

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİMDALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASLARIN YARATICI TURİZM
KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: İNCE EKMEK YAPIMI VE
PAYLAŞIMI GELENEĞİ, ERZURUM ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Bedrettin BOZTOPRAK

HAZİRAN - 2021

GÜMÜŞHANE



GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASLARIN YARATICI TURİZM
KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: İNCE EKMEK YAPIMI VE
PAYLAŞIMI GELENEĞİ, ERZURUM ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Bedrettin BOZTOPRAK

HAZİRAN - 2021

GÜMÜŞHANE



GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASLARIN YARATICI TURİZM
KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: İNCE EKMEK YAPIMI VE
PAYLAŞIMI GELENEĞİ, ERZURUM ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Bedrettin BOZTOPRAK

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Uğur AKDU

HAZİRAN - 2021

GÜMÜŞHANE

BİLDİRİM

Yüksek Lisans olarak hazırlamış olduğum “Somut Olmayan Kültürel Mirasların Yaratıcı Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi: İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği, Erzurum Örneği” isimli bu çalışmanın, tamamen kendi çalışmam olduğunu, her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve alıntı yaptığım tüm çalışmaların kaynakçada yer aldığını taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

22/06/2021

.....
Bedrettin BOZTOPRAK

ÖNSÖZ

Yüksek Lisans eğitimim ve tez çalışma sürecimde desteğini hiçbir zaman esirgemeyen ve tecrübeleriyle bana yol gösteren değerli danışmanım Doç. Dr. Uğur AKDU' ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Değerli vakitlerini ayırarak tez savunma sürecimde yer alan kıymetli jüri üyeleri Dr. Öğretim Üyesi Serpil KOCAMAN' a ve Dr. Öğretim Üyesi Mehmet Halit AKIN' a öğretici, yol gösterici tavsiyeleri ve nezaketlerinden dolayı teşekkürlerimi sunarım.

Tez sürecim boyunca yanımda olan ve desteğini her zaman hissettiğim kıymetli arkadaşım Sibel DURAN' a teşekkür ederim.

Gümüşhane – 2021
Bedrettin BOZTOPRAK

ÖZET

BOZTOPRAK, Bedrettin. Somut Olmayan Kültürel Mirasların Yaratıcı Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi: İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği, Erzurum Örneği, Yüksek Lisans Tezi, 2021, (XV + 93)

Turizm sektörü sosyal, siyasal, teknolojik, toplumsal ve ekonomik gelişmelerden etkilenen bir sektördür. Etkilendiği bu gelişmeler ile beraber ilerleme göstermesiyle birlikte turizm türlerinde ve turizm tercihlerinde de çeşitlilikler görülmeye başlanmıştır. Dünyada önemli sektörlerden biri olan turizm sektörünün ilk kuşağını deniz-kum-güneş üçlüsünün oluşturduğu klasik turizm oluşturur. İkinci kuşağı ise daha çok müze ve kültürel gezileri içeren kültür turizmi oluşturmaktadır. Turizm faaliyetlerine katılanlara bölge kültürü ile etkileşim kurup özgün deneyimler katarak eğlence, kültür ve deneyimi birlikte sunan üçüncü kuşak, kültür turizminin uzantısı olarak kabul edilen yaratıcı turizmdir.

Yapılan bu çalışmada nitel araştırma modeli uygulanmıştır. Bu çalışmada olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme (Snowball Sampling) benimsenmiştir. Çalışmada somut olmayan kültürel miraslarımızdan ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği Erzurum bölgesi esas alınarak yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi amacıyla öncelikli olarak alan araştırması tasarlanarak yürütülmüştür. Nitel çalışmalarda yaygın olarak kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği bu çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Erzurum’da somut olmayan kültürel mirasımız olan ince ekmek yapımı ve paylaşımı kültürü ile yaratıcı turizm kapsamında görüş ve düşüncelerini alabileceğimiz farklı işletme çalışanları ile yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak Kasım ayı içerisinde veri toplanmıştır. Çalışma sonucunda işletme sahipleri ve çalışanlar somut olmayan kültürel miraslarımızdan biri olan ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneğinin yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi konusuna sıcak bakmışlardır.

Anahtar Kelimeler: Somut Olmayan Kültürel Miras, Kültürel Miras, Yaratıcı Turizm, İnce ekmek Yapımı, Erzurum

ABSTRACT

BOZTOPRAK, Bedrettin. Evaluation of Intangible Cultural Heritage Elements Within the Scope of Creative Tourism: The Tradition of Making and Sharing Thin Bread, An Example from Erzurum, Master’s Thesis, 2021, (XV + 93)

The tourism sector is affected by social, political, technological and economic developments. It also flourishes together with all these sectors. There has also been a diversification in terms of types of tourism as well as preferences for tourism. The first phase of the tourism sector, which is among the important industries in the world, is the classical tourism that includes the concept of sea, sand and sun. The second phase is related to the cultural tourism concerning museums and cultural tours. The third phase is called the creative tourism, which is considered to be a continuation of cultural tourism, providing tourists with the opportunity of interacting with the local culture while having unique experiences as well as fun.

In this study, qualitative research model is applied. Snowball Sampling, which is among nonprobability sampling methods, is also employed. In this study, the tradition of making and sharing thin bread, an element of our intangible cultural heritage, is evaluated based on the related practices in Erzurum within the scope of creative tourism. In accordance with this purpose, a field research is conducted. Semi-structured interview technique, which is extensively used in qualitative research, is used in this study as a data collection tool. Data collection process is conducted in November applying face-to-face interview technique with employees from various businesses who expressed their opinions about the tradition of making and sharing thin bread in Erzurum as an element of our intangible cultural heritage and within the scope of creative tourism. In conclusion, both the employers and employees approved the idea of evaluating the tradition of making and sharing thin bread, an element of our intangible cultural heritage, within the scope of the creative tourism.

Keywords: Intangible Cultural Heritage, Cultural Heritage, Creative Tourism, Making Thin Bread, Erzurum

İÇİNDEKİLER

DIŞ KAPAK

İÇ KAPAK

KABUL VE ONAY HATA! YER İŞARETİ TANIMLANMAMIŞ.

BİLDİRİM III

ÖNSÖZ.....IV

ÖZET.V

ABSTRACTVI

İÇİNDEKİLER VII

TABLolar LİSTESİ.....XI

ŞEKİLLER LİSTESİ.....XII

FOTOĞRAFLAR LİSTESİXIII

KISALTMALAR LİSTESİ.....XIV

GİRİŞ.....1

BİRİNCİ BÖLÜM

**1. SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS KAVRAMI VE İNCE EKMEK
YAPIMI VE PAYLAŞIMI GELENEĞİ.....3-22**

1.1. Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramı ve Kapsamı 3

1.1.1. Unesco.....5

1.1.2. Kültür 6

1.1.3. Kültürel Miras 8

1.1.4.	Somut Kültürel Miras.....	9
1.1.5.	Somut Olmayan Kültürel Miras	10
1.1.5.1.	Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması	11
1.1.5.2.	Somut Olmayan Kültürel Mirasların Turizm Açısından Önemi	13
1.1.5.3.	Türkiye'nin Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi	14
1.1.5.3.1.	İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği	20

İKİNCİ BÖLÜM

2. YARATICI TURİZM	23-55
2.1. Yaratıcılık Kavramı	23
2.2. Yaratıcılık, Kültür ve Turizm İlişkisi	24
2.3. Yaratıcı Turizm Kavramı	28
2.3.1. Yaratıcı Turizmin Özellikleri ve Faydaları	32
2.3.2. Yaratıcı Turizmin Gelişimi	34
2.3.3. Yaratıcı Şehir Ağları	36
2.3.4. Yaratıcı Turizm Modelleri	37
2.4. Yaratıcı Turizmin Olumlu ve Olumsuz Yönleri.....	43
2.4.1. Yaratıcı Turizmin Olumlu Yönleri.....	44
2.4.2. Yaratıcı Turizmin Olumsuz Yönleri	45
2.5. Yaratıcı Turizm Talebi	46
2.5.1. Yaratıcı Turistler	49
2.5.1.1. Yaratıcı Turist Çeşitleri	50
2.6. Yaratıcı Turizm Arzı	50
2.7. Yaratıcı Turizme Dünyadan Örnekler	53

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASLARIN YARATICI TURİZM KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: İNCE EKMEK YAPIMI VE PAYLAŞIMI GELENEĞİ, ERZURUM ÖRNEĞİ.....	56-73
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	56
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	56
3.3. Araştırmanın Yöntemi	57
3.3.1. Görüşme Sorularının Hazırlanması.....	60
3.3.2. Görüşme Süreci	61
3.3.3. Verilerin Analizi.....	62
3.4. Araştırma Bulguları	63
3.4.1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler	63
3.4.2. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Hammadde ve Oranlar Hakkındaki Düşünceleri	64
3.4.3. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Pişirme Teknikleri Konusunda Düşünceleri	65
3.4.4. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Hazırlama ve Pişirme Aşamalarında Kullandıkları Araç ve Gereçler.....	65
3.4.5. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Hazırlama ve Pişirme İşlemi Sonuna Kadar Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar Konusunda Düşünceleri	66
3.4.6. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Sunumunda Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar Konusunda Düşünceleri	67
3.4.7. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Yapımından Sonra Saklama Koşulları ve Dayanma Süresi Konusunda Düşünceleri.....	68
3.4.8. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Tüketimi Konusunda Tavsiyeleri	68
3.4.9. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmek Yapımını Başkasına Öğretmeleri İle İlgili Düşünceleri.....	69
3.4.10. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Hobi Olarak İnce Ekmek Yapımını Öğrenmek ve Deneyimlemek İçin İnsanların İşletmelerine Gelmeleri Konusundaki Düşünceleri.....	69

3.4.11. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Grup Olarak Gelebilecek Potansiyel Ziyaretçilere Yetecek Teknik Donanımlarının Olup Olmadığı ve Bir Seferde Kaç Kişiyi Ağırlayabilecekleri ile İlgili Düşünceleri	70
3.4.12. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Grup Olarak Gelebilecek Potansiyel Ziyaretçilerden Kazanç Sağlamaları ile İlgili Düşünceleri	71
3.4.13. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Yörede İnce Ekmek Yapımını Meslek Edinebilecek Başka İnsanların Olup Olmadığıyla İlgili Düşünceleri	71
3.4.14. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmek Yapımının Turistik Ürüne Dönüştürülmesi ile İlgili Eğitim ve Seminerlere Katılmalarına İlişkin Düşünceleri	72
3.4.15. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Bölgeye Gelen Ziyaretçilerin Yörede Yapmalarını Önerdikleri Aktiviteler ve Ziyaret Etmeleri Gereken Yerler Konusunda Tavsiyeleri	73
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	74
KAYNAKÇA	77
EKLER	
EK 1. FOTOĞRAFLAR.....	89
EK 2. İZİN BELGESİ	91
ÖZGEÇMİŞ.....	93

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Kùltür Turizmi ile Yaratıcı Turizm Arasındaki Farklılıklar	29
Tablo 2. Yaratıcı Turizm Amaçlı Kullanılabilecek Kùltürel Kaynaklar.....	31
Tablo 3. Yaratıcı Turizm Ağlarına Örnekler.....	53
Tablo 4. Yaratıcı Destinasyon Örnekleri	55
Tablo 5. Katılımcıların Tanımlayıcı Bilgileri	63

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Yaratıcılık ve Turizm.....	27
Şekil 2. Kurumsal Karne Modeline Göre Oluşturulmuş Yaratıcı Turizm Fizibilite Testi	39
Şekil 3. Yaratıcı Turizm İş Modeli	40
Şekil 4. Yaratıcı Turizm İş Modeli	41
Şekil 5. Yaratıcı Turizmin Olumlu ve Olumsuz Yönleri	43

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Fotoğraf 1. Rapata.....	89
Fotoğraf 2. Rapatanın Kullanımı.....	89
Fotoğraf 3. Tandır	89
Fotoğraf 4. Tandırda İnce Ekmeğin Yapımı	90
Fotoğraf 5. İnce Ekmek.....	90

KISALTMALAR LİSTESİ

TÜRKÇE		İNGİLİZCE	
KTB	Kültür ve Turizm Bakanlığı	UCCN	UNESCO Creative City Network
KVMGM	Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü	UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
TDK	Türk Dil Kurumu	OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
SOKÜM	Somut Olmayan Kültürel Miras		
vb.	ve benzerleri		
vd.	ve diğerleri		
y.y.	Yüzyıl		
myo	Meslek yüksek okulu		

GİRİŞ

Kültür, ilk yaşandığı dönemin tarihini ileriki nesillere aktaran tanıklardır. Geçmişten günümüze miras olarak kalan kültür günümüzden de gelecek nesillere korunarak aktarılmalı, miras olarak bırakılmadır. Kültürel miras, dünyanın varoluşundan bu yana farklı dönemlerde varlığını sürdüren topluluklar ile bu toplulukların sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel yaşamları ile ilgili kabul gören en sağlam bilgileri edindiğimiz temel bilgi kaynağıdır. Bu yüzden her toplum kendi dönemine ışık tutması için kültürel mirasına sahip çıkmalı onu gelecek nesillere aktarabilmedir. UNESCO'nun somut kültürel miras kavramı üzerinde kültür varlıklarının korunması amacı ile yaptığı çalışmalar sonucunda somut olmayan kültürel miras kavramı ortaya çıkmıştır. Somut olmayan kültürel miras öğelerinden biri ince ekmek yapımı ve paylaşımı kültürü: lavaş, katırma, jupka ve yufkadır. Toplu iş gücü ve paylaşım dayalı olarak hazırlanan ince ekmeğin yapımında geleneksel uygulamalar bulunmaktadır. Bu uygulama tam bir toplumsal dayanışma örneği olan imece usulü çalışmadır. İmece usulü çalışmada komşular birbirleriyle yardımlaşarak her aileye ekmek pişirilir. İnce ekmek kırsal kesimde aile bireyleri ve komşular ile birlikte yapılırken merkezi konumdaki yerleşimlerde fırınlarda ve tandırlarda usta ve çıraklar tarafından yapılır.

Turizm faaliyetlerine katılanlara bölge kültürü ile etkileşim kurup özgün deneyimler katarak eğlence, kültür ve deneyimi birlikte sunan üçüncü kuşak turizm çeşidi, kültür turizminin uzantısı olarak kabul edilen yaratıcı turizmdir. Fakat genelde kültür turizminin bir kolu olarak düşünülen yaratıcı turizm, esasen kültür turizminden farklı bir konumda bulunmaktadır. Yaratıcı turizm, turistlerin farklı kültürleri görerek tanımlarını, kültürel etkinliklere katılmalarını ve yerel kültürel unsurları keşfetmeye olanak sağlayan yeni nesil bir turizm çeşididir. Kısaca yaratıcı turizm seyahat, kültür ve eğlenceyi aynı anda bir arada sunan bir turizm çeşididir. Yaratıcı turizmin bir özelliği de bir bölgeye ait olan kültürel değerleri turizm için çekicilik faktörü yapmasıdır. Yaratıcı turizm sayesinde turistler bölgede bulunan kültüre aktif katılım sağlarlar. Böylece bölge insanı ile iletişimleri de artmış olur.

Kültür turizmine katılan turistler gittikleri bölgenin tarihini veya kültürünü izlerlerken, yaratıcı turizm etkinliklerine katılan turistler sadece izlemekle yetinmez yerel kültürü o bölgede yaşarlar. Örneğin bazı turistler Fransa'ya şarap tadımına giderken yaratıcı turistler bağ bozumuna katılıp kendi topladıkları üzümlerden şarap yaparlar. Yaratıcı turistlerin öğrenerek bizzat uygulamayı isteyebilecekleri bazı alanlar vardır. Bu alanlara gastronomi, tasarım, doğa, spor dalları, sanat ve el sanatları, maneviyat-inanç, sağlık ve şifa vb. örnek olarak gösterilebilir. Yaratıcılık temelli olan saydığımız bu alanlar turizmde gelişme sağlamış ve gelecekte de bu gelişmelerinin devam etmesi yük ihtimaldir.

Toplam üç bölümden oluşan bu araştırmanın birinci bölümünde; somut olmayan kültürel miras kavramı ile ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneğinin detaylarına girilerek açıklanmış, akabinde somut olmayan kültürel mirasların turizm açısından önemine değinilmiştir. İkinci bölümde ise yeni bir turizm çeşidi olan yaratıcı turizm kavramına değinilmiş ve bu konu örneklerle desteklenerek açıklanmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise, araştırmanın amacı ve önemi, evreni ve örneklemini hakkında bilgilendirme yapılarak araştırmanın yöntemi ile ilgili açıklama yapılmıştır. Ardından yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle elde edilen verilerin analizi ve bulguları kapsamlı bir şekilde değerlendirilerek araştırma bulguları yorumlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS KAVRAMI VE İNCE EKMEK YAPIMI VE PAYLAŞIMI GELENEĞİ

Bu bölümde, UNESCO tarafından koruma altına alınan Türkiye'nin somut olmayan kültürel miraslarına ve Türkiye'nin somut olmayan kültürel miraslarının turizm sektörü ile ilişkisine değinilmiştir.

1.1. Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramı ve Kapsamı

Kültürel kimliğin bir bölümünü oluşturan somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) kavramı, toplulukları oluşturan insanlar tarafından gelecek nesillere aktarılan ifadeleri, uygulamaları, bilgiyi, becerileri ve temsilleri içermektedir. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi 17 Ekim 2003 tarihinde bu mirasın korunup nesilden nesile aktarılması için UNESCO Genel Kurulu'nda kabul edilmiştir. 2006 yılında Türkiye bu sözleşmeyi imzalayarak taraf olmuştur (Pekerşen ve Çalık, 2017: 341).

Somit olmayan kültürel mirasın işlevlerini aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür(Rzayeva, 2019: 64);

1. Toplumsal hayatta birlik içerisinde yaşamayı ve dayanışmayı gerçekleştirmesi,
2. Toplulukların kültürlerini unutup yabancılaşmalarını önlemesi,
3. İnsanların yaratıcı olmalarına ve kültürel açıdan zenginliğe katkıda bulunması,
4. Toplulukların kültürel olarak belli düzeyde kalmalarını ve kültürlerini anlamalarını sağlaması,

UNESCO'nun da etkisiyle oluşturulan araçlar sayesinde “Kültürel Miras” teriminin içeriği son on yılda önemli şekilde değişmiştir. Kültürel miras sadece anıt ve nesnelerden ibaret değildir. Bunun yanında geçmişten günümüze kadar gelen sözlü gelenekler, sanat uygulamaları, sahne sanatları, festival etkinlikleri, sosyal uygulamalar, ritüeller, evren ve doğa ile ilgili uygulama ve bilgiler gibi gelenekleri ya da yaşam biçimlerini de içermektedir (UNESCO, 2020c).

Somit Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'ne konu olan somut olmayan kültürel miras değerleri beş kategoride değerlendirilmiştir. Bunlar(UNESCO, 2020);

- a) Somut olmayan kültürel mirasın gelecek nesillere anlatılmasını sağlayan dil ile sözlü anlatımlar ve sözlü gelenekler,
- b) Meddah, Halk tiyatrosu, kukla, karagöz, vb. kültürleri içinde barındıran gösteri sanatları,
- c) Nişan, düğün, doğum gibi kutlamaları içine alan toplumsal uygulamalar,
- d) Halk hekimliği, geleneksel yemekler vb. Kültürleri içinde barındıran doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar,
- e) Bakırcılık, demircilik, dokumacılık gibi kültürleri içinde barındıran el sanatları geleneği,

Birbirinden farklı toplumların somut olmayan kültürel miraslarının bilinmesi, kültürler arasındaki iletişime katkı sağlar ve karşılıklı saygıyı ön plana çıkarır. Somut olmayan kültürel miras, o kültürün ortaya çıkması değil geçmişten geleceğe miras bırakılan bilginin ve becerinin zenginliğidir. Bir bilginin nesilden nesle geçmesinin ekonomik ve sosyal değeri, bir devlette bulunana ana sosyal gruplar ve azınlık gruplar için geçerlidir. Bu durum gelişmiş devletlerin yanında gelişmekte olan devletler için de önemlidir (UNESCO, 2020c).

Nesilden nesle aktarılan adetler ve gelenekler, sosyal uygulamalar ve etkinlikler, festivaller, sanatsal aktiviteler, geleneksel sanata ilişkin uygulamalar ve bilgiler, doğa ve evren hakkında uygulamalar ve bilgiler somut olmayan kültürel miras kapsamında yer almaktadır (UNESCO, 2020a). Kişilerin ve toplumların geçmişleriyle olan iletişimleri ve etkileşimleri doğrultusunda nesilden nesile yayılan somut olmayan kültürel miras devamlı olarak yeniden oluşturulmaktadır. Bunun yanı sıra somut olmayan kültürel miras toplumlara kimlik ve devamlılık hissi katarak kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına olan saygıya da katkı sağlamış olur (alık ve demiş, 2018: 235).

Ülkelerin sahip olduğu somut olmayan kültürel miras unsurlarının korunması ve evrensel kültür birikimine sunulması 2003 yılında somut olmayan kültürel mirasın korunması sözleşmesi sayesinde gerçekleşmiştir. Bu sözleşme kültürel miras kavramının yalnızca fiziki unsurlardan ibaret olmadığını ortaya koymaktadır. Aynı zamanda farklı bölgelerdeki farklı toplulukların kendilerine has değerlerini de

kapsayarak bu değerlerin yaşatılması için yaptırım uygulamaktadır. Ayrıca bazı somut olmayan kültürel miras unsurları birden fazla ülkeye ait kültürel değerler olabilmektedir. Bu durum sayesinde ülkeler arasında ciddi boyutta yakınlaşma, ortak çalışma, işbirliği ve karşılıklı olarak değerbilirliğin artması açısından önem taşımaktadır (Türkoğlu, 2019; 16).

1.1.1. Unesco

“United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization” Türkçe “Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu” anlamına gelmektedir ve dünya genelinde, kurumun İngilizce isminin baş harfleri kullanılarak oluşturulan UNESCO olarak anılmaktadır. UNESCO’nun önemli gördüğü görevlerinin başında “İnsanlığın zihninde barışı inşa etmek ve bu sırada eğitim, doğa bilimleri, sosyal ve beşeri bilimler, kültür, bilgi ve iletişimi aracı olarak kullanmak” gelmektedir (UNESCO, 2020b).

Birleşmiş Milletler liderliğinde kurulan bu kurumsal yapı, dünyada bulunan doğal ve kültürel mirasları, bütün halkların ortak mirası kabul etmekte ve yalnızca günümüz kuşağının sahip olduğu veya olacağı değerler değil aynı zamanda gelecek kuşakların hakkı olan zenginlikler olduğunu desteklemektedir. Bu amaçla UNESCO’nun misyonu özetle şu şekildedir (UNESCO, 2020);

- Ülkelerin Dünya Miras Sözleşmesine üye olmalarını sağlamak ve bu ülkelere ait olan mirasları koruma altına almak,
- Sözleşmeye üye olan ülkelerin kültürel ve tarihi miraslarını Dünya Miras Listesine kaydedilmeleri için aday göstermeleri konusunda yardım etmek,
- Dünya Miras Sözleşmesine üye ülkelerin Dünya Miras alanları için raporlama sistemi oluşturarak mevcut durumlarını ve yönetim planlarını oluşturmalarını sağlamak,
- Sözleşmeye üye ülkelere teknik konularda yardımcı olarak ve profesyonel kadrolarla eğitim vererek yardımcı olmak.
- Dünya Miras alanları içerisinde tehlikeli durumda bulunanlara hızlı şekilde yardım sunmak,
- Sözleşmeye üye ülkelerin Dünya Miras alanlarının korunması konusunda toplumu bilgilendirmeleri için yardımcı olmak,

- Bölge halkını bilgilendirerek doğal ve kültürel mirasların korunması konusunda aktif katılımı bulundurmaları sağlamak,
- Doğal ve kültürel mirasların korunması için uluslararası alanda birlik olunması için destek vermek,
- Bu sözleşmeyi onaylayanın faydalarından en önemlisi daha iyi bir dünya için büyük sorumluluklarla çalışmalarını sürdüren uluslararası düzeydeki bu topluluğun bir parçası olmaktır.

Türkiye 20 Mayıs 1946 tarihli ve 4895 sayılı kanun ile UNESCO Sözleşmesini onamıştır. Bu onama ile birlikte UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, UNESCO Kuruluş Sözleşmesinin 7. Maddesine göre 25 Ağustos 1949 tarihinde UNESCO Genel Direktörlüğünün ülkemizdeki tek ve yasal temsilcisi olarak faaliyete geçmiştir (UNESCO, 2020). Eğitim, bilim ve kültür alanlarında faaliyetlerini yürüten UNESCO toplamda içerisinde 195 üye devlet barındırmaktadır. Ayrıca Türkiye UNESCO'ya dahil olan ilk 20 ülke içerisinde (Akcaoglu, 2017: 16). 4 Kasım 1946 tarihinde UNESCO Kuruluş Sözleşmesi'ni imzalayan 20 ülke şunlardır; “Avustralya, Birleşik Krallık, Birleşik Devletler, Brezilya, Çekoslovakya, Çin, Danimarka, Dominik Cumhuriyeti, Fransa, Güney Afrika, Hindistan, Kanada, Lübnan, Meksika, Mısır Norveç, Suudi Arabistan, Türkiye, Yeni Zelanda ve Yunanistan” (UNESCO, 2020).

1.1.2. Kültür

Latince “cultur” kelimesinden gelen kültür aslında “Colera” dan türetilmiştir. Bu fiil Latince’ de inşa etmek, süslemek, bakmak, tarım, işlemek, yetiştirmek anlamlarına gelmektedir (Kocadaş, 2006: 2). Kültür sözcüğünün ilk kullanımının tarım ile ilgili olduğu bilinir. Latince’ de toprak kültürü demek olan “edere-cultura” sözcüğü dilbilimcilere göre “kültür” kelimesinin türediği ilk kelimedir (Ar, 2015: 7).

Birçok bilim dalının alanına giren “Kültür” kavramı hakkında her bilim dalı kendi alanları ile alakalı tanımlar yapmıştır. Aynı zamanda her bilim dalı kültür kavramının özelliklerini de kendi alanlarına göre belirlemişlerdir (Şahin, 2010: 17). Kültür, toplumların tarihlerinden gelen maddi değerler ile manevi mirasın toplamı şeklinde söylenebilir (Sarioğlu, 2005: 72-73). Bir diğer tanıma göre kültür, kişilerin yaptığı, düşündüğü ve oluşturduğu unsurların bütünüdür. Bu doğrultuda kültür, süreçler

ve bu süreçler neticesinde oluşan ürünler olarak tanımlanabilmektedir (Aliağaoğlu, 2004: 51).

Kültür ile ilgili çok fazla tanım yapılmıştır. Yapılan bu tanımlardan en çok bilineni Edward B. Taylor tarafından yapılmıştır: “Uygarlık veya kültür, etnografik olarak düşünüldüğünde, toplum içerisinde bulunan birey tarafından kazanılan aynı zamanda inanç, hukuk, bilgi, sanat, gelenek ve diğer bütün alışkanlıkları ve kabiliyetleri içine alan karmaşık bir olgudur” (Akcaoğlu, 2017: 3).

Williams’a göre tarihsel süreçte kültür kelimesinin kullanıldığı üç yer dikkat çekmektedir. Bunlardan ilki 18. yy’ dan sonra estetik, manevi ve zihinsel gelişimle ilgili bir süreci anlatan kültürdür. İkincisi genel ya da özel kullanımı fark etmeksizin bireyin, toplumun veya toplulukların yaşam şekillerini anlatan kültürdür. Üçüncüsü ise sanatsal ve düşünsel olayların ürünleri anlamında kullanılan kültürdür (Oğuz, 2011: 128).

UNESCO tarafından düzenlenen Dünya Kültür Politikaları Konferansı Sonuç Bildirgesi’nde bulunan tanımına göre en geniş anlamıyla kültür, bir toplumu ya da toplumsal bir grubu tanımlayan belirgin maddi, manevi, zihinsel ve duygusal özelliklerin bileşiminden oluşan bir bütün ve sadece bilim ve edebiyatı değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini, insanın temel haklarını, değer yargılarını, geleneklerini ve inançlarını da kapsayan bir olgudur. (UNESCO, 2020d)

Bir toplumu diğer toplumlardan ayıran yaşama biçimleri ve milli değerleri o toplumun kültürünü oluşturur. Millet kavramının temel yapıtaşlarından biri olan kültür ahlakı, sanatı, örf ve adetleri, bilgiyi, içinde yaşadığı toplumdan kazandığı yetenek ve alışkanlıkları içine alan, günümüze kadar miras olarak gelen maddi ve manevi değerlerin tamamıdır. Kültür kavramının yok olmaması için bu değerler yaşatılmalı sonraki nesillere aktarılmalıdır (Türker ve Çelik, 2012: 87).

Kültürleri değerli kılan birbirlerinden farklı olmalarıdır. Bu durum kültürü ilgi çekici kılar. Bir toplumun içinde barındırdığı kültürdeki alışkanlıklar ve gelenekler bakımından hassas olmasına neden olur. Toplum içerisindeki kültürün değişmesi ya da bozulması bu hassasiyetin temel nedenidir (Akcaoğlu, 2017: 18).

Kültürün özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz (Oğuz, 2011: 133);

- Kültür, sonradan öğrenilebilen alışkanlık, bilgi ve davranışlardır. Bu yönüyle bilginin eğitimin kurallarına uygun olduğu söylenebilir,
- Kültür nesiller boyunca dil sayesinde aktarılabilir. Yaşayarak edinilen birikimler gelecek nesillere aktarılarak varlığını devam ettirir.

