



## **KÜLTÜR TURİZMİNDE “YÖRESEL” VE “OTANTİK” OLANI SORGULAMAK VE TÜKETİLMİŞ MEKÂNLARI YENİDEN ÜRETMEK ÜZERİNE<sup>1</sup>**

*Evrin ÖLÇER ÖZÜNEL\**

### **ÖZET**

Kültür turizmi günümüzde öne çıkan kavramlar arasındadır. Turizmin bacasız bir sanayi kolu olduğu fikri yaygınlaştığından beri bu alana yönelen dikkat yoğunlaşmıştır. Ne var ki eski zamanların gittiği yerle geldiği yer arasında köprüler kuran seyyahlarının yerini bugün gittiği yeri bir tüketim nesnesine dönüştüren turistler almıştır. Günümüzde modern seyahat anlayışı eskisine göre oldukça farklılaşmıştır. Makalede öncelikli olarak çağdaş turizm anlayışının çıkmazları, çözüm odaklı bir yaklaşımla yeniden ele alınacaktır. Güneş-deniz kum üçgenine sıkıştırılmış Türk turizmini içinde bulunduğu buhrandan çıkartmak için özellikle halkbiliminin son dönem tartışmalarının odak olarak görülmesi önemlidir. Bu nedenle çözüm odaklı yaklaşımların merkezine öncelikle “somut olmayan kültürel miras” kavramı yerleştirilecektir. Ek olarak çağdaş turizm algısının mekânsal ve içsel tüketim alanlarının yeniden inşası sorunu, merkeze alınan bu kavramla ilişkilendirilerek çözüm önerileri getirilmiştir. Bunu yaparken de John Urry, George Ritzer’in kuramsal çözümlerinden faydalanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür turizmi, somut olmayan kültürle miras, mekân ve anlatı

## **QUESTIONING THE LOCALITY AND AUTHENTICITY IN CULTURAL TOURISM AND ARGUING THE SPACE CONSUMING**

### **ABSTRACT**

There appears a big difference between the voyagers of ancient times and the travellers of today. The concept of modern travelling is far more steps beyond from the voyagers that builds cultural bridges between civilizations. Today, the global concept of “modern” tourism sector’s mentality focuses rather different from the ancient voyagers culture. Most of the developing countries perceives tourism as an industrial brunch. In fact, some of them canalize their investments to touristic areas and regard it as a life saver. So this clearly shows us that modern tourism concept existence depends on the trilogy of packing, marketing and consuming. This trilogy of modernization brought new

<sup>1</sup> Bu makale 25-26-27 Haziran 2009 tarihinde İstanbul’da gerçekleştirilen **Uluslar Arası Kültürel ve Sanatsal Organizasyonlarda Geleneksel Kültürlerin Korunması ve Tanıtılması Açısından Sorunlar ve Çözüm Yolları Sempozyumu**’nda sunulan “Turistik ‘Yöre’lerde Sunulan Hizmetin Somut Olmayan Kültürel Miras Bağlamında Zenginleştirilmesi ve Mekânları Tüketmek Üzerine” başlıklı, özeti ve tam metni basılmamış bildiri metninin gözden geçirilmiş ve büyük bir kısmı değiştirilerek yeni bakış açılarıyla geliştirilmiş biçiminden oluşturulmuştur.

\* Yrd. Doç. Dr., Gazi Ü. Ed. Fak. Türk Halkbilimi Bölümü. El-mek: evrimolcer@gmail.com

notions to both our daily lifes and our perception of identity. Furthermore, these notions became dominant at our national indentity construction process. Also, modernisation succeeded in constructing its own habitus. One and very important habitus of modern world shows up in touristic zones.

Thus in this aticle, the new notions of modern tourism concept like authentication, locality and the consuming spaces of modern tourists will be discussed. Along with this, the importance of enchanting the touristic spaces without degenerating the cultural and touristic spaces will be argued. While doing this, the theories of John Urry, George Ritzer will be used. Besides, in this paper all these issues stated abowe will be related and argued with UNESCO's Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage (2003).

