

Milli Miras Odaklı Bütüncül Turizm Politikaları Üzerine Temel Değerlendirmeler

Yusuf FIRINCI
ysfrnc@gmail.com

Özet

Toplumların yapıları; küreselleşme, maddecilik ve yozlaşma gibi olguların tehditleri altındadır. Ayrıca turizm gelişiminin, sömürgecilik dönemi icraatlarını hatırlatan turizm yönetimi uygulamalarına yol açtığı tespitleri mevcuttur. Bu sebeple, milli hafıza ve ortak kültürel mirası unsurlarından, milli birliği sürdürmek amacı doğrultusunda milli turizm politikaları inşasında da istifade edilmesi elzemdir. Bu çalışmada farklı toplumlardaki çeşitli politika örnekleri araştırılıp edinilen veriler değerlendirilerek edilerek inşa edilmesi tasarlanan turizm politikaları için içerik analizi yapılmıştır. Milli kimlik unsurları ve özgün milli niteliklerin ulusal turizm politikalarına dahil edilerek korunması, güçlendirilmesi ihtiyacı vurgulanmıştır. Ayrıca, milli turizm politikaları geliştirilmesi amacı doğrultusunda tasarlanabilecek yönetim mekanizmaları için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Milli Miras, Kültürel Miras, Milli Turizm Politikaları, Bütüncül Turizm Politikaları.

Fundamental Evaluations on National Heritage-Oriented Integrative Tourism Policies

Abstract

The structures of the societies have been under the threats of phenomenons like globalization, materialism and degeneration. Also, there are observations like some of the tourism development processes resulted tourism management implementations that resembles to the enforcements of the colonization periods. Therefore, it is essential to utilize national memory and common cultural heritage constituents also in construction of national tourism policies for the target of sustaining national unity. This study presents content analysis of envisaged construction of tourism policies by evaluating the data, searched from various policy examples of different societies. The need for protection and strenghtening of national identity constituents and authentic national charecteristics by integrating them to the national tourism policies is emphasized. Also, suggestions on designing management mechanisms for the target of developing national tourism policies are presented.

Keywords: National Heritage, Cultural Heritage, National Tourism Policies, Integrative Tourism Policies.

Giriş

Turizm bazı toplumların ekonomik mevcudiyeti için az sayıdaki seçeneklerden biridir. Bazı toplumlarda turizmin getirileri ile olumsuz etkileri bir kombinasyon halinde bir birliklik içindedir. Çeşitli plan, yönlendirme, düzenleme gibi politikalarla yönlendirilmeyen turizm, toplumların hazır olmadıkları birçok olumsuz sonuç doğurmaktadır. Yukarıda belirtilen turizmin arzulanmayan

etkilerinin önlenmesi için turizm toplum ve idareler tarafından sıkı kontrol ve planlamaya tabi tutulmalıdır (Paul, 2012:504).

Ekonomik güdülerin yönlendirdiği ağırlama ve turizm faaliyetlerinde, çevresel, yerel veya milli maddi veya manevi varlıklar göz ardı edilip, her nasıl olursa olsun turizm geliri elde edilmesi uzun vadede ve akılcı düşünüldüğünde zararlı bulunacaktır. Kar arttırma hırsı veya ekonomik hayatın gerekleri bahane edilmek suretiyle kontrolsüz ekonomik güdülere teslim edilen ülkeler sınırlı kaynaklarını, toplumlar ise niteliklerini kaybeder. Bu nedenle ülkelerin fiziki nitelikleri ve toplumsal özellikleri yasalarla korunur. Ancak çeşitli stratejilerle ekonomik olarak güçsüz birkılan ülkelerde bu yasal koruma tedbirlerinin pratikte çeşitli yöntemlerle aşılması sonucu sürdürülemez bir fiziksel ve toplumsal yağma yaşanabileceği akla gelmektedir. Turizm endüstrisinin ekonomik güdülerle çevreye ve milli değerlere zarar vermemesi için sıkı kontrol ve planlama ile kontrol edilmesi gerekmektedir

Diğer taraftan; Myanmar gibi fazla zengin olmayan ülkelerdeki turizm gelişimi, bir çeşit sömürgeciliği anımsatmaktadır. Bu iddianın gerekçelendirilmesinde Smith (2016: 5), turistlerin yerel kaynak ve topraklara ey koymasını gözetten bir sömürge idaresinin varlığı yerine turistlerin yerel mekanları işgal ve kullanmalarına imkan sağlayan, ulusal yasal rejimin Batılı pasaport sahiplerine ayrıcalık tanınmasını ve sermayenin asimetrik dağılımını öne sürer. Buradan hareketle, ülkelerin milli turizm politikaları geliştirerek turizm alanında sömürge durumuna düşülmemesi için çalışılması gerektiği iddia edilebilir. Milli turizm politikaları kullanılarak turizm sömürgeci konumuna düşülmekten sakınılmalıdır.

Geçerli akılcıl politika olarak; sorumlu vatandaşlardan başlayarak, rasyonel idare mercilerine kadar her unsurun, turizmin sıkı kontrol ve planlaması için aktif davranması, milli turizm politikaları geliştirilmesi gerekmektedir.

Turizm literatürü tarandığında; ülkelerin milli niteliklerini korumaya ve geliştirmeye yönelik politika önerilerinin çoğunlukla turizm çalışmalarının ana gayesi olarak belirlenmediği tespit edilirken, ekonomik verimlilik, fiziki çevreye duyarlılık ve sürdürülebilirlik gibi başrollerin arkasında milli niteliklerin güçlendirilmesi amacının yer yer ele alınabildiği gözlenmiştir.

Tüketim çağında, neoliberal doktrinin yetersiz kaldığı, gerçek sonrası dönem olarak nitelenebilecek, din politikaları ve kültür politikalarının popüler kültür maskesinin arkasında işlevlerini güçlendirdiği bir dönemde turizm için de milli politika arayışı artık kaçınılmaz görülmelidir. Bu çalışma, bu amaç için temel taşı oluşturabilecek gerçeklerin göz önüne çıkarılması ve politika geliştirilmesi için öncül tespitleri sunmaktadır.

Toplumların sosyo-kültürel kimliklerinin yerel değerler, gelenekler ve yaşam tarzlarının yok edilmesinin müsebbibi olarak küreselleşme sorumlu tutulmuş, turistlerin, gelişmekte olan ülke şehirlerinin özgünlüklerini yitirmiş buldukları ve bu şehirleri “McDonald”laşmış buldukları iddia edilmiştir (Paul, 2012: 502). İdareler ve vatandaşların; toplumların temel unsurları olan kültürel kimlik ve değerlerini koruma borcu, medeniyetlerin toplumsal sözleşmelerindeki temel ödevleri arasında yer aldığından, turizm ve küreselleşmenin yıkıcı etkileriyle mücadele yöntemleri konusunda bilinç oluşturulması ve politika geliştirilmesi için çalışılması bir ödev ve borç olarak nitelenebilir. Kültürel kimlik, değerler ve özgünlük gelişimi için profesyonel akademik çalışmalar ve kamu projeleri ile bireysel girişimlerin kamu ve sivil toplum örgütlerince destek ve teşvik edilmesi yerinde bir politika olarak değerlendirilebilir. Bu çalışmada; yukarıda değinilen sosyo-kültürel kimliklerin, değer, gelenek ve yaşam tarzlarının yok edilmesinin önlenmesi ve turizmin,

toplum ve idareler tarafından sıkı kontrol ve planlamaya tabi tutulması görüşleri ışığı altında turizm politikalarının kültür, kimlik ve özgünlük gibi unsurlarla ilişkisi tartışılmıştır. Bu doğrultuda öncelikle toplumların ortak miraslarının turizmle ilişkilendirilmelerine yönelik bazı değerlendirmeler ışığında geliştirilen çıkarımlar temel alınarak politika önerileri geliştirilmiştir.

Kimlik, Miras ve Turizm İle İlişkileri

Yaşadığımız dönemde turizmin ekonomik getirilerine odaklanılmak suretiyle belki de turizmden çok daha fazla yarar sağlanabilecek faydalarının görülemediği iddia edilebilir. Higgins- Desbiolles (2006) ve Wright vd. (2009)'un iddia ettiği üzere; turizm çoğunlukla bir endüstri olarak algılanır, yararları sıklıkla finansal terimler kullanılarak ifade edilir fakat turizm ayrıca toplumsal adalet ve uzlaşma için kullanılabilir potansiyel bir güçtür ve Lynch vd. (2010) yerel turizmde “bir topluluğun sosyal sürdürülebilirliği” ile “millet inşası” konularına odaklanmıştır (Lloyd vd. 2015). Batı literatüründe ‘gelişmekte olan ülke’ olarak tanımlanan bazı ülkelerde, bir çok politikada olduğu üzere turizm politikalarında da ekonomik getiri önemsenmekte, toplulukların veya makro çapta milletin toplum olarak devamlılığını sağlayacak, milli, manevi birleştirici unsurlarının sürdürülebilirliği bazen dikkate alınmamaktadır. Milletin sosyal sürdürülebilirliği ve milletin küreselleşme veya dış odaklarca yıpratılan toplumsal niteliklerinin de stratejiler geliştirilerek korunması, gerekirse yeniden inşa edilmesi turizm politikalarıyla da mümkün görülmektedir ve araştırılması gerekmektedir.

