3. TURİZM ŞÛRASI
1-3 KASIM 2017
TEBLİĞLER KİTABI

CİLT-1

Kasım 2017 - ANKARA
ISBN
978-975-17-3949-0

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
İsmet İnönü Bulvarı No:32 06100 Emek Ankara/TÜRKİYE
T:0312 2128300
www.kulturturizm.gov.tr

KOORDİNASYON
Ahmet TEMURCİ

YAYIN DANIŞMANI
İrfan ÖNAL

YAYIN KOORDİNATÖRÜ
Prof. Dr. Muharrem TUNA

YAYIN KOORDİNATÖR YARDIMCISI
Dr. Alaattin BAŞODA

TASARIM
Berkay Sergin ÇAVUŞOĞLU

YAPIM
Büyükharf Bas. Yay. Tan. Dan. ve Org. Ltd. Şti.
Uğur Mumcu Cad. 89/8 Çankaya/ANKARA
T: 0312 446 15 72 F: 0312 446 15 82
www.buyukharf.com.tr

BASIM
Özel Matbaası
Matbaacılar Sanayi Sitesi 1514. Sokak No: 6
İvedik/Ostim/ANKARA
T: 0312 395 06 08
Tarih 27.10.2017

Şûra tebliğ kitabında kabul edilen ve yayımlanan tebliğlerin yazılı ve elektronik ortamda tüm yayın hakları T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na aittir.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM PAZARLAMASINDA KÜLTÜR TURİZMİNİN ÖNEMİ: KÜLTÜR ROTALARI ÖRNEĞİ

Mustafa BOZ

Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
mboz@comu.edu.tr

ÖZET

Turizm endüstrisinin gelişmesiyle birlikte, ulusal ve uluslararası turizm talebinde yeni eğilimler ön plana çıkmaya başlamıştır. Turistler güneş-kum-deniz üçgeninin ağırlıkta olduğu geleneksel kitle turizminin dışında, farklı turizm ürünlerini de yoğunluk olarak talep etmeye başlamışlardır. Turizm talebinde, diğer toplumların karakteristik özelliklerini, kültürlerini tanıma ve deneyimleme isteği, macera, eğlence, doğaya yakın olma gibi unsurlar ön plana çıkmaya başlamıştır. Kırsal, kentsel, macera ve kültür turizmi gibi farklı turizm türlerinin giderek yaygınlaşması bu değişimi yansıtmaktadır. Bu konulara önem veren, tarihi ve kültürel dokuyu ön planda tutan destinasyonlar giderek daha fazla tanınmakta ve turizm endüstrisinde kendilerini daha fazla hissettirmektedirler. Günümüzde, yüksek harcama potansiyeline sahip, eğitimli, nitelikli, sorumlu daha fazla turist, farklı kültürleri tanımak ve deneyimlemek amacıyla kültür turizmi ağırlıklı seyahatlere katılmaktadır. Kültür turizminin bir çeşidi olan kültür rotaları da, turistlerin bu isteğini karşılamanın yanı sıra, yerel toplulukların sosyo-ekonomik gelişimini teşvik etmekte, bölgenin tarihi, kültürel, el sanatları, folklor, doğa gibi zenginliklerinin farkına varılmasına, bu değerlerin korunup geliştirilmesine öncülük etmektedir. Bunun yanında, turistlerin kalış süreleri uzatılmakta, turizmin tüm mevsimlere yayılması sağlanmakta, istihdam yaratılmakta, küçük yerel işletmelerin kurulması teşvik edilerek turizm gelirlerinin tabana yayılması sağlanmaktadır. Bu kavramsal çalışma, alanyazın incelenerek hazırlanmıştır. Çalışmanın temel amacı, sürdürülebilir turizm pazarlamasında, kültür turizminin ve kültür turizminin bir parçası olan kültür rotalarının öneminin ortaya konulmasıdır. Bu amaçla, çalışmada kültür turizmi ve kültür rotaları kavramları ve önemi açıklanmaya çalışılmış, Türkiye ve Avrupa kültür rotaları örnekleri incelenerek, turizm endüstrisindeki yerleri ve gelişimleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın son bölümünde, sürdürülebilir turizm kalkınmasına yönelik öneriler getirilmeye çalışılmıştır.

GİRİŞ

Günümüzde turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke için en önemli sektörlerden birisidir. İkinci dünya savaşından sonra, 1950'lerde ivme kazanmaya başlayan uluslararası turizm hareketleri, 1970 ve 1980'li yıllarda, deniz-kum-güneş destinasyonlarına dayalı, insanların kitle halinde hareket ettiği, turist davranışlarının pasif olduğu, standartlaştırılmış paket turlarla, geleneksel kitle turizmi olarak gelişmiştir (Cojocariu, 2015:960; Mayorka Konseyi, 2014).

1990'lı yıllardan itibaren pazarların olgunlaşması, yeni destinasyonların ortaya çıkmasıyla rekabetin artması, talep büyümesinin yavaşlaması, kitle turizminin ortaya çıkardığı çevre sorunları, taşıma kapasitelerinin aşılması, turizmin deniz-kum-güneş ekseni etrafında belirli bölgelerde yoğunlaşması ve mevsimsellik arz etmesi gibi nedenlerle, ortaya çıkan sorunları ortadan kaldırabilecek ve farklı turist isteklerine cevap verebilecek yeni pazarlama politikaları ve stratejileri geliştirilmeye başlanmıştır. 2000'li yıllarla birlikte, bilgisayar, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ve ucuzlama, harcanabilir gelirlerin ve boş zamanların artması, ülkelerin liberalleşmesiyle uluslararası turizm talebi artarken, turizmden daha fazla pay almak isteyen ülkelerin ve yeni destinasyonların ortaya çıkması ile birlikte rekabet de yeni boyut kazanmıştır. Kitlesel

turizm pazarı, farklı turist ihtiyaç ve isteklerini karşılamaya yönelik farklı pazar bölümlerine ayrılmaya başlamış, sürdürülebilir turizm kalkınması anlayışı ön plana çıkmaya başlamıştır. Son yıllarda, dikkatler turizm talebinin sadece sayı olarak artmasından ziyade, kaliteli, sorumlu, daha çok harcama yapan turist artışına çevrilmiş bulunmaktadır (Avrupa Konseyi, 2017).