**Key Words:** Cultural tourism, intangible cultural heritage, space narratives

Günümüz seyahat kültürü geçmiş yüzyılların seyyahlık anlayışından oldukça farklı bir noktadadır. Eskinin medeniyetler arası bağ kurmayı hedefleyen, gittiği yer ve geldiği yer arasında kültürel köprüler kuran seyyahlık anlayışı, yerini farklı biçimlere bırakmıştır. Eskinin “kadim seyyah”larının yerini bugünün “çağdaş turist”leri hatta “sanal seyyah”ları almıştır. Bu kadim seyyahlar sanayi devrimi ve modernleşme ile birlikte ilk önce birer çağdaş turiste dönüşmüş ardından teknolojik gelişmelerin güdümünde “sanal seyyah”lara evrilmişlerdir. John Urry’e göre bu durum, seyahat olgusunun demokratikleşmesiyle yakından ilişkilidir. 19. yüzyıla dek seyahat edebilmek sadece dar bir seçkinler grubu için olanaklıydı ve bir statü işareti sayılmaktaydı. Daha sonra yüzyılın ortalarında gelişen demiryolu ağ sisteminin ilk kez kitlesel seyahate olanak tanınması seyahat olgusunu demokratikleştirmeye başladı (Urry 1999: 178). Urry’nin vurguladığı bu demokratikleşme süreci, seyahat olgusunun odağının da değişmesine neden olmuştur. Öyle ki, eskiden vurgu “giden kişi” ekseninde şekillenirken söz konusu demokratikleşmenin ardından, “gidilen yer”e doğru kaydırılmıştır. Bu gelişmeyle birlikte seyahat eden kişi nitel önemini kısmen de olsa yitirmiş ama aynı zamanda nicel bir “değer” olarak görülmeye başlanmıştır. Kişiyi yönelen bu “değer” gidilen yerin bir tüketim nesnesi olarak görülmesini kolaylaştırmıştır. Aynı zamanda, bireyden mekâna kayan odak, beraberinde “turizm” olarak adlandırılan sektörün de canlanmasını sağlamıştır.

Ardından yaşanan “sanal seyyah”lık döneminde, artık seyahat etmenin başat unsuru olan coğrafya ve mekân olgusu bile, zayıflamış, gereksizleşmiştir. Ne var ki ilginç biçimde sanal seyyahların evreni, kuramsal dünyalarını, gene seyahat etmeyi, yolu ve yolculuğu imleyen kavramlardan ödünçlemiştir. “Internet Explorer”, “web surfing”, “navigation” gibi kavramlar hep bu yeni seyahat algısının ürünleri olarak değerlendirilebilir. Keşif yapmak veya seyrüsefere çıkmak için artık ne bir sultanın maddi desteğine ne de şirket patronunun iznine ihtiyaç kalmıştır. Artık keşfetmek için yalnızca ileri teknolojiye sahip olmak yeterlidir. Bu noktada seyahat algısını ve seyahat eden bireyin dönüşümünü ve aynı zamanda mekânları dönüştürme biçimlerini kadim zamanlardan günümüze gelen süreçte, üç ana başlıkta toplamak mümkün görünmektedir. Bu bağlamda kadim seyyahların mekânları ürettiği, çağdaş turistin mekânları “gördüğü” ama içselleştiremediği, sanal seyyahların da çağdaş turistlerle eşgüdümlü bir biçimde mekânları tükettiği iddia edilebilir. Şimdi bu noktada, söz konusu mekânların tüketim çemberinin dışında yeniden nasıl üretilebileceklerini değerlendirmek gerekmektedir.

