

KAPADOKYALI TEYZENİN SAVUNMASI: TURİZM AÇISINDAN KÜLTÜREL MİRASIN OTANTİKLİĞİ SORUNU*

In Defense of the Cappadocian Aunty: The Authenticity Problem of Cultural Heritage from Tourism Perspective

Dr. Öğr. Üyesi Nazım ÇOKIŞLER**

ÖZ

Otantiklik kavramı, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hemen her sosyal bilimin ilgi alanına giren canlı bir tartışma konusudur. Tarihi binaların restorasyonunda izlenmesi gereken yolun ne olması gerektiği yönünde 19. yüzyılda başlayan tartışmalar, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından kültürel mirası uluslararası seviyede koruma altına almaya çalışan sözleşme ve metinler sayesinde hız kazanmıştır. UNESCO başta olmak üzere ona bağlı uluslararası örgütlerin çabaları sonucu kavram sadece bir akademik inceleme alanı olarak kalmamış, 1972 tarihli Dünya Mirası Konvansiyonunun Uygulanmasına Yönelik İşlevsel İlkeler adlı rehberde Dünya Miras Listesi'ne girebilmek için miras alanlarının taşıması gereken şartlardan biri otantiklik kriteri olarak adlandırılmıştır. 2003 tarihli Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nde otantiklik kavramı yer almamış, ancak 2015 tarihli Uygulama İlkeleri'nde yeniden kullanılmıştır. Bu hâliyle kavram somut olmayan kültürel mirasın korunması yönündeki akademik tartışmalarda merkezi bir yol oynamaktadır. Otantiklik kavramı aynı zamanda, SOKÜM unsurlarına bağlı turistik çekiciliklerin talep edildiği bir turizm çeşidi olan miras turizminin de öznesi konumundadır. Miras turizmi ise sürdürülebilirlik ilkesine uyan bir turizm çeşidi olarak kabul görmektedir. Bu önemlerine binaen, turistleri seyahate iten motivasyonlardan biri olarak kabul edilen otantiklik kavramının turizm sektörü açısından taşıdığı anlam ve işlev turizm alan yazınında uzun zamandır incelenmektedir. Buna rağmen kavramın teorik çerçevesi henüz kesin olarak belirlenememiş, kişisel algılara dayandığı anlaşılmıştır. Araştırmada, otantiklik tartışmalarının gelişimi incelenmiş ve otantiklik olgusunun kültürel altyapılarına bağlı olarak hem turistler hem de kültürel miras taşıyıcıları tarafından farklı algılanabileceği, bu farklı algılamada kişilerin beklenti ve ihtiyaçlarının ön planda geldiği açıklanmıştır. Kültürel altyapılarına bağlı olarak hem turistlerin hem de yerel halkın kendi beklenti ve ihtiyaçlarına göre algıladıkları otantiklik olgusunu, turizm sektörü içinde özgürce tatmin etmek ve kullanmak durumunda oldukları savunulmuştur.

Anahtar Kelimeler

Somut Olmayan Kültürel Miras, Otantiklik, Miras Turizmi, Kapadokya

ABSTRACT

The concept of authenticity has concerned and been rousingly discussed by nearly all social sciences since the second half of the 20th century. Discussions about what courses of action should be taken for the restoration of historic buildings, which were initiated in the 19th century, gathered pace after the Second World War due to treaties and texts aimed to preserve cultural heritage at international levels. Consequent to the efforts of international organizations, particularly of UNESCO, the authenticity concept has not merely been an academic area of study; as part of the 1972 Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention, authenticity also was determined as a criterion for the inclusion of heritage properties in the World Heritage List. Authenticity was not referred to in the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage dated to 2003 but reappeared in the 2015 Operational Guidelines; as such, it plays a central role in academic discussions regarding the protection of intangible cultural heritage (ICH). Moreover, the concept of authenticity holds a position of being the subject of heritage tourism, a branch of tourism regarded to be accordant with the principle of sustainability, in which touristic attractions related to ICH elements are in demand. Accepted to be a travel motivator, authenticity has long been studied in the academic literature in terms of its significance for and function in the tourism industry. Nevertheless, the theoretical framework for the concept has apparently been based on individual perceptions and thus has

* Geliş tarihi: 18 Ekim 2018 – Kabul tarihi: 29 Kasım 2018 / Çokışler, Nazım. "Kapadokyalı Teyzenin Savunması: Turizm Açısından Kültürel Mirasın Otantikliği Sorunu" *Millî Folklor* 120 (Kış 2018):119-130

** İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü Öğretim Üyesi, İzmir/Türkiye, cokisler@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3273-7472>

not precisely been determined yet. Besides examining the progress of discussions about authenticity, this research maintains that the notion of authenticity may be perceived differently by both tourists and cultural heritage bearers -i.e. local communities- depending on their cultural backgrounds and that individual expectations as well as needs take precedence in the case of such dissimilar perceptions; while arguing that these perceivers are inclined to freely satisfy and obliged to utilize this conception, respectively, within the industry.

Key Words

Intangible Cultural Heritage, Authenticity, Heritage Tourism, Cappadocia

Otantiklik kavramı, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hemen her sosyal bilimin ilgi alanına giren canlı bir tartışma konusudur. Tartışmanın temelinde otantiklik kavramının içeriği ve kültürel mirası koruma çabaları ile olan ilişkisi yatmaktadır. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi ile birlikte, özellikle turizm hareketlerine konu olan kültürel miras ve otantiklik tartışmaları daha önemli bir hâle gelmiştir. Bu araştırmada, otantikliğin turizm açısından ele alınmasında iki tespitin önemli olduğu savunulmaktadır. Alanyazına dayanarak önemi vurgulanan bu iki tespit, (a) tek bir turist tipi olmadığı gibi, tek tip bir otantiklik arayışı ve algısının da olmadığı, (b) kültürel mirasın, ona sahip olanların zamanla değişen beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamada stratejik bir araç işlevi taşıdığıdır. Araştırmanın başlığında yer verilen Kapadokyalı Teyze ifadesi Özünel'in (2012) bir yazısından alınmış ve turizm sektörünün neden olduğu kültürel değişim ve dejenerasyona uğramış yerli halkı ifade eden bir mecaz olarak kullanılmıştır. Kapadokyalı Teyze'nin "savunması" olarak ifade edilen ise, teyzenin durumunun, sahip olduğu otantik unsurları beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere, serbest piyasa ekonomisi kuralları içinde ve kendi kültürel altyapısı çerçevesinde turizme açabilmesi için tek yol olduğunu ifade etmektedir.