Miras; anıtlar, binalar, galeriler vb. somut ve gastronomi, ilaçlar, şarkılar, danslar benzeri kültürün manevi üretimi gibi somut olmayan öğelerden oluşur. Bu unsurlar ayrıca; bir millet veya grup fikrini oluşturan törenler, milli sporlar, kahramanlar, anlatılar (hikayeler) gibi bölgesel özellikleri ve bölgede insan yerleşimine şahitlik etmek üzere tabiat peyzajını içerir (Magnani ve Pistocchi, 2017). Güçlü ülke için bütüncül bakış açısı ile tüm ülkeye ithaf edilebilecek bir yaklaşım tercih edilerek milli bir kurgu tasarlanması ve eylem planlarıyla sunulması daha uygun olabilecektir.

Kültürel mirasın özellikle turizmle kombinasyonu neticesinde aşırı popüler bir hale geldiği, bu doğrultuda bir modern anlam sistemine -bir “laik din” çeşidine, dönüştürüldüğünü savunan Otto Krogseth (2012: 161, 163), modern kimliğin kökten tehdit altında olduğunu bu sebeple (tekrar) kutsallaştırılma ve (tekrar) tarihselleştirilme gibi telafi edici acil iyileştirme sağlanması gerektiğini iddia etmektedir. Modern kimliğin altında olduğu bu tehlide ek olarak, böl, parçala yönet politikalarına hedef olma riski altındaki “gelişmekte olan” ülkeler için daha da önemli bir fonksiyon kazanan milli kimliğin yeniden tarihselleştirilip yeniden kutsallaştırılması turizm politikaları açısından da çok önemlidir.

Turizm, kimlik ve miras arasındaki üçlü ilişki; Gregory J. Ashworth tarafından şöyle özetlenmiştir: Öncelikle miras, politik kimliğe katkıda bulunur (politikleştirme); ayrıca miras, turizmi destekler (nesneleştirme); ve ilaveten miras turizmi, bireylerin mekanları ve politik kimliğini idrakine katkıda bulunur (Bui ve Lee, 2015: 187). Ancak gelişmekte olan ülkelerde toplumsal miras odaklı çalışma yürüten çeşitli odakların; bütüncül politik kimliğe ve bireylerin bu kimliğin idrakine hizmet amacının aksine, yok olmuş Helen, Roma, benzeri medeniyetler yüceltilmek suretiyle mevcut kültür, değerler ve kimliklerin değersizleştirildiği veya batı medeniyeti, değerleri propagandası yapıldığı iddia edilebilir. Ayrıca; mitolojik, batıl veya sonradan kurgulanıp parlatılan öğretilere genç beyinlerin kanalize edildikleri söylenebilir. Bu konuda makul olan; miras öğelerinin benimsenmesi fakat miras turizminin bireylerin bütüncül ve milli politik kimlik idrakini pekiştirici şekilde kurgulanması için politika stratejileri geliştirilmesi olacaktır.

Bu doğrultuda; bireylerin ve toplumların kimliklerin ayrılmaz parçaları olan fiziki çevre, kültürel altyapı ve manevi değerleri içeren somut ve somut olmayan mirasın turizmde kullanılması yöntemiyle hafıza turizmi politik kimlik idrakine hizmet edebilir. Miras ve hafıza turizmine ilişkin önemli hususlar şöyledir (Magnani ve Pistocchi, 2017: 132, 133):

- Hafıza turizminde öykülemenin, hafızayı yapılandırmada can alıcı rolü vardır ve müşterek geçmişin eğitiminde hafıza turizminin önemli yeri bulunur.
- Ancak hafıza turizmine açılan mekânlar eğer iyi yönetilemezse zarar görme riski bulunur. Diğer taraftan, eğer hatırlanmazsa bu mekân ve etkinliklerin unutulmaya yüz tutması riski de bulunmaktadır.
- Miras, ancak güncel nesillerin geçmiş nesillerden almış oldukları verasetin kimliklerini temsil etmesindeki sembolik rolünü gönüllü olarak kabul etmesiyle gerçek manada miras olur.
- Destinasyonun özgün karakterinin yok olmaması için unutulmamalıdır ki; ülke toprakları üzerindeki kontrol, grup tarihinin, gelenek ve kimliğinin sürekliliğinin kontrolü anlamına gelmektedir.
- Kültürel miras, milli kimlik inşası politikalarında kullanılabilir. Bu konudaki önemli bazı bilgiler şu şekilde özetlenebilir (Morais vd., 2010: 279, 281, 289):
- İçerisinde bulunduğumuz modernite-sonrası çağda, bireylerin kimlikleri çok güçlü bir biçimde gerçekleştirdikleri gösterişçi tüketimleriyle ilişkilendirilmektedir ve bu çerçevede miras turizmi, milli kimlik oluşumunda önemli rol elde etmiştir.
- Miras turizmi, potansiyel politik toplumsallaşma aracı rolünü doğrular şekilde ve medyanın rolüne benzer biçimde arzulan kimlikleri yayma aracı olarak kullanılabilir, ayrıca modern milli kimlikleri oluşturan kültürel sermayenin yorumlanmasında turizmin özgün karakteri olarak değerlendirilebilmektedir.
- Örnek olarak Taiwan’da; seçilen tarih ve kültür dilimleri ve mevcut milliyetçilik sayesinde yerli halk, milletin kimliğinin koruyucusu ve bilgiyi iletkenler haline dönüşürken, destinasyon da milletin kökeni, refahı ve çok kültürlülüğünün öğretilmesi ve kutlanmasına mekan sağlamaktadır. Buradan hareketle; oluşturulacak turizm politikalarında bu örnekten dersler çıkarılması, halkın, milletin kimliğinin koruyucusu ve eğiticisi olması amaçlanabilmektedir.

Burada kısaca araya eklenilmesi elzem görülen husus, tüm belirtilen politika ve strateji araçlarının etkin olabilmesi için akla gelen en önemli yapıtaşlarından birinin de iletişim ve bilgilendirme stratejilerinin optimal kullanılması gerektiğidir. Günümüzde görsel ve yazılı kaynaklar ile sosyal medya bireylerin ve kitlelerin yönlendirilmesinde, akılların ve gönüllerin kazanılmasında büyük güce sahiptir. İletişim yaklaşımlarından hikaye anlatımı tekniği; sosyal medya üzerinden uygulandığında kitlenin angaje edilmesi ve duyarlı hale gelmesi için iyi bir araçtır ve ikna ve akıl yürütme süreçlerinde etki sağlar (John, 2014:36). Genel olarak hikaye kelimesi hayali bir şeyi ifade etse de medya mesajları ele alındığında hikaye, bir kuruluşun ürünleri, etkinlikleri ve hareketleri hakkındaki gerçek temelli bilgilere tekabül eder (Hansen &Paul, 2015: 29). Bu sebeple milli turizm politikaları kapsamında oluşturulacak anlatıların, hikayelerin en etkili medya ve iletişim kanalları kullanılarak güçlendirilmesi büyük önem arz etmektedir.

Bütüncül Milli Turizm Politikaları İçin Mirasın Önemi ve Önerilen Kullanım Alanları

Miras; kültürel kalıtımla bağlantılı uluslararası tanınan kültürel ihtiyaçlar olarak nitelenebilecek haklar ile ve mekân kimliklerinin tanıtımıyla kültürel turizm ile artan ölçüde ilişkili hale gelmektedir (Carta: 1999). Küreselleşmenin getirdiği yurtsuzlaşmayla gelen bölgesel tektipleşmeyle savaşta, yerel kültürel ürünlerin mirasa dönüşümü, bölgenin kültürel değerinin (kültürel zırhının) bir araç olarak kullanılmasına olanak sağlar (Carta: 1999). Geçmişten kalıtımla devredile gelen mekân kimlikleri, kültürel haklar, kültürel ihtiyaçlar ve yerel kültürün milli mirasa dönüşümü, ülke çapında bütüncül milli bir zırh olarak tasarlanmalıdır.

Tarihi mirasın politik amaçlı olarak turizme kazandırılması konusunda uluslararası bir örnek olarak Auschwitz soykırım turizmi incelenebilir. *Auschwitz'de Antifaşit Hac ve Rehabilitasyon : Aktion Sühnezeichen* (Barış İçin Hizmet) ve *Sozialistische Jugend* (Sosyalist Gençlik) isimli makalesinde Jonathan Huener, bu hareketlere mensup idealist genç Almanların Auschwitz'de devlet müzesi kurulması için Polonya'ya nasıl yardım ettiklerini anlatmaktadır (Hamrin-Dahl, 2014: 128). Buradan esinlenerek; milli birlik politikaları doğrultusunda turizm geliştirme stratejileri tasarlanabileceği akla gelmektedir. Milli birlik ve bütünlüğe hizmet edeceği araştırmalar sonucu belirlenen siyasi unsurlar, 'gelişmekte olan ülkeler'de de özel tasarımlar çerçevesinde formüle edilerek turizm faaliyetleri dahiline alınıp, bütüncül milli gelişime hizmet ettirilebilir.