- Her toplumun kendine özgü kültürel öğretileri vardır. Toplumların sahip olduğu bu öğretiler o toplumun kültürünü şekillendirir. Kültürün devamlılığı toplumun devamlılığına bağlıdır.
- Kültür her ne kadar toplumsal hayat içerisinde oluşsa da kişisel davranışlar kültür içerisinde öneme sahiptir. Kişisel davranışlar toplum içerisinde öğrenilmiş olabilir fakat toplumun öğrettikleriyle benzerlik göstermeyebilir,
- Kültür kişilerin toplumsal ve yaşamsal ihtiyaçlarını karşılayabilen bir unsurdur. Yaşamsal ihtiyaçlar topluma göre değişmez. Bu ihtiyaçların birbirlerine benzemesi ihtiyaçları karşılayan kurumlarında benzer olmasını sağlamıştır,
- Kültür bütünleştirici bir etkiye sahip olduğu kadar ayrıştırıcı bir etkiye de sahiptir. Birbirleri ile uyum içinde bulunan kültürler bütünleşme yönlü bir etki gösterirler.
- Kültür yaşamla alakalı soyut bir kavramdır. Gözlemlenebilen maddi bir kavram olmayan kültür gerçeğin soyut halidir.

1.1.3. Kültürel Miras

En basit tanımıyla kültürel miras, belli bir dönemde yaşayan insanların kendilerinden sonraki nesle bıraktıkları her şeydir (Çapar ve Yenipınar, 2016:103). Kültürel miras; "geçmişten miras alınan ve farklı nedenlerle geleceğe miras bırakılmak istenen, fiziksel olarak var olan ve insanlar tarafından yapılmış her türlü eserler ile bir topluma ait değerler bütünü olarak" tanımlanabilir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009, 3).

Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi'nin 1972'de imzalanmasıyla birlikte korunması gereken miraslar doğal ve kültürel miras olarak iki farklı başlıkta incelenmiştir. Sözleşmede "yapı toplulukları, anıtlar ve sitler" kültürel miras olarak tanımlanırken, Biyolojik ve fiziksel oluşumlar veya bu tarz oluşum topluluklarından meydana gelen doğal anıtlar, hayvan ve bitki türlerinin yetiştiği alanlar, jeolojik fizyografik oluşumlar ve doğal sitler "doğal miras" başlığında yer almaktadır (Basat, 2013: 62).

Kültürel miras veya kültürel varlıklar; Somut olmayan (adetler, inanışlar, gelenekler vb.) ve somut değerler (sanatsal, mimari ve arkeolojik yapılar) olarak

tanımlanır. Bu değerler kendi içlerinde mimari yapıları, gelenekleri, sembolleri, anıtları barındırırlar ve bir ülkeyi, bölgeyi veya yerleşim alanını tanımlarlar (Güdü Demirbulat vd., 2015: 65-66).

Değişik dönemlerde hayatta olan toplumlar ve bu toplumların siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel yaşantılarıyla ilgili en doğru bilgileri veren temel bilgi kaynağı kültürel mirastır (Ar, 2015: 12). Kültür ortaya çıktığı tarihi gelecek nesillere gösteren tanıklardır. Kültür farklılıkları toplumları birbirinden ayırır ve bu farklılıklar ile toplum içindeki alt kültürlerin korunması insanlık tarihinin korunması demektir (Akay, 2006: 41).

UNESCO gibi uluslararası kuruluşların hazırlamış olduğu sözleşmeler ile uluslararası hukuk metinlerinde kültürel miras 4 başlık altında kategorize edilmiştir. Bunlar (Kuşçuoğlu Öksüz ve Taş, 2017: 60);

1. Somut kültürel miras, Taşınabilir ve taşınamaz somut kültürel miraslar şeklinde iki çeşittir. El yazmaları, tablolar, heykeller vb. taşınabilir somut kültürel mirası, tarihi kentler, anıtlar arkeolojik çalışmalar taşınmaz somut kültürel mirası oluşturur.
2. Sözlü gelenekler, gösteri sanatları, ritüeller vb. oluşturduğu Somut olmayan kültürel miras.
3. Sualtı kentleri, batıklar Sualtı kültürel mirası oluştururlar,
4. Doğal sitler, kültürel peyzajlar vb. Jeolojik, biyolojik Doğal mirası oluştururlar.

UNESCO Kültürel Miras'ı Somut kültürel miras ve Somut olmayan kültürel miras olmak üzere ikiye ayırmıştır. Bu iki kavram tezimizle ilişkili olduğu için aşağıda detaylı olarak ele alınmıştır.

1.1.4. Somut Kültürel Miras

Kültürün yaşatılması ve korunması için yapılan çalışmalar dinamik ve durağan kavramları ile açıklandıkları görülmektedir. Bu kavramlar kültürel miraslar ile birlikte değerlendirilmek istendiğinde somut olmayan kültürel mirasın dinamik, somut kültürel mirasın durağan olduğu gözlemlenmektedir. Bu sebeple somut olmayan kültürel miras ile somut kültürel mirası koruma anlayışları arasında ciddi farklılıklar meydana gelmektedir. Somut kültürel mirası örnek alacak olursak tarihi bir yapı kendi çevresinde

bulunan yaşamsal oluşumlar ile birlikte değerlendirildiğinde yalnız başına değerlendirilmesine göre daha geniş ve bütüncül bir anlam ortaya çıkmaktadır.

Tarihi dönemlere ve tarih öncesi devirlere ait olan kültür, bilim, güzel sanatlar ve din ile ilgili veya tarihi devirlerde ya da tarih öncesi dönemlerde sosyal hayata konu olmuş kültürel ve bilimsel yönden özgün olan dünya üzerindeki bütün taşınmaz ve taşınır varlıkların tamamı somut kültürel varlıkları oluşturur (Sidekli ve Karaca, 2013: 21). Taşınmaz kültürel mirasa kültürel manzaralar, mimari eserler, kanallar, anıtlar, tarihi parklar, köprüler, tarihi ve arkeolojik merkezleri örnek vermenin yanı sıra, resim eski para, heykel, süs ve takı eşyaları vb. şeyler taşınabilir kültürel mirasa örnek olmaktadır. UNESCO'nun 1972'de hazırladığı Dünya Mirası Sözleşmesi'ne göre Somut Kültürel Miras kavramı anıtlar, yapı grupları ve sitlerden oluşmaktadır. Bu kavramlar aşağıdaki gibi açıklanabilir (Güdü Demirbulat, Saatçi ve Avcıkurt, 2015: 65-66);

Anıtlar: Bilim, sanat ve tarih açısından önemli mimari eserler, resim ve heykel alanındaki önemli eserler, arkeolojik öneme sahip yapılar, mağaralar ve kitabeler.

Yapı Toplulukları: Sanat, bilim ve tarih açısından önemli değere sahip mimarileri, arazi üzerindeki yerleri ve uyumları ile ayrı veya birleşik yapı topluluklarıdır.

Sitler: Antropolojik, etnolojik, estetik veya tarihsel yönden ender evrensel değere sahip insanlar tarafından yapılmış eserler ya da doğa ile insanın birlikte ortaya çıkardığı eserleri ve arkeolojik alanları kaplayan yerlerdir.

Her toplumun kültürü ve kültürel değerleri çok önemlidir. Fakat bu değerler korunduğu ve iyi yönetildiği zaman sürdürülebilirlikleri sağlanmış olmaktadır. Tarihi yerlerin ve müzelerin korunması bu aşamada önem arz etmektedir (Güdü Demirbulat, Saatçi ve Avcıkurt, 2015: 65-66).

1.1.5. Somut Olmayan Kültürel Miras

Yüzyıllardır kültür kavramının var olmasına karşılık somut olmayan kültür kavramı globalleşen dünya ile ortaya çıkmıştır. Devletlerin küreselleşmesi sonucunda bazı tehditler ortaya çıkmıştır. Bu tehditlerden bazıları; yozlaşmalar, ulusal kültürlerinden uzaklaşmaları ve kültürlerdeki olumlu ve olumsuz hızlı değişimlerdir. Bu

tehditler sonucunda kültürel mirasın dünya genelinde öneminin farkına varılmasıyla somut olmayan kültürel miras kavramı ortaya çıkmıştır (Ekici, 2018:3).

“Somut olmayan kültürel miras” kavramı, “somut kültürel miras” kavramı üzerinde yapılan çalışmalar sonucunda ortaya çıkmıştır. Söz konusu olan çalışmalar UNESCO’nun “kültür varlıklarının korunması” amacıyla yapmış olduğu çalışmalardır (Ar, 2015: 15). 2003 yılında UNESCO’nun kabul ettiği ve Türkiye’nin 27 Mart 2006 tarihinde imzaladığı Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’nde ikinci maddesi olan “Tanımlar” kısmında 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 mekanlar anlamına gelir” (UNESCO, 2020).

Somut olmayan kültürel miras, gösteri sanatları, ritüel ve festivaller, sözlü anlatımlar, toplumsal uygulamalar, sözlü gelenekler, evren ve doğa ile ilgili uygulamalar, halk bilgisi, el sanatları geleneği gibi üretim süreçlerini ve kültürel ürünleri anlatan kavramları ifade etmektedir (KTB- KVMGM, 2020).

1.1.5.1. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması

UNESCO 1971 yılından beri somut olmayan kültürel miras ile ilgili evrensel bir olgu oluşturmaya çalışmaktadır. Oluşturulan ilk evrensel olgu “Geleneksel Kültür ve Folklorun Korunması ile ilgili Tavsiye”dir. “İstanbul Deklarasyonu”, “Yaşayan İnsan Hazine Projesi” ve “İnsanlığın Sözel ve Somut Olmayan Mirası Başyapıtları Bildirgesi” gibi olguların ardından (Saçlı, 2016: 32), 55 yılda oluşturulan 8 ayrı olgu sonucunda Türkçe karşılığı “İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Korunması Sözleşmesi” olan “Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage of Humanity” 17.10.2003 tarihinde UNESCO Genel Konferansının 32. Oturumunda kabul edilmiştir. Sözleşmenin kabulü, uluslararası toplumda kültürel ifade çeşitliliğinin desteklenmesi ihtiyacının kabul edilmesi ve bu kadar büyük bir çerçevede ele alınması açısından bir dönüm noktası olmuştur (UNESCO, 2020).

Bütün toplumlar benliklerini var eden ve aynı zamanda kendilerini ayakta tutan etkenlerden olan örf ve adetler, gelenek, görenekler gibi kültürel olgularını bilmeli ve onları korumalıdır. Bu sayede toplumlar kültürel miraslarını kendilerinden sonraki

kuşaklara daha rahat aktaracaklardır. Diğer bir yandan zaten kültür kavramı koruma kavramını kendi içerisinde barındırmaktadır. Koruma bilinci insanların kendi geçmişlerine ve kültürel varlıklarına olan saygılarının bir ifadesidir. Şayet toplumlar kendi kültürel değerlerine ve geçmişlerine saygı duyarlarsa bu değerleri rahat bir şekilde koruyabilirler (Özsoy, 2019: 10).

Somut kültürel miras ile somut olmayan kültürel miras kavramları içerisinde bulunduğu toplum tarafından unutulduğunda, zarar gördüğünde veya yok edildiğinde tekrardan eski haline dönmesi çok zordur. Bu yüzden kültürel miras kavramlarının koruması ve yaşatılması için hassasiyetle adım atılması gerekir. Bunun yanında miras unsuru taşıyan değerler ve yapılar içinde bulundukları toplum ve ortak kültürler dışında hiçbir yerde karşımıza çıkmayacağı için çok önemli bir yere sahiptirler (Okuyucu, 2011: 22-23). Lakin somut olmayan kültürel miras ve somut kültürel miras olguları yönetim süreci bakımından bazı sorunlar ile karşı karşıyadır. Somut kültürel miras için bu sorunlar (Türkoğlu, 2019:6);

1. Madencilik,
2. Şehirleşme,
3. Erozyon,
4. Büyük ölçekli tarım
5. Bilinçsiz bir şekilde artan turist sayılarıdır.

Somut olmayan kültürel miras için düşündüğümüz zaman bu sorunlar (Türkoğlu, 2019:6);

1. Teknolojinin gelişmesi ve dünyanın küreselleşmesi ile birlikte kültürel mirası koruması gereken kişilerin diğer toplumlardan daha hızlı ve daha kolay etkilenmeleri,
2. Bu değerlerin korunmaları gerekliliği düşüncesine kendilerinden önceki nesillere göre çok daha az inanmaları,
3. Tüketim düşüncesinin daha çok benimsenmiş olması ve tercihlerin değişmesidir.

Bu sorunlar ele alındığında somut olmayan kültürel mirasın korunması, planlı bir yaklaşım ve ciddi bir hassasiyet istemektedir (Türkoğlu, 2019:6).

1.1.5.2. Somut Olmayan Kültürel Mirasların Turizm Açısından nemi

Bulunduğumuz dönemdeki turizm anlayışı insanlığın geçmişten günümüze kadar yaşamış olduğu gelişmelere göre şekillenmiştir. rnek verecek olursak, eski dönemlerdeki patikalara ve ticaret güzergahındaki alanlara yollar yapılmıştır. Aynı zamanda bu yollar üzerine yapılan hanlar konaklama işletmelerinin temelini oluşturmuşlardır. Eglenmek ve dinlenmek amacıyla yapılan turizm eylemleri 20. yy' ın sanayileşme hareketlerinden sonra başlamış olsa da eğitim, kültür ve hac turizminin balaması 15. yy.' a kadar gitmektedir (Saçlı, 2016: 41).

Anadolu toprakları geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu medeniyetler arasında Frikyalılar, Hititler, Urartular, Sümerler, Likyalılar, Lidyalılar, Romalılar, İyonlar, Bizanslılar, Selçuklular, Osmanlılar ve son olarak Türkiye Cumhuriyeti bulunmaktadır. Bu medeniyetlerin her biri yaşadığı dönemde bölgeye birçok değer ve kalıntı bırakmış ve ülkemizi kültürel miraslar konusunda farklı bir konuma çıkarmıştır (Doğaner, 2001). Böylece sahip olduğumuz somut olmayan kültürel değerler içinde toplumsal ritüeller ve uygulamalar, örf ve adetler, gelenek ve görenekler, müzik, mimari yapı, anlatımlar, el sanatları, gastronomi gibi kültürel değerler önemli turistik unsurlar olarak dikkat çekmektedirler (zsoy, 2019: 16). Folklorik öğeler, gelenek ve görenekler, dini inanış ve ibadetler, yeme-içme alışkanlıkları, müzik, dans vb. kültürü oluşturan diğer etmenler arasında olduğundan kültür turizmini tamamlayan alanlar olarak ilgi görmektedirler (Emekli, 2006: 56).

Kültürel turizm, iletişim alanında ve ulaşım aralarındaki gelişmeler ile küreselleşme sayesinde insanların farklı kültürleri tanıma, görme, öğrenme merakının artması sonucunda ortaya çıkmıştır (Ar, 2015: 29). Buna bağlı olarak ülkeler, turizmdeki bu değişime ayak uydurmak için kültürel ve yerel değerlerini ön plana çıkarmışlardır (Türkoğlu, 2019: 66). Bunun sonucunda insanlar eski kültürlerin ve medeniyetlerin izlerini görmenin yanı sıra kendilerine ait olan kültürlerin dışında başka bölgelerdeki yerel kültürleri de araştırmaya başlamışlardır (Ar, 2015: 29). Bu yüzden tarihi ve ağdaş kültürlere ait olan somut kültürel değerleri ve somut olmayan kültürel değerleri görme, haklarında bilgi sahibi olmak ve deneyim edinmek amacı ile gerçekleşen ve bu konu ile ilgili hizmet ve ürünlerin satın alınmasına bağlı olarak kültür turizminin ekonomik fayda sağlaması, talep oluşturması ve turizmin çeşitlenmesi için kültürel değerlerin bir taraftan içinde bulunduğu kültürü ifade etmesi diğer bir taraftan

da çağa hitap ederek turistik ürün haline getirilmesi gerekmektedir. (Türkoğlu, 2019: 66).

Yerli ve yabancı turistlerin birbirlerinden farklı kültürel değerlere sahip olan bölgeleri gezip görme isteklerinden dolayı kültür turizmine has kültürel değerler olarak hizmet eden somut olmayan kültürel miras öğeleri ön plana çıkmaktadır. Ülkelerin korumakla yükümlü oldukları somut olmayan kültürel miraslara sahip çıkma isteklerinin artmasında yerel kültüre ait olan olgulara yönelik her geçen gün artan ilgi ve alaka etkili olmuştur (Ar, 2015:30).

İçinde bulunduğumuz dönemde turizm pazarındaki yaş ortalaması ve kültürel ürünlere olan ilgi artmıştır. Bu yüzden özellikle şehirlerde bulunan kültürel ürünler gün geçtikçe daha çok önem kazanmaktadır. Zamanla değişen turist profili sonucunda günümüzde yeni deneyimler arayan, bu deneyimlerle tatillerini unutulmaz kılmak isteyen, tatile gittikleri yerlerin yemek kültürlerini, tarihini, geleneklerini ve etkileyici yerlerini öğrenmek isteyen turistler çoğalmıştır. Böylece şehirler bu tarz turistleri etkileyebilmek ve birbirleriyle rekabet edip daha fazla ön plana çıkabilmek için turistlerin mutlaka görmeleri gereken kültürel ürünler geliştirmeye çalışmaktadırlar (Saçlı, 2016: 56).

Somut olmayan kültürel miras unsurları turizm değeri olarak kullanılması yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilebilir. Geleneksel unsurlar yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilirse turistler bölgenin günlük yaşantısına daha çok katılım sağlayabilirler. Böylelikle kültür turizmini kitle turizmine doğru götüren turistik ürünlere alternatif oluşturulur. Aynı zamanda turistler bölgede daha otantik ve esnek deneyimler edinerek tatillerini unutulmaz yaparlar (Saçlı, 2016: 56-57).

Destinasyonlar, somut olmayan kültürel miraslarını belirlemeli ve bölgelerinde en çok rağbet gören turizm etkinliğinin yanında bu miraslarını da tanıtımlarına eklemelidirler. Bu sayede tercih edilme nedenleri de artmış olacaktır.

1.1.5.3. Türkiye'nin Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi

UNESCO dünya genelinde koruma altına alınması gereken mirasları kendisi belirlemez. Somut olmayan kültürel mirasların korunması için ülkelerin gerekli araştırmaları yapıp envanterlerini hazırlayıp daha sonra UNESCO'ya başvuruda bulunmaları gerekir. Gerekli kontroller yapıldıktan sonra somut olmayan kültürel

miraslar koruma altına alınır. Her ülkenin temel aldığı standart hususların dışında öncelikleri bulunabilir. Türkiye için Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri oluşturulurken değerlendirilen ana konular aşağıda sıralanmıştır. Bu unsurlar şu şekildedir (Aregem, 2020):

- Somut olmayan kültürel miras envanterinde belirtilmiş olan alanlarda bulunması
- Geleneklere uygun olması ve insanlık tarihi açısından önem arz etmesi
- Toplumsal ve kültürel olarak uzun bir geçmişinin olması
- Kültürel olarak bir topluma veya bölgeye ait olması
- Toplumun veya bölgenin bu konuda rıza göstermesi
- Topluma ait olan bu kültürel değer yok olma ihtimalinin olması
- Bu kültürel değeri koruyabilecek seviyede olmak

Somut olmayan kültürel miras unsurları, o toplumun içerisinde bulunan insanların geçmişlerinden gelen geleneklerini, ritüellerini, yaşayış şekillerini, el sanatlarını içine alan bir kapsamdadır. Bu unsurlar, o toplumun sadece baskın olan kültüründen değil, bunun yanında çeşitli alt kültürlerinden oluşmuştur.

UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine en fazla unsur kaydettiren ilk 5 ülke arasında bulunan Türkiye toplamda 20 unsurunu bu listeye eklemiştir. Türkiye'nin sahip olduğu tarihi ve kültüründen kaynaklanan somut olmayan kültürel miras listesi şu şekildedir (Aregem, 2020);

Meddahlık; Methodici, övücü anlamlarına gelen meddah, güzel öyküler ve taklitlerle izleyicileri eğlendiren sanatçıdır. Meddahlık ise meddah kişinin icra ettiği sanata denir (Akmaz ve Akdağ, 2018: 284).

2003 yılında İnsanlığın Sözlü ve Somut Olmayan Kültürel Mirasının Başyapıtları arasına giren Meddahlık Geleneği, 2008 yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi'ne alınmıştır. (Aregem, 2020)

Mevlevi Sema Töreni; Musiki ve ritim ile beraber kalbin etrafında sağdan sola doğru dönerek gerçekleştirilen nafile ibadettir. Bu töreni gerçekleştirenlere semazen denmektedir (Saçlı ve Efe, 2018: 313).

UNESCO İnsanlığın Sözlü ve Somut Olmayan Kültürel Mirası Başyapıtları Programı çerçevesinde 2005 yılında Başyapıt olarak ilan edilen Mevlevî Sema

Töreni, 2008 Yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi'ne ülkemiz adına kaydedirilerek tüm dünyaya tanıtılmıştır. (Aregem, 2020)

Aşıklık Geleneği; Müzik eşliğinde şiir ve hikaye anlatımı yapan bir sanattır. Bu sanat asırlar öncesinden bugünlere kadar gelen deneyimler biçimlenerek icra edilir. Aşıklık geleneğinde saz eşliğinde karşılıklı atışmaları yapan, geleneğe uygun şekilde şiir okuyabilen ve hikayeler anlatabilen sanatçıya aşık, bu sanatın icra edilmesine de aşıklık denir. Bu gelenek UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesine 2009'da kaydedilmiştir (Aregem, 2020).

Nevruz (Çokuluslu); Miladi takvimde 21 Mart tarihinde kutlanan nevruz ağırlıklı olarak Farsça ve Türkçe konuşan ve Kuzey Yarımküre' de bulunan milletler tarafından baharın gelişi amacıyla kutlanır (Akdu, 2018: 339).

Nevruz, 2009 yılında Azerbaycan, Hindistan, İran, Kırgızistan, Pakistan, Özbekistan ve Türkiye'nin ortak başvurusuyla İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesine kaydedilmiştir. Nevruz'un UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesine 2009 yılında ortak dosya olarak kaydedtirilmesi farklı diller konuşan, farklı dinlere inanan ve farklı etnik kökenlerden gelen toplumlar arasında kültürel diyalog, saygı ve anlayış ortamının geliştirilmesi çalışmalarına son derece olumlu bir katkı sağlamıştır. (Aregem, 2020)

Karagöz; Hayvan derisinden yapılmış insan, hayvan, olağanüstü varlıklar gibi figürlerin beyaz bir perdenin gerilerek arkaasında çubuklar yardımıyla figürlerin oynatılması ve seslendirilmesidir. Bu sırada arkadan verilerek figürler beyaz perde üzerine yansıtılır. Bu kültürün başkahramanları Karagöz ile Hacivat'tır. 2009 yılında İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi'ne ülkemiz tarafından kaydedtirilmiştir (Akmeşe ve Bilim, 2018: 302).

Geleneksel Sohbet Toplantıları; Farklı bölgelerde yaşayan Türk toplumunun özgün yanlarını içinde barındırdığı, katılan kişileri hem eğlendirmeyi hem de eğitmeyi amaç edinen ve kişilerin sohbet ortamında günlük hayatlarını konuştukları toplantılardır. (Akmaz ve Akdağ, 2018: 292). “Geleneksel Sohbet Toplantıları 2010 yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi'ne ülkemiz adına kaydedtirilmiştir” (Aregem, 2020).

Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali; Din, dil, ırk ayrımı olmaksızın her kültür ve bölge insanına açık olan Kırkpınar yağlı güreşi Edirne ilinde gerçekleştirilmektedir. Güreşçiler ‘kıspet’ adı verilen deri pantolon giyer ve vücutları yağlanır (Akdu, 2018: 333).

İki insanın birbiriyle hiçbir araç ve gereç kullanmadan eşit şartlarda belli bir alan, belli kurallar ve belli bir zaman içinde gerçekleştirdiği zihinsel ve fiziksel mücadele şeklinde tanımlanan güreş, insanlık tarihinin en eski sporlarından biridir. Tarihin her döneminde ilgi gören ve geleneksel olarak uygulanan güreş, ülkemizde *ata sporu* olarak anılmaktadır. (Aregem, 2020)

Edirne ilimizde gerçekleştirilen Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesine 2010 yılında kabul edilmiştir (Akdu, 2018: 333).

Alevi-Bektaşî Ritüeli Semah; Cemlerde Alevi ve Bektaşîler tarafından icra edilen semah, zakir adı verilen kişilerin çaldığı saz eşliğinde söylenen deyişlerle semahçılar tarafından müziğin ritmine uygun olarak yapılan vücut hareketleri şeklinde tanımlanmaktadır (Saçlı ve Efe, 2018: 316). “Semah, Alevi-Bektaşî Ritüeli 2010 yılından itibaren UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesine kayıtlıdır” (Aregem, 2020).

Tören Keşkeği Geleneği; Buğday ve etin bir arada büyük kazanlarda pişirilmesi sonucu elde edilen yemeğe keşkek denir. Erkek ve kadınlar tarafından iş bölümü yapılarak keşkek yemeğinin yapılması sırasında ve sonrasında yapılan etkinliklere de Tören Keşkeği Geleneği denmektedir (Varol, 2018: 371). “Tören Keşkeği Geleneği, 2011 yılı itibarıyla UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi’ne alınmıştır” (Aregem, 2020).

Mesir Macunu Festivali; Her yıl 21-24 Mart tarihlerinde kutlanan bu festival geleneksel ve kültürel olarak birçok etkinliği içinde barındırır. Mesir Macunu Festivali 400 yılı aşkın süredir Manisa ilimizde gerçekleştirilmektedir (Aregem, 2020).

1539 yılından beri kutlanan Mesir Macunu Festivali, Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasına yönelik Hükümetlerarası komitesinin 3-7 Aralık 2012 tarihleri arasında Paris UNESCO Genel Merkezinde gerçekleştirdiği toplantıda listeye alınmıştır. (Akdu, 2018: 346)

Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği; “Türk kahvesi kültürü ve geleneği, kahvenin İstanbul’da kahvehanelerde servis edilmeye başlandığı 16. yüzyıla kadar uzanmaktadır” (Aregem, 2020).

Türk Kahvesi ve Geleneği, 2013 yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi’ne kabul edilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Türk Kahvesi ve Geleneği adaylık dosyası Mart 2013’te Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim Kültür Teşkilatı’na (UNESCO) ulaştırılmıştır. (Varol, 2018: 377)

Ebru: Türk Kağıt Süsleme Sanatı; Ebru, öd suyu ve normal suyun belli ölçülerde karıştırılmasıyla hazırlanan yoğun kıvamlı suyun üzerine el yapımı boyaların çoğunlukla at kılından yapılmış fırçalar yardımı ile ya da bazı araçlar ile serpiştirilerek oluşturulan desenin kağıda aktarılması ile gerçekleşen bir sanattır (Bilgili, 2018: 354). “Ebru: Türk Kağıt Süsleme Sanatı, 2014 yılı itibariyle ülkemiz adına UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesine kaydedilmiştir” (Aregem, 2020).

Geleneksel Çini Ustahğı; “Geleneksel olarak Türk sanatında duvar kapamasında kullanılmak üzere kilden hazırlandıktan sonra geleneksel motiflerle süslenen kilin yüksek ısırlı fırınlarda pişirilerek sırıla kaplanması ile elde edilen levhalara çini denilmektedir” (Bilgili, 2018: 356). “Çinicilik ise, “minai”, “lüster”, “perdah”, “sıraltı” gibi kendine özgü yapım ve süsleme teknikleriyle 12. yüzyıldan beri yaşayan geleneksel Türk çini sanatının etrafında şekillenen zanaatkârlığı ifade etmektedir” (Aregem, 2020). “Çini sanatı UNESCO tarafından 2016 yılında İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası kapsamında bir Geleneksel Türk el sanatı olarak listede yerini almıştır” (Bilgili, 2018: 360).

İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Kültürü: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka; El ile veya oklava ile oval şekilde açılarak hazırlanan ince ekmek Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye’de yaşayan halkların kullandığı bir tüketim maddesi olmasının yanı sıra bu halkların ortak bir yapma ve paylaşma kültürünü de oluşturmaktadır (Aregem, 2020).

İnce Ekmek Yapma ve Paylaşma Kültürü: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka 28 Kasım-2 Aralık 2016 tarihleri arasında Etiyopya/Addis Ababa’da düzenlenen Somut Olmayan Kültürel Miras Hükümetlerarası Komite 11. Olağan

Toplantısı'nda UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi'ne Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye adına çokuluslu dosya olarak kaydedilmiştir. (Varol, 2018: 370)

Bahar Kutlaması: Hıdrellez (Çokuluslu); Makedonya ve Türkiye'nin ortak kültürü olan Hıdrellez asırlar öncesinden bugüne ulaşmıştır. Hıdrellez kültürü soküm içerisindeki dört alanı kapsayan bir bahar kutlaması ve ritüelidir. “Bahar Kutlaması: Hıdrellez” Makedonya ve Türkiye'ye ait çokuluslu dosya olarak 4-9 Aralık 2017 tarihleri arasında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi'ne kayıt edilmiştir (Aregem, 2020).

Islık Dili; “Parmak, dil, diş, dudak ve yanaklar yardımıyla oluşan “ıslık”ın, kelime değeri kazanmasıyla kurulan iletişim sisteminin adıdır” (Aregem, 2020). “Islık dilinin ülkemizde konuşulduğu bölge, Doğu Karadeniz Bölgesidir. Islık dilinin konuşulduğu bölge topoğrafı olarak engebeli ve dağlık bir özellik taşımaktadır” (Karadeniz ve Sezer, 2018: 381).

Islık Dili, 4-9 Aralık 2017 tarihleri arasında Güney Kore'nin Jeju Adası'nda gerçekleştirilen Somut Olmayan Kültürel Miras Hükümetlerarası Komite 12. Olağan Toplantısı'nda ülkemiz adına UNESCO Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine kaydettirilmiştir. (Aregem, 2020)

Dede Qorqud/Korkyt Ata/Dede Korkut Mirası: Destan Kültürü, Halk Masalları ve Müzik (Çokuluslu); Günümüzde halen daha yaşantımızın bazı alanlarında “Dede Korkut” kültürü yaşatılmaktadır. Merhamet, misafirperverlik, cömertlik, cesaret vb. değerler Dede Korkut hikâyelerinde olduğu gibi günümüzde de varlığını devam ettirmektedir (Aregem, 2020).