Otantiklik Kavramı

Kavram üzerine yapılan uluslararası tartışmalar 19. yüzyıl Avrupa'sında eski binaların restorasyonunda izlenmesi gereken yol üzerine ortaya çıkmış, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından kurulan uluslararası örgütlerin kültürel mirası koruma altına alma çabaları sonucu artış göstermiştir. 1964'te, II. Uluslararası Tarihi Anıtlar Mimar ve Teknisyenleri Kongresi sonunda imzalanan Venedik Tüzüğü, otantiklik kelimesinin kültürel miras bağlamında kullanıldığı ilk uluslararası metindir (Stovel 2008). Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması Sözleşmesi, yeryüzündeki bazı doğal ve kültürel miras alanlarının "tüm dünya halkları için" önemli olduğu, bu nedenle "insanlık tarihinin parçası olarak" korunması gerektiği ve bu alanların yok olmasının tüm uluslar için bir kayıp olduğu fikri üzerine inşa edilmiştir (UNESCO 1972). Sözleşme'de otantiklik kelimesine yer verilmeden, bir kültürel alanın listeye dâhil olabilmesi için taşıması gereken şartlar "Üstün Evrensel Değer" kavramı ile dile getirilmiştir (Labadi 2007).

Otantiklik kavramı Dünya Mirası Konvansiyonunun Uygulanmasına Yönelik İşlevsel İlkeler (UNESCO 1977) adlı rehberde ilk kez 1977 yılında ele alınmış ve Dünya Miras Listesi'ne girebilmek için miras alanlarının taşıması gereken şartlar *otantiklik kriteri* olarak adlandırılmıştır. Ancak Dünya

Mirası Listesi'ne girmesi için müracaatı yapılan Polonya'nın Varşova tarihi şehir merkezi, Bulgaristan'daki Rila Manastırı ve Fransa'nın Carcassonne Tarihi Şehri örneklerinin otantiklik kriterini karşılayıp karşılamadığı tartışmaları, "Üstün Evrensel Değer" taşıyabilmek için uygulama rehberlerinde verilen otantiklik tanımının tüm dünyaya dağılmış olan miras alanlarının bölgesel farklılıklarını kapsamada yeterli olup olmadığının sorgulanmasına neden olur. Böylece 1994 yılında "Nara Özgünlük Belgesi" imzalanır (ICOMOS 1994). Nara Belgesi, kültürel miras listesine dâhil olabilmek için taşınması gereken otantiklik kriterini, yapının fiziksel özellikleri ile kısıtlayan anlayışı terk ederek, miras alanı ile ilişkili manevi değerleri de göz önüne almayı öneren bir doktrin değişikliği önermektedir (Cameron 2008). Doktrindeki değişimin ilk somut örneği 1998 tarihinde başlatılan İnsanlığın Sözlü ve Somut Olmayan Mirası Başyapıtları Programı'nın taslak metninden otantiklik kelimesinin çıkarılmasıdır (Blake 2009 Su 2018'den).

Bu yolda atılan önemli diğer bir adım 2001 tarihli UNESCO Kültürel Çeşitlilik Evrensel Bildirgesi'dir. Kültürel çeşitliliğin "insanlığın ortak mirası" olarak anıldığı Bildirgede "[kültürün] zaman ve mekân içerisinde çeşitli biçimler" alabileceği vurgulanmıştır (UNESCO 2001: Md.1). Çeşitlilik kavramı ile ifade edilen zaman ve mekân farklılıkları, farklı toplulukların miras olarak algıladıkları tüm uygulama ve pratiklerin de otantik ve meşru sayılması anlayışını beraberinde getirmiştir (Kulevičius 2014). Bundan sonraki uluslararası belgeler, hem somut hem de somut olmayan kültürel mirasın birlikte koruma altına alma

fikri üzerine inşa edilir. 2003 yılında imzalanan Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nde de (UNESCO 2003) otantiklik kavramına yer verilmemiş, ancak 2015 tarihli Uygulama İlkeleri'nde (UNESCO 2015) kavram yeniden kullanılmıştır. Otantiklik şartını taşımak için miras alanlarının sahip olması gereken nitelikler; form ve dizayn, materyal ve öz, kullanım ve işlev, teknikler ve yönetim sistemleri, yer ve ortam, dil ve somut olmayan kültürel mirasın diğer formları, anlam ve hissiyat ve diğer iç ve dış faktörler olarak belirtilmiştir (UNESCO 2015). Mekânların otantikliğine karar vermede Bu gelişmelerle birlikte, bir mekânın otantikliğinin kültürel olarak inşa edildiği, bağlamsal olarak değişken ve gözlemleyene bağlı olduğu fikri (Lawless vd. 2017) UNESCO metinlerine girmiş olur.

Buraya kadar özetlenen gelişmeler, UNESCO metinlerinde kullanılan otantiklik kavramının somuttan somut olmayana, materyalistik bir anlayıştan yapısalcı bir anlayışa (Su 2018), universalist bir yaklaşımdan göreceli bir yaklaşıma (Kulevičius 2014) doğru bir evrim geçirdiğini göstermektedir. Bu değişimin UNESCO metinlerine yansımaları ise akademik alanda yapılan tartışmaların gerisinde kalmıştır.

Turizm Araştırmalarında Otantiklik ve Otantiklik Arayışı

Kültürel mirasın korunması fikri etrafında şekillenmiş olan otantiklik kavramının en sık tartışıldığı alanlardan biri de turizm sektörüdür. Turizmin sosyo-kültürel etkilerinin akademik çalışmalara konu olması, çeşitli sosyal bilimcilerin 1960'lı yıllardan itibaren konuya ilgi duymaları ile başlamıştır. Küreselleşme ile Batı toplumunda meydana gelen değişimleri

eleştiren sosyal bilimcilerin görüşleri, turizm hareketlerinin küresel ölçekte o tarihe kadar görülmüş en büyük insan, mal ve hizmet dolaşımına neden olduğunun anlaşıldığı 1970'lerden itibaren turizm alanına uyarlanmış (Greenwood 1977) ve günümüze kadar süren canlı bir tartışma konusu hâline gelmiştir.