Ören Yerleri Politikaları ve Nostalji İşletmesi isimli eserinde Maurizio Peleggi, seçilmiş tarihi yerlerin milli miras inşası bünyesinde milli kimlik sembolü şeklinde özel bir görünürlüğe nail olurken aynı zamanda turistlerin cazibe odağı olarak metalaştırılıp tüketildiklerini analiz etmiştir (Bui ve Lee, 2015: 188). Bu örnek ile; turizm vesilesiyle hem ekonomik getiri sağlama güdüsünün tatmin edilmesinin, hem de milli kimliğin güçlendirilmesinin aynı anda gerçekleştirilebileceğinin mümkün olduğu iddia edilebilir.

Bu arayış doğrultusunda incelenen çalışmalardan Litvanya örneğinde Arimavičiūtė (2015: 324); hükümetin en üst seviyelerinde kültürel mirasın korunmasına ilişkin stratejik kararlar ve kültür turizmini teşvik edici kültürel altyapı gelişiminde eksiklikler bulunduğunu öne sürer.

L. K. Richter (1999), *Politik Karışıklık Sonrası: Üç Asya Ülkesinde Turizmin Yeniden İnşası Üzerine Dersler* isimli eserinde; miras odaklı kültür politikaları kapsamında, her bir miras unsurunun temelinde, hatırlanan hafızanın politik olarak inşa edilmesi gerektiğini iddia eder. Miras, sosyo-kültürel kimliklerin çeşitli devlet yapılarını desteklemek üzere şekillendirilmesi için politikleştirilmiştir (Bui ve Lee, 2015: 189).

Diğer bir örnekte; Necef (Al-Nakib / Negev) Çölü'nün sembolik inşası konulu yazısında Ze'ev Shavit (2014: 68), bu çöl deneyiminin milli-bilinçli toplum arasında milli-müşterek icraatı için bir dürtü canlandırmasının amaçlandığını, bu arenada milli ürünlerin üretildiğini ve turistik amaçlarla bu çölün markalaştırılmasının burayı ticari boyut yanı sıra bireyin kültü (tutkusu / inancı) olarak tanımlamak olduğunu savunur. Buradan hareketle; sembolik kült, değer, inanç inşalarının turizm politikalarına entegre edildiğinde, bütüncül milli kimliği güçlendirici rol üstlenebileceği iddia edilebilir.

Fuar ve panayırın yerel kimliğin ifade edilmesindeki rolü konulu makalelerinde Herman ve Benchiş (2017); küreselleşmenin zararlı etkilerinin önlenmesi konusunda Herman ve Wendt (2011)'in geliştirmiş olduğu gerekli tedbirler olarak şunları sunar : "sürdürülebilir turizm ilkeleriyle bağdaşan turizm yoluyla bölgesel kalkınma; kamunun dahil olması, yerel ve ülke otoritelerinin kimliğin ve özgül unsurların ülke içi ve dışında korunması, sermayelendirilmesi ve tanıtılmasına

dahil olması; kimlik unsurlarından faydalanan turizm modeli vb. geliştirmede yüksek kuruluşların eğitiminin dahil edilmesi... vb.”. Burada ön plana çıkan, kimliğin ve özgün unsurların yurt içi ve yurt dışında korunmasıdır.

Milletlerin turizm nedeniyle ahlaki olarak olumsuz etkilere maruz kaldıkları, bireysel çıkarlar, rekabet ve para kazanma hırsı gibi nedenlerle değer yargılarında aşınma yaşandığı hususu birçok düşünür tarafından dile getirilmiştir. Bu konuya çare oluşturmaya yönelik örnek bir politika olarak Endonezya’da gerçekleştirilen çalışma ele alınabilir. Turizmle gelen çıkar çatışması sonucu ahlaki değerlerini yitiren, gelir dağılımı uçurumları oluşan ve toplumsal uyumda aşınma yaşanan Candijero’da turizmin etkilerinin gidişatını değiştiren bir politika uygulanmıştır. Kültürel kimliğin belirleyici unsurlarından “Guyub”/Birliktelik ve “Gotong Royong”/ El Ele geleneksel değerlerinin temel ilke olarak benimsendiği bir kooperatif kurulmuş, yabancı yatırımcılar dışarıda tutularak, toplumun tüm kesimiyle ortaklaşa bir üretim konseptiyle toplumsal gerilim önlenerek birliktelik güçlendirilmiştir (Sari vd. 2016).

Diğer bir önemli husus ise yabancı finans kaynakları tarafından fonlanan kültürel etkinlikler hakkında iki kere düşünmeyi gerektirebilir. Küçük bir ada şehrinin eğitim ve kültür merkezine dönüşmesi amacıyla yapılan yatırımlar sonucu uluslararası film festivali, uluslararası sanat sergisi ve uluslararası mimari sergisi gibi prestijli etkinliklere ev sahipliği yapan Venedik için daha fazla kültürel etkinlik çekme konusunda finansal arayışlarla ilgili olarak Casagrande (2016) yabancı aktörlerin artan katılımlarının şehrin kimliğini daha da cansızlaştıracağını savunmuştur. Kültür ve turizm konuları da en az diğer konularda dikkate değer olduğu kadar yabancı yatırımın kontrol ve yönlendirilmesinin gerekli olduğu iddia edilebilir.

Manevi miras ve değerler de milli turizm politikalarında kullanılabilir. Turizmin milli kültürün öğretilmesinde kullanılmasına ilişkin ilişki kurulabilecek bir örnek, Endonezya’da yer alan Cheng Ho Camisi’ne yüklenen işlevde görülebilmektedir. Endonezya’da etnik Çinli kimliğini temsil eden bu cami, inanç turizmi destinasyonu olmasının yanı sıra Endonezya’da Çinli İslam kültürünün öğrenilmesine yönelik bir araçtır (Mahfud, 2014). Bu örnekte sunulan turizmin, mili ve dini fonksiyonu dikkate değerdir.

Kültür birleştirebilir mi? konulu yazısında Nwanaju (2013: 30); festivallerin, şenliklerin turizm ve milli birlik konularıyla faydalarını anlatırken, festivallerin aşiretler arası çekişmelerin azalmasına, insanların dans, kutlama ve hatta evlilikler gerçekleştirmeleriyle birliğin güçlenmesine ve turizmin gelişimine neden olması sebebiyle hükümetlerce desteklenmelerinin gerektiğini vurgulamaktadır. Festivaller, şenlikler, kutlamalar, dini ve milli bayramların turistik çekiciliklerinin artırılması için kurgulamalar yapılması ve turizm gelirinun yanı sıra politik milli bütünlüğün pekiştirilmesi sağlanabilir.

Diğer taraftan, savaş alanı turizmi ile ilgili yazısında Jo Hawkins (2013: 4); Çanakkale’ye atfedilen anlamların tarihten çok milliyetçilik politikalarıyla ilgili olduğunu, toplumca inşa edildiğini ve ayrıca turizmin milli-müşterek hafızaya etkilerini tartışan çalışmalara değinmiştir. Bu örnek, bazı ülkelerdeki milli kurgu, inşa ile turizmin birlikteliğini pekiştirmektedir

Kültürel miras yönetim politikası, Vietnam örneğinde şu şekilde işlemektedir (Bui ve Lee, 2015: 194, 195) :

- Evrensel değer ve ulusal önem arz eden miras unsurları yatay ve dikey yönetim otoriteleri tarafından belirlenir ve yönetilir.

- Yatay boyutta Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı lider rol üstlenirken bilgi ve kurgu Kültür ve İdeoloji Merkez Bürosunca kontrol edilir.
- UNESCO gibi uluslararası örgütler gözlemci rolünü Miras Dairesi ortaklığında yürütür.
- Dikey boyutta ise Hanoi Halk Komitesi, Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı ile irtibatlı olarak Vietnam Toplumsal Bilimler Akademisi'nin alt kuruluşları olan Arkeoloji Enstitüsü ve Kale Araştırma Enstitüsü işbirliğinde çalışmalar yürütür.
- Dikey ve yatay yönetim boyutlarında yönetim ile arzulanan; uluslararası turistleri eğlendirmek veya eğitmek değil, seçilmiş unsur ve hikayelerle (anlatılarla) yerli turist tüketiminin tatmin edilmesi ile politik görevin ifa edilmesidir.

Diğer taraftan; kültür turizminin geleceğine yönelik Greg Richards'ın oluşturduğu vizyonda turizm için gelecekte beklenen önemli özellikler şu şekilde sıralanmaktadır: birlikte oluşturma, arz tarafıyla tüketiciler arasında artan bağlar, yerel kültürle artan iletişim, gündelik hayata ve somut olmayan mirasa yönelik artan vurgu; mekana, yenilikçi alanlara, bütünleştirici ve ruhani yaklaşımlara, özgünlük (otoriteden içerik ve orijinallığe) için yeni temellere değer atfeden anlamlar doğrultusunda faaliyetler doğrultusuna geçiş. (Beltramo, 2013: 22). Günümüzde kaybolmaya yüz tutan yerel kültür, somut olmayan miras, temel değerler ve manevi yaklaşımlar, korunması gerekli unsurlar olarak politika geliştirme sürecine dahil edilmelidir.

Ayrıca markalaştırma uzmanları ve akademisyenleri; güçlü markalaşma stratejisi kurmak için en ikna edici ve etkili araç olması nedeniyle öncelikle kimlik üzerinde çalışmanın öneminde mutabaktır ve kimlik, tüm inşa ve kurgulamaların merkezinde yer alıp, özgünlük kazandığı ölçüde karşılaştırmalı avantaj oluşturur (Same ve Solarte –Vasquez, 2014: 140).

