



**UNESCO'NUN KAMU DİPLOMASİSİNDE BİR  
ARAÇ OLARAK KULLANILMASI: TÜRKİYE  
ÖRNEĞİ**

**2023  
YÜKSEK LİSANS TEZİ  
ULUSLARARASI POLİTİK EKONOMİ**

**Ahmet TOPBAŞ**

**Tez Danışmanı  
Doç. Dr. Latif PINAR**

**UNESCO'NUN KAMU DİPLOMASİSİNDE BİR ARAÇ OLARAK  
KULLANILMASI: TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

**Ahmet TOPBAŞ**

**Tez Danışmanı  
Doç. Dr. Latif PINAR**

**T.C.  
Karabük Üniversitesi  
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü  
Uluslararası Politik Ekonomi Anabilim Dalında  
Yüksek Lisans Tezi  
Olarak Hazırlanmıştır**

**KARABÜK  
Haziran 2023**

## İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	1
DOĞRULUK BEYANI .....	4
ÖNSÖZ .....	5
ÖZ.....	6
ABSTRACT.....	7
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	8
ARCHIVE RECORD INFORMATION .....	9
KISALTMALAR .....	10
ARAŞTIRMANIN KONUSU .....	11
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	11
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	11
ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM .....	12
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER.....	12
1. KAMU DİPLOMASİSİ.....	14
1.1. Kamu Diplomasisi Kavramı .....	14
1.2. Tarihsel Süreçte Kamu Diplomasisi .....	23
1.3. Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç İlişkisi.....	25
1.4. Kamu Diplomasisi Uygulamaları ve Araçları.....	27
1.4.1. Kültür.....	28
1.4.2. Medya.....	31
1.4.3. Eğitim .....	33
1.4.4. Spor .....	35
1.4.5. Turizm.....	38
1.4.6. Yurttaş Diplomasisi .....	40

<b>2. UNESCO ve KAMU DİPLOMASİSİ .....</b>	<b>42</b>
<b>2.1. UNESCO'nun Tarihi.....</b>	<b>44</b>
<b>2.2. Miras Kavramı.....</b>	<b>52</b>
<b>2.2.1. Kültürel ve Doğal Miras.....</b>	<b>53</b>
<b>2.2.2. Somut Olmayan Kültürel Miras.....</b>	<b>59</b>
<b>2.3. Miras ve Kültür Turizmi .....</b>	<b>61</b>
<b>2.4. Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Miras .....</b>	<b>63</b>
<b>3. UNESCO VE KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA TÜRKİYE.....</b>	<b>73</b>
<b>3.1. Türkiye-UNESCO İlişkileri.....</b>	<b>73</b>
<b>3.2. Türkiye'nin Miras Listeleri .....</b>	<b>78</b>
<b>3.3. Türkiye'nin Kamu Diplomasisi ve UNESCO .....</b>	<b>83</b>
<b>3.3.1. UNESCO ve Kültür ve Turizm Bakanlığı.....</b>	<b>84</b>
<b>3.3.1.1. Turizm Planlarında UNESCO .....</b>	<b>85</b>
<b>3.3.1.2. Faaliyet Raporlarında UNESCO .....</b>	<b>87</b>
<b>3.3.1.3. Turist Rehberleri Eğitiminde UNESCO .....</b>	<b>96</b>
<b>3.3.2. UNESCO ve Kalkınma Ajansları.....</b>	<b>97</b>
<b>3.3.3. UNESCO ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı.....</b>	<b>99</b>
<b>3.3.4. UNESCO ve Dışişleri Bakanlığı.....</b>	<b>102</b>
<b>SONUÇ .....</b>	<b>104</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>109</b>
<b>TABLolar LİSTESİ .....</b>	<b>121</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ .....</b>	<b>122</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>123</b>

## TEZ ONAY SAYFASI

Ahmet Topbaş tarafından hazırlanan “UNESCO’NUN KAMU DİPLOMASİSİNDE BİR ARAÇ OLARAK KULLANILMASI: TÜRKİYE ÖRNEĞİ ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylım.

Doç. Dr. Latif PINAR .....

Tez Danışmanı, Uluslararası Politik Ekonomi

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliğı ile Uluslararası Politik Ekonomi Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 20/06/2023

**Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)**

**İmzası**

Başkan : Prof. Dr. Ali ASKER (KBÜ)

.....

Üye : Doç. Dr. Latif PINAR (KBÜ)

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Emre KALAY (TÜ)

.....

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile Yüksek Lisans Tezi derecesini onamıştır.

Prof. Dr. Müslüm KUZU .....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

## **DOĞRULUK BEYANI**

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden olduğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

**Adı Soyadı:** Ahmet TOPBAŞ

**İmza** :

## ÖNSÖZ

Bu tezin hazırlanması, araştırmanın konusunun belirlenmesi, çalışmanın yönlendirilmesi ve tezin kalitesinin artırılması aşamalarında, desteklerini esirgemeyen, tezin oluşumunda kilit noktaları belirleyen ve her zaman düşüncelerini paylaşan değerli hocam Doç. Dr. Latif PINAR'a sonsuz teşekkürlerimi sunmak isterim.

Her daim, engin tecrübeleri ile bana yol gösterip desteğini esirgemeyen, göstermiş olduğu sabır ve inançtan dolayı değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Sanem YAMAK'a sonsuz teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca tez çalışmamın başarısı için desteklerini esirgemeyip her zaman yanımda olan; sabrı, anlayışı ve moral desteği sayesinde, bu zorlu süreçte motive kalmamı sağlayan eşim Selma PARLAKAY TOPBAŞ ve kızım Mina'ya teşekkür ederim.

## ÖZ

Kamu diplomasisi, toplulukların ya da bireylerin de kendi kamuoylarını etkileme potansiyeli olduğu düşüncesi temel alınarak hedef kamuoylarına yönelik çeşitli iletişim yöntemlerinin kullanıldığı imaj faaliyetleri ile medyayı etkilemek, gelir elde etmek, yabancı yatırımcı çekmek, sivil toplum örgütlerini yönetmek, askeri güç elde etmek veya ittifaklara dahil olmak gibi çeşitli politik sonuçlar hedeflemektedir. Bu sonuçlar için devletin kültürel ve siyasi değerleri cazibe aracı olarak kullanılıp hedef toplumu etkilemek amaçlanmaktadır.

UNESCO'nun kültürel değerleri koruyan listelerine, kültürel alanların ve değerlerin oluşturduğu mirasın kaydedilmesinin getirdiği faydaların bir etiket olarak kullanılması, devletlerin uluslararası toplumlar nezdinde olumlu bir imaj oluşturmaya katkıda bulunmaktadır. Bu miras nitelikleri, ülkenin kültürel değerlerini uluslararası alanda tanıtarak kültürel çeşitlilik ve mirasın korunması konusunda kamu diplomasiye aracılık etmektedir. Diğer kamu diplomasisi araçlarının yanı sıra, sahip olduğu tarihi, doğal, kültürel değerlerin ülkenin algısına katkı sağlaması amacıyla, Türkiye hedef devletlerde kamu diplomasisi faaliyetleri gerçekleştirmektedir.

Bu çalışma ile kamu diplomasisi kavramının tarihsel süreçte nasıl ortaya çıktığı, kimler tarafından ve nasıl uygulandığı, hangi sonuçları elde etmek için kullanılabileceği ve geleneksel diplomasiden nasıl farklı olduğu konuları araştırılmıştır. Ayrıca UNESCO'nun kuruluş süreci, amaçları, kültürel miras kavramı ve kültürel mirasın korunmasına yönelik çabaları ve bu kapsamdaki sözleşmeler araştırılmıştır. Kültürel mirasın, kültür ve miras turizmi kapsamında kullanılmasının ülke imajına katkıları ve ortaya çıkabilecek olumsuzluklara da tez kapsamında değinilmiştir. Türkiye'nin UNESCO bünyesinde taraf olduğu kültürel koruma ile ilgili sözleşmeler incelenerek miras listelerindeki eserleri listelenmiş ve yeni başvuru dosyaları hakkında bilgi verilmiştir. Son olarak Türkiye'nin kamu diplomasisi araçları kısaca özetlenerek turizmin ve UNESCO miras eserlerinin kamu diplomasisi aracı olarak kullanılıp kullanılmadığı sorusuna cevap verilmeye çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kamu Diplomasisi; UNESCO; Kültürel Miras



## ABSTRACT

Public diplomacy stems from the notion that communities or individuals have the potential to influence their own public opinion, and it aims to target specific audiences through various communication methods so as to obtain numerous political outcomes such as influencing the media, generating income, attracting foreign investors, managing civil society organizations, gaining military power, or joining alliances. For these results, the cultural and political values of the state are used as a means of attraction to influence the target society.

The benefits derived as a label which is gained by inscribing cultural areas and values on UNESCO's lists that protect cultural heritage, contribute to the creation of a positive image of states in the international community. These heritage qualities facilitate public diplomacy promoting a country's cultural values internationally and serving as a means to preserve cultural diversity and heritage. In addition to other tools of public diplomacy, Türkiye carries out public diplomacy activities in target states with the aim of contributing to the perception of the country through its historical, natural, and cultural assets.

This study explores the historical process, actors, and methods of public diplomacy, as well as the various political outcomes it aims to achieve and how it differs from traditional diplomacy. Additionally, the establishment process and objectives of UNESCO, the concept of cultural heritage, and efforts to preserve cultural heritage and related conventions are investigated. The contribution of cultural heritage to a country's image and the potential challenges that may arise within the scope of culture and heritage tourism are also discussed. Having examined the cultural protection conventions in which Türkiye is a party under UNESCO and inscriptions on the heritage lists, information about new application files is provided. Finally, the tools of public diplomacy in Türkiye are briefly summarized, and an attempt is made to answer whether tourism and UNESCO heritage sites are used as tools of public diplomacy.

**Keywords:** Public Diplomacy; UNESCO; Cultural Heritage

## ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

<b>Tezin Adı</b>	UNESCO'nun Kamu Diplomasisinde Bir Araç Olarak Kullanılması: Türkiye Örneği
<b>Tezin Yazarı</b>	Ahmet TOPBAŞ
<b>Tezin Danışmanı</b>	Doç. Dr. Latif PINAR
<b>Tezin Derecesi</b>	Yüksek Lisans
<b>Tezin Tarihi</b>	20/06/2023
<b>Tezin Alanı</b>	Uluslararası Politik Ekonomi Anabilim Dalı
<b>Tezin Yeri</b>	KBÜ/LEE
<b>Tezin Sayfa Sayısı</b>	123
<b>Anahtar Kelimeler</b>	Kamu Diplomasisi; UNESCO; Kültürel Miras

## ARCHIVE RECORD INFORMATION

<b>Name of the Thesis</b>	UNESCO As a Soft Power Tool: The Case of Türkiye
<b>Author of the Thesis</b>	Ahmet TOPBAŞ
<b>Advisor of the Thesis</b>	Assoc. Prof. Dr. Latif PINAR
<b>Status of the Thesis</b>	Master's Degree
<b>Date of the Thesis</b>	20/06/2023
<b>Field of the Thesis</b>	International Political Economy
<b>Place of the Thesis</b>	UNIKA/IGP
<b>Total Page Number</b>	123
<b>Keywords</b>	Public Diplomacy; UNESCO; Cultural Heritage

## KISALTMALAR

- ABD** : Amerika Birleşik Devletleri
- ICCROM** : Kültürel Varlıkların Korunması ve Onarımı Araştırma Merkezi / The International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property
- ICOM** : Uluslararası Müzeler Konseyi / International Council of Museums
- ICOMOS** : Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi / International Council on Monuments and Sites
- INTERPOL** : Uluslararası Kriminal Polis Teşkilatı / International Criminal Police Organization
- IUCN** : Uluslararası Doğa ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği / The International Union for Conservation of Nature
- NBA** : Ulusal Basketbol Birliği / National Basketball Association
- STK** : Sivil Toplum Kuruluşu
- TGA** : Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı
- TİKA** : Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı
- TRT** : Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
- UNESCO** : Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü / United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

## **ARAŞTIRMANIN KONUSU**

Araştırmada, kamu diplomasisi kavramı açıklanarak geleneksel diplomasi güç çeşitleri ve yumuşak güç arasında bağlantı kurulmuştur. Ayrıca kamu diplomasisi uygulamaları incelenmiştir. Daha sonra Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü / United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) kuruluşu ve amaçları açıklanarak kültürel ve doğal miras alanları ile somut olmayan kültürel miras açıklanmıştır. Ayrıca kültürel miras alanlarının kamu diplomasisi aracı olarak nasıl kullanılabileceği araştırılmıştır. Son olarak, Türkiye'nin UNESCO ile olan ilişkileri araştırılarak Türkiye'nin UNESCO miras listelerindeki eserleri incelenmiştir. Ayrıca Türkiye'nin kamu diplomasisi araçları açıklanarak UNESCO miras değerlerinin kamu diplomasisinde kullanılıp kullanılmadığı araştırılmıştır.

## **ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

Bu araştırmada, kamu diplomasisi kavramı ve Türkiye'nin UNESCO miras listelerindeki eserleri kamu diplomasisi aracı olarak kullanılıp kullanılmadığı açıklanmaya çalışılmıştır. 3 kıtanın kesişim noktasında, binlerce yıldır çok farklı medeniyetlere ev sahipliği yapan Türkiye'nin UNESCO koruma listelerine alınan çok fazla somut ve somut olmayan kültürel değeri bulunmaktadır. UNESCO etiketine sahip olan kültürel değerlerin ülkenin imajına olumlu yönde katkıda bulunacağı ve benzer alanlarla karşılaştırıldığında rekabet avantajı kazandıracığı düşünülmektedir. Kültürel ve tarihi değerlerin kamu diplomasisi bağlamında turizm ve kültürel diplomasisi aracı olarak ne ölçüde ve nasıl kullanıldığının tespiti bu çalışmayı önemli kılmaktadır.

## **ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Bu tez çalışmasında, kamu diplomasiyi, güç kavramlarını, UNESCO'yu ve Türkiye'nin kamu diplomasisi enstrümanlarını incelemek için literatür taraması yapılarak nitel bir çalışma yapılmıştır. Bu alanda yazılan kitaplar, dergiler, makaleler, internet kaynakları, haberler, raporlar incelenmiştir. Kamu diplomasisi aracı olarak UNESCO kültürel mirasının nasıl kullanıldığını tespit etmek için Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, Dışişleri Bakanlığı'nın ve bazı ajansların tanıtım faaliyetleri ile stratejik planları incelenerek tespitler yapılmıştır.

## **ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM**

Bu çalışmada, Türkiye'nin kamu diplomasisi gücünü hangi araçlarla güçlendirdiği ve bu konuda UNESCO miras alanlarının kullanılıp kullanılmadığı sorusu cevaplanmaya çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda, Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri aracılığıyla çeşitli sonuçlar elde etmek için UNESCO miras alanlarını aktif bir şekilde kullandığı görülmüştür.

## **KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER**

Kamu diplomasisi konusu oldukça geniş bir kavramdır ve birçok farklı boyutu vardır. Bu alt konular arasında ülkeler arasındaki diplomatik ilişkiler, uluslararası ticaret, kültürel etkileşimler, eğitim ve akademik değişim programları gibi konular yer alabilmektedir. Uluslararası bir örgüt olan UNESCO'nun da çok farklı konularda çalışmalarda bulunmasından dolayı, tez konusunu kısıtlamak ve sadece kültürel ve doğal miras ile somut olmayan mirasın kamu diplomasisi aracı olarak kullanılması hususu incelenmiştir.

Kamu diplomasisi uygulayan çok farklı aktörler arasında yer alan kamu örgütleri, sivil toplum kuruluşları ve özel sektörün faaliyetlerine tek tek bakmak tez konusu kapsamında karşılaşılan zorluklardan birisiydi. UNESCO, devletlerle olan ilişkisinde hem diplomatik kaynaklarla ilişki kurarken hem de çok farklı kurum ve kuruluşlar ile sivil toplum kuruluşları ile ilişki kurmaktadır. Tez kapsamında sadece bazı kamu kurumları ile yarı özerk kurumların faaliyetleri değerlendirilmiştir.

UNESCO eğitim, bilim ve kültür gibi çok kapsamlı alanlarda çalışma yaparken, bu çalışmada sadece UNESCO'nun kültür sektörü içindeki kültürel ve doğal miras ile

somut olmayan miras değerleri incelenmiştir. Kültür sektöründe yer alan diğer programlar ve szlemeler ile Dünya Mirası Geçici Listesi tez kapsamına alınmamıştır. Ayrıca UNESCO'nun Eğitim, Doğa Bilimleri, Sosyal ve Beşer Bilimler ile Bilgi ve İletişim Sektörlerinde yer alan programlar tez kapsamında değerlendirilmemiştir. Konu kapsamında, dönem kısıtlamaları ile ilgili de sorunlar yaşanmıştır. Kamu diplomasisi kapsamında UNESCO faaliyetleri uzun bir dönemi kapsadığı için özellikle 2007 sonrası süreçteki ilişkiler incelenmiştir.

# 1. KAMU DİPLOMASİSİ

## 1.1. Kamu Diplomasisi Kavramı

Diplomasi, uluslararası ilişkileri düzenleyen antlaşmaların tamamını ya da kişilerin kendi ülkelerinin temsilcisi olarak gerçekleştirdiği görüşmelerin oluşturduğu süreç şeklinde tanımlanabilir (Türk Dil Kurumu, 2022). Bir diğer tanımda ise devletler arasındaki ilişkileri idare etmek amacıyla, uluslararası bir aktörün kullandığı savaş dışı mekanizma şeklinde tanımlanmıştır (Cull, 2009, s. 12). Murray tarafından en basit haliyle, barışın korunması veya savaştan kaçınılması olarak tanımlanmıştır (Murray, 2008, s. 23). Başka bir tanımda ise diplomasi, değişimin yönetimi olarak tanımlanmıştır. Buna göre diplomasi aracılığıyla uluslararası arenada, diplomasi kurumu farklı değişikliklere uyum sağlamaktadır. Uluslararası ilişkilerde, kısa süre öncesine kadar aktör olması bile düşünülmemeyen bir ülkenin sıradan vatandaşları bile diplomasiinin önemli bir hedefidir (Melissen, 2005, s. 24).

Diplomasi ile bağlantılı olarak kamu diplomasisi kavramı, 1965'te Tufts Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nden Edmund Gullion tarafından tanımlanmıştır. Gullion, hükümetlerin, özel toplulukların ve şahısların, diğer halkların ve hükümetlerin dış politika üzerindeki kararlarını, tutumlarını ve görüşlerini etkilemek için kullandıkları araçları kamu diplomasisi şeklinde tanımlamıştır (Gullion akt; Schindler, 2018, s. 5,6). Pamment ise kamu diplomasiini, uluslararası bir aktörün politikasının diğer ülke vatandaşlarına iletilmesi şeklinde tanımlayarak bilgi aktarımının, sivil toplum kuruluşlarını, çok uluslu şirketleri, gazetecileri ve medya kuruluşları temsilcilerini, çeşitli sektörleri, siyaset ve kültür uzmanlarını veya genel halktan kişileri hedefleyebildiğini belirtmiştir. Ayrıca kamu diplomasisinin dışişleri bakanlıkları ve sivil toplum kuruluşları gibi aktörler tarafından medyaya erişim, konferanslar ve etkinlikler, ortak girişimler ve kültür, personel veya öğrenci değişimi gibi iletişim taktikleri aracılığıyla devreye girdiğini vurgulamıştır. Tutumları, inançları, faaliyetleri ve çıkarları başka bir hükümetin bakış açısını etkileyebilecek kişi ve gruplarla ilişki kurarak, hükümetler arası ilişkileri etkilemek gibi kamu diplomasi hedefleri olabileceği vurgulanmıştır (Pamment, 2013, s. 13).



Halk diplomasisi olarak bilinen kamu diplomasisi, yabancı halkları aktif olarak sürece dahil etmeyi amaçlayan hükümet destekli bir dizi girişimi ifade eder. Kamu diplomasisi, uluslararası toplumun belirli kesimlerini bir hükümetin stratejik hedeflerini kabul etmeye veya tolere etmeye ikna etmek için yapılan herhangi bir resmi girişimi belirtir. Kamu diplomasi teknikleri arasında resmi açıklamalar, devlet kurumları tarafından yürütülen kasıtlı kamu diplomasisi operasyonları ve resmi politikayı yabancı izleyicilere olumlu bir şekilde tasvir etmek için uluslararası medyayı etkileme girişimleri yer alır (Britannica, 2022).

Gilboa'ya göre Soğuk Savaş sürecinde, nükleer silahlarla ilgili dünyanın her yerindeki insanları ikna etmek için sürdürülen ideolojik mücadele, kamu diplomasisini önemli hale getirmiştir. Nükleer silahların yok edici gücü nedeniyle, iki süper gücün ideolojik çatışmalarında kullanacakları ana araçlar, bilgi ve ikna operasyonları olmuştur. Bunun sonucunda, devletler çatışma durumlarında, uzun vadeli sonuçlara erişmek için kamu diplomasisine başvurmuştur. Kamu diplomasisi uygulayan tarafın olumlu bir imajını kabul etmeye ikna edilen halkın, o anda mevcut olan düşmanca tutum ve uygulamaları değiştirmesi için hükümetine baskı uygulayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla hem Amerika Birleşik Devletleri hem de Sovyetler Birliği, uluslararası yayın araçlarını kullanarak birbirlerinin aleyhine kullanacakları kamu desteği toplamaya çalışmışlardır (Gilboa, 2008, s. 55-59).

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve küreselleşme sonucunda, ülkeler arasındaki bilginin yayılması anlık hale gelmiştir. Bunun sonucunda kamuoyu, hükümetlerin politikalarına etki etmektedir (Tuch, 1990, s. 3-4). İletişim teknolojisindeki gelişmeler sonucunda, internet ve dünya çapındaki haber ağları, küresel sorunlarla ilgili temel bilgi kaynağı haline geldi. Uluslararası bilgi ağları sayesinde, ulusların, toplulukların, işletmelerin ve bireylerin küresel sorunlarla ilgili görüşlerini iletmelerine olanak tanımaktadır (Gilboa, 2008, s. 59). Böylece, ilişkilerini sadece geleneksel diplomasi yöntemleriyle yürütemeyeceklerini anlayan hükümetler için uluslararası arenada kamu diplomasisi önemli bir araç haline gelerek bir devletin kendi düşünce sistemini ve ideallerini, kültürünü ve hatta ulusal hedeflerini diğer devletlerin

halklarına aktarma sürecinde, kamu diplomasisine ihtiyaç duymuşlardır (Tuch, 1990, s. 3-4). Bunlara ilaveten, sivil toplum örgütleri ve benzeri aktörlerin baş göstermesi ve bütün tarafların karşılıklı bağımlılığı, küresel haber ağlarının ve medyanın, ülkelerin politikalarına destek bulmak için kullanılmasına yol açmıştır. Bunun sonucunda, birçok toplum, otokrasiden demokrasiye geçerek halkın siyasi süreçlere daha fazla katılmasına yardımcı olmuştur. Ayrıca bu değişimden dış politikanın amaçları ve araçları da etkilenmiştir. Yumuşak güç ile elde edilen uluslararası olumlu imaj ve saygınlık, daha önce ordu ve ekonomik güç ile ulaşılan toprak ve ham maddelerden daha önemli hale gelmiştir (Gilboa, 2008, s. 56-59). Diplomasiyi, sınırları tanımlanmış devlet ilişkileri olarak gören geleneksel düşünce yerine, post modern uluslararası ilişkilerin çok daha karmaşık olduğu bu ortamda, dış işleri çalışanlarının muhatapları da halk olmuştur. Tüm bu gelişmeler, halkı, hükümetlerin dış politika stratejilerinin pasif bir alıcısı olmaktansa aktif bir konuma yerleştiren yeni kamu diplomasisi kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sivil toplum ve küresel sosyal hareketler bu yeni kamu diplomasisinin merkezinde yer almıştır (Melissen, 2005, s. 5-30). Yeni kamu diplomasisi, küreselleşme ve yeni medya teknolojileri sayesinde, diplomatların geleneksel olarak sahip oldukları beğeni konumunu azaltarak dış ilişkilerde tekel olma konumunu azaltmıştır (Pamment, 2013, s. 13-14).

Kamu diplomasisiyle, imaj ve cazibe elde etmek yanında, ticareti geliştirmek, yabancı yatırım çekmek, sivil toplum kuruluşlarıyla bağlantılar oluşturmak veya ittifak yönetimi, çatışmadan kaçınmak ve askeri müdahale gibi sert güç amaçları da hedeflenebilir (Melissen, 2005, s. 14). Bunlardan başka, dış politika önceliklerini desteklemek, ekonomik kazanç sağlamak, ilişkiler kurmak, karşılıklı anlayışı güçlendirmek, sahip olunan değerleri yansıtmak, olumlu imaj oluşturmak ve krizlerle başa çıkmak da amaçlanıyor olabilir (Snow & Cull, 2020, s. 64).