Günümüzde, turist motivasyonları farklılık göstermektedir. Kalabalık kentlerde yaşayan insanların büyük bir kesimi, yürümeyi, kültürel değerlerden, doğadan zevk almayı ve kırsal yaşamı keşfetmiş bulunmaktadır. Sadece gözlemci olan turistten ziyade, destinasyonun sunduğu çekiciliklere aktif olarak katılmayı tercih eden, yerel toplulukları ve kültürleri yakından tanımak isteyen ziyaretçiler, yeni turizm biçimlerinin doğmasına yardımcı olmaktadır. Bu daha fazla turistin otantik, anlamlı ve dinamik deneyimler arayışında olduğu anlamına gelmektedir (Kamara, 2016:14; Mayorka Konseyi, 2014). Bu gelişmeler çerçevesinde kültür turizmi, en önemli pazar bölümlerinden birisi olarak ön plana çıkmaya başlamıştır.

KÜLTÜR TURİZMİ KAVRAMI VE ÖNEMİ

Kültürel miras, turizmin en eski ve en önemli dinamiklerinden birisidir. Kültür turizmi, temelde kültürel olarak motive olmuş insanların, kültürel çekicilikleri ve etkinlikleri ziyaret etmelerini, yeni deneyimler yaşamalarını içermektedir (Avrupa Konseyi, 2017:23). Kültür, turistler için olduğu kadar, destinasyonların büyük çoğunluğunda yaşayan topluluklar ve diğer paydaşlar için de başlıca çekicilik unsurudur. Kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi, kültürel etkinliklerin artması, destinasyona yatırım yapılmasını kolaylaştırmakta (Khovanova-Rubicondo, 2011), destinasyon marka değerini arttırmaktadır.

Kültür, her yıl yeni destinasyonları ziyaret etmeleri için, yüz milyonlarca turiste ilham veren, temel bir turizm varlığıdır. Sürdürülebilir şekilde yönetilen kültür turizmi, sanatın, el sanatlarının ve diğer yaratıcı faaliyetlerin gelişmesini teşvik ederek, dayandığı soyut ve somut kültürel mirasın korunmasında ve tanıtımında önemli bir güç kaynağıdır. 2020'de uluslararası turist sayısının 1,6 milyarı geçmesi beklenmektedir. Kültür turizminin popülerliği artarak devam etmekte ve dünya genelinde, diğer pazar bölümlerinin birçoğundan daha hızlı büyümektedir (Dünya Turizm Örgütü [WTO], 2015: 14). Örneğin; Dünya Turizm Örgütünün rakamlarına göre kültür turizmine katılan turistlerin oranı 1995'te % 37'den, 2004 yılında % 40'a yükselmiştir. 2009 yılında 375 milyon turistin uluslararası kültür turlarına katıldığı hesaplanmaktadır. Dünyanın başlıca destinasyonu Avrupa'da da kültürel motivasyonun, toplam turizm pazarının %40'ını oluşturduğu ve büyümeye devam ettiği görülmektedir (Cojocariu, 2015:960; Mayorka Konseyi, 2014).

Kültür turizmi talebinin artması, bu kazançlı pazardan pay alabilmek için rekabet eden, ülke ve bölgelerin, birçok yeni kültürel çekiciliği ve kültür turizmi pazarlama stratejileri geliştirmesini teşvik etmektedir. Örneğin; İspanya'daki müzelerin sayısı son 20 yılda, %100 artmış bulunmaktadır. Avrupa'nın lider şehir turizmi destinasyonlarından Barselona son yıllarda, kültür turizmini başlıca büyüme alanı olarak hedeflemektedir. Barselona'da kültürel etkinliklere katılım 1994 yılında 4 milyondan, 2005 yılında 13,2 milyona ulaşmıştır. Şehirde turistlerin bütün girişlerinin %71'inin kültürel etkinliklere olduğu hesaplanmaktadır (Avrupa Konseyi, 2017:23).

KÜLTÜR ROTALARI

Kültür turizminin bir türü olarak kültür rotaları, son yıllarda artan bir önem kazanmaktadır. Kültür rotaları, yenilikçi, yaratıcı turizmin, bir bölge, ülke veya birden çok ülkede ilgi çekici destinasyon noktalarını ve farklı etkinlikleri tematik olarak birbirine bağlayan eşsiz, özgün bir turizm ürünüdür (Graf ve Popesku, 2016). Kültür rotaları, kültürel mirasımızın önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bazı rotalar uluslararası değerdedir, bazılarının etkisi daha sınırlıdır, sadece ulusal, bölgesel veya yerel olabilmektedir. Geçmişte ve hatta günümüzde ulaşım ve iletişim anlamında kültür rotaları birçok farklı türde kültürle ilişkili anıtları, ören yerlerini, yapıları, kültürel ve doğal çevreyi, renkli soyut kültürel olaylar ve öğelerle birlikte, kültürel tutarlılık ve çeşitlilik içerisinde organik olarak birbirine bağlamaktadır (Xia ve Ya, 2005).