Benzer biçimde yerel halkın turizm karşısındaki tutumlarının sürdürülebilir turizmin temelinde olması sebebiyle toplumsal kimliğin önemini vurgulayan Mohamad ve Hamzah (2015), Mabul adasında turizm sonrası kültür ve kimliğin zayıfladığını, yabancı ziyaretçilerin ortak alan ve özel hayatı domine ettiklerini, dolayısıyla dinginliğin, turizm faaliyetleri sebebiyle bozulduğunu ortaya koymuştur.

Bir ülke kültür olarak ne kadar çok çeşitli ise büyük turist akımlarını ağırlamaya o kadar az hazırlıklıdır ve diğer kültürlerin benimsenmemesi ve negatif etkiler oluşması riski çok fazladır (Mushba ve Dzhindzholi: 2012). Buradan çıkarılabilecek ders; turizmin yozlaştırıcı etkilerinin kimliksizleşmeye yol açmaması için turizm destinasyonlarındaki halkın ortak tarihi, ortak değerleri, milli kültürü ve inanışları konusunda iyi eğitilmesi gerektir.

Bunlardan inanç ile ilgili olarak; Avrupa'da kişi başına düşen kilise miktarı ve ahşap kilise büyüklüğü açısından birinci sırada yer alan Romanya'da turizm bakımından kilise ve manastırlar hem Romanyalı hem de yabancı turistler için başlıca çekim unsurları olup bunların dini miras tanıtımını merkeze alan bölgelerde turizme dâhil edilmesi bu bölgelerin şöhretlerini arttırmaktadır (Mänilă, 2011). Bu örnek bazı ülkelerdeki turizm ve dini ayrılmaz birlikteliğini göstermektedir.

Burada dikkate değer diğer bir önemli husus ise turizm politikalarında vizyon oluştururken öz kültür dışlanıp batı kaynaklı etnosentrim (kavim merkezilik) vizyonunun hegemonyasına idraksizce kapılmak veya açık/örtülü stratejilerle sürüklenmek olacaktır. Kültürel kavim merkezilik olarak da tanımlanabilecek etnomerkezilik, kültürel rölativizmin (görelilik) olmadığı anlamına gelir ve temel olarak başka kültürleri, kendi öz kültürünün standart ve kalıpları doğrultusunda ölçmek anlamına gelir (Ajtony, 2015). Gelişmekte olan ülkelerin milli turizm politikaları oluştururken küresel turizmin hegemon bakış açısı olan beyaz anglosakson kültürel kavim merkeziliğe yaranma derdine

kapılmaması, özgünlüğü ve milli niteliği ikinci plana bırakmadan güçlü bir duruş sergilemesi nafile gayretlerden kurtulup saygın bir konuma gelmesini sağlayabilecektir.

Her politika çalışmasında göz önünde bulundurulması gereken en önemli konulardan birisi de gençlere yönelik tedbirlerin göz önünde tutulması hususudur. Gerçekleştirilecek çalışmalar, gençlerce benimsenmeyecek olursa kalıcı olmaları düşünülemez. Bu konuda farklı bir ülke örneğinden ders çıkarılması uygun olabilir.

Mısır'da toplumsal parçalanmayı fark eden, gençlerin bir zamanlar saygı duyulan milli kurtuluş ve kalkınma projelerine yabancılaştıklarını gözlemleyen milli aydın kesimi, bir yandan kültürel tercihleri sebebiyle gençleri kınarken bir taraftan da empati kurup alaycılıklarından ötürü gençlerin suçlu tutulamayacağını, hükümetin ve ekonominin gençlere çok az şey önerdiğini değerlendiriyorlardı (Wahba, 1995'den alıntılanan Swedenburg 1997). Bu örnek vesilesiyle anlatılmak istenen husus; politika planlama aşamalarında, gençlerin değerlerine yabancılaşma, saygı duymaması ve alaycılık gibi toplumsal parçalanmaya neden olabilecek tuzaklara düşmemeleri için gençlerin ekonomik olarak gelecekte ümitli ve milletlerine her anlamda güvenli olmalarının sağlanmasına çalışılması gerektiğidir.

Ülke markasının önemi konulu yazıya baktığımızda marka; fikirler, değerler, kelime veya imajların kombinasyonu olarak tanımlanmaktadır ve milletin marka olmasını istediği şey ülkenin kimliğinin ortaya çıkarılmasıdır (Turtureanu vd. 2012). Yabancı markaların rağbet gördüğü bir ülkenin özgünlüğünü kaybetmesi, değer ve fikir üretmemesi, turistik cazibesini de olumsuz etkileyecektir.

Diğer taraftan; taş devrinden günümüze kadar turizmin gelişimini özet tablo halinde inceleyip turizmin geleceğine ilişki öngörüler sunan Zotic vd.'in değerlendirmeleri politika geliştirme çalışmalarında aşağıda özetlenen bilgiler çerçevesinde faydalı olabilir: Kitle turizmi trendinin sona ermekte olduğu, turizmin çok çeşitli niş turizm ürünlerine parçalanacağını iddia eden Zotic vd. (2014: 88, 89, 91), bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı medeniyetin yeni turizm trendinde özgünlüğün ve şehir kültürünün önemini vurgular. Turistlerin kültürel mirasın özgünlüğünü tercih ettiklerini iddia eden Zotic vd. (2014: 88-89); tüm dünya genelinde, postmodern turistlerin kültüre, yerele, bölgele vb. düşkün olduklarını belirtir. Bu kapsamda geleceğe yönelik turizm planlamalarında kitle turizmine bel bağlamaktan vazgeçilmesi elzem gözükürken, kültür turizmi, özgünlük ve kimlik odaklı projeksiyonlarla politika geliştirilmesi daha akılcı gözükmektedir.

Ayrıca çalışmamızın amacı doğrultusunda ülke imajı belirleme araştırmalarında Ukrayna örneği faydalı olabilir. Bazaluk ve Blazhevych (2016) analizlerinde Ukrayna; Rusya yanlısı veya Avrupa yanlısı olamaz, Ukrayna kendisi gibi kalmakla yükümlüdür ve Ukrayna kendi güvenliği için, kültürel mirasının saygınlığına sahip olmalı ve kültürel kimliğinin belirgin işaretlerini düzene sokmalıdır demektedirler. Bu değerlendirme ışığında; tüm politikalar için olduğu gibi turizm politikalarında da ülkelerin, medeniyet vizyonlarını bir yörüngeye entegre etmeyip, miraslarının saygınlığını muhafaza etmelerinin ve kültürel kimliklerinin temel özelliklerini açık şekilde belirleyip güçlendirmelerinin gerektiği vurgulanabilir.

Örnek olarak; Francesco Citarella (2016) Avrupa'da kültürel turizmin 2014 yılı itibariyle toplam seyahatlerin yaklaşık %40'ını oluşturduğunu, dini ve manevi yolculuk güzergahlarının TV ve filmler yoluyla çeşitli senaryolar ile görünürlüğünün artırılması amacıyla desteklenmesi için Avrupa Konseyi'nin 29 konu belirlediğini belirtmekte, 2014- 2020 Programı ile kültür turizminin desteklenmesinin ve AB Kültür Bakanları Konseyi'nin 2015-2018 öncelikleri kapsamında yerel toplulukların kültürel miras ve kültürel-yaratıcı sektörlerden rekabet edici avantaj elde edebilmeleri

gibi amaçlarla kültür ve turizm arasında sinerji geliştirebilmelerinin teşvik edildiğine değinmektedir. Burada devlet teşviğine dikkat etmenin önemi hatırlanmalıdır.

Akdeniz medeniyetlerine ait kültürlerin turizm aracılığıyla siyasi faydalar için kullanılmasına bir örnek, yine Avrupa Birliği'nde gözlemlenebilir. Martínez'in (2017) "Kültürel Turizm Yoluyla Bölgesel Uyum: Emevi Güzergahı Örneği" isimli çalışmasında; Avrupa Birliği tarafından fonlanan Endülüs Vakfı öncülüğündeki proje kapsamında, İspanya, Portekiz, İtalya, Tunus, Mısır, Ürdün ve Lübnan'dan ağ ortaklarının milli güzergahlarıyla desteklediği ve Emevi hanedanının zengin kültürel mirası kullanılarak bölgeler ve kültürler arası anlayışın geliştirilip işbirliği ile zorlukların aşılmasına çalışıldığı bir örnek çalışma sunulmuştur. Benzer şekilde yerel projeler maddi olarak desteklenip, Surre Kültür Yolu gibi çalışmalarla yerelden uluslararası ölçeğe kadar güç birliği gerçekleştirilebilir.

Benzer biçimde, kapitalizmin ve küreselleşmenin yıkıcı etkileriyle erozyona uğrayan manevi değerlerin korunması yoluyla manevi turizmin getirilerinden faydalanılabilir. Narottama (2016) manevi turizmle ilgili çalışmasında turistlerin zamanlarının çoğunu güneş banyosu yapmaktan ziyade kişisel gelişimlerine harcadığı, kültürü öğrendikleri, yerel halkla etkileşimde buldukları, manevi uygulamaları, tarih ve yerel gelenekleri öğrendikleri ve bu tür turizmin yüksek hızla arttığını tespit etmiştir. Bu çerçevede; turizmin gelenekler, kültür, inanış gibi yerel maneviyat unsurlarına zararının önlenmesinin gerektiği, ayrıca bu maneviyat unsurlarının yapıcı ve kontrollü bir şekilde gelişmesinin teşvik edilmesinin uygun olacağı iddia edilebilir.

