



Derleme Makale (Review Article)

KÜLTÜR TURİZMİNDE YAŞANAN GELİŞMELER VE GELECEK VİZYONU (DEVELOPMENTS IN CULTURAL TOURISM AND FUTURE VISION)

Bülent AYDIN¹ (0000-0002-5449-4611)

Erdal ARSLAN^{2*} (0009-0009-4579-5314)

¹Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Batman, Türkiye

²Bağımsız Araştırmacı, Düsseldorf, Almanya

Özet

Turizm küresel ölçekli ekonomik bir sektör olarak kabul edilmektedir. Kültürel unsurlar ise bu sektörün önemli bileşenlerinden birini oluşturmaktadır. Ancak on yıllardır turizm için tamamlayıcı ve/veya destekleyici unsur olan kültür ile turizm arasındaki ilişki bugün gelinen noktada daha girift hale gelmiştir. Buradan hareketle mevcut çalışmada kültür turizmindeki gelişmeler incelenerek gelecek vizyonuna dair çıkarımlar yapılması amaçlanmıştır. Yapılan incelemeler turizmin ilk motivasyonlarından biri olan kültürün, kitle turizmin gelişmesiyle ikinci plana atıldığını göstermektedir. Fakat sürdürülebilirliğin etkisiyle bu durumun tekrar hızlı bir şekilde değiştiği; sanat, mimari, tarih, müzik, gastronomi, dil başta olmak üzere somut ve somut olmayan geniş yelpazedeki çeşitli kültürel öğeler turistlere sunulmaya başlanmıştır. Kültür turizminde var olan çeşitlilik, kültür turistlerinin farklı kategorilere ayrılmasını sağlamış, genel kültür turisti, uzmanlaşmış kültür turisti, rastlantısal ve kazayla kültür turistleri gibi farklı turist kategorilerinin ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır. Kültür turizmine olan talep artışı beraberinde yeni gelişmeler ve yeni destinasyonların doğmasına da yol açmaktadır. Günümüzde UNESCO gibi uluslararası kuruluşlar kültür turizminin gelişimini desteklemeye devam etse de bu turizm türünün gelişiminin ülkeler bazında ve daha mikro düzeylerde kurum ve kuruluşlar tarafından da ele alınması zorunluluğu açıktır.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Uluslararası Gelişmeler, Kültür Turizmi Gelecek Vizyonu

Abstract

Tourism is recognized as a global economic sector. Cultural resources constitute one of the important pillars of this sector. However, the relationship between culture and tourism, which has been a subsidiary and/or supportive pillar of tourism for decades, has become more complex today. In this context, current study aims to examine the development in culture tourism and provide inferences about the future vision. The evaluations indicate that culture, one of the first motivations of tourism, has been relegated to the background with the development of mass tourism. However, once again with the impact of sustainability, a wide range of tangible and intangible cultural assets including art, architecture, history, music, gastronomy, and language have recently turned to be presented to tourists. The diversity in cultural tourism has led to the emergence of different categories of culture tourists, general cultural tourists, specialized cultural tourists, and accidental and accidental cultural tourists. On the other hand, the increase in demand for culture tourism leads to new developments and the emergence of new destinations. Although international organizations such as UNESCO encourage the development of culture tourism, it is clear that the development of this tourism must also be addressed by institutions and organizations on a country basis and at a more micro scale.

Keywords: Culture Tourism, International Developments, Future Projections for Cultural Tourism

Giriş

Turizm, sağladığı önemli ekonomik faydalarla dikkat çeken bir sektördür ve dünyanın dört bir yanında bulunan ulusların kültürel gelişimine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır (Mo, Goh ve Luo, 2023: 83). Kültür ise hemen hemen bütün unsurlarıyla turizm ürünü olarak destinasyonların çekiciliğini arttırmak amacıyla bir araç olarak kullanılmaktadır. Diğer yandan kültür turizmi, kültür ve ekonomik kalkınmayı desteklemenin yanı sıra farklı kültürler arasındaki anlayışı geliştirmenin bir yolu olarak görülmektedir (Liu, 2014: 510). Bu perspektifle bakıldığında turizm ve kültür arasında yakın ilişki bulunmaktadır. Farklı bir bakış açısıyla düşünüldüğünde ise kültürün turizm için bir tamamlayıcı veya destekleyici bir unsur olduğu görülmektedir.

* Sorumlu yazar: erdalararslan09@gmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2024.412

Turistik hareketliliğin başladığı ilk dönemlerde kültür bu hareketliliklerin temelini oluştursa da takip eden on yıllar içinde kitlesel turizmin yaygınlaşmasıyla kültür ikinci plana atılmıştır. Kitle turizminin yıkıcı etkilerinin anlaşılmasıyla birlikte özellikle sürdürülebilirliğin sağlanması amacıyla diğer çok sayıda unsurla birlikte kültür yeniden önemli görülmeye başlanmıştır. Özellikle 1990'lı yılların sonlarıyla birlikte kültürün turizmdeki önemi daha fazla artmış; araştırmacılar, uygulayıcılar, karar vericiler, kurum ve kuruluşlar da buna önem vermeye başlamıştır. Bu bağlamda, turizmde kültürel düzlemde politikaların geliştirilebilmesi için mirasın geliştirilmesi ve korunması, ekonomik kalkınma ve istihdam, fiziksel ve ekonomik yenilenme, turizmin güçlendirilmesi ve/veya çeşitlendirilmesi, nüfusun korunması, kültürel anlayışın geliştirilmesi gibi bir dizi ana unsur üzerinde durulması gerektiği vurgulanmıştır (Organisation for Economic Co-Operation and Development, 2009: 43).

Kültür turizmi geçmişte kitle turizmine alternatif bir turizm türü olarak görülmüş olsa da gelinen noktada bu turizm türünün seyahatin kendisi olarak nitelendirildiği anlaşılmaktadır. Nitekim yapılan değerlendirmeler turistik hareketliliklerin önemli bir oranında kültür turizminin seyahatin kendisi olduğunu gösterir niteliktedir. Ayrıca küresel ölçekte faaliyet gösteren çeşitli kurumların kültür turizmine yoğunlaşmış olması ve gelecekte ise kültür turizminin, turizm hareketlilikleri içindeki payının önemli ölçüde arttıracağı tahmin edilmesi bu turizm türünü ilgi odağı haline getirmektedir. Kültür turizminin geliştirilmesi yoluyla şehirler veya bölgeler ziyaret edilecek, yaşanacak ve yatırım yapılacak yerler olarak çekiciliklerini artırabilir ve rekabet güçlerini geliştirebilirler. Kültür turizmi, geleneksel endüstrilerin gerilediği ve bunun sonucunda ekonomileri, çevreleri ve toplumları zarar gören şehirler için alternatif gelir kaynakları sağlayabilir (Liu, 2014: 498). Mevcut çalışma ile önemi her geçen gün giderek daha fazla anlaşılmaya başlanan kültür turizminde küresel ölçekte yaşanan gelişmelerden yola çıkarak kültür turizminin gelecek vizyonuna ilişkin bir dizi çıkarım yapılması amaçlanmıştır.