'Kültür Rotaları' geçmişte askeri, dini, ticari ve sosyal amaçlarla kullanılan ulaşım güzergâhları ile bugün daha çok turistik amaçlarla geliştirilen rotalar olarak, kültürel ve doğal mirasın korunması ve tanıtımı konusunda giderek işlevsel hale gelmektedir. Bir kültür rotası; günümüzde yaratılmış veya tarihin belirli bir döneminde gerçekten kullanılmış, üzerinde kültürel ve/veya doğal miras öğelerini taşıyan ve önemini bu miras sayesinde kazanan, koruma, kırsal kalkınma ve turizmin geliştirilmesi gibi amaçlarla geliştirilebilen, yerel, bölgesel, ulusal (Karataş, 2015:12), uluslararası veya kıtalararası ölçekli bir ulaşım koridoru şeklinde tanımlanabilir. Kültür rotaları "sınırlar ötesi kültürel ilişki yolları", "ortak tema ile bağlanmış coğrafi bir alan" olarak da tanımlanmaktadır (Gómez-Ullate, 2016: 91; Häfele, 2013:6).

UNESCO, ICOMOS ve Avrupa Konseyi gibi uluslararası kültürel mirası koruma organizasyonları tek bir kültürel rota tanımı ve kapsamı üzerinde anlaşmaya varamamışlardır. Şimdiye kadar yürütülen değerlendirmeler ışığında kültür rotaları, belirli hedeflere ulaşabilmek için iyi tanımlanmış, insanoğlu tarafından yaratılmış veya kullanılmış, tarih boyunca ulaşımı ve iletişimi sağlayan kültürel dinamiklerin meyvesidirler. Bir kültür rotası, özel ve iyi tanımlanmış bir amaç için yaratılmış veya daha önce tamamen veya kısmen farklı amaçlarla kullanılan rotaların (yolların) avantajlarından yararlanan bir yol olabilir (Genovese, 2016:621-622). Kültür rotalarının tipik diğer özelliği ürünün soyut değeridir. Patikalar, manzara, doğal zenginlikler ve bölgenin kültürel mirası kolektif zenginliğin parçalarıdır. Bunların değerini sayabilmek ve belirleyebilmek zordur. Ancak bu gibi zenginlikler kesinlikle rotanın kalbini oluşturmaktadır (Mayorka Konseyi, 2014).

KÜLTÜR ROTALARININ ÖNEMİ

Kültür rotaları, genel kültürel miras bilincini arttırmakta, kültürel etkinliklere toplum katılımının yaygınlaşmasını teşvik emektedir. Unutulmaz deneyimler yaratarak, turistleri etkileyen soyut ve somut kültürel kaynakları bir araya getirmektedir. Kültürel turizm ürünleri ve rotalar dizisi, çağdaş kültürü, kültürel mirası, sanat eserlerini, el sanatlarını, tarihi, doğal güzellikleri, yaratıcı tematik öğeleri içerebilmektedir (WTO, 2015: 16). Örneğin; İpek Yolu, doğunun eski medeniyetlerini batıya bağlayan bir köprüdür. Avrupa Mozart Yolları, bestecinin yaşadığı, seyahat ettiği ülkeleri ve şehirleri kapsamaktadır. Türkiye'nin ilk uzun mesafeli yürüyüş rotası Likya Kral Yolu, Fethiye'den Antalya'ya uzanmakta, genel olarak Roma yolları, eski patikalar ve katır yollarından oluşmaktadır (Avrupa Konseyi, 2017; Kültür Rotaları Derneği [KRD], 2017; WTO, 2015:16).

Birçok kültürel rota, daha iyi hizmet verebilmek ve turistlerin rota boyunca deneyimlerini zenginleştirmek için kamu ve özel sektörden farklı birçok paydaşın işbirliği yapmasını sağlamış bulunmaktadır (WTO, 2015: 14). Avrupa kültür rotalarının %90'ı kırsal alanlarda yer almaktadır (Berti, 2015). Dolayısıyla, kültür rotaları, kırsal bölgeleri kapsayan ve az bilinen destinasyonların tanınmasına ve gelişmesine öncülük etmektedir (Cojocariu, 2015: 960). Ayrıca, ekonomik ve sosyal kalkınmada, geri planda kalmış bölgelerde, istihdam ve küçük işletme girişimleri yaratarak, ekonomik büyüme ve kapsayıcı kalkınma için gelirlerin yatay dağılımında, büyük fırsatlar yaratmaktadır. Bu rotalar ayrıca, kültürel alışverişi teşvik etmekte, kültürel kimliği ve destinasyonun kültürel mirasını zenginleştirmekte, ziyaretçiler ile yerel topluluklar arasındaki bağları güçlendirmektedir. Bu potansiyel yararlar kültür rotaları yönetimi uygulamalarında, sürdürülebilir turizm unsurları geliştirilerek, dijitalleşme ve bilgi teknolojilerinden yararlanarak güçlendirilmektedir (Khovanova-Rubicondo, 2012: 83).

Son yıllarda, kültür rotaları vizyonu kültürel miras kavramının evrimini yansıtmakta ve bu mirasın korunması ile ilişkilendirilmektedir. İlk olarak, kültürel kimliğin değerini vurgulamak ve bilinirliğini arttırmak için bir araç olarak görülmektedir. Rotayı yürümek, basit coğrafi bir yer değişiminden daha fazlasıdır. Geçmiş ve günümüz doğasını, tarihini, kültürünü, rotayı oluşturan çeşitli öğeler ve yorumlar ile geçmişi günümüze bağlayan, anlamlı bir yolculuktur (Mayorka Konseyi, 2014).