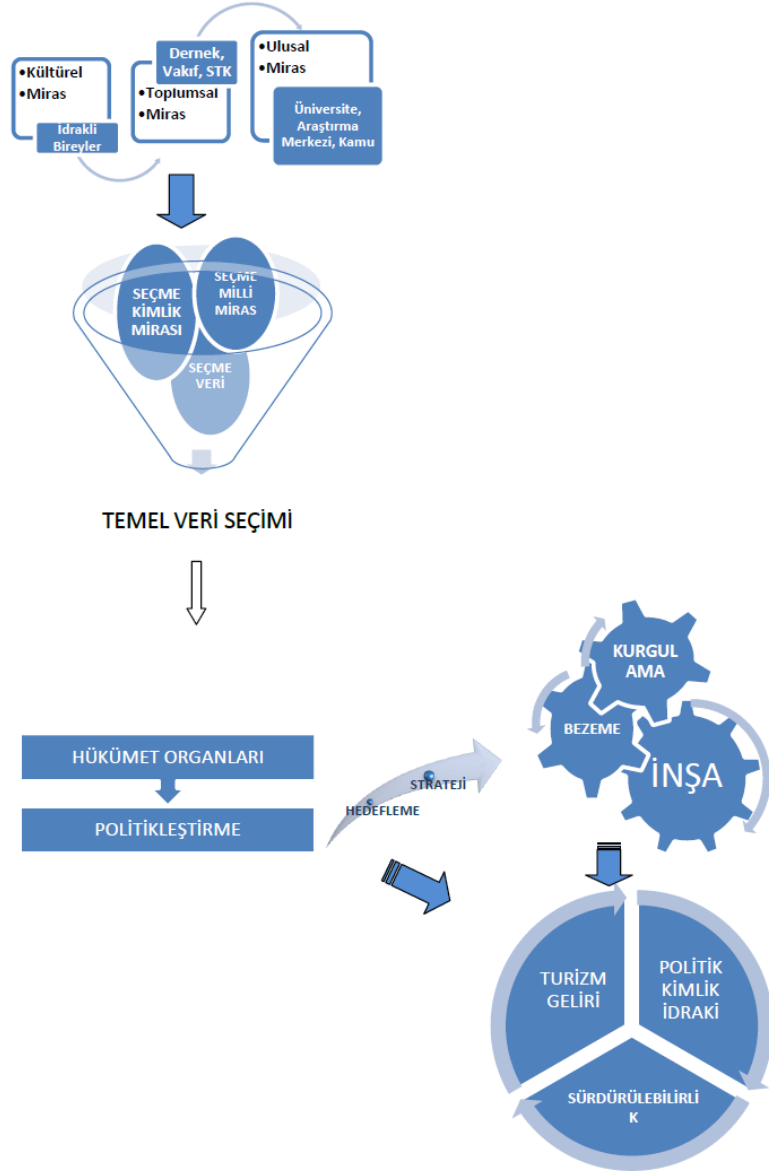
Turistik destinasyonun tasviri de çok önemli bir konudur ve politika geliştirme çalışmalarında önemle üzerinde durulmalıdır. Thomas Richard (2017), "Kudüs'ün Eski Şehrinde Rekabet Halindeki Tasvirler" isimi çalışmasında; turistlere İsrail ve Filistin rekabeti kapsamında politik semboller, tasvirler ve kimlik nesnelere sunularak rakip anlatımlar gerçekleştirildiği ve turistlerin kendi ülkelerine döndüklerinde bu ikonografi ve anlatımların taşıyıcıları olacakları belirtilmiştir. Aynı çalışmada, ikonografi ve tasvirlerle bir turistik destinasyonun turistik faaliyet vasıtasıyla milli bir amaç doğrultusunda politik aidiyet ifadesine dönüştüğü, tanıtım yoluyla bölgenin İsrailleştirilmesine karşı duruş olarak Filistinlilerin tasvirler, görüntüler ve resmetme ile direndiği ifade edilmiştir. Buradan çıkarılabilecek ders; turistik destinasyonlarda tanıtım politikasında bölgelerin Avrupa merkezli veya yabancı merkezli tarih, kültür ve medeniyet tasviri veya tanıtımı yerine yerel, ulusal değerler, kültür ve medeniyet tasavvurunun ön plana çıkarılması ve bu değerlerin ticari güdüler arasında kaybolmasının engellenmesine yönelik politikalar geliştirilmesinin gerektiridir.

Diğer taraftan, destinasyon marka oluşturma sürecinin en önemli unsurlarında marka kimliği oluşturmada değerler ve anlamlar ele alınmalı ve yerel halk ve tüccarlar gibi bir çok farklı paydaşı memnun etmesi gerekeceğinden güçlü siyasi irade gerektiği unutulmamalıdır (Yusof ve İsmail, 2014). Turizm politikalarının bir çok çıkar çevresini etkilediği ve çıkar çatışmalarına yol açacağı aşikar gözüktüğünden, siyasi iradenin kararlılığı en temel gereklilik olarak ön plana çıkmaktadır.

Politika Geliştirme Sürecine İlişkin Vizyon Oluşturma

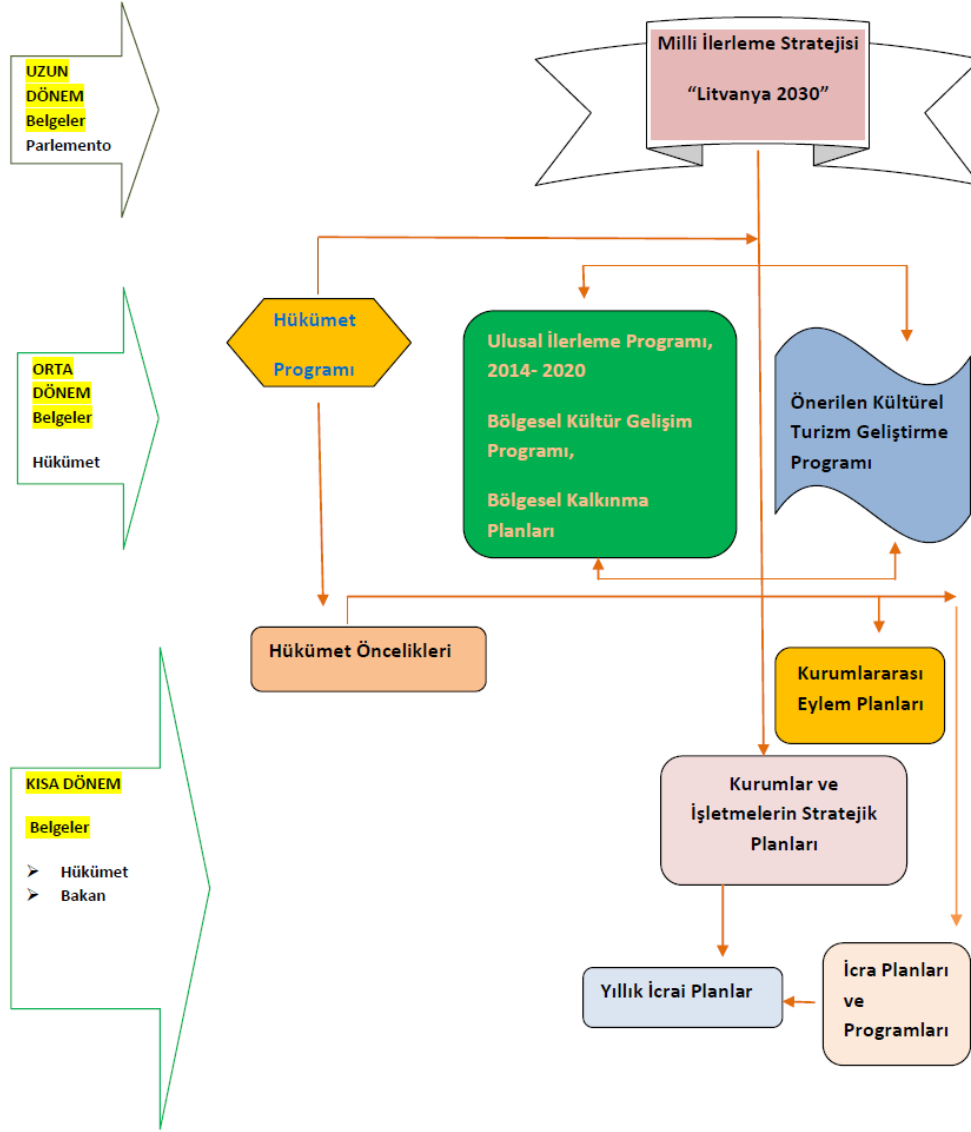
Bu bölümde; mirasın politikleştirilmesi ve metalaştırılması süreci için Bui ve Lee (2015)'den esinlenerek tasarlanan mekanizma vizyonu ve Arimaviçü'te'nin Kültür Turizmi Geliştirme Programı ve Kültür Turizmi Strateji Geliştirme Modeli için sunduğu öneriler kısaca değerlendirilmektedir. Ayrıca "Mill Miras ve Kültürel Turizm Stratejisi, Stratejik Amaç ve Tedbirleri"ne ilişkin örnek maddeler sunulmaktadır.

