Kent tarihi müzelerinin oluşturulması yönünde öneriler getirilmiştir. Tanıtım çalışmaları konusunda görüşmeciler; bisiklet yarışı, festivaller, projeler ve kalıcı sergiler gibi görüşler öne sürmüşlerdir.

#### 5.4. Teşhir ve Öyküleme Adımına İlişkin Bulgular ve Değerlendirme

Model önerisinin 4. Basamağı olan “Teşhir ve Öyküleme” ye ilişkin bulgular yerel halk hikayeleri ve bölgenin tanıtımına ilişkin öneriler başlıklarında ele alınmıştır. Yerel halk hikayelerinin canlandırılması gerektiği, önemli kişilik ve olayların heykelleştirilmesi, tarihi yerlerin restore edilmesi gibi görüşlerin yoğun olduğu görülmüştür. Çok önemli bir bölge olmasına rağmen, yerel halkın bilinçsiz olmasına değinen katılımcılar, bilgilendirme ve bilinçlendirme girişimlerinin yapılması gerektiğini vurgulamışlardır.

Yörenin sunumuna ilişkin ise tanıtıma yönelik öneri getiren katılımcıların, kazı etkinlikleri ve farklı projelerin hayata geçirilebilmesi için Bakanlıkların ödenek sağlaması ve destek olması gerekliliği üzerinde yoğunlaştıkları görülmektedir. Yerel halkın kültürel zenginliklerinin ve yerel ürünlerin pazara sunulması konusunda bilinçlendirilmesinin eğitim aracılığı ile olabileceği belirtilmiştir. Görsel sunumların yetersiz olduğunu ve bu yetersizliğin giderilmesine ilişkin rehberlerin yetiştirilmesi, broşürlerin ve kitapçıkların basılması konusuna değinen katılımcılara ait örnek ifadeler aşağıda sunulmuştur.

**Aİ2:** “Öncelikle herhalde yerel zanaat ve gelenek göreneği canlı tutulması en önemlisi köylerde veya herhangi bir şehrimizde böyle zanaat el sanatıyla ilgili bir şeyin kalmadığını düşünüyorum veya bunların canlandırılması belediye veya sanatkar odalarına düşüyor olabilir.”

**Aİ3:** “Bence yerel halk neye sahip olduğunu bilmiyor. Öncelikle yerel halka sahip olduğu şeyin yani kendi Frig kültürü açısından diyorum kendi kültürümüzle alakalı şeyler zaten bizim

*bünyemizde onda sıkıntı yok, yani eski çağda bu bölgenin bu toprakların hangi kültürlere ev sahipliği yaptığıının ne tarz tarihi eserler barındırdığıyla alakalı insanların pek bir bilgisi yok insanların bilinçlendirilmesi gerekiyor bu konuda.”*

**Eİ8:** *“Bölge halkının eski çağlarda aynı coğrafyada yaşamış halkları bilmesi gerekir ki bu sayede sahip olduğu mirasın değerini bilsin ve korusun. Ayrıca halkın kendilerinde var olan yerel ürünleri nasıl pazar haline dönüştürebileceği onlara öğretilmeli.”*

**Eİ4:** *“Bölge tarihi ile olduğu gibi kültür ve sanatıyla da özel bir yerdedir. Fakat bunlar göz ardı edildiğinden çok gün yüzüne çıkmamış, ufak çaplı çalışmalarla kendini hissettirmiştir. Burada da asıl ihtiyaç duyulan finansal yardım ve yatırımdır. Bu da halkın, İdarenin ve küçük S. T. K tek başına sağlayacağı bir olanak değildir.”*

**Kİ4:** *“Somut olmayan kültürel miras canlandırılabilir. Hikayeler ve menkıbeler canlandırılabilir. Yöredeki el sanatları Halk eğitim aracılığıyla geliştirilebilir.”*

Ziyaretçilerin konu ile ilişkin örnek ifadeleri ise aşağıdaki gibidir:

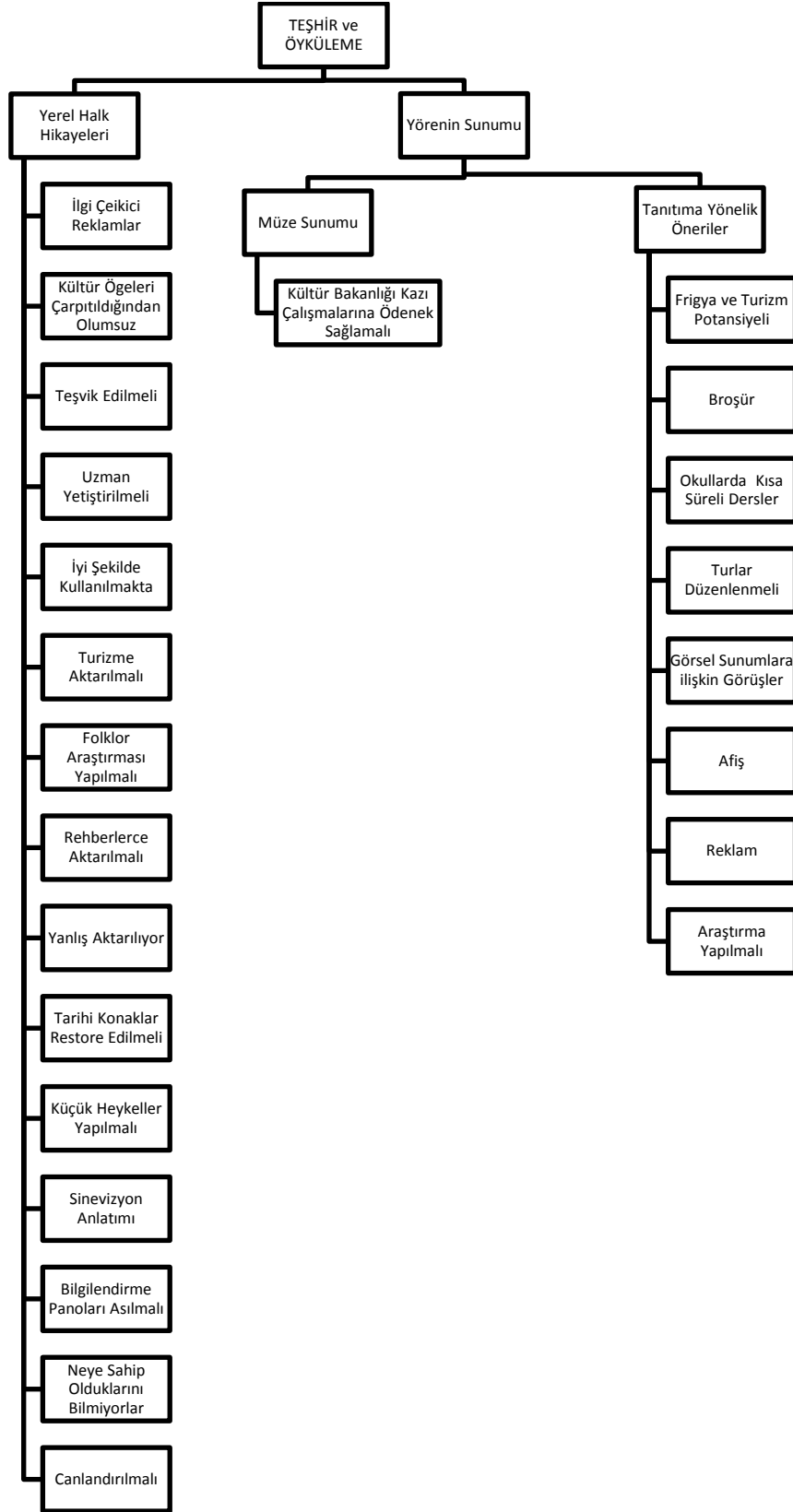
**AZ2:** *“Turizm amaçlı halka gelir kaynağı olması açısından önemlidir. Daha da çoğaltılabilir bu çalışmalar. Daha çok kitap haline getirilebilir bu çalışmalar.”*