Tartışmanı fitili, Amerikalı bir tarihçi olan Boorstin'in (1961), *macerara* kelimesinin içinin boşaldığını ve modern (Amerikan) toplumunda insanların kendileri için dizayn edilmiş *sahte-olayları* gerçek birer deneyim gibi algılamaya başladıklarını iddia etmesi ile ateşlenir. Boorstin'e göre (1961) paket turların, otellerin ve cruise yolculuklarının standart hâle geldiği bu dönemde, seyahate çıkmak da bir sahte-olay hâline gelmiş ve metalaşmıştır. Turistler ise bu durumdan rahatsız değildir, aksine bu tarz sahte deneyimlerden tatmin olmaktadır. Heitmann'a göre (2011) Boorstin'in görüşleri, Dubai, Las Vegas, Disneyland gibi sadece turist çekmek için dizayn edilmiş destinasyonlara giden kitle turistleri için günümüzde dahi geçerliliğini korumaktadır ve bu görüşler özellikle turizmin sosyolojik boyutu üzerinde yapılan araştırmaların gelişmesine katkı sağlamıştır.

Boorstin gibi, modern dünyanın sosyal yaşamı tekdüze hâle getirmesi fikrinden yola çıkan MacCannell (1973) ise turistlerin sahte-olaylar arayışında olduğu tezinin tam tersini savunarak, her turistin *otantiklik* peşinde koştuğu, ancak buna ulaşmasının mümkün olmadığını görüşündedir. Turistleri seyahate motive eden unsurların ne olduğu üzerine yapılan tartışma böylece otantiklik kavramı etrafında şekillenmeye başlamıştır. MacCannell

(1973), "Sahnelenen Otantiklik: Turist Ortamlarında Sosyal Alan Düzenlemeleri" isimli araştırması ile *sahnelenen otantiklik* kavramını ortaya atar. MacCannell'e göre, turistlerin ziyareti için hazırlanan ortamlar otantik görünümü verilmek için özel olarak ön ve arka bölge olarak dizayn edilmiş ortamlardır. Arka bölgenin varlığı, sahnelenen etkinliğin görülmesi istenmeyen yönlerini mistikleştirme işlevi taşır ve gözle görünenden fazlası olduğu inancını yaratır. Turistler bu mistikleştirmeden etkilenmekte ve gittikleri yerlerde yerel halkın *gerçek* yaşam biçimini görerek *otantik* bir deneyim yaşama arzusu duymaktadır. Bu amaçla ön bölgelerden arka bölgelere geçmek için sürekli mücadele etmekte, ancak her defasında kendileri için önceden planlanarak arka bölge görünümü verilmiş bir başka ön bölge ile karşılaşmaktadır (MacCannell, 1973). Böylece turistler gittikleri her yerde *sahnelenmiş bir otantiklik* ile karşı karşıya kalmakta ve tüketim toplumu olmanın bir sonucu olarak, bu *uydurma* çekicilikleri otantik olarak kabul etmektedir (Cohen, 1988). Ritzer, bu tür mekanlara *tüketim katedrali* adını vermekte ve "[t]üketim dinimizi uygulamak amacıyla 'hacca gittiğimiz' yerler" olarak tanımlamaktadır (2000:14). MacCannell, Boorstin ve onlardan etkilenen diğer araştırmacıların görüşlerinden ortaya çıkan sonuca göre, bir ürünün otantik olarak değerlendirilebilmesi için o ürün ticari kaygılarla üretilmemelidir (Cornet 1975); turistler için icra edilmeyen kültürel değerler gerçek ve otantiktir, turistler için sahnelenen otantiklik ise metalaştırılmıştır ve gerçek değildir.

Turistik motivasyonlarda deneyim/otantiklik arayışının taşıdığı

önem üzerine yapılan sonraki çalışmalar, özellikle sosyolog Cohen'in (1972, 1979, 1988) araştırmaları sayesinde hız kazanmıştır. Cohen, ilk olarak, turistlerin eski alışkanlıklarının güveni -aşinalık- ile değişim heyecanına -yenilik- bağlı olarak farklı turist tipleri olduğunu (1972), daha sonra da, her turist için geçerli tek tip bir deneyim/otantiklik kavramının olamayacağını ortaya koymuştur (1979). Cohen'e (1979) göre turistler, ne Boorstin'in dediği gibi sahte-olaylar peşindedir, ne de MacCannel'in iddia ettiği gibi gerçek bir otantiklik deneyimi arayışında olan modern dünyanın hacı adaylarıdır. İki farklı kampın görüşlerindeki zıtlığın, tek bir turist tipi olduğu algısından kaynaklandığını söyleyen Cohen, gittikleri yerlerdeki kültür, sosyal hayat ve doğal çevrenin turistlerin deneyim arayışlarında ne kadar önemli bir yer tuttuğuna bağlı olarak, teorik/fenomenolojik bir turist deneyimi tipolojisi önerir (1988). Turist deneyimlerinin, sadece eğlence arayışından, varoluşsal bir arayışa uzanan beş farklı yönelimi/modu olduğunu ve farklı modlarla seyahate çıkan turist tiplerinin, sırasıyla giderek artan şekilde otantiklik arayışı içerisinde olduğunu iddia eder. Değişik motivasyonlarla seyahat eden turistlerin neleri otantik bulacağı konusunda, turistlerin kendi bakış açılarına göre ayırt edici buldukları özelliklere bağlı olarak buna karar vereceklerini söyler (Cohen, 1988). Cohen'in bu argümanları otantikliğin baştan verilen bir özellik olmadığını; turistlerin gözünde, sonradan ortaya çıkan ve müzakere edilebilir bir karakteri olduğunu göstermektedir. Bu nedenle farklı yönelimlere sahip turistler, başkalarının ya da uzmanların otantik bulma-

yacağı bir deneyimi/ürünü kendi bakış açılarına göre otantik bulabilirler ve bunlara sahip olmayı arzu edebilirler. Hobsbawm ve Ranger (1983) tarafından *icat edilmiş gelenek* olarak adlandırılan bu olguya göre, başlangıçta otantik olmayan, yapmacık özellikler, zamanla yöresel kültürün otantik bir tecellisi olarak algılanmaya başlanabilir.