Dede Korkut mirası günümüzde destan kültürü, halk masalları ve halk müziğinin çeşitli alanlarında görülmekte ve kültürel kimliğimizin bir parçası olarak yaşatılmaktadır. Bu bağlamda, Dede Qorqud/Korkyt Ata/Dede Korkut Mirası: Destan Kültürü, Halk Masalları ve Müzik, 2018 yılında Azerbaycan, Kazakistan ve Türkiye adına UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi'ne kaydettirilmiştir. (Aregem, 2020)

Geleneksel Türk Okçuluğu;

Türkiye'de gerçekleştirilen geleneksel okçuluk sporu etrafında şekillenen, yüzyıllar içinde belirlenmiş ilkeleri, kuralları, ritüelleri ve toplumsal

uygulamaları, geleneksel zanaatkarlıkla üretilen ekipmanları, okçuluk disiplinleri ve atış tekniklerini barındıran bir somut olmayan kültürel miras unsurudur. (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020)

“Geleneksel Türk Okçuluğu 2019 yılında Türkiye adına UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesine kaydedilmiştir” (Aregem, 2020).

Geleneksel Zekâ ve Strateji Oyunu: Mangala / Göçürme Togyzqumalaq, Toguz Korgool (Çokuluslu); Mangala/Göçürme, kadim bir medeniyet olan Türk medeniyeti ve kültüründe sosyalleşme ve kültürel olarak paylaşım aracı olan günümüze kadar gelmiş bir zeka ve strateji oyunudur (Aregem, 2020)

Geleneksel Zekâ ve Strateji Oyunu: Mangala/Göçürme, Togyzqumalaq, Toguz Korgool 2020 yılında Kazakistan, Kırgız Cumhuriyeti ve Türkiye adına UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesine kaydedilmiştir. (Aregem, 2020)

Minyatür Sanatı (Çokuluslu); Herhangi bir öykünün veya olayın resim tekniğiyle tasvir edildiği sanata “Miyatür” denilmektedir. Bu sanat Türkiye, Özbekistan, İran ve Azerbaycan adına 2020 yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili listesine eklenmiştir (Aregem, 2020).

UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesine eklenen her kültürel değer ülkemizin tanınırlığını biraz daha arttıracaktır. Bu bağlamda asıl görev yerel yönetimlere ve bölge halkına düşmektedir. Yerel yönetimler, kendi bölgelerinde bulunan somut olmayan kültürel mirasları araştırmalı ve gerekli çalışmaları yaparak listeye koymalıdır. Bölge halkı ise bu kültürel değere sahip çıkmalı ve bu değeri devam ettirmelidir.

1.1.5.3.1. İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği

Uygur metinlerinde, harzemşahlar döneminde ve Çağatay Türkçesinde “ötmek” şeklinde ifade edilen “ekmek” kelimesi, Kıpçak Türkleri, Mısır Memluk Türkleri ve Uygur hukuk belgelerinde “etmek” şeklinde geçmektedir. Daha sonrasında bu kelime “ekmek” şeklinde ifade edildiği düşünülmektedir (Çetinkaya, 2018: 438).

Elle veya oklava ile açılan oval ya da yuvarlak şeklinde ince ekmek türlerinden olan lavaş, katırma, jupka veya yufka Azerbaycan, Kazakistan, İran, Kırgızistan ve Türkiye’de geçmişten günümüze yaşayan halklar tarafından sadece yiyecek olarak

değil, bunun yanında bu bölgede nesilden nesile aktarılan ortak bir yapma ve paylaşma kültürüdür. Farklı isimlerle adlandırılan ince ekmekler buğday ya da çavdar unuyla mayalı ya da mayasız yapılırlar. Türkiye’de yufka maya kullanılmadan buğday unu ile yapılırken lavaş maya kullanılarak buğday unu ile yapılır. Yufka uzun süre bozulmadan dayanması için mayasız hamurdan ve ateş üstüne konulan “sac” üzerinde pişirilirken lavaş, “tandır” adı verilen geleneksel yollardan yapılan taş veya toprak fırınlarda pişirilir. Kırgızistan ve Kazakistan’da; açılan hamur büyük kazanlarda köz ateşinde ısıtılarak ince ekmek haline getirilir. Hamurun is çıkarmayan odun ateşinde ya da köz üzerinde pişirilmesine özen gösterirler. Bu sayede lezzetinde bozulma olmaz (Aregem, 2020).

Paylaşma ve toplu işgücüne dayalı olan ince ekmeğin hazırlanmasında geleneksel uygulamalar bulunmaktadır. Bir toplumsal dayanışma örneği olarak gösterilebilecek olan bu uygulamalarda her bir aile için genelde kışa hazırlık olarak imece usulü komşuların yardımıyla pişirilir. İnce ekmek evlerde aile bireyleri ve komşular tarafından yapılırken; fırınlarda, restoranlarda ise çıraklıktan mesleğe başlamış olan ustalar tarafından pişirilmektedir. İnce ekmekler hem gündelik olarak sofralarda tüketilir hem de düğün, cenaze, bayram, mevlit gibi törenlerde ve özel günlerde yapılmaktadır. Bu tarz günlerde ekmeklerin yapımına yardım etmek için giden kişiler yanlarında kullanacakları un ve araç gereçleri de götürürler.

İnce ekmek yapımında kişiler arasında görev dağılımı yapılır. Bu görev dağılımı tecrübe ve yeteneğe göre yapılmaktadır. En yetenekli ve tecrübeli olan kişiler hamurun yoğurulup, açılmasında ve pişirilmesinde görev alırken bu geleneğin sonraki nesillere aktarılması için çocuklar ve gençler hamur bezesi yapımında ve malzeme temini gibi diğer işlere dahil edilirler. İnce ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği konusundaki bilgi, toplum ve aile içerisinde iletişim, gözlem ve katılım yoluyla sonraki nesillere geçmektedir. Aile içerisinde ekmek yapımı sırasında çocuklar hazırlanan ekmek hamuruyla oyunlar oynayarak büyükler gibi hamur bezeleri hazırlamaya çalışırlar ve bu sayede küçük yaşlarda bu geleneği öğrenmeye başlarlar. Diğer taraftan ince ekmek yapımı ile ilgili geleneksel bilgiler çıraklık okullarında, meslek liselerinde ve meslek yüksek okullarında formel yollardan uygulamalı olarak öğretilmektedir (Aregem, 2020).

İnce ekmek, somut olmayan kültürel mirasımızın önemli bir unsurunu ve ulusal kültür mirasının bir parçasını oluşturmaktadır. Bu kapsamda Türkiye adına somut

olmayan kültürel miras listesine: 27/02/2015 ilk kayıt tarihi ve 23/12/2015 güncelleştirilmiş tarihi ile ince ekmek geleneği altında: yufka ve Lavaş adı verilen genel isimlerinin yanı sıra; açık ekmek, işkefe, ince ekmek, sac ekmeği, şebit, yufka gibi diğer isimleri ile kayıt altına alınmıştır. Kültürel miras temsili listesine; Bolu, Konya, Şanlıurfa ve Tokat başvuru yapan iller olarak görülmektedir (Alyakut ve Küçükkömürler, 2018: 390).

İnce Ekmek Yapma ve Paylaşma Kültürü: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka”, 28 Kasım-2 Aralık 2016 tarihleri arasında Etiyopya/Addis Ababa’da düzenlenen Somut Olmayan Kültürel Miras Hükümetlerarası Komite 11. Olağan Toplantısı’nda UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi’ne Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye adına çokuluslu olarak kaydedilmiştir. (Aregem, 2020)

İKİNCİ BÖLÜM

2. YARATICI TURİZM

Bu bölümde, yaratıcılık kavramının kültür ve turizm ile ilişkisi, yaratıcı turizm ve yaratıcı turist konularına değinilmiştir.

2.1. Yaratıcılık Kavramı

Kökeni Latince “creare” kelimesinden gelen yaratıcılık Latince’de oluşturmak, yaratmak anlamlarına sahiptir (Aslan, 2018: 10). Aynı zamanda Türk Dil Kurumu’nda “her bireyde olduğu kabul edilen, bir şeyi yaratmaya iten farazi yatkınlık” (TDK, 2020) olarak tanımı yapılan yaratıcılık, Oxford İngilizce Sözlüğünde, “bir şey yaratmak için orijinal fikir veya hayal gücünün kullanılması” (Oxford Dictionary, 2020) olarak tanımı yapılmaktadır.

Yaratıcılık, birey, çevre, ürün ve süreç bileşenlerinden meydana gelmektedir. Bu görüş literatürde Rhodes (1961) tarafından ortaya konulan “yaratıcılığın 4P’si” olarak ifade edilmektedir. Birey bileşeni yeni fikirlerin ürüne ya da sürece dönüştürülmesinde yer alan kişileri; çevre bileşeni yaratıcılığın gerçekleşmesinde etkili olan ortamı; ürün bileşeni yeni bir ürün yaratılmasında gerçekleştirilen tüm uygulamaları; süreç bileşeni ise yeni bir üretim yönteminin gerçekleştirilmesini ifade etmektedir (Akdu, 2018:105).

Yaratıcılık kavramının tanımını yapmak zordur. Bununla birlikte kaynaklarda çeşitli tanımlarla ve görüşlerle karşılaşmak mümkündür (Akdu, 2018:104). Yaratıcılık kişi veya gruplar tarafından yararlı, uygun ve yeni fikirler ortaya çıkarılmasıdır. Bir başka tanımda ise yaratıcılık; mevcut bilgiyi kullanarak, faydalı ve yeni fikirlerin ortaya çıkarılması şeklinde açıklanmaktadır. Yaratıcılık bir düşüncüyü ortaya çıkarma ve fikir üretme süreci olmaktadır, yenilik üretilen bu fikirlerin nakde çevrilmesidir. Bu sebeple yenilik kavramının başlangıcı yaratıcılıktır. Organizasyonların yaratıcılık ve yeniliğe ihtiyaç duymalarının nedenleri arasında; müşterilerin yenilikçi yaklaşımlar konusunda tercihlerini yapmaları ve bunu talep etmeleri, uzun süreli maddi performans sağlama, yeniliklerin diğer rakip organizasyonlarca kolay bir şekilde kopyalanması ve son çıkan teknolojilerin yenilikçiliği heveslendirmesi vardır (Güven, 2016: 3).

Yaratıcılık insanda var olan gizli kalmış ve açığa çıkmış tüm kabiliyetleri geliştirme, bununla birlikte yeni fikirleri biçimlendirme, keşfetme ve icat etme gücü olarak da tanımlanmaktadır (Öncü, 1992: 256). Sıralanmış beş yaratıcılık düzeyi aşağıdaki gibidir (Samen, 2008: 365) :

1. Anlatımsal (expressive) yaratıcılık; Kişide en orijinal şekliyle bulunan yaratıcılıktır. Bu seviyedeki yaratıcılıkta ürün kalitesi önemli değildir. Önemli olan sadece kişinin gösterisidir.
2. Üretici yaratıcılık; Kontrol edilip geliştirilen yetkinliklerin ve yeteneklerin devreye sokulmasını gerektirir. Ortaya konulan yaratıcılık ürünü diğer kişilerin ürünlerine kıyasla daha özgün olmasa dahi kişi bu sayede davranışın bir üst aşamasına geçmektedir.
3. Buluşçu yaratıcılık; Geçmişte kazanılan tecrübelerin özgün kullanımı şeklinde tanımlanmaktadır.
4. Yenilikçi yaratıcılık; Diğer kavramlara nazaran bir üst aşamadır. Çok iyi bir soyutlama kapasitesi gerektirmektedir. Çoğu zaman ilerleyişin üretici olma kısmına dayanmaktadır.
5. Su yüzüne çıkan yaratıcılık; En iyi hazırlanmış olan son aşamadır. Tamamen yeni ana prensipler anlayışına denk düşmektedir.

Yukarıda da görülebileceği üzere yaratıcılık kavramını net bir şekilde tanımlamak zor olsa da genel olarak (Aslan, 2018: 11) “yeni”, “orijinal”, “özgün”, “faydalı” veya “uyumlu” terimleri ile açıklandığı ve çalışmaların bu çerçevede ilerlediği söylenebilir. Sonuç olarak yaratıcılık kavramının daha çok yenilik ve faydalılık terimleri ile bağdaştırıldığı söylenebilir (Batey, 2012: 56).

2.2. Yaratıcılık, Kültür ve Turizm İlişkisi

Turizm alanındaki yaratıcılık kavramının nasıl ortaya çıktığını kavrayabilmek için ilk olarak turizm ile kültür arasındaki ilişkiye değinmek faydalı olacaktır (Richards ve Raymond, 2000; 19). 1900’lü yıllarda gelişimin olmazsa olmazı kültür ve turizm sektörleridir. Bu sektörler 20. yüzyılın sonlarına doğru bütünleşmişlerdir. Bu bütünleşme sonucunda birçok şehir ve bölgenin arzu ettiği gelişim fikirlerinden olan “kültür turizmi” kavramı ortaya çıkmıştır. İnsanların kültürel ihtiyaçlarını karşılayan, yeni bilgi ve deneyimler kazanmalarını sağlayan yerleri ziyaret etme durumları şeklinde

tanımlanan kültür turizmi başlarda küçük bir niş pazarken, turistlerin bölge kültürü, mirası ve tarihine olan meraklarının çoğalmasıyla birlikte çok önemli bir büyüme gerçekleştirmiştir (Richards ve Raymond, 2000: 16).

Kültür turizmi ilk kez 1969 yılında Kanada'nın Onroria kentinde gerçekleştirilen kongrede “*kültürel güdüler ile seyahat etmek*” şeklinde tanımlanmıştır (Öktem, 2020: 9). Kültür turizmi 1980’li yıllarda yükselme sürecine girmesiyle beraber önemli bir turizm çeşidi haline gelmiştir (Yıldız ve Alaeddinoğlu, 2011: 26). Kültür turizmi turistlerin kültürel mirasa olan ilgilerinin artmasıyla müzelerin, fuarların, festivallerin ve antik yerleşimlerin ziyaret edilmesi ile gelişmiştir (Emekli, 2006: 54).

Kültür turizmi bazı özellikleri ile diğer turizm türlerinden ayrılmaktadır. Kültür turizmi ekonomik olarak nadir bulunan ürünlerden olduğu için “mukayeseli üstünlükler” niteliğine sahiptir. Çoğu turist açısından olmazsa olmazlar arasında bulunan kültür turizmi diğer turizm çeşitlerine göre talep bakımından daha dengelidir. Yabancı turistlerin yanı sıra yerli turistleri de hedef alan kültür turizmi, turizmde var olmanın şartıdır (Bostancıeri, 2019: 25).

Kültür turizmini diğer turizm türlerinden ayıran özelliklerden bir diğeri ise destinasyon özellikleri ve ziyaretçi profilidir. Doğal çekiciliği olmasa bile bir nesnenin veya kişinin destinasyon içerisinde olması ziyaretçi çekmesini sağlayabilir. Bu sayede doğal kaynakları olmayan ya da kısıtlı olan destinasyonlar rahatlıkla turizme açılabilirler (Öter ve Ünal, 2017:29). Kültür turizminin mevsimsel olmayışı turizm faaliyetlerini tüm mekana ve yıla yayılmasını sağlar (Emekli, 2006:55).

Kültür turizmi faaliyetine katılan turistler yaptıkları harcamalar ile turizm gelirlerinin ülkede daha fazla alana yayılmasını sağlar. Aynı zamanda bölgenin kültür düzeyinin artmasını ve bölge halkının turizm gelirlerindeki payının artmasını sağlar. Kültür turizmi tarihsel, çevresel ve kültürel mirasa duyarlı olmasının yanı sıra kitle turizminin sebep olduğu olumsuz sonuçlara çözüm üretmektedir. İyi yönetildiği takdirde kültür turizmi sonsuza kadar devam edebilecek bir turizm çeşididir (Bostancıeri, 2019: 25).

Kültür turizminin ikamesinin olmaması en önemli özelliğidir. Her bölgenin kendine has kültürü vardır. Benzer bölgelere ait olan birbirine benzeyen kültürler olabilir fakat farklı coğrafyalarda birbirinin aynısı kültürler olmamaktadır. Kültür turizminin var olmasını sağlayan çekicilik unsurları bulunduğu bölgeye özgüdür. Bu

kültürel çekicilikler başka bir bölgede bulunmamaktadır. Kültür turizmi bu özelliği ile ayrıcalıklı olmaktadır (Çokal, 2015:17).

Kültürel kaynaklar bir destinasyonun diğer destinasyonlardan farklı olması için tek başına yetmeyebilir. Bu sebeple kültürel turizm etkinliklerine aktif katılım sağlanarak bu farklılık gerçekleştirilebilir. Bu bağlamda kültürel turizm etkinliklerine aktif olarak katılım sağlamayı amaçlayan yaratıcı turizm önem arz etmektedir. Yaratıcı turizmin taşıdığı bu önem bazı kültürel turizm çalışmalarında da yer almaktadır (Okumuş vd., 2012: 644).

Turizmde yaratıcılık üç kategoride incelenmiştir. Bunlar; “yaratıcı yerler”, “yaratıcı etkinlikler” ve “yaratıcı turizm” şeklindedir. Aynı zamanda turizmde yaratıcılığı üç kategoride inceleyen araştırmacılar yaratıcılığın turizmde bazı yöntemlerle uygulandığını belirtmişlerdir. Bu yöntemler (Yalçinkaya, 2018: 5-6);

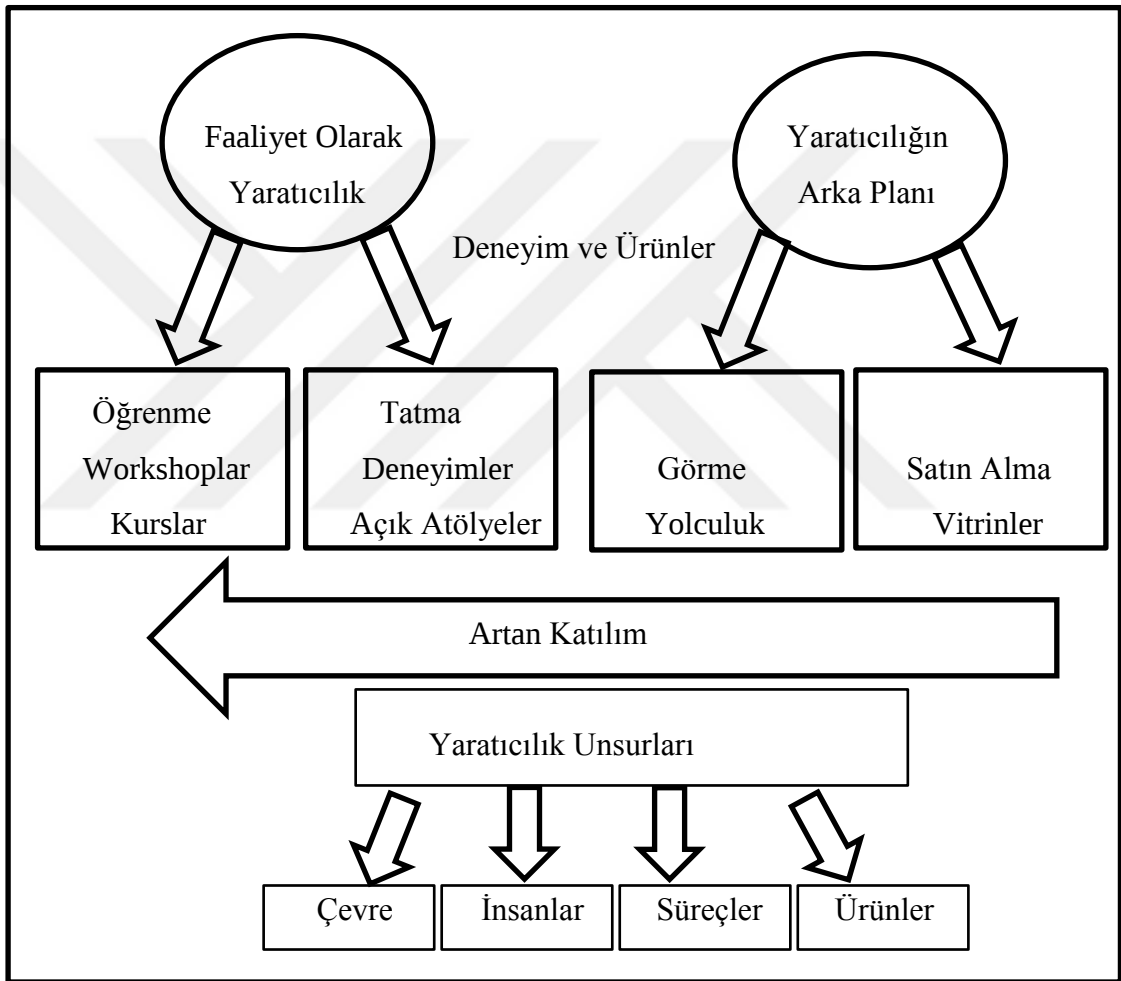
1. Turistik ürünlerin ve turizm deneyimlerinin geliştirilmesi,
2. Mevcutta bulunan turizm ürünlerinin tekrar canlandırılması,
3. Yaratıcı ve kültürel varlıklara değer kazandırılmasını sağlamak,
4. Yan ürünlerin yaratıcı gelişim için ekonomik açıdan tedarik edilmesi,
5. Yaratıcı teknikler kullanılarak turizm deneyimini zenginleştirmek,
6. Turistik alanlara hareketlilik kazandırılması ve bu alanlara uygun atmosfer oluşturulması.

Kişilerin seyahate çıkma isteklerindeki en büyük etkenler biri doğal ve kültürel çekiciliklerdir. Geleneksel kitle turizmi birçok alt pazara ayrılmaktadır. Bunlar; macera turizmi, şehir turizmi, doğa turizmi, spor turizmi, miras turizmi, inanç turizmi ve eko turizm vb. şeklinde sıralanabilir. Destinasyonların sahip oldukları çekicilikler bu turizm çeşitlerinin kaynağını oluştururlar. Buna bağlı olarak destinasyonların çekiciliği ve devamlılığı üzerinde önemli bir rol oynayan yaratıcı turizm değişik turizm türlerini ortaya paydada birleştiren bir turizm çeşidi ve kültürel turizmin bir uzantısı konumundadır. Turizmde bulunan rekabet düşünüldüğünde yaratıcılık sayesinde tedarikçiler ürünlerini daha hızlı yenileyebilmekte ve bu sayede destinasyon daha uzun süre ayakta kalabilmektedir. Bu yüzden destinasyonlar farklı pazarlama stratejileri oluştururken yaratıcı turizmden yararlanmaktadırlar (Güven, 2016a: 27).

Şu anki haliyle bilinen yaratıcılık kavramı ilk başlarda; yaratıcı birey, yaratıcı çevre, yaratıcı ürün ve yaratıcı süreç şeklinde 4 ana başlığa ayrılarak araştırılmıştır.

Daha sonra araştırmacılar yaratıcılığın bu dört unsurunun turizm ile ilişkili olduğunu söylemişler ve yaratıcı bireyi yaratıcı turist kavramı, yaratıcı çevreyi yaratıcı yerlerin ziyaret edilmesi, yaratıcı ürünü turistik bölgelerdeki çekicilik ve yaratıcı süreci atölye uygulamaları ve eğitimler ile ilişkilendirmişlerdir. Şekil 1’de yaratıcılığın dört unsurunun yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi gösterilmektedir (Yalçinkaya, 2018: 5).

Şekil 1. Yaratıcılık ve Turizm



Kaynak: Yalçinkaya, (2020:5).

Şekil 1’de deneyim ve ürünler kapsamında yaratıcılık, yalnızca arka planda görme ve satın alma faaliyetlerini gerçekleştirirken, tatma ve öğrenme deneyimlerinin dahil olduğu aktif katılıma doğru değişim göstermiştir. Yaratıcılık unsurları bu değişimi oluşturan temel etkenlerdir.

Turizm için kullanılan yaratıcı ürünler, seminerler, atölye çalışmaları, yaratıcı ortam vb. yaratıcı faaliyetler ve bu faaliyetler için oluşturulan yaratıcı süreçlere katılımın sağlanması yaratıcı turizm örneklerindendir (Ajanovic ve Çizel, 2015: 2).

Yaratıcı turizm kültürel turizme alternatif bir turizm türü değildir. Bunun aksine teknolojik alanların ve güncel konuların da içinde bulunduğu tamamlayıcı bir yaklaşımdır. Yaratıcı turizm kültürel turizmin bir uzantısıdır. Bazı çalışmalarda “yaratıcı turizm” kavramı ile birlikte “yaratıcı kültürel turizm” kavramı da kullanılmaktadır (Aydoğan Çifçi, 2020: 29).

2.3. Yaratıcı Turizm Kavramı

Turizm sektörünün sosyal, siyasal, teknolojik, toplumsal ve ekonomik gelişmelerden etkilenecek onlarla beraber gelişim göstermesiyle birlikte (Güven, 2016a: 327) turizm türlerinde ve turizm tercihlerinde de çeşitlilikler görülmeye başlandığı söylenebilmektedir (Durgun, 2007). Dünyada önemli sektörlerden biri olan turizm sektörünün ilk kuşağını deniz-kum-güneş üçlüsünün bir araya gelmesiyle klasik turizm oluştururken, daha çok müze ve kültürel gezileri içeren kültür turizmi ise ikinci kuşağı oluşturmaktadır. Turizm faaliyetlerine katılanlara bölge kültürü ile etkileşim kurup özgün deneyimler katarak eğlence, kültür ve deneyimi birlikte sunan (UNESCO, 2006; Gülüm, 2015) üçüncü kuşak kültür turizminin uzantısı olarak kabul edilen yaratıcı turizmdir (Richards ve Raymond, 2000). Fakat genelde kültür turizmin bir kolu olarak düşünülen yaratıcı turizm (Ohridska-Olson ve Ivanov, 2010; 2), kültür turizmi kapsamında değerlendirilmekte ama uygulama alanı ve şekilleriyle kültür turizminden farklılaştığı hususlar bulunmaktadır (Güven, 2016a: 327).

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) “Tourism and Creative Economy” başlıklı bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada kültür turizmi ile yaratıcı turizm arasında bulunan farklılıklara değinilmiştir. Bu farklılıklar Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Kültür Turizmi ile Yaratıcı Turizm Arasındaki Farklılıklar

Kültürel Turizmden Yaratıcı Turizme		
	Kültür Turizmi	Yaratıcı Turizm
Uyum	Geçmiş	Gelecek
Dışsallık	Muhafaza	Yenilik
Yapı	�r�nler	Platform ve �cerikler
Süreç	Kültürün Açıklanması	Birlikte Yapım
Değer Yaratımı	Değer Zincirleri	Değer Ağları
Değer Odağı	�reticiye Dönük	T�ketickiye Dönük
Kaynak Yaratma	Kamu	Ticari

Kaynak: OECD (2014).

Tablo 1'i incelediğimiz zaman kültür turizminin; geçmişten günümüze gelen kaynaklara dayandığı, ürün temelli gerçekleştiği, üretici odaklı bir turizm çeşidi olarak meydana geldiği, finansı kamu tarafından gerçekleştiği ve kültürel varlıkların açıklanması temeline dayanan bir turizm şekli olduğu görülmektedir. Yaratıcı turizmi incelediğimizde ise; gelecek zamanın kaynağı olarak görülmekte, yeniliğe öncelik vermekte, farklı kanalları ve platformları aracı olarak kullanarak ulaşılan yaratıcı  ceriğe odaklanmakta, uygulamaya katılarak birlikte yapım sürecini içermekte, üretici değil t keticci odaklı yapılmakta, geniş çaplı işbirliği gereksinimi ile yaratıcı ağların meydana gelmesini sağlamakta ve ticari arz veya katılımı desteklemektedir.

1990'lı yılların ortalarında yaratıcı turizm kavramının ortaya çıkmasına ilham kaynağı olan proje EUROTEx projesi olduğu belirtilmektedir. Bu proje yöresel el sanatları üretimi yapan meslekleri bu ürünleri korumak amacıyla kurulmuştur. Bu projeye zanaatk rların elinden çıkan değerli el yapımı ürünlerin ucuz bir şekilde üretilen seri üretim mallara karşı korunması amaçlanmıştır. Zanaatkarların elinden çıkan el yapımı ürünlerin üretim sürecinin izlenmesi ve bu sürece katılım sağlanabilmesi, turistlerin daha çok ilgisini çektiği ve daha fazla ödeme yapmaya hazır oldukları gözlemlenmiştir (Yalçınkaya, 2018: 9). EUROTEx projesi ile birlikte turistler gittikleri

bölgenin kültürünü yakından tanıma fırsatı bulmuş ve yöresel ürünler hakkında daha detaylı bilgi almışlardır. Bu sayede projenin katkıları ile daha anlamlı ve etkileyici turistik ürünler ortaya çıkmıştır (Zoğal ve Emekli, 2017: 24).

İlk kez Eurotex ile gündeme geldiği düşünülen yaratıcı turizm kavramı Richards ve Raymond (2000: 19) tarafından ilgili projede “turistik bölgenin özelliklerini taşıyan kurslara ve öğrenme deneyimlerine turistlerin aktif bir şekilde katılarak kendilerinde bulunan yaratıcı taraflarını geliştiren bir turizm çeşididir” şeklinde tanımlanmıştır.

Yaratıcı turizm, yeni nesil bir turizm türüdür. Bu yeni nesil turizm çeşidi turistlerin değişik kültürleri tanınması, bazı kültürel aktiviteleri deneyimlemeye ve yöresel kültürel unsurları keşfetmeye olanak sağlayan; seyahat, kültür ve eğlenceyi bir arada sunan bir turizm çeşididir (Gülüm, 2015).