**AZ3:** *“Reklam kullanılmalı ve büyük çapta tanıtılmalıdır Bu hikayeler müzik, sanat eserleri ( çini- seramik) gibi konularda iş bilerek anlatılarak merak uyandırılabilir.”*



**EZ9:** “Tur şirketlerine para düşer orda adamı alacaksın çanak çömlekçiye götüreceksin atıyorum. Eskişehir Kütahya arasında keman ustası var dünya çapında ona da götüreceksin özellikle tur şirketlerine düşüyor.”

**KZ3:** “Çeşitli festivaller ve projelerle canlandırılabilir.”



Şekil 15. Teşhir ve Öyküleme Adımına İlişkin Bulgular

Teşhir ve öyküleme adımına ilişkin verilen cevapların değerlendirilmesi sonucunda yerel halk hikayeleri ve yörenin sunumu konuları ön plana çıkmıştır. Yerel halk hikayelerinin aktarımı konusunda olumlu ve olumsuz görüşler tespit edilmiştir. Kültürün turizm yoluyla aktarılmasında kültürel öğelerin değişmesine ve yeterli bilgi aktarımı yapılmadığına eleştiri getirilmiştir. Kültürün bozulmadan ve değiştirilmeden turizme aktarılması ve uzmanlarca profesyonel yöntemlerle kullanılmasının gerektiği öne sürülmüştür. Yerel halk hikayelerinin araştırılmasına önem verilmesi ve konuya özel uzmanların yetiştirilmesi önerisi getirilmiştir. Bölgesel tanıtım için müzeleri teşhirinde kazı çalışmalarına kaynak aktarılması gerektiği ifade edilmiştir. Tanıtım için kullanılacak yöntemlere ilişkin görüşler bildirilmiştir. Bilindiği gibi günümüzde, herhangi bir destinasyonun bir hikayesinin olması ve bu hikayeye uygun tasarlanarak sunulması farklı bir yaklaşım olarak kabul görmektedir. Paydaşların bu anlamdaki farkındalığı, teşhirin önemine yakın duruşları bu modelin uygulanmasındaki hazır oluşun bir göstergesi olarak alınabilir.

##### **5.5. Pazarlama Adımına İlişkin Bulgular ve Değerlendirme**

Araştırmanın beşinci alt amacı olan ve model önerisinin de beşinci basamağında yer alan Pazarlama basamağına ilişkin bulgular Şema 9'da verilmiştir. Pazarlama basamağına ilişkin katılımcılardan gelen görüşler doğrultusunda turistik pazarlamanın, reklam, halkın kültürel zenginliklerinin, evlerin restorasyonu ve bölge halkının bilgilendirilmesi ile olabileceği bulgulanmıştır. Bu bağlamda öncelikle turist profillerinin farklı projelerle veya anketlerle oluşturulması gerektiği, ihtiyaç analizinin yapılması, bölgeye özel turların düzenlenmesi gerektiği ve özellikle uzman rehberlerin yetiştirilmesi ve görevlendirilmesi gerektiği üzerine yoğunlaşıldığı görülmüştür. Aşağıda İdareden ve ziyaretçilerden gelen görüşlere ilişkin örnek ifadeler sunulmuştur.

**A11:** *“Bunu belki geniş kapsamlı düşünmek lazım ve kültür turizm bakanlığının çalışma yapması gerektiğini düşünüyorum son zamanlarda üniversitelerde yapılmaya başlanılan stratejik plan tarzında kültür bakanlığı illerin kültür müdürlüklerinde*

yapılması gerektiğini düşünüyorum. Birtakım görüş, proje ve bölgenin tanıtımı ile ilgili neler yapılması lazım olduğunu düşünüyorum. Öncelikle rehber konusunu düşünüyorum. Ortak bir rehber olması gerektiğini düşünüyorum. Büyük taarruz la da yine aynı şeyleri düşünüyorum. Afyon'un önemli değerlerinden bir diğeri büyük taarruz hem büyük taarruz hem Frigya ile ilgili rehber ve belki küçük kitapçık ve broşürlere basılmış olması gerekiyor. Burada sorumlu üniversite midir, Kültür Müdürlüğü müdür, Turizm Bakanlığı mıdır ya da hepsi mi hepimiz mi sorumluyuz şu aklıma geliyor harita aklıma geliyor onun dışında biraz daha geniş kapsamlı düşünerek kültür ve turizm bakanlığının belki her il ile ilgili bir adım atması gerektiğini düşünüyorum. Bir ada bizim Eskişehir de var mıdır emin değilim ama afyon Kocatepe üniversitesinde belki Frigya Bölgesi araştırma merkezi ve bu konuda bilimsel toplantılar akademik çalışmalar yapılması faydalı olabilir. Sempozyum panel tarzında veya daha ilgi çekici olabilecek akademik camiadan kişiler o bölgenin kişiler yerel belediyesi vesairesi ile birlikte halkın katılabileceği iki günlük bir günlük uygun bir mevsimde festival alışveriş tarzında daha faydalı olur diye düşünüyorum.