Avrupa Konseyi (2014) Bakü deklarasyonunun temel sonuçları aşağıdaki gibidir.

- Kültür rotalarının faal olduğu güzergahlarda yaşayan halk, çevresel sorunların daha fazla bilincinde olmakta, sürdürülebilir kalkınmaya büyüyen bir ilgi göstermekte, kimliklerin ve kültürlerin farklılığına saygı göstermekte, giderek artan oranda dayanışma ve vatandaşlık değerlerinin farkına varmaktadır.
- Kültür rotaları sürdürülebilir sosyal ve ekonomik gelişmenin itici gücüdür.
- Kültür rotaları, tansiyonu düşüren, barışçıl birlikteliği teşvik eden, geçmiş anlaşmazlıkların çözümünde eğitici araçlardır.
- Kültür rotaları tarihsel belleğin ve yaşayan tarihinin gözeticisidirler.

TÜRKİYE KÜLTÜR ROTALARI

Anadolu ilk insan yerleşimlerinden itibaren günümüze kadar birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, en önemli yerleşim ve geçiş bölgelerinden birisi konumundadır. Sürdürülebilir turizm kalkınmasına katkı sağlayacak kültür rotalarının oluşturulmasında gerekli kültürel, tarihi ve doğal zenginliklere ülkemiz fazlasıyla sahip bulunmaktadır. Ülkemizde kültür rotaları henüz emekleme aşamasındadır. 21-22 Şubat 2011 tarihleri arasında gerçekleştirilen, rota kurucularının ve konu ile ilgili yerel yönetim temsilcilerinin katıldığı Kültürel Yollar ve Rotalar Eğitim Çalıştayı, bu konuda henüz yolun başında olan Türkiye'de sürdürülebilir, çevre, tarih ve yerel halk dostu bir turizm biçimi olarak kültürel rotaların ortaya çıkarılmasının teşvik edilmesi, iyileştirilmesi ve tanıtılması açısından önemli rol oynamıştır. Sonrasında gerçekleştirilen bir dizi toplantı, proje, çalıştay ve bilimsel yayın ile konu hem ulusal hem uluslararası platformlarda daha sık yer almaya başlamıştır.

Türkiye'nin ilk kültür rotası olan Likya Yolu 1999 yılında açılmış, ancak resmi olarak bir STK tarafından rotaların temsil edilmesi, 2012 yılında kurulan Kültür Rotaları Derneği (KRD) ile mümkün olmuştur (Çevre ve Kültürel Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı [ÇEKÜL], 2012; Eryurt ve Clow, 2016:21).

Türkiye'de KRD (2017) tarafından tescillenmiş kültür rotaları aşağıdaki gibidir;

Ulusal Rotalar; Likya Yolu, Aziz Paul Yolu, Evliya Çelebi Yolu, Karia Yolu, Kaçkarlar, Frig Yolu, Hitit Yolu, Gastronomi Yolu, Ağrı Dağı, Küre Dağları, İstiklal Yolu, Sarıkamış Parkurları, Yenice Orman Yolları, İki Deniz Arası

Uluslararası Rotalar; Hazreti İbrahim Yolu, Sultanlar Yolu, Via Egnatia

Kültür rotalarının desteklenmesi ve geliştirilmesi, 2023 Türkiye Turizm Stratejisinin vizyona yönelik ilkeleri ile son derece uyumludur. 15/02/2017 tarih 6793 sayılı kanunla, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi Bakan Yardımcılarının 08/12/2010 tarihinde yapılan 1101. toplantısında kabul edilen "Kültür Yollarına İlişkin Genişletilmiş Kısmi Anlaşmayı Tesis Eden CM/RES(2010)53 Sayılı Kararı"na beyan ile birlikte katılmamız uygun bulunmuştur. "Ülkemizin de Kültür Yolları EPA'sına katılmasının gerek Avrupa Birliği ile ilişkilerimizin gelişimine gerek kültür turizmimizin büyümesine büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir'. Avrupa Kültür Konseyi "Kültür Yolları" programı kapsamında belirlenen yollardan üçü (The Phoenecians' Route-Fenikaliler Yolu, The European Jewish Heritage Route-Avrupa Yahudi Mirası Yolu, The Routes of the Olive Tree-Zeytin Ağacı Yolu) ülkemizden de geçmektedir. Söz konusu program, Avrupa'da az bilinen noktaların tanıtımına ve kültür turizminin gelişimine katkı sağlamaktadır (Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü, 2012).

Konu yeni olduğu için ülkemiz rotaları ile ilgili çalışmalar son derece kısıtlıdır. Akgündüz ve Kızılcalıoğlu (2016) Likya Yolu'nu yürüyen yerli ve yabancı turistlerle yaptıkları araştırmada; Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin dünyayı tanıma amaçlarının seyahat sonrasındaki genel memnuniyetleri ile pozitif yönlü bir ilişkiye sahip olduğunu bulmuşlardır. Ancak, daha önceki birçok çalışmada, genel memnuniyet düzeyinin tekrar ziyaret etme niyetini arttırdığı belirlenmiş olmasına rağmen, bu çalışmada, turistler için oldukça zorlu etaplardan oluşan Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin, tekrar Likya Yolu'nu ziyaret etme niyetinde olmadıkları belirlenmiştir. Tabelaların yerlerinin değiştirildiği, çöplerin toplanmadığı, çalışmada bulunan diğer bulgulardandır.

Avrupa Kültür Rotaları

Kültür rotaları kavramı 1987 yılında Avrupa Konseyi tarafından kabul edilmiş ve tescillenmeye başlanmıştır. Santiago de Compostela "Aziz James Yolu" ilk kültür rotası olarak Ekim 1987'de Santiago deklarasyonu ile tescillenmiştir (Häfele, 2013:5).