Otantiklik kavramı üzerine yapılan tanım ve tartışmalar Wang (1999) tarafından nesnel otantiklik ve inşacı otantiklik olmak üzere iki ana başlıkta toplanmıştır. Otantikliği nesnenin gerçekliğinde arayan yaklaşımlar nesnel tanımları, nesnelere sosyal ilişkiler aracılığıyla yorumlanmasına ve algılanmasına bağlı tanımlar ise inşacı tanımları oluşturmaktadır. Bu tanımların turistleri seyahate iten bireysel motivasyonları açıklamak için yeterli olmadığını ileri süren Wang, *varoluşsal otantiklik* kavramını ortaya atar. Ona göre varoluşsal otantiklik, turistlerin gittikleri yerlerde katıldıkları aktivitelerde yaşadıkları deneyimler karşısında hissettiklerine bağlıdır. Turistler, gezdikleri yerlerin otantikliğine bağlı olarak değil, seyahatleri sırasında katıldıkları aktivitelerde yaşadıkları farklı deneyimler sonucu, gündelik yaşamlarının rutininden kurtulmuş olmanın rahatlığı ile kendilerini daha otantik bir şekilde ifade etmiş hisseder. Böylelikle, nesnelere bağlı otantiklik yerine aktivitelere bağlı bir otantiklik anlayışının turist davranışlarını daha iyi açıklayabileceğini savunur (Wang 1999:351).

Otantiklik kavramının SOKÜM unsurlarının turizmde kullanımına bağlı olarak ne şekilde anlaşılması gerektiği 2003 Sözleşmesinden sonra hız kazanan yeni bir tartışma alanı-

dır. Konunun teorik çerçevesini çizen en güncel araştırmada Su (2018) SOKÜM unsurlarına atfedilen öneme, ona sahip toplumların karar verdiği düşüncesinden hareketle, varoluşsal otantiklik kavramının özellikle turizme konu edilen SOKÜM unsurlarının otantikliğini açıklamada yetersiz kaldığını savunur. Bu tartışmanın, somut olmayan kültürel mirasın taşıdığı anlam ve değerleri gelecek zamanlara iletebilme yeteneği ile ilişkili olarak ele alınmasını ve bu yeteneğin geleneği yaşatan, aktaran ve yeniden yaratan gelenek uygulayıcılarına dayandırılmasını önererek özne otantiklik kavramını ortaya atar. Özne otantiklik kavramını, gelenek uygulayıcılarının sahip oldukları SOKÜM değerlerini, bilgi ve becerilerine bağlı olarak ve içinde yaşadıkları toplum ve doğal çevre ile kültürel pratikler aracılığıyla etkileşime girerek, özgürce sürdürebilme yeteneği olarak tanımlar (Su 2018).

Görüldüğü üzere, turizm araştırmalarında kavram yaklaşık yarım asırdır teorik bir çerçeveye oturtulmaya çalışılmaktadır. Tüm bu çabalara rağmen, kavramın turizm açısından ifade ettiği anlam üzerinde henüz bir uzlaşma sağlanabilmiş değildir (Reisinger vd. 2006). Küreselleşmenin dayattığı şartlardan kaçmak isteyen modern dünya insanının sürekli bir otantiklik arayışında olduğu ve turizm endüstrisinin bu ihtiyacı karşılamak adına sahte otantiklikler uydurarak turistlere sattığı yönündeki olumsuz görüşlerle başlayan tartışmalar, turistik satın alma davranışı içinde otantiklik arayışının yeri ve önemini inceleyen araştırmalara evrilmiştir. Bu tartışmalar sonrası turizm alan-yazınının uzlaştığı nokta, “günümüz profesyonel

turisti” (Gülüm 2015:93) ya da “çağdaş turist” (Özünel 2011:259) gibi genel olarak nitelenebilecek tek bir turist tipinin, dolayısıyla tek ve standart bir otantiklik arayışının, algısının ve motivasyonunun da olmadığıdır.

Miras Turizmi Açısından Kültürel Mirasın Otantikliği

1972 Sözleşmesi'nin başlangıç amacı kültürel miras alanlarını koruma altına almak iken, bu listeye dâhil olmak onları günümüzün önemli turizm ikonları arasına yerleştirmiştir. Turizm hareketlerinin kitlesel bir hâl alması ve dünya genelinde yıllık turistik varış sayısının 1,320 milyara (UNWTO 2018) ulaşması, özellikle Dünya Miras Listesi'ne giren alanlarda aşırı kalabalıklaşmaya bağlı dejenerasyona neden olmuş (D'eraimo 2014, Özünel 2017a'dan) ve bu durum şehirleri turistik hareketleri kısıtlamanın yollarını aramaya itmiştir (Bandarin 2005). Bu durumun sebebi listeye dâhil olan miras alanlarının çoğu ülkede turizm pazarında avantaj sağlama aracı olarak görülmesi (Ashworth vd. 1990) ve kültürel mirasa dayalı farklı sektörler için bir itici güç olarak algılanmasıdır (Yang vd. 2010).

Somut kültürel miras için ifade edilen turizm sektöründe avantaj sağlama düşüncesi, SOKÜM açısından da geçerliğini korumaktadır. UNESCO önderliğinde hazırlanmış sayısız metinde, gerek somut gerekse de somut olmayan kültürel miras hakkında farkındalık yaratmanın, kültürler arası diyalogu tesis etmenin ve hatta dünya barışını sağlamanın yolu olarak turizm zikredilmektedir. Duruma uygun düşen en net örnek 2003 Sözleşmesi'nin dibace kısmında somut olmayan kültürel mirasın “sürdürülebilir kalkınmanın garantisi” (UNESCO, 2003)

olarak gösterilmesidir. Böylelikle, kırılğan ve hassas olduğu için koruma altına alınmaya çalışılan kültürel miras, akademik bir çalışma alanı olmaktan çıkarak, kalkınma politikalarına yön verme gücü kazanan politik bir araç hâline gelmiştir. Özünel'e göre SOKÜM çalışmaları ve sürdürülebilir kalkınma birbirini tamamlamaktadır, dikkat edilmesi gereken mirasın "erozyona uğrayıp asimile olmasının önüne geçebilmek" (2017b:27) olmalıdır.