Kültür Turizmi ve Turisti

Turizm, dünyanın dört bir yanındaki farklı destinasyonların gelişiminde hayati bir role sahiptir. Bu bağlamda kültür, turizmin başlıca destekçilerinden biri olarak kabul edilmekte ve hem somut (müzeler ve miras merkezleri gibi kültürel çekicilikler, plaj, güneş ve dağ gibi doğal varlıklar) hem de soyut (gastronomi, kültürel etkinlikler ve festivallerin düzenlenmesi ve atmosferi pazarlamak gibi) unsurları teşvik ederek turizmin gelişmesinde kilit bir varlık olarak görülmektedir (Mousavi vd., 2016: 70). En eski özel ilgi turizm türlerinden biri olarak kabul edilen kültür turizmi, bir destinasyonda kültürel öğelere dayanan ve turistler tarafından tüketilebilir ürünlere dönüştürülen bir turizm biçimi olarak tanımlanmıştır (Cros ve McKercher, 2020). Kültür turizmi, kültürel cazibe merkezlerinin, belirli bir destinasyonu ziyaret etmenin veya orada kalmanın ana nedeni olduğu ve ziyaretçiye bir yerin kültürünü ve özünü anlama ve tanıma fırsatı sunmaktadır (Remoaldo vd., 2020: 2). Kültür turizmi, ziyaretçinin temel motivasyonunun, bir turizm destinasyonundaki somut ve soyut kültürel çekicilikleri/ürünleri öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu bir turizm faaliyeti olarak da değerlendirilebilir. Bu çekicilikler, sanat ve mimariyi, tarihi ve kültürel mirası, mutfak mirasını, edebiyatı, müziği, yaratıcı endüstrileri ve yaşam tarzlarıyla birlikte yaşayan kültürleri, değerler sistemini, inançları ve gelenekleri kapsayan toplumun bir dizi ayırt edici maddi, entelektüel, manevi ve duygusal unsurlarıyla ilgilidir (United Nations World Tourism Organization, 2024).

Kültür turizmine yönelik geçmişte çok farklı tanımlamalar yapılmış (Jovicic, 2016; Mousavi vd., 2016) ve bu kavram anlaşılmaya çalışılmıştır. Örneğin Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi – ICOMOS'un, 1976 yılındaki tanımında kültür turizmi, "diğer amaçların yanı sıra tarihi ve sanatsal açıdan ilgi çekici anıtları ve yerleri keşfetmeyi ve bunlar hakkında daha fazla bilgi edinme amacını taşıyan bir turizm türü" olarak ifade edilmektedir. Ancak bu tanım, kültür turizminin anıt ve yerlere odaklandığı ve dar kapsamda değerlendirildiği gerekçesiyle eleştirilmiştir (Jovicic, 2016). Tanıma yönelik tartışmalar devam etse de günümüzde Dünya Turizm Örgütü'nün yukarıda açıklanan tanımı, kavramın en güncel hâlini yansıtmaktadır. Kültür turizmine ilişkin yapılan kavramsallaştırmaların oldukça geniş bir yelpazeyi kapsaması dikkat çekmektedir. Son yıllarda da kültür turizmine ilişkin eğilimlere bakıldığında bu pazarın bir bütün olarak çeşitli bölümlere ayrıldığı buna ek olarak hacim olarak da büyüdüğü görülmektedir. Kapsam olarak oldukça geniş bir içeriğe sahip olduğundan bazı araştırmacılar neredeyse bütün turizm türlerinin kültür turizmi kapsamına girebileceğine işaret etmişlerdir (Smith, 2015; Mousavi vd., 2016; Jovicic, 2016). Kapsamı oldukça geniş olan bu turizm türünün altında film, edebiyat, gastronomi, spor, eğitim vb. daha niş pazarların oluştuğu da görülebilir.

Kültür turizmine konu olan bazı öğeleri Smith (2015) şu şekilde sıralamaktadır:

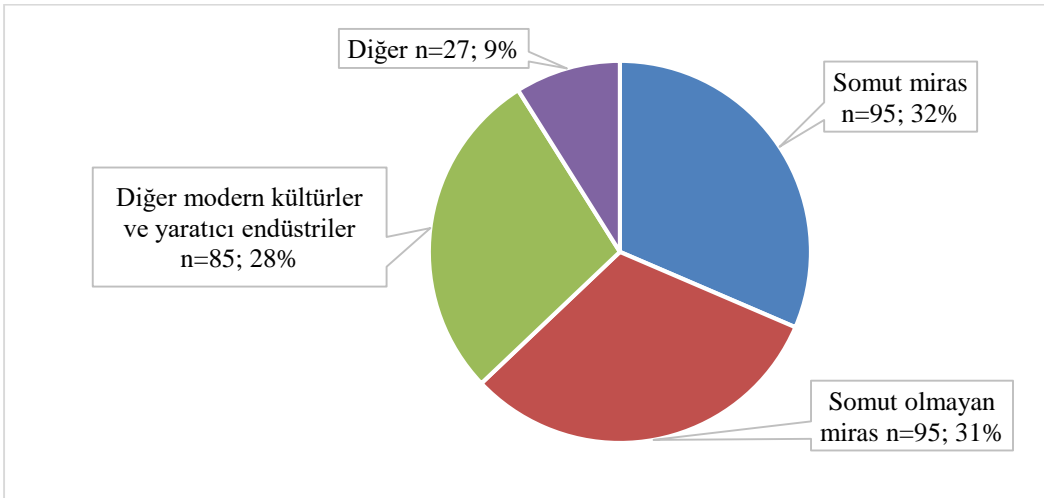
- Sit alanları (arkeolojik alanlar, tüm kasabalar, anıtlar, müzeler)

- Gösteri sanatları mekanları (Tiyatrolar, konser salonları, kültür merkezleri)
- Görsel sanatlar (galeriler, sanat müzeleri, mimari)
- Festivaller ve özel etkinlikler (sanat festivalleri, müzik festivalleri, karnavallar)
- Dini alanlar (Katedraller, tapınaklar, hac yerleri)
- Kırsal alanlar (köyler, çiftlikler, kültürel alanlar, ekolojik müzeler)
- Yerli topluluklar ve gelenekler (kabileler, etnik gruplar, azınlık kültürler)
- Şehirdeki etnik gruplar (Çin mahalleleri vb, gibi)
- Sanat ve el işleri (tekstil, çömlekçilik, resim, heykel)
- Dil (öğrenme ve pratik)
- Gastronomi (şarap tadımı, yiyecekler, yemek kursları)
- Popüler kültür (modern mimari, pop müzik, moda, medya, dizayn)
- Yaratıcı aktiviteler (boyama, fotoğraf, dans)

Yukarıdaki öğelere benzer bir yaklaşımla, kültür turizmine yönelik gerçekleştirdiği çalışmada Mele, Kerkhof ve Cantoni (2021) çeşitli araştırmalardan derleyerek oluşturduğu çekicilikleri somut olmayan miras, somut miras, doğal miras ve yerel yaşam tarzı olarak tasvir etmektedir.

Kültür turizminin büyümesi ve kapsamının genişlemesi, artan kültürel cazibe arzı (sembolik ekonomi), artan kültürel deneyim arzusu (örn. kültürel omnivore) ve gündelik yaşamın giderek kültürelleşmesinin (yeni turistik alanlar) bir kombinasyonu olarak görülebilir (Smith ve Richards, 2013). Kültür turizminin kapsamına dair UNWTO (2018) tarafından uzmanlara yönelik yapılan araştırmanın sonuçları da yukarıda belirtilen öğeleri destekler niteliktedir. Araştırmanın sonucu aşağıda Şekil 1’de sunulmuştur.