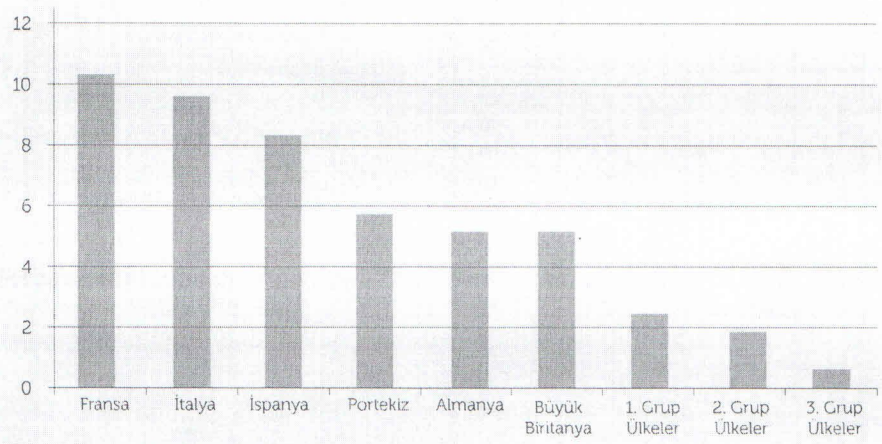
Avrupa Konseyi'nin (2014) CM/Res(2013) 66 nolu kararında kültürel rota "bir temaya dayalı, çok uluslu önemi olan, anlayışa dayalı ve ortak Avrupa değerlerine saygılı, bir yol güzergahının veya güzergahlar serisinin geliştirilmesini ve tanıtılmasını amaçlayan kültür/ eğitim mirası ve turizm işbirliği projesidir".

Atlantik'ten Güney Kafkaslara, İskandinavya'dan Akdeniz'e uzanan Avrupa kültür rotaları, Avrupa kültürü ve hafızasının, kıtalararası boyutta daha iyi anlaşılmasını etkinleştirmektedir. 2017 yılı itibari ile Avrupa Konseyi Kültür Yolları Programı 32 tescillenmiş rotayı kapsamakta, 70 ülkeyi içermektedir (Avrupa Konseyi, 2017; Khovanova-Rubicondo, 2012:83).

Avrupa Konseyi tarafından tescillenen, farklı temalara ve özelliklere sahip kültür rotaları aşağıdaki gibidir:

> *The Santiago De Compostela Pilgrim Routes, The Hansa, The Viking Routes, The Via Francigena, The Routes of El Legado Andalusi, The Phoenicians' Route, The Pyrenean Iron Route, European Mozart Ways, The European Route of Jewish Heritage, The Saint Martin of Tours Route, The Cluniac Sites in Europe, The Routes of the Olive Tree, Via Regia, TRANSROMANICA - The Romanesque Routes of European Heritage, The Iter Vitis Route, The European Route of Cistercian abbeys, The European Cemeteries Route, Prehistoric Rock Art Trails, European Route of Historic Thermal Towns, The Route of Saint Olav Ways, The Casadean Sites, The European Route of Ceramics, The European Route of Megalithic Culture, The Huguenot and Waldensian trail, ATRIUM - Architecture of Totalitarian Regimes of the 20th Century, Réseau Art Nouveau Network, Via Habsburg, The Roman Emperors and Danube Wine Route, The European routes of Emperor Charles V, Destination Napoleon, In the Footsteps of Robert Louis Stevenson, Fortified towns of the Greater Region (Avrupa Konseyi, 2017).*

Şekil 1, Avrupa Konseyi tarafından onaylanmış kültür rotaları ağının ülke bazında oranlarını göstermektedir. Fransa %10,4 payla liderdir. Fransayı %9,7 ile İspanya, % 5,8 ile Portekiz ve % 5,2'lik paylarla Almanya ve Büyük Britanya takip etmektedir.



Şekil 1: Avrupa Konseyi Tescilli Kültür Rotaları – Ülke Payları 2011
Kaynak: Avrupa Konseyi, 2017

Grup ülkeleri içeren ülkeler ve ülke başına kültür rotaları oranları aşağıdaki gibidir.

1. Grup ülkeler: Belçika, Çek Cumhuriyeti, Yunanistan, Norveç, Polonya, İsveç ve Isviçre, ülke başına oran % 2,6
2. Grup ülkeler; Cezayir, Avusturya, Hırvatistan, Kıbrıs, Lübnan, Fas, Hollanda, Slovenya ve Tunus, ülke başına oran % 1,9
3. Grup ülkeler; Türkiye, Arnavutluk, Arjantin, Ermenistan, Azerbaycan, Beyaz Rusya, Bulgaristan, Danimarka, Estonya, Ürdün, Litvanya, Malta, Romanya, Rusya Sırbistan, Slovakya, Suriye, Ukrayna'nın oranı ülke başına 0,6 dır (Avrupa Konseyi, 2017; Khovanova-Rubicondo, 2011; Khovanova-Rubicondo, 2012:83).

Ülkelere göre Avrupa Kültür rotalarının sayısı ve rotaların merkezleri Tablo 1 ve Tablo 2'de de verilmektedir.