Bu durum, kaçınılmaz olarak, koruma ve turizmi geliştirme politikaları arasında bir çatışmanın ortaya çıkması sonucunu beraberinde getirmektedir. Çatışmanın önlenmesi için önerilen çözüm *kültürel turizm*dir. Kültürel turizm, sanat turizmi, müze turizmi, yaratıcı turizm, etnik turizm, miras turizmi gibi ilgili aktiviteleri kapsayan bir "şemsiye tanım" hâline gelmiştir (McKercher vd. 2002:6). Kültürel turizm türleri içinde otantiklik arayışının merkezde olduğu turizm çeşidi *miras turizmi* olarak adlandırılmaktadır (Chhabra vd. 2003) ve en genel hâliyle "sosyo-kültürel değerlerin turistik çekicilik olarak sunulduğu" turizm çeşidi olarak tanımlanmakta (Fyall vd. 1998: 213) ve SOKÜM unsurlarının turizm sektöründeki arz ve talebini ifade etmektedir. Miras turizmi büyük bir turistik talebi de harekete geçirmiş ve otantiklik kavramını 21. yüzyılda pazarlama disiplininin *moda sözcüklerinden* biri hâline gelmiştir (Gilmore vd. 2007).

Miras turizmi ve otantiklik ilişkisi, yukarıda açıklanan gelişmelere paralel olarak, ziyaret edilen mekânın otantikliği açısından değil, turistlerin o mekânın otantikliği ile ilgili motivasyon ve algıları açısından ele alınmaktadır (Poria vd. 2001, Chhabra vd.

2003). Bu noktada, turistlerin algı ve beklentilerinin nasıl şekillendiği sorusu önem kazanmaktadır. Turistlerin bir destinasyona gitme kararı vermelerinde, o yer hakkında sahip oldukları bilgi ve algı önemli yer tutmaktadır. Turistlerin algısını belirleyen ve turistik destinasyonların imajının oluşmasına katkıda bulunan en büyük etmen ise sözlü, yazılı ve görsel olmak üzere üç ana formdaki medya iletişimidir (Butler 1990a, Alvarez vd. 2011). Bahsi geçen kanallardan ulaşan bilginin ne şekilde yorumlanacağı ise turistlerin kültürel geçmişlerine bağlıdır (MacKay vd. 2000).

Turistlerin aradığı deneyimler, sadece güneşli bir havada sahilde uzanmaktan, yöresel insanların yaşam tarzlarını gözlemek ve onlar gibi davranmaya kadar geniş bir yelpazeye yayılabilir. Böylece, Uzak Doğu'da fil resmi çizebilen ya da iki arka ayağı üstünde yürüyebilen filler, hayvan hakları savunucuları tarafından şiddetle eleştirilse de, *fil turizmi* kapsamında turistler tarafından otantik olarak algılanabilmektedir. Benzer şekilde, Sema gösterilerinin Mevleviler için taşıdığı anlamı bilmeyen turistler de, Kapadokya'da Türk Gecesi adı altında düzenlenen eğlenceler sırasında Sema gösterisi izlemeyi son derece otantik bir deneyim olarak görebilirler. İstenildiği kadar çoğaltılabilecek örneklerin bizi götürmesi gereken sonuç, farklı kültürel geçmişlere sahip turistlerin neleri otantik bulacağını belirlemeye imkân olmadığıdır.

Turizm alan-yazınının bu sorun için önerdiği çözüm, miras turizminin hedef kitlesi olarak, karakteristik özellikleri "iyi eğitilmiş, orta yaş ve üzeri, zengin ve olasılıkla beyaz ırka mensup" (Butler 1990b) ve *eğitilmiş tu-*

ristler olarak adlandırılan turist segmentinin seçilmesidir (Prentice 1993, Alvarez vd. 2011'den). Bu segmentin toplam turist grubu içindeki oranını net olarak tespit edebilmeye imkân olmamakla birlikte, kitle turizmini tercih edenlere kıyasla çok daha az olduğu bilinmektedir. İdeal olarak görülen bu turist grubunu hedefleme amacı başarıya ulaşırsa dahi, turist-yerel halk karşılaşmasından kaynaklanan etkiler hissedilmeye devam edilecektir.

Yerel Halk Açısından Otantiklik

Buraya kadar açıklanan kısım otantiklik arayışına turistlerin bakış açısını özetlemektedir. Yerel halkın bakış açısına göre otantiklik konusu, iki şekilde ele alınabilir. İlk olarak, her topluluk, sahip olduğu kültürel değerleri turizme açmak konusunda hevesli olmayabilir. Antropolog Shackel'in (2011) Grönland'da yaşayan Eskimo toplumuna ait Kulusuk Köyü sakinlerinin turizm hareketleri karşısındaki tutumunu gözlediği araştırması bu açıdan uygun bir örnektir. Shackel'e göre turist kafilesi köye gelmez yerel halkın gündelik işlerini bırakarak evlerine çekilmesi ve geleneksel kıyafetli bir şaman davulcusunun turistler için kendi dilinde söylediği şarkılara turistlerle dalga geçen sözler eklemesi, yerel halkın turizme konu olmaktan duydukları memnuniyetsizliği gösterebilmesinin tek yoludur. Eskimo toplumu gönüllü olmasa da, bu hareketlilikten kazanç sağlamaktadır ve sağladıkları bu kazanç onları oyunu kuralına göre oynamaya itmektedir. Bu nedenle, gelen turistlerinkinden çok da farklı olmayan kıyafetlerini göstermemek için kendile-

rini saklayarak bir yandan, turistlerin daha *otantik* bir deneyim yaşamalarına yardımcı olmakta, diğer yandan şaman davulcusunun şarkılarında geçen alaycı sözler sayesinde "bir tür gizli direniş" göstermektedir (Shackel 2011:87). Bu durum, Greenwood'un kültürün ticarileşmesi konusundaki şu düşüncelerini akla getirmektedir: "...bir kere başlatıldıktan sonra bu süreç geriye döndürülemez ve ondan etkilenenlerin bu süreci durdurmak için alabilecekleri önlemler zekice engellenir. [...] Böylece, endüstrileşme, şehirleşme ve enflasyon darbeleri ile sersemlemiş olan insanlar üzerinde, turizm, emsali olmayan kültürel bir değişim baskısı yaratmaktadır" (Greenwood 1977:137).