**Aİ3:** “Her şey den önce medya bu anlamda etkin olarak kullanılabilir yerel medyadan ziyade ulusal medyadan bahsediyorum çünkü Frigya'yı duymayan yoktur Türk insanı yabancı insanlar bu konuda daha ilgililer ama dolayısıyla yani Frigya'nın nerelerde hangi coğrafyada hüküm sürdüğü nerelerde ne gibi faaliyetlerde bulunduğu sadece siyasi bir oluşum olarak değil de ticari, kültürel değil mi ne tür şartlarda o insanlar yaşıyordu o gibi birtakım belgesellerle hatta animasyon vari yani canlandırarak şey edilebilir. O anlamda da tabi bu konulara vakıf danışmanların bilgilendirmesi lazım bir kere her şey den önce şöyle yapılabilir afyon merkez olacak şekilde Frigya kültürüyle ilgili sempozyumlar düzenlenebilir yani. Yani zaten

*biz afyonda bu eksikliği her zaman hissediyoruz sadece bu Frigler'le yada bu Frig vadisiyle ilgili değil de genel anlamda afyonda bayadır sempozyum yapılmıyor yani bence çok güzel bir sempozyum konusu olabilir afyonda üniversitemizin salonu da gayet müsait Atatürk Kongre Merkezi de var böyle çok uluslar arası genel katılımlı geniş çaplı bir sempozyum tertip edilebilir.*

**Eİ8:** *“Anket çalışmaları yapılabilir; Reklam, broşür ve okullarda kısa zamanlı dersler verilebilir; Daha fazla reklam, rahat konaklama, eserleri koruyucu önlemler ve gerekli zaruri ihtiyaçların karşılanabileceği alanlar yapabilirler.”*

**Eİ3:** *“Bölgenin pazarlanması konusundaki ilk adım reklamdır. Donanımlı bir kadro, iyi bir çevre düzenlemesi turist için gerekli işletme ve olanaklar bunun için önemlidir.”*

**Kİ3:** *“Ulusal ve uluslararası tanıtımların yapılması gerektiğini düşünüyorum.”*

**Kİ2:** *“Bölge şu anda turizme tam olarak hazır değildir. Ancak gününbirlik ziyaretler yapılabilmektedir. Önce altyapı sonra tanıtım daha sonra pazarlama konusu ele alınmalıdır.”*

Pazarlama basamağındaki bazı ziyaretçilerin örnek ifadeleri şöyledir:

**AZ2:** *“Yeni yerler açmalı ve büyük oranda tanıtılmaya çalışılmalıdır.”*

**EZ8:** *“Az önce bahsettiğim tanıtımları destekleyici faaliyetler şehir içinde stantlar açarak olabilir. Turizm danışma bürosu mesela Eskişehir'de var mı Ankara'da açmışlardı Sıhhiye'nin göbeğine...”*

**EZ8:** *“Ulusal kanallarda Türk kültür dünyası nasıl durduysa en fazla televizyon olacaktır sonra sosyal medyaya da girmek*

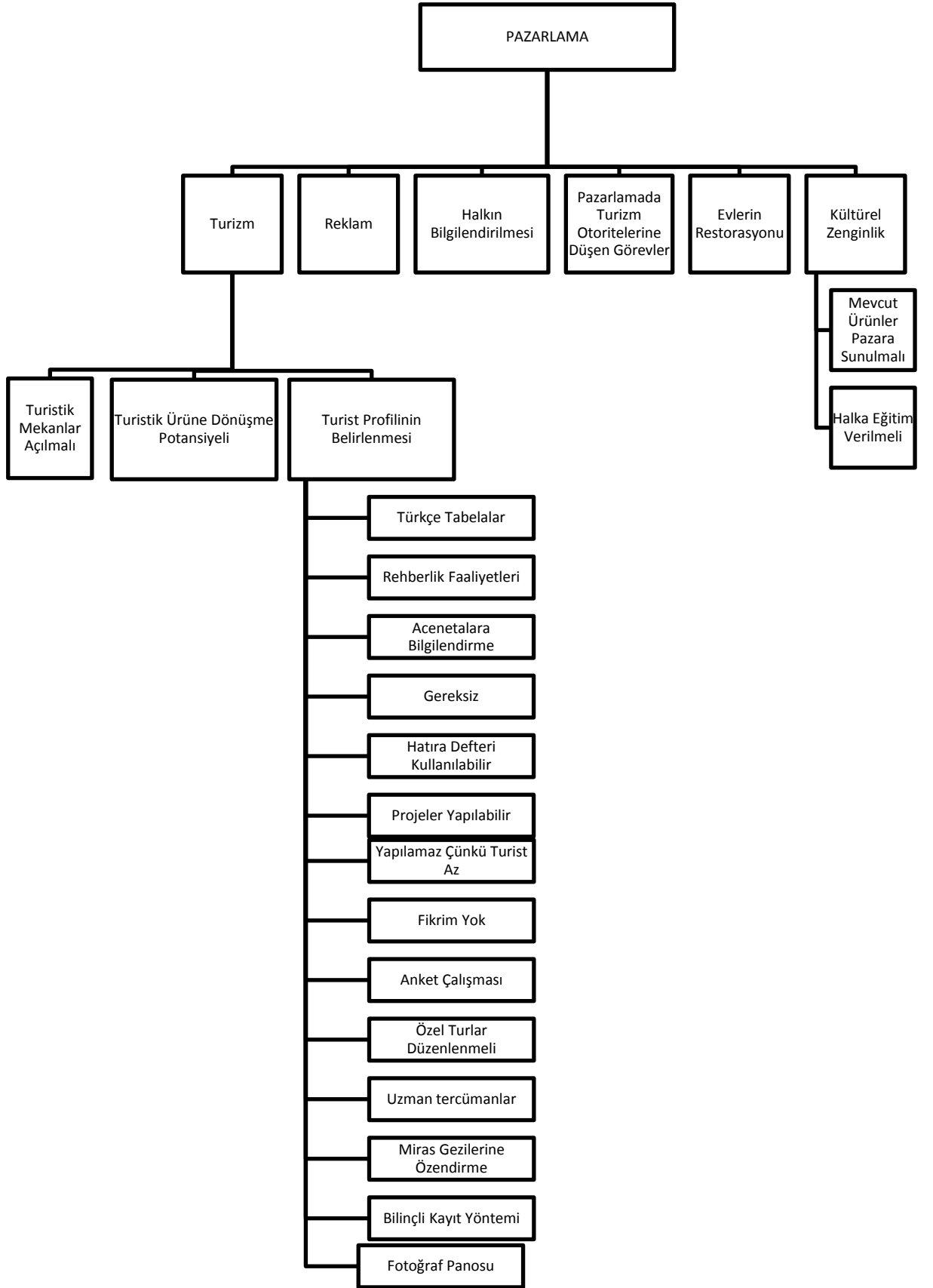
*lazım gazete basın profil çıkarıldıktan sonra ona uygun kanallar seçilebilir özellikle görsel ve yazılı basın uygun olur.*