Ülke	Rota sayısı	Oran %
Fransa	9	28
İtalya	6	19
Almanya	5	16
İspanya	5	16
Avusturya	2	6
Belçika	1	3
Yunanistan	1	3
Norveç	1	3
Sırbistan	1	3
Büyük Britanya	1	3
Toplam	32	100

Tablo 1: Avrupa Kültür Rotaları Merkezinin Bulunduğu Ülkeler (2012)
Kaynak: Khovanova-Rubicondo,.2012

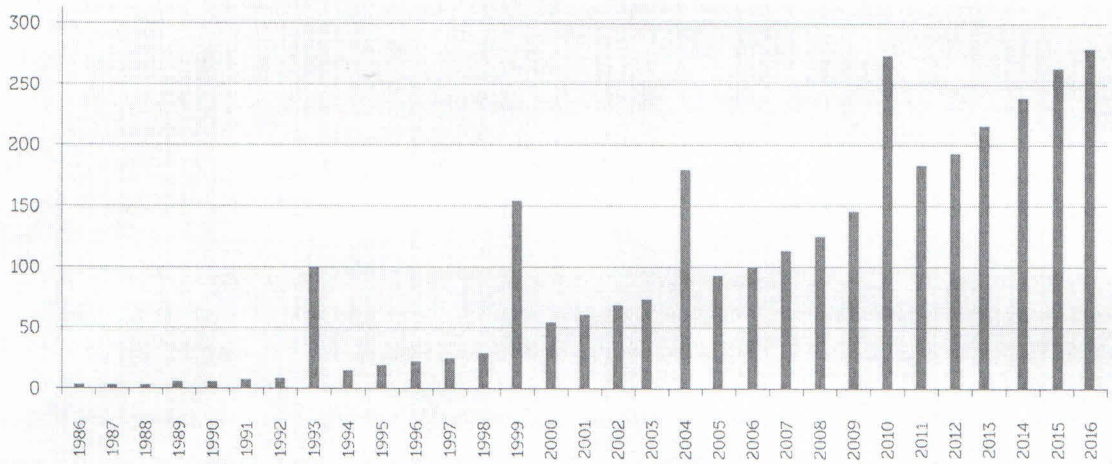
Ülke	Rota Sayısı
Fransa	28
İtalya, İspanya	22
Almanya	21
Belçika	16
Büyük Britanya	14
Hırvatistan	11
Portekiz, İsviçre	10
Hollanda, Polonya	9
Avusturya, Yunanistan, Romanya, Norveç, İsveç	8
Danimarka, Macaristan, Slovenya	7
Çek Cumhuriyeti, İrlanda, Rusya Federasyonu	6
Litvanya, Sırbistan, Türkiye	5
Bulgaristan, Estonya, Lüksemburg, Beyaz Rusya, Finlandiya, İzlanda, Litvanya, Slovakya	3
Cezayir, Andorra, Kıbrıs, Mısır, Gürcistan, Lübnan, Libya, Malta, Fas, Tunus, Ukrayna, Azerbaycan, Bosna Hersek	2
Arnavutluk, Ermenistan, İsrail, Moldova, Filistin, Makedonya	1

Tablo 2: Avrupa Kültür Rotaları Katılımcı Ülkeler (2012)
Kaynak: Khovanova-Rubicondo, 2012

Avrupa Kültür Rotaları; doğaları gereği uluslararası, hatta kıtalararası niteliktedir. Örneğin; The Phoenicians' Route (Fenikeliler Rotası) bir ağ şeklinde tasarlanmış olup, Cezayir, Libya, Tunus, Mısır, Fas, Malta, Suriye, Lübnan, Filistin, Türkiye, Yunanistan, Hırvatistan, İtalya, Fransa, İspanya, Portekiz, Büyük Britanya olarak 17 ülke ve 3 kıtayı kapsamaktadır. Uluslararası özelliğinden dolayı rotaların merkezlerinin bulunduğu ülke ile ülkeden geçen rota sayısı farklı kavramlardır. Büyük Britanya örneğinde olduğu gibi bir ülkede bulunan rota merkezi az olabilir (1 rota), oysa o ülkeden geçen rotaların sayısı fazla olabilir (14 rota). Şekil ve tablolardan da anlaşılacağı gibi, Avrupa Konseyi tarafından tescillenmiş en fazla kültür rotasına sahip ülkeler aynı zamanda, turizm sektöründen en fazla gelir elde eden ülkelerdir. Avrupa kültür rotalarının etkinliğine ve gelişimlerine yönelik iki rota örneği aşağıdaki gibi verilebilir.

Camino de Santiago

Avrupa Konseyinin 1987 yılında tescillediği ilk Avrupa kültür rotasıdır. Saint Jean Pied de Port-Fransa'dan Santiago de Compostela-İspanya'ya uzanan rotanın uzunluğu 800 kilometredir. Rotanın en az 100 kilometresini yürüyerek veya en az 200 kilometresini bisiklet veya atla kateden ziyaretçilere bir belge "Compestelas" verilmektedir. Rotanın ilk yıllarında 2-3 bin olan bu sayı, 2016 yılında şekil 2'de görüleceği gibi 277 bin kişiyi geçmiş bulunmaktadır. Camino de Santiago ziyaretçi ofisinin istatistiklerine göre 2016 yılında turistlerin %44'ü dini, %48'i ruhsal/kültürel ve %8'i kültürel motivasyonla rotayı gezmişlerdir. Rotanın belirli bölümlerini ziyaret eden turist sayısı günümüzde 4 milyon/yıl civarındadır (Caminoways, 2017; Conti vd., 2014; Ferris, 2017; Murray, 2014:14-15). Yolu yürüyenlerin yoğun olduğu yıllar, kutsal merhamet yılı olarak kabul edilen yıllardır (Ferris, 2017).