İkinci olarak, otantiklik kriterine kimin karar vereceği net değildir. Su'nun (2018) Çin'in Lijiang bölgesinde turistik eşya olarak ürettiği çömlekleri, yerel otoriteler tarafından geleneksel olmadığı için eleştirilen bir çömlek ustasının kızgınlığını anlattığı örnek bu gruba girmektedir. Su'nun aktardıklarına göre, çömlek ustası, bu işi küçük yaşta öğrendiğini, bilgi ve becerisinin geleneksel olduğunu, hayatta kalmak için ürünlerini satmak zorunda olduğunu, ancak turistlerin geleneksel formlara ilgi duymadığını, bu nedenle de SOKÜM uzmanlarının eleştirilerine katılmadığını ifade etmektedir. Bu nedenle öznel otantiklik, ortaya çıkan yeni ihtiyaç ve koşullar karşısında SOKÜM unsurlarının taşıdığı değerlerin geleceğe aktarılabilmesini sağlayan uygulayıcılarının bu yeteneğe sahip olup olmadıklarını ifade etmektedir. Su'ya göre, geleneğin taşıyıcısı konumundaki çömlek ustası yeni

formlar üretmekle, SOKÜM unsurunun geleneksel icrasına dayalı eski değerlere; tatmin, memnuniyet, beceri ve kazanç gibi *içsel*; tanınırlık ve aile yadigârını canlı tutmak gibi *dışsal* yeni değerler katmaktadır (2018).

Çinli ustanın yaşadığı değişim baskısı tüm dünyada hissedilmektedir. Bu baskının Kapadokya’da yaşayan yerel halk üzerinde neden olduğu değişim Özünel (2012) tarafından şu şekilde dile getirilmiştir: “Kapadokya bölgesindeki turistik eşya satışlarının görüntüsü içler acısıdır. Kovboy şapkası takmış köylü teyzeler, el örgüsü şallarını satmaya çalışırken kendi kültürel bağamlarından kopuk görünmektedirler. Başında kovboy şapkası, ağzında yarım yamalak İngilizce davet sözcükleri ile kaldırım kenarlarında turisti kendine çekmeye çalışmaları kültürel bir erozyonu işaret etmektedir.” Görüldüğü üzere tüm ev sahibi topluluklar için geçerli olan değişim baskısı Kapadokyalı teyze için de geçerlidir.

Türkiye’nin en bilinen destinasyonlarından olan Kapadokya’ya organize turlarla gelen turistler, şehir merkezlerinden özellikle uzak tutulmakta, seyahat acentelerinin belirlediği yerlerde öğle yemeklerini yemekte ve yine onların belirlediği mağazalardan alışveriş yapmaktadır. Bu durumda Kapadokya’da yaşayan ve bu hareketlilikten kazanç elde etmek isteyen halkın tek yapabileceği, doğal sit alanı olduğu için koruma altında bulunan bu nedenle de inşaaata izin verilmeyen, turistlerin fotoğraf molasına denk gelen yerlerde kurdukları derme çatma tezgâhlarda satış yapmaya çalışmaktır. Turizm sektöründeki acımasız re-

kabeti tüm satıcılar hissetmektedir, kazanılacak para gün içinde gösterilecek bireysel satış performansına bağlıdır. Bir süre sonra turistlerin tezgâhta satılanlarla değil, arkasındaki kişi ile daha çok ilgilendiği fark edilir. Satıcı ne kadar ilginç görünümlü -dolayısıyla *otantik*- olursa, o kadar çok kişi onun tezgâhını tercih etmekte, gelenler önce fotoğrafını çekmekte, çoğu zaman onun ısrarcı taleplerini kırmamak için de alışveriş yapmaktadır. Ne satıldığı çok önemli değildir, Çin malı olup olmamasıyla ilgilenmeksizin toptancının getirdiği, hem pahada hem de yükte hafif ne varsa tezgâhlara konur. Kapadokyalı teyze, toptancının getirdiği ucuz ve rağbet gören şapkalardan birini güneşten korunmak için başına takar. Yeni deneyimler arayışında olan turistler, Kapadokya gibi bir coğrafyada kovboy şapkalı ve komik bir şekilde İngilizce konuşmaya çalışan, yaşam mücadelesi verdiği anlaşılan *otantik bir yerlinin* fotoğrafını çeker ve karşılığında satın aldıkları ucuz Çin malı ürünlerle kısmen de olsa ona ve ailesine maddi destekte bulunurlar. Böylece dünyanın başka hiçbir yerinde yaşayamayacakları, bu nedenle de tanım icabı otantik bir deneyim sahibi olmuşlardır. İki taraf da otantiklik arayışında üzerlerine düşen görevi yerine getirmiştir.

Dramatize edilen bu örnekle anlatılmak istenen, yerli halkın satış yaparken yaşadığı zorlu koşulları haklı çıkarmak değildir. Kapadokyalı teyze, küreselleşmenin dünya genelinde neden olduğu ve tüm sektörlerde kendini hissettiren aşırı rekabet ve düşük karlılık gibi sıradan sorunları örneklemektedir. Ayvacık ilçesinin Yörük

köylerinden Assos Antik Kentine yöresel kıyafetleri içinde gelen yaşlı teyzeler el emekleri olan otantik ürünler satmaya çalışmalarına ve başlarına kovboy şapkası takmamalarına rağmen, benzer sıkıntılar yaşamaktadır.

Bu tartışmalar ışığında, eğer Çinli çömlek ustası sahip olduğu mirası turizme istediği şekilde konu edebiliyor ve bu sayede tatmin hissi yaşıyorsa, Kapadokyalı teyzenin de yaşadığı yerin Dünya Miras Listesi'ne kaydolmuş olmasının getirdiği hareketlilik sayesinde kendi otantikliğini, kültürel altyapısına uygun şekilde beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamak için kullanmaktan ve bu yaşta aile ekonomisine katkı verebilmekten aldığı tatmin hissi aynıdır.