*Halkı bilinçlendirmeli seminerler hazırlanmalı konferanslar sunumlarla birlikte Frigya Bölgesinin dikkati çeken özelliklerini ortaya konulmalıdır.”*

**KZ3:** *“Bölgenin profilini gündem haline getirilerek yatırım ve reklamlarla canlı tutmalılar.”*

**KZ2:** *“Başta ilgi çekici unsurlar tespit edilmeli, sunum ve reklam önemli. Sonuçta reklamın iyisi kötüsü olmaz.”*

Elde edilen bulgular ışığında bölgenin mevcut durumunda Pazarlama basamağına hizmet edecek bir oluşumun olmadığı söylenebilir.



Şekil 16. Pazarlama Adımına İlişkin Bulgular

Pazarlama adımına ilişkin yöneltilen sorulara verilen cevaplar turizmin de içinde bulunduğu beş alt başlıkta değerlendirilmiştir. Bu alt başlıklar içerisindeki turizm alt başlığının, turist profilinin belirlenmesi yönünde yoğunlaştığı görülmektedir. Yeterli turist sayısının profilin belirlenmesine olanak sağlamadığı ve profilin belirlenmesinin gereksiz olduğu gibi olumsuz eleştiriler getirilmiştir. Bilinçli kayıt yöntemi, fotoğraf panosu, acentelere özel eğitimler, anket çalışmaları ve rehberlik faaliyetleri gibi fikirler ise turist profilinin belirlenmesine yardımcı olacak çözümler olarak ifade edilmiştir. Turizm alt başlığına ek olarak; reklam, halkın bilgilendirilmesi, pazarlamada turizm otoritelerine düşen görevler, evlerin restorasyonu ve kültürel zenginlik konuları da alt başlıklar olarak belirlenmiştir. Kültürel zenginlik kapsamında ise halka eğitim verilerek mevcut yerel ürünlerin pazara sunulması önerileri tespit edilmiştir.

## **6. Sonuç, Tartışma ve Öneriler**

Yönetimlerin, yerel halkın ve ziyaretçilerin görüşlerine dayanarak, Frigya'nın kültürel miras turizmi potansiyelinin yüksek olduğu, ancak bölgeye gereken önemin verilmediği, dolayısıyla etkili çalışmaların yapılmadığı görülmüştür. Bundan sonraki dönemlerde bölgede yapılacak uygulamalar için önerilen beş adım modelinin yol gösterici olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Önerilen modelin birinci basamağı olan "Bölgenin Potansiyelinin Belirlenmesi/Envanter" çalışmalarının yapılması durumunda başarılı bir kültürel miras turizminin temellerinin atılacağı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Anlaşıldığı üzere katılımcılar bölgenin potansiyelinin yüksek olduğunu belirtmişler, ancak gereken önemin verilmediği yönünde görüş bildirmişlerdir. Frigya Bölgesi'nin sahip olduğu potansiyelin ilgi ve destekle başarılı bir turizm ürününe dönüşebileceği araştırmaya katılanlar tarafından ifade edilmiştir. Potansiyeli tanımlarken kullanılan "yetersiz" nitelemesinin, potansiyelin kendisinden çok potansiyeli turizm ürününe dönüştürmek için gerekli olan "ilgi" için kullanıldığı anlaşılmaktadır. Turistik ürüne dönüşme potansiyeli değerlendirildiğinde ise bölge kalkınmasında başarının, Frigya Bölgesi'nin sahip olduğu potansiyelin



turistik ürüne dönüşmesi için kullanılacak ara kuruluşlarla sağlanabileceği ifade edilmiştir.

Modelin ilk basamağını oluşturan potansiyelin belirlenmesi/envanter adımının içerisinde yer alan çekicilikler ve ziyaretçi hizmetleri başlığı içerisinde yer alan uygulamaların tüm paydaşlar tarafından tespit edilen bölge sorunlarının çözümünü sağlayabileceği düşünülmektedir. Potansiyelin ziyaretçi hizmetleri ile desteklenerek turistik ürüne dönüşmesi, başarılı bir kültürel miras turizmi yaratılması için gerekli görülmüştür.

Yönetimin, yerel halkın ve ziyaretçilerin bölgenin planlanması ve organize edilmesine ilişkin görüşleri ve önerileri doğrultusunda elde edilen bulgular, bölgenin altyapı çalışmaları ve ürünlerin sunumu gibi konularda etkili çalışmaların yapılmadığı yönündedir. Bu doğrultuda, modelin ikinci basamağında yer alan bölgede planlama ve organize etmeyi öngören uygun bir girişimin yapılması durumunda, bölgenin kültürel miras turizminde başarılı olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Bu basamakla ilgili olarak; profesyonellerin yapması gerekenler, yerel halkın ilgisi, altyapı, bölgenin pazarlanmasında turizm otoritelerine düşen görevler, etkin paydaşlar, finans ve yerel halk hikayeleri gibi temel kavramlara vurgu yapılmıştır. Bunlar arasından altyapı ve etkin paydaşlar ile ilgili düşünceler finansal ve insan kaynakları bağlamında daha derinlemesine incelenerek ele alınmıştır. Bölgede konaklama olanakları, engelliler için uygunluk, ulaşım, yeme-içme, bilgilendirme, döviz bürosu ve ATM gibi altyapı olanaklarının yeterli olmadığı belirlenmiştir. Etkin paydaşlar olarak; esnaf, bakanlıklar, merkezi idareler, STK ve merkezi idare işbirliği, yerel halkın ilgisi ve eğitim kurumlarına vurgu yapılmıştır. Bölgenin pazarlanmasında ise reklam, koruma, konaklama, yöresellik ve temel altyapı olanakları konusunda turizm otoritelerinin görev almaları beklenmektedir. Kültürel miras turizminde finansal kaynakların ve insan kaynaklarının modelde ifade edilen uygun kullanımı ile başarıya ulaşılabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Yönetimin, yerel halkın ve ziyaretçilerin bölgenin hazırlanması ve korunmasına ilişkin görüşleri ve önerileri doğrultusunda elde edilen bulgular, bölgenin korunması ve hazırlanmasına ilişkin hem yerel halkın hem yerel otoritelerin