### Turkish Studies

*International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic  
Volume 6/4 Fall 2011*

Eski ve yeni seyahat anlayışı arasında gözlenebilecek farklar yalnızca mekânsal boyutta gerçekleşmez. Bu farklılıkların izlenebileceği bir başka alan da yola çıkan kişinin manevi kazanım ve dönüşümleri ile ilişkilidir. Kadim zamanların seyyahları için çıkılan yol bir anlamda da kendi içsel dünyalarına yapılan bir keşif yolculuğunun sembolik ifadesidir. Çağdaş turist için ise çıkılan yol yani turizm, John Urry’ye göre “karşıtını yani düzenli ve örgütlü çalışmayı gerektiren bir boş zaman etkinliği”nin (1999:181) ötesine geçmemektedir. Bu bağlamda eskinin bir yere giden kişisi ile oradan dönen kişisi arasındaki büyük içsel dönüşümün de artık iflah olmaz biçimde değiştiğini görmek mümkündür. Çağdaş turistle aynı zaman dilimini dönüşümlü olarak paylaşan sanal seyyahlar içinse içsel yolculuk teması yerini tamamen amaçsız bir “web surfing” eylemine bırakmış görünmektedir. Nebi Özdemir ise “Turizm ve Edebiyat” başlıklı makalesinde okumak-yazma ve gezme arasında bir ilişki olduğunu vurgular ve okuma-seyahat etmenin, sanılanın aksine, birbirlerine çok yakın ve bağlantılı faaliyetler olduklarını söyler. Bu nedenle edebiyat ve turizm alanlarındaki işbirliğini ve dönüşümü farklı açılardan açıklamaya yönelten “okur olarak turist ya da “turist olarak okur” tanımlamalarının dikkate alınmasını (Özdemir: 2009, 33) söyler. Bu da eskinin gittiği yerleri okuyan yazan turistinin şimdiki durumunu tekrar değerlendirmek gerektiğine vurgu yapar. Elbette tüm bu serzenişli ifadeler bir çözümsüzlüğü onaylamak ve sürdürmek için değildir. Aksine çözümsüz bir düğüm gibi duran ve artık geri getirilemez gibi görünen geçmişin üretken seyahat anlayışıyla olan bağımızı yeniden inşa edebilmenin işaretlerini barındırmaktadır. Bu nedenle makalede öncelikli olarak çağdaş turizm anlayışının çıkmazları, çözüm odaklı bir yaklaşımla yeniden ele alınacaktır. Çözüm odaklı yaklaşımların merkezine ise öncelikle “somut olmayan kültürel miras” kavramı yerleştirilecektir. Ek olarak çağdaş turizm algısının mekânsal ve içsel tüketim alanlarının yeniden inşası sorunu, merkeze alınan bu kavramla ilişkilendirilerek çözüm önerileri getirilmeye çalışılacaktır.

Bu noktada öncelikle entelektüel çevrelerin miras kavramına bakış açılarının zaman içinde nasıl değiştiğini irdelemek uygun olacaktır. Kültürel miras kavramının “somut” olandan “somut olmayan” doğru geçirdiği evreler önemlidir. Yakın zamana kadar kültür turizmini tetikleyen unsurlar düşünülüğünde ilk olarak mimari, doğa güzellikleri ya da doğa olayları gibi gözle görülebilen elle dokunulabilen somut nesnelere aklı gelmiştir. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) 1972’de bir sözleşme ile “Dünya Kültürel ve Doğal Mirasını” korumayı hedeflemiştir. Bunu yaparken de “insanlığın bugüne kadar yaratmış olduğu uygarlıkların birer göstergesi olan tarihsel yapıların, sit alanlarının ve doğal zenginliklerin korunmasını” (MÖÖ: sayı 73, s:6) esas almıştır. 1972 yılında imzalanan uluslararası bu sözleşme turizmin dünya ölçeğinde işlerlik kazanmasında oldukça etkin olmuştur. Bu sözleşme çerçevesinde UNESCO tarafından dünya kültür mirası listesi oluşturulmuştur. Oluşturulan bu listede yer almak adeta bir itibar meselesine dönüşmüş ve turizmden elde edilen geliri arttırmakla eşdeğer görülmüştür. Bunun nedenlerinden biri de bu listedeki yerlerin hem UNESCO hem de dünyanın önemli güçleri tarafından birer turizm odağı olarak işaret edilmelerinden kaynaklanmıştır. Ne var ki bu listede somut olmayan herhangi bir şeyin miras olarak kabul edilmemesi ileriki dönemlerde bir eksikliğe neden olmuştur. Burada belirtilmesi gereken tüm bu gelişmelerin turizm sektörünü canlandırarak seyahat etmenin ekonomik yönünün keşfine neden olduğudur.