Başka bir tanıma göre yaratıcı turizm bir bölgenin sanatını, kültürel mirasını ve özel karakterlerini, var olan kültür ve insanlar ile birebir ilişkiler kurarak öğrenmek amacıyla gerçekleştirilen deneyimsel bir faaliyet ve aktif katılım sağlanan bir turizm şekli olarak tanımlanabilir. Gerçekleştirilen çalışmalar ile yaratıcı turizm her ne kadar becerileri ve fikir alışverişini arttıran, sinerji yaratan bir yol olarak görülse de turizmciler, turistler ve yerel halk tarafından farklı şekilde algılanmaktadır. Algılandığı şekillere göre yaratıcı turizm; (Akşit Aşık, 2014: 788)

- Mevcut kaynakları değerlendiren yaratıcı bir yöntem,
- Kimlik ve farklılığın güçlendirilmesi için bir vasıta,
- Bir çeşit eğitici eğlence biçimi,
- Destinasyonların baştan tasarlanması ve tekrar canlandırılması için kullanılan stratejik bir yöntem,
- Turistlere yönelik yaratıcı destinasyonlar oluşturmak için bir araç,
- Kendini keşfetme ve ifade etme biçimi,
- Destinasyonlarda yeni ortamlar yaratmak için bir kaynaktır.

Yöresel olan kültürel unsurları turizm adına çekicilik faktörü yapmış olması yaratıcı turizmin özelliğidir (Gülüm, 2015). Duygusal, psikolojik, eğitsel ve sosyal fayda sağlama amacı güden yaratıcı turizm turistlerin bölgede var olan kültüre aktif katılımlarını ve insanlar ile daha çok iletişim kurmalarına katkı sağlar (Akşit Aşık, 2014: 787). Yaratıcı turizm aktivitesine katılan kişiler kültürel aktiviteleri izlemenin yanı sıra bu aktivitelere katılmak istemektedirler. Örneğin; Fransa’da geleneksel

Provence yemekleri pişirilmektedir. Bazı turistler bu yemeği tatmak isterken, yaratıcı turizm faaliyetine katılan turistler bu yemekleri pişirmek için ülkeye giderler. Buna benzer bir diğer örnekte bazı turistlerin Arjantin’de dans gösterileri izlemeye giderken yaratıcı turizm faaliyetlerine katılanların Arjantin’de tango öğrenmeye gitmeleridir (Akpulat ve Üzümcü, 2020: 587).

Yaratıcı turizm, gelenekler, yerel beceriler ve uzmanlık gibi birçok alandan faydalanma potansiyeline sahiptir. Yaratıcı turistlerin öğrenip uygulamak isteyebileceği konular arasında Gastronomi, Sanat ve El Sanatları, Tasarım, maneviyat-İnanç, Doğa, Sağlık ve Şifa, Diller ve Spor Dalları vardır. Saydığımız bu temelinde yaratıcılık olan ürünlerin tamamı turizm alanında gelişme sağlamış olup, ilerleyen zamanlarda da öyle kalması muhtemeldir (Richards ve Raymond, 2000).

Türkiye’de değerlendirilebileceği düşünülen kültürel kaynaklar aşağıda yer alan Tablo 2 ‘de gösterilmiştir.

Tablo 2. Yaratıcı Turizm Amaçlı Kullanılabilecek Kültürel Kaynaklar

Geleneksel kültür, tarihi ve kültürel miras	El Sanatları, Restorasyon ve Antika	Kuyumculuk, ahşap işleme, tekstil, antika, seramik ve mimari restorasyon vb.
	Geleneksel Mutfak	Yemek yapımı, yöresel mutfak vb.
	Tarihi, Kültürel ve Doğal Miras	Müzeler, arşivler, kütüphaneler, anıtlar, doğal parklar vb.
Sanat	Görsel Sanatlar	Resim, heykel, fotoğraf, edebiyat vb.
	Performans Sanatları	Tiyatro, dans, opera, sirk, kukla vb.
Kültürel Endüstriler	Görsel-İşitsel	Film, televizyon, video, radyo, belgesel vb.
	Müzik	Canlı müzik, albüm, plak vb.
	Yayıncılık	Kitap, dergi, gazete vb.
Yaratıcı Faaliyetler	Tasarım	Moda tasarımı, grafik tasarım, iç mimari vb.
	Yaratıcı Hizmetler	Mimari, reklam vb.

Kaynak: Akpulat ve Polat Üzümcü, (2020:587).

Tabloda görüldüğü üzere yaratıcı turizm kapsamında kullanılabilecek kaynaklar geleneksel kültür, tarihi ve kültürel miras; sanat; kültürel endüstriler; yaratıcı faaliyetler olmak üzere 4 ana başlık halinde ele alınarak detaylandırılmıştır. Bu bağlamda

kuyumculuk, tekstil, seramik, ahşap vb. konular El Sanatları, Antika ve Restorasyon; yemek yapımı, yöresel mutfak gibi kaynaklar Geleneksel Mutfak; müzeler, arşivler, kütüphaneler, anıtlar vb. konular Tarihi, Kültürel ve Doğal Miras; resim, heykel, fotoğraf vb. sanatsal alanlar Görsel Sanatlar; tiyatro, dans, opera vb. konular Performans Sanatları; film, televizyon, radyo vb. konular Görsel-İşitsel; canlı müzik, albüm, plak vb. alanlar Müzik; kitap, dergi, gazete vb. konular Yayıncılık; moda tasarımı, grafik tasarımı, iç mimari gibi alanlar Tasarım; mimari, reklam gibi konular Yaratıcı Hizmetler alt başlıkları olarak kategorize edilmiştir.

Destinasyonlar için yaratıcı turizm faaliyetlerini canlandıracak ve geliştirecek bir takım öneriler sunulmuştur (Ajanovic ve Çizel, 2015:4):

- **Kendini Bilmek:** Kültürel ve tarihi anıtlar gibi somut varlıklar ile atmosfer ve ortam gibi varlıklar yer farklılığı meydana getirmektedir.
- **Yerel Kapasiteyi Kullanmak:** Birçok destinasyon arasında farkını gösterebilmek için, o destinasyona ait özelliklerin kullanılması başka destinasyonlardan beceri ve fikirleri almaktan daha başarılı ve etkili sonuçlar doğuracaktır.
- **Mevcut Tesisleri Kullanmak:** Mevcut tesisleri kullanmak sıfırdan yeni tesisler üretmekten daha faydalı ve yaratıcı olacaktır.
- **Kaliteyi Arttırmak:** Bölgenin geleneksel değerlerini özgünlük ve kaliteye odaklanarak vurgulamak ve yinlemek daha önemli olacaktır.
- **Yaratıcı Kaynakları İlerideki Değişimin Uyarıcısı Olarak Kullanmak:** Bölgeye gelen turistler hatıra olarak yanlarında götürecekleri eşyalar alırlar. Alacakları bu hediyelik eşyaların üretiminde yerel el sanatları kullanılarak yenilikçi ve otantik seyahat anıları için yaratıcı bir şekilde yapılır.

2.3.1. Yaratıcı Turizmin Özellikleri ve Faydaları

Yaratıcı turizm aktiviteleri satın alma, tatma, görme, öğrenme vb. çeşitlere sahip olmanın yanı sıra atölye çalışmalarına, kurslara ve etkinliklere katılarak yöre halkından birisiymiş gibi turizm faaliyeti içerisinde yer almayı da kapsar. Yaratıcı turizmin geleneksel turizme nazaran bazı faydaları vardır. Bu faydalar arasında yaratıcı turizmin seri üretimden kaçınması, turistler ile yöre halkı arasında düzeyli bir ilişkinin oluşması, yaratıcı turizm faaliyetlerine katılan turistlerin anlamlı ve daha özgür deneyimler

kazanmalarına olanak sağlaması gösterilebilir. Literatürde yaratıcı turizmin üç ortak özelliğinden bahsedilmektedir. Bunlar; turistlerin izleyici olmaktan ziyade yerel halka katılmaları için direkt deneyimleyebilecekleri etkinliklerin var olması, kültürün mevcut halinin korunması veya aslına uygun olarak yeniden inşa edilmesi, turistler ve yöre halkı arasında sanatın, destinasyonların, veya kültürel mirasın özelliklerinin öğrenilmesidir (Yalçinkaya, 2018: 10-11)

Yaratıcı turizm, turistlerin turizm bölgelerindeki yaratıcı hayata aktif bir şekilde katılımında bulunmaları ve buradaki bölge halkıyla bir araya gelmelerinin yanı sıra bu kişilerle etkileşim kurmaları ile alakalıdır. Bu aktiviteler gerçekleştirilirken turistler, başarıya duygusunu tadar, yeni beceriler öğrenir ve her zaman hatırlayacakları hatıralar yaratmış olurlar. Bu yüzden de bölge ile uzun süreli bağlılık duygusu yaşayabilmekte, burada daha fazla kalmak istemektedirler. Aynı zamanda bölgeyi ilerleyen zamanlarda tekrar ziyaret etmek isteyecek ve başkalarına da bölgeyi tavsiye edeceklerdir (Aslan, 2018: 17-18).

Yaratıcı turizmin avantajlarından biride kültür turizminde olduğu gibi her hangi bir yere bağlılık yoktur. Bunun nedeni yaratıcı turizmin el sanatları, festival, boyama, dans ve şarkı gibi sürece dayalı olan etkinliklerden oluşmasıdır. Bu durum yaratıcı turizmi, anıt ve müze gibi yapılardan oluşan miraslara dayalı olan kültür turizmine göre daha sürdürülebilir kılmaktadır (Richards ve Wilson, 2006: 1215).

Diğer önemli konulardan biri ise yaratıcı turizmdeki deneyimlerin otantik oluşudur. Günümüzde turistler otantiklik aramaktadırlar. Yaratıcı turizm istenilen bu otantikliği sağlayabilmektedir. Yaratıcı turizmdeki aktivitelerin olduğu bazı yerler turistler için otantik deneyimler sunabilmektedirler. Buna örnek olarak Küba'da katılabileceğiniz bir salsa dansı otantik bir hava sunabilmektedir (Aslan, 2018: 18).

Yaratıcı turizmin öne çıkan bazı özellikleri bulunmaktadır. Yaratıcı turizmin gelişmesine ve ilerlemesine katkı sağlayan önemli örgütlerden biri olan Yaratıcı Turizm Ağı bu özellikleri aşağıdaki gibi sıralamaktadır (Creative Tourism Network, 2021):

- Kültürel zenginleşmeye olanak sağlamakta ve bölge sakinlerinin özgüvenlerini arttırmaktadır.
- Somut ve somut olmayan mirasları iyileştirmektedir. Bunun yanında yeni iş olanakları sağlamakta ve ekonomik olarak katkıda bulunmaktadır.
- Turizm aktivitelerini yatırıma ihtiyaç duymadan çeşitlendirerek geliştirir.

- Kültürel altyapı tesislerinin faydalılığı yaratıcı turizm sayesinde meydana çıkan yeni talep ile birlikte artmaktadır.
- Belli bir sezona bağlı kalmadan yıl boyu devamlılığı sağlanabilmektedir.
- Yüksek satın alma gücü ve katma değer ile bezenmiş kaliteli bir turizm oluşturmaktadır.
- Sürdürülebilir ve otantiktir. Bunu yaratıcılığı kaynak olarak kullanmasına borçludur.
- Yeteneklerin bölgeye çekilmesine katkı sağlamaktadır.
- Bölgenin büyüklüğüne bakılmadan, kaliteye ve otantikliğe dayalı sunumlar sayesinde uluslararası alanda tanınırlılığı sağlamaktadır.

2.3.2. Yaratıcı Turizmin Gelişimi

Geçmişten günümüze insanların yaşam standartlarının yükselmesi iletişim, bilgi ve ulaşım alanlarındaki teknolojik gelişmeler, iş hayatında çalışma sürelerinin azalması vb. nedenlerden dolayı turizm olumlu yönde gelişme sağlamıştır. Kısacası turizm, teknolojik, sosyal, toplumsal, siyasal ve ekonomik gelişmelerle doğru orantılı olarak ilerlemektedir (Güven, 2016: 6). Bunlarla birlikte boş zamanın ve harcanabilir gelirin artması, seyahat maliyetinde meydana gelen düşüş sayesinde insanlar entelektüel gelişimleri ile daha fazla ilgilenme olanağı bulmuşlardır (Bodger, 1998: 28). İnsanlar bu olanaklar sayesinde farklı kültürleri görüp, bilgi edinme ve aynı zamanda dinlenme amacıyla turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar. Bu yüzden turizm, değişik amaçlarla seyahat eden birbirinden farklı kültürel ve sosyal yapıya sahip olan şahısların birbirileri arasında iletişim ve etkileşim kurmalarını sağlar (Baykan, 2007: 15).

Farklı kültürleri öğrenme ve dinlenme gibi amaçlara hizmet eden turizm sektörü durmadan değişim ve gelişim içerisindedir. Küreselleşme turizm sektörünü her sektörde olduğu gibi doğrudan veya dolaylı, olumlu veya olumsuz şekilde etkilemektedir (Bahar, 2007: 62). Sektördeki bu hızlı değişim turizm türlerinde ve turizm tercihlerinde çeşitlenmeler olmasına neden olmuştur (Durgun, 2007: 94). Bu bağlamda turizm sektörünün birinci kuşağını deniz-kum-güneş   lemlerinden oluşan, insanların boş zamanlarını değerlendirme ve dinlemelerini esas alan klasik turizm oluşturmaktadır. İkinci kuşağı kültürel turlar ve müze ziyaretleri ile kültür turizmi oluşturmaktadır.    nc  kuşağı ise kültür, deneyim ve eğlenceyi bir arada sunan bölge halkı ve kültürü

ile iç içe halde özgün deneyimler kazandıran (Gülüm, 2015: 88) kültür turizminin alt uzantısı olan yaratıcı turizm oluşturmaktadır (Richards ve Raymond, 2000).

Klasik turizm olarak adlandırılan turizmin birinci kuşağı son elli yılda sektördeki yükselişi birçok nedene bağlı olarak düşmeye başlamıştır. Diğer adı kitle turizmi olarak da bilinen bu turizm çeşidine son yıllarda farklı turizm türleri alternatif olarak ortaya çıkmıştır (Güven, 2016: 7). Çıkan alternatif turizm türlerinden biri olan kültür turizminde farklı ülkelerdeki kültürleri görmek için seyahat eden turistler, müzeleri, anıtları ve tarihi yapıları ziyaret etme, kültürel ve sanatsal aktivitelere katılma vb. pasif öğrenme süreci olan faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu faaliyetlerde katılımcı olarak değil gözlemci olarak bulunmuşlardır (Raymond, 2003: 2). Fakat yaratıcı turizm kültür turizmine göre farklıdır. Yaratıcı turizm, aktif katılım sayesinde bakmaktan ziyade öğrenmeyi ve ekonomik gelişimin yanında kişisel gelişimi de destekler. Yaratıcı turizm sayesinde kişi gittiği bölgenin kültür, sanat, doğa ve gastronomi gibi aktiviteler ile yerel halkla yakın ilişkiler kurarak kendi yaratıcılığının peşine düşer (Güven, 2016: 7).

Kültür turizminin sahip olduğu ürünlere karşı giderek azalan memnuniyet sonucunda yaratıcı turizmin ortaya çıktığı söylenebilir (Güven, 2016: 8). Seyretmeye veya izlemeye dayalı olan kültür turizmi aktiviteleri, bu yönüyle yaratıcı turizm aktivitelerinden ayrılmaktadır. Yaratıcı turizm bir bölgedeki aktiviteye katılmak gibi deneyim içeren öğrenme, katılım ve tecrübe etmeye dayalı etkinliklerdir (Ohridska-Olson ve Ivanov, 2010; 3). Yaratıcı turizm turisti özne konumunda tutarak bir kültürü görmek ve bilmekten ziyade o kültürün eylemlerini deneyimlemesini sağlar. Yaratıcı turizmde turist bölgedeki günlük hayatın içinde üretici olarak bulunması gerekir (Güven, 2016: 8).

Yaratıcı turizmin gün geçtikçe öneminin daha da artmasının birçok nedeni vardır. Bunlar (Richards, 2009: 81);

- Kültür turizminin zamanla kitle turizmine daha çok benzemesi
- Kültür turizmine katılan turistlerin deneyimli hale gelip bunun yanında ilgi çeken deneyimler istemeleri.
- Çoğu destinasyonun geleneksel turizm ürünlerine farklı alternatifler bulmak istemeleri
- Turistlerin paket halinde sunulan turistik ürünlerden sıkılmış olmaları vb. nedenlerdir.

Yaratıcı turizm etkinliklerine dünyadan Barselona'yı örnek gösterebiliriz. Maceracı şeflerle, sokak yemeği (eat street) adı verilen, yiyecek kamyonları üzerinde gerçekleştirilen bir parti düzenlenir. Bu partide en fazla 5 Euro karşılığında maceracı şeflerin ilk kez burada hazırladıkları yiyecekler katılımcılara satılmaktadır. Bu sayede partiye katılan kişiler ilk kez ortaya çıkan yeni bir lezzeti tatma olanağı bulmaktadırlar. Bir diğer destinasyon olarak Yeni Zelanda'da 'Hobit' filminin çekildiği film setlerinin turistler tarafından ziyaret edilmesi yaratıcı turizme örnek gösterilebilir.

Türkiye'de yaratıcı turizm etkinliklerine örnek olarak Avanos'ta gerçekleştirilen çömlek yapımı gösterilebilir. Burada bölgeye gelen turistler hem çömlek yapımını deneyimleyebilir hem de hediyelik eşyalar satın alabilirler. Bir diğer örnek olarak Alaçatı ot festivali gösterilebilir. Bu festivalde Alaçatı sokaklarında yer alan stantlarda yerli kadınlar pazı otuyla hazırladığı Ege lezzetlerini festival ziyaretçileri ile buluşturuyor. Ayrıca Şefler Meydanı'nda ünlü yerel şeflerin çeşitli otlar ile hazırladığı lezzetler festivale katılanlara sunulmaktadır. Bunların yanı sıra Gaziantep'te düzenlenen yerli ve yabancı şeflerin katıldığı Gastroantep Festivali ve Adana'da düzenlenen Uluslararası Portakal Çiçeği Festivali' de yaratıcı turizme örnek olarak gösterilebilir.

2.3.3. Yaratıcı Şehir Ağları

Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN) UNESCO tarafından yaratıcılığı sürdürülebilir kentsel gelişim için önemli bir etken olarak gören şehirlerin birbirleriyle olan işbirliğini kuvvetlendirmek için 2004' de kurulmuştur. Şu anda dünya genelinde 246 şehir bu ağı kullanarak ortak bir hedef doğrultusunda birlikte çalışmaktadır (UNESCO, 2021).

Yaratıcı şehirler ağı Zanaat ve Halk Sanatları, Medya Sanatları, Film, Tasarım, Gastronomi, Edebiyat ve Müzik olmak üzere yedi yaratıcı alanı kapsar. Şehirlerin bu ağa katılabilmeleri için en iyi uygulamalarını paylaşmalı aynı zamanda özel sektör, sivil toplum ve kamu kuruluşları ile ortaklık kurarak aşağıdaki maddeleri yerine getirmeleri gerekir (UNESCO, 2021);

- Kültürel faaliyetlerin oluşmasını, üretilmesini, yayılmasını ve dağıtımını kuvvetlendirmek
- Yenilik ve yaratıcılık merkezleri oluşturarak sektördeki yaratıcılar ve profesyoneller için fırsatları çoğaltmak

- Özellikle savunmasız gruplar ve bireyler için kültürel yaşama erişimi ve katılımı kolaylaştırmak
- Kültür ve yaratıcılığı sürdürülebilir kalkınma planlarına tam olarak adapte etmek

Yaratıcı destinasyonlar birden fazla kurum ve sektörün birlikte çalışmalarıyla ortaya çıkmaktadır. Sadece yaratıcı endüstrilerin bulunduğu yer ya da sadece turizm amaçlı kültürel alanlara turist çeken bölgeler yaratıcı turizm destinasyonu olarak adlandırılmazlar. Kısacası yaratıcı turizm bölgeleri sektörler arası, kurumlar arası, kümeler arası ve yaratıcı insanlar arası bir ağ oluşturma ile meydana gelirler (OECD, 2014: 43).

Yaratıcı turistleri yaratıcı bölgelere çekebilmek için bölge dışında da çeşitli ağlar oluşturulması gerekir. Bu sayede bölgenin diğer bölgeler ile rekabeti, işbirliği gibi durumlar ile gelişmesi sağlanmakta ve pazarlama yolu ile de farklı insanlara anlatılmaktadır (Richards, 2009: 83).

Uluslararası bir kuruluş olan Yaratıcı Şehir Ağı (Creative City Network) dünyadaki yaratıcı turizmi teşvik etmeyi amaçlamıştır. Yaratıcı Turizm Ağı tarafından yapılan faaliyetlerden bazıları şunlardır (Akdu, 2018: 119);

- Yaratıcı turizm potansiyeli olan destinasyonların tanıtımı (yaratıcı turizm programlarının oluşturulup yönetimi için danışmanlık hizmeti vermek, özel iletişim ile basın hizmetleri, kongre, fuar, seminer, konferans vb. konularda tanıtım, turizm ve taşımacılık firmaları, kültür dernekleri, medya vb. ile ortaklıklar vb.)
- Turistlere en iyi yaratıcı turizm destinasyonlarını ve etkinliklerini önermek için yaratıcı turistleri tanımlamak ve taleplerini belirlemek.
- Uzman grup tarafından yaratıcı turizm ile ilgili eğitim turları düzenlemek.
- “Yaratıcı turizmde en iyi uygulamalar” ile ilgili araştırmalar yapmak ve uluslararası konferanslar organize etmek.
- Destinasyon potansiyeli ile ilgili bilgilendirme yaparak turistler tarafından ulaşılabilirliği sağlamak

2.3.4. Yaratıcı Turizm Modelleri

Yaratıcı turizmden en yüksek yararın sağlanabilmesi ve yeni turistler ile bölge halkının aralarında bir ilişkinin oluşması ama bununla birlikte birbirine benzemeyen bir

hale getirilmesi tüketim ile üretim tarafında bulunan güçlerin emeklerinin birleştirilmesi ile yaratıcı turizmin gittikçe büyümesi mümkün olabilir (Aydoğan Çifçi, 2020: 73). Bir turizm faaliyetindeki turist ve destinasyon sayısı ne kadar fazla olursa buna karşılık katılım gösterilebilecek kültürel aktivite ve olay varsa o derece fazla deneyim ve yaratıcılık olduğu ifade edilir (Zoğal ve Emekli, 2017). Yaratıcı turizmde destinasyonların ilerleyişi de bu manada birbirleri ile bağlantılı ağların oluşturulmasını gerektirmektedir.

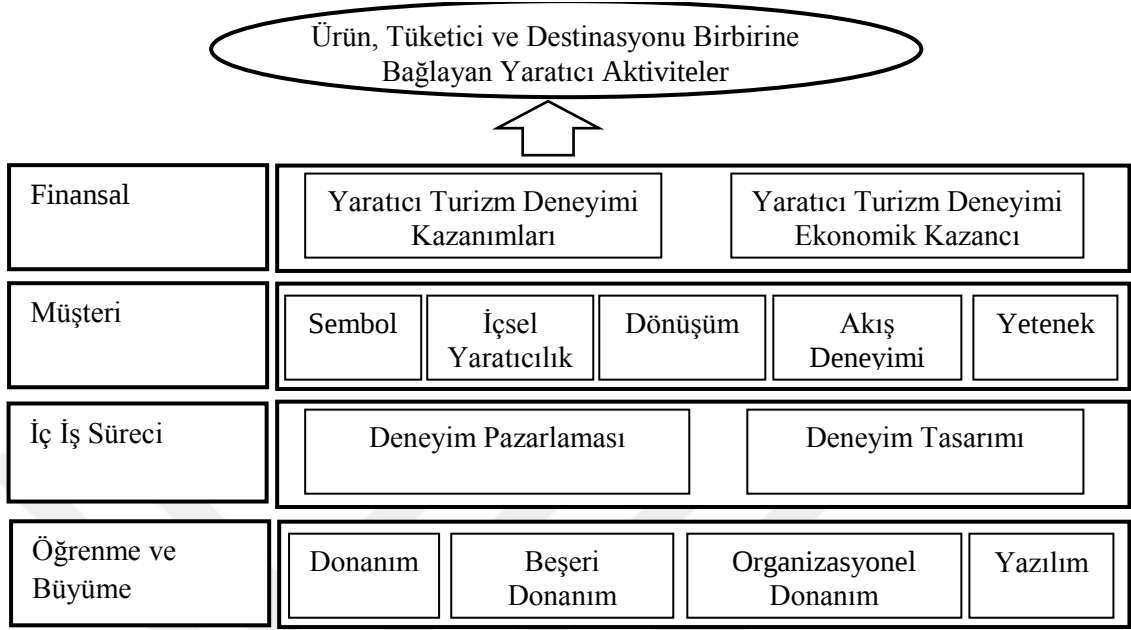
Yaratıcı şehirler hangi adımlarla yapılırsa yapılsın gelişimleri temelde iki şekilde geliştirilirler. Birincisi doğal tarihi süreçte evrimleşme, ikincisi ise müdahale edilerek geliştirilmesidir. Bu durumların her ikisinde de yaratıcı destinasyon oluşabilmesi için üç ögenin varlığı olmazsa olmazdır. Bunlar; Yaratıcı toplum, yaratıcı stratejiler ve yaratıcı endüstrilerdir. Bu üç öge birbirini her zaman desteklemektedir (Durmaz, Platt ve Yiğitcanlar, 2009; 13)

Bazı yaratıcı kaynakların olmayışı yaratıcı turizm deneyiminin oluşmasını imkansız hale getirmektedir. Bu kaynaklar şu şekilde sıralanabilir (Duxbury ve Richards, 2019; 6);

- Turizme ve yaratıcılığa uygun olarak oluşturulmuş bir politika,
- Yaratıcı alanda işbirliği yapan ağlar ve platformlar,
- Sanatçılar,
- Eleştirel altyapı,
- Yaratıcılığa uygun olarak dizayn edilmiş modern veya otantik alanlar,
- Yaratıcı turizme katılmayı isteyen topluluklar,
- Uygun çevre.

Yukarıda belirtilen kaynakların var olmalarının yanında doğru kullanımları da önemlidir. Kaynakların varlığı, yeterliliği ve doğru kullanımı ile ilgili sunulan çeşitli modeller bulunmaktadır. Bu modellerden birisi Şekil 2’de gösterilmiştir.

Şekil 2. Kurumsal Karne Modeline Göre Oluşturulmuş Yaratıcı Turizm Fizibilite Testi

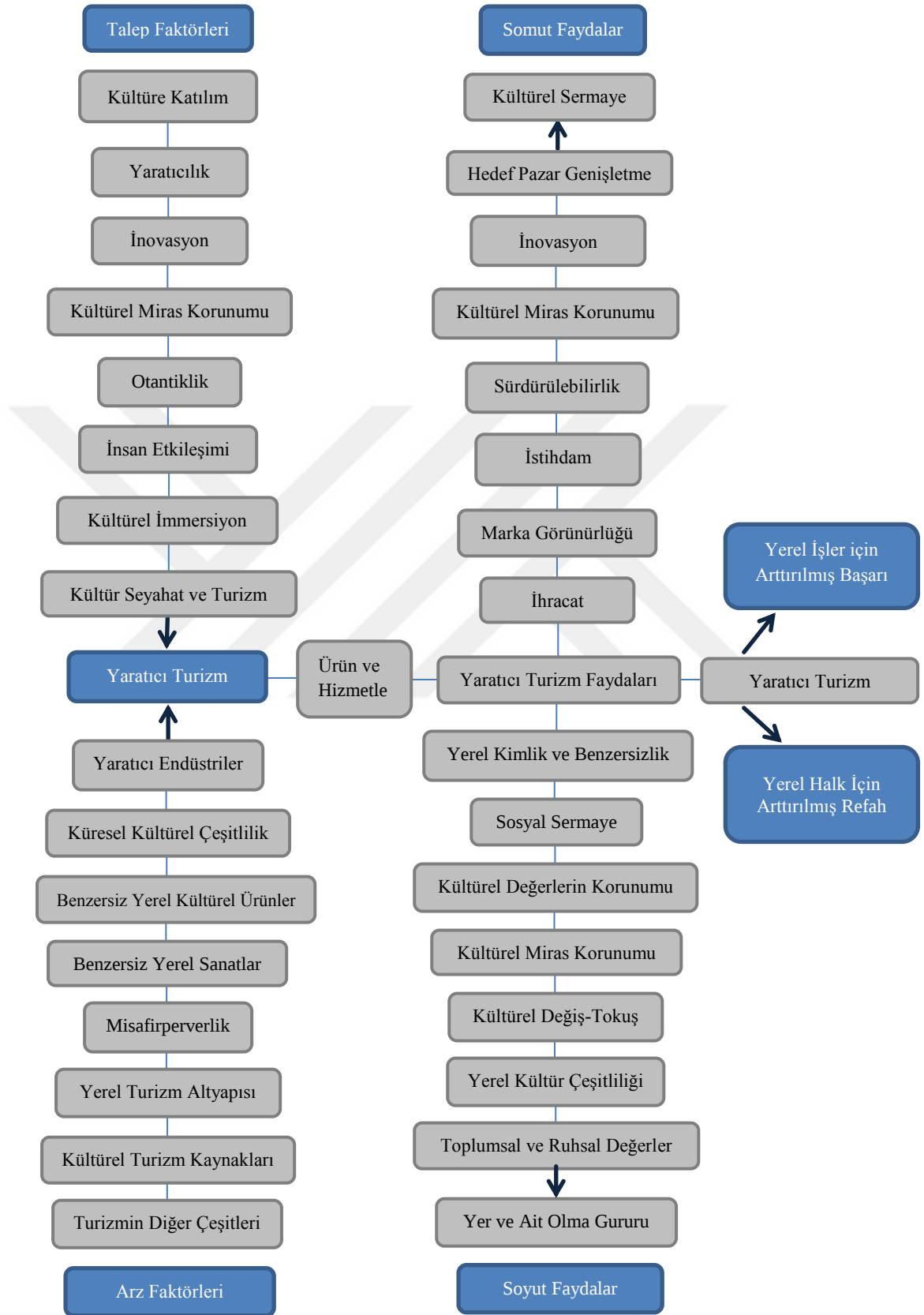


Kaynak: Aydoğan Çifçi, (2020: 74)

Şekil 2’de Kurumsal Karne Modeline Göre Oluşturulmuş Yaratıcı Turizm Fizibilite Testi gösterilmektedir. Bu modele göre ürün-tüketici-destinasyon arasındaki bağlantının kurulması, yaratıcı turizm uygulamalarının uygun olduğu ortamlarla mümkündür (Aydoğan Çifçi, 2020: 74).