Anholt'a göre bir ülkenin imaj ve itibarı diğer ülkelerle olan ilişkilerinde farklı şekillerde bilerek ya da kazara ortaya çıkar. Bunlardan ilki turizm kampanyalarının oluşturduğu imajdır. Ülkeyi turizm ya da ticaret amacıyla ziyaret eden kişilerin ilk elden anlatımları bu imaja katkıda bulunur. İkinci olarak ihraç edilen ürünler gittikleri ülkelerde, güçlü birer elçi gibi çalışabilmektedir. Özellikle, güçlü birer marka ile

desteklendiğinde, ihraç ürünleri turizm faaliyetleri kadar etkili olabilmektedir. Üçüncü olarak, yurt dışındaki insanları doğrudan etkileyen dış politika veya dünya medyasında yer alan iç politika üzerindeki hükümetin politika kararlarıdır. Bir diğer itibar kaynağı ise ülkenin gelen yatırımları kabul etmesi, yabancı yetenek ve öğrencilerin işe alınması ve yabancı işletmelerin ülkede faaliyet göstermesi ile ilgilidir. Sonraki itibar aracı, kültür ve spor aktiviteleridir. Bir spor takımının dünya turu, ünlü bir müzisyenin şarkıları, şairlerin, yazarların ve film yapımcılarının eserleri bu kaynağı destekleyebilir. İmajı katkı sağlayan son araç ise ülke halkının kendisidir. Üst düzey politikacıların, medya ve spor yıldızlarının yanı sıra, sıradan halkın yurt içinde ve dışında diğer ülkelere olan insanlarla olan ilişkisi ülke imajını etkilemektedir (Anholt, 2007, s. 25).

Melissen, sivil toplum kuruluşlarının (STK) uluslararası ilişkileri doğrudan etkileyebilecek yetenekleri olduğunu öne sürerek Greenpeace veya Uluslararası Af Örgütü gibi uluslararası düzeyde aktif faaliyet gösteren STK'ların ülkelerin dış siyaset birimlerinin dikkatini çektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca tarihsel olarak birbirine güvenmeyen ve birbirlerini rakip olarak gören geleneksel diplomatlar ve STK'lar arasında yakınlaşan çıkarlar oluştuğunu belirterek kara mayınlarını yasaklayan 1997 Ottawa Sözleşmesi ve Uluslararası Ceza Mahkemesi'nin kurulmasını, devletlerin ve sivil toplum kuruluşlarının uluslararası kamuoyunu harekete geçirmek için güçlerini birleştirdiği örnekler olarak görmektedir (Melissen, 2005, s. 12).

L'Etang, kamu diplomasisinin halkla ilişkilerle ilişkisini ele almaktadır. Örgütsel ilişkileri ve itibarı yönetmek veya geliştirmekle görevli olan halkla ilişkiler, sorun çözümü, örgüt içi iletişim ve müşteri ilişkiler gibi konularla ilgilenerek hükümetler, şirketler, küçük işletmeler ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar gibi çeşitli kuruluşlar adına çalışmaktadır. Hükümetler, ulusal ve kültürel kimliği oluşturmak için spor ve turizm aracılığıyla kamu diplomasisi ve halkla ilişkileri kullanmaktadırlar (L'Etang, 2009, s. 609, 610). Halkla ilişkiler ve pazarlama gibi ticari alanlardan gelen kurumsal beceri ve teknikler, kamu diplomasisi girişimlerinde, önem kazanmaktadır. Pazarlama odaklı düşünce bir şekilde bugünün diplomatik hizmetlerine girmektedir (Melissen, 2005, s. 8).

Gilboa, kamu diplomasisinin nasıl uygulanacağına değinmektedir. Buna göre doğrudan destekli kamu diplomasisi yerine, hedef ülkede kullanılan halkla ilişkiler şirketleri ve lobiciler kamu diplomasisinde çok daha başarılı olmakta ve operasyonun arkasında yatan güçlerin ve mali kaynakların gizlenmesine yardımcı olmaktadır. Hedef ülkedeki yerel bir sivil toplum örgütü veya hareket, kamu diplomasisi kampanyasının yasallığını ve geçerliliğini daha da artırabilmektedir. Ayrıca kamu diplomasisi yürüten hükümetin çıkarlarına uygun olarak, belirli bir siyasi ve kültürel ortamda amaçlanan hedeflere ulaşmanın en iyi yolunun ve güvenlik açıklarının nasıl tespit edilip etkin bir şekilde kullanılacağını, yereldeki sivil toplum örgütleri ya da hareketler en iyi bilen gruplar olacaktır (Gilboa, 2008, s. 60).

Melissen, kamu diplomasisinin uluslararası lobicilikle karıştırılmaması gerektiğini vurgulamaktadır. Melissene göre lobicilikte, belirli politikaları doğrudan etkilemek hedeflenir ve hedef alınan kişiler, politika sürecine dahil olan kişilerdir. Buna karşılık, kamu diplomasisi ile çeşitli kültürler arasında köprüler kurmak amaçlanır. Köprü kurulmaya çalışılan kültürler arasında, kültürel bölünme gerçekleşirse diplomatların doğru muhatapları belirlemesi ve doğru tonu tutturması daha zor olacaktır. Kamu diplomasisi aracılığıyla aktarılmaya çalışılan bilgilerin amaçlanan şekilde alınmasını sağlamak gereklidir. Bunu elde etmek, insanların kendilerine sunulan bilgilere karşı temkinli oldukları göz önüne alındığında pek de kolay değildir. Ayrıca pek çok toplumda, insanlar ne yazık ki kendi hükümetlerinin politikalarına bile inanmakta zorlanmaktadırlar (Melissen, 2005, s. 15,16).

Anholt, ulus markalama ve kamu diplomasisi arasındaki yakın ilişkiye dikkat çekmektedir. Markalamayı, itibar oluşturmak veya yönetmek için isim ve kimliğin geliştirilmesi, planlanması ve iletilmesi süreci olarak tanımlanarak bir ülkenin itibarının, diğer ülkelerle ilişkisinin her alanında ortaya çıktığını belirtilmektedir. Bu itibarın bir ülkenin ekonomik, sosyal, politik ve kültürel ilerlemesi için hayati önem taşıdığını vurgulayan Anholt, her hangi bir bireyin, tatil planlama, başka bir ülkede üretilmiş bir ürün satın alma, yurtdışında bir iş başvurusunda bulunma, yeni bir şehre taşınma, savaş ya da kıtlık nedeniyle harap olmuş bir şehre bağışta bulunma veya filmler ve oyunlar arasında seçim yapma gibi kararlarında, bu ülkelerin itibarına güveneceğinin altını

çizmektedir (Anholt, 2007, s. 4-9). Bir ülkenin kimliğinin, imajının ve itibarının gelişimi ve yönetimi, devlet düzeyindeki diplomasi, turizm ve kentsel yerleşim oluşturma gibi pek çok şeyi etkilemektedir. Ülke markasının güçlü ve saygın olması, bölgenin veya şehrin gelişimini ve diğer paydaşların işini kolaylaştıracaktır. Bunun sonucunda, yatırım elde etmek daha kolay olacak, insanlar bu ülkeyi ziyaret etmeye daha meyilli olacak ve yabancı yetenekler bu ülkede çalışmayı diğerlerine tercih edecektir (Snow & Cull, 2020, s. 129). Ulus markalama faaliyetlerinin, doğru ve etkili olması için uluslararası ilişkiler, yatırım, istihdam ve ticaret, iç ve dış turizm, sosyal ve kültürel politika, şehir ve çevre planlaması, ekonomik büyüme, uluslararası örgütlere üyelik, spor gibi çok farklı alanlarda gelişim gereklidir (Anholt, 2007, s. 16).

Ulus markalama, çok büyük ve planlı bir çaba gerektirir. Kamu diplomasisi genellikle devlet destekli başlatılırken, ulus markalama, bir ülkenin imajının yurtdışında tanıtımına katkıda bulunabilecek tüm güçlerin harekete geçirilmesini gerektirir (Melissen, 2005, s. 19). Bu güçleri harekete geçirecek kurumlar arasında, ülkenin ticaret ve turizm ofisleri, diplomasi kurumları ve kültürel kuruluşlar yer alır. Ülkeler, genel olarak ulus markalama çabalarındaki en büyük faydayı ve verimi, ülkenin ana sektörlerini bu amaçla organize ettiğinde elde eder. Kamu diplomasisinin amacı sadece hükümet politikalarını desteklemekse ülkenin imajının veya o sırada var olan hükümetinin ne kadar iyi olduğuna bağlı olarak, yapılan çalışmalar gereksiz veya beyhude olacaktır. Ülke imajı iyi ve yürütülen faaliyetler açık bir şekilde, yanlış yönetilmiyorsa büyük ihtimalle, hedefler tarafından algılanacak ve başarılı olacaktır. Diğer taraftan, ülkenin itibarı kötüyse hiçbir tanıtım yeteneği veya harcaması, yürütülen ulus markalama çalışmalarının hedefini bulmasına zemin oluşturmayacaktır. Yapılan çalışmalar ya göz ardı edilecek ya da ülkeye o anda atfedilen kötülüklerin daha fazla doğrulanması olarak görülecektir. Bu nedenle, marka imajını mesajların kendisinden ziyade iletişimin alındığı ortam olarak görmek gerekmektedir (Anholt, 2007, s. 13,14).

Kamu diplomasisi ile ilgili farklı sınıflandırma ve süreçler oluşturulmuştur. Cull'a göre yeni kamu diplomasisinin bazı özellikleri vardır. Bunlardan ilki kullanılan aktörlerle ilgilidir. Devlet gibi geleneksel aktörlerin yanında, artan oranda sivil toplum örgütleri, kamu diplomasisinde yer almaktadır. İkincisi, diğer devletlerin insanlarıyla

iletişime geçmek için kullanılan araçlar, internet gibi anlık ve küresel iletişime izin veren teknolojilerdir. Üçüncüsü, bu yeni teknolojiler, eskiden değişmez olan yerel ve uluslararası haber alanları arasındaki sınırların ayrımını ortadan kaldırmıştır. Dördüncü olarak, kamu diplomasisi geleneksel propaganda yöntemlerinin yerine, yer markalama gibi pazarlama yöntemlerinin artarak kullanılmasını sağlamaktadır (Cull, 2009, s. 13).

Joseph Nye'e göre kamu diplomasisinin üç yönü bulunmaktadır. İlk ve bariz özellik olan bütün politika kararlarının arka planını açıklamayı gerektiren günlük iletişimdir. Modern demokrasilerde, hükümet yetkilileri, bir kararın ardından basına neyi ve nasıl haber verdiklerine dikkat ederler. Kamu diplomasisinin başlangıç aşamasında, yabancı basın yer almalı ve ilk aşamada, kriz müdahale planlaması da düşünülmelidir. Ayrıca yanlış iddialar veya dezenformasyon, hızlı bir yanıtla derhal ele alınmalıdır. İkinci boyut, politik veya ticari bir kampanya gibi basit tema oluşturan stratejik haberleşmedir. Bunu yaparken kampanya, ana temalarını pekiştirmek veya belirli hükümet politikasını savunmak amacıyla sembolik olaylar ve mesajlar hazırlanmalıdır. Kamu diplomasisinin son unsuru, burslar, değişimler, eğitim, konferans ve medya erişimi aracılığıyla anahtar roldeki bireylerle uzun vadeli bağlantılar kurmaktır. Kamu diplomasisinin üç unsuru temel olarak saygın bir ülke imajı oluşturmak açısından önemli bir rol oynamaktadır. Nye, en etkili pazarlamanın bile popüler olmayan bir ürünü satamadığını, bu yüzden, kötü politikalara hizmet eden imaj üretme çabasının faydadan çok zarar verebileceğini iddia etmekte ve en iyi ihtimalle, uzun süredir devam eden dostane ilişkilerin, hedefteki kişilerin biraz daha müsamahalı davranmalarına neden olabileceğini savunmaktadır (Nye, 2008, s. 101-102).

Kamu diplomasisini hedeflenen süre ve amaca göre ikiye ayıran Britannica, hükümetin sadece itibarını artırmak için çalıştığı markalaşma veya kültürel iletişim tekniklerini 1. tür kamu diplomasisi olarak görmektedir. Devletler, kendileri hakkında daha olumlu bir algı oluşturmak için markalaşma tekniklerini kullanmaktadırlar. İdeal bir dünyada, marka bilinci oluşturmak birçok konu üzerinde anlaşmayı kolaylaştırıp halkın olumlu algısını oluşturmaktadır. Bu şekilde, uzun vadeli ittifaklar da korunur ve düşman propagandasına karşı koyulur. Bunun sonucunda ülke imajına yönelik çalışmalar önem kazanmaktadır. Soğuk savaş sırasında, Amerika Birleşik Devletleri'nin

Avrupa devletlerine karşı yapmış olduğu demokrasinin sosyalizmden daha iyi olduğuna yönelik kamu diplomasisi faaliyetleri buna örnek gösterilebilir. Radyo yayınları ve okuma odaları aracılığıyla Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) tarihi ve kültürel değerleri anlatılmaya çalışılmıştır. Bu şekilde, Amerikan değer ve kavramlarına maruz bırakmanın Amerikan programlarına yönelik halk desteğini artıracığına inanılıyordu. İkinci tür kamu diplomasisi, daha acil sonuçlara ulaşmayı amaçlayan farklı taktikleri kapsar. Bu tür kamu diplomasisi faaliyetleri, acil politika hedeflerine uluslararası desteği sağlamak için kullanılmaktadır. Devletlerin içinde buldukları ittifakların askeri müdahalelere destekleri konusunda, halklarını ikna etmesi gerekebilir. Çünkü, devlet yöneticileri içinde buldukları ittifakın hedeflerini desteklemek isterken gereken halk desteğini elde etmiş olmayabilir. Bu koşullarda, iç tepki riskini azaltmak ve liderlerin iş birliğine yardımcı olmaları için kamu diplomasisi önemli bir araç olabilir. 1990'da Kuveyt'in Irak tarafından işgal edilmesi üzerine, Kuveyt'in ABD'de gerçekleştirdiği Amerikan müdahalesi ve Irak Devlet Başkanı Saddam Hüseyin'in yönetimine son vermek için halk desteği sağlanmasına yönelik düzenlenen kamu diplomasisi faaliyetleri bu tür kamu diplomasisi faaliyetlerine örnektir (Britannica, 2022).

Gregory'e göre kamu diplomasisi ile ilgili yürütülen çalışmalar, öncelikler, teknikler, araçlar, kaynaklar, stratejik hedef, organizasyon yapıları, uygulayıcılarının kimliği, görevleri ve kamu diplomasisinin yürütülüp yürütülemeyeceği ile ilgilidir. Bilgi toplama, hazırlık, bağlantı ve politik etki, kamu diplomasisinin dört temel unsurudur. Bunlardan ilki olan bilgi toplama için dinleme, istihbarat veya fikir araştırması gibi farklı adlandırmalar olsa da bu terimle, temel olarak, insanların kültürlerini, tutumlarını ve davranışlarını anlamak kastedilmektedir. İkinci unsur olan planlama, kamu diplomasisi için politika oluşturma ve yürütme konusunda liderlere danışmanlık yapmak, özel stratejiler oluşturmak, stratejik yön vermek ve kamu diplomasisi aktörlerini koordine etmek ve değişime uyum sağlamak gibi çeşitli faaliyetleri içerir. Aynı zamanda, bu faaliyetler iş, eğitim ve diğer çeşitli toplumsal alanlardaki iletişim ve katılım tekniklerini de içerir. Bunun sonucunda, gelir elde etmek, bilgiyi keşfetmek, paylaşmak ve bu alanlar arasındaki kamu çıkarlarını ilerletmek amaçlanmaktadır. Üçüncü unsur olan bağlantı, ortak hedefler peşinde koşan, müttefikler veya hasımlara yönelik planlı bir yaklaşımı ifade ederek ağlara ve sınır ötesi bağlantılara dahil olmayı esas alır. Bu şekilde insanlar arasındaki bariyerler aşılmış olur. Dördüncü unsur olan politik etki, bir ittifaktaki siyasi

oyuncuların diğer siyasi aktörlerin fikir ve davranışlarını etkilemeye çalıştıkları iletişimidir. Bu şekilde, bir aktörün kişisel çıkarlarını ve mümkünse ortak çıkarları ve ortak zorluklar üzerinde iş birliğini ilerletmesi amaçlanır. Bu şekilde, dikkat çekmeye, güven oluşturmaya ve başkaları kendi yararına ikna etmeye çalışılır (Gregory, 2011, s. 355-361).

Kamu diplomasisi, Cull'a göre ise beş farklı şekilde gerçekleştirilir. Birincisi, yabancı kamuoyuna kulak vermek ve buna göre politika geliştirmektir. İkincisi, yabancı bir kamuoyu önünde belirli bir politikayı savunmaktır. Üçüncüsü ise belirli uygulamaları ihraç etmek ve yurt dışında iyi niyet oluşturmak için kültürel diplomasiyi devreye sokmaktır. Dördüncüsü ise bağlantılar geliştirmek ve karşılıklı bilgiyi kolaylaştırmak için diplomatik faaliyetlerde bulunma ve müttefikler oluşturmaktır. Son olarak, başka türlü doğru bilgilere erişemeyecek olan yabancı toplumlara yayın yapmak için küresel yayın ağına sahip olmaktır (Cull, 2008, s. 118).

Kamu diplomasisi, bir ülkenin dış politikasını da göz önüne alarak orta ve uzun vadeli hedeflerle uyumlu hale getirilmelidir. Kamu diplomasisi, itimat ve güven esaslı olduğunda faydası kısa dönemden ziyade uzun vadede ortaya çıkar. Bu uzun süreçte, uluslararası ilişkilerde ele alınan düşüncelerin ve politikaların ele alındığı politik bağlamı etkilemeye çalışmak makul bir hedeftir (Melissen, 2005, s. 15). Kamu diplomasisi için kitlesel ikna gerektiğinden, reklamcılar, halkla ilişkiler uzmanları, metin yazarları, basın danışmanları ve kalemşörler gibi bazı pazarlama uzmanları sürece dahil edilebilir. Ayrıca şairlerden, hatiplerden, filozoflardan, film yapımcılarından, sanatçılardan ve yazarlardan da bu konuda yardım alınabilir (Anholt, 2007, s. 15).

Kamu diplomasisinin uygulanmasında çeşitli zorluk ve dezavantajlar vardır. Bunlardan ilki, kamu diplomasisinin etkisinin uzun vadede ortaya çıkmasıdır. Özellikle, öğrenci değişim programlarının sonucu uzun vadede ortaya çıkmaktadır. İkinci olarak, somut olmayan verilerin kamu diplomasisinin değerlendirilmesinde kullanılmasının zorluğudur. Farkındalık, algı ve tutumlardaki kanıtlanabilir değişiklikleri belgelemek, zaman ve çaba gerektirir. Üçüncü olarak, elde edilen sonuçlar doğrudan kamu



diplomasisi ile elde edilmemiş olabilir. Zaman ya da başka faktörler kamu diplomasisinin etkisini değiştirebilir. Ayrıca kamu diplomasisini ölçmek için uzun zaman ve çok fazla emek gerekir. Dördüncü olarak, lider ve uygulayıcıların değişmesi kamu diplomasisi faaliyetlerini sekteye uğratabilir. Bir diğer zorluk ise iletişim teknolojilerinde gerçekleşen hızlı değişim ve dönüşümün yeni değerlendirmeleri gerektirmesidir (Banks, 2011, s. 11-14).

Melissen'göre kamu diplomasisini doğrudan bir dış politika aracı olarak kullanmanın bir diğer zorluğu kamu diplomasisinin çelişkiler, gerçekçi olmayan hevesler veya hayaller içermesidir. Kamu diplomasisi faaliyetleri, dış politika hedefleriyle çok yakından ilişkiliyse verimsiz olma ve dış politikanın başarısız olduğu algılandığında ise başarısız olma riskine sahiptir. Bu gibi durumlarda, kamu diplomasisi, geleneksel diplomasi'nin gidemediği yerlere gitme potansiyeli olan bir diplomatik araçtan ziyade, bir yükümlülük halini alır. Her durumda, bir devletin faaliyetlerinin diğer devletler üzerindeki etkisinin sınırlı olduğu dikkate alınmalıdır (Melissen, 2005, s. 15).

## **1.2. Tarihsel Süreçte Kamu Diplomasisi**

Uluslararası ilişkilerde, diğer devletlerle iletişim kurma konusu, günümüze özgü olan bir durum değildir. Günümüzde, kamu diplomasisi kavramı ile tanımlanan algı oluşturma ve propaganda, diplomasi kadar eski bir geçmişe sahiptir. Antik çağlarda bile, yöneticiler, yabancı topraklardaki insanların potansiyelini ve doğurabileceği riskleri dikkat ederek bu toplumlardaki prestijlerine önem vermişlerdir. Antik Yunanistan, Roma, Bizans ve Rönesans dönemindeki İtalya, diğer halklarla diplomatik ilişkilere önem vermekteydiler. Matbaanın icadı ve yaygınlaşması, imaj çalışması yapan devletlerin işini kolaylaştırmıştır. 1. Dünya savaşı sürecinde ve savaş sonrası dönemde de sınır ötesinde profesyonel imaj çalışmaları ortaya çıkmıştır (Melissen, 2005, s. 3-4).

Geleneksel diplomasi, başka bir devletin temsilcisi veya başka bir ülkedeki bir yöneticisi tarafından yürütülen çeşitli eylemleri belirtmek için kullanılmaktadır. Kamu diplomasisi ise başka bir ulustaki popüler düşünceleri anlamak ve bu diplomatik bilgi veya istihbaratın politika oluşturmaya yardımcı olması için kullanılmasıdır (Schindler,

2018, s. 8-10). Kamu diplomasisi, ülkeler arası ilişkilerin kimler tarafından ve nasıl yürütüldüğü açısından geleneksel diplomasiden farklıdır. Geleneksel diplomasi ile bu ilişkiler diplomatlar aracılığıyla ve çoğu kez gizli olarak yürütülür. Bu süreç, kamu diplomasisinin doğası gereği açık olup, verilmek istenen mesaj doğrudan halka verilmektedir (Tuch, 1990, s. 3,4). Kamu diplomasisi uygulamaları psikolojik savaş veya propagandadan farklıdır. Psikolojik savaş, savaş sırasında, düşman halkla iletişim kurarak direnme arzusunu kırmayı ve düşman saflarında teslimiyet veya anlaşmazlığı hedefleyen stratejidir. Propaganda ise psikolojik savaş gibi olumsuz bir anlama sahiptir. Kamu diplomasisi, etik olmayan bir amaç için kullanılırsa propagandaya dönüşebilir. Kamu diplomasisinin başarısı, inandırıcı olmasına bağlıdır. Psikolojik savaş ya da propaganda, devletle olan ilişkisi gizlenerek uygulanmalıdır (Cull, 2009, s. 22,23).

Propaganda, yabancı toplumun manipüle edilmesi ve aldatılmasıdır. Propaganda, Nazi ve Sovyet propagandası gibi olumsuz çağrışımlara sahiptir. Çağdaş diplomatik uygulamada, yabancı halklarla ilişki kurmanın propagandadan farklı yöntemleri vardır. Örneğin bazı ülkelerin sivil toplumu güçlendirmeyi, hukukun üstünlüğünü tesis etmeyi ve demokrasiyi geliştirmeyi amaçlayan kamuya açık kampanyalarını propaganda olarak değerlendirmek pek de mümkün görünmemektedir. Propaganda ve kamu diplomasisinde iletişim şekli de farklıdır. Propaganda uygulamalarında, iletişim tek yönlüdür. Kamu diplomasisinde ise karşı tarafı ikna etmeye çalışırken aynı zamanda karşı tarafa kulak verildiği için gerçekleştirilen iletişim çift yönlüdür (Melissen, 2005, s. 17-18). Kamu diplomasisi, propagandayı saklamak için gizli bir terim değildir. Propaganda sıklıkla inandırıcılıktan yoksundur ve dolayısıyla etkisizdir. İyi bir kamu diplomasisi stratejisi propagandanın ötesine geçip bilgi aktarmayı ve olumlu bir imaj sunmayı ve aynı zamanda uzun vadeli ilişkileri de içerir (Nye, 2008, s. 101).

Geleneksel diplomasi, ulusal hedefler ve dış politika doğrultusunda, küresel kamuoyunu bilgilendirmek ve ikna etmek üzere gerçekleştirilen hükümet faaliyetlerinden oluşur. Kamu diplomasisi ise hükümetin, özel kişilerin ve kuruluşların, diğer bir hükümetin uluslararası politikası üzerinde etkisi olan kamu tutumlarını ve inançlarını etkileme sürecidir. Geleneksel diplomatik politikadan halkın katılımına geçiş, kamu diplomasisinin etkinliğine ilişkin iki farklı görüşü ortaya çıkarır. İlki, kamu

diplomasisini daha iyi sonuçlara ulaşmak ve alternatifi olmadığından dolayı gerekli bir kötülük ve geleneksel diplomasi çabalarını destekleyen sadece yardımcı bir taktik olarak görenlerdir. İkincisi ise kamu diplomasisini, sahadaki halkla ilişkiler görevlilerinden, vatandaş diplomatlara ve tabandaki öğrenci değişimlerine kadar, ulusların birbirleriyle etkileşime girdiği bir bağlam veya ortam olarak görenlerdir (Snow & Cull, 2020, s. 8).

Uluslararası ilişkilerde devletlerin yanında birçok aktör yer almaktadır. Günümüzde bu aktörler arasında küresel şirketler, sivil toplum kuruluşları, uluslararası kuruluşlar veya teröristler bulunmaktadır. Geleneksel diplomasi, bu aktörlerden birinin diğeri ile ilişki kurarak uluslararası çıkarlarını yönetme girişimidir. Kamu diplomasisi ise tarihsel olarak devletin bu ilişkiyi yabancı kamuoyu nezdinde yönetme girişimidir (Cull, 2009, s. 13).