Şekil 1. Kültür Turizmi Uzmanlarına Göre Kültür Turizminin Kapsamı

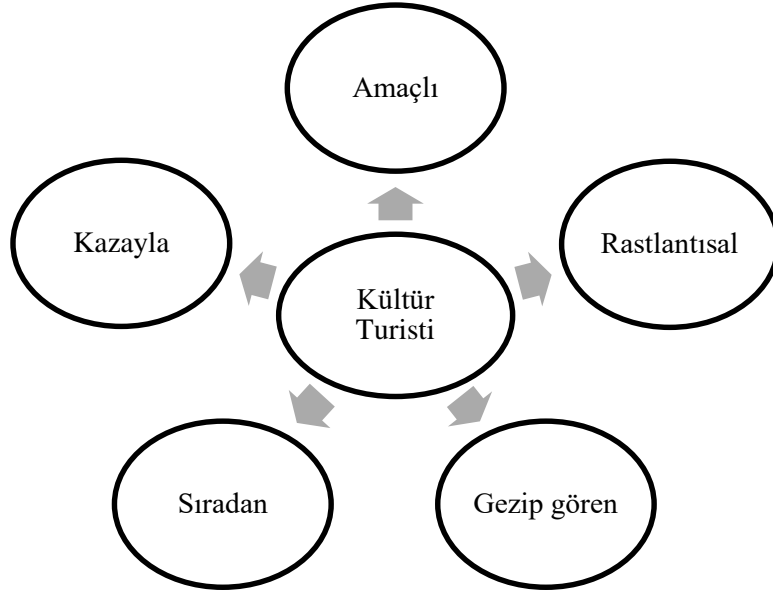


Kaynak: Tourism and Culture Synergies, 2018.

Şekil 1’de de görüldüğü üzere uzmanların %95’i somut ve soyut mirası, %85’i diğer çağdaş kültürleri ve yaratıcı endüstrileri ve %27’si ise diğer kültür çeşitlerinin (eğitim, spor, alışveriş, sağlık vb.) kültür turizmi kapsamında olması gerektiğini belirtmiştir. Dolayısıyla kültür turizminin kapsamının oldukça geniş olduğu anlaşılmaktadır. Bu geniş alan ise kendi içinde niş alanlara bölünerek gelişim göstermektedir.

Kültür turizminin önemli bileşenlerden biri de turisttir. Bu turizm türüne ilgi gösteren ve talep eden kişilere yönelik çeşitli kategoriler oluşmuştur. Stebbins (1996) bu turistleri genel kültür turisti ve uzmanlaşmış kültür turisti şeklinde iki kategoride değerlendirmektedir (Mousavi vd., 2016). Öte yandan farklı kategoriler de söz konusudur. Bu kategoriler aşağıdaki şekilde sunulmuştur (Du Cros ve McKercher, 2020; McKercher, 2020).

Şekil 1. Kültür Turisti Kategorisi



Kaynak: Du Cros ve McKercher, 2020; McKercher, 2020'dan yazarlar tarafından uyarlanmıştır

Buna göre amaçlı ve gezip gören kültür turistleri için bir destinasyonun kültür amaçlı ziyaret edilmesi temel motivasyondur. İki kültür turisti tipolojisi arasındaki fark, birincisinde kültürel deneyim derin bir öneme sahipken ikincisinde yüzeyseldir. Rastlantısal ve kazayla kültür turistleri önceki iki kategorinin tam aksine kültür amaçlı seyahat etmemelerine rağmen bir dizi kültürel turizm deneyimi yaşayan turistlerdir. Buradaki temel fark deneyimlenen kültürel aktiviteler rastlantısal turistte derin; kazara turistlerde ise yüzeysel bir deneyim yaratmaktadır. Nihayet sıradan kültür turistleri ise bunların tam merkezinde yer aldığı öne sürülebilecek şekilde, kültürel unsurlar destinasyonun ziyaretinde zayıf bir motivasyona sahipken deneyim yüzeyseldir (Du Cros ve McKercher, 2020; McKercher, 2020).

Şekil 2. Kültürel Turist Tipolojisi



Kaynak: McKercher, 2020

Farklı bir kategori çalışmasında kültür turizmine katılanlar; oldukça motive olanlar, kısmi motive olanlar, ortalama motive olanlar, rastlantısal motive olanlar ve motive olmayanlar şeklinde ayrılmıştır (Petroman vd., 2013). Farklı tipolojiler altında sınıflanan kültür turistleri, genel olarak pasif tüketim yerine ihtiyaçlarını karşılama konusunda proaktif bir yaklaşım sergileyerek, seyahatleri sırasında deneyimlerin yaratılmasına da aktif olarak katılma isteği gösterirler (Jovicic, 2016).

Kültür turistleri, profil olarak da belirgin bir dizi özelliğe sahiptir. Profil, kültür turistleri bağlamında üzerinde sık durulan bir konudur (Lima, 2021; Richard, 2021; Lina vd., 2021; Artal-Tur, Villena-Navarro ve Alamá-Sabater, 2018). Richard (2021), kültür turistlerinin sahip oldukları yüksek eğitim ve gelir durumunun getirdiği yaşam şekillerinin bu turizm türüne teşvik eden bir yönünün olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde Lina ve

arkadaşları (2021: 648) kültür turistlerini eğitim düzeyi yüksek, miras niteliğindeki anıtlar ve yapılara önem gösteren (Lina vd., 2021: 36), 19-45 yaş aralığında değişen çoğunluğunu kadınların oluşturduğu turistler olduğunu belirtmektedir. Kültür turistleri ile herhangi bir kültürel faaliyette bulunmayan ziyaretçilerin profilinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada Artal-Tur, Villena-Navarro ve Alamá-Sabater (2018), yukarıdaki ifadeleri destekleyen bulguların yanı sıra kültür turistlerinin dijital kaynakları daha fazla kullandığını ve daha fazla harcama yaptıklarını ortaya koymuştur.