ilgisizliklerini işaret etmektedir. Buradan yola çıkılarak; altyapı, mülkiyet koruma, bölge tanıtımı ve müze ve ören yerlerinin sunumu olarak dört ana temaya ulaşılmıştır. Bu aşamada ilk kez elde edilen mülkiyet koruma ve müze ve ören yerlerinin sunumu temaları ise derinlemesine ele alınmıştır. Mülkiyet koruma konusunda; imar planları, STK' lar, devlet aracılığı ile koruma, tarihi eserlerin korunması ve yasal düzenlemelere vurgu yapılmıştır. Koruma çalışmalarının; yeterli, gelişmekte veya yetersiz olduğuna ilişkin farklı görüşler bulunmakta fakat geliştirilmesi yönünde birleşilmektedir. Altyapı olanaklarının yetersizliği hazırlanma ve korumanın geliştirilmesine bir engel olarak ifade edilmiştir. Müze ve ören yerlerinin sunumu/tanıtım temasında ise kent tarihi müzesi, modern teşhir salonlar, yetkili rehberler, eserlerin depo koşulları ve yönetici sayılarındaki yetersizliğe vurgu yapılmıştır. Bölgenin tanıtımı için broşür ve afişleri, şenlikler, festivaller, sergiler, fotoğraf çalışmaları, rehber kitaplar, medya, projeler, reklam çalışmaları, geziler, spor yarışmaları, konferans ve sempozyumlar, kazı çalışmaları ve Türk Dünyası Kültür Başkenti Ajansı'na atıf yapılmıştır.

Modelin üçüncü adımı olan bölgenin hazırlanması ve korunmasına ilişkin uygulamaların bölgedeki kültürel miras turizminin başarıya ulaştıracağı sonucuna ulaşılmıştır. Modelin bu adımının, bölgenin ihtiyaçlarına cevap vererek ve sürdürülebilir bir kültürel miras yaratılmasına olumlu katkı sağlayabileceği tespit edilmiştir.

Yönetim, yerel halk ve ziyaretçilerin teşhir ve öykülemeye ilişkin görüşleri ve önerilerine yönelik elde edilen bulgular doğrultusunda da, yine yerel otoritelerin ve yerel halkın ilgisiz yaklaşımından kaynaklı olarak, etkili bir teşhir ve öykülemenin yapılamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yerel halka ait öykülerin; ilgi çekici reklamlar, teşvikler, uzmanlar, folklor araştırmaları, rehberler, restorasyon, hediyelik eşya, sinema ve bilgilendirme tabelaları ile canlandırılabilmesi yönünde görüşler belirlenmiştir. Bölgenin sunumuna ilişkin olarak bölgenin tanıtımı ve müzelerin teşhir konuları önem kazanmaktadır. Tanıtım faaliyetleri olarak; broşürler, okul gezileri, turlar, görsel teşhir, afişler, reklam çalışmaları ve araştırmaların olumlu katkı sağlayacağı tespit edilmiştir. Müzelerin teşhiri için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ödenek sağlamasına vurgu yapılmıştır. Bölgenin sahip olduğu potansiyelin kültürel miras turizminde başarılı

bir şekilde kullanılması için modelde önerilen uygulamaların kullanılabileceği tespit edilmiştir. Teşhir, öyküleme ve açık hava drama uygulamalarının Frigya Bölgesi'nde kullanılmasının, kültürel miras turizminin yaratılmasında etkili olacağı belirlenmiştir.

Yönetimin, yerel halkın ve ziyaretçilerin bölgenin pazarlanmasına ilişkin görüşleri ve önerilerine dayanarak mevcut durumda güncel pazarlama tekniklerinden yararlanılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bölgenin bağlı olduğu illerde yaşayan bireylerin bölge hakkında bilgi sahibi olmadığı durumundan yola çıkılarak, bu bölgenin pazarlama konusunda yeterli seviyede olmadığı söylenebilir. Pazarlama adımına ilişkin bulgular; turist profillerinin belirlenmesi, reklam çalışmaları, eğitim yoluyla yerel ürünlerin turistik ürünlere dönüştürülmesi, turizm profesyonellerinin sorumluluk alması, restorasyon ve yerel halkın bilinçlendirilmesi gibi ihtiyaçları ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle, bölgedeki pazarlama ihtiyaçlarına karşılık verebilecek beşinci adımın, başarılı bir kültürel miras turizminin yaratılmasında kullanılabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Frigya Bölgesi'nin Beş Adım Modeli kapsamında değerlendirilmesiyle ilgili elde edilen bu bilgiler, modelin bazı basamaklarında yetersizlikler olduğunu, ancak paydaş işbirlikleriyle bu eksiklerin giderilebileceği ve farklı bir bakış açısıyla bölgenin kültürel miras turizmine kazandırılabilmesine işaret etmektedir.

## 7. Kaynakça

Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, A. S. (2009). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Alan Yönetimi İle Anıt Eser Kurulunun Kuruluş Ve Görevleri İle Yönetim Alanlarının Belirlenmesine İlişkin Usul Ve Esaslar Hakkında Yönetmelik. Resmi Gazete Tarihi : 27/11/2005

Alpözen, T.O. (1998). *Çağdaş müzecilik. 4. Müzecilik Semineri Bildirileri*. İstanbul.

Altıntaş, V. (2010). Turizmin gelişiminin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkileri: Alanya bölge modeli. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.