Yaratıcı turizmle alakalı bir diğer modeli ise Yaratıcı Turizm İş Modeli’ dir. Bu modelde yaratıcı turizmin arz - talep faktörleri ile somut ve soyut faydaları yer almaktadır. Yaratıcı Turizm İş Modeli şekil 3’de gösterilmektedir.

Şekil 3. Yaratıcı Turizm İş Modeli

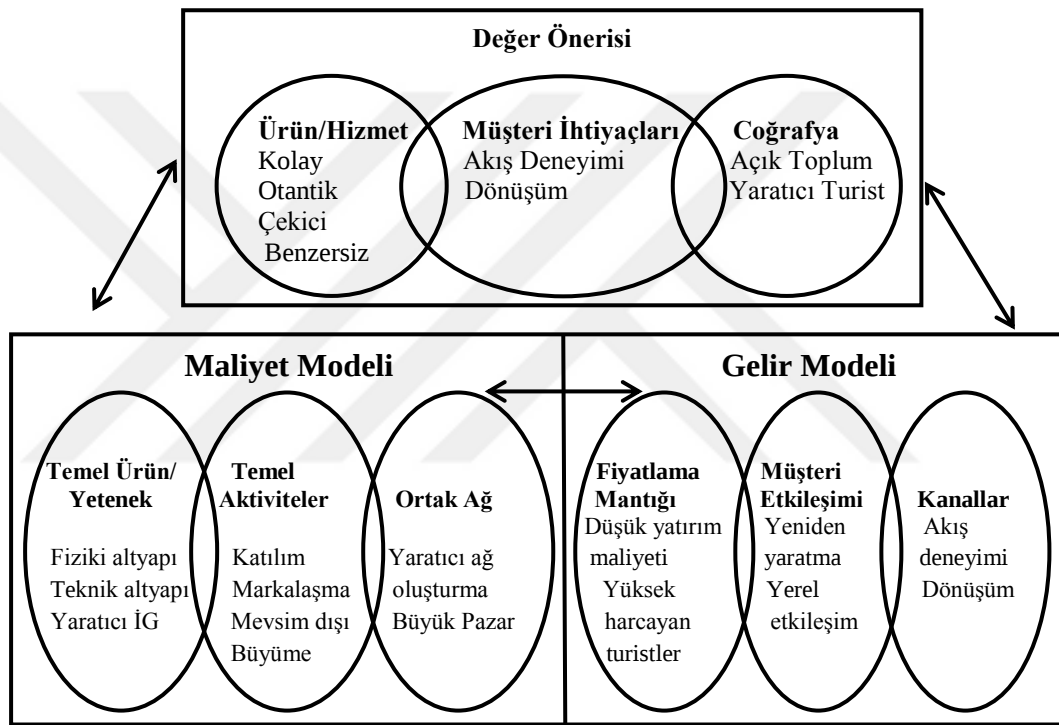


Kaynak: Ohridska-Olson ve Ivanov, (2010; 4).

Şekil 3 yaratıcı turizm arzı, talebi ile yaratıcı turizmin somut ve soyut faydalarını göstermekte aynı zamanda yaratıcı turizmin turistik bölgelerde uygulanabilirliği açıklanmaktadır. Bu modelde sonuç olarak turizmin getirisi işletmeler adına ekonomik ve sosyal başarı, bölge halkı adına refahın artmasıdır. Bu modelin ortaya konduğu çalışma ile destinasyonların yaratıcı turizm sayesinde kalkınmaları ortaya konmuştur.

Bu standartlarda yaratıcı turizm iş modelini açıklayan başka çalışmalarda mevcuttur. Şekil 4’de bu çalışmalardan bir diğeri gösterilmektedir.

Şekil 4. Yaratıcı Turizm İş Modeli



Kaynak: Mohammadi vd., (2019: 13)

Şekil 4’de yaratıcı turizm iş modeli anlatılmaktadır. Bu iş modelinde şunlar anlatılmaktadır; Akış deneyimi ve dönüşüm talebi bulunan müşteriler için kolay, otantik, çekici ve benzersiz özelliklerde ürün veya hizmet oluşturmak gereklidir. Aynı zamanda bu değişimleri ve uygulamaları yadırgamayacak, yaratıcı turistlerin rahatlıklar gidebileceği, farklılıklara açık toplumların olduğu bir coğrafya gereklidir. İş modelindeki gelir kısmına baktığımızda, yaratıcılık kullanılarak turist ile yerel halkın etkileşimi sağlanmalıdır. Bu etkileşim turistlerin ilgisini çekebilecek kanallar kullanılarak ve düşük maliyette yatırımlar yaparak yüksek harcamalar yapan turistlerin

bölgeye çekilmesiyle gerçekleşebilir. Maliyet kısmında fiziki ve teknik altyapı ile yaratıcı iş gücü kullanılarak markalaşmaya gidilmeli ve bu sayede mevsim dışı büyüme sağlanmalıdır. Bu sayede yaratıcı ağ oluşturulmuş ve büyük bir pazar haline gelmiş olacaktır.

Bahsi geçen modellere benzer olarak bazı araştırmacılar yaratıcı turizm destinasyonlarının gelişimi için önemli görülen bazı unsurlardan bahsetmişlerdir. Bu unsurlar aşağıda açıklanmıştır (Ardhala vd., 2016: 1; Richards ve Palmer, 2010: 516; Sung, 2015: 89):

- Yaratıcı endüstrinin temel gereksinimi; temel gereksinimlerin başında yeteneklerin, işgücünün, teknolojinin, sermayenin, devlet politikasının, eğitimin ve iletişim ağlarının uygunluğu bulunmaktadır. İletişim ağlarından özellikle sosyal ağlar yaratıcı destinasyonların kültürel değerlerini tanıtan bir aracı olarak büyük önem arz etmektedir.
- Turizm cazibesi; yaratıcı turizmin gelişimine katkı sağlayan etkenlerden biride büyük çaplı aktivitelerdir. Bu aktiviteler seri üretim haline gelme tehdidindeki yerlerin farklılaştırılması, sıradan altyapıya göre daha esnek olması, turistlerin sadece gidip görmelerinden ziyade gittikleri yerin parçası olmalarını hissettirebilmesi, kısa zamanda az maliyet ile maksimum fayda sağlayabilmesi gibi özellikleri ile turizm adına daha iyi sonuçlar elde edebilmektedir.
- Erişilebilirlik ve mobilite; şehir merkezine uzaklık, ulaşım durumu, yol ağları, taşıt rotaları, yol durumlarını ifade etmektedir.
- Ürün geliştirme; yeni ürünler oluşturma ve oluşturulan bu ürünlerin kalitesini ifade etmektedir.

Turistik bölgelerde yaratıcı turizmin gelişmesi yaratıcı endüstrilerin geliştirilerek turizm sektöründe bir araç olarak kullanılması sonucunda sağlanabilmektedir. Bu bağlamda, kültürel ve yaratıcı turizm sektörünün gelişebilmesi için aşağıdaki stratejileri gerçekleştirmek oldukça önemlidir (Aydoğan Çifçi, 2020: 78);

- Yaratıcı turizm alanı inşa etmek
- İçerisinde yaratıcı unsurların bulunduğu bir turizm imajı sloganı oluşturmak

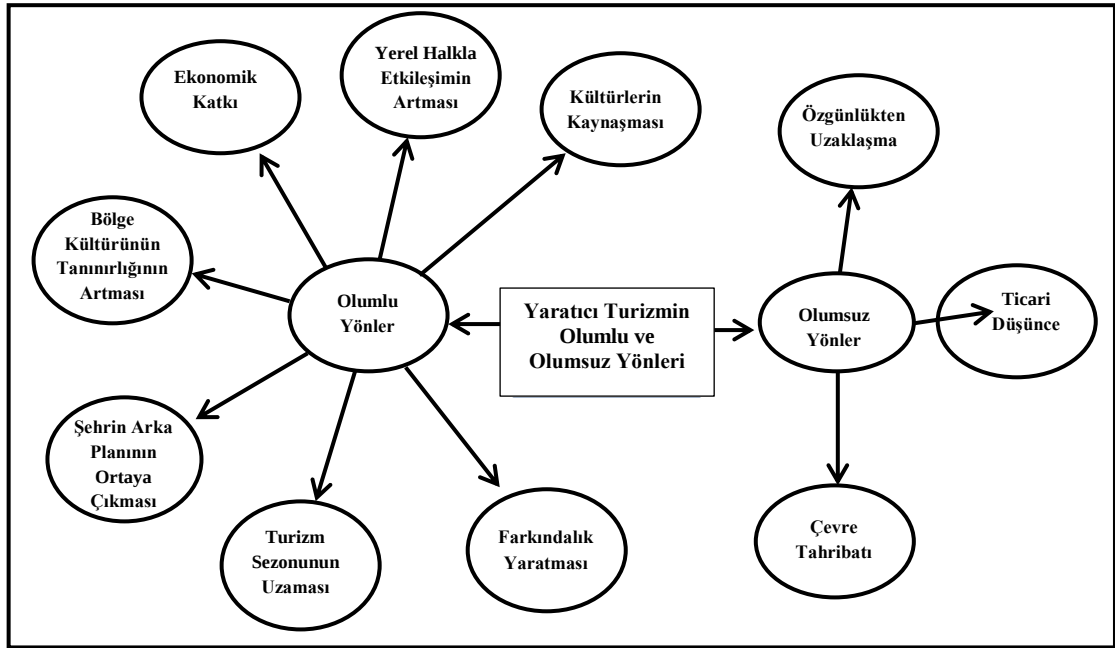
- Turizm hediyelik eşyalarını yaratıcı tasarım ve pazarlamada öncelikli olarak belirlemek
- Festivaller ve etkinlikler düzenlemek ve bu etkinlik ve festivallere yaratıcı öğeler eklemek
- Yaratıcı öğeler ile turizmi birleştirerek yenilikler ortaya çıkarmak
- Televizyon, film ve performans sanatlarına yönelik turizm marketini geliştirmek

Yukarda sayılan stratejiler yaratıcı turizmin gelişebilmesi için turistik ürünlerin yaratıcı hale getirilmesinin yanında turizmin yaratıcı yönünün pazarlanabilmesi ile ilgili yapılabilecekleri de önermektedir. Bunun sonucunda destinasyondaki yaratıcı faaliyetlerin nasıl pazarlandığı büyük önem taşımaktadır (Aydoğan Çifçi, 2020: 78).

2.4. Yaratıcı Turizmin Olumlu ve Olumsuz Yönleri

Yeni nesil bir turizm türü olarak tanımlanan yaratıcı turizm ile ilgili farklı görüşler bulunmaktadır. Bazı araştırmacılar yaratıcı turizmi olumlu ve faydalı bulurken bazı araştırmacılar olumsuz yönlerinin daha fazla olduğunu belirtmektedirler. Aşağıda özetle yaratıcı turizmin olumlu ve olumsuz özellikleri verilmiştir.

Şekil 5. Yaratıcı Turizmin Olumlu ve Olumsuz Yönleri



Kaynak: (Güven, 2016: 104).

Şekil 5’de görüldüğü üzere yaratıcı turizmin ana teması, olumlu ve olumsuz yönler şeklinde iki gruba ayrılmıştır. Yaratıcı turizmin olumlu yönleri içerisinde turizm sezonunun uzaması, bölge kültürünün tanınırlığının artması, farkındalık yaratması, şehrin arka planının ortaya çıkması, yerel halkla etkileşimin artması, ekonomik katkı ve kültürlerin kaynaşması alt temalarından meydana gelmektedir. Diğer yandan olumsuz yönler bölümü özgünlükten uzaklaşma, çevre tahribatı ve ticari düşünce alt bölümlerinden meydana gelmektedir.

2.4.1. Yaratıcı Turizmin Olumlu Yönleri

Yaratıcı turizm sömürülmemiş, zengin ve kıymetli olan kişisel, kültürel ve doğal kaynakların var olduğu bir turizm organizasyonudur. Yaratıcı turizmin bu anlamda sahip olduğu artılar ve olumlu etkileri şu şekildedir (Güven, 2016: 97);

- Somut ve somut olmayan kültürel mirasın bir bütün haline gelmesini sağladığı ve bu sayede turizme kalite kattığı düşünülmektedir.
- Yaratıcı turistler yöre halkı ile bir araya gelerek onların yaşantılarını görüp deneyimleme fırsatı bulmaktadırlar. Bu istekleri yaratıcı turistlerin yöre halkına ve bölgeye olan ilgilerinin yalnızca gezip görmekle kalmadığını bunun ötesine geçtiğini göstermektedir. Bu da yöre halkının kendilerine olan özgüvenlerinin artması hususunda önem kazanmaktadır.
- Yaratıcı turizm yıl boyu gerçekleştirilebilmesi yönüyle turistlerin yıl boyu ilgisini çekmektedir.
- Turistlerin geleneksel olan kültürel aktivitelere ilgileri azalabilir, fakat diğer taraftan bölgede bulunan diğer kaynaklara olan merakı ve ilgisi artmaktadır. Bu sayede turizm etkinliklerinin mekânsal olarak dağılımı artmış olacaktır.
- Yaratıcı turizm ekonomik olarak bölgeye katkı sağlarken bazı turizm türlerini de bir araya getirmektedir. Bu turizm türlerine şarap turizmi, yavaş turizm, yemek turizmi vb. turizm çeşitleri örnek olarak gösterilmektedir.

Yaratıcı turizmin genel olarak farklı özellikleri ile kültür turizmine yenilik kazandırdığı belirtilmektedir. Yaratıcı turizmin getirmiş olduğu en önemli yenilik mevcut üründen ziyade sürece odaklanan bir bakış açısı getirmiş olmasıdır (Akşit Aşık, 2014: 791). Yaratıcı turizm bilinçli olarak geliştirildiği zaman destinasyonlara ve yöre

halkına ülke ekonomisinin bir parçası olarak olumlu etkileri olacaktır. Bu etkileri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Ohridska Olson ve Ivanov, 2010: 14);

- Yöresel kıyafetler, yerel el sanatları, yerel müzikler, gelenek ve göreneklerin hayat bulmasını sağlar
- Somut ve somut olmayan kültürel mirasın korunup sürdürülebilmesini sağlar
- Turistik bölgelerin rekabet güçlerinin artmasını sağlar
- Yerel halkın kültürel miraslarını koruyup bunlarla gurur duymalarını sağlar
- Belli bir sezona bağımlı olmadan yıl boyu faaliyet göstererek devamlılık sağlar
- Bölgeye özgü gelenek ve göreneklerin tanınıp yaygınlaşmasını sağlar
- Turistik bölgenin kültürel kimliğinin kuvvetlenmesini ve tanınabilir olmasını sağlar
- Geçmişteki uygarlıklardan günümüze kadar ulaşan değerlerin korunmasını sağlar
- Girişimcilik fırsatı sunarak özellikle kadınların ve gençlerin istihdamına katkı sağlar
- Gelir ve iş sağlayan yaratıcı endüstrilerin gelişerek çoğalmasını sağlar
- Yenilikçi yerel çözümlerin ortaya çıkmasını sağlar
- Gastronomi, tarım, tekstil, hediyelik eşya gibi birçok sektörün gelişmesini sağlar

Yaratıcı turizm adına yapılan araştırmalar içerisinde ekonomik katkılarını ifade eden araştırma sayısı azdır. Fakat yaratıcı turizmin ekonomiye iyi seviyede katkı sağlaması mümkündür. Yaratıcı turizmin gelir seviyesi yüksek turist gruplarına hitap etmesi ve bu turistlerin yüksek harcamaları ekonomik geliri arttıracaktır. Bunun yanında maliyetlerin düşük gelirin yüksek olmasından dolayı bölge halkı ile yerel yönetimlere de maddi yönden gelir sağlanmış olacaktır (Akşit Aşık, 2014: 791).

2.4.2. Yaratıcı Turizmin Olumsuz Yönleri

Yaratıcı turizm hem ziyaretçileri ve yerel halkı hem de turistik bölgeyi ilgilendirdiği için bilinçli bir şekilde akılcı yaklaşımlarla oluşturulan uygulamaları içermesi gerekir. Bu sayede bölgeye, ziyaretçilere ve yerel halka önemi fazla olan katkılar sağlanmış olacaktır. Fakat bahsedilen etmenlerin tam tersi bir durum yaşandığında hem ekonomi hem de çevre zarar görecektir. Yaratıcı turizmin olumsuz yönleri ile alakalı düşünceler aşağıdaki gibidir (Güven, 2016: 97; Şen, 2010: 38);

Çevre Tahribatı; Çevre kalitesinin olumsuz yönde etkilenmesinin nedenlerinden biride turizm sektörünün yol açtığı hızlı ve kitlesel gelişimdir. Destinasyondaki arazilerin kullanımlarının değişmesi ile kimi bölgelerde özellikle tarım arazileri yok olmaktadır. Kanalizasyon ve çöp sorununun bölgedeki altyapının kaldıramayacağı seviyeye gelmesi sonucu ortaya çıkan kirlilik, sit alanlarının ve tarihi alanların tahribi, alışkanlıklar, sosyal hayat ve adetlerde bozulmalara neden olabilmektedir. Olumsuz çevresel etkilerin devam ettiği destinasyonlarda turizmin kalıcı olması beklenemez. Yaratıcı turizmde uygulamalar esnasında çevreyi kötü etkilememesi için gerekli önlemlerin alınması gereklidir.

Özgünlükten Uzaklaşma; Yaratıcı turizm içinde özgünlük barındıran aktivitelerdir. Bu aktivitelerin ilgi görmesi özgünlüğün sürdürülebilir olmasına bağlıdır. Bu yüzden daha fazla maddi kazanç elde etmek adına özgünlükten uzaklaşmamak gerekir.

Ticari Düşünce; Ticari düşünce otantikliği ve kültürün orijinal halini olumsuz yönde etkileyebilir. Daha fazla maddi kazanç elde etmek adına yaratıcı turizmin ruhuna aykırı faaliyetlerde bulunulabilir. Bu durum destinasyona zarar verecek olumsuz bir etkidir.

Bahsi geçen olumsuz yönler, yaratıcı turizmin uygulanmasından kaynaklanacak olumsuzluklar değil bu uygulama esnasında insanların bizzat kendilerinden kaynaklanacak olumsuzluklardır. Yani insanlar ticari düşünceleri yüzünden özgünlükten uzaklaşıp çevreye zarar verebilirler, yaratıcı turizm uygulamaları yüzünden bu olumsuzluklar ortaya çıkmaz.

2.5. Yaratıcı Turizm Talebi

Üretim şekilleri ve bölgelerin sosyal yapılarında oluşan değişimler, turizmde farklı modeller meydana gelmesine sebep olmaktadır. Bu duruma örnek olarak Sanayi Devrimi verilebilir. Sanayi devrimi olana kadarki süreçte standart olmayan bireysel ürünler daha çok üretilirken, sanayi devriminden sonraki süreçte teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi sonucu kitlesel turizm ürünleri yaygınlaşıp ön plana çıkmıştır. Günümüzde alternatif turizm çeşitlerinin daha çok ön plana çıktığı ve geliştiği, daha çok birim üretime dayalı turistik ürünler ortaya çıkmıştır. Turizm sektöründeki bu tarz bir değişimin bazı nedenleri vardır. Bunlar; sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkması,

turistlerin turizmden beklentilerinin değişmesi, turistlerin kitle turizminden uzaklaşmaları, nitelikli kaynakların azalışı, turizm sektörünün tüm yıl devam etmesi düşüncesinin oluşması, turistlerin farklı isteklerine yönelik tatil yapma imkanlarının gerçekleştirilmesidir (Yalçinkaya, 2018: 13).

Günümüz turizm talebi içerisinde mevcut dönem ile geçmiş dönemdeki yiyecekleri, el işlerini, kültürel aktiviteleri ve katılımcıların etkinlikleri direkt yaşama ile tüketme isteği bulunmaktadır (Chhabra vd., 2003: 703). Turizm sektöründe değişen turizm istekleri ve ihtiyaçları, somut ve somut olmayan kültürel değerler ile alakadar olan kültürel miras turist tipolojisinin ön plana çıkmasına sebep olmuştur (Yalçinkaya, 2018: 13). Turistik faaliyetlerin geekleşmesi için arz ve talep taraflarının bu faaliyetleri satan ve satın alan kişiler olmalarından dolayı, bölgedeki paydaşların yaratıcı turizm faaliyetleri ile iç içe olduğu belirtilir. Fakat bu etkileşim sırasında, yaratıcı turizmin teşviki için gerekli olan önemin verilmediği söylenmektedir.

Kültür ve yaratıcılığı ön plana alarak ekonomik ilerlemeyi arttırmak ve kişileri yaratıcı etkinlikler ile destinasyonlara çekmek dünya genelinde tercih edilen bir yaklaşım olmuştur (Lysgard, 2012: 1284). Bilgiye olan iletişim alanındaki gelişmeler ile birlikte kolaylaşmıştır. Bu sayede insanlar el sanatlarına, kültüre ve sanata olan ilgileri artmıştır (Akşit Aşık, 2014: 789). Bunun sonucunda insanlar ilgi duydukları bu değerlerin bulunduğu bölgelere gitmeye başlamış, bu durumda yaratıcı turizme olan talebi arttırmıştır. Yaratıcı turizm genel anlamda üç gruba hitap etmektedir. Bunlar (Raymond, 2003:5);

1. İlk grup ikinci dünya savaşı sonrasında artan nüfusun olduğu 1955 yılı doğumluları kapsayan baby boomer ve yeni emekli olan kişilerdir. Belirtilen kişiler çalışan kişiler olduğu için maddi yönden herhangi bir sorun yaşamayan kişilerdir. Bu kişiler aynı zamanda hayatları boyunca birçok şeye ilgi duymuşlar fakat beklentilerini geekleştirememiş kişilerdir. Bu nedenlerden dolayı emekli olan bu kişiler yeni fırsatlar peşinde koşmak istemekte ve değişik etkinliklere ilgi duymaktadırlar.
2. İkinci grup ise daha çok gençlerden oluşur. Bu gruptaki kişiler sırt çantalarıyla seyahat eden genellikle 30 yaş altı kişilerdir. Bu kişiler bedensel ve ruhsal olarak kendilerini geliştirebilecek faaliyetlere katılan, önyargıları olmayan, yeni fikirlere açık kişilerdir.

3. Üçüncü ve son grupta kendilerini geliştirmek isteyen her yaş grubundaki insanların oluşturduğu gruptur. Yaratıcı turizm talebini oluşturan bu kişilerin özellikleri şunlardır;

- Yaratıcı turizm için ve kendi ilgi alanındaki faaliyetlere ödeyecekleri ücretler konusunda sorun yaşamazlar,
- Somut olmayan kültürel mirasa somut kültürel mirastan daha fazla merak duyarlar,
- Keşfetme arzusu yüksek, meraklı, hareketli ve araştırmacı kişilerdir,
- Fazlasıyla turizm aktivitelerine katılırlar ve yapacakları ekstra harcamalardan kaçmazlar,
- Öncelikli hedefleri şahsi deneyimlerini arttırmaktır ve hayattan beklentileri yüksektir,
- Değişik kültürleri görüp deneyimlemek kişisel gelişimleri için bir fırsattır ve böyle durumlarda kendilerini ayrıcalıklı hissederler,
- Seyahat planlarını tur operatörleri ile veya bireysel olarak hazırlayabilecek kapasiteye sahiptirler,
- Kültürel mirası korur, çevreye duyarlı ve bilinçli kişilerdir,
- İlgi duyduğu yerleri gezip oradaki deneyimlerin parçası olmak isterler,
- Seyahat edecekleri yer konusunda bilgi sahibidirler.

Yaratıcı turizmde talep turizm faaliyetlerine katılanlar tarafından belirlenmektedir. Bunun nedeni yaratıcı ürünün oluşması sırasında turistler hem katılımcı hem de sorumludurlar. Turistler seyahat işletmeleriyle birlikte sürecin özelliklerini ve seyahatin içeriğini belirlerken birlikte yol alırlar. Yaratıcı turistlerin esas beklentileri yaratıcı ve kültürel aktivitelere katılmaktır. Bu özellikleri ile diğer turistlerden ayrılırlar. Yaratıcı turizm talebi oluşturmada diğer önemli etkenler; kültürel mirası korumak, kişilerin etkileşimlerini ve iletişimlerini olumlu yönde arttırmak, kültür turizmi ile diğer turizm çeşitlerini geliştirmektir (Akşit Aşık, 2014: 790).

Diğer yandan, kültürel olarak etkileşimin artmasıyla, kültürel bozulma tehlikesinin ortaya çıkması mümkündür. Bu durum kültürel değerlerin korunması gerektiği gerçeğini ortaya çıkarmış ve bu sayede yaratıcı turizme olan talebin artmasını sağlamıştır (Chhabra vd., 2003: 713). Gerçekleşen bu durumlar ile beraber kültür turizmi ile ortaya çıkan yaratıcı turizmin talebini arttırmıştır.

2.5.1. Yaratıcı Turistler

Yaratıcı turizm aktivitelerine katılan turistler, kültür turizminde olduğu gibi gezip görmekten ziyade aktif katılımında bulunmak istemektedirler. Yaratıcı turistler, Rusya'ya dini heykeller boyamaya, Arjantin'e tango öğrenmeye, Fransa'ya geleneksel yemekler pişirmeye gitmektedirler (Ohridska-Olson ve Ivanov, 2010). Yaratıcı turizm aktivitelerine katıldıkları süreç içerisinde kendilerini gittikleri yerlerde yaşayan kişiler gibi hissetmektedirler (Aslan, 2018: 21). Yaratıcı turizm aktivitelerine katılanlar gittikleri bölgedeki el işi ve sanat, sağlık, tasarım, maneviyat, diller, spor ve doğa gibi alanlarda bilgilenmek isteyebilirler (Richards ve Raymond, 2000: 18).

Yaratıcı turistler tek başlarına, çift olarak, ailece veya grup şeklinde yaratıcı turizm aktivitelerine katılabilirler. Tatillerini dışardan destek alarak organize edebilecekleri gibi bizzat kendileri de organizasyonu yapabilirler. Yaratıcı turistler geleneksel turistlere göre daha becerikli, tüketen üretici konumunda, çok yönlü ve daha fazla etkileşim içinde olan bireylerdir (Creative Tourism Network, 2021).

Yaratıcı turistler, alternatif arayışında olan, kültür turizminin alışlagelmiş yöntemlerin geçmek isterler. Katılımcı, aktif, otantik ve öğretici olan tatil deneyimlerini talep ederler. Yaratıcı turistler, kişisel gelişimleri ve yöre halkıyla daha çok etkileşim içinde olmak amacıyla yaratıcı etkinliklere aktif olarak katılmaktadırlar. Yaratıcı turistler katıldıkları etkinlikler sonucunda edindikleri deneyimleri kendi kişilik oluşumlarının bir parçası olarak gören kişilerden oluşmaktadır (Salman ve Uygur, 2010: 188).

Yapılan araştırmalar sonucunda, yaratıcı turistler katıldıkları deneyimler esas alınarak algılarına göre gruplandırılmışlardır. Bu gruplar ve özellikleri aşağıda bulunmaktadır (Aslan, 2018: 22);

Yenilik arayanlar: Bu gruptaki yaratıcı turistler kişisel gelişimleri için yeni deneyimlerden hemen etkilenirler ve farklı deneyimlere katılmak istemektedirler. Aynı zamanda yöresel kültürü yansıtan faaliyetleri daha çok seçmektedirler.

Bilgi ve beceri öğrenenler: Bu grubu kişisel gelişimin, yerel kültür ve aile bireylerinin bir arada oluşundan daha önemli olduğunu savunan turistler oluşturmaktadır. Bu gruptaki turistler daha çok zorlayıcı ve yeni etkinliklere ilgi duymaktadırlar.

Seyahat partnerinin gelişiminin farkında olanlar: Bu gruba dahil olan yaratıcı turistlerde ailesinin ya da daha genç kuşağın etkinliklerden öğrenebileceği şeylerin neler olacağı konusuna odaklanmaktadırlar.

Çevresel konuların farkında olanlar: Yerel kültürün farkında olan aynı zamanda çevreyi önemseyen turistlerdir. Bu gruptaki turistler somut olmayan kültürel mirasın korunması gerektiğini savunur ve eğitmenlerin profesyonel olmalarını istemektedirler.

Rahatlama ve dinlence türü: Bu gruptaki turistler, etkinliklerin yapıldığı alanların tasarımına önem vermekle beraber, eğlenmek, dinlenmek ve günlük yaşamdan uzaklaşmak için etkinliklere katılmaktadır.

2.5.1.1. Yaratıcı Turist Çeşitleri

Literatür taramasında yaratıcı turistlerin özellikleri aynı zamanda yaratıcı turistlerin çeşitlerini ortaya çıkarmıştır. Yaratıcı turist çeşitleri aşağıdaki gibidir (Güven, 2016: 62);

Deneyim ve Öğrenme: Genellikle yaratıcı turistler gittikleri destinasyonun kültürünü, yerel yaşantısını bölge halkı ile beraber uygulamalı olarak deneyimleyip öğrenmek istemektedirler.

İlgi-Merak: Bu gruptaki yaratıcı turistler kendi ilgi alanlarına göre hareket ederler ve gittikleri destinasyonda katıldıkları etkinliklerle tatmin edilmeyi isterler. Bu gruba uygun olan yaratıcı turistlerin çekilebilmesi için etkinliklerin merak uyandırması gerekmektedir.

Özgünlük-Farklılık: Bu gruba ait olan yaratıcı turistler kitlelere hitap eden destinasyonlardan ziyade özgün ve farklı tatil anlayışını içinde barındıran yaratıcı destinasyonları tercih etmektedirler.

Yerel Halk İle Etkileşim: Yaratıcı turizm sayesinde yerel halk ile olan etkileşim artmaktadır. Destinasyondaki etkinlikler yerel halk ile beraber yapıldığı için onlarla iletişim kurma imkanı elde etmektedirler. Bu gruptaki yaratıcı turistlerde tamda bu yüzden yaratıcı turizm aktivitelerine katılmak istemektedirler.