20. yüzyılda, kamu diplomasisi, hükümetlerini etkilemek amacıyla yabancı halkları ikna etmeye odaklı olan ve dışişleri bakanlıkları ve diğer devlet kurumları tarafından kullanılan bir araç olarak görülüyordu. Bugün ise kamu diplomasisi, devlet kurumlarının yanı sıra, diğer aktörler ve devletler dışındaki kuruluşların kültürleri, ve tavırları anlayabilmek, ilişkiler oluşturmak, idare etmek, devletin amaçlarını ve ideallerini ilerletmek için fikirleri etkilemek ve eylemleri harekete geçirmek için kullandığı bir aracı ifade eder (Gregory, 2011, s. 353).

### **1.3. Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç İlişkisi**

Uluslararası ilişkilerin en çok tartışılan argümanlardan birisi olan güç kavramı, realist bakış açısıyla, bir devletin, başka bir devleti normalde yapmayacağı bir şeyi yapmaya ikna etmek veya zorlamak amacıyla bütün kaynaklarını kullanması şeklinde tanımlanmıştır (Barnett & Duvall, 2005, s. 40). Yumuşak güç, sonuçları etkilemek için somut kapasite açısından güce bir alternatiftir. Uluslararası ilişkilerdeki geleneksel güç kavramları, kaynak dengesizliklerinin ve güvenliğe yönelik belirli tehditlerin etkilerini açıklayabilirken, yumuşak güç, normların, fikirlerin ve kültürün etkilerini açıklar (Hayden, 2012, s. 34).

Güç kavramını açıklamak için Nye, yumuşak güç, sert güç ve akıllı güç argümanlarını öne sürmüştür. Yumuşak güç, başkalarını güç ya da para kullanmadan istediği hedefler doğrultusunda etkileme becerisidir. Başkalarını etkilemek için tehdit (sopa), maddi destek ve teşvik (havuç) ya da başkalarının davranışlarına, istenilen yönde etki eden cazibedir. Bir ülkenin yumuşak gücü kültürel özelliklerine, sahip olduğu değerlere ve uyguladığı politikalara göre değişir. Diğer ülkeler de bir ülkenin değerlerini benimseyip onun refah seviyesine ulaşmak istediğinden dolayı arzuladığı sonuçları elde edebilir. Akıllı güç stratejisi, sert güç ve yumuşak güç özelliklerinin harmanlanmasıyla oluşan askeri ve ekonomik güç kavramını ifade eder. Yumuşak güç ise bir ülkenin kültürünün yansıttığı değerlerden, kendi iç işleyişinden gelen örneklerden ve diğer ülkelerle ilişkilerinde sergilediği tutum ve davranışlardan kaynaklanır (Nye, 2008, s. 94).

Güç unsurları davranış, kaynaklar ile hükümet politikaları açısından tablo 1’de değerlendirilmiştir. Zorlama, kuvvet ve tehdit kullanma ve savaş gibi askeri güç araçları ile dış yardımlar ve yaptırımlar ekonomik güç araçları, sert gücü oluşturur. Yumuşak güç ise cazibe, iş birliği kamu diplomasisi, kültürel değerler ve politikaları içerir. Uluslararası ilişkilerde, genel olarak, iletişim, eğitim ve ikna yöntemleri askeri güçten fazla kullanılmaktadır. Bunun sonucu olarak, kuvvet, diplomasi ve iletişimin bir arada kullanılması temel esas olmalıdır (Gilboa, 2008, s. 60-61).

**Tablo 1:** Sert güç ve yumuşak güç (Gilboa, 2008, s. 61)

	Sert Güç		Yumuşak Güç
	Askeri	Ekonomik	
<b>Davranış</b>	Zorlama, caydırıcılık	Teşvik, zorlama	Cazibe, gündem oluşturma, iş birliği
<b>Kaynaklar</b>	Kuvvet, tehditler	Yaptırımlar, ödemeler	Değerler, kültür, politikalar, kurumlar

---

<b>Hükümet politikaları</b>	Zorlayıcı diplomasi, harp birliktelikler	Destek, rüşvet	Kamu diplomasisi, ikili ve çok taraflı diplomasi
-----------------------------	--	----------------	--

---

Bir ülkenin yumuşak güç avantajı çeşitli durumlarda artar. Öncelikle, küresel haber medyasındaki konuların yorumlanma şeklini etkileyebilecek iletişim kanalları kullanıldığında yumuşak güç artar. İkinci olarak, ülkenin sahip olduğu kültürel değerler ve fikirler, yaygın olan küresel normlarla uyumlu olduğunda, yumuşak gücüne katkı sağlar. Son olarak da bu ülkenin iç ve dış politikadaki davranışları kendisinin güvenilirliğini artırarak yumuşak gücünü arttırmış olur (Snow & Cull, 2020, s. 5).

Nye'a göre kamu diplomasisi, yumuşak güçle yakın ilişki içindedir. Bir ülkenin yumuşak gücünü desteklemek için kamu diplomasisi önemli bir role sahiptir. Kamu diplomasisi, genellikle hükümetler tarafından, diğer ülkelerin halklarıyla iletişim kurmak ve onları cezbetmek için bütün kaynakların kullanıldığı bir unsurdur. Kamu diplomasisi, medyayı kullanarak, kültür ihracatını destekleyerek veya öğrenci değişimlerini organize ederek dikkatleri potansiyel özelliklere yönlendirmeye odaklanır. Bir ülkenin yumuşak güç kaynaklarından olan kültürü, değerleri ve politikaları cazip değilse bunları yayınlayan kamu diplomasisi yumuşak güce yol açmayacaktır. Bunun aksi tesiri olabilir. Örneğin çıplaklık ve şiddet dolu Hollywood filmlerini Müslüman ülkelere ihraç etmek, yumuşak güçten çok tepkiye neden olabilir. Aynı şekilde, kibirli olarak görülen hükümet politikalarını göklere çıkaran yayınlar, sadece propaganda olarak değerlendirilecek ve yumuşak gücün cazibesini üretmeyecektir (Nye, 2008, s. 94,95). Kamu diplomasisi, yumuşak güç kaynaklarını eyleme dönüştüren bir politika olarak görülmektedir (Gilboa, 2008, s. 61).

#### **1.4. Kamu Diplomasisi Uygulamaları ve Araçları**

Kamu diplomasisi, devletler tarafından, hedef topluma yönelik, istenilen bilginin gönderilmesi, kültürel değerlerin yansıtılması, uluslararası itibar yönetimi veya hedef toplumla, çeşitli hükümet dışı aktörler aracılığıyla ağ oluşturma ve diyalog yoluyla ilişki kurma şeklinde ortaya çıkmaktadır. Devlet dışı aktörlere yönelik kamu diplomasisi

vurgusu arttıkça halkın rolü daha yaygın hale gelmektedir. Yerel bir unsuru bünyesinde barındıran kamu diplomasisi, yerel ve uluslararası unsurları ayırmaz; bunun yerine, yurt içinde ve dışında halkın katılımına yönelik detaylı bir strateji olduğunu vurgulamaktadır (Constantinou vd., 2016, s. 437-448).

Kamu diplomasisinin hedefleri uluslararası lobicilikten evrensel ideallerin desteklenmesine kadar birçok alanı kapsayabilmektedir. Ayrıca devlet kuruluşlarının yanı sıra, benzer hedefleri paylaşan devlet dışı aktörler de doğrudan ve isteyerek bazen de istemeden kamu diplomasisinin amaçlarına hizmet etmektedir. Devlet destekli kamu diplomasisinin hedefleri toplumun bir kesiminin ortak çıkarlarını yansıtır. Devlet ve devlet dışı aktörler, hedef toplumda lobicilik, etki ve gündem belirleme, dış politika hedeflerini etkileme, prestij artırma, yanlış anlamaları ortadan kaldırma, diyalog, karşılıklı anlayış ve evrensel değerlere dayalı barışı teşvik etmek gibi hedeflere ulaşmak için kamu diplomasisini bir araç olarak kullanmaktadır (Lee & Ayhan, 2015, s. 58-61). Kamu diplomasisi bu hedeflerini manipüle etmeden, doğru bilgiler kullanarak yerine getirmeye çalışır. Toplumdaki etkili olan grupların kendi hükümetleri üzerinde baskı kurması ve bilgi iletişim teknolojileri ile de ihtiyaçlara göre uyarlanan bilginin yaygınlaştırılması amaçlanır (Pamment, 2013, s. 21-23).

Ülke içinde ve dışında faaliyette bulunan kurumlar arasında yer alan ulusal spor kuruluşları, turizm kuruluşları, küresel şirketler, uluslararası örgütler ve sivil toplum kuruluşları tarafından yürütülen faaliyetler de kamu diplomasisinin imaj ve cazibe oluşturma gibi çeşitli amaçlarına katkıda bulunmaktadır (L'Etang, 2009, s. 609). Kamu diplomasisinin bazı araçları ve uygulamaları arasında medya ilişkileri, kültürel diplomasi, değişim programları, uluslararası yayıncılık, ulus markalama ve uluslararası halkla ilişkiler yer almaktadır (Constantinou vd., 2016, s. 540-549).

#### **1.4.1. Kültür**

Kültür kavramını, sahip olunan bilgilerin paylaşımı olarak tanımlamak mümkündür. Kültür, daha da ayrıntılı olarak, bir bilgi veya deneyimin birbirlerine bağlı bir grup insan arasında paylaşılması sonucunda, zengin semboller, eski eserler, sosyal

yapılar ve sosyal kurumlar tarafından yansıtılması ile üyelerinin iletişim kurması için ortak bir dil oluşturmak üzere kullanılması ve bir nesilden diğerine aktarılmasıdır (Wyer vd., 2009, s. 4).

Kültürün doğası gereği, çok fazla kavramı içerdiği için bu kavramla bağlantılı olarak kültür diplomasisini tanımlamak zordur. Tarihsel olarak, yüksek sosyetenin etkinlikleri olan görsel sanatlar, edebiyat, tiyatro, dans ve müzik etkinlikleri kültür olarak tanımlanmıştır. Son yıllarda, bu tanım değişime uğrayarak popüler kültür veya geniş bir izleyici kitlesine hitap eden faaliyetler anlamında kullanılmaya başlanmıştır. Kültürel diplomasi, genellikle kültürel faaliyet türüne göre ayrılır. Eğitim diplomasisi eğitimi, sanat diplomasisi sanatı ve spor diplomasisi sporu içerir. Kültür diplomasisi ise politika hedeflerini veya diplomasiyi desteklemek için devletin kültürünün kullanılmasıdır (Mark, 2009, s. 5-7). Cull tarafından, kültürel diplomasinin kültür ihracını kolaylaştırmayı amaçlayan stratejisi vurgulanarak kavram, bir aktörün kültürel kaynaklarını ve başarılarını uluslararası alanda kabul ettirerek veya yurt dışına kültürel aktarımı teşvik ederek uluslararası çevreyi düzenleme çabası olarak tanımlanmıştır (Cull, 2009, s. 19). Kültürel diplomasi, farklı kültürlerin tanınmasına ve korunmasına yönelik bir çabayı ifade eder. Bu çaba, kültürler arasındaki iletişimi teşvik ederek, adil, eşitlikçi ve karşılıklı bağımlılık temelinde hareket ederek, uluslararası insan haklarını koruyarak ve küresel barış ve istikrarı destekleyerek gerçekleşir (Carbone, 2017, s. 66).

Mark'a göre kamu diplomasisi ile kültür diplomasisinin sınırlarını birbirinden ayırmak zordur. Yabancı bir halka yönelik alınan bir kararın sebebini açıklamak için kültürü geniş bir bakış açısından ele alarak hükümet bilgilendirme, medya ve halkla ilişkiler uygulamalarını kültürel diplomasi kapsamına dahil etmek mümkündür. Bir gazetecinin başka bir ülkeye seyahati ya da akademisyen, yazar, öğrenci, sanatçı ve entelektüel değişimleri kamu diplomasisi ya da kültürel diplomasi kapsamında ele alınabilmektedir (Mark, 2009, s. 15-16). Aslında, kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi ayrımına zaman harcamak yerine, kültürel etkinliklerin, sosyal, siyasal ve ekonomik olarak küresel siyasete, nasıl katkıda bulunabileceği ile ilgili bilimsel incelemeye daha çok çaba gösterilmelidir (Snow & Cull, 2020, s. 30,31).

Kültür diplomasisinin çeşitli amaçları vardır. Liderler ve ülkeler kendilerini ifade etmek, nüfuzlarını kullanmak ve uzun vadeli bağlar geliştirmek için kültürden yararlanmışlardır. Kültürel diplomasi, devletler arasında ikili ilişkilerin kurulmasına ve sürdürülmesine yardımcı olabilirken anlaşmalar, ikili görüşmeler, çok taraflı görüşmeler ve askeri yetenek gibi alanlarda yardımcı role sahiptir (Bound vd., 2007, s. 11). Ayrıca kültürü ve kültürlerarası diyalogu kullanarak sağlıklı, barışçıl ve yapıcı uluslararası ilişkiler geliştirmek kültür diplomasisinin hedefleri arasındadır (Carbone, 2017, s. 62).

Kültürel diplomasinin bir diğer hedefi ise kültürel ilişkiler sayesinde, yabancı halklarla, istikrarlı ve karşılıklı uzun vadeli ilişkiler kurmak, kalpleri ve akılları kazanmak ve güven inşa etmektir. Ayrıca kamu diplomasisinin politik hedefleri arasında olan insan hakları savunuculuğu, demokratik ilkelerin yayılması, kamu kurumlarının daha iyi yönetilmesi ve medyanın sivil toplumdaki rolünün artırılması, kültürel diplomasi ile sağlanmaya çalışılmaktadır (Melissen, 2005, s. 22). Kültürel diplomasi, hedef ülke halklarının hükümet açıklamalarına yönelik şüphelerin üstesinden gelmeye yardımcı olması ve ulusal itibara derinlik kazandırması amacıyla da kullanılmaktadır. Kültürel diplomasi, yurtiçinde, azınlık etnik gruplara yönelik olduğunda, ulusal sosyal uyumu güçlendirmeye yardımcı olabilir. Kültürel diplomasinin hedefleri ticari, siyasi, diplomatik ve ekonomik çıkarları ilerletmeyi, geniş kapsamlı ikili ilişkileri geliştirmeyi, kültürel diplomasi uygulayıcıları için önemli olan diasporalar gibi yurtdışındaki gruplarla bağlantı kurmayı içerir ve anlaşmazlık dönemlerinde arka kapı politikasının sürdürülmesine yardımcı olur (Mark, 2009, s. 1-9).

Carbone'a göre kültürel diplomasinin dört unsuru vardır. Bunlardan ilki, devletlerin, sivil toplum örgütlerinin ya da Birleşmiş Milletler gibi uluslararası örgütlerin desteklediği aktörlerdir. İkincisi, kültür diplomasisi girişimlerinin değerlerini tanıtmaya ya da karşılıklı anlayışı geliştirme gibi amacını ya da misyonunu ifade eden ajandadır. Üçüncü kültürel diplomasi unsuru ise aktörlerin kültürel değerlerini aktaran sanat, müzik, sinema, spor, akademik değişimler ve turizm gibi araçlardır. Son kültür diplomasi unsuru ise toplumun belli bir bölümünü ya da akademisyenler, gazeteciler ve politikacıları bilgilendirmeyi amaçlayan hedef kitledir (Carbone, 2017, s. 65-68).



Kültürel diplomasi nin başarılı ve sürdürülebilir olması için iletişimin çift yönlü olması gerekmektedir. Kamu diplomasi si aktörleri, sadece kendi kültürünü karşı tarafa aktarmamalı, aynı zamanda karşı tarafı da dinlemelidir. Ayrıca her ne kadar zor olsa da resmi olarak bir siyasi parti, hükümet ya da özel sektörün çıkarına uyan faaliyetler, kültür diplomasi si amacıyla yapılmamalıdır. Ayrıca devlet bürokrasi sinin ağır işlemeden kaynaklı olarak uzun vadeli ve sürdürülebilir ilişkiler kurulamadığı durumlarda, çeşitli ülkelerin sivil toplumları arasında iletişime, karşılıklı saygıya ve güvene dayalı uzun süreli bir ilişki kurulmalıdır. Daha da önemlisi, daha fazla tarafsızlık sağlayacağı ve yabancı halklar tarafından kabul göreceği için devlet ve sivil toplum örgütleri iş birliğine gitmelidir (Gienow & Donfried, 2013, s. 36).

Mark, kültürel diplomasi ile çok farklı etkinliklerin desteklenebileceğini belirtmektedir. Bunlar arasında, çok fazla insanın katıldığı konserler, bir yeteneğin sergilendiği filmler, bir devletin kültürünün öğretiminin teşvik edildiği dil kursları ve öğrenci değişim programları yer alabilmektedir. Ayrıca seminer ve konferanslar, yurt dışında kütüphanelerin işletilmesi, festivaller, diğer ülkeler tarafından yurt içinde düzenlenen festivallere destek verilmesi, yurt dışındaki üniversitelerde kürsülerin kurulması, ulusal liderlerin büst, heykel ve portrelerinin yaptırılması, ziyarete gelen yabancı liderlere ve diplomatik misyonlara kitapların ve müzik aletlerinin tanıtımı, makale ve bilim ödülleri verilmesi ve yıllık düzenlenen spor faaliyetleri de kültürel diplomasi faaliyetleri arasında yer alabilmektedir (Mark, 2009, s. 10).

#### **1.4.2. Medya**

Uluslararası yayıncılık, bir aktörün ülke sınırları dışındaki izleyicilerle radyo, televizyon ve internet aracılığıyla ilişki kurarak uluslararası ortamı kontrol etme girişimidir. Ticari olarak gerçekleştirilen uluslararası yayıncılık da kamu diplomasi si yöntemi olarak kabul edilebilir. Hükümetler tarafından yürütülen uluslararası yayın çalışmaları, bilgi toplama, iletişim çabaları ve politik etki gibi kamu diplomasi si unsurlarını içerebilir. Uluslararası yayıncılığın en önemli özelliği, objektif haberleri, hedef ülkedeki yayın ilkelerini kullanarak yapmasıdır. Bu şekilde, uluslararası yayıncılık kültürü yaymanın bir aracı haline gelmektedir (Cull, 2009, s. 21).

Medya ve hükümet, iç siyaset konularını belirleme veya politika oluşturma sürecine müdahale gibi çok geniş alanlarda iş birliğine varabilmektedir. Medya politikacıların elinde bir araç haline gelebilmektedir. Bilgi yönetimi, medyanın kontrolü anlamında, genellikle savaşlarda ve askeri operasyonlarda görülür. Ancak kamu diplomasisinde kullanıldığında, dış etkilere karşı güçlü bir iç direniş oluşturmak için medyanın manipüle edilmesi anlamına gelebilir (Gilboa, 2008, s. 63).

Dijital teknolojinin ortaya çıkışı, diplomasinin işlev gördüğü kamusal alanı değiştirerek halkla etkileşimi de bu alana dahil etmiştir. Online etkileşimin miktarı ve yoğunluğu da hesaba katıldığında, bireylerin bilgiyi işleme ve kabul etme süreçleri de etkilenmektedir. Bu etkileşim, kamu diplomasisini de etkileyerek dijital teknolojilerin kamu diplomasisi mesajlarının izleyiciler tarafından daha iyi duyulmasını, dinlenmesini ve takip edilmesini sağlamaktadır. Hatta dijital teknolojiler sayesinde iletilmek istenen mesaj, büyük veri analizleri yardımıyla, haber tüketim alışkanlıklarına ve medyaya uygun olarak, her bireyin zevkine göre uyarlanabilmektedir. Kamu diplomasisi ile dijital teknolojiler sayesinde hem uluslararası arenada halk desteği hem de istenmeyen politikalara karşı koyma yeteneği elde edilebilir (Bjola vd., 2019, s. 86-96).

Etkili bir kamu diplomasisi için medya çok önemlidir. TV yayınları, internet üzerinden hedefe yönelik yayımlar ile desteklenebilmektedir. İnsanların çoğunluğunun fakir olduğu dünyanın birçok bölgesinde, internet, çok yönlü ve düşük maliyetli bir şekilde, mesajların belirli gruplara göre uyarlanmasına yardımcı olur. Ayrıca internet sayesinde, geleneksel medyanın hükümet tarafından yasaklandığı ülkelere, bilgilerin aktarılmasına ve iki yönlü etkileşime de olanak sağlar (Nye, 2008, s. 104). Öte yandan, kamu diplomasisi aktörleri, gerekli mesajları, uluslararası hedefe ulaştırmayı sağlayan ve yerel kanunlara uygun olan medyaya erişim altyapısı da hazırlayarak süreci kolaylaştırmaktadır. Bunun için kablosuz ağlar kurarak, internet kafeler açarak, gerçek zamanlı çeviri yazılımlarına yatırım yaparak veya temel yabancı dil becerilerini geliştirerek hedef kitlenin bağlılığını artırmaları gerekmektedir (Cull, 2009, s. 56).

Dumčiuvienė'e göre ana akım kullanıcılarının erişimine, politikacılar ve daha geniş kitleler arasındaki diyalogun gelişmesine ve önemli konularda kamuoyunun etkileşimine olanak sağladığı için sosyal medya platformları, hükümetlerin kamu diplomasisini yürütmek için kullandıkları bir araç haline gelmiştir. Kamu diplomasisinde, sosyal medyanın yaygın olarak kullanılmasıyla, Twitter diplomasisi ortaya çıkmıştır. Twitter diplomasisi, bazı devlet liderlerinin, idari kurumların, diplomatik misyonların ve diplomatların Twitter hesaplarını, dış politika hedeflerini desteklemek ve devlet hakkında iyi bir imaj oluşturmak için kullanmalarıdır. İnsanlar, Twitter ve diğer sosyal ağlarda, fikirlerini dile getirme, bir konu hakkında bilgi alışverişinde bulunma ve tartışmalara katılma yeteneğine sahiptir. Sosyal ağlar, halkın daha önceden erişilemeyen yetkililer, hükümetler ve büyükelçilerle etkileşim kurmasını ve iletişim kurmasını mümkün kılar. Bunun sonucunda, hükümet temsilcileri ile uluslararası toplum arasındaki iletişim kolaylaşır. Bir ülkenin geliştirdiği bir politika hakkında, diğer kullanıcıların ne düşündüğünü ve bu politikanın etkili olup olmadığını, bunu hangi faktörlerin etkilediğiyle ilgili alınan geri bildirim, devlet yetkilileri ile daha geniş kitleler arasındaki uçurumu kapatarak daha güçlü bir toplum duygusu geliştirir (Dumčiuvienė, 2016, s. 92-118).

### **1.4.3. Eğitim**

Cull'a göre eğitim, değişim programları aracılığıyla, kamu diplomasisini desteklemek için kullanılabilen bir araçtır. Değişim diplomasisi, bir aktörün kendi vatandaşlarını yurt dışına göndermesi ve diğer ülkelerden gelen vatandaşları eğitim veya kültürel kaynaşma için kabul etmesi ile uluslararası ortamı düzenleme girişimidir. Değişim, her iki tarafın da kazanç sağladığı çok uluslu bir tecrübedir. İskandinav ve Kelt Avrupa'sında uygulanan topluluklar arası çocuk bakıcılığı eski bir örnektir. Kültürel değişim, kalkınma veya bir müttefikle askeri iş birliği gibi çeşitli amaçlarla eğitim diplomasisi gerçekleştirilebilmektedir (Cull, 2009, s. 20).

Eğitim değişimleri, dünya çapında, her eğitim seviyesinden hem öğrencinin hem de eğiticinin çeşitli süreler boyunca, kendi imkanları ile ya da çok çeşitli özel ve devlet bursları ve ödülleri ile farklı ülkelere gitmesini gerektirmektedir. Eğitim değişimleri, katılımcılar için başkalarının davranışları ve görüşleri hakkındaki bilgisini ve anlayışını

güçlendirme aracı olup daha sıcak bağlantıların kurulmasına katkıda bulunmaktadır. Ulaşım ve iletişim imkanlarının çok gelişmiş olması ve salgınlar, savaşlar gibi olumsuz nedenlerden dolayı ülke sınırlarının geçirgen olması günümüzde bu değişimleri arttırmıştır. Değişimlerin, gelişmiş kültürlerarası farkındalık, uluslararası bir şirkette daha başarılı olmak, kişinin yurtdışına seyahat etme veya okumaya olan isteğini artırmak gibi kişisel faydalarının yanında, kamu diplomasisi açısından her iki toplum arasındaki çatışmayı engelleyen bir faydası olabilir. Kişiler, diğer grup hakkındaki bilgilerini arttırırsa veya her gruptan önemli kişiler kültürlerarası farkındalıklarını geliştirirse bu iki grup arasındaki çatışmalar azaltılabilir (Mathews-Aydınlı, 2017, s. 1-8).

Bir devletin uzun süre barındırdığı yabancı öğrencilerin sempatisini uzun vadede kazanması ve kamu diplomasisi aracılığıyla yumuşak gücünü pekiştirmesi, değişim programlarını dış politikasında kaynak olarak kullanmasını sağlar (Åkerlund, 2014, s. 394-397). Değişim programları, gidilen ülkedeki bireysel etkileşim sonucu, katılımcıların yanı sıra, ev sahibi ve gönderen ülkelere de faydalar sağlamaktadır. Daha da önemlisi, bu programlar insanları karşılıklı saygı ve anlayış temelinde birbirine bağlayarak insanlığın barış ve dayanışma içinde yaşayabilmesi için ortak bir duygu oluşturmakta ve artan ideolojik kutuplaşma ve ırk temelinde, toplumsal parçalanma ile karşı karşıya olan günümüz dünyasına çözümler sunmaktadır (Sustarsic & Cheng, 2022, s. 119-123).