Kültür turizmi, sürdürülebilirlik ve kalkınma açısından önemli bir turizm türü olarak değer görmektedir. Kültürü sürdürülebilir kalkınma politikalarının merkezine yerleştiren UNESCO Hangzhou Deklarasyonu, yoksulluğu azaltmak ve kapsayıcı ekonomik kalkınmayı teşvik etmek için kültürün bir araç olarak kullanılmasını, turizmin teşvik edilmesinde kültür unsurlarının kullanılması için öncelikle koruma politikalarının geliştirilmesini ve sürdürülebilirlik felsefesine uygun olmasını önermektedir (UNWTO, 2022). Avrupa için de koruma ve kullanma felsefesine uygun olarak turizmin teşvik edilmesinde ve geliştirilmesinde başvurulan kaynaklardan biri kültür turizmi öğeleri olmuştur (Richards, 1996). Sürdürülebilirlik paradigmasına dayanan ve ev sahibi toplumların kültür turizmi gelişimini şekillendirmeye ve mirası yeniden canlandırmaya katılımı bu anlamda merkezi bir önem taşımaktadır (Jelinčić ve Mansfeld, 2019). Bunun nedeni, sürdürülebilirliğin, tüm turizm faaliyetlerinin yakın zamanda varlığını devam ettirmesi mümkün olan doğal ve kültürel bir miras kaynağına odaklanması ve bu kaynağın varlığını korumak için her türlü çabanın gösterilmesi üzerine inşa edilen bir geliştirme ve yönetme yaklaşımı olmasıdır (Fakhrana ve Zafran, 2020). Miras varlıklarının planlanması, karar alma süreçleri ve fiili işleyişine toplum katılımının, sürdürülebilirlik ve başarı için bir ön koşul olduğu yaygın olarak kabul edilmesine rağmen baskın olan yukarıdan aşağıya (Salazar, 2012: 11) yani büyük ölçüde merkezi bir mirası canlandırma sürecine dayanan ve yerel topluluklarla neredeyse hiç fikir alış-verişinin yapılmadığı yaklaşımdır. Genellikle bu yaklaşımla alınan kararlar ihtiyaç ve çıkarları yansıtmaktadır. UNESCO ve UNWTO gibi uluslararası kuruluşlar, sosyo-kültürel sürdürülebilir gelişim için, yaygın olarak kabul gören aynı zamanda yerel halkın sosyo-kültürel çıkarlarını koruyan standartlaştırılmış önlemleri uygulanmasını sağlamaya çalışmaktadır (Jelinčić ve Mansfeld, 2019). Sürdürülebilirliği benimsemek suretiyle geliştirilen kültür turizmi ile yalnızca yerel toplumun değil aynı zamanda turistlerin, kültürel mirasın ve çevrenin korunması sağlanır (Durovic ve Lovrenčević, 2014). Bu yolla toplumsal, ekonomik ve çevresel ölçekte kültür turizminin gelişimi sağlanmış olur (Worku-Tadesse, 2023; Korez-Vide, 2013). Geleceğin şekillenmesi, kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılması ve Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin, özellikle turizm alanında önemli değer olarak kabul gören kültür varlıklarını doğru bir şekilde kullanması, sürdürülebilir büyüme ve kalkınma için hayati bir konudur. Bu bağlamda, yerel ve ulusal tüm paydaşların katılımcı bir tavır sergileyerek turizm ve kültür alanındaki çalışmalarını birlikte ayrıntılı olarak gözden geçirmeleri gerekmektedir (Saçılık ve Toptaş, 2017: 116).

Tarihsel süreç incelendiğinde turizm olgusunun kültür temelli başladığı görülmektedir. M.Ö. Antik Çağda olimpiyat ve spor organizasyonları amaçlı başlayan turizm hareketi (Çallı, 2015) kültür turizminin bir örneğidir. Tarihte 16. yüzyılda Grand Tur ile başlayan ve kültürel öğeleri içeren turizm hareketlilikleri; 19.yy'da da 'Thomas Cook' ile daha kurumsal bir düzeye ulaşmıştır. Ancak kültür turizmine dayalı başlayan turizm hareketleri, sanayi devriminden sonra ulaşım teknolojisindeki gelişmeler ve ücretli izinlerdeki iyileşmelerden sonra deniz-güneş-kum üçlüsüne yoğunlaşmış ve kitle turizminin doğuşuna zemin hazırlamıştır. Özellikle birçok farklı hizmet türünün bir araya getirilmesiyle oluşan paket turlarla turistler destinasyonlara kitlesel olarak taşınmıştır. Ancak kültür turizmine dayalı başlayan turizm hareketleri kitle turizmine yoğunlaşmış olsa da yeniden kitle turizminden kültür turizmine doğru bir eğilim yaşanmaktadır. Turizm eğilimlerindeki değişimler dikkate alındığında kültür turizmine katılımların güçlenerek artacağı ve kitle turizminin baskısının da azalacağı tahmin edilmektedir (Kasimoglu, 2012). Bu eğilim sonucunda kültür öğelerinin turizme daha fazla kazandırılması için uzun yıllardır çeşitli araştırmalar yapılmaktadır. Richards (1996) tarafından editörlüğü yapılan 'Avrupa'da Kültür Turizmi' araştırması, UNWTO, Avrupa Komisyonu ve UNESCO tarafından yürütülen çalışmalar da bu yönde yürütülen çalışmalar arasında sayılabilir.

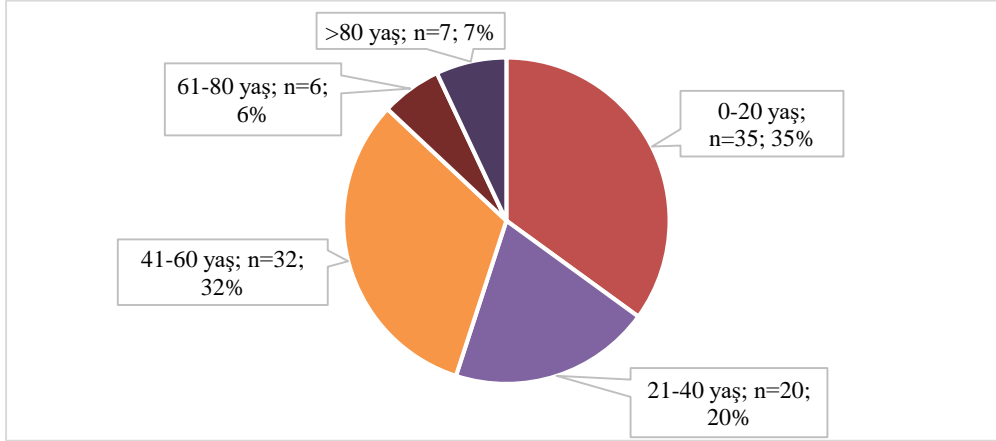
Dünyada Yaşanan Gelişmeler

İnsanlar dünyanın dört bir yanına seyahat ettiklerinden ve turistik deneyimlerinin homojenleşmesini önlemek için giderek daha fazla birbirine bağlı ve bağımlı hale geldiklerinden, yerel standartlar aramaktadırlar; turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için küresel standartların terk edilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda turizmin yumuşak gücü olarak kültür turizmi, homojenleştirici bir güç olarak küresel turizmin sorununu çözebilmekte, aynı zamanda kültürel kutuplaşmaya da çözüm olabilmektedir. Bu açıdan kültür turizmi, toplumların öğrenmesi ve turistlere tanıtılması gereken bir turizm şekli olarak öne çıkmaktadır (Reisinger, 2013: 41-43).