Ardından turizm bugün de olduğu gibi, gelişmekte olan pek çok ülkede yeni bir sanayi kolu, hatta “bacasız sanayi” olarak algılanmaya başlamıştır. Bazı ülkeler, yatırımlarının büyük kısmını bu alana kaydırarak turizmi bir can simidi gibi görme eğilimi göstermişlerdir. Ne var ki turizm alanına kaydırılan yatırım anlayışı geleneksel olanı mekânsal ve niteliksel bağlamda imha yoluna gitmiş ve yerine küresel olanı “icat” etmeyi tercih etmiştir. Bu, çift taraflı imha ve icat sürecinde UNESCO tarafından hazırlanan “Dünya Kültür Mirası Listesi” adeta sembolik bir hale dönüştürülmüştür. Kültür mirasının yer aldığı mekânlar sit alanı ilan edilerek imha edilmesine engel olunmuştur. Ancak bunun yanında sit alanlarının çevrelerine geleneksel ve kültürel dokuyu

### **Turkish Studies**

*International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*  
Volume 6/4 Fall 2011

imha eden çarpık ve kültür yutucu mekânlar inşa edilmiştir. Zamanla da bu kültür yutucu inşa sürecinin icat ettiği sahte gelenekler, kadim olanın yerini almaya başlamıştır. Bu süreç küresel ölçekli pazarlama teknikleriyle desteklenerek albenili bir biçimde tüketime sunulmuştur. İşte bu noktada da mekânların kültürel anlamda tüketilme süreçlerinin işlerlik kazandığı söylenebilir.

Türkiye özelinde düşünüldüğünde ise en azından dışarıdan bakıldığında geçmişte turizmin kültürel değerlere odaklı bir yaklaşımla anıldığını söylemek mümkündür. Faruk Pekin, *Çözüm: Kültür Turizmi* adlı yapıtında bu durumu şu serzenişli ifadelerle aktarmaktadır:

*35 yıl önce esas olarak kültür turizmi vardı. Türkiye'nin turizmden net kazancı oransal olarak daha iyiydi. Kıyılarımız bomboştu. Betonlaşma yoktu. Kıylara göç yoktu. Ardından yanlış bir turizm yaklaşımı ile tüm ekonomik, toplumsal, kültürel dengeler değişti. Turizm endüstrimizi yanlış bir turizm yaklaşımı ile orta-alt sınıftan yabancıların züğürt taleplerine endeksleyince Türkiye turizmini kazanç sağlamayan, daha çok yıpratıp aşındırtan bir sömürü eksenine indirgedik. (Pekin 2011: 13)*

Pekin'in söyledikleri kültür turizminin Türkiye'de bugün geldiği trajik durumu ifade etmektedir. Ancak Pekin'in ifadelerine Türkiye'nin kültür turizmi potansiyelindeki somut olmayan kültürel mirası da eklemek gerekmektedir. Tıpkı kıyıların doğal zenginliğinin erozyona uğratılması gibi Türk kültür ve değerlerinin yansıtıcısı ve sembolü olan kültürel değerler de aynı yanlış politikalar sonucunda sözde turizm faydacılığına feda edilmiştir. Geleneksel Türk misafirperverliği otelcilik anlayışının içine yedirilmek yerini yalnızca kar odaklı bir sömürü sitemine çevrilmiştir. Geleneksel yemek kültürü ve sofrada adabının yerine ithal yemek ve kültürleri tercih edilmiştir. Bu durum ülkeye gelen turistin de kalitesini azaltan bir etkiye sahiptir.