Farklı kültürlerden gelen öğrencilerin bir arada yaşamaları, ekip yönetimi, çatışma çözümü ve etkili iletişim becerilerine katkı sağlamaktadır. Değişim programlarının etkili kamu diplomasisi araçları olması için değişimlerin kasıtlı ve maksatlı olması gerekir. Ayrıca farklı insanların farklı yerlere gönderilmesi, kültürel yaklaşma içermesi, genç kanaat önderlerinin dahil edilmesi temel amaç olmalıdır. Ortak çıkarlar doğrultusunda, derin kültürler arası ilişkiler, başarılı değişimin temelini oluşturur. Etkili değişim programları genellikle toplum hizmeti, yerel halkın evinde konaklamak ve profesyonel eğitimi içermektedir (Bellamy & Weinberg, 2008, s. 58-62).

Eğitim diplomasisinin verimliliği açısından bir diğer önemli husus da seçilen öğrencilerle ilgilidir. Uluslararası eğitim değişimleri ile kültürünün ve diğer yönlerinin anlaşılmasını isteyen bir ülke, değişim öğrencisinin öğrendiklerinin kendi ülkesindeki çok sayıda insanla paylaşılmasını sağlamalıdır. Bu sayede, düşük bütçelerle gerçekleştirilen değişim programları, çarpan etkisi ile daha fazla insanı etkileyecektir. Bu yüzden, devletler, eğitim ve kültür değişim programlarına, özellikle lider adayları gibi uygun kişilerin seçilmesi için aracı olmaktadırlar. Öğretim elemanı ya da öğretmen olmak isteyen bir öğrenci, öğrenim gördüğü yabancı ülke hakkındaki izlenimlerini zamanı geldiğinde öğrencilerine de aktaracaktır. Politikacı olma olasılığı yüksek olan bir değişim öğrencisi, uluslararası değişim programı aracılığıyla öğrenilmiş olabilecek düşünce ve idealler sayesinde, çok sayıda insanı etkileyerek çarpan etkisi oluşturacaktır (Lima Jr, 2007, s. 240,241).

Değişim programlarına katılanların, sadece kişisel çıkar amacı peşinde koşma ya da programın amacından uzaklaşarak hedef topluma saygı göstermeme olasılığı vardır. Değişim öğrencileri, alkol bağımlılığı ya da vandalizm gibi kötü alışkanlıklar kazanabilirler. Ya da kültürel etkileşim istenen seviyede gerçekleşmeyerek değişim programı kültürel bir geziye dönüşebilir (Bellamy & Weinberg, 2008, s. 62,63). Bu tür olumsuzlukların önüne geçmek için değişim programları dikkatli bir şekilde organize edilmelidir. Genç ve açık fikirli öğrencilerin seçimi, gelen öğrenciler için ağırlayıcı kurumların dikkatli bir şekilde organizasyonu ve değişim öğrencisi üzerinde iyi bir izlenim bırakacak olan gerekli olan bütün düzenlemeleri gerçekleştirmek, değişim programlarının diplomatik rolünün en verimli şekilde kullanılması ve muhtemel sorunların önüne geçmek için gereklidir (Lima Jr, 2007, s. 240,241).

#### **1.4.4. Spor**

Pigman'a göre antik dönemdeki olimpiyatlardan bu yana uluslararası atletizm yarışmalarının diplomatik bir işlevi olmuştur. Bu müsabakalara katılanlar, kendi hükümetlerini, halklarını veya sponsorlarını temsil etmişlerdir. Son yıllarda, uluslararası atletizm etkinliklerinin miktarında ve çeşitliliğinde hızlı bir artış olması ve bilgi ve iletişim teknolojisinde gerçekleşen değişiklikler, uluslararası sporun ifade gücünü önemli ölçüde genişletmiş ve büyük atletizm etkinliklerinin seyircisinin yüz milyonlarca

insana ulaşmasını sağlamıştır. Spor diplomasisi, medya ve seyirci desteği ile uluslararası spor federasyonlarının organizasyonunda, şehir ve ülke markalama, hedef toplumu anlama, ya da çatışma yönetimi aracı olarak kullanılmıştır. Sporu canlı izlemek için binlerce izleyici, mega etkinliklere gitmektedir. Oyunlara ev sahipliği yapmak, genel olarak bir başarı olarak görülmektedir. Yarışmalar boyunca, yazılı yayın, televizyon, radyo ve internet aracılığıyla, ev sahibi ülkenin güzellikleri pazarlanmaktadır (Pigman, 2014, s. 94-97).

İnsanların ortak noktalarından biri de spora olan düşkünlükleridir. Spor, hemen hemen herkesin en çok katıldığı veya en çok izlediği aktivitedir. Irk, cinsiyet, sınıf ve milli gurur sporun içerdiği ve etkilediği kavramlar arasındadır. Spor, bir ulusun imajını değiştirerek diplomasinin önemli bir aracı olarak kullanılabilir. Spor, günümüzün küreselleşmiş dünyasında, her ülkenin yumuşak gücünün temel bir parçası olarak ortaya çıkmaktadır. Milli gururu canlandırmak, ulusal etkiyi arttırmak veya küresel anlayışı geliştirmek için kullanılabilen spor, kamu diplomasisi için etkili bir araç görevi görebilmektedir (Shearer, 2014, s. 53-57).

Geleneksel olarak, hükümetler kasıtlı olarak dış politika hedeflerini sürdürmek amacıyla sporu bir araç olarak görmüşlerdir. Her dört yılda bir düzenlenen olimpiyat oyunları gibi uluslararası mega etkinlikler, gerçekleştiği kısa süre içinde hükümetlere diplomatik fırsatlar sunmaktadır. Ayrıca bu etkinlikler, ev sahibi ülkelere, atletik yeteneklerini, organizasyon becerilerini, kültürlerini, değerlerini veya ideolojilerini sergilemeleri için bir platform sağlamaktadır. Böyle bir etkinliğe ev sahipliği yapmanın ayrıcalığı, mükemmel bir dünya vatandaşlığı ödülü ve kamu diplomasisi için önemli kanalların açılması olarak da değerlendirilmektedir. Bir devletin kamu diplomasisi profili, spor etkinliklerine ev sahipliği yaparak büyük ölçüde artırılabilir. Bir devlet, dünya kupası gibi bir mega etkinliğe ev sahipliği yapma hakkını elde ederse milyarlarca insanın o ülke ile ilgili algısının birkaç hafta içinde iyi yönde değişebilme olasılığı vardır. Modern diplomatik ortamda, ev sahibi ülkenin iyi özellikleri, diğer insanları olumlu yönde cezbedebileceği için spor güçlü bir yumuşak güç aracıdır. Milyarlarca izleyicinin izlediği müsabakalar boyunca, eğer diplomatik duruş, marka ve mesaj iyi geliştirilirse uluslararası toplumların dikkatini çekerek onları etkileme imkânı elde

edilebilir. Bu sayede, çatışmaları azaltmak, siyasi bağları sağlamlaştırmak veya var olan çatışmaları çözmek için de bir fırsat elde edilebilir (Constantinou vd., 2016, s. 617,618).

Cull'un da belirttiği gibi sportif etkinlikler, kamu diplomasisinin her yönü ile ilgili olabilir. Spor etkinlikleri, belli mesajları ve belirli anlamları yansıtmak için sık sık kullanılmakta ve bir kültürel ihracat aracı haline gelmektedir. Yabancı toplumların bir etkinliği izlemesi veya bir etkinlikte yer alma deneyimi, uluslararası ilişkilerde, ilişkileri geliştirmek için güçlü bir araçtır. Spor sayesinde, yabancı toplumların nabzı yoklanıp, hangi branşın revaçta olduğu belirlenerek kamu diplomasisi araçları, buna göre şekillenebilir. Modern olimpiyatlar, diplomasi aracılığıyla ulusların barış içinde yarışması ve kültürel değişimle farklılıkların aşılmasını amaçlamıştır. Oyunlarda, güç, hız ve dayanıklılık gibi yetenekler, ülkelerin ulusal imajının önemini ortaya çıkarmıştır. Olimpiyatlarda, madalya kazanmaktan daha önemli olan ise oyunlara ev sahipliği yapmaktır. Bu şekilde, ülkenin veya şehrin ününü yaymak mümkün olacaktır (Cull, 2008, s. 118-125).

Shearer, oyunların diplomasi aracı olarak kullanılmasının çeşitli örneklerini sergilemektedir. 1971'de, ABD ile Çin Halk Cumhuriyeti arasında yaşanan pinpon diplomasisi, spor diplomasisinin en başarılı örneğidir. Her iki ülkede karşılıklı oynanan masa tenisi turnuvaları sonucunda, çok önemli diplomasi faaliyetleriyle kamuoyu desteği kazanılmış ve ülke liderleri buluşup anlaşmalar imzalayarak normalleşme sürecine girmişlerdir. Ayrıca olimpiyatlar ve turnuvalar da ülke imajına katkı sağlayan spor etkinlikleri olmuştur. Japonya, kendisini 2. Dünya Savaşı'nın yıkımından kurtulmuş bir ülke olarak tanıtmak ve büyük bir ekonomik güç olarak yükselişinin başlangıcını göstermek için uluslararası düzeyde gerçekleştirilen ilk olimpiyatlar olan 1964 olimpiyatlarından yararlanmışır. Diğer bir örnek ise Güney Kore'dir. Kendini, küreselleşmiş önemli bir devlet olarak kabul ettirme çabası içinde olan Güney Kore, 2002'de, Dünya Kupası'na, Japonya ile ev sahipliği yapmıştır. 2008'de olimpiyatlara ev sahipliği yapan Çin, geleneksel kültürünü ve geçmişini başarılı bir şekilde sergilemiştir. Ayrıca bireysel sporcular da başka ülkelerde, önemli etki araçları olmaktadır. Üzerinde Nike formlarıyla Kobe Bryant ve Michal Jordan gibi sporcular, Çin restoranlarının ve

dükkanlarının duvarlarını süslemekte ve ülkede Ulusal Basketbol Birliği / National Basketball Association (NBA) maçları canlı yayınlanmaktadır (Shearer, 2014, s. 53-57).

Cull spor oyunlarının, dış politika aracı olarak da kullanıldığını öne sürerek 1956 Melbourne olimpiyatlarında, Çin Tayvan'ın katılımını; Mısır, Lübnan ve Irak Süveys'e yönelik İngiliz-Fransız saldırılarını; Hollanda, İsviçre ve İspanya, Sovyetlerin Macaristan'ı işgalini protesto etmek için oyunlara katılmadıklarını vurgulamıştır. Ayrıca 1984 Los Angeles olimpiyatlarına, Afrikalı ülkelerin katılmaması için Sovyet ajanları tarafından gönderilen mesajlarla sabote edilmeye çalışıldığını iddia etmektedir (Cull, 2008, s. 118-125).

#### **1.4.5. Turizm**

Uluslararası siyasette, yumuşak güç geliştirme aracı olarak turizm, devletin kendisini dünyaya anlatabileceği bir araçtır. Hedeflenen ülkenin halkları bir ülkeyi takdir ettiğinde, onlarla olumlu bağlar kurma ve hükümet politikalarını etkileme olasılığı daha yüksek olacaktır. Çoğunlukla, kişiler arası etkileşimler sırasında ortaya çıkan yapıcı iletişim, yumuşak gücün oluşturulmasına yardımcı olur. Uluslararası turizm yoluyla, yumuşak gücü artırmak için ülkedeki kültürel turistik cazibe noktalarına ziyaretçi çekmeye odaklanılmaktadır (Yang, 2019, s. 6-19).

Farklı turizm çeşitleri, diplomasi amacıyla kullanılabilir. Bunlardan birisi de kültür turizmidir. Kültür turizmi insanlar, yerler ve kültürel miras arasındaki geçici hareketi içeren turizm olarak tanımlanabilir. Kültür turizmi, dünya ölçeğinde bir ulusun veya yerin olumlu imajını yansıtmada, önemli bir rol oynamaktadır. Kültür turizmi, keşfetmeyi, kültürlerarası anlayışı ve kişisel gelişimi destekleyip dünyayı tanımaya, farklı gelenek ve göreneklerle tanışmaya ve farklı yaşam tarzlarını öğrenmeye yardımcı olur. Bütün bunlar, bir birey için hissetmek, sohbet etmek, tatmak, keşfetmek, seyahat etmek, buluşmak, ilişki kurmak ve öğrenmek demektir (Juréniené & Juréné, 2019, s. 472-483).



Anholt'a göre turizm diplomasisi kapsamında dikkat edilmesi gereken bazı hususlar vardır. Turizm tanıtma ajansı ve ulusal imajla ilgili çalışan paydaşlar arasında stratejik bir iş birliği oluşturmak çok önemlidir. Turizm endüstrisinin sunduğu imaj, özellikle ticareti veya gelen yatırımı teşvik eden kurumlar için alakasız, yararsız ve hatta zararlı olarak görülebilir. Mesela, bazı ülkeler için bakir, boş, kırsal alanlara, dönük gerçekleştirilen eko-turizm tarzı turizm faaliyetleri değerlidir. Oysa bu tür bir turizm, bu bölgelere tesis yatırımı yapmaya karar vermeye çalışan çok uluslu şirketlerin için çok da iyi değildir. Bu tür tutarsızlıklar ülkenin kamu diplomasisi programında ele alınıp uyumlaştırılabilir (Anholt, 2007, s. 88-90).

Melissen'e göre bazı ülkeler, büyük ölçüde turizme bağımlı olan ekonomilere sahip olup turistler için gelişmiş altyapılar kurmuşlardır. Deniz, kum güneş üçlüsüne dayalı geleneksel turizme dayalı alt yapılar kuran ülkeler, daha az para harcayan daha fazla ziyaretçiyi cezbetmeye yönelik şiddetli fiyat rekabeti ile ikame ürünler ve pazarlar riskiyle karşı karşıyadır. Bu nedenle, bir ülke, verimli bir şekilde yönetemeyeceği ve kişi başına nispeten az harcama yapan çok sayıda turist çekebilir. Bu tür geleneksel turizme alternatif olarak, devletler, çok yönlü imaj çalışmaları aracılığıyla, sanatlarını, kültürlerini, tarihlerini, mutfaklarını, mimarilerini, doğal güzelliklerini ve diğer ayırt edici niteliklerini vurgulayarak kendilerini tüketici markaları gibi tanımlayarak ulus markalarını güçlendirebilirler. Bu şekilde, bireysel olarak daha fazla para harcayan daha az ziyaretçiyi cezbetmeye çalışılmalıdır. Tüm bunlar, kültür, spor ve ticaret için bir program tarafından desteklenen ve etkili bir kamu diplomasisi ile bağlantılı olan markaların ihracatının, doğrudan yabancı yatırımının ve turizmi koordine eden bir ulusal markalaşma programının önemini vurgulamaktadır (Melissen, 2005, s. 175,176).

Anholt, turizm diplomasisinin faydalarından bahsederek hedef ülke ile ilgili olumlu izlenimlerin bir sonucu olarak tanıtım yapılan kitle, ülkenin ürünlerini satın almaya, turizm tanıtımında çok olumlu bir şekilde sunulan hizmetleri tüketmeye, ülkenin özellikleriyle ilgilenmeye, kültürel ürünlerini tüketmeye ve bir gün ülkeyi bizzat ziyaret ederek başkalarına tavsiyede bulunmaya meyilli olabileceğini vurgulamaktadır. Turizm bürolarının tanıtımı yoksa veya yetersizse ve hedef kitle de ülkeyi ziyaret etmediyse sahip olunan imaj daha çok haber medyasından, edebiyattan, tarih

derslerinden, diğ er insanların deneyimlerinden, daha az kontrol edilen ve ö ngörülemeyen çe şitli araçlardan kaynaklanacaktır. Bir yeri ziyaret etmek, aynı zamanda insanların tüm ÷ lke hakkındaki gör ü şlerini olumlu hale getirir. Pek çok ÷ lke aslında düşün ÷ lenden çok daha çekicidir ve insanlar gidip görünce ÷ lke hakkındaki düşün celerini de ğ iştirmektedir (Anholt, 2007, s. 88-90).

#### **1.4.6. Yurтта ş Diplomasisi**

Devletler arasındaki etkileş imi geliştirmek için sıradan insanları diplomaside bir araç olarak kullanmak kamu diplomasisinde yaygındır. Yurтта ş diplomasisi fikri, her bireyin, devletin dı ş politikasını her bir seferinde sıkı şılan el ile etkileme yetene ğ ine ve yük ü mlölü ğ üne sahip oldu ğ unu savunur. Buna göre bireyler, yurtdı şındaki de ğ iş imlere katılan veya yabancı de ğ iş im ö ğ rencilerini a ğ ırlayan ve onlarla ba ğ lantı kuran resmi olmayan elçilerdir. Vatanda şlar, gelecekteki gör ü şmeler ve resmi söylemler için çerçeve oluşturarak insanlar arasında, güçlü kiş ilerarası ba ğ lar oluştururlar. Devletler, bu tür de ğ iş im programlarının finansmanının ço ğ unu sa ğ ladı ğ ından, yurтта ş diplomasisi kamu diplomasisinin çok önemli bir parçasıdır. Ayrıca yabancı ÷ lkelere giden konferans katılımcıları, yabancı bir ö ğ rencinin arkadaşı, yurt dı şında yarış an bir sporcu, yabancı meslektaş larını a ğ ırlayan bir politikacı, yurt dı şı turnesine çıkan bir mü zik yıldızı veya yurt dı şındaki bir ş irket temsilcisi, yurтта ş diplomatlarına ö rnektir. Bu kiş ilerinin davranı şları, yabancıların o ÷ lkeye gösterdikleri saygıyı etkilemektedir (Snow & Cull, 2020, s. 112-118).

Yurтта ş diplomasisi ile sıradan insanlar, bir ÷ lkenin temsilcisi olarak hizmet edip devletin deste ğ iyle, isteyerek ya da farkında olmadan, devlet iliş kilerini etkilerler. Devletler, herhangi bir nedenle, doğ rudan ve resmi olarak iletiş im kuramıyorsa resmi bir yetki veya unvana sahip olmayan bireysel vatandaşlar, devlet iliş kilerine yardımcı olabilirler. Vatandaş diplomasisi, siyasi temsillere ek olarak bilim, kültür, spor, turizm, e ğ itim ve diğ er alanlarda bilgi alış veriş ini içerebilmektedir. Aynı zamanda, farklı ÷ lkelerden olan evlilikler ve arkadaşlıklar, pul koleksiyonculu ğ u, amatör radyoculuk de ğ iş im programları ve online oyunlar gibi bireyin sosyal, kültürel, e ğ itimsel, siyasi veya ekonomik hayatını etkileyen her türlü davranı ş, yurтта ş diplomasi kapsamına girmektedir (Hajdu & Ståhlberg, 2020, s. 9-12). Yurтта ş diplomasisi, farklı ÷ lkelerden

insanlar arasında daha iyi kùltürler arası farkındalık ve bilgiyi teşvik eden, karşılıklı anlayış ve saygıyı artıran, genel olarak gönüllü, özel sektör faaliyetlerine bireylerin katılımıdır. Kamu diplomasisi, hükümet tarafından, ülkenin dış politikası hakkında olumlu ve güvenilir izlenimleri destekleyen bu tür eylemler ve programlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Yu, 2018, s. 48-51).

Yurttaş diplomasisi, siyasi liderlerin ya da sivil toplum örgütlerinin çözemediği ve uzun süredir devam eden devletler arası anlaşmazlıkları yumuşatarak potansiyel katkı sağlar ve sorunların çözümüne yardımcı olan alternatif bir çatışma çözümü yaklaşımını ifade eder. Devletler arasında var olan diplomasi faaliyetlerine alternatif olmaktan ziyade, resmi diplomasiyi tamamlayıcı bir faaliyet yürütür. Bireyler, sivil toplum kuruluşlarının engelli çocuklar, kardeş şehirler, hayvan hakları, iklim değişikliği, gençler arası iletişim, sanat sergileri veya insan hakları gibi faaliyetlerinde rol alabilirler. Bu tür aktiviteleri gerçekleştiren bireyler, kültürel, sosyolojik veya ekolojik herhangi bir konuda uzmandırlar ve bir yabancı dili de akıcı bir şekilde konuşurlar. Emirlerle bağlı kalmadan, kendi değer yargılarına göre hareket ederek farklı süreçlerde görev alabilirler (Fulda, 2019, s. 189-192).

## 2. UNESCO ve KAMU DİPLOMASİSİ

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü / United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) İkinci Dünya Savaşı'nın sonunda kurulduğu zamandan itibaren önemli oranda ilgi görmüştür. UNESCO'nun temel evrensel ilkelerini oluşturan barış, kültür ve eğitim, kuruluşun itibarına katkıda bulunan güçlü semboller olmuştur. Güçlü bir görsel kimliğe sahip olan logosu ve insanların zihninde barışı inşa etme hedefi, bu olumlu kimliğe katkıda bulunmaktadır. Uluslararası iş birliğini öne çıkarması, kültürel mirası korumaya yönelik yaptığı öncü çalışmaları, bilimsel yayınları ve dünya miras alanlarının UNESCO aracılığıyla korunması, en belirgin ve en çok takdir edilen misyonları arasındadır. Öte yandan UNESCO, karmaşık, pasif, uzun bürokrasisi nedeniyle eleştirilmekte ve en az başarılı BM kuruluşlarından biri olarak algılanmaktadır. Uluslararası alanda UNESCO'nun imajı ülkeden ülkeye de farklılık göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde, UNESCO'nun faaliyetlerine önem verilirken gelişmekte olan ülkelerde faaliyetleri hakkında, toplum nezdinde, çok fazla bilinç yoktur (Snow & Cull, 2020, s. 231-232).

Kuruluşundan beri faaliyetleri dikkate alındığında UNESCO'nun kararlarının tutarlılığı daha belirgin hale gelmektedir. UNESCO'nun temel amacı, çatışma, doğal afetler, zamanın etkisi, ekonomik büyüme veya ihmal gibi çeşitli olumsuzluklardan dolayı zarar gören her türlü mirası korumaktır. Dayanışma, teşvik, eğitim, uzmanlığı yayarak ve farkındalık yaratarak bu amacını elde etmeye çalışmaktadır. Önemli olan bir diğer nokta ise mirası belirlemek, ona insan çeşitliliğini ve birliğini temsil edebilecek bir anlam vermek ve insanlığın ortak tarihiyle geleceği beslemektir (UNESCO, 2002, s. 49).

UNESCO, insanların zihnindeki savaşı engelleyerek ve evrensel kültürel mirası gelecek nesillere de aktararak korumayı amaçlamaktadır. UNESCO, önceki nesillerden miras almaya hakkı olduğu düşünülen şeyleri, gelecek nesillere aktarmanın herkesin sorumluluğunda olduğunu vurgulamaktadır. Bu, farklı kültür formlarının, anıtların, yayınların ve sanat eserlerinin çok değerli olduğu ve onları korumanın herkesin sorumluluğunda olduğu anlamına gelir. UNESCO, kültürel eserlerin, sanat ve bilim

tarihindeki önemi sayesinde, uluslararası bir dayanışma ortamı olacağını varsayar. UNESCO'nun kurulduğu dönemde, yeni ulusların bağımsızlığını kazanması ile bir anıtın, yeni kurulan devletler için millet ve kimlik gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bunun sonucunda, yeni kurulan devletler, UNESCO'yu millet ve kimlik geliştirme aracı olarak görmekteydiler (UNESCO, 2002, s. 46).

1946'da, 44 üye devletin imzası ile kurulan UNESCO'ya, 193 devlet üyedir. Eğitim, doğa bilimleri, okyanus çalışmaları, sosyal ve beşeri bilimler, kültür ile iletişim ve bilgi gibi uzmanlık alanlarına sahip olan UNESCO'nun 54 ülkede, 2200 çalışanı ve 136 enstitüsü vardır (UNESCO, 2023b). Ayrıca 2022 yılı sonu itibarıyla, üye devlet ve bağışçılardan gelen 1,5 milyar dolar bütçe ile 1680 projede yer almaktadır (UNESCO, 2022c).

UNESCO, üç ana yürütme organı tarafından yönetilir. Bunlardan ilki, Genel Konferans olup UNESCO'ya üye ülkelerden gelen delegelerden oluşur. Her iki yılda bir toplanır ve üye devletler ile ortak üyelerin yanı sıra, üye olmayan devletlerin ve sivil toplum örgütlerinin, izleyici olarak örgüte katılma hakkı vardır. Büyüklüğü veya bütçeye katkısı ne olursa olsun, her devletin bir oy hakkı vardır. Genel Konferans, UNESCO'nun programlarını ve bütçesini oluşturmakla görevlidir. Ayrıca her dört yılda bir diğer organların üyelerini seçer. İkinci yönetim organı olan Yürütme Kurulu, UNESCO'nun genel yönetiminden sorumludur. Genel Konferans'ın faaliyetlerini planlar ve kararların doğru bir şekilde uygulanmasını sağlar. Genel Konferans, her iki yılda bir, Yürütme Kurulu'na belirli görevler verir. Üçüncü organ olan Sekreterlik kuruluşun idare organı olup genel direktör ve ona bağlı personelden oluşur (UNESCO, 2023b).