Kapadokyalı teyze için, turiste cazip gelen otantikliğini turizme açmak, katlanılması zor ve elinde olsa değiştirmek isteyeceği bir yaşam mücadelesi olabilir. Ancak, her şey gibi kültürün de alınıp satılabildiği bir düzen içinde o da, oyunu serbest piyasa ekonomisinin kurallarına göre oynamak ve hayatta kalmak zorundadır. Turistler ise, kendileri için sahnelenen otantiklikten bir anlığına da olsa kurtulabilmiş ve gerçek bir yerli ile kısa da olsa iletişimde bulunabilmişlerdir, iki taraf da ihtiyaç ve beklentilerini karşılamışlardır.

Yerel halkın kendi otantikliğini turizme açması öznel otantiklik dışında, *stratejik kullanım* kavramı ile de savunulabilir. Bendix'e göre; gelenek ve folklor, onu icat edenler ve uygulayanlar açısından her devirde *stratejik kullanıma* açık olmuştur ve bu kullanımlar arasında maddi kazanç elde etme amacı da bulunabilir. Bu neden-

le, para alışverişi nedeniyle kültürel etkinliklerin anlamlarını yitirdiği düşüncesi abartılıdır, kültürleri turizmin suiistimalinden korumaya çalışmak ise "asil ama gerçekçi olmayan bir girişim"dir (1988:132).

Bu tartışmalar ışığında, 2003 Sözleşmesi'nin hedefleri otantiklik kavramı açısından değerlendirildiğinde, turizm ve SOKÜM'ün korunması arasında paradoksal bir ilişki görülmektedir. Bir taraftan SOKÜM unsurlarının yaşatılarak korunması için *sürdürülebilir* bir turizm türü olarak görülen miras turizmi önerilmekte, diğer taraftan, bu turizm türünde kimin neyi otantik bulacağını belirlemeye imkân olmadığı anlaşılmaktadır. Uygulamada zaten var olan bu paradoks, *stratejik kullanım* ve henüz yeterince tartışılmamış olmasına rağmen öznel otantiklik kavramı ile teorik olarak da açıklanmaya başlanmıştır. "[E]konominin kültüre, kültürün de geçici ve atılabilir mallar dünyasına dönüştürüldüğü" bir sistemde (Illouz 1997:3, Ritzer 2000:100'den), hem turistlerin hem de yerel halkın beklenti, ihtiyaç ve öncelikleri farklılaşmıştır. Bu nedenle bahsedilen paradoksun cevabı, *turistifikasyon* teriminin ima ettiği şekliyle SOKÜM ve turizm ilişkisinde değil, küreselleşme ve kültürel değerlerin zamana bağlı kaçınılmaz değişimi ilişkisinde aranmalıdır.

Sonuç

Bu araştırma, 1972 ve 2003 Sözleşmelerinde belirlenen hedeflere ulaşılmada kilit bir rol verilen otantiklik kavramının gelişimini ve turizmle olan ilişkisinin alan-yazınına yansımaları ele almıştır. Kültürel mirası koruma çabalarının bir sonucu

olarak ortaya çıkan kavramı tanımlama sorunları, SOKÜM unsurlarını kapsamaya geldiğinde daha iyi fark edilmiş ve kavramın tanımında köklü bir değişime gidilmiştir. Bu değişimle birlikte otantikliğin nesnelere ait özelliklerinden kaynaklanmadığı, ona atfedilen öneme göre algılandığı anlaşılmıştır. Otantiklik kavramının esnek ve öznel yapısı turizm hareketleri bağlamında değerlendirildiğinde, otantiklik, hem onu arayan turistlerin, hem de ona sahip olanların zihinlerinde farklı boyutlarda şekillenmekte, bireysel beklenti ve ihtiyaçların karşılanmasında stratejik bir araç işlevi görmektedir. Ne turistler ne de SOKÜM taşıyıcıları açısından bu stratejik işlevler arasında, 2003 Sözleşmesi'nin ortaya koyduğu gibi bir koruma amacı görünmemektedir.

2003 Sözleşmesinin SOKÜM unsurlarına dayalı sürdürülebilir turizm hedefi bu açıdan değerlendirildiğinde, bireylerin algı ve beklentileri gelecekte de farklı olmaya devam edecektir. Bu farklılık ise turizmin serbest piyasa kurallarına dayalı doğası gereği, her türlü SOKÜM unsurunun akla gelebilecek her türlü yolla ve ona az ya da çok sahip her insan tarafından turizm sektörüne sunulabilmesi ve talep görebilmesi gerçeğini değiştirmeyecektir. Bu açıdan bakıldığında 2003 Sözleşmesi'nin kültürel mirası turizmin olumsuz etkilerinden koruma çabasının insan doğasına aykırı olduğu ve bu nedenle gerçekçi olmadığı söylenebilir.

KAYNAKLAR

Alvarez, Maria D. ve Meral Korzay. "Turkey as a Heritage Tourism Destination: The Role of