Altun, A. (2006). *Müze ve modernlik tarih sahneleri- sanat müzeleri 1*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Apostolakis, A. (2003). The Convergence Process in Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*. 30.(4). ss.795-812.

Artun, A. (2007). *Türkiye müzeleri*. İstanbul: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.

Ashworth, G. (1994). Building a new heritage tourism, culture and identity in Europe. From history to heritage to identity. New York: Routledge.

- Ashworth, G. ve Larkham, P. (1994). *Building a new Europe: tourism, culture and identity in the new Europe*. Londra: Routledge.
- Aşıloğlu, F. ve Memlük, Y. (2010). Frig Vadisi Kültür Mirası Alanlarının Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*. 2(2). Ankara.
- Ata, B. (2000). *Atatürk, tarih öğretimi ve müzeler*. Türk Yurdu.
- Ata, B. (2002). Müzelerle ve tarihi mekânlarla tarih öğretimi: tarih öğretmenlerinin “müze eğitime” ilişkin görüşleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Atagök, T. (2003). *Müzecilikte yeni yaklaşımlar, müze eğitimi seminerleri-1*. Antalya.
- Atasoy, S. (1983). *Türkiye’de müzecilik*. Cumhuriyet Dönemi Türk Ansiklopedisi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Atasoy, S. (1999). *Müzecilikten yansımalar*. İstanbul: Anka Yayınları.
- Aytaç, Ö. (2006). Tüketimcilik ve metalaşma kısılacında boş zaman. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 1. ss. 27-53.
- Bacleitner, R. ve Zins, H. A. (1999). Cultural Tourism in Rural Communities: The
- Bahçe, S. (2009). Kırsal gelişimde kültür (mirası) turizmi modeli. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 25.

- Bahçe, S. (2010). Kültür ve turizm. *Kültürel miras yönetimi* (Ed: M. Çakır). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları. ss. 1-23.
- Bailey, D. K. (1987). *Methods of social research*. NewYork: The Free Press.
- Bernick, L. H. (2012). Cultural heritage tourism and outdoor historical drama: a model for cohesive development. Washington: The George Washington Üniversitesi.
- Bringer, J. D., Johnston, L. H. ve Brackenridge, C. H. (2004). Maximizing transparency in a doctoral thesis: the complexities of writing about the use of QSR\*NVivo within a grounded theory study. *Qualitative Research*. Londra: SAGE Publications.
- Büyüköztürk, Ş. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Candaş Kahya, N., Sagsoz, A., Midilli Sari, R., Elmalı Sen, D., Özgen, S. ve Al, S. (2009). Korumanın tarihsel gelişimi ve korunan tarihi çevrelerden örnekler. Edirne: *Beşinci Uluslararası Sinan Sempozyumu*.
- Caner, E. (2008). *Kaplumbağa terbiyecisi*. İstanbul: Kapı Yayınları.
- Casson, L. (1974). *Antik çağda seyahat*. John Hopkins University Press.
- Cengiz, E. (2007). Kar amacı gütmeyen kurumlar olarak müzelerde pazarlama faaliyetleri: pazarlama karması unsurlarının

müzelerde müşteri sadakatine ilişkin yapısal bir model önerisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Trabzon: K.T.Ü.

Cohen, E. ve Cohen, S.A. (2012). Current sociological theories and Issues in Tourism. *Annals of Tourism Research*. 39. (4). ss. 2177-2202.

Contu, M. (2006). Alternatif turizm çeşitleri ve Kızılcahamam termal turizm örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi.

Creswell, J. W. (2005). *Educational research- planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. (2. Baskı). New Jersey: Pearson Education.

Çakır, M. (ed.). (2010). *Kültürel miras yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.

Çolakoğlu, N. İ. (2011). Alan Yönetiminin Hukuki Boyutu. [www.e-akademi.org](http://www.e-akademi.org) (Hukuk, Ekonomi ve Siyasal Bilimler Aylık İnternet Dergisi) Sayı: 108, Şubat 2011.

Dağıstan Özdemir, M.Z. (2005). Türkiye' de kültürel mirasın korunmasına kısa bir bakış. *Planlama*. Ankara: TMMOB Şehir Planlamacılar Odası Yayını.

Dahles, H. (1998). Redefining Amsterdam as a Touristic Destination. *Annals of Tourism Research*. 69. ss. 25:55–69.

Decrop, A. ve Zidda, P. (2008). Tatil kararı verme tarzına dayalı bir tipoloji. (Çev: Çağıl Hale Kayar), *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*. 19- (1).

- Demirci, B. (2008). Türkiye' de kentleşmenin kentsel kültürel miras üzerine etkileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Afyonkarahisar: Afyonkarahisar Üniversitesi.
- Demiroğlu, O. C. (2006). Kültürel miras ve turizm ilişkisi bağlamında Prinkipo Palace (Büyükada Rum Yetimhanesi) için uygulanabilir bir yatırım projesi önerisi. TTYD Barlas Küntay Turizm Araştırma Ödülü.
- Demiroğlu, O. C. ve İzgi, M. T. (2007). Sürdürülebilirlik kavramı açısından yerel halkın turizme yaklaşımının analizi: Taraklı, Göynük ve Mudurnu'da bir anket çalışması. 1. *Ulusal Türkiye Turizmi Kongresi*. Sakarya. ss. 19-36.
- Deniz, M. (2008). Müze sergileme mekânlarında güncel gösterim teknikleri ile mimari tasarım ilişkisi üzerine bir inceleme, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi.
- du Cros, H. (2001). A new model to assisting planning for sustainable cultural heritage tourism. *International Journal of Tourism Research*. 3. ss. 165-170.
- Duran, E., Özkul, E. (2012). Yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumları: Akçakoca örneği üzerinden bir yapısal model. *International Journal of Human Sciences [Online]*. 2. (9). 500-520.
- Eldem, E. (2001). Toplumsal tarih ve müzeler, kent, toplum, müze deneyimler- katkılar. (Ed: B. Madran). İstanbul: Türk Tarih Vakfı Yayınları.