2.6. Yaratıcı Turizm Arzı

Bir destinasyona ait olan bütün somut ve somut olmayan kültürel değerler o destinasyonun yaratıcı turizm arzını oluşturur. Müzeler, antik kentler, el sanatları,

geleneksel mutfak, tarihi ve doğal sit alanları vb. yerler kültürel değerlere örnek olarak gösterilebilir. Yaratıcı turizm etkinliklerine katılan turistlerin tercihlerini etkilemek için arz unsurlarında yaratıcılık kullanılabilir (Zoğal ve Emekli 2017: 25). Bahsi geçen arz unsurları incelendiği zaman yaratıcı turizmin gerçekleşmesi için gerekli olan unsurlar, kültürel miras ve geleneksel kültür, sanat, yaratıcı aktiviteler ve kültürel işletmelerdir.

Kaynak bakımından çeşitliliğin fazla olmasından dolayı yaratıcı turizm arzı, faaliyet odaklı ve destinasyon odaklı olmak üzere iki yaklaşım üzerinden değerlendirilir. Destinasyon odaklı olan yaklaşımda, yaratıcı turizmin ürünü yaratıcı bölgeler, yaratıcı şehirler gibi tur programlarında bulunan kaynaklardır. Bahsi geçen kaynaklar özel olarak yaratıcı turizm için oluşturulmamıştır. Faaliyet odaklı olan yaklaşımda, yaratıcı turizm ürünleri birbirinden bağımsız ve coğrafi olarak dağınıktır. Bu yaklaşımda yaratıcı turizm programları etkinlik odaklı ve destinasyondan bağımsızdır (Ohridska Olson ve Ivanov, 2010; 10).

Bir bölgenin veya devletin somut ve somut olmayan kültürel değerleri yaratıcı turizmi gerçekleştirmek amacıyla kullanılabilir. Ülkeler kendilerine ait olan yaratıcılık unsurlarını kullanarak, turistleri kendi ülkelerine gelmeleri konusunda etkilemeye çalışmaktadırlar. Bir ülkede yaratıcı turizmin gelişimine yerel toplumları yansıtan somut olmayan kültürel miras, kültürel çeşitlilik ve çağdaşlık katkı sağlarlar. Bu unsurlar hem yaratıcı turizmin temelini oluştururlar hem de destinasyonun arz kaynakları hususunda belirleyici olurlar. Diğer taraftan somut ve somut olmayan unsurlar, sanat, dini törenler ve el sanatları vb. yaratıcı turizm için önemlidir. Farklı bir ezgi, müzik aleti, yiyecek veya giyecek hatta farklı bir ekmek çeşidi gibi kültürel farklılıklar yaratıcı turizmin var olması için önemlidir ve yaratıcı turizmde arz kaynağı olarak düşünülmelidir (Akşit Aşık, 2014: 790).

Bazı araştırmacılar yaratıcı turizm arzını yaratıcı turizm deneyimleri doğrultusunda yöresel kültürel değerleri etki alanına çeken workshoplar örneği üzerinden anlatmaktadır. Workshoplar, yemek, gelenek, sanat vb. kültürler açısından ülkeleri birbirinden ayırarak gayri resmi bir öğrenme ortamında sürdürülebilir etkinlikler sergileyen ortamlardır. Yapılan bu organizasyonlar küçük gruplara yöneliktir. Turistler buralarda üretim sürecine dahil olarak yaratıcı yönlerini keşfetme olanağı sağladıklarını söylerler. Diğer yandan workshoplar eğitmenlerin iş yerlerinde ya da evlerinde organize edildiği için maliyetleri düşmektedir. Aynı zamanda bu faaliyete

katılan turistler eğitimcilerin evlerini veya işyerlerini gördükleri için daha yakın ilişkiler kurma olanağına sahip olurlar (Yalçınkaya, 2018: 20-21).

Yaratıcı turizm öğrenme ve deneme odaklı oluşu ile diğer turizm çeşitlerinden ayrılır. Yaratıcı turizm insanlara ait olan düşünce, inanç, değer ve yaşam biçimleri gibi soyut unsurları içinde barındırdığı gibi bu unsurların etkisiyle oluşan el sanatları, müzeler, sanat eserleri gibi somut unsurları da kapsar. Daha çok turistik bölgelerde yaşayan insanların yaşam şekilleri yaratıcı turizmin özünü oluştururlar. Bu yüzden yaratıcı turizmin amacı, kültür turizminde olduğu gibi turistik yerleri ziyaret etmek değil, bu yerlerdeki yaşam tarzının ve kültürlerin öğrenilmesidir.

Bir destinasyonun yaratıcı turizm arz kaynakları arasında, konukseverliği, diğer turizm çeşitlerinin oluşu, kültür turizminin kaynakları ve turizm yatırımları bulunmaktadır. Bu kaynakların varoluşu yaratıcı turizmin gelişmesine olumlu katkı sağlarken, aynı zamanda yaratıcı turizm geliştiği için bu kaynakların kullanımını destekler. Kültürel mirasın sürdürülebilirliği yaşanan karşılıklı olumlu etki sayesinde gerçekleşir. Bu olumlu etkinin artmasını sağlayan diğer etkenler içerisinde, yerel el sanatları, dans, müzik vb. turizm ürünleri de vardır. Fakat tarihi, sanatsal, kültürel vb. yaratıcı ürünlerin hepsi turizm çekiciliği sağlamayabilir. Bu sebeple tanıtım ve planlama çalışmalarıyla, yaratıcı arz kaynaklarını, imaj ve marka yaratarak turistik ürün haline getirmek gerekir (Akşit Aşık, 2014: 790)

Yaratıcı turizmde arz kaynakları karmaşıktır ve bu kaynakların aynı zamanda çeşitli oluşundan dolayı yaratıcı turizmin geliştirilmesi için bazı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunlar(Ohridska Olson ve Ivanov, 2010):

Destinasyon odaklı yaklaşım; Bu yaklaşımda bölgede bulunan doğal manzaralar, kent mimarisi, sanatsal faaliyetler ve yaşayan zanaatlar gibi kaynaklar yaratıcı turizm için kullanılır. Bu kaynaklar her ne kadar yaratıcı turizm amacıyla kullanılsa da hiçbiri bu amaçla oluşturulmuş ve tasarlanmış değildir.

Faaliyet odaklı yaklaşım; Yaratıcı turizm kaynakları birbirinden bağımsız ve dağınık oldukları için bu yaklaşımda birden fazla destinasyona dağılma olabilir. Buna örnek verecek olursak, turistler kilim dokumak için Türkiye'ye, şarap yapımını öğrenmek amacıyla Fransa'ya, spa için Tayland'a gidebilirler. Burada önemli olan konu yaratıcı turistlerin ilgi duydukları alanların varlığıdır.

2.7. Yaratıcı Turizmde Dünyadan Örnekler

Yaratıcı turizmde yapılan etkinliklere örnek olarak gösterilebilecek bazı aktiviteler, yöreseli ve turistleri bir araya getirmeyi amaçlayan ağlar aracılığıyla yapılmaktadır (Richards ve Marques, 2012). Tablo 3’ de yaratıcı turizm kapsamında turistler için çalışmalar yapan dünyanın farklı bölgelerinden bazı yaratıcı turizm ağları gösterilmiştir.

Tablo 3. Yaratıcı Turizm Ağlarına Örnekler

TURİZM AĞI	ÜLKE
Barcelona Creative Tourism	İspanya
Creative France	Fransa
Ibiza Creativa	İspanya
Creative Tourism Thailand	Tayland
Santa Fe Creative Tourism	Amerika Birleşik Devletleri
Creative Tourism Austria	Avusturya
Porto Alegre Turismo Criativo	Brezilya
Creative Toursim Costa Del Sol	İspanya

Kaynak: (Zoğal ve Emekli, 2017: 29; Akdu, 2018:122-123; <http://www.creativetourismnetwork.org/>).

Barselona Creative Tourism Network 2005 yılında oluşturulmuştur. Dünyanın ilk yaratıcı turizm platformudur. Turistlere Barselona ve çevresini yaratıcı turizm çerçevesinde keşfetmeyi, bölge ve halkı ile etkileşimde bulunmayı, yöre halkından biriymiş gibi hissetmelerini amaçlamıştır. Bu platform ziyaretçilere performans sanatları-müzik, mutfak, geleneksel halk sanatları, moda-tasarım, el sanatları ve görsel sanatlar vb. alanlarda yaratıcı deneyimler sunmaktadır (Creative Tourism Network, 2021). Creative Tourism Austria’da benzer alanlarda yaratıcı deneyimler sunmakta ve bunların yanı sıra oteller ve kaplıcalar gibi ticari ortaklarla iletişimlerini ilerletmeye dayalı bir modele sahiptir (Akdu, 2018: 124). Creative Austria özellikle sokak sanatları, film, çağdaş müzik, tasarım, moda, mimarlık gibi konularla ilgilenmektedir (Zoğal ve Emekli, 2017: 29).

Rusya’da kültürel ve yaratıcı turizm çalışmalarına oldukça önem verilmektedir. Çünkü Rusya kültür ve iş dünyasının etkileşim içinde olduğu önemli bir merkez olduğu

için kültürel ve yaratıcı turizm çalışmalarına oldukça önem verilmektedir. Özellikle St. Petersburg her zaman özgün fikirlerin ortaya çıkarak ayıldığı bir kenttir. Kültürel etkinlikler ile oluşturulan yaratıcı ürünlerin ve etkinliklerin sunulabilmesi amacıyla konser salonları, tiyatro ve müzeler gibi yeni mekanlar açılmıştır. Bu mekanlarda gerçekleştirilen etkinliklerin çoğunluğu sosyalleşmeyi ön planda tutan genç turistlere hitap etmektedir (Gordin ve Matetskaya, 2012; 56).

Yeni bir çevre ve deneyim arayan kişilerin ziyaret ettikleri bir diğer kent ise ABD’de bulunan Santa Fe kentidir. ABD’de bulunan kentler içerisinde en fazla kültürel varlığa sahip olan bu kent, içinde barındırdığı benzersiz sanat, kültür ve tarih ile yaratıcı turistleri kendine çekmiştir. Kentin kendine has karakteri korunurken, yaratıcı turizm politikalarının etkisi sayesinde yaratıcı turistleri kendi çekerek ekonomik bir büyüme göstermiştir (OECD 2014).

Yaratıcı turizm çalışmalarına önem veren bir diğer ülke de Çin’dir. OECD’nin “Tourism and Creative Economy” adıyla 2014 yılında yayınladığı raporda Çin’de her yıl yaklaşık 7 milyon turist, yaratıcı kümeleri ziyaret etmektedir ve her geçen gün bu sayı artmaktadır (OECD, 2014). Bahsi geçen kümeler, tüketim temelli deneyimler ve çeşitli yaratıcılıklar sunan galeriler, butikler, yaratıcı işletmeler ve restoranlardan meydana gelen karışımlar sunmaktadırlar (Richards, 2016).

Yaratıcı turizme örnek gösterilebilecek bir diğer ülke Kore’dir. Kore kültürüne ait olan medya, müzik, yemek ve moda gibi alanlar teşvik edilerek Kore’nin özellikler gençler için destinasyon olarak profilini yükseltmeyi başarmıştır. 2008 yılında Güney Kore’de yaratıcı sektörün değeri yaklaşık olarak 23 milyar dolardır, bu değer 2012 yılında neredeyse 46 milyar dolara kadar çıkmıştır. Bahsi geçen bu ekonomik artışlar yaratıcı turizm sektörü adına kendinden bahsettiren bir örnektir (Richards, 2016).

Turizm sezonu dışındaki dönemlerde ve turistik destinasyonlara destek vermek amacıyla daha çok turisti çekmek için yaratıcı turizm kavramını kullanmaya başlayan ülkelerden biride Tayland’dır. Tayland ekonomisinin temelini turizm oluşturmakta ve yaratıcı turizmin uygulanması bunun bir sonucudur. Tayland’da geleneksel turizmin getirileri son zamanlarda azalma göstermiştir. Bu yüzden Tayland seri üretimden kaçınmış ve kendi kültürlerini ön plana çıkararak yeni modeller oluşturmaya çalışmaktadır (Zoğal ve Emekli, 2017: 30).

Tablo 4. Yaratıcı Destinasyon Örnekleri

	Birinci Nesil Yaratıcı Turizm	İkinci Nesil Yaratıcı Turizm	Üçüncü Nesil Yaratıcı Turizm
Yaratıcı Destinasyonlar	Fransa, Grasse, Vallauris	Tayland Avusturya Santa Fe	Kore Yeni Zelanda Teksas
Yaratıcı Turizm Ürünleri	• Grasse'in parfüm başkenti olması: turistlerin kendi parfümlerini yaratma deneyimleri • Vallauris'in seramik evi olarak değerlendirilmesi • Turistlerin kendi Laguiole bıçakları dekore ederek yapma etkinlikleri	• El sanatları, yenilenebilir enerji inovaları, davul yapımı • Mutfak, oyma, ağaç modelleme, heykeltraşçılık vb. ile ilgili atölye çalışmaları • Güzel sanatlar, dijital sanatlar ile ilgili deneyimler	• Pop müzik, mutfak, moda ve güzellik endüstrisi ile ilgili deneyimler • Wellington film ve festival sektörleri, dünyanın lider dijital içerik sektörüne ve film stüdyolarına düzenlenen turlar • Austin müzik, film, görsel sanatlar, oyun ve dijital medya ile ilgili deneyimler

Kaynak: Aydoğan Çiççi, (2020: 79).

Tablo 4'te görüleceği gibi gelişimi yeni yeni hız kazanmaya başlayan yaratıcı turizm kavramına verilecek örnekler üç nesilde ele alınmaktadır. Birinci nesil yaratıcı turizm destinasyonuna örnek olarak Grasse ve Vallauris gibi yerler verilmiştir. Bu destinasyonların yaratıcı turizm aktiviteleri seramik, bıçak yapımı ve parfüm şeklinde açıklanmıştır. İkinci nesil destinasyona Tayland, Santa Fe ve Avusturya örnek olarak gösterilirken buradaki aktiviteler daha çok dijital sanatlar, el sanatları ve güzel sanatlar olarak sıralanmıştır. Üçüncü nesil yaratıcı turizm destinasyonlarına Kore, Teksas ve Yeni Zelanda örnek verilmiştir. Üçüncü neslin yaratıcı turizm aktivitelerine dijital medya, pop müzik, film, moda, oyun ve mutfak gibi son zamanların en popüler aktiviteleri örnek verilmiştir. Açıklamalardan da anlaşılacağı üzere yaratıcı turizm örneklerinin üç nesle ayrılmasının nedeni ortaya çıktığı dönemdeki aktivitelerin değişkenlik göstermesidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASLARIN YARATICI TURİZM KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: İNCE EKMEK YAPIMI VE PAYLAŞIMI GELENEĞİ, ERZURUM ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Erzurum, Palandöken Kayak Merkezi'nin etkisiyle daha çok kış aylarında turist çeken bir destinasyondur. Kış turizmine yönelik çekiciliklerin yanı sıra tarihi ve kültürel yapıları ve doğal coğrafi oluşumları bulunan Erzurum, kış ayları dışında da turist çekmektedir. Turistler amaçları doğrultusunda ziyaret ettikleri destinasyonda turistik faaliyetlere katılmakta ayrıca bu deneyimleri de unutulmaz kılmak istemektedirler. Bu kapsamda değerlendirilebilecek önemli konulardan birisi de ziyaretçilerin turizm faaliyetlerini deneyime dönüştürerek unutulmaz kılmalarında önemli bir rol oynayan yaratıcı turizmdir. Bu kapsamda bu araştırmanın amacı somut olmayan kültürel miraslarımızdan biri olan ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneğinin yaratıcı turizm kapsamında uygulanabilir olup olmadığının konunun paydaşlarından görüş alınarak incelenmesidir. İnce ekmek yapımı işletmelerde usta çırak ilişkisi ile sonraki nesle aktarılan bir meslektir. Günümüzde kültürel mirasımız olan ince ekmek yapımı ustalar tarafından devam ettirilmekte fakat çırak yetiştirme konusunda zorluklar yaşanmaktadır. Bu araştırma somut olmayan kültürel bir miras olan ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneğinin Erzurum' da halen daha devam ettiğini göstermek ve bunun turistlere yaratıcı turizm kapsamında tanıtımını yaparak bölgenin kültürel yönden zengin olduğunu anlatabilmek açısından önemlidir.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Yapılan araştırmada çıkan sonuçların genellemek istendiği grubun tümü evren olarak nitelendirilmektedir (Dalan, 2019: 49). Konusu ne olursa olsun bütün bilimsel çalışmalar inceleme yapabilmek için bir veriye ihtiyaç duyarlar. İhtiyaç duyulan bu veri, araştırma konusunu içinde bulunduran evrende yer almaktadır. Büyük bir alan olan

evreni araştırmak çok maliyetli olacağı için evreni temsil eden bir grup araştırılır (Baltacı, 2018: 234). Bu gruba örneklem denilmektedir. Bu araştırmada, olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kartopu rnekleme (Snowball Sampling) rneklem türü olarak seçilmiştir. Baltacı (2018), kartopu örnekleme tekniğinin evren konusundaki bilgilerin tam olmadığı ya da evreni oluşturan birimlere ulaşımın zor olduğu zamanlarda kullanıldığını belirtmektedir. Baltacı bu tekniğin, doğru verileri elde edebilecek kişilere ve kritik durumlara odaklandığını vurgulamakta ve aynı zamanda bu kritik durumları ve kişileri takip ederek evrene ulaşmanın mümkün olduğunu belirtmektedir.

Araştırmanın evreni Erzurum’da ince ekmek üretimi yapan işletmelerin yöneticileri ve çalışanlarıdır. Evren olarak ince ekmek üretimi yapan işletmelerin seçilmesinin nedeni, haftanın her günü bu işi yapıyor olmalarından dolayı daha fazla bilgi ve beceriye sahip olmalarının yanı sıra yaratıcı turizm kapsamında ince ekmeğin uygulanabilirliğinin daha doğru bir şekilde değerlendirilmesine imkan sunmasıdır. Araştırmanın rneklemine dahil edilen kişilerin seçiminde, bu işi uzun süredir meslek olarak yapan kişilerin belirlenmesine odaklanılmıştır.

Yukarıda açıklandığı üzere örneklem yöntemi olarak “kartopu örnekleme yöntemi” seçilmiştir. Kartopu rnekleme yönetiminde konu ile alakalı bilgi sahibi biri seçilerek gerekli görüşme yapılır. Bu birey birinci birimdir. Daha sonra görüşme yapılan bu bireye yönlendirebileceği başka biri sorulur ve yönlendirdiği bireye ulaşılır. Bu süreç gerek duyulan örneklem sayısına ulaşılıncaya kadar devam ettirilir. Bu kapsamda bu araştırmada öncelikli olarak sektörde tanınmış bir işletme yöneticisine ulaşılmış ve ilk görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme sonunda katılımcıdan konuyla ilgili görüş alınabilecek bir paydaşa yönlendirmesi istenmiştir. Bu döngü son katılımcıya ulaşana dek devam etmiştir.

Kozak (2015), rneklem sayısının belirlenmesinde verilerin kalitesi ve tekrar edilmesi ilkesinin önemi ile birlikte yüksek lisans tezleri için 12-15 arası görüşmenin yeterli olduğunu söylemektedir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan bu araştırma nitel araştırma yöntemi uygulanarak hazırlanmıştır. Nitel araştırma yöntemi sosyal bilimlerde sık kullanılan yöntemlerden biridir. Bu araştırma yönteminde elde edilen veriler, temel veri olarak kullanılmaktadır. Nitel araştırma

yöntemi kişilerin hikayelerini, yaşam şekillerini, tutumlarını ve toplumun değişmesini anlamaya yönelik bilgi üretme aşamalarından biridir (Dalan, 2019: 51).

Gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi tekniklerin kullanılarak olayların ve algıların doğal ortamda gerçekçi ve bütünsel olarak ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma türü olarak tanımlanan nitel araştırma yapılan çalışmanın konusunu yorumlayıp incelemeyi amaçlayan bir yöntemdir (Karataş, 2015: 63). Nitel araştırma kişinin kendi sınırlarını ve kendi çabasıyla şekillendirdiği toplumsal sistemlerin içeriğini keşfetmek amacıyla geliştirdiği bilgi üretme yollarındandır (Özdemir, 2010: 326).

Aşağıdaki aşamalar uygulanarak nitel araştırmanın daha sağlıklı bir şekilde ilerlemesi sağlanabilir (Karataş, 2015: 69-70; Yıldırım ve Şimşek, 2008: 85; Altunışık vd., 2010: 322);

Araştırma Probleminin Belirlenmesi; Araştırma yapılacak konu ile alakalı literatür taraması gerçekleştirilir ve yapılacak çalışma ile alakalı problemler belirlenir. Daha sonra araştırma yapacak olan kişinin ilgi alanına göre bir konu belirlenir.

Kuramsal Çerçevenin Oluşturulması; Belirlenen konuyla alakalı kavramların doğru anlaşılması sayesinde araştırma amacına ulaşacağından literatür araştırması titizlikle yürütülmelidir.

Araştırma Sorularının Yazılması; Araştırma sorusu araştırılacak olan konunun soru cümlesine çevrilmesiyle oluşturulur. Araştırma sorusu oluşturulurken literatür taraması sırasında edinilen bilgilerden yola çıkılır.

Araştırma Evren ve Örneklemine Belirlenmesi; Nitel araştırmada örneklem genişliği, araştırma yapılacak konu ile alakalı veriler toplanırken belirlenmelidir.

Araştırmacının Rolünün Belirlenmesi; Nitel araştırmalarda araştırmacı örneklem ile direkt irtibat halinde olup olayları örneklem ile beraber yaşar. Bu yüzden araştırmacı kendi önyargılarını bir yana bırakıp nesnel davranmalıdır.

Veri Toplama Araçlarının Geliştirilmesi; Nitel araştırmada gözlem, görüşme, odak grup görüşmesi ve doküman inceleme yöntemleri vardır. Araştırmacı konuya ve hedef kitlenin özelliğine göre bu yöntemlerden birini kullanabilmektedir.

Verilerin Toplanması; Verilen hangi araçlarla toplanacağı belirlendikten sonra veriler toplanmaya başlanır. Gerekğinde ek sorularda sorularak konu derinleştirilir ve sorular anlaşılır ve açık bir şekilde katılımcıya yöneltilir.

Verilerin Analiz Edilmesi ve Yorumlanması; Yapılan araştırma sonunda edinilen veriler betimsel ve içerik analizine tabi tutulur. Derinlemesine analiz gerektirmeyen verilerde betimsel analiz uygulanırken, içerik analizi derinlemesine analiz gerektiren durumlarda kullanılır.

Sonuçların Sınıflandırılması ve Analitik Genellemelere Ulaşılması; Nitel araştırmaların sonucunda ulaşılan bulguların sosyal olayların yapısı gereği genellemesi zordur. Araştırma sonucu ulaşılan bulgular araştırmanın en ince ayrıntısına kadar keşfedilmesini sağlayacağı için sosyal olayların anlaşılmasına katkı sağlamaktadır.

Araştırmada somut olmayan kültürel miraslarımızdan ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği Erzurum bölgesi esas alınarak yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi amacıyla öncelikli olarak alan araştırması tasarlanarak yürütülmüştür. Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği bu araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Verileri toplamak amacıyla mülakata başlamadan önce katılımcılara yönelteceğimiz soruların ve araştırma genel hatlarının etik olarak uygunluğunu onaylatmak amacıyla Gümüşhane Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'na başvurulmuştur. İlgili dosyanın incelenmesi akabinde kurul araştırmayı etik olarak uygun bulmuştur. İlgili etik onay formu Ek 2.' de yer almaktadır.

Yapılandırılmış görüşme tekniğine nazaran yarı yapılandırılmış görüşme tekniği biraz daha esnektir. Bu teknikte, araştırmacı soracağı soruları önceden hazırlar. Görüşmenin akışına göre değişik yan ya da alt sorularla araştırmacı görüşmenin yönünü etkileyebilir, verilen yanıtların detaylandırılmasını sağlayabilir. Şayet katılımcı bazı soruların cevaplarını başka soruların cevaplarında vermiş ise araştırmacı bu soruları sormayabilir (Türnüklü, 2000; 547).

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, belli bir konuya yönelerek farklı kişilerden benzer bilgilerin alınabilmesi için hazırlanır. Bu yöntemde araştırmacı hazırlamış olduğu soruları görüşme anında sırası ile sormak zorunda değildir. Yapılan görüşme sohbet havasında olabilir ve sorular görüşmenin akışına göre seçilerek sorulabilir (Özsoy, 2019: 132).

3.3.1. Görüşme Sorularının Hazırlanması

Yapılacak olan araştırmanın konusu soru cümlesine çevrilerek araştırma soruları hazırlanır. Araştırma soruları yapılan araştırmanın temelini oluşturur. Kuramsal çerçeveden edinilen bilgiler ile araştırma soruları hazırlanır. Bunun yanında kuramsal çerçevenin alanını hazırlanan araştırma soruları belirler. Bu yüzden literatür taraması ile araştırma sorularının oluşturulması çoğu araştırmada aynı anda ilerler ve sürekli etkileşim halindedirler (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 86). Somut olmayan kültürel mirasların yaratıcı turizm kapsamında incelenmesi ile ilgili kaynaklar oldukça kısıtlıdır. Konu ile ilgili ulaşılabilen kaynaklar incelenmiş ve akademik çevreden görüşler alınarak araştırma konusuna uygun olacak şekilde görüşme soruları hazırlanmıştır. Son olarak uzman görüşü alınarak araştırmaya uygun hale getirilmiştir. Böylece görüşme sorularının kapsam geçerliliği de sağlanmıştır.

Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği soruları iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde görüşme yapılan kişinin mesleği olan ince ekmek yapımı ile ilgili bilgileri edinmeye yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde araştırmanın amacına yönelik olarak görüşme yapılan kişilerin ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneğinin yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilerek turizme kazandırılması durumunda tutumlarının ne olacağını belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. Konu ile ilgili eklemek istedikleri bir şey olup olmadığını anlamaya yönelik kişisel görüşlerini detaylandırabileceği açık uçlu bir soruyla görüşme sonlandırılmıştır. Araştırma sırasında katılımcılara sorulan yarı yapılandırılmış görüşme soruları aşağıdaki gibidir:

1. İnce ekmek yapımının ham maddesi ve oranları nelerdir?
2. İnce ekmeğin pişirme teknikleri nelerdir?
3. Hazırlama ve pişirme aşamasında kullanılan araç ve gereçler nelerdir?
4. Hazırlama ve pişirme işlemi sonuna kadar dikkat edilmesi gereken hususlar nelerdir?
5. Sunumunda dikkat edilecek hususlar var mı?
6. İnce ekmeğin yapımından sonra saklama koşulları ve dayanma süresi nedir?
7. Tüketimi konusunda tavsiyeleriniz nelerdir?
8. İnce ekmek yapımını başkasına öğretir misiniz?

9. İnsanların hobi olarak ince ekmek yapımını öğrenmek ve deneyimlemek için buraya gelmesini ister misiniz?
10. Grup olarak gelebilecek potansiyel ziyaretçilere yetecek kadar teknik donanımınız var mı? Bir seferde kaç kişiyi ağırlayabilirsiniz?
11. Bundan kazanç sağlayabileceğinizi düşünüyor musunuz?
12. Yörede bunu meslek edinebilecek başka insanlar var mı?
13. İnce ekmek yapımının turistik ürüne dönüştürülmesi ile ilgili bir eğitim, seminer olsa katılır mısınız?
14. Ziyaretçilerin ince ekmek yapımını deneyimlemelerine ek olarak yörede yapmasını veya ziyaret etmesini tavsiye ettiğiniz bir şeyler var mı?
15. Konuyla ilgili eklemek istediğiniz bir şey var mı?

3.3.2. Görüşme Süreci

2020 Eylül ayında somut olmayan kültürel miraslarımızdan biri olan ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği temsilcilerinden biri ile gerekli irtibat sağlanmış ve kendisine araştırma ile ilgili bilgi verilmiştir. Bu kapsamda araştırmanın konusu, amacı, niteliği ve katılımcıdan beklentiler açıklanarak randevu talep edilmiştir. İlk görüşme 2020 Ekim ayında sağlanmış ve akabinde ilk katılımcı başka bir temsilciye yönlendirme yaparak ikinci görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın devamında her katılımcı başka bir katılımcıya yönlendirmiş bu döngü son katılımcıya dek devam etmiştir. Böylelikle 2020 yılı Kasım ayı sonunda toplam 19 katılımcıyla görüşme yapılmıştır. Covid-19 Pandemi sürecinden dolayı birçok işletmenin kapalı olması münasebetiyle ince ekmek yapımında bulunan işletmelerde zarar etmemek için iş yerlerini kapatmışlardır. Dolayısıyla ince ekmek yapan iş yerlerinin kapalı olması, sorulara verilen cevapların kendini tekrarlaması ve görüşünü alabileceğimiz katılımcıya ulaşamadığı diğer bir ifadeyle son katılımcının yaptığı yönlendirmeler daha önceki katılımcıları işaret ettiği an ise görüşmelere son verilmiştir.

Görüşmeler ortalama 9 dakika sürmüştür. Görüşmelerin tamamı, görüşme yapılan kişilerin talepleri doğrultusunda kendi işyerinde gerçekleştirilmiştir. Böylelikle görüşme yapılan kişilerin kendilerini daha rahat ve konforlu hissetmesi sağlanmıştır. Görüşmeler şeffaflık içinde tamamlanmıştır. Katılımcıların tamamı ses kaydını kabul etmişlerdir.

3.3.3. Verilerin Analizi

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinde geçerli olan içerik analizi kullanılmıştır. Nitel bir araştırmada içerik analizinin yapılmasının nedeni açıklayıcı sonuçlar elde edebilmektir (Saruhan ve Özdemirci, 2016: 369). Katılımcılar, K kısaltması kullanılarak kodlanmıştır. Metin içerisinde hangi katılımcının görüşlerine yer verildiğinin anlaşılabilmesi için demografik bulgulara ait kısımda yapılan sıralama (K1, K2, K3, vb.) kullanılmıştır.