- Knowledge". *Journal of Hospitality Marketing & Management* 20.3-4 (2011): 425-440.
- Ashworth, Gregory J. ve John E. Tunbridge. *The Tourist-Historic City*. London: Belhaven 1990.
- Bandarin, Francesco. "Foreward". *The Politics of World Heritage: Negotiating Tourism and Conservation* (Editörler Harrison, David ve Michael Hitchcock) Clavendon: Channel View Publications 2005: v-vi.
- Bendix, Regina. "Tourism and cultural displays: Inventing traditions for whom?." *Journal of American Folklore* (1989): 131-146.
- Boorstin, Daniel. "From Traveler to Tourist: The Lost Art of Travel". *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America* (Editör D. Boorstin) New York: Atheneum, 1961: 77-117.
- Butler, Richard W. "Alternative Tourism: Pious Hope or Trojan Horse?". *Journal of Travel Research* 28.3 (1990b): 40-45.
- . "The Influence of the Media in Shaping International Tourist Patterns". *Tourism Recreation Research* 15.2 (1990a): 46-53.
- Cameron, Christina. "From Warsaw to Mostar: the World Heritage Committee and Authenticity", *APT Bulletin* 39.2/3 (2008): 19-24.
- Chhabra, Deepak, Robert Healy ve Erin Sills. "Staged Authenticity and Heritage Tourism". *Annals of Tourism Research* 30.3 (2003): 702-719.
- Cohen, Eric. "A Phenomenology of Tourist Experiences". *Sociology* 13.2 (1979): 179-201.
- . "Authenticity and Commoditization in Tourism". *Annals of Tourism Research* 15.3 (1988): 371-386.
- . "Toward a Sociology of International Tourism". *Social Research* 39.1 (1972): 164-182.
- Cornet, Joseph. "African Art and Authenticity". *African Arts* 9.1 (1975): 52-55.
- Fyall, Alan ve Brian Garrod. "Heritage Tourism: at What Price?". *Managing Leisure* 3.4 (1998): 213-228.
- Gilmore, James H. ve B. Joseph Pine. *Authenticity: What Consumers Really Want*. Harvard Business Press 2007.
- Greenwood, Davydd J. "Culture by the Pound: Anthropological Perspective on Tourism as Culture Commoditization". *Hosts and Guests* (Editör V.L. Smith), Philadelphia: University of Pennsylvania Press 1977: 129-138.
- Gülüm, Erol. "Yaratıcı Turizm-Halk Kültürü İlişkisi ve Yerelin Popülerleşmesi". *Milli Folklor* 27.105 (2015): 87-98.
- Heitmann, Sine. "Authenticity in Tourism". *Research Themes for Tourism* (Editörler P.Robinson, S. Heitmann ve P. Diege) Ox-

- fordshire: Cabi International, 2011: 45-58.
- Hobsbawm, Eric J. ve Terence O. Ranger. *The Invention of Tradition*. New York: Cambridge University 1983.
- ICOMOS. *The Nara Document on Authenticity*. (1994) 17 Ekim 2018 <<https://whc.unesco.org/document/116018>>
- Kulevičius, Salvijus. "In Search for Cultural Heritage Authenticity Definition: History and Current Issues", *Historical and Cultural Studies* 1.1(2014): 1-6.
- Labadi, Sophia. "Representations of the Nation and Cultural Diversity in Discourses on World Heritage", *Journal of Social Archaeology* 7.2 (2007): 147-170.
- Lawless, Julie Williams ve Kapila D. Silva. "Towards an Integrative Understanding of 'Authenticity' of Cultural Heritage: An analysis of World Heritage Site Designations in the Asian Context", *Journal of Heritage Management* 1.2 (2016): 148-159.
- MacCannell, Dean. "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings". *American Journal of Sociology* 79.3 (1973): 589-603.
- MacKay, Kelly J. ve Daniel R. Fesenmaier. "An Exploration of Cross-Cultural Destination Image Assessment". *Journal of Travel Research* 38.4 (2000): 417-423.
- McKercher, Bob, Robert McKercher ve Hilary Du Cros. *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: Routledge 2002.
- NWTO. *Tourism Highlights*. (2018) 20 Ekim 2018. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>
- Özünel, E. Ölçer. "«İnsanlar, Gezegen Ve Refah İçin Bir Eylem Planı»: Somut Olmayan Kültürel Miras Ve 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine Eleştirel Yaklaşım". *Millî Folklor* 116 (2017b): 18-32.
- . "Kültür Turizminde "Yöresel" Ve "Otantik" Olanı Sorgulamak Ve Tüketilmiş Mekânları Yeniden Üretmek Üzerine". *Turkish Studies-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* 6.4 (2011): 255-262.
- . "Peri Bacalarına Sihirli Değnek: Nevşehir Turizminin Kültürel Animasyon ve Uygulamalı Halkbilimi Bağlamında Değerlendirilmesi". *I. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildirileri* (2012): 93-102.
- . "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Karanlık Yüzleri: Turistifikasyon, Bağlamdan Koparma, Millileştirme, Müzeifikasyon, Otantifikasyon Ve Aşırı Ticarileşme", *Kültürel Mirasın Korunması Uluslararası Bursa Sempozyumu*, 19-20 Ekim 2017, Bursa, (2017a): 349-366.
- Poria, Yaniv, Richard Butler ve David Airey. *Clarifying Heritage Tourism*. Pergamon-Elsevier 2001.
- Reisinger, Yvette ve Carol J. Steiner. "Reconceptualizing Object Authenticity", *Annals of Tourism Research* 33.1 (2006): 65-86.
- Ritzer, George. *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, (çev. Şen Süer Kaya), İstanbul: Ayrintı Yayınları, 2000.
- Shackel, Paul A. "A Snapshot of Tourism in Greenland". *International Journal of Heritage Studies* 17.1 (2011): 81-88.
- Stovel, Herb. "Origins and Influence of the Nara Document on Authenticity", *APT Bulletin* 39.2/3 (2008): 9-17.
- Su, Junjie. "Conceptualising the Subjective Authenticity of Intangible Cultural Heritage". *International Journal of Heritage Studies* 4.9 (2018): 919-937.
- UNESCO. *Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması Sözleşmesi*. (16 Kasım 1972) 21 Ekim 2018 <<http://www.unesco.org.tr/Pages/161/177>>
- . *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. (1977) 16 Ekim 2018 <<http://whc.unesco.org/archive/out/opgu77.htm>>
- . *Kültürel Çeşitlilik Evrensel Bildirgesi*. (2001) 17 Ekim 2018 <<http://www.unesco.org.tr/pages/180/17>>
- . *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. (8 Temmuz 2015) 17 Ekim 2018 <<http://whc.unesco.org/en/guidelines>>
- . *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi*. (17 Ekim 2003) 18 Ekim 2018 <<https://ich.unesco.org/doc/src/00009-TR-PDF.pdf>>
- Wang, Ning. "Rethinking Authenticity in Tourism Experience". *Annals of Tourism Research* 26.2 (1999): 349-370.
- Yang, Chih-Hai, Hui-Lin Lin ve Chia-Chun Han. "Analysis of International Tourist Arrivals in China: The Role of World Heritage Sites". *Tourism Management* 31.6 (2010): 827-837.