Şekil 2: Camino De Santiago Yolunu Geçerek Compestelas Belgesi Alan Ziyaretçilerin Yıllar İtibarı İle Sayısı (Bin Kişi)
Kaynak: Ferris, 2017

Via Francigena

1994 yılında Avrupa Konseyi Kültür Rotaları onayını almıştır. 990 yılında Cantenbury Başpiskoposu Sigeric'in Papa XV. John ile buluşmak üzere kullandığı ve yolculuğu süresince tuttuğu günlüğe dayanarak hazırlanan rota, İngiltere-Canterbury'den başlayarak, Fransa ve İsviçre'den geçip İtalya- Roma'ya uzanan 1800 km'lik bir orta çağ yoludur. Rota günümüzde, kültürel veya dini amaçlarla seyahat eden turistlerin büyük ilgisini çekmektedir (Avrupa Konseyi, 2016; Graf ve Popesku, 2016). Turistlerin, Via Francigena güzergahında yer alan kırsal ve kentsel alanlarda, yürüyüş veya bisikletle

daha yavaş hareket etmeyi, konaklamak için güzergaha bir kilometreye kadar olan konaklama tesislerini tercih ettikleri gözlenmektedir (Conti vd., 2014:464).

Conti vd. (2014) tarafından yapılan saha çalışmasına göre, Alplerden Roma'ya kadar, rotanın 375 km'lik kısmını oluşturan, Via Francigena Toscana güzergahı 2012 yılında 690 bin turist ağırlamıştır. 2012 yılındaki turist artışı %34 olurken, rota üzerindeki konaklama işletmelerinde geceleme sayısı 290 bine ulaşmıştır. Son on yılda bölge düzeyindeki turist sayısı artışı %15,7 düzeyinde olurken, Via Fancigena Yolu sayesinde daha az gelişmiş, keşfedilmemiş bölgelerde artış oranı %79 olmuştur. Artış hızının devam edeceği gözlenmektedir. Gelecek senaryolarına göre, 2022 yılına kadar, Via Francigena Toscana güzergahını kullanan turist sayısının yılda 1-2.7 milyonu bulması beklenmektedir.

Avrupa Kültür Rotaları yerel ekonomilerde, becerilerde ve topluluklarda güçlü biçimde kök salmış bulunmaktadır. Kültür rotaları az bilinen destinasyonları tanıtmakta ve sürdürülebilir bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Gelecekte de; kültür rotaları, kültür turizmine ve Avrupa bölgelerinin ve şehirlerinin bölgesel kalkınmasına, aynı zamanda ortak Avrupa kültür mirasının tanıtımına önemli katkılar sağlayabilirler (Avrupa Konseyi, 2016).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizmin gelişmesi ile birlikte, son yıllarda kültür rotaları da artan bir ivme kazanmış bulunmaktadır. Dünya Turizm Örgütü'nün de vurguladığı gibi, kültür rotaları, benzersiz yerel kültürel miras ve gelenekler üzerine inşa edilirken, yerel toplulukların da yakın katılımını teşvik etmektedir. Ziyaretçi deneyimini geliştirmesinin yanında kültür rotaları, istihdam ve küçük işletme girişimleri yaratarak, ekonomik büyüme ve kapsayıcı kalkınma için gelirlerin yatay dağılımında, büyük fırsatlar ortaya çıkartmaktadır. İlave olarak, bu rotalar kültürel alışverişi teşvik etmekte, kültürel kimliği ve destinasyonun kültürel mirasını zenginleştirmekte, ziyaretçiler ile yerel topluluklar arasındaki bağların güçlenmesini sağlamaktadır.

Kültür rotalarının geliştirilmesi ve teşvik edilmesi 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde vurgulanan vizyona yönelik ilkelerin (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007) gerçekleştirilmesinde önemli bir rol oynayabilirler. Örneğin;

- Bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarının giderilerek sürdürülebilir kalkınma hedefine katkıda bulunulması,
- Turizmde rekabetin ucuz ürün yerine markalaşan turizm bölgeleri oluşturularak sağlanması,
- Turizmin gelişiminin sürdürülebilir çevre politikaları ile desteklenmesi,
- Uluslararası işbirliğinin güçlendirilmesi,
- Küresel eğilim taleplerinin izlenmesi ve buna yönelik planlama ve uygulamalar yapılması,
- Turizmde ürünün çeşitlendirilerek sezonun bütün bir yıla yayılması,
- Nitelikli turist sayısının ve turizm gelirlerinin artırılması,
- Turizmin geri kalmış bölgeler ve özellikle dezavantajlı grupların sosyo-ekonomik konumlarının güçlendirilmesinde bir araç olarak kullanılması.

Turizm ürünü olarak kültür yollarının geliştirilmesi, turizmin olumsuz etkilerinin en aza indirilmesini sağlayarak ekonomik ve sosyo-kültürel yararlarının maksimum düzeye çıkartılmasında gerçek bir potansiyele sahiptir. İlk olarak; kültürel mirası, birinci sınıf ekonomik değeri olan bir turizm ürünü olarak ön plana çıkartır. Aynı zamanda, kültür yollarının aktif ve etkin kullanımı bölgenin dengeli yönetimini sağlar. Kültür yollarının oluşturulup desteklenmesi, hem kültürel mirasın geliştirilip korunmasına, hem de yerel halkın ve işletmelerin ekonomik ve sosyal gelişimine destek olacaktır. Başarı ile yönetilen kültür rotalarının en büyük avantajlarından birisi de; yerel halk, turizm işletmeleri, sivil toplum kuruluşları, yerel ve merkezi yönetimler, ören yerleri ve restorasyon gibi mevcut diğer kaynaklarla sinerji, yaratarak yeni turizm çekiciliklerinin temelini oluşturma kabiliyetine sahip olmalarıdır.