Avrupa’da kültür turizminin durumunu araştıran Richards (1996), 1990’lı yıllarla birlikte kültür turizmi pazarının büyüdüğünü ve bölgede yeni şehirler ve bölgelerin bu turizm türüne arz oluşturması ile rekabetin de arttığını belirtmiştir. Özellikle Doğu ve Orta Avrupa’da yeni kültür destinasyonlarının açılması ile bu yöndeki rekabetin hızlanacağına işaret etmiştir. Öte yandan geçmişte yapılan bu tespitlerden biri de Avrupa’nın kültür turizmi pazarında uzun süredir baskın bir konumda olması ancak bu konumunu gelecekte kaybedeceğine yöneliktir. Bu tespitler Avrupa için kültür turizmi açısından geleceğe yönelik ön görüler olsa da günümüzde geçmişte kalmış bir öngörü olarak değerlendirilmektedir. Bunun nedeni Avrupa ülkelerinde kültür turizmine yönelik farkındalığın oldukça yüksek olmasıdır. Avrupa Birliği Komisyonu kültür turizminin Avrupa için oldukça önemli olduğunu, Avrupa’ya gelen turistlerin %40’nın kültür turisti olduğunu belirtmektedir (Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, 2018). Komisyon ayrıca kültür turizminin gelecek vadeden bir alan olması nedeniyle bu yönde çalışmalar yürütmekte (kültür rotaları vb.) ve yapılan çalışmaları da desteklemektedir (European Commission, 2020). Öte yandan Avrupa ülkeleri kültür turizmi açısından önemli destinasyonlar olmasının yanı sıra kültür turistleri açısından da büyük önem taşımaktadır. Örneğin, 2018 yılında sadece Almanya’dan kültür turizm amaçlı seyahat edenlerin geceleme toplamının 54 milyon olduğu belirtilmektedir (Centre for The Promotion of Imports From Developing Countries, 2021). Dolayısıyla dünyadaki kültür turizmi gelişmeleri ışığında Avrupa’nın mevcut durumu ve gelecek vizyonu dikkate alındığında sözü geçen öngörülerin son derece isabetli olduğu anlaşılmaktadır.

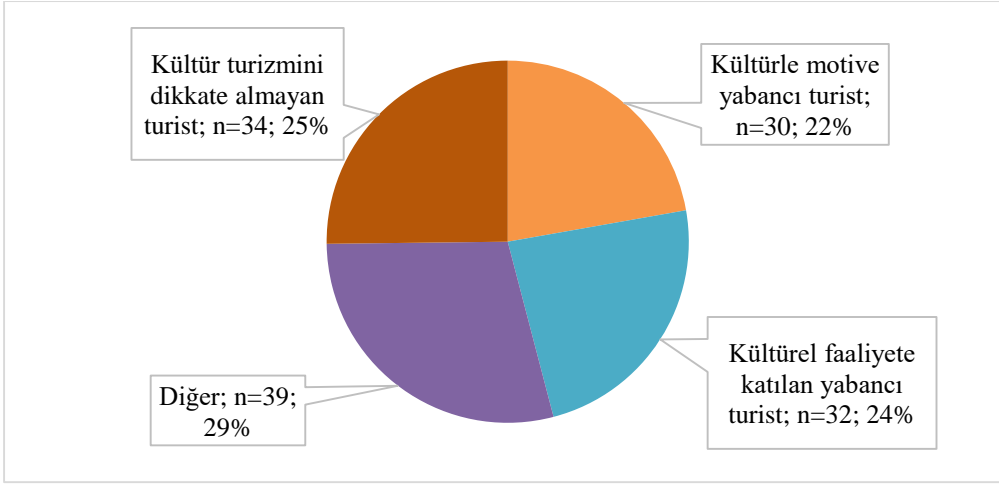
Dünyada turizmdeki gelişmeler dikkate alındığında kültür turizminin büyüyen bir trend ve buna bağlı olarak çeşitli fırsatların olduğu da belirtilmektedir (Jovicic, 2016; Centre for The Promotion of Imports From Developing Countries, 2021). Dünya genelinde seyahat hareketlerine katılan turistlerin ne kadarının kültür turizmi amaçlı seyahat ettiği tam olarak bilinmese de tahminler (UNESCO, 2023) bu oranın toplam turist sayısının %40-50 aralığında olduğuna işaret etmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından üye ülke (156 ülkeden 69’u geri dönüş sağlamıştır) temsilcilerine yönelik yapılan araştırmalar da kültür turizminin dünyadaki durumunu ortaya koymaktadır.

Şekil 3. 2014 Yılı İçin Gelen Turistlerin Oranı İçinde Kültür Turizm Pazarına İlişkin Ülke Tahminleri



Buna göre 2014 yılına dayalı veriler (Şekil 4), ülkelerin %20’ye kadarı için yani yaklaşık 14 ülke için kültür turizminin turizm pazarındaki oranının %35 olduğunu göstermektedir. Ülkelerin %40’ının kültür turizm pazarının %20 olduğu görülmektedir. Bu araştırmaya göre ülkelerin kültür turizm tahminleri dikkate alındığında uluslararası turizm hareketlilikleri içinde kültür turizmi oranı %39 olarak belirlenmiştir.

Şekil 4. Ülkelerin Tahminine Göre Kültür Turizm Pazarının Muhtemel Büyüklüğü 2014



Şekil 5'te görüleceği üzere ülkelerin 2014 yılı tahminine göre kültür turizm pazarının muhtemel büyüklüğü gösterilmiştir. Bu tahminlere göre araştırmaya katılan üye ülkelerin %30'u ülkelerine gelen turistlerin kültür turizmi temelli ziyaret gerçekleştirdiklerini tahmin etmektedir.

Turizmin, küresel ekonomik büyümeyi geride bırakarak ve 2019'da küresel ekonomiye 8,9 trilyon ABD doları gelir sağlayarak, dünyanın Gayri Safi Yurtiçi Hasılasının (GSYH) %10,3'ünü karşıladığı ve böylece uluslararası ticarete önemli bir oyuncu haline geldiği belirtilmektedir (UNESCO, 2023). Turizmin tüm dünyada önemi artarken, kültür turizminin önemi de bu paralelde artmaktadır. Kültür turizmi, küreselleşmenin de etkisi ile büyüyerek talep gördüğü ve giderek daha fazla talep göreceği belirtilse de (Jovicic, 2016) özellikle küreselleşmenin tersi olarak kültür turizmi yereli, yerelleşmeyi onu korumayı, yerel ekonomiyi, kırsal kalkınmayı ve sürdürülebilirliği destekleyen bir turizm çeşidi olma özelliğine de sahiptir. Bu yönüyle ülkeler tarafından da benimsenen ve gerek kültür öğelerinin korunması gerekse refah düzeyinin genele yayılması açısından desteklenen bir faaliyet alanı olmaktadır.

Kültür turizmi uluslararası kuruluşlar tarafından da fonlanan öncelikli alanlardan biri olduğu ve özellikle son yıllarda bu turizm türünün gelişimine dair çeşitli pazarlama faaliyetlerinin de kullanıldığı görülmektedir. Örneğin kültür öğelerinin, bir kültür rotası adı altında toplanıp pazara sunulması bir pazarlama tekniğidir. Son yıllarda gastronomi rotaları gibi hemen her alt alanda bu türden rotaların oluşturulması ile kültür turizminin daha fazla talep görebileceği fark edilmiştir. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO), Dünya Mirası Şehirler Programı ve UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı da dahil olmak üzere kültürel şehir ağlarının genişlemesi de kültür turizmindeki gelişimsel ivmeyi yansıtmaktadır. Ayrıca UNESCO, Avrupa Birliği (AB) ve National Geographic ile ortaklıklar kurarak 34 Dünya Mirası alanını kapsayan seçilmiş dört kültürel rota aracılığıyla turizm deneyimini derinleştiren benzersiz bir seyahat platformu olan Dünya Mirası Yolculuklarını geliştirmek için çalışmalar yapmaktadır (UNESCO, 2023). Öte yandan son yıllarda Avrupa Kültür Başkenti, EXPO gibi kültür temalı büyük organizasyonların oluşumu da kültür turizminin önemini artıran etkili faaliyetler olmuştur.