Nitel araştırmalarda öznellikten uzak durmak geçerlik ve güvenilirliğin yüksek olması adına gereklidir. Araştırmanın geçerliğini, bilgilerin doğruluğunu ve geçerliğini ifade eden içsel ve dışsal geçerliğin zaman içinde tutarlı olarak tekrarlanmasını açıklayan ve araştırmacının katılımcıya nesnel ve tarafsız olarak yaklaşması araştırmanın geçerliği ve güvenilirliği için önemlidir (Guba ve Lincoln, 1994). Bu araştırmada araştırılan olgu olduğu gibi tarafsız bir gözle aktarılmıştır.

İçerik analizi, toplamda dört aşamadan meydana gelmektedir. Bunlar; (Dalan, 2019; 55)

Verilerin kodlanması: Niteliksel çözümlemenin ilk adımı verilerin kodlanmasıdır. Hem çözümlemenin kendisi hem de çözümlemeyi başlatan bir adım olan veri gruplarını isimlendirme işlemidir.

Temaların bulunması: Verilerin kodlanması analiz için tek başına yeterli değildir. Kodları kullanarak bilgileri açıklayan ve kodları gruplar halinde bir araya getirebilen temaların bulunması şarttır.

Kodların ve temaların düzenlenmesi: Verilerin anlaşılabilir bir dille tanımlanabilmesi ve sunulması aşamasıdır.

Bulguların tanımlanması ve yorumlanması: Bu aşamada tanımlaması yapılan ve sunulan bulgular araştırmayı yapan kişi tarafından yorumlanarak çıkarımlarda bulunulur.

3.4. Araştırma Bulguları

Bu bölümde katılımcılara ait tanımlayıcı bilgiler ile katılımcılara sorulan sorulara değinilmiştir.

3.4.1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Araştırmadaki katılımcıların tanımlayıcı bilgilerine tablo 5’de yer verilmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Tanımlayıcı Bilgileri

	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Aylık Gelir (TL)	Eğitim Durumu	Deneyim (Yıl)
K1	Erkek	41	Evli	4.000	Lise	25
K2	Erkek	40	Evli	4.000	Lise	30
K3	Erkek	31	Evli	3.000	Lise	17
K4	Erkek	67	Evli		Ön Lisans	52
K5	Erkek	50	Evli		Ortaokul	25
K6	Erkek	26	Evli	3.000	Lise	10
K7	Erkek	36	Evli	10.000	Lisans	12
K8	Erkek	18	Bekar	3.000	Lise	1
K9	Erkek	22	Bekar	2.250	Lisans	10
K10	Erkek	21	Bekar	3.000	Lise	13
K11	Erkek	22	Bekar	3.000	Lise	12
K12	Erkek	20	Bekar	3.000	Lise	7
K13	Erkek	26	Bekar		İlkokul	15
K14	Erkek	53	Evli		Lise	30
K15	Erkek	38	Evli	30.000	Ortaokul	30
K16	Erkek	22	Bekar	5.000	Ortaokul	5
K17	Erkek	27	Bekar	4.500	İlkokul	15
K18	Erkek	31	Evli	2.325	Ortaokul	20

Toplamda 19 katılımcıyla yapılan görüşmeler sonucunda alınan kayıtlardan bir tanesinin teknik sorunlardan dolayı çözümlemesi yapılamamıştır. Bu yüzden 18 katılımcının çözümlemesi gerçekleştirilerek çalışmaya devam edilmiştir. İnce ekmek

yapımında çalışanların ve işletme sahiplerinin tamamının erkek olmasından dolayı kadın katılımcı bulunmamaktadır. Katılımcıların 18'i erkek; 10'u evli, 8'i bekârdır. Katılımcıların yaşları 18 ila 67 arasında değişmekte olup yaş ortalaması 33 olarak hesaplanmıştır. Aylık gelir miktarı 2.250-30.000 TL arasında değişmekle birlikte, ortalama gelirleri 5.720 TL'dir. Katılımcıların 2'si ilkokul, 4'ü ortaokul, 9'u lise, 1'i ön lisans ve 2'si ise lisans mezunudur.

Katılımcılara sorulan yarı yapılandırılmış mülakat sorularına verilen cevaplardan bazıları kendini sürekli tekrarladığı için verilen örnekler kısa tutulmuştur.

3.4.2. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Hammadde ve Oranlar Hakkındaki Düşünceleri

Katılımcılar ince ekmek yapımında kullanılan hammadde ve oranları konusunda genel olarak aynı fikirlere sahiptirler. Ortak olarak kullanılan hammaddeler 50 kg'lık bir çuval un için 150-200 gr arası tuz, 25-30 litre arası su'dur. Kullanılan diğer hammadde ise mayadır. Bazı katılımcıların hiçbir şekilde maya kullanmazken, çoğu katılımcı hazırlanan hamurdan serkeş denilen 1-2 kilo kadar hamur ayırıp sonraki gün için yapılacak olan hamurda maya olarak kullandıklarını belirtmiştir. Bunun dışında bazı katılımcılar hazır yaş maya kullandıklarını belirtirken bir katılımcı ise hamurun ekşimesi gerekirse eğer sadece birkaç damla sirke damlatarak ekşimeyi gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Bazı katılımcılar mayalama işleminin yaz ve kış mevsimlerine göre değişiklik gösterdiğini belirtmiştir. Bazı katılımcıların konu ile ilgili düşünceleri şu şekildedir;

Hammaddesi un, tuz, su. Biz yazın maya kullanmıyoruz Kışında kendi mayasından kullanıyoruz. Yani bugün yapmış olduğumuz hamurdan 1 kilo ayırıyoruz. Onu akşam yapacağımız hamura maya olarak katıyoruz. Hazır satılan yaş maya kesinlikle kullanmıyoruz. Bir çuval una (50 kg) kışın 150-200 gr tuz, 1-2 kilo arası kendi mayası ama yazın maya kullanmıyoruz. (K 2)

... Maya kullanmıyoruz. Önceden kullandığımız pek az olurdu şu anda maya kullanmıyoruz. Un, tuz, su. Ekşitmeyi düşünürsek hafif sirke atarız. Şahsım adına, kimsenin adına konuşmam kendim öyle yaparım. Elma sirkesi damlatırım öyle devam ederim. (K 5)

“... akşamdan kullanıyoruz sabaha yetişsin diye normal maya kullanıyoruz.”

(K 13)

3.4.3. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Pişirme Teknikleri Konusunda Düşünceleri

Yapılan görüşmelerde tüm işletmeler ince ekmek yapımında tandır kullandıklarını belirtmişlerdir. Bölgede taş fırında ince ekmek yapan işletmeler mevcuttur fakat bu işletmelerden biri görüşmeyi zamanı olmadığı için kabul etmemiş bir diğeri ise pandemiden dolayı geçici olarak işletmeyi kapatmıştır. 1., 2., 6., 7., 13. ve 18. katılımcıların konu ile ilgili görüşleri şu şekildedir;

... gav toprağı dediğimiz bir topraktan yapılır tandırlarımız. Kırmızı toprakta derler ama halk içinde ismi gav toprağı ... rapata denilen bir aracımız vardır hamur onun üzerine serilir tandıra vurulur. Tandırda tabi ateşli bir şekilde bizde pişirilir. Köylerde filan közde pişirilir. Biz birebir ateşte pişiririz odun ateşinde. (K 1)

“Bunun en büyük tekniğı hamurunun dinlenmiş olması. Bide tandırda odun ateşinde olması...” (K 2)

“Ateş fazla alevli değil fazlada sönük değil normal bir şekilde olması lazım. Fazla ateş olduğu zaman ekmeğı yakıyor. Sönük olduğu zamanda ekmek pişmiyor.” (K 6)

... Tandırlarımızda zaten doğalgaz sistemine geçildi. Burası bina altı olduğu için dumana yer yok. İster istemez sıkıntı olabiliyor. Doğalgaz biraz daha teknik açıdan bizi rahatlatıyor, işgücünü hafifletiyor. Önceden talaş, kepek yakardık onlar yorucu biraz. Hem ateş ayarlıyorsun hem ekmeğı ayarlıyorsun. Onun işi biraz daha zahmetli oluyordu. Doğalgazda sabit bir ayarda ateşimizi açıyoruz, akşama kadar aynı ayarda pişiriyoruz. Hem iş tasarrufu hem de ekonomik olarak biraz daha katkı sağlıyor bize. (K 7)

“Pişirme tekniğimiz kündemiz çok büyükse ateşimizi biraz daha fazla açıyoruz. Normal küntlerde odun ateşinde pişiriyoruz.” (K 13)

“... ateşin ekmeğı temas etmesi gerekiyor. Yani herhangi bir sıcaklıkta pişmiyor bu direk ateşle temas etmesi gerekiyor.” (K 18)

3.4.4. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Hazırlama ve Pişirme Aşamalarında Kullandıkları Araç ve Gereçler

Çok eski zamanlardan günümüze kadar gelen ince ekmeğın yapımında kullanılan araç gereçler zamanla değişiklik göstermiştir. Eskiden ince ekmeğın

hazırlama ve pişirme aşamasında insan gücü etkili olurken günümüzde bu işlemlerin bir kısmı makineler tarafından yapılmaktadır. Hamur yoğurma, yuvarlama ve inceltme makineleri dışında günümüze kadar gelen bazı malzemelerde kullanılmaktadır. Konu ile ilgili 2., 4., 7., 8. ve 10. katılımcıların düşünceleri şu şekildedir;

“Bizim önceden hamur teknelerimiz vardı. Onda yapıyorduk. Ama şimdi teknoloji var. Hamur yoğurma makinasında yoğuruyoruz. Kestart makinası var onda yuvarlıyoruz. Pasalarda bir müddet dinlendikten sonra pişirmeye alıyoruz.” (K 2)

... Baştan başlamak gerekirse hamur makinalarımız var. Hamur makinalarında olan hamurlarımızı küçük küntler haline getiririz. Onları pasa dediğimiz tahtalara dizeriz. ... hamur açma makinesinin üst tarafından verilir alt tarafından alınır ve rapata üzerine atılır. Rapata üzerinde ekmek şekli verilerek tandıra vurulur. Tandırda ateşin devamlılığını sağlamak için gelberi dediğimiz bir malzeme kullanırız. Birde pişen ekmeği parçalamadan ve elini yakmadan tandırdan almak için çerdek dediğimiz ince bir metreye yakın ince tahta çubuğumuz vardır. ... (K 4)

Hamur kesme makinamız, künt yapma makinamız var. Lavaş açtığımız makinamız var. Bunlar önceden hep elde yapılıyordu. Hamur yoğurma kazanımız var. Bide hamuru açıp elimizde çırttıktan sonra onu rapata dediğimiz tandıra vurduğumuz aracımız var. (K 7)

“Hazırlamada kazanımız var. ... elimizde kündeliyoruz ondan sonra tahtalara diziyoruz. Sonra açma makinamız var. Sonra rapataya seriliyor. Sonra tandıra giriliyor.” (K 8)

“Rapata, gelberi, çevdek, eğiş var.” (K 10)

3.4.5.İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Hazırlama ve Pişirme İşlemi Sonuna Kadar Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar Konusunda Düşünceleri

Yapılan görüşmelerde alınan bilgilere baktığımızda ince ekmek yapımında başlangıçtan sonuca kadar dikkat edilmesi gereken bazı durumlar olduğu görülmüştür. Dikkat edilmesi gerek bu hususlar konusunda 6., 7., 8. ve 9. katılımcılar şunları dile getirmişlerdir;

“Hamuru yaptığın zaman belli bir süresi var geçince o hamurdan ekmek çıkmıyor. Zamanı var. ... o zamanı geçtiğinde pişirme olmuyor.” (K 6)

Tandırdaki ateşin derecesi çok önemli. Hamurun kıvamı çok önemli ilk başta. Burada ustalık öne çıkıyor. Normal hamur gibi kürekle fırına sürmüyoruz. Özel bir teknikle pişiriyoruz. Her birine ayrı bir özen gösteriyoruz. Bu yüzden hamurunun kıvamı çok önemli. Ne çok sert olacak nede çok yumuşak olacak. İkisinin arası bir ayar olacak. Onda mekanın sıcaklığının da etkisi var. Mekan küçükse hamur biraz daha çabuk kendini bırakır gevşer. Mekan büyükse dinlenme süresi artar... (K 7)

“Küнденin gramajı, açılımında eğri olmaması yuvarlak olması. Ununun ayarlanması, pişirirken de ekmeğin hamur kalmaması ve tam ayarında pişmesi” (K 8)

“Ekmekte hamurluk kalmaması. Her yerinin pişmesi. Ayrıca ekmekte yanık, yırtık olmaması. Ekmeğin şekli önemli.” (K 9)

3.4.6.İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Sunumunda Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar Konusunda Düşünceleri

İşletmeler ince ekmeğin satışını birinci elden yaptıkları için tandırdan çıkarıp alıcıya teslim ettikleri ana kadar birtakım işlemler yapmaktadırlar. Bu işlemler daha çok ekmeğin sağlıklı kalması ve kurumaması adına yapılan işlemlerdir. Konu ile ilgili 3., 7., 16. ve 18. katılımcıların düşünceleri şu şekildedir;

“Sıcak bir şekilde sunumu yapılırsa hamurumsu bir tat verir. Onun için bir saat kadar dinlenmesi daha iyi olur. Serin halde daha iyi olur.” (K 3)

Ekmeğin sıcaklığı daha iyi olur fakat burada müşteriye lokanta gibi servis etmediğimiz için ekmeğimizi pişirdikten sonra 10-15 dakika dinlendirme süremiz var. Ekmekler nemini alıyor o sürede. Serinletip ambalajını yaparken kağıda sarıyoruz ondan sonra kurumayacak şekilde poşete koyuyoruz. O şekilde müşteriye takdim ediyoruz. (K 7)

“Ambalajı ve kurumaması” (K 16)

“Ekmeğin kurumamasına dikkat etmemiz gerekiyor. Mesela ambalajından çıkardığımız zaman fazla açıkta bırakmamamız gerekiyor. Gerek hijyen için gerek kurumaması için, sağlığımız için ambalaj önemli” (K 18)

3.4.7.İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Yapımından Sonra Saklama Koşulları ve Dayanma Süresi Konusunda Düşünceleri

Saklama koşulları ile dayanma süresi konusunda katılımcılar genel olarak aynı düşüncelere sahiptirler. Konu ile ilgili 3., 5., 16. ve 17. katılımcıların düşünceleri şu şekildedir;

“Oda sıcaklığında 1 hafta kadar dayanır ama derin dondurucuda muhafaza edildiği zaman 1 yıl kadar sürer. Benim tavsiyem derin dondurucu.” (K 3)

“... Dolapta bir hafta dayanma süresi vardır. Yalnız buzdolabına konulursa 15-20 günden fazla muhafaza etme süresi bulunmaktadır.” (K 5)

“Üstüne ağır bir şey koymamak gerekiyor birbirine yapışmaması için. Aynı zamanda fazla ömrü yok bir hafta dayanıyor. Kısa sürede tüketilmesi daha makbul olur. Buzdolabına konulursa 10-15 gün dayanır...” (K 16)

“Mayasız olduğu için dışarda bir hafta saklanabilir. Ama buzdolabının derin dondurucusunda bir sene saklanabilir” (K 17)

3.4.8.İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmeğin Tüketimi Konusunda Tavsiyeleri

Katılımcılar ince ekmeğin tüketimi konusunda genel olarak yöresel yiyeceklerle beraber tüketilmesinin güzel olacağını söylemektedirler. Bunun yanında genel olarak her öğünde her yemekle beraber yenmesinin mümkün olduğu düşünülmektedir. Konu ile ilgili 1., 2., 3., 7. ve 8. katılımcıların düşünceleri şu şekildedir;

“... dönerle, cağ kebabla tüketilir ama tabi biz bunu sadece döner ve cağ kebabla tüketmiyoruz. Halkımızda kendi evine götürür. Burada gövermiş peynirle çok güzel olur...” (K 1)

“... et, cağ kebab, döner genellikle piknikte mangalla ... kahvaltıda Erzurum’un gövermiş peyniri var onunla çok tüketilir” (K 2)

“... normalde bu diyet ekmeğidir. Şeker hastalarına filan iyi gelir doğal olduğu için. Tüketilmesi gereken mangal, cağ kebab gibi yiyeceklerde tüketilmesi daha iyidir.” (K 3)

... bizim ekmeğimiz etle daha iyi tüketilir. Döner, cağ kebab ya da kahvaltıda göğermiş peynir, kaşar peyniri gibi kahvaltılık ürünlerle güzel olur. Yazın

mangalda aşırı bir tüketim oluyor. Kurban bayramında özellikle arefe günü kuyruklar oluşuyor... (K 7)

“Kahvaltıda genellikle sıcak olarak tüketiliyor. Bir de çağ kebab, döner, kebab ile kullanılır. Genelde et yemeklerinde çok güzel oluyor.” (K8)

3.4.9. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmek Yapımını Başkasına Öğretmeleri İle İlgili Düşünceleri

Yapılan görüşmelerde ince ekmek yapımında çalışan katılımcıların bir kısmı daha önceden birçok kişiye bu mesleği öğrettiklerini bir kısmının ise halihazırda bu işi kendi işletmelerinde yaptıklarını söylemektedirler. Katılımcılar öğrenmek isteyen yeni kişilerin olmadığını dile getirmektedirler. Fakat öğrenmek isteyen kişiler olursa seve seve öğretebileceklerini söylemişlerdir. Konu ile ilgili 4., 5., 10., 16., 17. ve 18. katılımcılar aşağıdaki yorumları yapmışlardır.

“Biz öğretiriz de artık öğrenmek isteyen yok.... Bizim işimiz zor iş. Emek işi. Çok çırak yetiştirdik ama maalesef başka işlere geçtiler.” (K 4)

Ben yaklaşık 10-15 tane usta yetiştirdim. Ama öğrenip yapanda var bu işi terk edende var. Erzurum da benim yetiştirdiğim 4 tane usta var bu işi yapan. İşimiz bu öğretmek. 50 yaşından sonra 10 sene daha çalışır çalışmayız. Kim öğrenirse öğretiriz. (K5)

“Öğretiyoruz. Yetiştirdiğimiz kişiler var genelde.” (K10)

“Öğrenmek isterse öğretirim.” (K 16)

“Başkasına öğrettiğim oldu. Öğretmekten de zevk duyarım. Çünkü mesleğimiz yavaş yavaş unutuluyor. Yeni nesil yetişmiyor.” (K 17)

“Tabi ki. İmkanlar doğrultusunda arkadaşlarımız gelip öğrenebilirler. Onlar için imkanlar sağlayabiliriz.” (K 18)

3.4.10. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Hobi Olarak İnce Ekmek Yapımını Öğrenmek ve Deneyimlemek İçin İnsanların İşletmelerine Gelmeleri Konusundaki Düşünceleri

İnce ekmek yapımında çalışan katılımcılar ile yapılan mülakatlarda insanların hobi olarak bu işi öğrenmek ve deneyimlemek için işletmelerine gelmelerini olumlu karşıladıkları gözlemlenmiştir. Böyle bir durumdan memnun olacaklarını dile getiren

katılımcılar insanların hobi olarak ince ekmek yapımını öğrenip ve deneyimlemelerine yardımcı olabileceklerini dile getirmişlerdir. Konu ile ilgili 1., 3., 5., 9. ve 18. katılımcıların düşünceleri aşağıdaki gibidir;

“Tabi ki isteriz gelsinler, deneyimlemelerini yapsınlar, baksınlar. Her türlü yardımcı oluruz onlara Allah’ın izniyle.” (K 1)

“Tabi isteriz mesleğimiz ne kadar tanıtılırsa, geliştirilirse bizim için o kadar daha iyi olur.” (K 3)

“Tabi ki isteriz. İş yoğunluğunda değil de işin az olduğu vakitte tabi ki anlatırız, öğretiriz, sunumunu gösteririz sorun yok. Önceden bilgi verilirse seviniriz.” (K 5)

“Tabi bizim mesleğimizin genişlemesini yayılmasını isteriz.” (K 9)

“... yanımıza gelmesini isteriz, öğretiriz...” (K 18)

3.4.11. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Grup Olarak Gelebilecek Potansiyel Ziyaretçilere Yetecek Teknik Donanımlarının Olup Olmadığı ve Bir Seferde Kaç Kişiyi Ağırlayabilecekleri ile İlgili Düşünceleri

Katılımcılar grup olarak gelebilecek ziyaretçilerin ağırlanması konusunda ellerinden geleni yapabileceklerini belirtmiştir. Aynı zamanda teknik donanım konusunda yeterli olduklarını söylemişlerdir. Fakat işletmelerin fiziksel olarak büyüklüğü ağırlayabilecekleri kişi sayısı konusunda engel olabilmektedir. Konu ile ilgili 2., 5., 7. 14. ve 18. katılımcıların düşünceleri aşağıdaki gibidir.

“5-6 kişiyi ağırlarız. Yeterli teknik donanımımız var.” (K 2)

“Benim işyerim toplamda 40 m2 üzerine kurulu olduğu için sınırlıdır. Öncelikle ustadan görmeleri veya uygulamaları durumunda gösterebiliriz. Onu da sınırla şekilde yapabiliriz.” (K 5)

“Yaklaşık 5 kişiyi rahatlıkla ağırlayabilecek kapasitedeyiz şuanda işletmemiz 100 m2 üzerine kurulu Misafirimiz olsun arkadaşımız olsun gelen herkesi rahatlıkla ağırlayabilecek kapasitedeyiz. Gelenlerden de memnuniyet duyarız.” (K 7)

“Geliyorlar zaten. Teknik malzeme konusunda da sıkıntı yok.” (K 14)

“Tabi ki potansiyel ziyaretçilere yetecek teknik donanımımız var. ... Onlara yardımcı olabiliriz. Tabi ki de gelmelerini isteriz.” (K18)

3.4.12. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Grup Olarak Gelebilecek Potansiyel Ziyaretçilerden Kazanç Sağlamaları ile İlgili Düşünceleri

İnce ekmek yapımında çalışan katılımcıların bir kısmı grup olarak gelecek olan potansiyel ziyaretçilerden kazanç sağlayacaklarını düşünürken bir kısım katılımcıların ise bu durumdan herhangi bir kazanç sağlayamayacaklarını söylemişlerdir. Konu ile ilgili 2., 7., 12. ve 15. katılımcıların düşünceleri aşağıdaki gibidir;

“Ziyarete gelecek olan insanlardan bir ticari kazanç gütmüyoruz açıkçası. Öyle bir talebimizde yok. Öyle bir şey olacağını da sanmıyorum.” (K 2)

Tabi geri dönüşü olur. Bir insanın gönlünü almak önemlidir. Bu işler ağızdan ağıza, kulaktan kulağa bir kişinin methiyle, tavsiyesiyle bir sürü müşterinin geri dönüşü olur bize. Bir müşteriye memnun edersen eşini, dostunu yönlendirebiliyor. Zaten o şekilde büyüdük, ayakta durduk bu zamana kadar. (K 7)

“Kazanç sağlarız. Hem de tanıtımımızı sağlamış oluruz.” (K 12)

“İster istemez olur. 10 kişi gelse 8'ine bu ekmeği satarız.” (K15)

3.4.13. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Yörede İnce Ekmek Yapımını Meslek Edinebilecek Başka İnsanların Olup Olmadığıyla İlgili Düşünceleri

Yapılan görüşmeler sonucunda bölgede ince ekmek yapımını öğrenip bunu meslek edinecek başka insanların az olduğu görülmüştür. İnce ekmek yapımında çalışan katılımcıların çoğu çırak olarak başlayıp ustalıkla çıkarak ince ekmek yapımını meslek haline getirecek kimseyi bulamadıklarını söylemişlerdir. Bazı katılımcılar ise bu mesleğe başlayan bazı kişilerin birkaç ayda işi bıraktıklarını söylemektedirler. Konu ile ilgili 1., 4., 7., 10. ve 18. katılımcıların düşünceleri aşağıdaki gibidir;

“... günümüzde öğrenen yok. Kimse çocuğunu çırak olarak bize vermiyor. Sanata dair bu tip eski meslekler tükenmeye yüz tuttu. ... 2 asırlık mesleğimiz ama bizim kendi çocuklarımız bile uğraşmıyor.” (K 1)

“Vardır da özenti. Özenti 2-3 ay çalıştıktan sonra bırakıp kaçıyorlar. Bizim işimizde yılda iki defa istirahat vardır. 2 gün Ramazan Bayramı 3 günde Kurban Bayramı. Artık insanlarımız böyle bir çalışma temposunu istemiyor.” (K 4)

Meslekte eleman bulma sıkıntısı yaşıyoruz. O da çağımızdan dolayı, yani meslek eskiye nazaran daha çok kolaylaştıkça eleman bulma sıkıntısı artıyor. Nedeni gençlerimiz çalışmıyor. Biraz daha rahat bir iş olsun düşüncesi insanların kafasında... (K 7)

“Yok çırak bulmakta zorluk çekiyoruz.” (K 10)

“... Çok az. Şimdi neden çok az; Bu meslek eğitim isteyen bir meslek, biraz da zahmetli bir meslek, yorucu bir meslek...” (K 18)

3.4.14. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların İnce Ekmek Yapımının Turistik Ürüne Dönüştürülmesi ile İlgili Eğitim ve Seminerlere Katılmalarına İlişkin Düşünceleri

İnce ekmek yapımında çalışan katılımcıların büyük çoğunluğu ince ekmek yapımının turistik ürüne dönüştürülmesi ile ilgili yapılabilecek eğitim ve seminerlere katılabileceklerini dile getirmişlerdir. Bu kültürün daha iyi temsil edilmesi ve tanıtılması konusunda katılımcıların hemen hemen hepsi aynı fikirdedir. Konu ile ilgili 3., 7., 8., 9. ve 13. katılımcıların düşünceleri aşağıdaki gibidir;

“Tabi ki katılırım.” (K 3)

Zaten bizim amacımızda bu. Ürünümüzü, kendi örfümüzü, kültürümüzü turistik olarak dışarıya nasıl tanıtabiliriz, nasıl daha iyi temsil edebiliriz. Tabi bunun bir eğitimi programı olursa katılmaktan memnuniyet duyarız. Bunun bize artı getirileri olur tabi. (K 7)

“Katılırım. İlk katılanlardan olurum.” (K 8)

“Katılırım. Bu bizim mesleğimiz ve mesleğimizin tanıtılması, yaygınlaşması için elimizden geleni yaparız. Katılmayanları da teşvik ederiz bu konuda” (K 9)

“Gerek duymuyorum kendi açımdan” (K 13)

3.4.15. İnce Ekmek Yapımında Çalışan Katılımcıların Bölgeye Gelen Ziyaretçilerin Yörede Yapmalarını Önerdikleri Aktiviteler ve Ziyaret Etmeleri Gereken Yerler Konusunda Tavsiyeleri

Bölgeye gelen ziyaretçilerin yörede yapmalarını önerdikleri aktiviteler ve ziyaret etmeleri gereken yerler konusunda 5., 7., 14. ve 18. katılımcıların düşünceleri aşağıdaki gibidir;

... Erzurum'a ait olan bazı yiyecekler vardır. Lor dolması, Ayran aşısı yiyebilirler. Erzurum Evlerini gezebilirler. Kongre binası gezilebilir. Şifalı sularımız vardır. Narman peri bacaları vardır. Tortum'da kilise var. Duyduğumuz bunlar, benim bildiklerim aşağı yukarı bunlar. (K 5)

Erzurum denince akla gelen yerlerden biri palandöken. Kış aylarında, aralık ocak şubat mart ayları kayak sezonu olduğu için Erzurum'a gelip Palandöken'i görmeden gitmeleri abes olur. Yaz aylarında ise Tortum şelalemiz var. Narman peribacalarımız var. Yedigöller var. Şehir içerisinde turistik gezilecek yerler var. Çifte minareli medrese var. Ulu camii var. Yakutiye medresesi var. Müze var. Buraları da gözden kaçırmamaları gerekir. (K 7)

“Tabi. Tortum Öşvank Kilisesi, Şelale, Çobandere Köprüsü, Kayak merkezi, Narman peri bacaları, Oltu kalesi, Hasankale var. Güzel yaylalarımız var. Kaplıcalar var. Aklıma gelen bunlar.” (K 14)

“... Erzurum'un tarihi çok eskiye dayandığı için kültürel miraslarımız var. Çifte minareli medrese var. Kalemiz var, Aziziye tabyalarımız var. Aziziye tabyalarını gezmelerini çok isterim...” (K 18)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kültür ortaya çıktığı dönemi sonraki nesillere aktaran tanıklardır. Toplumlar kültürlerindeki farklılıklar sayesinde birbirinden ayrılırlar. Toplumların kültürlerinin korunması insanlık tarihinin korunması demektir. Bu yüzden bu kültürler korunarak sonraki nesillere miras bırakılmalıdır. Bu kültürel miraslar sayesinde insanlık geçmişi hakkında bilgi sağlayabilecektir. Kültürel miras geçmişten günümüze kadar gelen bütün toplulukların kültürel, sosyal vb. hayatları ile alakalı bilgileri bize veren bir bilgi kaynağıdır. Kültürel mirasın korunması için uluslararası kuruluşlar bazı önlemler almışlardır. Bu önlemlerden biride Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi'dir.

1972'de imzalanan Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi doğal mirasın ve kültürel mirasın korunması gerektiğini belirtmiştir. Bu sözleşmede kültürel mirasa anıtlar, yapılar ve sitler örnek olarak gösterilirken, doğal mirasa doğal anıtlar, hayvan ve bitki türlerinin yetiştiği alanlar, jeolojik fizyografik oluşumlar ve doğal sitler örnek olarak gösterilmiştir (Basat, 2013: 62). Kültürel miraslar UNESCO tarafından ikiye ayrılmaktadır. Birincisi somut kültürel miras, ikincisi somut olmayan kültürel mirastır. Somut kültürel miraslara örnek olarak mimari, sanatsal ve arkeolojik yapılar verilebilir. Somut olmayan kültürel miraslara ise adetler, gelenekler ve inançları örnek verebiliriz. Toplumlar kendilerini ayakta tutan ve benliklerini var eden somut olmayan kültürel miraslarından gelenek, görenekler, örf ve adetlerini bilmeli ve onları korumalıdır. Böylelikle kültürel miraslarını gelecek nesillere rahatlıkla aktarabileceklerdir.