UNESCO genel kurulundaki üyelerin oyuyla seçilen Dünya Mirası Komitesi, danışma kurulları ve sözleşmeye taraf olan devletlerle ortaklaşa çalışarak koruma altına alınacak olan eserlerle ilgili çalışmalarını yerine getirir. Komite'nin 21 üyesi olup üyeler 6 yıllığına seçilirler. Komite'nin temel görevi, Dünya Mirası Sözleşmesi'ni uygulayarak eserleri koruma altına almaktır. Ayrıca dünya mirası fonunun yönetilmesinden ve taraf

devletlerden gelen talepler doğrultusunda, fon tahsis edilmesinden sorumludur. Komite, bir eserin Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilmesine, nihai olarak karar veren merciidir. Komite, varlıkların etkili bir şekilde korunmadığı durumlarda, kayıtlı varlıkların korunma durumuna ilişkin raporları değerlendirir ve taraf devletlerden önlem alınmasını talep eder. Ayrıca Tehlike Altındaki Dünya Mirası Listesi'ne, varlıkların eklenmesi veya çıkarılması hakkında kararlar verir (UNESCO, 2021a, s. 14,15).

UNESCO, son zamanlarda, özellikle Afrika ve toplumsal cinsiyet eşitliği gibi küresel konulara odaklanmıştır. Ayrıca herkes için kaliteli eğitim ve yaşam boyu öğrenme, sürdürülebilir kalkınma için bilimin kullanılması, ortaya çıkan sosyal ve etik zorlukların ele alınması, kültürel çeşitlilik, kültürlerarası diyalog ve barış kültürünün teşvik edilmesi ile bilgi ve iletişim yoluyla kapsayıcı bilgi toplumlarının inşa edilmesi gibi bir dizi kapsayıcı konu da UNESCO'nun gündemi arasındadır. Bu öncelikleri ve hedefleri yerine getirmek için hesap verilebilirlik ve şeffaflık içinde faaliyetler yürütülür (UNESCO, 2010, s. 4).

UNESCO, özellikle Uluslararası Müzeler Konseyi / International Council of Museums (ICOM), Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi / International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) Uluslararası Kriminal Polis Teşkilatı / International Criminal Police Organization (INTERPOL) ile iş birliği içinde çalışarak devletlere yasalar geliştirme ve profesyonelleri yetiştirme konusunda yardımcı olur. Çalınan eserlerin listesinin ülkeler arasında paylaşımını kolaylaştırarak bu eserler için veri tabanı oluşturulmasına yardımcı olur (UNESCO, 2002, s. 47).

## **2.1. UNESCO'nun Tarihi**

Sanayi devriminin hem kentsel hem de kırsal alanlarda meydana getirdiği hızlı değişikliklerin sonucunda, geçmişe yönelik geniş ilginin ortaya çıktığı 19. yüzyılda, koruma ve miras bilinci ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda, doğal güzellikler, tarihi yapılar ve yapı grupları tarafından temsil edilen geçmişin nasıl ve ne şekilde korunması gerektiği ile ilgili ilk çalışmalar bu dönemde görülmüştür. Ayrıca miras eserlerinin doğru bir şekilde korunmasına yönelik farklı yaklaşımlar, dünyanın birçok ülkesinde

ortaya çıkmaya başlamıştır. 20. yüzyılda da koruma ile ilgili çalışmalar devam ederek 1904 Madrid’de düzenlenen Mimari Anıtların Korunması ve Restorasyonu konferansında, her ülkenin kendi koruma kurullarını oluşturarak tarihi, estetik ve mimari değerlerini koruması tavsiye edilmiştir (Woodward & Cooke, 2023, s. 5-7). 1931’de, Atina’da, Milletler Cemiyeti nezdinde, Uluslararası Müzeler Bürosu tarafından düzenlenen konferansta, koruma ve restorasyonla ilgili ortak kurallar belirlenerek ülkelerin iş birliği yapmaları tavsiye edilmiştir (Carta Del Restauro, 1931).

İkinci dünya savaşı sırasında, tarihi şehirler yok olurken korumaya yönelik çalışmalar daha çok taşınabilen miras değerleri ile ilgili olmuştur. Müttefikler, savaşın son yıllarında, Avrupa genelinde, tarihi ve kültürel açıdan önemli sanat eserlerini, belgeleri ve anıtları korumak için Naziler tarafından yağmalanan sanat eserlerini kurtarmaya ve sahiplerine iade etmeye çalışmışlardır (Bowling & Moske, 2014, s. 1). İkinci dünya savaşının hemen ardından, harap olmuş tarihi şehirler, arkeolojik alanlar ve tarihi yapılar için uygun restorasyon planları hazırlanmıştır. 1939 ile 1945 arasındaki altı yıllık savaş sırasında, dünyanın birçok yerinde bulunan eserlerin yok edilmesi ile mirası korumayı, uluslararası diplomasi için yararlı bir araç olarak gören bir koruma hareketi ortaya çıkmıştır. Bu hareketler sonucunda, 1945 yılında UNESCO kurulmuştur (Woodward & Cooke, 2023, s. 7,8). Özel yerleri korumak, iki dünya savaşı sırasında benzersiz yıkım ile gelen miras kaybına karşı çok geniş bir uluslararası tepkinin bir parçasıdır. Kültür varlıklarının bombalanması, yağmalanması ve yasa dışı kaçakçılığı, UNESCO ve diğer kuruluşları gelecekte bu tür kayıpları önlemek için hayati tedbirler almaya sevk etmiştir (Cameron & Rössler, 2013, s. 25).

16 Kasım 1945 yılında kurulan UNESCO’nun tüzüğüne göre savaşlar insanların zihinlerinde başladığı için barışın inşa edilmesi gereken yer de insanların zihinleridir. Tarih boyunca, insanların birbirlerinin yaşam tarzları hakkındaki bilgisinin eksikliği, insanlar arasında tekrarlanan bir güvensizliğin doğmasına neden olarak savaşların kaynağı olmuştur. İnsanların onuru, eşitliği ve karşılıklı saygısı gibi demokratik ideallerin reddedilmesi ve bunun tam tersine, cehalet ve önyargı yoluyla, insanlar ve ırklar arasındaki eşitsizliğin yayılması, yeni sona eren muazzam ve korkunç savaşın nedenidir. Kültürün daha geniş alanlara dağılması ve insanların adalet, özgürlük ve barış

için eğitilmesi, insanlık onuru için gereklidir ve bunu yerine getirmek, tüm ulusların karşılıklı yardımlaşma ruhu içinde yerine getirmeleri gereken kutsal bir görevdir. Yalnızca, hükümetlerin siyasi ve ekonomik düzenlemelerine dayanan bir barışın kalıcı ve tüm ulusların samimi desteğini sağlayabilecek bir barış olmayacaktır. Barışın, insanlığın entelektüel ve ahlaki dayanışması üzerine kurulması ve ırk, cinsiyet, dil veya din ayrımı yapmaksızın, eğitim, bilim ve kültür aracılığıyla adalete, hukukun geçerliliğine, özgürlüklere ve insan haklarına olan evrensel mutabakatı arttırarak uluslar arasında iş birliği ile barış ve güven ortamına katkı sağlaması için UNESCO kurulmuştur (UNESCO, 1945, s. 278).

UNESCO miras dahil olmak üzere bütün kültürel değerleri korumak için işbirlikçi çabalara vurgu yaparak geçmişin daha iyi anlaşılmasını ve buna uygun olarak geleceğin şekillenmesini sağlamaya çalışmıştır. UNESCO tarafından desteklenen dünya mirası hareketinin ilk çalışmaları öncelikle, savaşın getirdiği yıkımın farkına varılmasını sağlamak, savaş sonrası toparlanma ve yeniden yapılanmanın zorluklarına ilişkin endişeleri gidermek ve 1950'lerde kentsel gelişimle bağlantılı kayıp ve yıkımı engellemek üzerine olmuştur. Dünya mirası hareketini çağdaş, çok uluslu ve idealist bir hareket olarak görülmüştür (Woodward & Cooke, 2023, s.s 7,8).

UNESCO, koruma üzerine uzmanlaşan çeşitli kuruluşların da kurulmasını sağlamıştır. 1946'da UNESCO himayesinde kurulan ICOM (Uluslararası Müzeler Konseyi / International Council of Museums) karşılıklı anlayış ile iş birliği aracılığıyla müzelerdeki eserlerin belgelenmesi, müze teknikleri ile ilgili standart uygulamalar, eserlerin onarımı ve restorasyonu ile gerekli eğitimlerle uzmanların yetiştirilmesi amacıyla, 14 ülkenin taraf olduğu sözleşme ile kurulmuştur (Baghli vd., 1998, s. 6-22). 1948'de Uluslararası Doğa ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği / The International Union for Conservation of Nature (IUCN) kurularak bilim adamlarını, örgütleri ve ulusal hükümetleri küresel bir ittifakta birleştirmek amaçlanmıştır. IUCN, dünya çapındaki toplumların doğanın bütünlüğünü ve çeşitliliğini muhafaza etmeleri ve doğal kaynakların adil ve çevre dostu bir şekilde kullanmalarını temin etmek için çalışır. Bu amaçla, insanları etkilemek, teşvik etmek ve desteklemek için çaba gösterir. Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilmek üzere önerilen varlıkları değerlendirmek, doğal dünya



mirası alanlarının koruma durumunun kaydını tutmak, taraf devletler tarafından yapılan uluslararası yardım taleplerini incelemek ve bunları desteklemek IUCN'un yapması gerekenler arasındadır (UNESCO, 2021a, s. 19). IUCN kurulduğundan beri 1.400'den fazla üye kuruluşun ve 15.000 uzmanın bilgi birikimini, bağlantılarını ve kaynaklarını kullanarak dünyanın en büyük ve en çeşitli çevre ağı haline gelmiştir. IUCN, çeşitliliği ve bilgi derinliği sayesinde, doğal mirası korumak için atılması gereken adımlar konusunda en önde gelen otoritedir (IUCN, t.y.).

UNESCO, kuruluşundan kısa süre sonra yaptığı önemli işlerden birisi, Lahey'de, 1954'te imzalanan, silahlı çatışma durumunda kültür varlıklarının korunması ile ilgili olan sözleşmedir. Günümüzde, 133 ülkenin taraf olduğu sözleşme, mimari, sanatsal veya tarihi anıtları, arkeolojik alanları, sanat eserlerini, el yazmalarını, kitapları ve diğer sanatsal, tarihi veya arkeolojik öneme sahip nesnelere yanı sıra, her türlü bilimsel koleksiyon gibi kültürel varlıkları, kökenleri veya mülkiyetleri ne olursa olsun, korumayı amaçlamaktadır (UNESCO, 2021b). Bu sözleşmeye göre devletler, insanların kültürel mirası için yüksek değere sahip taşınabilir veya taşınmaz kültürel varlıkların tahrip edilmesini, yağmalanmasını veya güvenli olmayan şekilde kullanılmasını reddetmeyi ve bu tür risklerden kaçınmak için adımlar atmayı taahhüt etmektedir. Ayrıca sözleşmeye göre envanter almak, önemli varlıkları belirlemek ve özel depolama tesisleri kurmak gibi proaktif ve önleyici eylemleri de içeren tedbirleri almak da devletlerin yükümlülüğü arasındadır. Uluslararası olmayan savaş durumlarında veya kültürel varlıkların taşınması ve satın alınması gibi özel durumlar için kurallar da anlaşmada yer almaktadır (UNESCO, 2002, s. 46).

1956'da kültürel varlıkların onarılması ihtiyacına yanıt olarak Kültür Varlıklarının Korunması ve Restorasyonu Uluslararası Araştırma Merkezi / The International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property (ICCROM) kuruldu. Yeni Delhi'deki UNESCO Genel Konferansı'nda, restorasyon yöntemlerini araştırmak ve geliştirmek için uluslararası bir merkez kurulması önerisi kabul edilerek ICCROM oluşturuldu. Merkez, çeşitli kültürel varlık biçimlerinin korunması ve restorasyonu için küresel çapta uzmanlar ve uzmanlaşmış kuruluşlar ağı ile UNESCO ile yakın iş birliği içinde, üye devletleri desteklemek için

dünya çapındaki bilimsel misyonları koordine etmektedir (ICCROM, 2016). ICCROM, temel olarak, kültürel miras eğitimi için hizmet etmek, dünya mirası alanlarının ne kadar iyi korunduğunu takip etmek, taraf devletlerin uluslararası yardım taleplerini değerlendirmek ve kapasite geliştirme girişimlerine, fikirlerle katkıda bulunmak ve bunları desteklemek ile yükümlüdür (UNESCO, 2021a, s. 18).

1959'da UNESCO tarafından hazırlanan acil olarak kurtarılması gereken kültürel miras değerleri raporunda, Mısır'daki Nubia'da yer alan Abu Simbel tapınağı ve etrafındaki birkaç tapınak ilk sırada yer almıştır. O sıralarda, Nil nehri üzerinde yapımı devam eden Asvan Barajı altında kalacak olan tapınağı taşımak, daha yeni kurulan ve mirası koruma misyonuna sahip olan UNESCO için ilk önemli görev olarak görülmekteydi. Arkeologlar, Mısır bilimciler, mimarlar, teknisyenler, mühendisler politikacılar, diplomatlar, kültür çalışanları ve özellikle UNESCO uzmanları, ortak bir miras hedefi üzerinde çalışarak hem entelektüel hem de teknik bilgi içeren, kapsamlı ve uluslararası çaba sayesinde, UNESCO kampanyası başarıya ulaşarak tapınağın su altında kalması engellendi. 1960'ta başlatılan çalışmalarla, UNESCO desteği ile katkıda bulunan üye devletler, Mısır ve Sudan hükümetleri arasında Nubia'da, planlanan kazıları yürütmek ve tehdit altındaki anıtları, taşkın bölgesinden taşımak için yakın iş birliği kuruldu. İlk başlarda, UNESCO sadece üye devletler arasında, iş birliği ve eşgüdüm sağlamıştır Zamanla, UNESCO'nun rolü bütün kurtarma ve taşıma görevini üstlenmek olmuştur. Farklı ülkelerde, düzenlen sergi ve konferanslarla, kurtarma programına dikkatler çekilmiştir. 1968'e kadar süren çalışmalarda, tapınakların büyük kısmı kesilip, sınıflandırılarak orijinal yerinin 64 metre yukarısına taşınmıştır. Geri kalan çalışmalar ise 1978 yılında tamamlanmıştır. Nubia tapınaklarının kurtarılması UNESCO'nun önceliklerini kültürel korumaya yönlendirdi. Dünya çapında paylaşılan bu sorumluluk ve iş birliği, 1972 Kültür ve Doğal Varlıklarını Koruma Sözleşmesi'nin oluşturulmasına giden yolun öncüsü olmuştur (Zaki, 2019, s. 22-30). Nubia Kampanyası, dünya toplumunun kırılğan ve risk altında olduğu düşünülen mirası korumak için bir araya gelebileceğini ve birlikte çalışabileceğini göstermiştir (Woodward & Cooke, 2023, s. 9).

1965'te UNESCO'ya bağlı bir sivil toplum örgütü olarak Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi / International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) kurulmuştur.

ICOMOS'un hedefi, anıtların korunması, kullanılması ile geliştirilmesini teşvik etmektir (*ICOMOS' mission*, 2011). Ayrıca kültürel mirasın korunması için bilgi, uygulamalı ve bilimsel koruma yöntemlerinin kullanılmasını sağlamak görevleri arasındadır. 1964'te, Venedik'te onaylanan anıtların ve alanların korunması ve restorasyonu ile ilgili sözleşme (Venedik Sözleşmesi) ICOMOS faaliyetlerinin temelini oluşturur (UNESCO, 2021a, s. 18).

1970'te Kültür Varlıklarının Yasa Dışı İthalat, İhracat ve Mülkiyet Transferinin Yasaklanması ve Önlenmesi İle İlgili Sözleşme Paris'te kabul edilmiştir. Sözleşmede, kültürel miras, arkeolojik, tarihsel, edebi, sanatsal, bilimsel ya da dini sebeplerle açıkça önemli olarak kabul edilen eserler olarak tarif edilmiştir ve hangi eserlerin kültürel eser olacağı, detaylı olarak belirtilmiştir (UNESCO, 1970, s. 1-23). Bu sözleşmeye taraf olan devletler, kültürel varlık kaçakçılığını yasaklamak ve önlemek için adımlar atmaya teşvik edilmektedir. Kültürel varlıkların iadesi ve restorasyonu, sözleşme için hayati önem taşımaktadır. Sözleşmenin misyonu sadece hatırlamak değil, aynı zamanda insanların kimliklerini temelden savunmalarını sağlamak ve barışçıl toplumlar yaratarak dayanışma ruhunu güçlendirmektir. Günümüzde, 143 devletin taraf olduğu sözleşme ile tarihi eserlerin kaçakçılık faaliyetlerine konu olması engellenmeye çalışılmakta ve kaçırılan eserlerin hangi yollarla iade edileceği sözleşmede yer almaktadır (UNESCO, 2020). Gelişmiş bazı ülkeler, bu sözleşmeye çeşitli nedenlerden dolayı taraf olmayarak bu sözleşmenin kaçakçılığı engelleme girişimlerinin etkisini azaltmakta ve miras eserlerinin tam olarak korunmasını engellemektedirler (Meskell, 2002, s. 563-569).

1972 yılına gelindiğinde, Abu Simbel gibi, uluslararası toplumda öne çıkan koruma girişimlerinin yanı sıra, doğal güzelliklerin, yapıların ve türlerin kaybının oranı ve boyutu konusunda artan bir kamuoyu ve uzman farkındalığı ortaya çıkmıştır. Öncelikli olarak, doğal mirasa odaklanan bilim adamları ve kültürel mirasla ilgilenen mimarlar, arkeologlardan oluşan çok çeşitli disiplinlerdeki uzmanlar ve bilim insanları, uluslararası koruma alanlarının belirlenerek modern dünya harikaları listesinin oluşturulması için kampanya yürütüyorlardı. Böylece, 1972'deki kültür ve doğal varlıkları koruma sözleşmesi ortaya çıkmıştır (Woodward & Cooke, 2023, s. 12).

1972 Kültür ve Doğal Varlıklarını Koruma Sözleşmesi'nde, kültürel ve doğal miras tanımları yapılarak ülkelerin bunları nasıl koruması gerektiği ile ilgili kararlar alınmıştır. Bu sözleşmede, eserlerin korunmasını sağlamak için kültürel ve doğal mirası detaylı planlama programlarına dahil etmenin yanında, onlara topluluk yaşamında bir amaç vermeyi hedefleyen temel bir strateji benimsenmiştir. Doğal ve kültürel varlıkların korunması, muhafazası ve teşhiri amacıyla görevlerini yerine getirmek üzere uygun personel ve donanımına sahip hizmet birimleri kurmak, kültürel veya doğal mirasa yönelik tehditlere karşı koymayı sağlayacak bilimsel araştırmalar yürütmek ve bu mirasın tespiti, korunması, muhafazası, teşhiri ve rehabilitasyonu için gerekli tedbirleri uygulama sorumluluğu ye devletlere verilmiştir (UNESCO, 1972, s. 2-3).

1972 Dünya Mirası Sözleşmesi, dünyanın en seçkin doğal ve kültürel hazinelerinin belirlenmesi ve korunmasında, uluslararası iş birliği için hükümetler arası bir ereve sağlayan, yasal olarak bağlayıcı olan bir anlaşmadır. Anlaşma, taraf devletlerin uygun alanları belirleme konusundaki yükümlülüklerini ve bunların korunması ve sürdürülmesindeki sorumluluklarını ana hatlarıyla belirtir. Sözleşmeyi onaylayan her devlet, dünyanın kültürel ve doğal varlıklarını korumak için uluslararası iş birliği sistemine katılır ve kendi topraklarında, dünya mirası alanlarını korumayı taahhüt eder. Sözleşmeye taraf devletlerin, kültürel ve doğal mirasın korunmasını, bölgesel planlama programlarına dahil etmeleri ve alanlarında çalışan uzmanlar için bilimsel ve teknolojik araştırmalar yürütmeleri gerekmektedir (UNESCO, 2021a, s. 8).

2001'de Sualtı Kültürel Mirasının Korunması Sözleşmesi kabul edilerek insanlığın kolektif mirasının hayati bir bileşeni ve devletlerin ortak geçmişleri bakımından birbirleriyle olan etkileşimlerinin önemli bir yönü olarak sualtı kültürel mirasının önemi vurgulanmıştır. Bu sözleşme kapsamında, sular altında kalmış kültürel, tarihi veya arkeolojik bileşenlere sahip olan her türlü insan kalıntısı, sualtı kültürel mirası şeklinde tanımlanarak devletlerin bu eserleri nasıl koruyacağı ve eğitim amacıyla nasıl kullanacağı açıklanmıştır (UNESCO, 2001, s. 1-20). UNESCO, dünya kültürel mirasının korunmasını sağlamak için su altı kültürel mirası aracılığıyla, halkı eğitmek ve sualtı arkeologlarını yetiştirmeyi amaçlamıştır. Ayrıca devletleri, standart koruma

kriterleri oluşturmaya teşvik etmektedir. Sözleşme kapsamında, tüm taraflarca uyulması gereken temel koruyucu ilkeler belirlenerek devletlerin eş güdüm içinde yağmacıların suç ticaretini durdurmaları istenmektedir (Guérin vd., 2010, s. 25).

Dünya Miras Sözleşmesi'ne göre korunması gereken değerler arasında sadece somut olan eserler vurgulanıp somut olmayan kültürel miras üzerinde durulmamıştır. 2003 yılında, kültür kavramı, uzun süredir devam eden tartışmaların sonunda, yeniden tanımlanarak somut olmayan değerlerin de koruma altına alınmasına karar verilmiştir. Bu tarihe kadar sadece somut kültürel mirasın korumaya alınmasında, UNESCO'nun II. Dünya Savaşı sonrası ve yeni devletlerin ortaya çıktığı dönemdeki siyasi ve sosyoekonomik ortamdaki öncelikleri etkili olmuştur. Ayrıca toplu fikri mülkiyet haklarının yasal nitelikleri bu süreçte, tam olarak belirlenemediği için somut olmayan kültürel mirasın koruma altına alınmasına yönelik çalışmaların, 1972 sözleşmesi kapsamına alınmaması kararlaştırılmıştır. Farklı dönemlerde müzik, yayın hakları veya dillerin korunması ile ilgili çalışmalar yapılmasına rağmen, koruma ve kurtarma kampanyalarında öne çıkan özellikler somut kültürel miras değerleri ile ilgiliydi (UNESCO, 2011b, s. 4-5).

UNESCO Genel Konferansı tarafından 1989'da alınan kararda geleneksel folklorun korunması konusunda tavsiyede bulunulmuştur. Geleneksel kültür ve folklor kavramı, nesiller arasında aktarılan adetlerin, inançların ve yaratıcı eserlerin bütünü olarak tanımlanarak el sanatları, gelenekler, dil, mitoloji, müzik ve sanat formları gibi çeşitli ifade biçimleri şeklinde sıralanmıştır. Alınan kararda, geleneksel kültür ve folklorun insanlığın evrensel mirası olduğu belirtilerek farklı sosyal grupları bir araya getirmenin bir aracı olarak vurgulanması gerektiği belirtilmiştir. Özellikle sözlü gelenekle ilgili olan bazı geleneksel kültür ve folklor biçimlerinin kırılganlığı ve hükümetlerin koruma konusunda kararlı bir rol oynamasının gerekliliği vurgulanmıştır. Ulusal envanter oluşturmak için uygun araştırmaların yapılması, geleneksel kültür ve folklorla ilgili kurumların belirlenmesi ve kayıt sistemlerinin geliştirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Geleneksel kültür ve folklorla bağlantılı olan geleneklerin statüsünü ve ekonomik desteğini garanti altına almak için önlemlerin alınması gerektiği

vurgulanmıştır. Üye devletler, bu tavsiye kararının uygulanmasına ilişkin olarak aldıkları önlemlere ilişkin raporlar sunmaya teşvik edilmiştir (UNESCO, 1989).

2003 yılına gelindiğinde ise kültürel miras ifadesi, UNESCO tarafından oluşturulan araçlarla yeni bir anlam kazanmıştır. Kültürel miras, anıtların ve malzeme koleksiyonlarının ötesine geçerek sözlü gelenekler, sahne sanatları, sosyal uygulamalar, törenler, kutlamalar, doğayla ilgili tecrübe ve uygulamalar ya da el sanatlarını üretme becerileri, atalarımızdan bize kalan ve gelecek nesillere aktarılacak olan canlı ifade örnekleri somut olmayan kültürel miras olarak tanımlanmıştır (UNESCO, 2011c, s. 3). Bu tarihte, kabul edilen 2003 Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nde, gerekli tanımlamalar ve kısıtlar belirlenerek devletlerin bu tür kültürel mirası, yerel ve uluslararası düzeyde nasıl koruyacakları ile ilgili önlemler, sözleşmede yer almıştır (UNESCO, 2022a, s. 3-15).

## **2.2. Miras Kavramı**

Harrison'a göre miras çok geniş bir kavram olup yapılar, anıtlar gibi somut olan şeyleri ya da şarkılar, festivaller ve diller gibi somut olmayan her şeyi içerebilir. Ayrıca miras, büyük ya da küçük, görkemli ya da mütevazı, doğal ya da insan yapımı çeşitli nesnelere de içermektedir. Doğal bir manzaradan, arkeolojik alanlardaki küçük kemik, taş ve kömür parçalarına kadar her şeyi tanımlamak için kullanılabilir. Miras, bir ulusun tarihi ile olan ilişkisi ve geçmişte yaşananların günümüze yansımaları ile ilgilidir. Miras, geçmişle herhangi bir şekilde, bağ oluşturularak günümüze yansıyan her şeydir. Gözle görülebilen somut fiziksel nesnelere ya da somut olmayan, maddi nesnelere bağlı olmayan düşünceler ve uygulamalar da miras kapsamına girmektedir (Harrison, 2013, s. 5-18).