- Eralp, Z. (1983). *Genel turizm*. Ankara: A.Ü. S.B.F. ve Basın - Yayın Yüksek Okulu Basımevi.
- Erbay, F. (1999). *Müzelerin kurumsallaşmasında yönetsel farklılıkla, yeniden müzeciliği düşünmek*. (Ed: T. Atagök). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basımevi.
- Euromed. (2010). *Management of heritage places and artefacts*. Ürdün. Thematic Workshop.
- Euromed. Avrupa Birliği Çatalhöyük Araştırma Projesi. (2004). *Çatalhöyük Yönetim Planı*.
- Eyice, S. (1990). Müzeciliğimizin başlangıcı ve Türk-İslam müzeleri. Müze. (Ed: İ. Bayburtluoğlu).
- Fisher, D. (2009). Grid- group analysis and tourism: tipping as a cultural behavior. *Journal of Tourism and Cultural Change*.
- Ful, Ş. (1998). Antik devirde Lydia da panayırlar, fuarlar ve pazar yerleri Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Garrod, B. ve Fyall, A. (2001). Heritage tourism: a question of definition. *Annals of Tourism Research*. 28. ss.1049–1052.
- Genim, M.S. (1998). *Müze\Esin evi*. 4. Müzecilik Semineri. İstanbul.
- George, W. E. ve Reid, G. D. (2008). The power of tourism: a metamorphosis of community culture. *Journal of Tourism and Cultural Change*. 3. (2). ss. 88-107

Gerçek, F. (1999). *Türk müzeciliği*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Gerry, R. (2001). *Cultural attraction European tourism*. NewYork: CABI Publishing.

Gözükara Bağ, H. G., Karabulut, E. ve Alpar, R. (2010). 2x2 Tablolarda

gözlemciler/gözlemler arası uyumun değerlendirilmesi. *Hacettepe Diş Hekimliği Fakültesi Dergisi*. 34.(1). ss. 46-52.

Graburn, H.H.N. (2004). *Anthropolgy of tourism. tourism- critical copncepts in social sciences*. New York: Routledge.

Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008). *Turistik ürün çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayınları.

Harrill, R. ve Potts, T. D. (2003). Tarihi bölgelerde turizm planlaması. *Amerikan Planlama Derneği Dergisi*. 69. (3). Chicago: Amerikan Planlama Derneği.

HO Sao Ying, P. (2006). *Marketing cultural and heritage resources for optimal cultural tourism development: the caso of Hong Kong*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Hong Kong: Hong Kong Polyteknik Üniversitesi.

ICOM . (2006). *Code of Ethics for Museums*.

- ICOMOS. (1972). *Dünya kültür ve doğal mirasının korunması hakkında sözleşme*. Paris: Convention Concerning The Protection Of The World Cultural and Natural Heritage.
- İzmir Ticaret Odası. (2009). *Taşınmaz kültür varlıkları*. İzmir Ticaret Odası Yayınları. 169.
- Jamieson, W. (1993). The Challenge of cultural tourism. Kanada: *ICOMOS Bulletin* 3. (3). ss. 1–6.
- Jekilehto, J. (2005). Defination of cultural heritage references to documents in history. *ICCROM Working Group 'Heritage and Society'*.
- Justice, R. A. (2006). Historic preservation leading to heritage tourism as an economic development strategy for small Tennessee towns. Yayınlanmamış Doktora Tezi. A.B.D.:East Tennessee State Üniversitesi.
- Karabıyık, A. (2007). Çağdaş sanat müzeciliği kapsamında Türkiye’deki müzecilik hareketlerine bir bakış. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Karasar,N. (1999). *Bilimsel araştırma yöntemi kavramlar, ilkeler, teknikler*. Ankara: Nobel Yayın.
- Kartaler Ç, Y. (2009). Müzecilik eğitiminde yeni eğilimler Türkiye’de müzecilik ve mesleki eğitim. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Keleş, V. (2000). Modern müzecilik ve Türk müzeciliği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2.1. ss. 1-17.

- Kınacı, B. (2011). Türkiye’ de çevre hukuku. *Turizm ve Çevre*. Ankara: Pegem Akademi.
- Kısa Ovalı, P. (2007). Kitle turizmi ve ekolojik turizmin kavram, mimari ve çevresel etkiler bakımından karşılaştırılması. *YTÜ Mim. Fak. E- Dergisi*. 2. (2).
- Koboldt, C. (1995). Optimising use of cultural heritage. *CSLE Discussion Paper*. ss. 96-01.
- Konukçu, İ. (2007). Özel koleksiyonların müzelere dönüştürülmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Kurumu Yayınları.
- Kozak, N., Kozak, M. A., Kozak, M. (2010). *Genel turizm ilkeleri-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuş, E. (2007). *Nitel- nitel araştırma teknikleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Küçükaltan, D. (2010). Kültürel miras destinasyonları. *Kültürel Miras Yönetimi (ed. M. Çakır)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları. ss.50-72.
- Landis, J. R ve Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*. 33.(1). ss. 159–174.
- Law, C. (1992). Urban tourism and its contribution to economic regeneration. *Urban Studies*. 29. ss. 599–618.

- Lien, B. Y. (2005). Career Development and the Needs of Young College-Educated Females in Taiwan. *Journal of Career Development*, 31. (3). ss. 209-223.
- Madran, B. (1999). Müze türleri. *Yeniden müzeciliği düşünmek*. (Ed: T. Atagök). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basımevi.
- McCannel, D. (1976). *The Tourist*. California: University of California Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *An expanded sourcebook qualitative data analysis*. 2. Baskı. California: Sage Publications.
- Millar, S. (1989). Heritage management for heritage tourism. *Tourism Management*. 10.(9). ss. 14
- Minbaeva, A. (2010). *Kırgızistan turizm potansiyelinin belirlenmesi ve uygulanabilecek turizm ürün çeşitleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Mitchell, C. J. A. (1998). Enterpreurialism, commodification and creative destruction: a model of post-modern community development. *Journal of Rural Studies*. 14. ss. 273-286.
- Mitchell, C. J. A., Atkinson, G.R: ve Clark A. (2008). The creative destruction of Niagara-on-the-lake. *The Canadian Geographer / Le Geographe canadien*. 45. (2). ss. 285-299.