Şekil : 1 – Mirasın Politikleştirilmesi ve Metalaştırılması [Bui ve Lee (2015)'den Esinlenilmiştir]



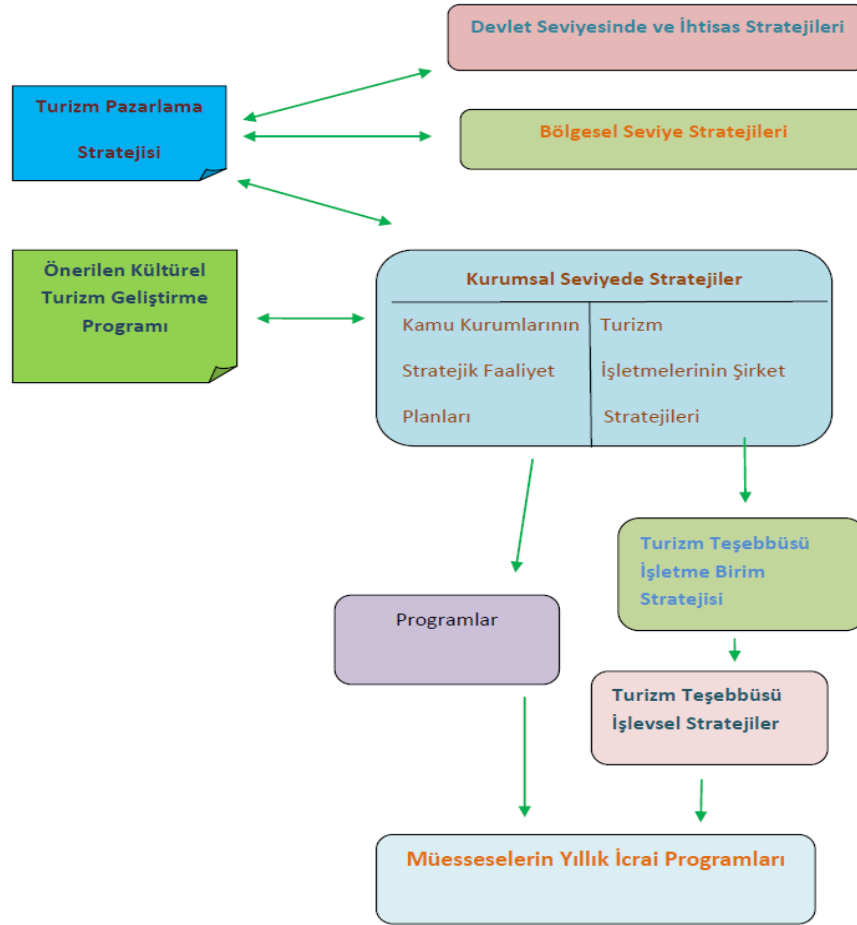
İdraklı bireylerin korumaya çalıştıkları kültürel mirasları, milli hafıza unsurları ve yerli dernek, vakıf, milli STK'ların önemli bulup, öğretmeye çalıştıkları toplumsal miras unsurları ile üniversite, araştırma merkezi gibi kurumlarca ön plana çıkarılıp politik olarak güçlenmesi gerekli görülen ulusal miras unsurları aylık vb. dönemlerde gerçekleştirilecek değerlendirme toplantılarında devlet yönlendirme ve desteğinde tartışılmalıdır. Bu değerlendirme toplantıları sonucu bütünleştirici milli miras unsurları milli kimlik değerleri kaynak havuzu oluşturulur. Devletin bütünleştirici milli politik hedef ve stratejileri doğrultusunda, havuzdan seçilen ulusal miras unsurları politikleştirme sonrasında kurgulama, bezeme ve inşa aşamaları neticesinde turistik cazibe oluşturularak pazarlanabilir hale getirilir. Sonuç olarak turizm geliri, politik kimlik idrakinin pekiştirilmesi ve sürdürülebilirliğin bir arada bulunduğu bir turizm arzı oluşturulmaya çalışılmalıdır.

Şekil : 2 Litvanya Stratejik Planlama Sisteminde Kültür Turizmi Geliştirme Programını Bütünleştirici Belge Şeması Önerisi (Arimavičiūtė, 2015)



Yukarıda sunulan kültür turizmini geliştirme programında kısa, orta ve uzun vadede çeşitli devlet ve hükümet yapıları eliyle geliştirilecek plan ve programlar tasarlanmıştır. Milli Strateji başta olmak üzere, Hükümet Programı, Ulusal İlerleme Programı gibi yüksek seviyedeki çalışmalar, konuya ne kadar önem atfedilmesi gerektiğini göstermektedir. Hükümet öncelikleri dikkate alınarak icra plan ve programlarının önerilmesi, birçok politika belgesi gibi çalışmaların kağıt üzerinde kalmasını, icraata geçirilememesini önlemeye yönelik bir tedbir olarak nitelenebilir.

Şekil : 3 -) Kültürel Turizm Stratejisi Geliştirme Modeli Önerisi (Arimaviçüte, 2015)



Yukarıdaki şekilden hareketle, kültürel turizm geliştirme stratejileri tasarlanırken devletin uluslararası ilişkiler vizyonunun bilinmesi, devletin öngördüğü stratejik yönelimler ışığında çalışmalar yapılması önerilebilir. Bu makro çerçeve içerisinde bölgesel ilişkiler ve realiteler düşünülmeli, mikro ölçekte ise kurumsal programlar seviyesinden teşebbüslerin yıllık icrai programları ölçeğine inilerek çalışmalar programlanmalıdır.

Geliştirilecek çalışmalar için bir vizyon oluşturulması açısından “Güney Afrika Cumhuriyeti, Milli Miras ve Kültürel Turizm Stratejisi, Stratejik Amaç ve Tedbirleri” aşağıdaki Şekil 4’te sunulmaktadır.

Mill Miras ve Kültürel Turizm Stratejisi, Stratejik Amaç ve Tedbirleri incelendiğinde en önemli aşamanın araştırma ve bilgi yönetimi aşaması olduğu iddia edilebilir. Bu aşamada küreselleşmenin olumsuz etkilerinden kimlik ve değerleri yozlaştırıcı etkisinden korunmak için milli ve manevi unsurların ön plana çıkarılması önerilebilir. Ayrıca turistik cazibe oluşturulması için özgün ve ilgi çekici turizm ürünleri tasarlanmalıdır. Strateji geliştirme, sürdürülebilirlik, pazarlama, finansman ise alt başlıklar olarak önemli gereklilikleri ifade etmektedir.

Şekil 4. Güney Afrika Cumhuriyeti, Milli Miras ve Kültürel Turizm Stratejisi, Stratejik Amaç ve Tedbirleri

Milli Miras ve Kültürel Turizm Stratejisi, Stratejik Amaç ve Tedbirleri (Güney Afrika Cumhuriyeti)

STRATEJİK AMAÇ	TEDBİR
Araştırma, Malumat ve Bilgi Birikimi Yönetimi	
1. Mevcut ve potansiyel miras ve kültürel turizm ürünlerinin denetimi ve bilgilerin planlama ve uygulama amaçları kapsamında dokümantasyonu.	-Miras ve kültürel turizm ürünlerinin kapsamlı denetimlerinin yapılması. -Bilginin toplanması ve belge haline getirilmesi.
2. Girişimlerin planlama ve uygulanması için, miras ve kültürel turizm ürünlerinin talep ve etki değerlendirmeleri ile izlenmelerinin gerçekleştirilmesi	Performansı gözlemleme ve etki değerlendirme amacıyla ölçülebilir uygun göstergeler / indikatörler belirlenmesi. Gözlem ve değerlendirme üzerine dönemsel raporlar üretilmesi
3. Ziyaretçilerin ihtiyaç ve beklentileri konusunda planlamayı bilgilendirmek için ziyaretçi profil ve deneyimi	-Miras ve kültürel turizm üzerine ziyaretçilerin profil ve deneyimleri konusunda sürekli araştırma ve veri sağlanması
4. Planlama ve kıyaslama amaçları için trendler ve en iyi uygulamalar	-Mevcut trendler ve en iyi uygulama örnekleri konularında sürekli araştırma ve veri arzı
Sürdürülebilir Kalkınma ve İdare	
1. Kalkınma ve sürdürülebilir idare için miras ve kültürel turizm ürünlerinin belirlenmesi	-Halihazırdaki ve geleceğe yönelik kalkınma ve sürdürülebilir idare için potansiyel miras ve kültürel turizm ürünlerinin belirlenmesi
2. Belirlenen miras ve kültürel turizm ürünlerinin uygulanması için bir hareket planı geliştirilmesi	-Belirlenen miras ve kültürel turizm ürünlerinin uygulanması için uygun hareket planlarının, kısa, orta ve uzun vadede geliştirilmesi
3. Miras ve kültürel turizm ürünleri için sürdürülebilir ve bütüncül idare yaklaşımı	-Miras kaynaklarının koruma ihtiyaçları ve turizmi geliştirme gereklilikleri hesaba katılarak, miras ve kültürel turizm ürünlerine sürdürülebilir ve bütüncül yönetim yaklaşımı geliştirip uygulamak
4. Etkin idare için yetenek geliştirme ve eğitim	-Stratejinin etkin uygulanabilmesi için uygun kabiliyetlerin geliştirilmesi ve eğitim verilmesi
Pazarlama, Tanıtım ve Farkındalığı Arttırma	
1. Turizm ürünlerini desteklemek için miras ve kültürel turizm ürünlerinin tanıtımı ve farkındalığın artırılması	-Farkındalığın artırılması, tanıtma ve eğitim için etkin teşebbüsler geliştirilmesi ve uygulanması
2. Miras ve kültürel turizm ürünlerinin tanıtım ve pazarlamasına ilişkin danışmanlık sağlamak	-Miras ve kültürel turizm ürünlerinin etkin pazarlama ve tanıtımı için teşebbüsler geliştirip uygulamaya geçilmesi
İşbirliği, Ortaklık, Kurumsal Düzenlemeler ve Politika	
1. Planlama ve uygulamayı bilgilendirmek için miras ve kültürel turizm görünümünün çevresel taranması	- Miras ve kültürel turizm görünümünün çevresel taramasını gerçekleştirmek - Politika ve strateji uyumu, kurumsal düzenlemeler, işbirliği ve ortaklık sağlanması için gerekli planlar ve teşebbüsleri geliştirmek ve uygulamak
2. Stratejinin hükümetin üç alanda da uygulanmasını desteklemek üzere kurumsal düzenlemeler ve politika	- Resmi kurumsal düzenlemeler, uygun politika ve stratejilerle uygunluk ve uyum için işbirlikçi yönetim kurulması
3. Paydaşlar arasında işbirliği ve paylaşılan sorumluluk oluşturmak amacıyla paydaşlarla ortaklıklar ve işbirliği kurulması	- Stratejinin uygulanmasındaki roller ve sorumluluklarla ilgili işbirliği için paydaşlarla ortaklıklar inşa edilmesi
Kaynak Hareketliliği	
1. Miras ve kültürel turizmin desteklenmesi için fonlama imkanlarının araştırılıp ve belirlenmesi	- Miras ve kültürel turizmin desteklenmesi için fonlama kaynaklarının araştırılması ve kaynak hareketliliği teşebbüsleri oluşturulması