Kültür turizmi açısından büyük kuruluşların varlığı önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu kuruluşların marka değeri yüksek listelerinde yer almak için destinasyonlar arasında da büyük bir rekabet bulunmaktadır. Bu listelerde yer alarak doğal olarak rakiplerden farklılaşma sağlanmaktadır. Örneğin gastronomi açısından UNESCO'nun yaratıcı şehirleri arasında yer almak destinasyon açısından büyük bir tanıtım ve pazarlama faaliyeti olmakta ve bir imaj yaratma fırsatı haline gelmektedir.

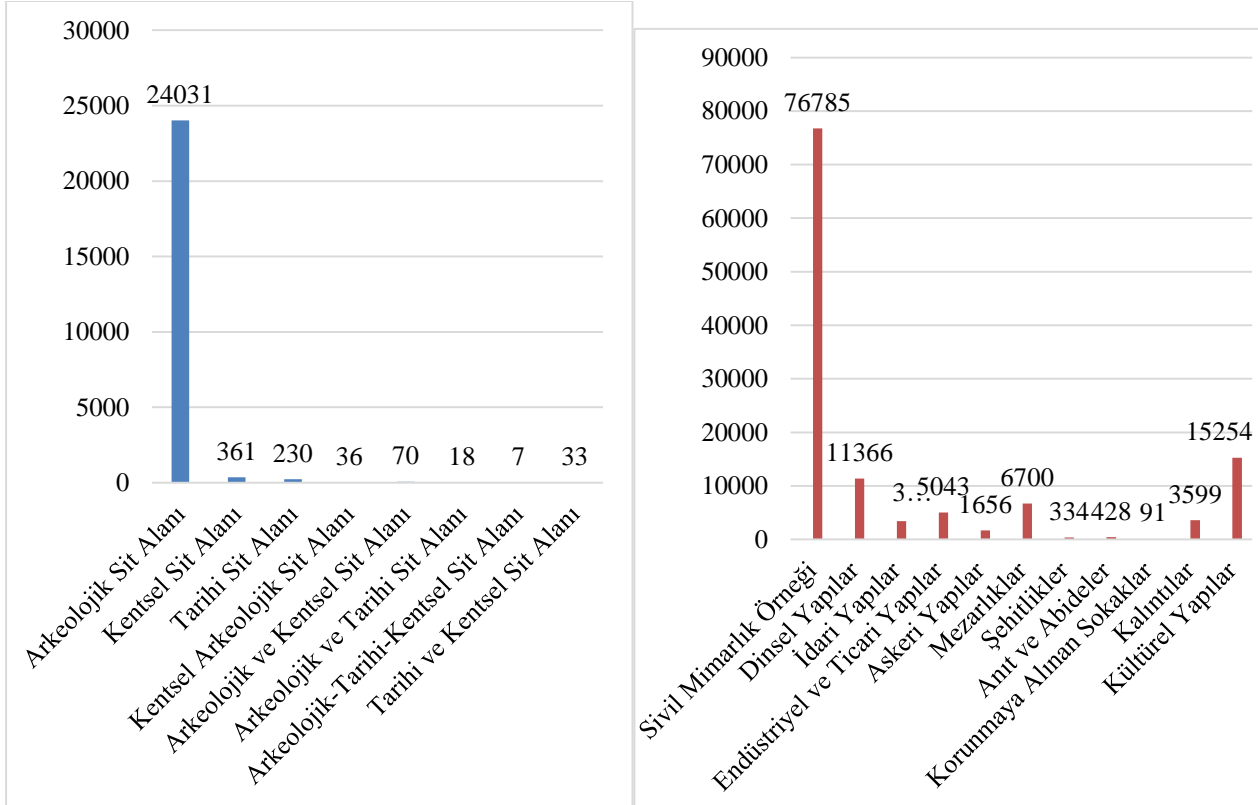
Son dönemlerde kültür ve turizm arasındaki çizgilerin bulanıklaştığı ve kültür turizmi kapsamına giren alanların da her geçen gün genişlediği belirtilmektedir. McKercher'e (2020) göre turistler giderek daha özgün bir deneyim aradıkça, kültür turizminin gelecekte de büyümeye devam edeceği öngörülmektedir. Bu bağlamda Jovicic (2016) kültür turizminde üçüncü evrenin yaşandığını belirterek bu evreyi; eğitici, yaratıcı, manevi, gastronomi turizmi, dil seyahati gibi yeni niş pazarlar oluşturduğuna işaret etmektedir. Bu evredeki kültür turistleri de öncekilerden farklılık göstermektedir. Yeni kültür turizmi, üretim ve tüketimin entegrasyonuna ve tedarikçiler ile tüketiciler arasındaki bağlantıların artırılmasına odaklanmaktadır. Kültür turistleri pasif tüketim yerine ihtiyaçlarının karşılanması konusunda proaktif bir yaklaşım sergilemekte, seyahat ederken deneyim yaratmaya aktif olarak katılmak istemektedir. Öte yandan tedarikçiler de dikkatlerini tüketicilerle yakın bir şekilde etkileşim kurulmasına ve yüksek kaliteli deneyimlerin birlikte yaratılmasına odaklanmaktadır (Jovicic, 2016). COVID gibi büyük bir pandemiden sonra turizme olan ihtiyaç daha da artmıştır. Özellikle

pandemi öncesi rakamların %90'ına 2023 yılında ulaşması beklenmektedir. Gelecekte turistik artışın kültür turizminde daha fazla olacağı tahmin edilmektedir. Özellikle TripAdvisor tarafından açıklanan rapora göre de seyahatçilerin %80'i gelecek tatillerinde yerel ve kültürel çekicilikleri ziyaret etme isteği taşımaktadırlar (UNWTO, 2022). Nitekim turizmde canlanmayı sağlamak için kültürel turizm kaynaklarının geliştirilmesine ve kültürel turizm endüstrisinin geliştirilmesine dayanan bir yaklaşım, çeşitli felaketlerden zarar gören bölgelerde bu felaketler sonrası yeniden yapılanmanın ve canlanmanın gerçekleştirilmesinde önemli bir yöntemdir (Bi ve Wang, 2021: 1).