KAYNAKÇA

Akgündüz, Y. & Kızılcalioğlu, G. (2016). Likya Yolu'nu Yürüyen Turistlerin Seyahat Motivasyonları ve Memnuniyet Düzeyleri. *Yönetim ve Ekonomi 23(3), Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F.*

Avrupa Konseyi (2016, 07 October), Cultural Routes of the Council of Europe. A Guide by Scienseed SL for the Cultural Routes of The Council of Europe, Madrid.

Avrupa Konseyi (2017). *"Impact of European Cultural Routes on SMEs' Innovation and Competitiveness"*. Erişim tarihi: 07.09.2017, http://culture-routes.net/sites/default/files/files/StudyCR_en.pdf

Avrupa Konseyi (Council of Europe) (2014). *"The Council of Europe's cultural routes - A Model For Intercultural Dialogue and Sustainable Social And Economic Development"*, Erişim tarihi: 10.09.2017, http://www.cyril-methodius.eu/wcd/events/conference_2015/01_sorina-culturalroutesprogramme.pdf

Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü (03.09.2012). *"Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesinin Kültür Yollarına İlişkin Genişletilmiş Kısmi Anlaşmayı Tesis Eden Kararına Katılmamızın Uygun Bulunduğuna Dair Kanun Tasarısı"*.

Berti, E. (2015, 1-5 June). *The Programme of Cultural Routes of the Council of Europe*, Cultural Routes Summer Seminar, Bad Iburg

Caminoways (2017). *"Camino de Santiago: Beginners Guide"*, Erişim tarihi:15.09.2017, https://caminoways.com/ experience/download-camino-ebooks

Cojocariu, S. (2015). Development of Cultural Routes: A Valuable Asset for Romania. *Procedia Economics and Finance, Elsewier 32, 959 – 967*

Conti E., Iommi, S., Piccini L. & Rosignoli S. (2014, 4-6 December). *The European Pilgrimage Routes as Economic Driver*, The Impact of The Francigena In Tuscany. International Conference - EPR 2014, The European Pilgrimage Routes for Promoting Sustainable and Quality Tourism in Rural Areas, Florence.

ÇEKÜL-Çevre ve Kültürel Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı (2012). Altın Rotalar Altın Üçgen: Aydın-Denizli-Muğla İşbirliği Planı, Kültür Rotaları Planlama Önerileri.

Eryurt, H. & Clow, K. (2016). *Kültür Rotaları Rehberi*, 1. Baskı, İstanbul.

Ferris, L. A. (2017). *30 Years of Pilgrim Statistics*. Erişim tarihi: 20.09.2017, https://thecaminoprovides.com/2017/01/31/30-years-of-pilgrim-statistics/

Genovese, R. A. (2016). Cultural Routes between East and West: A Network for Cooperation between Mediterranean Cities, Elsevier, Procedia – *Social and Behavioral Sciences, 223, 619-625.*

Gómez-Ullate, M. (2016). *Stakeholders, Networks and Fragility in Pilgrimage Cultural Routes*, Edited by Siguencia, L. O., Gomez-Ullate, M. Kamara, A., Cultural Management and Tourism in European Cultural Routes: from Theory to Practice, Publishing House of the Research and Innovation in Education Institute, Czestochowa, ISBN: 978-83-941533-2-8

Graf, M. & Popescu, J. (2016). Cultural Routes as Innovative Tourism Products and Possibilities of their Development. *International Journal of Cultural and Digital Tourism, 3(1), Spring.*

Häfele, E. (2013). *European Cultural Routes. A Practical Guide*. Federal Ministry of Economy, Family and Youth, Department for Tourism and Historic Objects, Viena, Austria

Kamara, A. (2016). *Cultural Heritage Enhancement as a Means for Touristic Empowerment of Regions and Entrepreneurs*, Edited by Siguencia, L. O., Gomez-Ullate, M. Kamara, A., Cultural Management and Tourism in European Cultural Routes: from Theory to Practice, Publishing House of the Research and Innovation in Education Institute, Czestochowa, ISBN: 978-83-941533-2-8

Karataş, E. (2015). *Kültür Rotaları Planlama Rehberi*, ÇEKÜL Vakfı - Tarihi Kentler Birliği Yayınları, Kılavuz Kitapçıklar Dizisi 3. ISBN: 978-975-92451-5-3. 386

Khovanova-Rubicondo, K. (2011). *Impact of European Cultural Routes on SMEs' Innovation and Competitiveness*. Council of Europe. Competitiveness and Innovation Framework Programme (CIP).

Khovanova-Rubicondo, K. M. (2012). *Cultural Routes as a Source for New Kind of Tourism Development. Evidence From The Council Of Europe's Programme*, Progress in Cultural Heritage Preservation – EUROMED.

KRD-Kültür Rotaları Derneği (2017). *"Rotalar"*, Erişim tarihi: 10.09.2017, http://cultureroutesinturkey.com/tr/#

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi (2023)*, Ankara

Mayorka Konseyi (Consell de Mallorca) (2014). *Good Practice Guide. Cultural Routes*. INTERREG IVC Project Charts, Departament de Medi Ambient. June.

Murray, M. (2014, January). *The Cultural Heritage of Pilgrim Itineraries: The Camino de Santiago*. Institute of Spatial and Environmental Planning School of Planning, Architecture and Civil Engineering Queen's University Belfast Working Paper No. 6

WTO (2015). *Global Report on Cultural Routes and Itineraries*. Affiliate Members Report: Volume 12. Contributing Editor: Margalida Picornell Vaquer the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain.

Xia, Y. L. & Ya, Z. G. (2005, 17-25 October). *Protecting, Managing, and Sustaining Cultural Routes and Their Settings: Cultual Consistency and Diversity*, ICOMOS 15th General Assembly and Scientific Symposium, Xi'an, China.