Oysa turist kalitesini yükseltmek için mekânların somut olmayan kültürel mirasla birlikte ele alınması çözüm odaklı bir yaklaşım olarak görülebilir. Sözlü kültür ürünlerinin mekânları ile ilgili yazısında Öcal Oğuz konuyu söz ve mekân bağlamında değerlendirir. Oğuz, kültür ürünlerinden söz edebiliyorsa folklorun ürün odaklı yaklaşımlarının dışında, örneğin kültürel mekân gibi bazı kavramları da dikkate almamız gerektiğini (Oğuz: 2009, 96) vurgular. Oğuz'un folklorun üretim mekânları olarak adlandırdığı bu kültürel mekânların, turist için cazibe merkezlerine dönüştürülmesi de bu bağlamda önemlidir. Oğuz, aynı makalesinde *İnsanlığın Somut Olmayan Başyapıtları Programı*'ndan söz ederken kültürel mekânlar olarak adlandırılan başyapıtlar olduğuna da dikkat çeker. Daha sonra, 2007 Haziran ayında UNESCO Fas'ın Marakeş kentinde bir uzmanlar toplantısı düzenlemiş ve *Popüler Kültürel Mekânların Korunması Üzerine Uluslar arası Uzmanlar* toplantısı düzenleyerek hem folklorun yaratıldığı ve yaşatıldığı kültürel mekânları koruma hem de bu mekânların başyapıt olarak UNESCO'ya sunulmasını sağlama bilincini yerleştirmeye çalışmıştır. Oğuz'un aktardığına göre daha sonra bu yaklaşım, ISSOMBİ programlarının kılavuz kitabına taşınmış ve şöyle ifade edilmiştir. "Popüler ve geleneksel kültürün anlatım biçimleri ve kültürel mekânlar, yani popüler ve kültürel etkinliklerin düzenli olarak üretildiği ve sürdürüldüğü yerlerin (pazar yerleri, festivaller vs.) somut olmayan kültürel mirasın korunması açısından önemi vurgulanmıştır" (Oğuz: 2009, 96-97). Sözleşmelerde ve sözleşmelere bağlı programlarda açıkça belirtildiği üzere kültür ve mekânlar arasındaki ilişki özünde yaşamsal bir önem taşımaktadır. Bu nedenle turizm sektöründe mekânların yalnızca tüketimine yönelik bir anlayış yerine somut olmayan kültürel mirastan yararlanılarak mekân üretimi yoluna gidilmelidir.

Ancak mekânların yeniden üretimi sahteleşmeden ve yozlaşmadan uzaklaştırılmadıkça hem gelenek imhasına hem de mekânların tüketilmesine neden olacaktır. Bugün turistik mekânların kullanım alanlarına bakıldığında mekânsal tüketim sürecinin beraberinde mekânların yeniden inşa süreçlerini de getirdiği görülür. Ören yerleri ve sit alanları etrafında biçimlendirilen Boudrillard'ın deyimiyle simüle edilmiş yani "-miş gibi" yapılmış mekânlar, yavaş yavaş turistin etrafını

### Turkish Studies

örmüştür. Bu mekânsal örgütlenme “otantik” ve “yöresel” gibi kavramların da yeniden tartışılmasına neden olmuştur. John Urry, MacCannel’den aktararak bu konudaki düşüncelerini şu biçimde dile getirmektedir.

MacCannel turistlerin “otantik” olanı aradığını; ancak bakışların yöneltildiği insanların, meraklı turistleri uzaklaştıran yapay yerler kurmaya başlamalarından dolayı, otantik olanı bulmanın mutlaka başarısızlıkla sonuçlandığını ileri sürmektedir. Böylelikle turist mekânları MacCannel’e göre “sahnelenmiş otantiklik” çevresinde örgütlenmektedir. Burada iki nokta belirtilmelidir. Birincisi otantiklik yokluğu; asıl bileşenleri doğallık ve otantiklik olan hizmet sınıfının “romantik bakışı” açısından çok daha büyük sorundur. [...] İkincisi, son zamanlarda, bazı turistlerin “post-turistler” –neredeyse otantik olmayandan hoşlanan insanlar- olarak tanımlanabileceği önerilmiştir. Post-turist katılabileceği oyunların çokluğundan keyif alır ve otantik turist deneyimi diye bir şeyin olmadığını bilir. (Urry 1999: 192)