Türkiye’de Yaşanan Gelişmeler

Türkiye küresel konumu ile birlikte bir dizi özelliğe de sahiptir. Bu özelliklerin en belirginleri arasında zengin tarih, coğrafya ve kültürel doku sıralanabilir. Coğrafyanın doğal zenginlikleri arasında bulunan dört mevsimi belirgin bir şekilde yaşaması, göz alıcı manzaraları ve zengin tarihi-kültürel mirası, Türkiye'nin turistik pazarlama faaliyetlerinin odak noktası haline gelmesine katkı sağlamaktadır. Kültürel etkileşim ve geçiş noktası olmasının yanı sıra Asya, Avrupa ve Afrika arasında önemli bir bağlantı olarak işlev görmesi, Türkiye'yi turistik faaliyetlerde dikkat çekici bir konuma getirmiştir (Keskin, Furat ve Güler, 2020: 46). Bununla birlikte Anadolu Türkiye'si sahip olduğu tarihi ve kültürel değerlerin önemli bir kısmına, Hititlerden Asurlulara, Friglerden Bizanslılara ve Selçuklulardan Osmanlılara kadar çeşitliliğe ev sahipliği yapmış olmasına borçludur. Türkiye’de, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda 1985 ile 2024 yılları arasında toplamda 21 adet varlığın UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınması sağlanmıştır. Bu varlıklardan 19'u kültürel; 2'si ise hem kültürel hem de doğal miras listesine alınmıştır. Diğer yandan, 1994 yılında iletmeye başlanan UNESCO Dünya Miras Geçici listesinde 2000 ile 2023 yılları arasında 4'ü hem doğal hem de kültürel; 3'ü doğal ve 72'si kültürel olmak üzere 79 adet varlık yer almaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024a). Bu listelerde bulunmamasına rağmen kültür turizmi açısından oldukça değerli unsur olarak nitelendirilebilecek çok sayıda değer bulunmaktadır (Şekil 1).

Şekil 5. Türkiye Genelindeki Sit Alanları ve Tescilli Taşınma Kültür Varlıkları



Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024b

Şekilde gösterildiği üzere Türkiye genelindeki 124.671 tescilli taşınmaz kültür varlıklarının ağırlıklı büyük çoğunluğunu sivil mimarlık örnekleri, diğer kültürel yapılar, dinsel yapılar ve mezarlıklar oluştururken; 24.786 tescil edilmiş sit alanlarının ise ağırlıklı çoğunluğunu arkeolojik sit alanları, kentsel sit alanları ve tarihi sit alanlarının oluşturduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında on binlerce tescilli kültürel varlığa sahip olan Türkiye'nin bir açık hava müzesi görünümünde olduğu ileri sürülebilir. Yukarıda ifade edilenlerden de

anlaşılacağı üzere ülke çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Böylelikle her bir karış toprağı bu zengin geçmişin izlerini taşımakta ve her köşesinde farklı uygarlık kalıntılarına rastlanabilmektedir. Ancak Türkiye, kültür turizmi açısından büyük bir potansiyele sahip olmasına rağmen bu potansiyelin tam olarak anlaşılması ve doğru stratejilerin uygulanmaması nedeniyle kültür turizminde geri planda kalmış ve bu turizm türünün ülke ekonomisine katkısı sınırlı kalmıştır (Bandenoğlu, 2015: 156). Kültür turizmine yönelik söz konusu eksiklik geçmiş dönemlerde de görülmektedir. Baykan'a (2007: 4) göre Türkiye, kültür turizmi potansiyeli oldukça yüksek olmasına rağmen ülke kültür turizmi açısından henüz istenilen seviyede değildir. Öte yandan sağlayacağı ekonomik ve sosyo-kültürel faydalar göz önünde bulundurulduğunda, öncelikli olarak geliştirilmesi gereken bir turizm çeşidi olduğuna dikkat çekilmiştir (Baykan, 2007). Günümüz verilerine bakıldığında ise Türkiye İstatistik Kurumu tarafından (TÜİK) yayınlanan bir raporda 2023 yılının son çeyreğinin geçen yılın aynı çeyreği ile kıyaslandığında spor, eğitim, kültür harcamasının %49,4; yıllık olarak ise %70,7 oranında arttığı belirtilmiştir (TÜİK, 2024a). Aynı kurumun 2023 yılı üçüncü çeyreğinde yayınladığı bir diğer raporda ise turistlerin %76,2'sinin ziyaret amacının kültürü de içeren gezi, eğlence ve sportif faaliyetler olduğu ve bu oranın önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla %33,3 arttığı belirtilmiştir (TÜİK, 2024b).

Sonuç

Kültür turizmi, antik çağlara dayanan bir turizm türü olarak görülmektedir. Tarihte insanların ilk seyahatleri tatil amaçlı olmaktan ziyade eğitim, dini, sportif ve çeşitli diğer kültürel motivasyonları içermektedir. Ancak 19. yüzyılda özellikle ulaşım teknolojilerinin gelişmesi ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi ile kültürel motivasyonlar kitle turizminin gölgesinde kalmıştır. Günümüzde ise kültür turizmi, kitle turizminin olumsuz etkilerinin ön plana çıkması, sürdürülebilirlik felsefesinin baskın olmaya başlaması ve tüketici taleplerinin değişmesi nedeniyle geliştirilmeye çalışılan bir turizm türü haline gelmiştir.

İlgili alanyazın incelendiğinde kültür turizminin oldukça geniş bir alanı kapsadığı anlaşılmaktadır. Hatta neredeyse bütün turizm türlerinin kültür turizmi kapsamında değerlendirilebileceği de öne sürülebilir. Kültür turizmi bir şemsiye kavram olarak düşünüldüğünde altında gastronomi, spor, edebiyat gibi popüler ve çok sayıda niş türler bulundurmaktadır. Dünya genelinde bu türlere yönelik talep artmakta ve ülkeler de bu türden faaliyetleri geliştirmektedir. Ayrıca uluslararası kuruluşlar da yeni pazarlama teknikleri ile kültür turizmine olan talebi etkilemekte ve artırmaktadır. Bu noktada miras ve çevresel etki değerlendirmeleri, kültürel miras varlıklarının yasal sınırlarının ötesine geçerek, ortamları, doğal ve kültürel peyzajları, ev sahibi topluluklar, biyolojik çeşitlilik özellikleri ve daha geniş görsel bağlam dahil olmak üzere miras alanlarının bütünlüğünü, özgünlüğünü, estetik, sosyal ve kültürel boyutlarını etkileyebilecek altyapı projelerini ve yönetim planlarını içerecek şekilde turizmin planlanmasının yapılması ve geliştirilmesi konusunda bilgi verecek şekilde oluşturulması gerekmektedir (Martínez Yáñez, 2022: 2367). Eğitim seviyesinin yükselmesi, teknolojik gelişmeler, tüketici bilincinin artması ile birlikte kitle turizmine bir alternatif olarak geliştirilen kültür turizminin gelecekte alternatif olmak yerine seyahatin asıl amacını oluşturan bir olgu olması beklenmektedir.

Dünyada kültür turizmindeki talep ile birlikte arz unsurları da sektöre dahil edilmektedir. Türkiye'de de benzer bir trend olduğu görülmektedir. Özellikle turizmin on iki aya yayılım çabası, bölgeler arasındaki ekonomik dengesizliklerin giderilme isteği Türkiye'de de kültür turizmini önemli hale getirmiştir. Son yıllardaki istatistiki veriler de Türkiye gibi kültürel miras açısından zengin ülkelerin gelecekte de kültür turizm rotası açısından önemli bir destinasyon olacağını göstermektedir.

Kaynakça

- Fakhrana, A. ve Zafran, R. (2020) Sustainable cultural tourism development: A strategic for revenue generation in local communities. *Journal of Economic and Tropical Life Science* 4(2), 47–56.
- Artal-Tur, A., Villena-Navarro, M. ve Alamá-Sabater, L. (2018). The relationship between cultural tourist behaviour and destination sustainability. *Anatolia*, 29(2), 237–251.
- Bandenoğlu, Z. (2015). Türkiye'de kültür turizmi potansiyeli üzerine bir değerlendirme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(02), 155-168.
- Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-49.
- Bi, W. ve Wang, G. (2021). Local cultural IP development and cultural creative design based on big data and internet of things. *Mobile Information Systems*, 2021(1), 1-9.