İnce ekmek yapma ve paylaşma kültürü de geçmişten günümüze kadar gelen somut olmayan kültürel miraslarımızdan biridir. Paylaşma ve toplu işgücüne dayalı olan ince ekmeğin hazırlanmasında geleneksel uygulamalar bulunmaktadır. Bir toplumsal dayanışma örneği olarak gösterilebilecek olan bu uygulamalarda ince ekmekler taş fırınlarda veya tandırlarda imece usulü komşuların yardımıyla pişirilir. İnce ekmek evlerde aile bireyleri ve komşular tarafından yapılırken; fırınlarda ve restoranlarda ise çıraklıktan mesleğe başlamış olan ustalar tarafından pişirilmektedir. İnce ekmekler hem gündelik olarak sofralarda tüketilir hem de düğün, cenaze, bayram,

mevrit gibi törenlerde ve özel günlerde yapılmaktadır. İmece usulü yapılan ince ekmeklerin yapımına yardım etmek için giden kişiler yanlarında kullanacakları un ve araç gereçleri de götürürler.

İnce ekmek, somut olmayan kültürel mirasımızın önemli bir unsurunu ve ulusal kültür mirasının bir parçasını oluşturmaktadır. “İnce Ekmek Yapma ve Paylaşma Kültürü: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka”, 28 Kasım-2 Aralık 2016 tarihleri arasında Etiyopya/Addis Ababa’da düzenlenen Somut Olmayan Kültürel Miras Hükümetlerarası Komite 11. Olağan Toplantısı’nda UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi’ne Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye adına çokuluslu olarak kaydedilmiştir. (Aregem, 2020)

Somit olmayan kültürel miras unsurlarının devamlılığını sağlayıp, tanınırlığının artırılması ve başka kültürdeki insanlara bu unsurları tanıtmak için turizm faktörü kullanılabilir. Turizm sektörü içerisinde yaratıcı turizmin kullanılması bu bağlamda daha rahat olacaktır. Geleneksel unsurlar yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilirse turistler bölgenin günlük yaşantısına daha çok katılım sağlayabilirler. Böylelikle kültür turizmini kitle turizmine doğru götüren turistik ürünlere alternatif oluşturulur. Aynı zamanda turistler bölgede daha otantik ve esnek deneyimler edinerek tatillerini unutulmaz yaparlar.

Yaratıcı turizm, yeni nesil bir turizm türüdür. Bu yeni nesil turizm çeşidi turistlerin değişik kültürleri tanınması, bazı kültürel aktiviteleri deneyimlemeye ve yöresel kültürel unsurları keşfetmeye olanak sağlayan; seyahat, kültür ve eğlenceyi bir arada sunan bir turizm çeşididir. Yöresel olan kültürel unsurları turizm adına çekicilik faktörü yapmış olması yaratıcı turizmin özelliğidir (Gülüm, 2015). Birçok faydayı bir arada sunan yaratıcı turizm bölgeye gelen turistlerin yerel kültüre katılarak bölge insanı ile daha fazla iletişim kurmalarını sağlar. Yaratıcı turistler bölgedeki kültürel aktiviteleri sadece izlemekle kalmaz aynı zamanda bu aktivitelere katılım sağlarlar.

Bu araştırmanın asıl amacı Erzurum ilinde somut olmayan kültürel miraslarımızdan biri olan ince ekmek yapımı ve paylaşımı kültürü’ nü yaratıcı turizm kapsamında turizme kazandırmaktır. Kış turizminde Erzurum bölgenin önde gelen kayak tesislerine sahiptir. Aynı zamanda kış aylarında ciddi sayıda turist çekmektedir. Bu durum ile birlikte ince ekmek yapımı ve paylaşımı kültürünün yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi gerçekleştiği takdirde hem somut olmayan kültürel

miraslarımızdan ince ekmek yapımı ve paylaşımı kültürünün tanıtımı olacak hem de turistlerin unutulmaz turizm deneyimleri yaşamaları sağlanacaktır.

Yapılan araştırmada evrenin tamamına ulaşamadığı için alınan görüşler örneklem ile sınırlıdır. Bilimsel araştırma etiği gereğince yapılan araştırma nesnel bir araştırmadır. Yapılan görüşmelerde katılımcıların ifadeleri kendi öznellikleri çerçevesindedir. Bu yüzden örneklem içerisindeki görüşleri evrene genellemek doğru olmaz. Evren içerisindeki diğer ince ekmek yapımında çalışan kişilerin görüşleri farklı olabilir. Araştırma verileri sadece Erzurum ili içerisindeki ince ekmek yapan işletme çalışanlarının görüşlerinden oluşmaktadır. Bu yüzden farklı destinasyonlar adına genelleme yapılması söz konusu değildir.

Araştırma sonucu doğrultusunda somut olmayan kültürel miras unsurlarından ince ekmek yapımı ve paylaşımı kültürünün yaratıcı turizm kapsamında uygulanabilmesi adına katılımcıların hemen hemen hepsi olumlu cevaplar vermiştir. Konu ile ilgili uygun ortamın oluşturulması ve gerekli eğitimlerin verilmesi durumunda dünyada farklı destinasyonlarda örneği olan bu araştırmanın uygulanabilirliği de mümkündür. Öncelikle kültürümüzü yansıtacak şekilde otantikliğe önem verilerek ince ekmeğin yapılabileceği, içerisinde taş fırın ve tandırın olacağı bir mekan hazırlanmalı. Yapılacak olan mekanın büyüklüğü içerisine belli sayıda turistin girip uygulama yapabilecekleri kadar büyük olmalı. Bu mekanın içi kültürümüze uygun şekilde yapılmalıdır. İçindeki kullanılacak malzemeler önem arz etmektedir. Bu malzemeler elektrikli makinelerden değil eskiden olduğu gibi elle kullanılan malzemeler olmalıdır. Aynı zamanda mekanın yapılacağı yere ulaşım kolay olmalı ve mekan merkeze yakın olmalıdır. Bunun yanı sıra tabela, katalog, billboard, dergi, broşür, mail ve televizyon gibi reklam araçları kullanılmalı, sosyal medya ve sanal ortamda bölge tanıtımları yapılırken bu mekana da yer verilmelidir. Yaratıcı turizmin uygulanabilmesi için yapılması gereken ilk çalışma bölge halkının bu konuda bilinçlenmesini sağlamaktır. Bunun için konu ile alakalı eğitimcilerle birlikte çalışma yürütülmesi gerekmektedir.

Yaratıcı turizm kapsamında bahsi geçen uygulamaların, sadece işletmeler veya birey bazında gerçekleşmesi zor olacağından yerel yönetimlerin desteği alınarak, işbirliği ile yapılması gerekmektedir. Yerel yönetimler, özel işletmeler ve bölge halkı işbirliğiyle yapılacak çalışmalar sonucunda yaratıcı turizm sayesinde turizm sezonu yılın tamamına yayılma imkanı bulacaktır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, B. ve Dülger, A. (2018). Intangible cultural heritage museum in the heart of Turkey. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 3 (1), 51-65. doi: 10.31822/jomat.424497
- Ajanovic, A. ve Çizel, B. (2015). UNESCO yaratıcı kentler ağı ile Antalya kentinin değerlendirilmesi. *Mediterranean Journal of Humanities*, 1, 1-16. doi: 10.13114/MJH.2015111365
- Akay, A.S. (2006). Somut olmayan kültürel mirasın tarih araştırmalarında kaynak olma özelliği. *Milli Folklor Dergisi*, 70, 38-58. 20 Kasım 2020 tarihinde <https://www.millifolklor.com/PdfViewer.aspx?Sayi=70&Sayfa=35> adresinden erişildi.
- Akcaoğlu, C. (2017). Somut olmayan kültürel miras ve yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde kullanımı. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Akdu, S. (2018). Kültür turizminde yeni bir yönelim: yaratıcı turizm. H. Sezeral ve U. Akdu (Ed.), *Güncel turizm eğilimleri içinde* (ss. 103-140). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Akdu, U. (2018). Kırkpınar yağlı güreşleri-2010, Manisa mesir macunu şenlikleri-2012 ve Nevruz kutlamaları-2009. A. Karaman, A. Ateş ve K. Sayın (Ed.), *Türkiye'nin UNESCO değerleri ve turizm potansiyeli içinde* (ss. 329-351). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Akmaz, A. ve Akdağ, G. (2018). Meddahlık geleneği-2008. A. Karaman, A. Ateş ve K. Sayın (Ed.), *Türkiye'nin UNESCO değerleri ve turizm potansiyeli içinde* (ss. 284-291), Konya: Eğitim Yayınevi.
- Akmeşe, H. ve Bilim, Y. (2018). Karagöz-2009, Aşıklık geleneği-2009. A. Karaman, A. Ateş ve K. Sayın (Ed.), *Türkiye'nin UNESCO değerleri ve turizm potansiyeli içinde* (ss. 300-311), Konya: Eğitim Yayınevi.
- Akputat, N.A. ve Polat Üzümcü, T. (2020). Geleneksel Türk el sanatlarının yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi: Ödemiş yerel halkının bakış açısı. *Journal*

- Of Social And Humanities Sciences Research, 7(51), 584-597.
doi: 10.26450/jshsr.1794
- Akşit Aşık, N. (2014). Yaratıcı (kreatif) turizm. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7 (31), 786-195. 25 Aralık 2020 tarihinde https://www.academia.edu/35579913/YARATICI_KREATIF_TURIZM_CREATIVE_TOURISM adresinden erişildi.
- Alyakut, Ö. ve Küçükkömürler, S. (2018). Geleneksel bir ekmek çeşidi: yufka ekmeği. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(3), 379-395.
doi: 10.21325/jotags.2018.288
- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2020). Somut olmayan kültürel miras. 16 Ekim 2020 tarihinde <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-175921/somut-olmayan-kulturel-miras.html> adresinden erişildi.
- Ar, H. (2015). Somut olmayan kültürel mirasın korunmasında turist rehberlerinin rolü. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Ardhala, A. D., Santoso, E. B. ve Sulistyarso, H. (2016). Influence factors on the development of creative industry as tourism destination (case study: footwear village in mojokerto city). Procedia- Social and Behavioral Sciences, 227, 671-679. doi: 10.1016/j.sbspro.2016.06.131
- Aregem. (2020). UNESCO somut olmayan kültürel miras listesi. 15 Ekim 2020 tarihinde <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-159257/somut-olmayan-kulturel-miras-ulusal-envanteri.html> adresinden erişildi.
- Aliağaoğlu, A. (2004). Sosyo-kültürel miras turizmi ve Türkiye’den örnekler. Ankara Üniversitesi Coğrafi Bilimler Dergisi, 2(2), 55-69. doi: 10.2139/ssrn.3397223
- Aslan, H. (2018). Turistlerin destinasyonda yaşadıkları yaratıcı deneyimlerin destinasyon hatırlanabilirliği ve sadakat üzerine etkisi. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Aydoğan Çifçi, M. (2020). Yaratıcı turizmin etkilediği destinasyon bileşenlerinin belirlenmesi. (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Bahar, O. (2007). Küreselleşme sürecinde Türkiye’de turizm sektörüne sağlanan teşvikler. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (9) 1, 61-78. 27 Aralık 2020 tarihinde <http://hdl.handle.net/20.500.12397/5395> adresinden erişildi.

- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1), 231-274. 5 Ocak 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bitlissos/issue/38061/399955> adresinden erişildi.
- Basat, E.M. (2013). Somut ve somut olmayan kültürel mirası birlikte koruyabilmek. Milli Folklor Dergisi, 100, 61-71. 8 Kasım 2020 tarihinde <https://www.millifolklor.com/PdfViewer.aspx?Sayi=100&Sayfa=58> adresinden erişildi.
- Batey, M. (2012). The measurement of creativity: from definitional consensus to the introduction of a new heuristic framework. Creativity Research Journal, 24(1), 55-65. doi: 10.1080/10400419.2012.649181
- Baykan, E. (2007). Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin yöre halkı tarafından algılanması, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Bilgili, B. (2018). Geleneksel çini sanatı ve ebru: Türk kağıt süsleme sanatı-2013, A. Karaman, A. Ateş ve K. Sayın (Ed.), Türkiye'nin UNESCO Değerleri ve Turizm Potansiyeli (ss. 352-365) Konya: Eğitim Yayınevi.
- Bodger, D. (1998). Eisure, learning, and trave, The Journal of Physical Education, Recreation & Dance. 69 (4), 28-31. doi: 10.1080/07303084.1998.10605532
- Chhabra, D., Healy, R. ve Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. Annals of Tourism Research, 30(3), 702-719. doi: 10.1016/S0160-7383(03)00044-6
- Creative Tourism Network (2021). Yaratıcı turizm hakkında. 11 Ocak 2021 tarihinde <http://www.creativetourismnetwork.org/about/> adresinden erişildi.
- Çağlar, Z. (2018). UNESCO dünya miras listelerinin turizme etkisi: Diyarbakır surları ve Hevsel bahçeleri örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Batman Üniversitesi, Batman.
- Çalık, İ. ve Ödemiş, M. (2018). Gümüşhane ilinin somut olmayan kültürel miras değerlerinin sürdürülebilir turizm çerçevesinde incelenmesine yönelik nitel bir araştırma, Mediterranean Journal of Humanities, 2, 233-249. doi: 10.13114/MJH.2018.419

- Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 4, 100-115. doi: 10.21325/jotags.2016.25
- Çetinkaya, N. (2018). Somut olmayan kültürel miras unsuru Erzurum lavaş (acem) ekmeğinin turistik ürüne dönüştürülmesine yönelik bir çalışma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*. 2(1), 430-452. 15 Temmuz 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/guntad/issue/38617/448126> adresinden erişildi.
- Çokal, Z. (2015). Bir kültür elçisi olarak profesyonel turist rehberinin turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısına yönelik turist algılamaları: Kapadokya örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Dalan, C. (2019). Muğla ili sağlık turizmi potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Doğaner, S. (2001). Türkiye'nin Turizm Coğrafyası, İstanbul: Çantay Kitapevi.
- Durgun, A. (2007). Isparta turizminin swot analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (5), 93-109. 25 Kasım 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/pub/sbe/issue/23203/247839> adresinden erişildi.
- Durmaz, B., Platt, S. ve Yiğitcanlar, T. (2010). Creativity, culture tourism and place-making: İstanbul and London film industries. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, 4/3, 198-213. doi: 10.1108/17506181011067592
- Duxbury, N. ve Richards, G. (2019). Towards a research agenda for creative tourism: developments, diversity and dynamics. In *A Research Agenda For Creative Tourism*, 1-14. doi: 10.4337/9781788110723.00008
- Ekici, S. E. (2018). Somut olmayan kültürel miras unsurlarından el sanatları geleneğinin kırsal turizm bağlamında değerlendirilmesi: Muğla – Milas örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15 (1-2), 51-59. 9 Ağustos 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ecd/issue/4877/66925> adresinden erişildi.

- Gordin, V. ve Matetskaya, M. (2012). Creative tourism in Saint Petersburg: The state of the art. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), 55–77. 26 Ekim 2020 tarihinde <http://hdl.handle.net/10026.1/11693> adresinden erişildi.
- Güdü Demirbulat, Ö., Saatçi, G. ve Avcıkurt, C. (2015). Bursa'nın somut kültürel varlıklarına yönelik öğrencilerin algıları: Harmancık myo örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 12, 62-86. 8 Ağustos 2020'de https://www.researchgate.net/publication/298706519_BURSA'NIN_SOMUT_KULTUREL_VARLIKLARINA_YONELIK_OGRENCILERIN_ALGILARI_HARMANCIK_MYO_ORNEGI adresinden erişildi.
- Gülüm, E. (2015). Yaratıcı turizm - halk kültürü ilişkisi ve yerelin popülerleşmesi. *Millî Folklor Dergisi*, 27 (105), 87-98. 21 Kasım 2020 tarihinde <https://www.millifolklor.com/PdfViewer.aspx?Sayi=105&Sayfa=84> adresinden erişildi.
- Güven, A. (2016). Sürdürülebilir turizm kapsamında yaratıcı turizm: Antalya ili örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Güven, A. (2016a). Yaratıcı turizm kapsamında Antalya ili turizm kaynaklarının değerlendirilmesi. *Institution Of Economic Development And Social Researches. International Congress On Social Sciences, China To Adriatic*, October, 27-30, Antalya. 21 Kasım 2020 tarihinde https://www.academia.edu/33571557/614b1f_f6f47ce3028742faac333b5d322a61a6_pdf adresinden erişildi.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Karabaşa, S. (2009). Somut olmayan kültürel miras envanteri. *Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi*, 7, 179-182. 28 Temmuz 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/pub/tubaked/issue/57427/813989> adresinden erişildi.
- Karadeniz, H. ve Sezer, İ. (2018). UNESCO değeri olarak ısıklık dili (kuşdili) ve turistik ürün potansiyeli. A. Karaman, A. Ateş ve K. Sayın (Ed.), *Türkiye'nin UNESCO Değerleri ve Turizm Potansiyeli içinde* (ss. 381-405), Konya: Eğitim Yayınevi
- Kocadaş, B. (2006). Kültür ve medya. *Journal of Human Sciences*. 1(1), 1-8. 5 Ağustos 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/download/issue-file/3553> adresinden erişildi.

- Kozak, M. (2015). Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri. (2. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ktb - Kvmgm, (2020). Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. 20 Ekim 2020 tarihinde <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-132353/somut-olmayan-kulturel-miras-ne-demektir.html> adresinden erişildi.
- Kuşçuoğlu Öksüz, G. ve Taş, M. (2017). Sürdürülebilir kültürel miras yönetimi. Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç Akademi Dergisi. 2 (1), 58-67. 17 Ekim 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yalvac/issue/32621/334791> adresinden erişildi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2009). Kültürel miras ve müzecilik. 10 Eylül 2020 tarihinde <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/1279,muserrefcanpdf.pdf?0> adresinden erişildi.
- Lysgard, H. K. (2012). Creativity, culture and urban strategies: a fallacy in cultural urban strategies. European Planning Studies. 20 (8), 1281-1300. doi: 10.1080/09654313.2012.680581
- Oecd. (2014). Tourism and the creative economy, Oecd Studies on Tourism, OECD Publishing. 25 Aralık 2020 tarihinde https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/tourism-and-the-creative-economy_9789264207875-en#page1 adresinden erişildi.
- Oğuz, E. S. (2011). Toplum bilimlerinde kültür kavramı. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 28 (2), 123-139. 16 Temmuz 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/huefd/issue/41213/505402> adresinden erişildi.
- Ohridska-Olson, R. ve İvanov, S. (2010). Creative tourism business model and its application in Bulgaria. Proceedings of The Black Sea Tourism Forum, Cultural Tourism-The Future of Bulgaria. 23-39, 23-25. Varna, Bulgaristan. 27 Eylül 2020 tarihinde https://www.academia.edu/6248202/Creative_tourism_Business_Model_and_its_application_in_Bulgaria adresinden erişildi.
- Okumuş F., Avcı, U., Kılınç İ. ve Walls, A. R. (2012). Cultural tourism in Turkey: a missed opportunity. Journal of Hospitality Marketing & Management. 21(6), 638-658. doi: 10.1080/19368623.2012.627231

- Okuyucu, A. (2011). Osmaneli ilçe merkezinde kültürel mirasın korunması ve turizm amaçlı kullanımına yönelik bir araştırma. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Oxford Dictionary, (2020). Yaratıcılık nedir? 16 Ağustos 2020 tarihinde <https://en.oxforddictionaries.com/definition/creativity> adresinden erişildi.
- Öktem, E. (2020). Kültür turizmi kapsamında unutulmaz turizm deneyiminin müşteri memnuniyetine ve davranışsal niyete etkisi. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Öncü, T. (1992). Yaratıcılığın betimlenmesi ve yaratıcılık üzerine çevresel etkiler. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi. 14 (1), 255-264. 3 Eylül 2020 tarihinde <https://dspace.ankara.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12575/60362/11960.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden erişildi.
- Öter, Z. ve Ünal, E. (2017). Somut olmayan kültürel mirasın Beypazarı turizm destinasyonunda yerel ekonomiye katkıları. International Journal of Contemporary Tourism Research. 1, 26-37. 25 Temmuz 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/318468> adresinden erişildi.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 11(1), 323-343. 5 Ocak 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ogusbd/issue/10997/131612> adresinden erişildi.
- Özsoy, Y. (2019). Somut olmayan kültürel mirasın turizm alanında değerlendirilmesi Gazipaşa örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu.
- Pekerşen, Y. ve Çalık, İ. (2017). Konya’da keçecilik geleneğinin somut olmayan kültürel miras açısından değerlendirilmesi. Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute. 20 (37), 339-355. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.645189>
- Raymond, C. (2003). Case study – creative tourism new zealand. 1-5. 15 Eylül 2020 tarihinde <https://www.yumpu.com/en/document/read/27688957/case-study-creative-tourism-new-zealand> adresinden erişildi.

- Richards, G. (2009). Creative tourism and local development. Wurzbürger, R., Pattakos, A. and Pratt, S. (Der.), Creative tourism: a global conversation(78-90). Santa Fe: Sunstone Press.
- Richards, G. (2016). The development of creative tourism in Asia, paper presented at the Artepölis. VI. International Seminar in Bandung, Indonesia. 28 Ağustos 2020 tarihinde https://www.academia.edu/27868227/The_development_of_creative_tourism_in_Asia adresinden erişildi.
- Richards, G. ve Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: editors introduction. Journal of Tourism Consumption and Practice, 4(2): 1-11. 28 Ağustos 2020 tarihinde <http://hdl.handle.net/10026.1/11698> adresinden erişildi.
- Richards, G. ve Palmer, R. (2010). Eventful cities: cultural management and urban revitalisation. Journal of Financial Stability, 1, 1-38. doi: 10.4324/9780080940960
- Richards, G. ve Raymond, C. (2000). Creative tourism, Atlas News, 23, 16-20. 15 Eylül 2020 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/254822440_Creative_Tourism adresinden erişildi.
- Richards, G. ve Wilson, J. (2006), Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture?, Tourism Management. 27(6), 1209-1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Rzayeva, S. (2019). Küreselleşme ve somut olmayan kültürel miras ilişkisi: Azerbaycan örneği. (Yayınlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Saçlı, Ç. (2016). Destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerlerinin kültür turisti tipolojisi açısından önemi: Konya örneği. (Yayınlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Saçlı, Ç. ve Efe, D. (2018). Mevlevi sema törenleri-2008, Alevi-Bektaşî ritüeli semah-2010 ve bahar bayramı hıdırellez-2017, A. Karaman, A. Ateş ve K. Sayın (Ed.), Türkiye'nin UNESCO değerleri ve turizm potansiyeli içinde (ss. 312-328). Konya: Eğitim Yayınevi.

- Salman, D. ve Uygur, D. (2010). Creative tourism and emotional labor: an investigatory model of possible interactions. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*. 4(3), 186-197. doi: 10.1108/17506181011067583
- Samen, S. (2008). İşletmelerde yaratıcılığın önemi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (2), 363-378. 24 Ekim 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/pub/cusosbil/issue/4379/60054> adresinden erişildi.
- Sarioğlu, H. (2005). El sanatlarını milli değer olarak algılamak. *Milli Folklor Dergisi*, (66). 72-74. 25 Temmuz 2020 tarihinde <https://www.millifolklor.com/PdfViewer.aspx?Sayi=66&Sayfa=68> adresinden erişildi.
- Sidekli, S. ve Karaca, L. (2013). Sosyal bilgiler öğretiminde yerel, kültürel miras öğelerinin kullanımına ilişkin öğretmen adayı görüşleri. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 5, 20-38. 28 Temmuz 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gbad/issue/29699/319557> adresinden erişildi.
- Sung, T. K. (2015). The creative economy in global competition. *Technological Forecasting and Social Change*. 96, 89-91. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.003>
- Şahin, İ. D. (2010). Yerel kültür mirasının dijitalleştirilmesi ve halk kütüphaneleri: Yalova örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Şen, S. D. (2010). Turizmin çevresel etkileri ve bir çözüm olarak ekoturizm. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Tdk, (2020). Türk dil kurumu. Yaratıcılık nedir? 17 Temmuz 2020 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Türker, A. ve Çelik, İ. (2012). Somut olmayan kültürel miras unsurlarının turistik ürün olarak geliştirilmesine yönelik alternatif öneriler. *Yeni Fikir Dergisi*, 9, 86-98. 27 Temmuz 2020 tarihinde <http://www.yenifikirdergisi.com/uploads/29/yenifikir-volume-4-issue-9-6-20120749686-a.pdf> adresinden erişildi.
- Türkoğlu, T. (2019). Somut olmayan kültürel miras kaynaklarının turizm çekiciliği kapsamında değerlendirilmesi: Türk kâğıt süsleme (ebru) sanatı örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.

- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: görüşme. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 24 (24) , 543-559. 20 Ocak 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kuey/issue/10372/126941> adresinden erişilmiştir.
- UNESCO, (2020). Teftiş kurulu başkanlığı. 19 Ağustos 2020 tarihinde <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-264414/somut-olmayan-kulturel-mirasin-korunmasi-sozlesmesi.html> adresinden erişildi.
- UNESCO, (2020a). What is intangible cultural heritage?. 19 Ağustos 2020 tarihinde <https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003> adresinden erişildi.
- UNESCO, (2020b). UNESCO hakkında. 25 Ağustos 2020 tarihinde <http://www.unesco.org.tr/Pages/96/2/UNESCO> adresinden erişildi.
- UNESCO, (2020c). UNESCO Türkiye milli komisyonu. 19 Ağustos 2020 tarihinde <https://www.unesco.org.tr/Pages/181/177/> adresinden erişildi.
- UNESCO, (2020d). Mexico City Kültür Politikaları Bildirgesi Dünya Kültür Politikaları Konferansı. 9 Ağustos 2020 tarihinde https://wayback.archive-it.org/10611/20170204034755/http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/11295421661mexico_en.pdf/mexico_en.pdf adresinden erişildi.
- Varol, F. (2018). İnce ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği: lavaş, katırma, jupka, yufka-2016, Geleneksel tören keşkeği-2011, Türk kahvesi ve geleneği-2013, A. Karaman, A. Ateş ve K. Sayın (Ed.), Türkiye'nin UNESCO değerleri ve turizm potansiyeli içinde (ss. 366-380). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Yalçinkaya, P. (2018). Çanakkale'nin UNESCO yaratıcı şehirler ağı gastronomi teması kapsamında potansiyelinin değerlendirilmesi. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, F. ve Alaeddinoğlu, M. Z. (2011). Türkiye'de kültür turizmi ve algılanışı. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, 38. İcanas Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, Ankara. 26 Temmuz 2020 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/312167150_Turkiyede_Kultur_Turizm_i_ve_Algilanisi adresinden erişildi.

Zoğal, V. ve Emekli, G. (2017). Yaratıcı turizme kavramsal ve coğrafi bir yaklaşım. Ege Coğrafya Dergisi, 26 (1) , 21-34. 27 Ekim 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ecd/issue/31186/338975> adresinden erişildi.





EKLER

EK 1. FOTOĞRAFLAR



Fotoğraf 1. Rapata



Fotoğraf 2. Rapatanın Kullanımı



Fotoğraf 3. Tandır



Fotoğraf 4. Tandırda İnce Ekmeğin Yapımı



Fotoğraf 5. İnce Ekmek

EK 2. İZİN BELGESİ

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU

(Proje Onay Formu)

TARİH :
YER :
KATILIMCILAR : Prof.Dr. GÜNAY ÇAKIR (Başkan)
Prof.Dr. HASAN AYAYDIN (Üye)
Prof.Dr. MÜGE YILMAZ (Üye)
Prof.Dr. BAYRAM NAZIR (Üye)
Prof.Dr. EKREM CENGİZ (Üye)
Prof.Dr. SAİME ŞAHİNÖZ (Üye)
Prof.Dr. FERKAN SİPAHİ (Üye)

BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU PROJE ONAY FORMU

Projenin Adı: Somut Olmayan Kültürel Mirasların Yaratıcı Turizm Kapsamında
Değerlendirilmesi, İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği Erzurum
Örneği.

Projenin Niteliği: Yüksek lisans tez çalışması.

Proje
Araştırmacıları: Bedrettin BOZTOPRAK

Proje
Yürütücüsünün
Haberleşme
Bilgileri:

Araştırmanın
Amacı: Bu araştırmanın amacı somut olmayan kültürel miraslarımızın yaratıcı turizm
kapsamında değerlendirmek ve Erzurum bölgesinde ince ekmek yapımı ve
paylaşımı geleneğini yaratıcı turizme uygulayarak bölgeye daha fazla turist
çekmek ve kültürümüzü yaymaktır.

Kullanılacak
biyolojik,
psikolojik ve
teknik vb. tüm
yöntemleri
açıklayan etik ile
ilgili özet:

Yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile veriler toplanacaktır. Kartopu
örnekleme kullanılması planlanmaktadır. Dolayısıyla katılımcı sayısı
konusunda net bir rakam yoktur fakat 25-100 arası bir kitleye ulaşılması
planlanmaktadır.

Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Uğur AKDU
danışmanlığında bulunan yüksek lisans öğrencisi Bedrettin BOZTOPRAK' ın "Somut Olmayan Kültürel Mirasların
Yaratıcı Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi, İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği Erzurum Örneği." adlı
projesi değerlendirilmiştir.

Proje etik açısından uygun bulunmuştur.



Projenin etik açısından geliştirilmesi gerekmektedir.



Proje etik açısından uygun bulunmamıştır.



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Bedrettin BOZTOPRAK

Doğum Yeri ve Tarihi :

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Trakya Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
Yüksekokulu, 2006-2012

Yüksek Lisans Öğrenimi : Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Turizm İşletmeciliği ABD, 2019-2021

Bildiği Yabancı Diller :

Bilimsel Faaliyetler :

İş Deneyimi

Stajlar : Mendos Hotel – Fethiye, Stajer

Projeler :

Çalıştığı Kurumlar : Ganita Holiday Club – Alanya
Rafo Otel - Erzurum