Yukarıda ifadelendirilmeye çalışılan durum Türkiye ölçeğinde değerlendirildiğinde de anlamlı sonuçlar elde etmek mümkün görünmektedir. Turizmin hareketlendiği yıllardan itibaren sistemli bir biçimde imha edilen yöresel olan yerini “yöreselmiş gibi” olana bırakmıştır. Özellikle de yemek, yatak ve deniz üçlüsünden ibaret görülen turizm anlayışında bu durum kendini açıkça belirtmektedir. Örneğin, güney sahillerinde turizm yaklaşımlarıyla ilişkili kültürel kirlilik bu bağlamda düşünülebilir. Otantiklik ve yöresel olma adına özellikle büyük otellerde düzenlenen “Türk geceleri”, gene büyük otellerin göbek taşı soğuk ve plastik terlikli “Türk hamamları”, sahil kentlerinin plastik ve bambu sandalyeli “gözleme çadırları” ve restoranları, safari adı altında deve üzerinde gerçekleştirilen sözde yöresel turlar, hediyeelik eşya tezgâhlarını süsleyen Çin malı “yöresel ve otantik” eşyalar bu çerçevede ele alınabilecek sorunlar arasında ilk akla gelenlerdir<sup>2</sup>.

Yukarıda örneklerle somutlaştırılmaya çalışılan bu durum açıkça, çağdaş turizm anlayışının paketleme, pazarlama ve tüketirme üçgeninde kendine yaşam alanı oluşturduğunu göstermektedir. Böylece, modernizmin ürettiği ve yaşamın pek çok alanına adapte ettiği bu üçgenin en açık biçimde hissedildiği alanlardan birisi olan turizm adeta bir sanayi sektörü gibi algılanmış ve mantığını üretim ve tüketim ilişkisi üzerine yapılandırmıştır. Üstelik zamanla üretilen bu yapay otantiklik ve yöresellik algısı herkesçe içselleştirilmiş ve bu kavramlar kimlik algımızın inşasında da başat rol oynamışlardır. Bu noktada modernizmin, hayatımıza girerken kendine ait mekânlar üretmekte de oldukça başarılı olduğu, hatta daha da ötesi, sadece kendi mekânlarını oluşturmakla kalmayıp inşa ettiği yapay mekânlarda tüketilen kültürü de yeniden inşa ettiği iddia edilebilir.

Bu noktada modernizmin sosyal, ekonomik ve entelektüel hayatımıza yerleştiği kavramlar ve inşa ettiği mekânların en açık biçimde yansıdığı alanlardan biri olan çağdaş turizm anlayışının ürettiği ve “çağdaş turist” tarafından tüketilen mekânlardaki “yöresel” olma, “otantik” olma gibi kavramları yeniden düşünmek gerektiği açıktır. Bu noktada yukarıda dile getirilmeye çalışılan sorunun çözümüne odaklanmak ve dünyada bu konuda yapılan çalışmalardan söz etmek uygun olacaktır. Bunun yanı sıra, çağdaş turistin gittiği mekânların geleneği yozlaştırmadan nasıl büyülenebileceği ve yalnızca tüketilen mekânlar olmaktan nasıl çıkarılabilecekleri üzerinde düşünce üretilecektir.

Daha önce de belirtildiği gibi UNESCO’nun kültürel konulara yaklaşımı da aşamalı bir süreç takip etmiştir. UNESCO 1972 yılında sunduğu Dünya Kültür Mirası listesinde dışarıda bıraktığı

<sup>2</sup> Bu konuda ayrıntılı bilgi ve daha fazla örnek için Hacettepe Üniversitesi’nde yapılan Veda Nilgün Güven’in *Uygulamalı Halkbilimi Açısından Antalya ve Çevresi Kültür Turizmi ve Kültür Animasyonları* adlı basılmamış yüksek lisans tezine bakılabilir.

“somut olmayan miras”ları da 17 Ekim 2003 yılında hazırladığı “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi” ile dikkate almaya başlamıştır. (<http://www.thbmer.gazi.edu.tr/sokum/sokum/sozlesme.pdf>). Bu bağlamda somut olmayan kültürel miras kavramının içinde görülen alanlar beş balık altında şu biçimde sıralanmıştır.

1. Dilin Somut Olmayan Kültürel Miras’ın aktarılmasında bir araç işlevi gördüğü sözlü anlatımlar ve sözlü gelenekler,
2. Gösteri sanatları,
3. Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve festivaller,
4. Halk bilgisi, evren ve doğa ile ilgili uygulamalar,
5. El sanatları geleneği.