Miras kavramı, UNESCO tarafından kültürel miras ve doğal miras olarak iki ana kategoride incelenmektedir. Araştırma, koruma veya doğal güzellik açısından önemli olan doğal alanlar, nesli tükenmekte olan hayvan ve bitki habitatları, jeolojik ve fizyografik oluşumlar ve sınırlandırılmış bölgeler doğal mirası oluşturmaktadır. Botanik bahçeleri, hayvanat bahçeleri, akvaryumlar ve tabiat parkları ve rezervleri doğal miras

kapsamında ele alınmaktadır. Kültürel miras ise simgesel, estetik, sanatsal ve tarihi niteliklerinin yanı sıra etnolojik, antropolojik, bilimsel ve sosyal önemler gibi farklı değerlere sahip olan eserlerin, anıtların, yapı gruplarının ve mekanların tümünü içermektedir (UNESCO, 2009, s. 25). Bu kapsamda, tarihi şehirler, dini alanlar, sualtındaki eserler ve müzeler kültürel miras alanları; her türlü el sanatları taşınabilir kültürel miras olarak; sözlü gelenekler, diller, festivaller, geleneksel sporlar, ayinler, inançlar, müzik, şarkı, sahne sanatları, geleneksel tıp, edebiyat, yemek ve pişirme sanatı ile oyunlar somut olmayan kültürel miras olarak değerlendirilebilir (UNESCO, 2002, s. 22-42).

UNESCO, kültürel ve doğal varlıkların sadece doğal nedenlerden dolayı değil, aynı zamanda, ekonomik ve sosyal nedenlerden dolayı yok olma tehdidi altında olduğunu belirterek dünya çapında, bütün mirasların korunması gerektiğini belirtmiştir. Bir mirasın ulusal boyutta korunması, ihtiyaç duyulan kaynakların yetersizliği ve korunacak varlığın bulunduğu ülkenin kaynaklarının yetersiz olması nedeniyle bazen yetersiz kaldığından, uluslararası çaba ve bilinçle mirasların korunması gerektiği UNESCO tarafından vurgulanmıştır (UNESCO, 1972, s. 1).

Miraslar korunmazsa unutkanlık, bozulma, erozyon, aşınma ve yıpranma ihtimalinin yanında, bir yapının yıkılması ya da yok edilmesi, bir alanın madencilik gibi nedenlerle yıkılması, bir bitkinin veya hayvanın neslinin tükenmesi, savaş zamanlarında bir grup insanın soykırımı gibi nedenlerden kaynaklı yıkım, tahribat görülebilir. Ayrıca miras kayıt altına alındığı tarihte, doğrudan bir tehdit altında olmasa bile miras listesine kaydedilerek gelecekte olabilecek herhangi bir tehlikeye karşı korunması sağlanmış olmaktadır (Harrison, 2013, s. 5-10).

### **2.2.1. Kültürel ve Doğal Miras**

Miras kavramı, Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme'ye göre kültürel ve doğal miras şeklinde iki başlıkta ele alınarak sınırlandırılmıştır. Tarih, sanat veya bilimde istisnai küresel öneme sahip olan mimari değerler arasında yer alan anıtlar, arkeolojik malzemeler, binalar, yazıtlar, mağara evler,

yapı grupları, doğa ve insanın bir araya getirdiği eserler ile tarih, estetik, etnoloji veya antropoloji açısından olağanüstü küresel öneme sahip arkeolojik alanları içeren yerler kültürel miras olarak tanımlanmıştır. Doğal miras kapsamına, olağanüstü değere sahip fiziki ve canlı oluşumlardan, bunların karışımından oluşan doğal özellikler, korumaya yönelik sıra dışı değere sahip, nesli tükenme tehlikesi ile karşı karşıya olan canlı türlerinin yaşadığı yerleri içine alan kesin olarak belirlenmiş alanlar alınmıştır (UNESCO, 1972, s. 2). Miras varlıkları, sözleşmede belirtilen kültürel ve doğal miras kategorilerinin bir kısmını veya tamamını aynı anda karşılamaları halinde karma kültürel ve doğal varlık olarak tanımlanmıştır (UNESCO, 2021a, s. 22).

Miras alanlarının etkili ve verimli bir şekilde seçilmesi ve yönetilmesi, UNESCO Dünya Mirası Komitesi, teknik danışma kuruluşları ve üye ülkelerin üçlü sacayağı şeklinde, farklı görev ve yükümlülükleri ile çalışması ve her üç tarafın da aktif olarak iş birliği yapması ile mümkün hale gelmektedir. Sivil toplum kuruluşları, UNESCO Dünya Mirası Sözleşmesi'nde açıkça yer almasa bile miras eserlerinin belirlenmesinde ve korunmasında önemli bir role sahiptir. Adaylık ve başvuru sürecinde yerel yöneticilerin ve sivil toplum kuruluşlarının söz hakkı olmamasına rağmen, miras olarak kabul edilen yerlerin yönetim sürecinde, özellikle çevreci örgütler ve yerel belediyeler, şahıslar önemli görevler üstlenmektedir (Cameron & Rössler, 2013, s. 198-270).

Devletlerin Dünya Mirası Listesi'ne eser kaydedebilmesi için öncelikle, dünya mirası sözleşmesini onaylaması gerekir. Daha sonra, beş ile on yıl içinde belirlemek istedikleri alanların geçici koruma listelerini de UNESCO'ya göndermeleri gerekmektedir. Bu iki önemli süreçten sonra, taraf devletler Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilmek üzere, birçok alandan uzman tarafından hazırlanan ve bütün bilgileri içeren aday dosyasını hazırlayıp başvurularını yaparlar. Aday olan miras alanları, kültürel miras ise ICOMOS, doğal miras ise IUCN tarafından hazırlanan ayrıntılı raporda, belirlenmiş olan kriterlere göre eserin Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilip kaydedilemeyeceğine karar verilir (Labadi, 2007, s. 153-156). UNESCO 2016'da, her yıl incelenecek olan aday dosya sayısını 35 olarak belirlerken doğal ya da kültürel miras fark etmeksizin, her ülkenin tek başvurusunu almayı kararlaştırmıştır (The World Heritage Committee, 2016). Sit alanlarının miras listesine alınabilmesi için olağan üstü



öneme haiz olması ve 10 kriterden en az birini karşılaması şartı aranmaktadır. Bu kriterlerden ilk 6 tanesi kültürel miras eserlerinin değerlendirilmesinde kullanılırken son 4 tanesi de doğal miras alanlarını değerlendirmek için kullanılmaktadır (UNESCO, 2021, s. 29,30).

Eğer bir varlık aşağıdaki kriterlerden bir veya daha fazlasını karşılıyor ise, Komite bu varlığın istisnai evrensel değere sahip olduğunu kabul eder. Bu nedenle aday gösterilen varlıklar:

1. İnsanın yaratıcı dehasının bir başyapıtını temsil etmeli;
2. Bir zaman zarfı içinde veya dünyanın bir kültürel alanında, mimarlık veya teknoloji, anıtsal sanatlar, şehir planlama veya peyzaj tasarımı alanlarındaki gelişmeler ile ilgili insani değerler arasında önemli bir alışverişi sergilemeli;
3. Yaşayan veya ortadan yok olmuş bir kültürel geleneğe veya bir uygarlığa yönelik ünik veya en azından istisnai bir tanıklık üstlenmeli;
4. İnsanlık tarihinde önemli bir aşamayı veya aşamaları gösteren bir yapı tipinin, mimari veya teknolojik bütünün veya peyzajın istisnai bir örneği olmalı;
5. Özellikle geri döndürülemez değişimin etkisi altında hassas hale geldiği zaman, bir kültürün (veya kültürlerin) veya insanın çevresiyle etkileşiminin temsilcisi olan geleneksel insan yerleşiminin, arazi kullanımının veya deniz kullanımının istisnai bir örneği olmalı;
6. İstisnai evrensel öneme sahip olaylar veya yaşayan gelenekler ile, fikirler ile, veya inançlar ile, sanatsal ve edebi eserler ile doğrudan veya somut bir biçimde ilgili olmalı (Komite bu kriterin tercihen diğer kriterler ile birlikte kullanılması gerektiğini kabul etmektedir.);
7. Üstün doğal bir fenomeni veya istisnai bir doğal güzelliğe ve estetik öneme sahip alanları içermeli;
8. Yaşamın kaydı, yer şekillerinin oluşumunda devam eden önemli jeolojik süreçler veya önemli jeomorfik veya fizyografik özellikler dahil dünya tarihinin önemli aşamalarını temsil eden istisnai örnekler olmalı;
9. Kara, tatlı su, kıyı ve deniz ekosistemlerinin ve bitki ve hayvan topluluklarının evrim ve gelişimindeki devam eden önemli ekolojik ve biyolojik süreçleri temsil eden istisnai örnekler olmalı;
10. Bilim veya koruma açısından istisnai evrensel değere sahip tehdit altındaki türleri ihtiva edenler dahil biyolojik çeşitliliğin yerinde korunması için en önemli ve dikkat çeken doğal habitatları içermelidir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023b).

1972 Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme’de, tehlike altındaki dünya mirası listesi yayınlanması kararlaştırılmıştır. Hızlı kentsel veya turistik kalkınma projeleri nedeniyle yok olma tehdidi, arazinin kullanım amacının değişmesinden kaynaklanan yıkım, sebebi belli olmayan büyük değişiklikler, herhangi bir sebeple ayrılma, silahlı çatışma, yangınlar, depremler, heyelanlar, volkanik

patlamalar, deniz seviyesinin yükselmesi, salgın, gibi ciddi ve belirli tehlikelerle tehdit edilen kültürel ve doğal miras varlıklarının bu listeye eklenmesi gerekmektedir (UNESCO, 1972, s. 6).

UNESCO'ya göre devletlerin Dünya Mirası Sözleşmesi'ne taraf olması ile çeşitli kazançlar elde edilmiş olur. Sözleşmeye taraf olup eserlerin sözleşme kapsamında korunmasına başlanması, dünya genelinde kültürel çeşitliliğin ve doğal zenginliğin olağan üstü örnekleri olan yerlere değer veren küresel bir ağa dahil olmak demektir. Sözleşmeye taraf olan devletler, dünyanın doğal ve kültürel kaynaklarını korumak için birlikte çalışarak gelecek nesillere kalıcı bir miras bırakma konusundaki ortak kararlılık göstermeyi taahhüt ederler. Dünya Mirası Listesi sayesinde, miras eserleri korumaya alınan devletlerde, bu eserlerin getirdiği prestij ile koruma bilinci de gelişir. Sözleşmeye taraf olan devletler, miras alanlarının tespiti, korunması ve tanıtımı için Dünya Mirası Fonu'ndan, yaklaşık 4 milyon dolar, her yıl finansman elde eder. Ayrıca insan kaynaklı veya doğal afetlerin neden olduğu hasarı onarmak için acil destek, taraf olan devletlere sunulmaktadır. Taraf devletlerin Tehlike Altındaki Dünya Mirası Listesi'nde, miras eserlerinin olması durumunda, örgütün bütün desteği bu tehlike altındaki alanları korumak ve kurtarmaya yönelik olacaktır. Miras listesine kaydedilen alanlar, artan farkındalık sayesinde, uluslararası iş birliği ile mirası koruma girişimleri için finansal destek hakkı kazanabilirler. Ayrıca listeye kaydedilen miras alanları, uygun koruma tedbirlerini ve takip yöntemlerini özetleyen kapsamlı bir yönetim planının hazırlanması ve uygulanması için teknik ve uzmanlık desteği elde ederler. Yerel site yönetimi personeli, profesyonellerden teknik eğitim alır. Son olarak, bir yerin Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilmesi, insanların miras alanı hakkındaki merakını ve ilgisini çekerek miras bölgesindeki turizmi arttırır. Bu turizm faaliyetleri sürdürülebilir turizm kurallarıyla uyumlu olarak planlandığında, bölgenin ve ülkenin ekonomisini büyük ölçüde geliştirebilir (UNESCO, 2023a).

Kültürel miras alanları, kolay fark edilen ve takdir edilen bina ve doğal güzelliklere sahiptir. Bunlara ek olarak, konunun yabancı biri tarafından kolayca fark edilemeyecek olan fikirleri, inançları, değerleri, tarihi ve entelektüel detayları da miras alanlarında bulmak mümkündür. Dünya Mirası Listesi'ne, bir yeri dahil etmek için

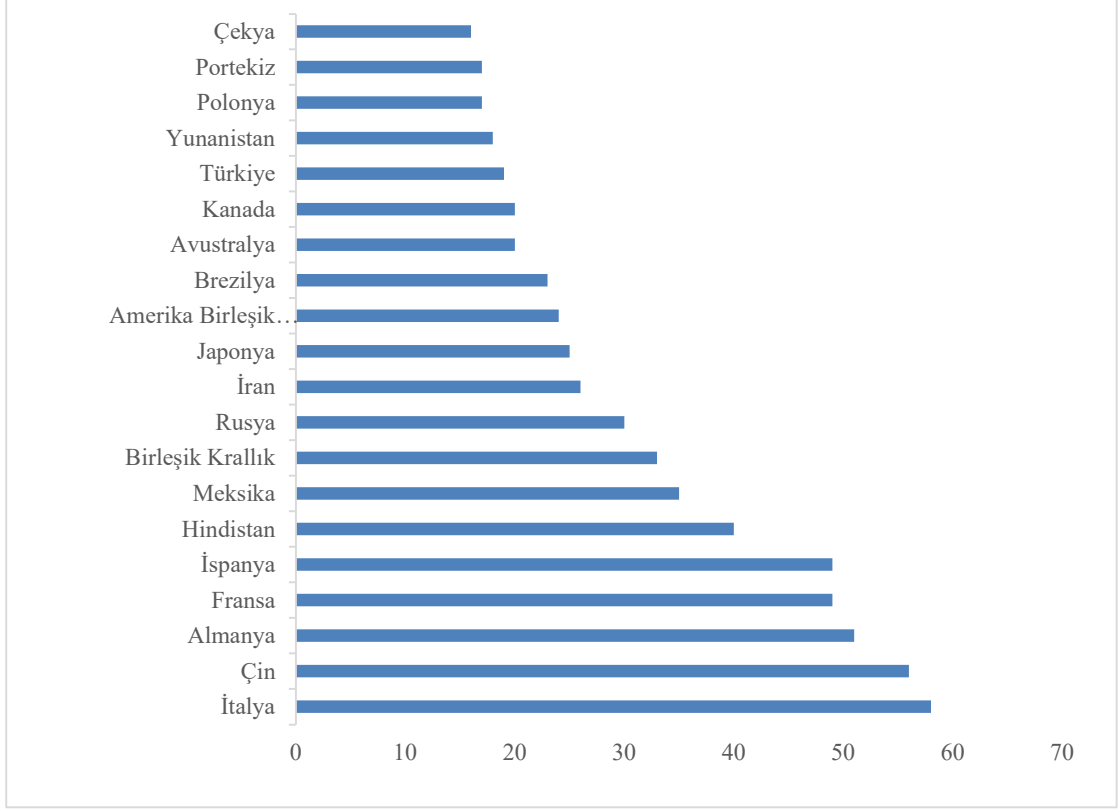
sadece somut veya görünür olan değil, aynı zamanda, insani amaçlar ve kültürel sonuçlara yol açan koşullar da dikkate alınır. Ziyaretçiler, site seçiminin kriterlerinin yer aldığı kapsamlı çalışmaya hızlı bir şekilde erişebilir. Bu nedenlerden dolayı, miras listesine kaydolmak, küresel olarak tanınan mükemmellik ve özgünlük anlamına gelmektedir. Ayrıca miras listesine kaydolmak, bu yerin sanatsal, kültürel ve tarihi değerlerini onaylayarak turistik seyahat planlayanları, bu özelliklerinden dolayı, yeni rotalar arama zahmetinden kurtarmaktadır (Ryan & Silvano, 2009, s. 293).

Devletler UNESCO'ya eserlerin korunması için başvurularında, çeşitli çalışmalar yapmaktadırlar. Ön çalışmaların yapılması, paydaşların görüşlerinin alınması ve yönetim planlarının hazırlanması gibi başvurudan önce yapılanlar ile Dünya Mirası Listesi'ne kaydolduktan sonra yapılan düzenli raporlamalar, aktif olarak yapılan çalışmaları takip etme ve alanın bakım ve düzenlenmesi, yönetim planlarının yürütülmesi, altyapı yatırımları, pazarlama reklam, ziyaretçi tecrübesini artırma çalışmaları ve planlamayla ilgili çalışmalar bu iş ve işlemler arasında yer alır (PricewaterhouseCoopers LLP, 2007, s. 2).

Devletler, Dünya Mirası Listesi'ne başvurmadaki amaçları, ilk önceleri eserlerin korunmasını sağlamak iken, son zamanlarda, bu alanlara gelen ziyaretçilerin sayısını arttırarak turizm gelirlerini arttırmak amaçlanmaktadır. UNESCO markası ile turizm gelirlerini arttırmak önemli bir etken olurken resesyollar, döviz kurları, ikame turistik destinasyonların varlığı ve fiyatı dikkat edilmesi gereken önemli noktalar arasındadır (Kayahan & VanBlarcom, 2012, s. 247-264).

2021 yılı sonu itibarıyla Dünya Mirası Listesi'ne 900 tane kültürel, 218 doğal ve 39 tane karma miras alanı dahil edilmiştir. Bu eserlerden 39'u kültürel, 16'sı doğal olmak üzere toplam 55 eser tehlike altındaki dünya mirası listesinde yer almıştır. Şekil 1'de de görüleceği üzere 167 ülkenin Dünya Mirası Listesi'nde eserleri olup, listeye en çok eseri kaydedilen ülkeler İtalya (58), Çin (56), Almanya (51), İspanya (49), Fransa (49), Hindistan (40), Meksika (35) olmuştur. Türkiye bu sıralamada 19 eserle 16. sıradadır (UNESCO, 2023c).

**Şekil 1: Ünelere göre Dünya Mirası Listesi (UNESCO, 2023c)**



UNESCO çok ilgi gören, önem veya değere sahip olan bütün eserleri değil, uluslararası bir bakış açısından en dikkate değer olanların yalnızca küçük bir bölümünü korumayı amaçlamaktadır. Ulusal veya bölgesel önemi olan bir eserin Dünya Mirası Listesi'ne alınacağını varsaymak doğru değildir. Miras listesine alınması için aday gösterilen tüm eserler, taraf devletler tarafından, uygun olan politika, yasal, bilimsel, teknolojik, idari ve mali araçlarla korunmalıdır (UNESCO, 2021a, s. 24).

UNESCO, bir miras eserinin listeye alınmaya uygun olmasını sağlayan niteliklerini kaybedecek kadar zarar görmesi ve adaylığı sırasında kendine özgü nitelikleri tehdit altında olan ve gerekli önlemlerin alınmadığı eserlerin, Dünya Mirası Listesi'nden çıkarılmasına karar verebilmektedir (UNESCO, 2013, s. 53). Dünya Mirası Listesi'nden 3 eser çeşitli nedenlerden dolayı çıkarılmıştır. Umman'daki nesli tükenme riski ile karşı karşıya olan antiloplar için oluşturulan koruma alanı 2007'de, Almanya'daki Dresden Elbe Vadisi 2009'da ve Birleşik Krallık'taki Liverpool -

Maritime Mercantile City 2021’de listeden çıkarılmıştır (UNESCO, 2023c). 1994’te doğal miras listesine alınan Arap antilobu koruma alanı, Umman’ın yeterince koruma tedbirleri almaması ve kaçak avcılığı engellememesi sonucunda, koruma alanının azalması nedeniyle 2007’de listeden çıkarılmıştır (UNESCO, 2007). 2004’te kültürel bir miras alanı olarak belirlenen Dresden, tarihi şehrin tam ortasından geçen dört şeritli bir köprüünün inşa edilmesi nedeniyle, UNESCO tarafından Dünya Mirası Listesi’nden çıkarılmıştır (Amelan vd., 2009). 2004’te Dünya Mirası Listesi’ne alınan Liverpool - Maritime Mercantile City, tarihi rıhtım alanlarının zarar görmesi nedeniyle, 2021’de Dünya Mirası Listesi’nden çıkarılmıştır (UNESCO, 2021c).

### **2.2.2. Somut Olmayan Kültürel Miras**

1980’lerde miras tanımı genişletilerek sadece somut olan nesnelere ve yerlere değil, aynı zamanda uygulamalar ve gelenekler gibi somut olmayan alanlar da miras kavramına dahil edilmiştir (Harrison, 2013, s. 115). UNESCO 2003 Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’ne göre bireylerin veya toplulukların miraslarının bir parçası olarak değer verdikleri ve benimsedikleri uygulamalar, ifadeler, bilgi ve yetenekler, araçlar ve eserler somut olmayan miras olarak adlandırılmıştır. Dilin kültürel miras olarak kullanıldığı sözlü anlatımlar ve ifadeler, sahne sanatları, törenler, kutlamalar, kozmik faaliyetler hakkındaki deneyim ve yapılagelen davranışlar, toplumsal gelenekler ve el sanatları bu kapsamda ele alınabilir. Topluluklar ve gruplar tarafından çevreyle, doğayla ve tarihle etkileşimleri sonucu, sürekli olarak oluşturulan somut olmayan kültürel miras, süreklilik ve kimlik duygusu ile kültürel çeşitliliğin ve insan yaratıcılığının takdir edilmesini sağlar (UNESCO, 2022a, s. 5,6).

Somut olmayan kültürel miras örneklerini, belirli bir tür ile sınırlamak mümkün olmayabilir. Şamanist bir ayin, geleneksel müzik ve dansı, duaları ve şarkıları, kıyafetleri, kutsal, ritüel ve törensel davranışları, doğal çevreye yönelik keskin bir farkındalığı ve anlayışı içerebilir. Festivallerde, şarkı, dans, tiyatro, ziyafet, sözlü gelenek ve hikaye anlatımı, zanaatkarlık sergileri, spor ve diğer eğlenceler somut olmayan kültürel mirasın çok yönlü temsilleri olarak ortaya çıkabilir. Bir toplumun tiyatro olarak gördüğü şey, diğerinde dans olarak algılanabilir. Katı sınırlar çizerek somut olmayan kültürel mirası sınıflandırmak zordur. Bu yüzden sözleşmede belirtilen

somut olmayan kültürel alanlar ülkeden ülkeye değişebilir ve farklı sınıflandırma araçları kullanılabilir (UNESCO, 2011b, s. 4-11).

Günümüzde etkisini gitgide arttıran küreselleşme karşısında, somut olmayan kültürel miras, kültürel zenginliği korumak için kritik öneme sahiptir. Farklı toplumların somut olmayan kültürel mirasını anlamak, kültürlerarası diyalogu ve diğer yaşam biçimlerine saygı göstermeyi öne çıkartır. Somut olmayan kültürel miras, kültürel ifadenin sergilenmesi kadar, nesiller arası aktarılan bilgi ve becerilerin zenginliği sayesinde önem kazanır. Bu aktarımın, toplumsal ve maddi önemi bütün ülkeler içindeki azınlık ve ana akım sosyal grupları için çok önemlidir. Genel olarak, somut olmayan miras sürekli değişmekte, dönüşmekte ve her yeni nesil tarafından zenginleştirilmektedir. Somut olmayan kültürel miras, küreselleşme ile kültürel homojenleşmeyle birlikte, destek, saygı ve anlayış eksikliği nedeniyle tehdit altındadır. Somut olmayan kültürel miras, korunmazsa sonsuza dek kaybolma veya tarihsel bir pratik olarak kalma tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bu uygulamaları yaşatmak ve gelecek nesillere aktarmak, onları güçlendirip yaşatırken aynı zamanda onların gelişmesine ve zamanın yeni şartlarına uyum sağlamasına olanak tanır. Somut olmayan kültürel mirasın tehlike altında olmaması için yeni nesillerce öğrenilmesi ve sürekli olarak uygulanması gerekmektedir (UNESCO, 2011, s. 4-6).

Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, topluluklar tarafından değer verilen somut olmayan mirasın canlı uygulamalarına odaklanmaktadır. Bu uygulamalar, topluluklara, bir aidiyet ve süreklilik duygusu verir. Sözleşmede, somut olmayan kültürel kaynakların tümüne eşit değer verilirken aralarında bir hiyerarşi oluşturulmamıştır. Sözleşme ile sadece mevcut uluslararası insan haklarıyla uyumlu olan ve topluluklar, kuruluşlar ve insanlar arasında karşılıklı saygıyı gerektiren somut olmayan miras değerleri kabul edilir. Anlaşma ile aynı zamanda, somut olmayan mirasın sosyal bütünlük, diğer grupların kültürel kimliklerini anlama ve uzun vadeli gelişim açısından değeri kabul edilmektedir (UNESCO, 2011a, s. 4-9).

Sözleşme kapsamında, İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi ve Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi şeklinde iki liste oluşturulması kararlaştırılmıştır. Taraf devletlerin başvurusu ve belirlenen kriterlerin tamamına uygun olması durumunda, somut olmayan kültürel değeri kaydettirmek mümkün olmaktadır (UNESCO, 2022a, s. 12-32). 2022 yılı sonu itibarı ile somut olmayan kültürel miras listesine toplam 708 eser kaydedilmiş olup bunların 599'u İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi'nde, 76'sı Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde ve 33 tanesi de iyi koruma örnekleri listesinde yer almaktadır (UNESCO, 2022b).