Sonuç ve Öneriler

Turizm politika önerileri tasarlanırken küreselleşme ve rakip ülkelerin stratejileri gözlenip ülke çıkarları doğrultusunda gerçekçi ve milli bütünlüğü güçlendirici stratejiler geliştirilmelidir. Bu konuda ihmalkâr davranılması halinde rakip politika ve stratejilerin kurbanı durumuna düşülebilir. Politik gidişat kendi haline bırakılamaz. 1882-1945 yılları arasında yaşamış ABD Eski Başkanı Franklin D. Roosevelt'in de ifade ettiği üzere: Siyasette hiçbir şey kazara olmaz. Eğer olursa bu şekilde planlandığı üzerine bahse girebilirsiniz.

Günümüz koşullarında turizm politikalarının yalnızca ekonomik güdüler esas alınarak programlanamayacağı iddiasıyla yola çıkılan bu çalışmada, milli bütüncül politikaların turizm için de elzem olduğunun görmezden gelinemeyeceği savunulmaktadır. Ayrıca turizmin sömürü aracı olarak kullanılması politikalarına karşı tedbirler alınması uygun olacaktır.

Bu doğrultuda yabancı kaynaklardan esinlenerek oluşturulan politika geliştirme mekanizmasında bilinçli vatandaşlardan araştırma merkezleri ve üniversitelere kadar çeşitli paydaşlar katılımıyla ve devlet gözetiminde gerçekleştirilen araştırmalarla belirlenecek milli bütüncül politikaların kültürel miras unsurlarının politik olarak kurgulanması, inşasının gerçekleştirilmesi gerekli görülmektedir.

Bu politikaların gerçekleştirilebilmesi için gereken iletişim stratejilerinden, ikna ve akıl yürütme süreçlerinde etkili, hikaye anlatımı tekniğine özel önem atfedilmiş, sosyal medya üzerinden uygulandığında hedef kitlenin angaje edilmesi ve duyarlı hale gelmesi için iyi bir araç boyutuyla vazgeçilmez olduğu tespit edilmiştir.

Politika oluşturma aşamalarında yol göstermek açısından; yabancı kaynaklarda bulunan kanıt ve örnekler sunularak, sembolik kült, değer, inanç inşalarının turizm politikalarına entegre edilmesi ve bütüncül milli kimliği güçlendirici gayretlerin yönlendirilmesi, bu çalışmanın turizm politikaları literatürüne katkısı olarak değerlendirilmektedir.

Sonuçta; bilinçli vatandaşlardan kamu idare mercilerine kadar turizm politikalarında farkındalık ve sorumluluk artışı ile, küreselleşme, çıkarıcılık ve maddecilik gibi tehditler altında olan kimliklerin tekraren tarihselleştirilmesi, kutsallaştırılması önerilmektedir. Yerli STK profesyonelleri ve akademisyenler işbirliğinde yukarıda örneği sunulanlara benzer program ve stratejiler geliştirilmesi gerekmektedir. Turizmde hafıza ve kültürel mirasın politik olarak milli birlik amacıyla inşa edilmesi ve bireyin kültüne dönüştürülmesi, sorumlu makamlarca geliştirilecek stratejilerin ana hedefleri arasında değerlendirilmelidir. Kimlik ve özgün niteliklerin turizm politikalarında da yurt içinde korunup ve dışında savunulması, yeni nesillerin ekonomik olarak geleceğine güvenen ve değer ve kimliğine sahip çıkan bireyler olarak desteklenmesi yoluyla destinasyon ve yerel halkın özgünlüğünün korunması gibi hedeflerin esas alınması ön plana çıkmaktadır. Tüm bu amaçların kağıt üzerinde kalmaması ve etkili biçimde gerçekleştirilmesi için güçlü bir siyasi irade gerektiği hususu gözardı edilmemelidir.

Kaynakça

- Ajtony, Z.(2015). Dilemmas of Cultural Mediation: A Case Study of Tourism, *Acta Universitatis Sapientiae, Philologica*, 7, 2 (2015) 47–58, DOI: 10.1515/ausp-2015-0046.
- Arimavičiūtė M. (2015). Developing Cultural Tourism Strategies in Lithuania, *Public Policy And Administration*, T. 14, Nr. 2 /2015, Vol. 14, No 2, p. 321–334. DOI:10.13165/VPA-15-14-2-12
- Ashworth, G. (1995). Heritage, tourism and Europe: A European future for a European past. In D. Herbert (Ed.), *Heritage, Tourism and Society* (pp. 68-84). New York, NY: Mansell Publishing.

- Bazaluk, O. & Blazhevych, T. (2016). *The Image Of An Ideal Ukrainian Politician. Ukrainian National Idea*, Erişim Tarihi: 25.09.2017, <http://www.fhjournal.org/wp-content/uploads/2016/09/3-6-2016-02-Bazaluk-Blazhevych.pdf>.
- Beltramo, S. (2013) Cultural Routes and Networks of Knowledge: The Identity and Promotion of Cultural Heritage. The case study of Piedmont, *AlmaTourism Journal of Tourism, Culture and Territorial Development N. 7*, ISSN 2036-5195.
- Bui, H. T., & Lee, T. J. (2015). Commodification and politicization of heritage: Implications for heritage tourism at the Imperial Citadel of Thang Long, Hanoi (Vietnam). *ASEAS – Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 8(2), 187-202.
- Carta, M. (1999). *L'armatura Culturale Del Territorio. Il Patrimonio Culturale Come Matrice Di Identità E Strumento Di Sviluppo*. Milano: Franco Angeli.
- Casagrande, M. (2016). Heritage, Tourism, and Demography in the Island City of Venice: Depopulation and Heritagisation. *Urban Island Studies*, 2, 121-141.
- Citarella, F. (2016). A Film Production Tourism 'Club di Prodotto' to Enhance Territory Competitiveness and Cultural Identity. 'I Sassi di Matera', a Strategic Niche in a Global Market, «Il capitale culturale», Studies on the Value of Cultural Heritage, *Journal of the Section of Cultural Heritage, Department of Education, Cultural Heritage and Tourism, University of Macerata, Supplementi O4 (2016)*, pp. 29-65 ISSN 2039-2362 (online); ISBN 978-88-6056-466-5 DOI: <http://dx.doi.org/10.13138/2039-2362/1410>.
- Hamrin-Dahl, T. (2014). This-Worldly and Other-Worldly: A Holocaust Pilgrimage, *Scripta Instituti Donneriani Aboensis, [S.I.]*, v. 22, p.122-162, Jan 2014, ISSN 2343-4937.
- Hansen, K. A. & Paul, N. (2015). *Information Strategies for Communicators*, University of Minnesota Libraries Publishing Edition, Erişim Tarihi: 25.09.2017, <http://open.lib.umn.edu/infostrategies/>.
- Hawkins, J. (2013) 'What better excuse for a real adventure': History, Memory and Tourism on the Kokoda Trail, *Public History Review, Vol 20 (2013): 1–23*, ISSN: 1833-4849.
- Herman, G.V. & Benchiş, L. B. (2017). Fairs, Forms Of Expression Of The Local Identity Case Study: Beiuş Fair, Bihor County, Romania, *Analele Universităţii din Oradea, Seria Geografie Year XXVII, no. 1/2017 (June)*, pp. 108-113, ISSN 1221-1273, E-ISSN 2065-3409 Article no. 271111-742.
- Herman G.V, Wendt J. (2011), Development and promotion of tourism, an extra chance in maintaining and asserting the identity and specificity of Oas Land, in *GeoJournal of Tourism and Geosites 7(1): 87-94*.
- Higgins-Desbiolles, F. (2009). Indigenous ecotourism's role in transforming ecological consciousness. *Journal of Ecotourism*, 8(2), 144-160. doi: 10.1080/14724040802696031
- Huener, J. (2001). Antifascist Pilgrimage and Rehabilitation at Auschwitz: The Political Tourism of Aktion Sühnezeichen and Sozialistische Jugend. *German Studies Review 24 (3): 513–32*.
- John, A. (2014). *Applying A Business Communication Approach In A Non Profit Organisation* (Multicultural Association of Pori), Satakunta University of Applied Sciences, Erişim Tarihi:25.09.2017, AvailableAt:<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/84375/THESISFORMULTICUTURALASSOCIATIONOFPORI.pdf?sequence=1>.
- Krogseth, O. (2012) Names And Collective Identity, in B. Helleland, C.-E. Ore & S. Wikstrøm (eds.) Names and Identities, *Oslo Studies in Language 4(2), 2012. 161–166*. (ISSN 1890-9639).
- Lloyd, K. , Suchet-Pearson, S. , Wright, S. , Tofa, M. , Rowland, C. , Burarrwanga, L. , Ganambarr, R. , Ganambarr, M. , Ganambarr, B. , Maymuru, D. (2015). Transforming Tourists and "Culturalising Commerce": Indigenous Tourism at Bawaka in Northern Australia, *The International Indigenous Policy Journal, 6(4)* . Retrieved from: <http://ir.lib.uwo.ca/iipj/vol6/iss4/6> DOI: 10.18584/iipj.2015.6.4.6.
- Lynch, M. F., Duinker, P., Sheehan, L., & Chute, J. (2010). Sustainable Mi'kmaw cultural tourism development in Nova Scotia, Canada: Examining cultural tourist and Mi'kmaw perspectives. *Journal of Sustainable Tourism, 18(4), 539-556*. doi: 10.1080/09669580903406605