- Moscardo, G. (2001). *Cultural and Heritage Tourism: The Great Debates. In Tourism in the 21st Century.* (Ed: B. Faulkner ve G. Moscardo and E. L.)..ss 3–17. Londra: Continuum.
- Nuryanti, W. (1996). Heritage and postmodern tourism. *Annals of Tourism Research.* 23. ss. 249–260.
- Oğuz, Ö. (2009). Somut olmayan kültürel miras ve kültürel ifade çeşitliliği. *Milli Folklor Dergisi.* 21. (82).
- Ortaylı, İ. (2006). *Kırk Ambar sohbetleri.* Ankara: Aşina Kitaplar.
- Ögel, S. Ve Özkasım, H. (2005). Türkiye’ de müzeciliğin gelişimi. *Sosyal Bilimler Dergisi.* İstanbul: İ.T.Ü.
- Önder, M. (1999). *Türkiye müzeleri.* Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Özaslan, N. ve Özkut, D. (2010). Mimari koruma düşüncesinin tarihsel gelişimi. *Mimari Korumada Güncel Konular.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özbey, R. F.(2002). Sustainable tourism development in globalization progress"globalization and sustainable development, *International Scientific Conference book 4.* Varna. ss. 135-150.
- Özdemir, G. (2007). Destinasyon yönetimi ve pazarlama temelleri İzmir için bir destinasyon model önerisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri araştırmalarında evren- örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kâzım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*. 15.
- Pasinli, A. (2002). *Türkiye müzeleri*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Pişkin, M. ve Öner, U. (1999). *Görüşme ilkeleri ve teknikleri*. Ankara: Siyasal Yayıncılık.
- Poria, Y., R. Butler, ve D. Airey (2001). Clarifying heritage tourism. *Annals of Tourism Research*. 28. ss. 1047–1049.
- Prideaux, B. (2002). Creating rural heritage visitor attractions – The Queensland Heritage Trails Project. *The International Journal of Tourism Research*. 4. ss. 313.
- Prideaux, B. ve Kininmont, L. (1999). Tourism and heritage are not strangers: a study of opportunities for rural heritage museums to maximize tourism visitation. *Journal of Travel Research*. 37. ss. 299–303.
- Resident's Perspective. *Journal of Bussiness Research*. 44. 199-209.
- Richards, G. (1996). Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of TourismResearch*. 32. ss. 261–283.
- Rummel, J. F. (1968). *Eğitimde araştırmaya giriş* (Çev: R. Taşçıoğlu). Ankara: Ajans Türk Yayınları.

- Seyhan, B. (2010). Antik çağda festivaller ve panayırlar. *I. Disiplinlerarası Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*. Nevşehir: Detay Yayıncılık
- Sezer, M. S. (2010). Türkiye turizm sektöründe müze payının değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Shaw, W.M.K. (2004). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Shivers, J.ve deLisle, L. (1997). *The story of leisure*. Birleşik Krallık: Human Kinetics
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*. 16. ss. 361–365.
- Swarbrooke, J. ve Horner, S. (2007). The history of tourist behavior/ consumer behaviour in tourism. (ikinci baskı).
- Şapolyo, E.B. (1936). *Müzeler tarihi*. İstanbul: Remzi Kitap Evi.
- T.R.S, Broughton, (1940). *An economic survey of ancient Rome*. Baltimore: The John Hopkins Press.
- Tekeli, H. (2001). *Turizm pazarlaması ve planlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Timothy, D. ve Boyd, W. S. (2003). *Heritage tourism*. Prentice Hall
- Tosun, Y. (2008). Kültürel mirasın korunmasında üst ölçekli projelerin rolü 2010 Avrupa Kültür Başkenti İstanbul ve Fatih



Suriçi' ne etkileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: MSÜ Fen Bilimleri Ens.

Tüzün, A.B. (2010). Modern müze işletmeciliği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi.

Uçankuş, T. (2000). *Bir insanlık ve uygarlık bilimi arkeoloji*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Ulusan, Y. (2009). Alternatif turizm çeşitlerinin turizm potansiyeline etkisi: Konya örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi.

UNESCO. (1989). *Draft Mid-Term Plan (1990-1995)*. Paris.

UNESCO. (2002). World heritage manuals managing tourism at world heritage sites: a practical manual for world heritage site managers. UNESCO World Heritage Center.

Urry, J. (2002). *Turist bakışı*. Ankara: Bilge su.

Usal, A. ve Kuşluyan, Z. (2002). *Davranış bilimleri, sosyal psikoloji*. İzmir: Barış Yayınları.

Vanderwerf, J. L. (2008). Creative destruction and rural tourism planning: the case of Creemore, Ontario. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Waterloo: University of Waterloo.

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*. 26. (2). ss. 351-352.

Yavuz, M. C. (2007). Uluslararası destinasyon markası oluşturulmasında kimlik geliştirme süreci: Adana örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Yıldız, S. (2011). Kültürel miras alan yönetimi kapsamında alanya kalesi ziyaretçi yönetimi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yüzer, A . F. (2006). *İstatistik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. ss. 177.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013: Ankara.

2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu R. G.:18113. 23/07/1983

2873 sayılı Milli Parklar Kanunu. R.G.: 18132. 11/08/1983

<http://icom.museum/> (Erişim Tarihi: 09.10.2011).

<http://tdk.org.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=koleksiyon>  
(Erişim Tarihi: 08.10.2011)( Erişim Tarihi: 19.12.2011)

<http://www.myetymology.com/english/tourism.html> (Erişim Tarihi: 19.12.2011).

<http://www.nisanyansozluk.com/?k=tur> (Erişim Tarihi: 19.12.2011).

[www.culturalheritagetourism.org](http://www.culturalheritagetourism.org) (Erişim Tarihi: 12.11.2012).

[www.hurriyet.com.tr/gundem/18640279.asp](http://www.hurriyet.com.tr/gundem/18640279.asp) (Erişim Tarihi: 15.10.2011)

[www.kulturvarliklari.gov.tr/belge/1-86043/Dunya-Miras-Listesi.html](http://www.kulturvarliklari.gov.tr/belge/1-86043/Dunya-Miras-Listesi.html).  
(Erişim Tarihi: 17.03.2012)

[www.turkiyekulturportali.gov.tr/Sayfalar/KulturelMiras/Soyut%20K%C3%BClt%C3%BCrel%20Miras/Somut%20Olmayan%20K%C3%BClt%C3%BCrel%20Miras.aspx?isp=1](http://www.turkiyekulturportali.gov.tr/Sayfalar/KulturelMiras/Soyut%20K%C3%BClt%C3%BCrel%20Miras/Somut%20Olmayan%20K%C3%BClt%C3%BCrel%20Miras.aspx?isp=1) (Erişim Tarihi: 15.03.2012).