İnsanlar, tarih boyunca, temel ihtiyaçları ve sosyal problemleri çözmek için sosyal faaliyetlerin yanı sıra doğa hakkındaki bilgi ve uygulamaları içeren somut olmayan kültürel miraslarını sürekli olarak üretmiş ve güncellemiştir. Yerel sağlık uygulamaları, beslenme şekilleri, su yönetimi yöntemleri, sosyal toplantılar, kutlamalar ve bilgi aktarım ağlarının tümü, topluluklarda kapsayıcı sosyal kalkınmanın sağlanmasında kritik roller oynamıştır. Somut olmayan kültürel mirasın birçok yönü, temsili ve tezahürü, özünde barışı sağlama ve barışı inşa etmeyi içerir ve karşılıklı anlayışı teşvik eder. Bu tür kültürel faaliyetlerin devamını sağlamak, barışın inşasına yardımcı olabilir. Somut olmayan kültürel varlıklar ve bu tür koruma eylemleri, toplulukların, devletlerin ve diğer kalkınma aktörlerinin kapsayıcı katılım, barış içinde bir arada yaşama, çatışma önleme veya çözme ve uzun vadeli güvenlik ve barış inşası için kültürel olarak uygun yolları izlemelerini sağlar. Bu nedenlerden dolayı, UNESCO, somut olmayan kültürel miras ile ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilir kalkınmayı planlamaktadır. Somut olmayan kültürel miras, insan hakları, eşitlik ve sürdürülebilirlik üzerine üç temel ilke ile sürdürülebilir kalkınma, barış ve güvenliğe katkıda bulunabilir (UNESCO, 2015, s. 4-11).

### **2.3. Miras ve Kültür Turizmi**

Miras turizmi, geçmişten günümüze gelen sanat eserleri, hatıralar, tecrübeler gibi miras eserleri ile turizm sektörü ve yerel yöneticiler arasındaki ilişki olarak tanımlanabilir. Miras eserlerinin finansman ihtiyacını karşılamak, aksi halde boş kalacak olan miras alanlarını dolduran turistlere sahip olmak ve sürekli arayış içinde olan turizm

sektörüne yeni pazarlama alanları bulmak için miras turizminden yararlanılmaktadır. Elde bolca bulunan, maliyeti çok az olan ve farklı paket turlar altında satılabilen miras turizmi, turizm sektörünün ihtiyacını giderebilmektedir (Ashworth, 2000, s. 19-25).

İnsan tarafından oluşturulan mimari eserler veya şehirler gibi somut, müzik, inançlar veya gelenekler gibi somut olmayan kültür ile göller, kanyonlar gibi doğal olan geçmişten gelen mirasın günümüzde kullanımı ile miras turizmi ortaya çıkmıştır. Miras turizmi, turistlerin her türlü mirası tecrübe etmeleri, kendi kültürel gelişimlerine katkıda bulunma, yeni bir şeyler öğrenme, öğrenme ihtiyaçlarını tatmin etme veya sadece arkadaşları ve aileleri ile boş vakit geçirme gibi çeşitli amaçları içerebilir (Timothy, 2011, s. 31-40).

Miras eserleri arasında olan müzeler ve tarihi eserlerden gelir kazanmayı amaçlayan kültür turizmi, bir toplumun, bölgenin veya kuruluşun tarihi, sanatı, bilimi, hayat tarzı ve miras değerlerine merak amacıyla ev sahibi topluluk dışından gelen kişiler tarafından yapılan ziyaretler olarak tanımlanmıştır. Kültür turizmi kapsamında kurumlar, miras eserleri, etkinlikler, festivaller, farklı çekicilik özellikleri ile turistleri çekebilmektedir. Bu çekicilik özellikleri arasında, sunulan ürünün algılanan kalitesi, sunulan ürünlerin farkında olma, sunulan hizmetlerin kalitesi, sürdürülebilirlik, turistik ürünün özel ve tek olması, altyapı olanakları, yerel toplum desteği ve yönetim gibi kriterler yer almaktadır (Silberberg, 1995, s. 361-365).

Sadece geçmişten gelen miras eserlerini keşfetmek amacıyla gerçekleşen turizm olarak görülen miras turizmi ile modern sanatın bileşenleri, canlı kültürel öğeler veya müzik için gerçekleştirilen seyahat olarak görülen kültürel turizm arasında ayırım yapmak temelde çok zordur. Çoğu noktada her ikisinin de örtüştüğü görülmektedir. Tanımı ne olursa olsun, her ikisi de küresel turizm hareketlerinin temelini oluşturmakta ve turizm ekonomisi için önemli pazarlama araçları haline gelmektedir (Timothy, 2011, s. 32-40).



UNESCO, kültürel varlıkları korumanın bir yolu olarak turizmi teşvik etmektedir. Kuşku ve yabancı düşmanlığı ile bölünmüş bireyler için kültür turizminin, insanların iletişim kurmasına ve çatışmalarla dolu bir toplumda karşılıklı anlayışa yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Kültür turizmi, bu nedenle, kültürlerarası iletişime katkıda bulunmaktadır. Farklı deneyimler, bireyin bakış açısını genişletmekte ve başkalarını anlama ve onlarla ilgilenme kapasitelerini geliştirmektedir. Bireyler, birbirlerinden öğrenirler ve sonuç olarak, kendi zorluklarını çözmelerine yardımcı olacak çok çeşitli yetenekler geliştirirler. Bu süreç, aynı zamanda, iletişim ve entegrasyonu teşvik eder (Juréniené & Juréné, 2019, s. 472-483).

#### **2.4. Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Miras**

Miras listesi faklı aktörlerin ilgisini çekmektedir. Dünya Mirası Listesi, dünya çapındaki çevre faaliyetlerine karşı gösterilen kamuoyu ilgisinde olduğu gibi dünyanın bozulmadan korunması için ortak bir uluslararası çaba olarak görülmektedir. Dünya Mirası Listesi'ne giren eserin önemini fark eden halk, medya ve uzman bilgilendirmesiyle eserin değerini anlamaktadır. Bunun sonucunda, miras eserleri, pazarlama araçları olarak kullanılmakta ve turizme konu olmaktadır. Ayrıca miras alanları kamudaki karar vericilerin de kararlarına etki edebilmektedir. Bu eserlerin korunmaya alınması için yapılan çalışmalar, politikacıları öne çıkarıp, kamuoyu desteği sağlayacağı için politikacılar, miras değerlerini korumaya yönelik kararlar almaktadır (Frey & Steiner, 2011, s. 552-563).

Ziyaretçileri, dünya miras alanlarına çeken en büyük etken, bir miras alanının, Atina'daki Akropolis, Paris'teki Notre Dame Kilisesi, Roma'da bulunan Kolezyum, Mısır piramitleri ve Hindistan'daki Taç Mahal'in içinde bulunduğu elit lig çekiciliğine sahip olmasıdır. Bu kadar bilinen turistik destinasyonların yer aldığı bu elit ligde yer almak açık ve anlamlı bir onurdur ve turistler için de önemli bir cazibe işlevi görmektedir. Daha az bilinen yerler için Dünya Mirası Listesi'ne girmek, bu yerlerin tarihi ve kültürel önemini tescil edilmesi anlamına gelmektedir. Bir yer ne kadar az biliniyorsa o yerin miras listesine girmesi o kadar önemli olmaktadır. Ülkeler ve turizm örgütleri, Dünya Mirası Listesi'ne alınan eserlerin reklamını ve tanıtımını yaparak bilinirliğini sağlamalıdır (Ryan & Silvanto, 2009, s. 293).

Dünya kültür mirası hem koruma hem de geliştirme açısından turizm tarafından desteklenmektedir. Turizm, hükümetlere, tarihi simge yapıları ve anıtları korumak için gerekçe sunarken yerel topluluklara, dans, müzik ve sanat eserleri biçimindeki mirasın ayırt edici yönlerini koruma konusunda ilham verir. Ayrıca turizm sayesinde, müzeler, görsel sanatlar ve tarihi alanların korunması ve sergilenmesi için hem ziyaretçi hem de ekonomik kaynak imkanı elde edilir (d'Amore, 1988, s. 39).

UNESCO sözleşmesinin temel amacı, kültürel miras alanlarının olağanüstü evrensel değerlerini korumak ve muhafaza etmektir. Ancak, sözleşmenin bu algısı günümüzde politik ve ticari bir dönüşüme uğramıştır. Listelere eser kaydettirmenin ekonomik etkilerine odaklanıldığından, devletler, listede zaten yer alan sitelerin korunması ve restorasyonu için gerekenleri yapmak yerine, prestij ve turizm gelirleri elde etmek için yeni eserleri kaydettirmek için çaba sarfetmektedirler (Human, 2015, s. 5).

UNESCO Dünya Mirası Listesi dünya çapında üstün değere sahip yerleri keşfetmeyi, tanımayı ve korumayı amaçlamaktadır. Yine de eserlerin listelere alınması ülkelerin ulusal turizmine çeşitli katkılar sunmaktadır. İlk olarak, Dünya Mirası Listesi'nde yer alan varlıklar ulusal turizmi pazarlamak amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır. Dünya miras alanlarının tanıtımı daha yaygın olarak bilinmesini sağlayabilir ve bu da çok daha fazla yabancı gezgin çekmelerine yardımcı olur. İkincisi, gelişmekte olan veya az gelişmiş bir devlet, bu mirası korumak ve muhafaza etmek için mali, bilimsel ve teknik araçlara sahip olmayabilir. Dünya Mirası Listesi'ne alınan eserlerin bakımı ve korunması için UNESCO finansal ve teknolojik yardım sunarak korunmasına yardımcı olmaktadır. Bu faydalardan dolayı, devletler sahip olduğu kültürel ve doğal değerleri koruma listesine ekleterek bu faydalardan yararlanmaya çalışmaktadır (Yang vd., 2010, s. 828-830).

Doğal güzellikleri, arkeolojik alanları veya zengin kültürleri ve tarihleri olan ülkeler, bölgenin mevcut unsurlarına ilgi duyan insanları cezbetmektedir. Bir ülkede

yeterli doğal çekicilik yoksa ülkenin, cazibe merkezleri yaratmak veya ziyaretçileri çekecek faaliyetlerin reklamını yapmak için yatırım yapması gerekmektedir. Ayrıca uygun bir altyapı, güvenlik ve çeşitli hizmetler yaratmak için para harcanmalıdır. Turizm yöneticilerinin, ziyaretçilerin sahip olduğu değerleri anlayıp rekabet ortamını çok detaylı bir şekilde analiz etmeleri gereklidir (Morgan vd., 2004, s. 48).

Bir alanın koruma altına alınması, buraya gerçekleştirilen ziyaretçi sayılarına da yansımaktadır. 2017 yılında, UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilen Aphrodisias Antik Kenti'ne gerçekleştirilen turistik ziyaretler artmış ve yatak doluluk oranları yükselmiştir (Aydın Valiliği, t.y.). Göbeklitepe'nin 2018'de UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilmesi ve 2019 yılının da Göbeklitepe Yılı olarak ilan edilmesiyle alana düzenlenen ziyaretler sonraki yıllarda artmıştır (Yavuz & Bayuk, 2020). 2016'da aynı listeye alınan Ani Arkeolojik Alanı'nı ziyaret edenlerin sayısı önemli oranda artmıştır. 2015'te yaklaşık 19.000 kişi bu alanı ziyaret etmişken 2016'da 42.000, 2017'de 60.500 kişi Ani Arkeolojik Alanı'na ziyaret gerçekleştirmiştir (Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

Bir miras eserinin özgün olması, mirasın ve yer markalamasının en önemli yönlerinden biridir. Ziyaretçiler farklı ve gerçek deneyimler aramaktadır. Bir turistik deneyimin özgün olması, karşılaşılan yerlerin, insanların, kültürlerin veya deneyimlerinin özgün olması ile ilgilidir. Ayrıca kişinin özgünlük inancı da deneyimin özgün olmasını sağlayabilmektedir (Moore vd., 2021, s. 1-11). Bu özgünlüğü sağlayan mirasın UNESCO tarafından koruma altına alınmasıdır. Bunun sonucunda, bu miras, kalite sembolü olan, gıpta edilen ve onaylanmış bir etiketle ödüllendirilmiş olmaktadır (Adie, 2017, s. 48-53).

UNESCO miras listelerinde yer alan alanlarda yürütülen çalışmalar kamu diplomasisi kapsamında değerlendirilebilir. Arkeolojik kazılar, müzelerde sergilenen kazı bulguları, arkeolojiyle ilgili eğitim programları, burslar ve teknik destek fonları, ulusların kültürel değerleri önceleyen politikalarının bir parçası olarak kamu diplomasisi içinde yer almaktadır. Bu süreç, uluslararası iş birliği ve diyalog geliştirme amaçlarına

hizmet etmektedir. Arkeolojik çalışmalar, özel sektörün, üniversitelerin, arkeoloji enstitülerinin ve sivil toplum örgütlerinin desteklediği, uluslararası kazı ekiplerince gerçekleştirilmektedir. Arkeolojik sit alanları ve müzeler, turizm endüstrisinin önemli bir unsuru olmasının yanında, aynı zamanda ülkelerin uluslararası saygınlığını da yükseltmelerine katkı sağlar (Yağmurlu, 2021, s. 633)

Timothy'e göre hükümetler, turizm bakanlıkları ve turizm yöneticileri, bölgelerini pazarlamak ve diğer destinasyonlara göre rekabet avantajı elde etmek için mirastan yararlanmıştır. Bu amaçla, bütüncül bir yaklaşım olarak yer, şehir ya da ülke markalama taktikleri kullanarak destinasyonlar turistlere ve yatırımcılara pazarlanmaktadır. Basit bir slogan veya logo oluşturmaktan daha fazla çabanın gerekeceği bu pazarlama sürecinde, kapsamlı bir imaj değişikliği gereklidir. Yer markalama veya turizm pazarlama süreci, bir destinasyonun, onu özel ve ayırt edici kılan niteliklerine odaklanıp olumlu yönlerini güçlendirmeye ve olumsuz olarak algılanan sorunlarını düzeltmeye odaklanır. Etkili bir turizm pazarlaması, hizmet kalitesi, gelişmiş altyapı, ürün çeşitlendirme ve destinasyon kimliği oluşturma çabalarını koordine etmeyi gerektirir (Timothy, 2011, s. 490-510).

Miras alanları pazarlanırken ve turistler tarafından tercih edilirken sadece UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alması yeterli bir kriter değildir. Aynı zamanda, sahip olduğu müzeler, tarihi yerler veya dini mekanlar gibi diğer motivasyon araçları ve ziyaretçilerin turistik tecrübeden alacakları doyumunu arttıracak altyapı yatırımları da çekiciliği arttıran etkenler arasındadır. Ayrıca mevcut olan doğa ve coğrafya, anıtlar, yerleşik turizm akımları gibi diğer avantajların etkin bir şekilde farkındalık yaratması ve bir şehrin turistler için çekiciliğini artırması, belirli çekiciliklerin sosyal medyada nasıl tasvir edildiğine de bağlı olacaktır. Sosyal medya ile bir şehrin fiziksel özellikleri filtrelenerek somut ve somut olmayan faktörlerin birleşimine dayalı bir çevrimiçi algı oluşturulmaktadır (Koufodontis & Gaki, 2022, s. 10).

Miras alanının tanıtımını yapmanın bir yolu, daha çok bilinen ve güvenilen bir marka ile iş birliği yapmaktır. Dünya çapında tanınmış olan marka, UNESCO gibi bilinen bir marka olabilir. Bu sayede gelişmekte olan miras alanı markasının algılanan meşruiyeti artabilir ve bu da ziyaretçilerin davranışsal niyetlerini miras alanı lehine etkileyebilir. Gelişmekte olan miras markalarının bilinmemesi, güvenilmemesi, olumsuz haberler veya önceden var olan önyargılar gibi çeşitli nedenlerle olumsuz bir imaja sahip olabilir. Yeni ortaya çıkan miras alanları, turist sayılarını artırmak için tanınmış turizm markalarıyla ortaklık kurmaları bu sorunları aşmak için önemli bir pazarlama stratejisi olarak ortaya çıkmaktadır (Can vd., 2021, s. 10-14).

Turizmi bir kültürel diplomasi aracına dönüştürmenin ön koşullarından biri, ziyaretçiler ve içinde buldukları toplum arasındaki kültürler arası alışverişin sağlanmasıdır. Bu nedenle, kültürel miras yöneticilerinin, kültürlerarası iletişimi teşvik etmenin bir yolu ve kültürel miras yönetiminin kalite boyutlarından biri olarak kültürel mirası iyileştirmek için dikkate alınması gereken şeyler vardır. Bunun için sergilenen kültür varlığının ziyaretçiler tarafından algılanan değeri, mevcut ve gelecek nesillerin yararına kültürel miras kaynaklarının korunması, kültürel mirasın öneminin ziyaretçilere etkili ve verimli bir şekilde iletilmesi, güvenli ve keyifli bir ziyareti sağlayacak koşulların yaratılması ve yaşayanlar arasında kültürlerarası iletişim aracı olarak kültürel mirasın geliştirilmesi gerekmektedir (Carbone, 2017, s. 71).

Miras alanlarının pazarlanması ve turizme açılması sürecinde dikkat edilmesi gereken en önemli husus, koruma-kullanma dengesi içinde, sürdürülebilir turizm ilkelerine sadık kalınmasıdır. Dünya Mirası Listesi'ne giren eserlerde sürdürülebilir turizmi geliştirmek için çok paydaşlı bir stratejik planlama sürecinin kullanılması gerekmektedir. Bu sürecin başarılı olması, eserleri yönetenlerin miras turizmi konusundaki yönetsel yeteneklerine ve temel bilgilerine bağlıdır (Landorf, 2009, s. 56). Bunu temin etmek için UNESCO gerekli tedbirleri başvuru esnasında almaktadır. Dünya Mirası olarak belirlenen eserler, olağanüstü evrensel değerlerinin zaman içinde sürdürülmesini veya iyileştirilmesini sağlayacak şekilde korunmalı ve yönetilmelidir. UNESCO'nun yönergelerinde miras alanının nasıl korunması gerektiği ile ilgili talimatlar yer almaktadır. Özellikle, tampon bölgelerinin oluşturularak kesin sınırlarla

varlıkların genel bir alan ile korunması ve yönetilmesi talep edilmektedir (UNESCO, 2013, s. 25).

Miras eserleri, sürdürülebilir bir şekilde, koruma kullanma dengesi ile kullanım kapasitesi de dikkate alınarak turizme açılmalıdır. Miras eserleri, yerel halkın da kullandığı alanlar içindedir. Bu yüzden, yerel halk için üretilen alt yapı hizmetlerinden miras turizmine katılan turistler de yararlanmaktadır. Bu yüzden, miras alanlarını yönetmek hem yerel halkın hem de turistlerin altyapı ihtiyaçlarına çözüm olacaktır (Ashworth, 2000, s. 19-25). Turizmin getirdiği olumsuzlukları sınırlamak için eserlerin kopyalarının sunulması, risk altındaki alanların sınırlandırılması veya içinde rahatça gezilebilecek gezi rotaları yerine, miras alanlarının etrafından dolaşılması gereken dairesel yollar oluşturulması gibi atılabilecek birkaç adım vardır. Ayrıca ziyaretçilerden kaynaklanan gürültü ve kirliliği azaltmak için ziyaretçi sayılarını sınırlandırma veya alanı ziyaret edenlerden veri alma gibi çözümler de farklı ülkeler tarafından uygulanmaktadır (Frey & Steiner, 2011, s. 564-568).

Dünya çapında, miras alanlarına sahip ülkeler, UNESCO markasını reklam ve pazarlama amacıyla aynı şekilde kullanmamaktadır. Tripadvisor seyahat sitesi ile ortaklaşa yapılan bir araştırmada, UNESCO Dünya Mirası Listesi'ni ziyaret eden yaklaşık 420.000 kullanıcı ile 791 miras alanındaki UNESCO ile ilgili tanıtımların ve bilgilendirmelerin nasıl yapıldığı ve eserlerin koruma durumu araştırılmıştır. Bu araştırmaya göre genel olarak, şehir dışında olan ve kıyılara veya dağlara daha yakın olan yerlerden kültürel miras alanları, doğal miras alanlarına göre UNESCO etiketini ziyaret edenlere daha fazla yansıtmaktadır. Bölgesel olarak sırasıyla Asya, Avrupa ve Kuzey Amerika'da yer alan miras alanları UNESCO miras alanlarının tanıtımını daha fazla yaparak alanları ziyaret edenlere, bu konuda bilgilendirme ve tanıtım yapmaktadır. Orta Doğu ve Afrika'da ise UNESCO markası daha az bilinmektedir. Ayrıca daha iyi durumda olan ve daha iyi korunan yerlerde UNESCO markasının daha iyi yansıtıldığı ve ziyaretçilerin bu konuda bilgilendirildiği görülmüştür. Bir miras alanının Tehlike Altındaki Dünya Mirası Listesi'nde olması ya da Dünya Mirası Listesi'ne giriş tarihi bilgilendirme ve tanıtım açısından çok önemli farklar oluşturmamaktadır (Wuepper & Patry, 2017, s. 5-20).

d'Amore'e göre turizmin barış inşa sürecine önemli bir faydası vardır. Savaş veya çatışmanın olmaması, iç huzur ve sükûnet, diğer insanlarla ve uluslar arasında barış, doğayla ve evrendeki uyum anlamında kullanılan barış, turizm sayesinde birbirini tanıyan insanlar aracılığıyla olabilmektedir. Birbirini tanımayan kültürlerin güvensizliğe, düşmanlığa ve savaşa eğilimli olduğu açıktır. Turizm, bir ülkenin inançları, istekleri, bakış açıları, kültürleri ve politikaları hakkında bilgileri, diğer ülke vatandaşlarına yayarak temel bir diplomasi aracı olarak çalışır. İnsanlar, daha fazla seyahat edip etkileşimde bulundukça, siyasi veya dini eğilimleri, rengi veya ekonomik durumu ne olursa olsun, herkesin beslendiği, korunduğu, üretken olduğu ve tatmin olduğu barışçıl bir dünya istediğini fark etmektedirler. Bunun sonucunda turizm dünya barışının sağlanmasına katkıda bulunmaktadır (d'Amore, 1988, s. 36-40).

UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde bir eserin koruma altına alınması, bu eserin üstün evrensel değerinin, benzersizliğinin, bütünlüğünün ve tarihi özgünlüğünün dikkate alınarak kayıt alınmasını sağlayacağı için esere sahip olan devlet, büyük bir ödül elde etmiş olmaktadır. Zengin kültürel ve doğal mirasa sahip uluslar için en büyük onur, bir varlığın UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilmesidir (De Simone vd., 2019, s. 346-350). Bu listeye eserlerin kaydedilmesinin diğer bir faydası da kültür turizmine sağladığı katkıdır. Ülkelerin önemli turistik cazibe noktalarının yurt içi ve dünya çapındaki tanıtımı veya somut ve somut olmayan kültürel değerlerinin tanıtımının turizm amacıyla yapılması ile gelen turistlerin tecrübesi, kültür diplomasine aracılık etmektedir. Bunun gerçekleşmesi için ülke içindeki turizm paydaşlarının kültürel diplomasideki potansiyel rolleri hakkında bilinçli olması gerekmektedir (Carbone, 2017, s. 68,72).

UNESCO listesindeki dünya miraslarının, uluslararası turizmi teşvik ettiği kabul edilmektedir. Özellikle, somut olmayan kültürel mirasın UNESCO korumasına alınması, turizmi teşvik ettiği açıktır. Eserlerin UNESCO listelerine dahil edilmesi, turistlerle yerel kurumlar, işletmeler ve halkla arasındaki bilgi boşluğunu daraltmakta ve böylece bölge dışından gelen daha fazla turist eserleri, ziyaret etmektedir (Bak vd., 2019, s. 926). Öte yandan, miras alanlarını ziyaret edenlerin sayısının artması turizmden

sağlanan gelirin artması ve dolayısıyla miras alanlarına yönelik koruma bilincinin oluşmasını sağlamaktadır (Wuepper & Patry, 2017, s. 4). Listede yer alan bir esere sahip olmak yerel insanların fikirleri sorularak, koruma planlarına dahil edilerek ya da gerçekleştirilen kazılarda yer almaları sağlanarak miras eserini sahiplenmeleri beklenmektedir (Woodward & Cooke, 2023, s. 100-119). Eserlerin UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alması, yerel toplumda artan koruma bilinci ve yüksek oranda artan turist sayısı ve yerel toplumun kalkınması anlamına gelmektedir (De Simone vd., 2019, s. 346-350).

Bir eserin Dünya Mirası Listesi'ne alınması, bir dizi paydaş tarafından turizmin pazarlanmasında yaygın olarak kullanılan önemli bir marka haline gelmesi demektir. Miras alanının yönetiminden sorumlu kişiler, marka değeri olarak mirasın itibarını ve statüsünü korumak ve geliştirmek için doğal bir sorumluluğa sahiptir. Miras turizmi bağlamında bu sorumluluk için hem sitlerin orijinalliğini, bütünlüğünü ve korunmasını sağlamak hem de mirası, ziyaretçiler için erişilebilir hale getirmeyi gerektirir (Ryan & Silvanto, 2009, s. 291). Bir alanın Dünya Mirası Listesi'ne eklenmesi, esere sahip olanların onu koruması, sahiplenmesi ve onla gurur duyması, eserin eğitim ve öğrenme aracı olarak kullanılması ve turizmden kaynaklı faydalar sağlamaktadır (Kayahan & VanBlarcom, 2012, s. 247-264). Yerel bir topluluğa ait olan somut olmayan kültürel miras da doğal miras alanlarında, turizmi desteklemektedir. Somut olmayan kültürel miras, bir cazibe kaynağı olarak hizmet edip daha uygun davranışı teşvik etmek için ziyaretçi davranışını kontrol edebilir ve kültürel mirası koruma aracı olarak kullanılabilir. Özellikle turizmin getirdiği olumsuz sonuçları yönetmek için kültürel miras kullanılabilir (Esfehani & Albrecht, 2018, s. 2).