- Brooks, G. (2002). *The ICOMOS international cultural tourism charter: linking cultural heritage conservation to the celebration of cultural diversity*. Erişim tarihi: 01.05.2024, <https://openarchive.icomos.org/id/eprint/607/>.
- Centre for The Promotion of Imports From Developing Countries (2021). *The European market potential for cultural tourism*. Erişim tarihi: 18.05.2024, <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/cultural-tourism/market-potential>.
- Çallı, D. S. (2015). Uluslararası seyahatlerin tarihi gelişimi ve son seyahat trendleri doğrultusunda Türkiye'nin konumu. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 4(1), 4-28.
- Du Cros, H. ve McKercher, B. (2020). *Cultural tourism*. London: Routledge.
- Durovic, M. ve Lovrentjev, S. (2014). Measuring sustainability in development of cultural tourism in Dubrovnik. *The Macrotheme Review*, 4(2), 160-166.
- European Commission (2020). *Cultural tourism*. Erişim tarihi: 18.05.2024, https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/cultural_en.
- Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, (2018). Erişim tarihi: 15.03.2024, https://single-market-economy.ec.europa.eu/index_en
- Jelinčić, D. A. ve Mansfeld, Y. (2019). Applying cultural tourism in the revitalisation and enhancement of cultural heritage: an integrative approach. M. O. Šćitaroci, B. B. O. Šćitaroci ve A. Mrđa (Yay. Haz.) *Cultural urban heritage* içinde (s. 35–43). Switzerland: Springer.
- Jovicic, D. (2016). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(6), 605-612.
- Kasimoglu, M. (Ed.). (2012). *Strategies for tourism industry: micro and macro perspectives*. InTech: London.
- Keskin, İ., Furat, F. ve Güler, C. (2020). Kültürel miras turizminin neden arşivlere ihtiyacı var?. *Bilgi ve Belge Araştırmaları*, (14), 43-84.
- Korez-Vide, R. (2013). Promoting sustainability of tourism by creative tourism development: how far is Slovenia?. *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 6(1), 77-102.
- Lima, S., Devile, E., Teixeira, A. R. ve Dias, I. (2021). Profiling the cultural visitors of heritage cities: a case study from oimbra. International Conference on Tourism Research, Polytechnic Institute of Porto, Portugal.
- Liu, Y. D. (2014). Cultural events and cultural tourism development: lessons from the european capitals of culture. *European Planning Studies*, 22(3), 498-514
- Martínez Yáñez, C. (2022). Reinforcing cultural heritage protection and community resilience through responsible and sustainable tourism management. new approaches to global policies, challenges and issues concerning cultural heritage preservation and enjoyment within tourism. F. Calabrò, L. Della Spina ve M. J. Piñeira Mantiñán (Yay. Haz.), *New metropolitan perspectives. Post covid dynamics: green and digital transition, between metropolitan and return to villages perspectives* içinde (s. 2361-2370). Cham: Springer
- McKercher, B. (2020). Cultural tourism market: a perspective paper. *Tourism Review*, 75(1), 126-129.
- Mele, E., Kerkhof, P., ve Cantoni, L. (2021). Analyzing cultural tourism promotion on Instagram: a cross-cultural perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(3), 326-340.
- Mo, L., Goh, Y. N., ve Luo, Y. (2023). The influence of tourist involvement and loyalty at rural festival: the moderating role of culture and heritage. *International Journal of Operations and Quantitative Management*, 29(1), 83-107.
- Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N. ve Moradiahari, F. (2016). Defining cultural tourism. International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development, 1(2), 70-75.
- Noel B. S. (2012). Community-based cultural tourism: issues, threats and opportunities, *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 9-22.

- Organisation for Economic Co-Operation and Development. (2009) *The impact of culture on tourism*. Erişim tarihi: 25.03.2024, <https://www.oecd.org/industry/the-impact-of-culture-on-tourism-9789264040731-en.htm>.
- Petroman, I., Cornelia, P., Diana, M., Ramona, C., Loredana, V. ve Ioana, P. (2013). Types of cultural tourism. *Animal Science and Biotechnologies*, 46(1), 385-388.
- Pulido-Fernández, J. I. ve Sánchez-Rivero, M. (2013). Can the value chain of a cultural tourism destination be measured? G. Richards ve M. K. Smith (Yay. Haz.), *The Routledge Handbook of Cultural Tourism* içinde (s. 127–135). Oxon: Routledge.
- Reisinger, Y. (2013). Reflections on globalisation and cultural tourism. M. Smith ve G. Richards (Yay. Haz.), *Routledge Handbook of Cultural Tourism* içinde (s. 40–46). Abingdon: Routledge.
- Remoaldo, P., Serra, J., Marujo, N., Alves, J., Gonçalves, A., Cabeça, S. ve Duxbury, N. (2020). Profiling the participants in creative tourism activities: case studies from small and medium sized cities and rural areas from continental Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 36(2020), 1-12.
- Richards, G. (1996). The scope and significance of cultural tourism. G. Richards (Ed.), *Cultural Tourism in Europe* içinde (s. 19–46). Wallingford: CABI.
- Richards, G. (2021). *Rethinking cultural tourism*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Saçılık, M. Y. ve Toptaş, A. (2017). Kültür turizmi ve etkileri konusunda turizm öğrencilerinin algılarının belirlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 107-119.
- Smith, M. K. ve Richards, G. (2013). Introduction. G. Richards ve M. K. Smith (Yay. Haz.), *The Routledge Handbook of Cultural Tourism* içinde (s. 1-6). Oxon: Routledge.
- Smith, M. K. (2015). *Issues in cultural tourism studies*. Oxon: Routledge.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2024a). *Dünya Miras Listesi*. Erişim tarihi: 25.03.2024, <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44423/dunya-miras-listesi.html>.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2024b). *İstatistikler*. Erişim tarihi: 23.03.2024, <https://kvmgm.ktb.gov.tr/>.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2024a). *Turizm istatistikleri*. Erişim Tarihi: 24.03.2024, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.-Ceyrek:-Ekim---Aralik,-2023-53661>.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2024b). *Turizm istatistikleri*. Erişim tarihi: 24.03.2024, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-III.-Ceyrek:-Temmuz---Eylul,-2023-49604>.
- United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (2023). *Cutting edge bringing cultural tourism back in the game*. Erişim tarihi: 18.05.2024, <https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-bringing-cultural-tourism-back-game>.
- United Nations World Tourism Organization (2024). *Tourism and culture*. Erişim tarihi: 18.05.2024, <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>.
- United Nations World Tourism Organization (2024). *Tourism and culture synergies*. Erişim tarihi: 18.05.2024, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>.
- UNWTO (2018). *Tourism and Culture Synergies*. Erişim tarihi: 15.04.2024, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>.
- UNWTO (2022). Outcomes from the UNWTO Affiliate Members World Expert Meeting on Cultural Tourism, Erişim Tarihi: 18.05.2024, <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284424740>.
- Worku-Tadesse, G. (2023). Heritage resources as a driver of cultural tourism development in Ethiopia: a review. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1), 1-15.