Ek olarak sözleşme metninde somut olmayan kültürel miras şu biçimde tanımlanmaktadır.

*Somut olmayan kültürel miras toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar- anlamına gelir. Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan kültürel miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılır ve bu onlara kimlik ve devamlılık duygusu verir; böylece kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunur. İşbu Sözleşme bağlamında, sadece, uluslararası insan hakları belgeleri esaslarına uyan ve toplulukların, grupların ve bireylerin karşılıklı saygı gereklerine ve sürdürülebilir kalkınma ilkelerine uygun olan somut olmayan kültürel miras göz önünde tutulacaktır.* (<http://www.thbmer.gazi.edu.tr/sokum/sokum/sozlesme.pdf>)

Yukarıdaki alıntının can alıcı noktalarından birini de kuşaktan kuşağa aktarılan somut olmayan kültürel mirasın, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılma sürecine katkıda bulunması ve bunun onlara kimlik ve devamlılık duygusu verdiğinin belirtilmesidir. Ek olarak sözleşmenin kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunduğunun belirtilmesi de önemsenmelidir. Bu bağlamda UNESCO’nun dikkat koyduğu somut olmayan kültürel mirası oluşturan öğelerin, küresel ekonomik krize teslim olmak üzere olan turizm sektörü için ufuk açıcı gelişmelere ve fırsatlara dönüştürülebileceği düşünülebilir. Somut olmayan kültürel mirasın sektörün yaşam alanları içersine layıkıyla adapte edilmesi turistin gittiği mekânı tüketici konumdan çıkartarak tekrardan üretken konuma getirme fırsatları yaratabilecektir. Bu süreç hem turizmci için bir fırsat olacak hem de turist için tatminkâr bir deneyime dönüşecektir.

Elbette burada sözü edilen tatminkâr deneyim mekânların büyülenerek insanlara tüketirilmesi bağlamında düşünmemelidir. Dünya ölçeğinde daha önce deneyimlenen bu yaklaşım da ne yazık ki mekânları diriltmeye yetememiş yalnızca bir gözbağcısı rolü oynamıştır. Bu yaklaşıma verilebilecek en açık örneklerden birisi de Disney dünyası yani Disneyland’dır. Disney dünyasının kullandığı değerlere bakıldığında ilk göze çapan somut olmayan kültürel miras gibi algılanabilecek masal dünyasının somutlaştırılmasıdır. Ne var ki bu dünya yakından irdelendiğinde bambaşka bir tablo ile karşılaşmak olasıdır. Orada yapılan somut olmayan mirasın kullanımından çok, kültürel hegemonyanın yayımlıcağını desteklemek gibi görünmektedir. George Ritzer, *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek* adlı yapıtında bu Disney dünyası hakkında çarpıcı görüşler bildirir. Ona göre Disney parkları başarısının büyük bölümünü daha önce hiçbir konulu parkın sahip olmadığı “etik” bir düzen yaratarak ve eğlence parkını aile eğlencesi olarak kabul edilebilir

### **Turkish Studies**

*International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*  
Volume 6/4 Fall 2011

hale getirerek elde etmiştir (Ritzer 1999: 19). Burada üzerinde durulması gereken nokta Disney parklarının etik bir değer yaratma çabasıdır. Söz konusu etik değer yaratımı kültürel çeşitliliği adeta yok saymaktadır.