- Magnani, E. & Pistocchi, F. (2017) The Role of Lighthouses in the Construction of Coastal Identities, *AlmaTourism Journal of Tourism, Culture and Territorial Development* N. 7, ISSN 2036-5195, <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/6360>.
- Mahfud, C. (2014). The Role of Cheng Ho Mosque, The New Silk Road, Indonesia-China Relations in Islamic Cultural Identity, *Journal Of Indonesian Islam*, Vol. 08, No 01, June 2014, DOI: 10.15642/JIIS.2014.8.1.23-38.
- Martínez, I. M. T. (2017). A Territorial Cohesion Through Cultural Tourism: The Case Of The Umayyad Route, *Methaodos.Revista De Ciencias Sociales*, 2017, 5 (1), p: 74-83 ISSN: 2340-8413 | <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v5i1.140>.
- Mănilă, M. Religious Heritage, An Important Element In Creating and Identity of Vrancea County Tourism, *Journal of Tourism*, No: 12 Erişim Tarihi: 25.09.2017, <http://www.revistadetourism.ro/rdt/article/viewFile/57/28>
- Mohamad, N. H. & Hamzah, A. (2015). Social Identity and Community Resilience towards Tourism Development in Mabul Island, Semporna Sabah, Malaysia, *International Journal Of Built Environment And Sustainability, IJBES Special Edition 2(4)/2015— 13th APSA Congress 2015*, 330-338.
- Morais, D. B. , Lee, S. , Hou, J. , Lin, C. , Yarnal, C. M. , Chick, G. (2010). Heritage Tourism in Taiwan's Desinicized Nationalism, *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 8 N°2 p. 277-292. ISSN 1695-7121.
- Mushba, V. K. & Dzhindzholi, O. R. (2012). Socio-Cultural Influence on Region by Tourism, *European Researcher*, 2012, Vol.(22), № 5-3.
- Narottama, N. (2016). Spiritual Tourism: A Case Study Of Foreigners' Participation In The Pitrayajna Ceremony In The Desa Pakraman Of Muncan, Selat, Karangasem, Bali, *E-Journal of Tourism Udayana University* Vol. 3. No.1, p: 42-57.
- Nwanaju, U. T. (2013). Can Culture Unite? An Explorative Gestalt Of Iwa Akwa And Seigbein Festivals, *Journal of Arts and Humanities (JAH)*, Volume -2, No.-4, p. 22-31.
- Paul, B.D. (2012). The Impacts of Tourism on Society, *Annals of Faculty of Economics, University of Oradea, Faculty of Economics*, vol. 1(1), p.500-506. July.
- Peleggi, M. (2002). *The Politics Of Ruins And The Business Of Nostalgia*. Bangkok, Thailand: White Lotus.
- Republic of South Africa, Department of Tourism, (2012). *National Heritage and Cultural Tourism Strategy*, Erişim Tarihi: 25.09.2017, <https://www.tourism.gov.za/AboutNDT/Branches1/domestic/Documents/National%20Heritage%20and%20Cultural%20Tourism%20Strategy.pdf>
- Richard, T. (2017). *Competing Iconographies in Jerusalem's Old City*, Erişim Tarihi: 25.09.2017, <http://meta-journal.net/article/view/6026>.
- Richards G. (2012). Cultural Tourism And Local Development, *Relazione Presentata a Crossroads of Europe, Pavia 7 Giugno 2012*.
- Richter, L. K. (1999). After Political Turmoil: The lessons of Rebuilding Tourism in Three Asian Countries. *Journal of Travel Research*, 38(1), p. 41-45.
- Roberts, L. & Hall, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation Principles to Practice*, New York: CABI.
- Salamurović, A. (2015). Communication And Cultural Memory In Contemporary Tourism Media Products: Culture-Specific And Cross-Cultural Perspectives, *Kyymypa / Culture*, 9 / 2015 p.93-102.
- Same, S. & Solarte-Vasquez, M.C. (2014). Country Branding and Country Image: Insights, Challenges and Prospects. The Case of Estonia, *Baltic Journal of European Studies, Tallinn University of Technology (ISSN 2228-0588)*, Vol. 4, No. 1 (16).
- Sari, S. R. & Darmawan, E. & Wahyuningrum, S. H. (2016). The Role Of Social Cohesion As Strategy For Reducing Tourism Spatial Conflict, *Dimensi – Journal of Architecture and Built Environment*, Vol. 43, No. 2, December 2016, 131-136, DOI: 10.9744/dimensi.43.2.131-136
- Smith, S. P. (2016). The Postcolonial Playground, Colonial Narratives in Contemporary Tourism, University of Cape Town, Erişim Tarihi: 25.09.2017, https://open.uct.ac.za/bitstream/item/26663/thesis_hum_2016_smith_sean_p.pdf?sequence=1

- Shavit, Z. (2014). Constructing a Symbolic Desert: Place and Identity in Contemporary Israel, *Journal of New Frontiers in Spatial Concepts*, ISSN 1868-6648, Vol. 6(2014), 57-69, KIT Scientific Publishing.
- Statzu, V. & Strazzera, E. (2011). "A Panel Data Analysis Of Residential Water Demand In A Mediterranean Tourist Region: The Case Of Sardinia", *Economics of Sustainable Tourism* edited by: Cerina, F., Markandya, A. and McAleer M., New York: Routledge.
- Swedenburg, T. (1997). Saida Sultan/Danna International: Transgender Pop and the Polysemiotics of Sex, Nation, and Ethnicity on the Israeli-Egyptian Border, *The Musical Quarterly*, Vol. 81, No. 1 p. 81-108 Oxford University Press, URL: <http://www.jstor.org/stable/742451>
- Turtureanu, A. G. , Tureac, C. , Pripoiaie, R. , Nuta, A. (2012) *The Importance of a Country Brand in the International Tourism Promotion*, The 7th Edition of the International Conference, European Integration Realities and Perspectives, Erişim Tarihi: 25.09.2017, <http://www.proceedings.univ-danubius.ro/index.php/eirp/article/view/1311/1291>
- Wahba, A. L. (1995). Tashilat Isra'iliya Li-jadb Al-shabab Al-Misri [Israeli Facilitations to Attract Egyptian Youth], *Al-Ahram*, 2.
- Wright, S., Suchet-Pearson, S., Lloyd, K., Burarrwanga, D. & Burarrwanga, L. (2009). 'That means the fish are fat': Sharing Experiences of Animals Through Indigenous Tourism. *Current Issues in Tourism*, 12(5), 505-527. doi: 10.1080/13683500903042907
- Yusof, M.F.M. & Ismail, H.N. (2014). Destination Branding Identity from the Stakeholders' Perspectives, *International Journal Of Built Environment And Sustainability*, 1(1)/2014 – p: 71-75.
- Zotic, V. , Alexandru, D.-E. , Dezsi, Ş. (2014). Debate On Tourism In Postmodernism And Beyond, *The Business of Tourism*, No: 13, June 2014, p. 79 – 93, Presented at the Second Belgrade International Tourism Conference.