Bu nedenle söz konusu parkları “somut olmayan kültürel miras”a katkı çerçevesinde değerlendirmek mümkün görünmemektedir. Bu noktada somut olmayan kültürel mirasın kültür turizmi bağlamında layıkıyla kullanılabilmesinin yolları hakkında düşünce üretmek uygun olacaktır. 2003 yılında oluşturulan bu sözleşmeye Türkiye, 2006 yılında dâhil olmuştur. O günden bu güne somut olmayan kültürel mirasın sürekliliğini sağlama adına pek çok ilklere imza atılmıştır. Bu bağlamda Gazi Üniversitesi bünyesinde açılan somut olmayan kültürel miras müzesi ve merkezi iyi birer örnek olarak ifade edilebilir. Somut olmayan kültürel mirasın uygulamalı bir biçimde ziyaretçinin hizmetine sunulduğu müze, yukarıda dile getirilen çift taraflı tatminin örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir. Hatta bu tatminin üç boyutlu olduğu bile iddia edilebilir. Bunun nedeni hem ziyaretçinin, hem hizmeti sunanın kazanmasından öte bir de kültürel sürekliliğin korunmasındaki başarı olarak düşünülebilir. Söz konusu sözleşmeye madde olan kültürel değerlerin turizm sektöründe kullanıma sokulmasının, tükenmekte olan mekânların yeniden üretilmesindeki işlevselliği açıktır.

Bu bağlamda Türkiye’de somut olmayan kültürel mirasın turizm sektöründe işlevsel olarak nasıl kullanılacağına dair somut öneriler vermek uygun olacaktır. Bu ilişkide mekân ve anlatı birlikteliğine odaklanmak gerekir. Mekân ve anlatılar arasındaki ilişki bugüne kadar pek çok araştırmacı tarafından dile getirilmiştir. Pek çoklarına göre anlatılar, “yer”i anlamlı kılarken yerler de anlatıları biçimlendirir. Anlatı ve mekân arasındaki bu sıkı ilişki mekânları tüketen ve tükettiren kendini çıkmaza sürükleyen turizm sektörü için aslında yaşamsal derecede önemlidir denebilir. Bunu bir örnekle açıklamak mümkün olabilir. Dünyada yaygın bir biçimde kullanılan edebiyat turizmi bu bağlamda düşünülebilir. Paris’te bulunan Notre Dame Kilisesi buna verilebilecek çarpıcı örnekler arasındadır. Bunun dışında her yıl milyonlarca insanı Rio Karnavali’na çeken sihirli güç de temelinde mitolojik bir anlatı barındırmaktadır. Ya da Grimm Kardeşlerin Alman masallarını derledikleri yerlerin günümüzde birer masal turizmi haritası oluşturulabilecek kadar dolaşımda olduğu hatırlanabilir. Elbette bu örnekleri çoğaltmak mümkündür. Ne var ki burada üzerinde ısrarla durulan olgu kültür turizmi bağlamında tüketilen mekânların geleneği yozlaştırmadan yeniden üretilebilmesinde “somut olmayan kültürel mirasın” değerlendirilmesi gerekliliğidir. Söz konusu işlevsel kullanım turizm mekânlarını yok oluş sürecinden uzaklaştıracak ve bir var oluş boyutuna taşıyacaktır.

#### KAYNAKÇA

- GÜVEN Veda Nilgün. *Uygulamalı Halkbilimi Açısından Antalya ve Çevresi Kültür Turizmi ve Kültür Animasyonları*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Halkbilimi Anabilim Dalı, Danışman: Prof. Dr. Nebi Özdemir, 2006. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi)
- KRAKÜÇÜK Suat. *Rekreasyon ve Kentleşme*. Ankara: Gazi Kitabevi, 2007.
- OĞUZ M. Öcal. “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Mekanı.” *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?* Ankara: Geleneksel Yayıncılık, 2009.
- ÖZDEMİR Nebi. “Kültür Ekonomisi ve Endüstrisi ile Kültürel Miras Yönetimi İlişkisi.” *Milli Folklor*. 2009, Yıl 21, Sayı 84.
- ÖZDEMİR Nebi. “Turizm ve Edebiyat”. *Milli Folklor*. 2009, Yıl 21, Sayı 82
- URRY John. *Mekânları Tüketmek*. çev. Rahmi G. Ögdül. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999.

---

PEKİN Faruk. *Çözüm: Kültür Turizmi*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.

RITZER George. *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*. çev. Şen Süer Kaya. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999.

RITZER George. *Toplumun McDonalddlaştırılması. Çağdaş Toplumun Yaşamın Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme*. çev. Şen Süer Kaya. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996.

<http://www.thbmer.gazi.edu.tr/sokum/sokum/sozlesme.pdf>).