Bir eserin, Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilmesi ile ilgili bazı olumsuz durumlar da ortaya çıkabilmektedir. Öncelikle, eserlerin aday gösterilme süreci politik bir süreç olarak görülebilmekte ve sadece aday gösterilen eserler, belirlenen kriterlere göre değerlendirilerek listeye alınmaktadır. Doğal ve kültürel miras eserlerinin oranları ve ülkelere göre dağılımının eşit olmaması, aynı zamanda somut olmayan kültürel miras eserlerinin sadece son zamanlarda, koruma altına alınması tartışma konuları arasındadır. Ayrıca sadece politik sonuç doğuracak olan veya gelir sağlayacağı düşünülen eserlerin



listeye eklenmesi de eleştirilen noktalardan birisidir. Ayrıca listeye henüz aday gösterilmeyen eserler, politikacılar tarafından 2. sınıf olarak algılanıp tanıtım ve pazarlaması göreceli olarak yeterince yapılmamama riski ile karşı karşıyadır. Koruma fonlarının aktarımı, öncelikli olarak listede yer alan eserler için olmaktadır (Frey & Steiner, 2011, s. 560-569).

Öte yandan, mirasın korunması ve turizmin büyümesi uzun süredir birbiriyle çelişmektedir. Dünya mirası alanları, öneminden dolayı başkalarının dikkatini çekerek turizmi geliştirerek ülkeler için daha çok gelir getiren ve istihdamı arttıran bir ortam hazırlamaktadır. Ancak bu alanlar inşa edilirken milyonlarca turisti ağırlamak için tasarlanmadığı için aşırı sayıda insanın ziyareti ile bu alanlar zarar görebilmektedir. Ortaya çıkması muhtemel olan bu sonuç, UNESCO'nun Kültür ve Doğal Varlıklarını Koruma Sözleşmesi'ndeki eserleri korumak ve sürdürülebilir olmasını sağlamak olan asıl amacına aykırı olarak görülmektedir (Yang vd., 2010, s. 828-830). Ayrıca korumaya alınan eserler, savaş ya da çatışma durumunda hedef alınarak yok edilme riskiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Mostar köprüsünün ve Dubrovnik'in bombalanması ile Afganistan'da bulunan koruma altındaki heykellerin yok edilmesi, koruma altındaki eserlerin çatışma durumunda hedef haline gelmesine örnektir (Gamboni, 2001).

Tamamen araştırılmamış, kazılmamış veya güvenlik altına alınmamış miras alanları, Dünya Mirası Listesi'ne girmesi amacıyla gündeme geldiğinde, define avcıları alanın ne kadar önemli olduğunu fark edip eserleri geri döndürülemez şekilde, yok etmekte veya eserlere büyük zarar vermektedir (Frey & Steiner, 2011, s. 564-569). Siyasi nedenlerden dolayı, ya da dönemin normlarına uymadığı düşünülerek bazı miras değerleri yok edilmektedir. Geçmişten gelen mirasın, utanç kaynağı olarak düşünülerek yok edilmesi negatif miras olarak tanımlanmaktadır. Medya ilgisine bağlı olan teröristler, miras eserlerini yok etmektedir. Altyapı yatırımları ve yeni alanlara ihtiyaç duyulması gibi gerekçelerle miras eserlerinin yok edilmesi ve uluslararası toplumun ve UNESCO'nun çeşitli siyasi ve ekonomik nedenlerle buna ses çıkarmaması da eserlerin korunması sürecini olumsuz etkilemektedir (Meskell, 2002, s. 563-569).

Bir diğer olumsuz durum da miras alanının artan popüleriği sonucu ortaya çıkan durumdur. Bir eserin Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilmesi ile bu alanlar diğer tarihi yerlerden daha fazla ziyaretçi çekeceği için daha kalabalık ve daha pahalı olacak ve alanların diğer insanları oraya seyahat etmekten caydıracağı varsayılmaktadır. Burayı ziyaret edenler için ise sıkışık ve tatsız bir deneyime yol açacağından turizm tecrübesi olumsuz olarak görülebilmektedir (Poria vd., 2013, s. 273).

Bir eserin miras listesine alınması ile ortaya çıkabilecek çeşitli gelir ve avantajlar, bazı çıkar gruplarının iştahını kabartabilir. Bu özel çıkar grupları, miras alanlarının tanıtımını ve pazarlamasını kendi istekleri doğrultusunda yaptırmak için siyasi baskı ve kampanya yapabilmektedirler. Miras alanlarının yereldeki çıkar gruplarının lehine yapılması, genel kamunun ilgi ve isteklerini ve insanlığın evrensel koruma çabalarını göz ardı ederek yerel ve kısa vadeli kazançlar peşinde koşanlara destek vermek demektir (Wuepper & Patry, 2017, s. 3).

Pek çok ülkedeki turizm yetkilileri, bir alanın UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne eklenmesi sonucu, alanın uluslararası ziyaretçi akınına uğrayacağına ve bölgenin ekonomik sıkıntılarına çare olacağına dair yanlış bir inanca sahiptir. Bir yerin miras listesine eklenmesi, hali hazırda iyi bilinen ve erişilebilir olan alanların çekiciliğini artırması muhtemeldir. Keşfedilmemiş ve erişilemeyen destinasyonlar, Dünya Mirası Listesi'ne eklenmesiyle, bu yerlere yönelik turist sayısında çok fazla değişiklik yaşanmamaktadır. Bununla birlikte, birçok yer UNESCO unvanını bir pazarlama aracı olarak aktif olarak kullanmakta ve bunu gerçekten başarılı bir araç olarak sergilemektedir. Ancak, bir yerin UNESCO şemsiyesine alınması, bu alana, hiçbir çaba göstermeden, kendiliğinden turist akınına uğrayacağı fikri yanlış bir varsayımdır (Timothy, 2011, s. 339).

### 3. UNESCO VE KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA TÜRKİYE

#### 3.1. Türkiye-UNESCO İlişkileri

Türkiye, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu Sözleşmesini 1946'da onaylayarak taraf olmuştur. UNESCO sözleşmesinin 4895 sayı ile kabul edildiği kanunda, UNESCO'nun savaflara son vermek amacıyla milletler arasındaki iş birliğinin kültür, eğitim ve sanat aracılığıyla geliştirilmesi için UNESCO'ya destek verilmesi gerektiği belirtilmiştir. Bunun için, amaçlar ve yöntemler belirlenerek UNESCO'nun çalışma organları ve çalışmalara katılımı ilgili kurallar kabul edilmiştir (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu Sözleşmesinin Onanması Hakkında Kanun, 1946). Türkiye, UNESCO'nun kurucu belgesini imzalayan ilk 20 devlet arasında onuncu sırada yer alarak barış ve diyalog düşüncesinin gerçekleştirilmesine verdiği güçlü desteği ortaya koyduğunu gösterip gerekli yapılanmaları tamamladıktan sonra, faaliyetlerine 1949 yılında başlamıştır (Ertürk & Karakul, 2016, s. 5). Türkiye, UNESCO ile ilişkilerini büyük elçilik seviyesindeki daimi temsilcisi, Dışişleri Bakanlığı ve UNESCO Türkiye Milli Komisyonu aracılığıyla sürdürmektedir. Diğer bakanlık, ve kurumlar da ilgili oldukları konularda UNESCO ile ilişki sürdürmektedir (Oğuz, 2007, s. 5).

25 Ağustos 1949 tarihli Bakanlar Kurulu kararı ile UNESCO Türkiye Milli Komisyonu kurularak her kesimden toplumun ve kamu kurumlarının UNESCO çalışmaları hakkında bilgilendirilmesi, faaliyetlerine katılımlarının sağlanması ve UNESCO idealleri doğrultusunda çalışmalar yapılması amaçlanmıştır. Milli Komisyon, eğitim, bilim ve kültür alanlarındaki UNESCO süreçlerini takip ederek kamuoyunu ve hükümeti bilgilendirmek ve UNESCO ile iş birliğini sağlamak görevleri arasındadır. Komisyon, kültürü korumak, UNESCO'nun ideallerini yaygınlaştırmak, bilgi ve bilimi desteklemek için faaliyetlerde bulunmaktadır. Türkiye Milli Komisyonu, kurulmuş en eski Milli Komisyonlardan birisidir (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, 2022c)

Türkiye, 1972’de, UNESCO tarafından kabul edilen Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme’yi, 1983 yılında onaylayarak sözleşmeye taraf olmuştur. Kültürel miras tanımı sözleşmede belirtildiği şekliyle anıtlar, sitler, yapı toplulukları şeklinde tanımlanarak hangi alanların doğal miras olarak sayılacağı belirtilmiştir. UNESCO’nun alt temsilcisi olan ICOMOS ve IUCN gibi kurullarla ortaklaşa yapılan çalışmalarla alanların korunacağı ve geçici koruma listesi ile Dünya Mirası Listesini en kısa sürece UNESCO bünyesinde oluşturulan kurula sunulacağı belirtilmektedir (Gazete, 1983, s. 3-7).

Miras eserlerinin UNESCO listelerine kaydedilmesi ile ilgili olarak farklı kamu kurumları görev almaktadır. Kültürel ve karma kategorisindeki bir miras eserinin Dünya Mirası Listesi’ne ve Geçici Liste’ye alınması hususunda, Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü yetkili kurum iken doğal miras alanları sorumluluğu ise Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü’ne aittir (Eraslan, 2020, s. 122).

Boucly, Türkiye’nin, 1983 yılında, Dünya Mirası Listesi Sözleşmesi’ne taraf olmasına rağmen özellikle 2000 sonrasında UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne artan bir şekilde ilgi göstermeye başladığını belirtmektedir. Bu amaçla kültürel miras alanlarının listelere alınması ve finansal desteklerin artırılması için UNESCO’nun çalışmalarına aktif katılım da dahil olmak üzere çok çeşitli girişimlerde bulunmuştur. Dış politika aracı olarak, Türk kültürel miras alanlarını tanıtmak için dünya mirası yönetim programı oluşturulmuştur. Türkiye’nin UNESCO’nun miras eserleri listelerine eserlerini kaydettirmesi ile çeşitli amaçları vardır. Bunlardan en belirginini bu eserleri turizm amacı ile kullanmaktır (Boucly, 2018, s. 233-257).

2003’te gerçekleşen UNESCO Genel Konferansı’nda Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi onaylanmıştır. Türkiye, sözleşmeye taraf olma sürecini 27 Mart 2006 tarihinde tamamlamıştır. Sözleşme ile İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi, Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi

ve Korumanın İyi Uygulamaları Kaydı şeklinde 3 tane liste oluşturulmuştur (UNESCO Türkiye Millî Komisyonu, 2022a).

Türkiye, 2006-2010 yılları arasında, Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi Hükümetler arası Komite üyeliğini yürütmüştür. 2008-2010 arasında, İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi'ne taraf devletler tarafından aday gösterilen dosyaları inceleyen ve raporlayan komisyonlarda görev almıştır. Meddahlık Geleneği ve Mevlevi Sema Törenleri Somut Olmayan Başyapıtları Listesi'ne giren 90 eser arasında yer almıştır. Türkiye, 2009 ve 2010 yıllarında Temsilî Liste'ye önerilen dosyaları inceleyerek dünya mirası konusunda tecrübeler kazanmıştır. Bunun yanı sıra, ulusal envanter sistemini oluşturarak dosya hazırlama konusunda da ilerlemeler kaydetmiştir (Oğuz vd., 2013, s. 5).

Türkiye ilk kez 1983'ten 1989'a kadar Dünya Mirası Komitesi'ne, ardından 2013'te dört yıllık bir süre için tekrar üye oldu. Türk heyetinin uzman ekibi mimarlık, restorasyon, şehir planlama, arkeoloji ve sanat tarihi gibi farklı alanlardan oluşmaktadır. Komite, dünya mirası ile ilgili konularda bakanlıklara ve diğer ilgili taraflara tavsiye vermenin yanı sıra, bilgiyi artırmayı, iletişimi geliştirmeyi, farkındalığı artırmayı ve topluluk katılımını teşvik etmeyi amaçlayan çeşitli faaliyetlerde bulunurlar. Bu faaliyetler, projeler, seminerler, çalıştaylar, eğitim programları ve yayın materyalleri düzenlemeyi içerir (Erder, 2016, s. 18). Ayrıca 2016 yılında, UNESCO Dünya Mirası Komitesi 40. oturumunu İstanbul'da gerçekleştirmiştir (Mader, 2016).

Türkiye'nin UNESCO ile ilgili olan ilişkilerini ne kadar ciddiye aldığı ve bu ilişkilerin, miras değerlerini koruma konusunda yeni mevzuatlar oluşturması konusunda İstanbul'un tarihi alanları iyi bir örnek teşkil etmektedir. 2003'te, Dünya Mirası Komitesi, Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilen İstanbul'un tarihi sit alanları ile ilgili olarak yeni koruma planı oluşturulması ve Osmanlı dönemi ahşap binalarının bozulmasının engellenmesi taleplerini dile getirmiştir. Komite, İstanbul'un tarihi yarımadasındaki arkeolojik kalıntıların metro sistemi yüzünden olumsuz etkilenebileceği için yeni bir kentsel koruma planının acil olarak tamamlanmasını ve

ahşap binaların çökmesini önlemek için acil önlemler alınmasını istemiştir. Gerekli somut tedbirlerin alınmaması ve istenilen raporların teslim edilmemesi durumunda, bahsedilen eserin Dünya Mirası Tehlike Listesi'ne alınmasının gerektiği komisyon raporunda belirtilmiştir (World Heritage Committee, 2003, s. 82).

Sorunları çözmek ve miras alanlarının daha iyi yönetilmesi için 2004'te yasalaşan 5226 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, miras alanlarının korunmasını belediyelere bırakarak yerel makamlara sorumluluk devretmiştir. Ayrıca tüm kültürel miras alanları için site yönetim planlarından sorumlu olacak olan yerel koruma ofisleri kurulması kararlaştırıldı. Belediyeler, sorumluluk alanlarındaki sitler için yönetim planları hazırlamaktan sorumlu tutulurken Kültür ve Turizm Bakanlığı ise herhangi bir belediye sınırları içinde olmayan alanlar için koruma planları hazırlamakla sorumlu hale gelmiştir (Human, 2015, s. 12). 2004 yılında, 1983 mevzuatında yapılan bu değişiklikler, Türkiye'nin Dünya Mirası eserleri için alan yönetimi zorunluluğunu getirmiştir. 2005 yılındaki bir diğer yönetmelik, açık hedefler belirleyerek alan yönetimi için idari ve yasal zemini oluşturmuştur (Erder, 2016, s. 19). Sonraki 10 yıl boyunca, hazırlanan yönetim planlarının ne kadar iyi uygulandığını yerinde görmek için miras alanlarına UNESCO uzmanları ziyaretler gerçekleştirerek eleştiri ve tavsiyelerde bulunmuşlardır. İstanbul tarihi alanlarının tehlike altındaki miras listesine alınmasını engellemek için gerekli yönetim planları hazırlanarak sivil toplum, yerel makamlar ve hükümet arasındaki koordinasyon 2012'de kurulmuştur (Boucly, 2018, s. 237,238).

Pek çok ülkedekine benzer şekilde Türkiye'deki dünya mirası alanları, yönetim planları ve yer kullanımından ortaya çıkan çeşitli sorunlarla yüz yüzedir. Kötü yönetim ve politika eksikliği gibi standart sorunlara ek olarak bazı alanlar çözülmesi gereken farklı problemlere sahiptir. Genel olarak, bu alanları etkili bir şekilde yönetmek için yönetim planlarının eksikliği, alan yönetiminden sorumlu kurumlar ile söz konusu taraflar arasındaki zayıf koordinasyon, finansman, yabancı yatırımcının azlığı ve sosyal farkındalığın olmaması genel sorunlardandır. Bu sorunlar, temel olarak eserin mevcut durumu ile ilgili yeterince veri olmaması ve özel bir plan dahilince koruma ve restore planlarının olmamasından kaynaklanmaktadır. Bütün paydaşların katılımının temel ilke

olarak alınmasından sonra, toplumsal farkındalığın tespiti ve karar vericilerin dikkatli planlaması, sorunların çözümüne yardımcı olacaktır (Somuncu & Yiğit, 2010, s. 1-24).

Yerel yönetimler, kültürel mirası koruma sorumluluklarının bazılarını üstlenmiş olsa bile Kültür ve Turizm Bakanlığı merkezi ve yerel teşkilatlarıyla, mirasın korunmasından sorumlu olan temel kurumdur. Mevzuatın uygulanması ve mevzuatta gerekli değişiklikler ve düzenlemelerin yapılması, koruma altına alınması gereken varlıkların belirlenmesi, ulusal envanterin yönetilmesi, alan yönetim planlarının hazırlanması, arkeolojik kazıların koordinasyonu ve tescilli kültürel varlıklar için koruma çalışmalarının izlenmesi Bakanlığın sorumluluğu altındadır (Uluslan & Tuna Yüncü, 2016, s. 44).

UNESCO, özellikle, 2010 sonrasında uygulama rehberlerinde değişikliğe giderek yerel otoriteler tarafından uzmanlar eşliğinde ve sivil toplum temsilcileriyle birlikte hazırlanan yönetim planlarını, geçici listeye ya da miras listesine bir eserin kaydedilmesi için ön koşul olarak görmüştür. UNESCO, miras alanlarının belirlenmesi ve listelere başvurulması konusunda, yerel aktörlere sorumluluk verilmesini talep etmektedir. Bu sorumluluğu yerel aktörlere verme eğilimi, gelişmiş veya gelişmekte olan diğer ülkelerde ve özellikle somut olmayan kültürel miras gibi UNESCO sözleşmelerinde yaygındır. Türkiye, bu alandaki UNESCO önerilerini kısmen benimsemiştir. Belediyeler, kentsel sitler ve kültürel peyzajlar için başvuru yapma konusunda, çok daha geniş bir rol oynamaktadır. Ancak, arkeolojik alan başvuruları ve yönetimi için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın etkin bir şekilde görev ve sorumluluk aldığı görülmektedir. Eserlerin geçici listeye alınması için yereldeki bir arkeoloji müzesinin veya belediyenin başvuru dosyasını ve yönetim planlarını hazırlayarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'na sunarak onayını alması gerekmektedir. Miras listelerine eserlerin başarılı bir şekilde kazandırılması, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile yerel aktörlerin harekete geçmesi sayesinde mümkün olmaktadır (Boucly, 2018, s. 242).

### 3.2. Türkiye'nin Miras Listeleri

Türkiye'nin UNESCO bünyesindeki Dünya Mirası Listesi ve Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi bulunmaktadır. Türkiye, 1972'de Paris'te onaylanan UNESCO Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşmeye 16.03.1983'te, onay aşamalarını tamamlayarak taraf olmuştur (UNESCO Türkiye Millî Komisyonu, 2022b). Kabul edilen bu sözleşme ile kültürel ve doğal zenginliklerin korunması amaçlanmaktadır. Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme ile Türkiye, kendi ülkesinde bulunan doğal ya da kültürel mirası koruyarak gelecek nesillere ortak miras olarak aktarmayı kabul etmiştir. Sözleşme kapsamında Safranbolu evleri, Eskişehir Odunpazarı konakları ve İstanbul'un tarihi dokusu gibi mirasların korunmasının yanı sıra Efes harabeleri, Sümela manastırı veya Akdamar kilisesi gibi kültürel mirasların da korunacağı ifade edilmiştir. Sadece belli bir dönemden gelen eserleri ya da belli bir bölgedeki eserleri koruyup diğerlerini ihmal etmek sözleşmenin doğru ve etkin bir şekilde uygulanmaması anlamına gelmektedir (Oğuz, 2007, s. 6).

Türkiye'nin miras eserleri, hem farklı bölgeleri arasında bir denge sağlamakta kalmıyor, hem de kültürünün farklı katmanlarından da örnekler sergilemektedir. Bu alanlar, Çatalhöyük'teki Neolitik ve Kalkolitik dönemlerden Pergamon, Hierapolis-Pamukkale ve Xanthos-Letoon'daki Helenistik ve Roma etkilerine kadar uzanır. Hitit dönemi Truva ve Hattuşa ile temsil edilirken, Kapadokya'da erken Hıristiyanlık sergilenmektedir. Nemrut Dağı'nda Seleukos hanedanı, Efes'te Meryem Ana kültü ve Divriği'de Selçuklu kültürü sergilenir. İstanbul hem Bizans hem de Osmanlı imparatorluklarını yansıtırken Edirne, Safranbolu ve Bursa'da Osmanlı kültürü örnekleri görülmektedir. Son olarak Diyarbakır Kalesi'nde, Helen, Latin, Süryani, Ermeni ve Arap gibi çeşitli yazılı kültürlerin izleri görülmektedir. Bu alanlar, Türkiye'nin Üstün Evrensel Değere sahip zengin mirasının yalnızca küçük bir bölümünü yansıtmaktadır (Ülker, 2016, s. 12). Tablo 2'de görüldüğü üzere Türkiye'nin Dünya Mirası Listesi'nde 1985 yılından başlayarak 2022 yılı sonu itibarıyla 17 kültürel, 2 karma, toplam 19 miras eseri bulunmaktadır. Türkiye'nin miras alanları farklı dönemlerden gelmekte olup farklı coğrafyalara dağılmıştır.



**Tablo 2:** Türkiye'nin Dünya Mirası Listesi (UNESCO Türkiye Millî Komisyonu, 2022b)

Sit Alanı	Şehir	Miras Listesine Giriş Tarihi	Türü
Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası	Sivas	1985	Kültürel
İstanbul'un Tarihi Alanları	İstanbul	1985	Kültürel
Göreme Millî Parkı ve Kapadokya	Nevşehir	1985	Karma Miras Alanı
Hattuşa: Hitit Başkenti	Çorum	1986	Kültürel
Nemrut Dağı	Adıyaman	1987	Kültürel
Hieropolis-Pamukkale	Denizli	1988	Karma Miras Alanı
Xanthos-Letoon	Antalya-Muğla	1988	Kültürel
Safranbolu Şehri	Karabük	1994	Kültürel
Truva Arkeolojik Alanı	Çanakkale	1998	Kültürel
Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi	Edirne	2011	Kültürel
Çatalhöyük Neolitik Alanı	Konya	2012	Kültürel
Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu	Bursa	2014	Kültürel
Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı	İzmir	2014	Kültürel

Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri Kültürel Peyzajı	Diyarbakır	2015	Kültürel
Efes	İzmir	2015	Kültürel
Ani Arkeolojik Alanı	Kars	2016	Kültürel
Aphrodisias	Aydın	2017	Kültürel
Göbekli Tepe	Şanlıurfa	2018	Kültürel
Arslantepe Höyüğü	Malatya	2021	Kültürel

Türkiye, UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde, 25 unsuru kaydederek en fazla unsur kaydeden ülkeler arasında ilk üç sırada yer almaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023c). Gordion'un Dünya Miras Listesi Adaylık Dosyası, 2021'de UNESCO'ya iletilmiştir. 2022'de Dünya Miras Komitesi'nin toplanmamasından dolayı adaylık dosyası henüz sonuca ulaşmamıştır. Ayrıca İznik için aday taslak dosyası ön değerlendirme için UNESCO'ya gönderilmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023a). Tablo 3'te de görüleceği üzere Somut Olmayan Kültürel Miras eserleri arasında dilsel anlatımlar ve ifadeler, sahne sanatları, törenler, toplumsal gelenekler, el sanatları ve yiyecek-içecek kültürünün geleneksel yansıması yer almıştır.

**Tablo 3:** Türkiye'nin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ndeki eserleri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023c)

Somut Olmayan Kültürel Miras Eseri	UNESCO Listesine Alındığı Yıl
Meddahlık	2008
Mevlevi Sema Töreni	2008
Âşıklık Geleneği	2009

Nevruz	2009
Karagöz	2009
Geleneksel Sohbet Toplantıları	2010
Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali	2010
Alevi-Bektaşî Ritüeli Semah	2010
Tören Keşkeği Geleneği	2011
Mesir Macunu Festivali	2012
Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği	2013
Ebru: Türk Kağıt Süsleme Sanatı	2014
Geleneksel Çini Ustalığı	2016
İnce Ekmek Yapma ve Paylaşma Kültürü	2016
Bahar Kutlaması: Hıdrellez	2017
Islık Dili	2017
Dede Korkut Mirası: Destan Kültürü, Halk Masalları ve Müzik	2018
Geleneksel Türk Okçuluğı	2019
Geleneksel Zekâ ve Strateji Oyunu: Mangala	2020
Minyatür Sanatı	2020

Hüsn-i Hat	2021
Geleneksel Ahlat Taş İşçiliği	2022
İpek Böcekçiliği ve Dokuma için İpeğin Geleneksel Üretimi	2022
Nasreddin Hoca Fıkralarını Anlatma Geleneği	2022
Çay Kültürü, Kimlik, Misafirperverlik ve Sosyal Etkileşim Sembolü	2022

Somut Olmayan Kültürel Miras Liste'sindeki bu değerlere ilaveten, 2023 için, mey/balaban zanaatkarlığı, sedef kakma sanatı, tezhip sanatı, iftar ile ilgili gelenekler ve zeytin yetiştiriciliği olmak üzere 5 miras değeri için aday dosyaları UNESCO'ya sunulmuştur. 2022 sonu itibarıyla Türkiye bu listeye kültürel miras değerlerini kaydettiren ilk 3 ülke arasına girmiştir. Ayrıca Somut Olmayan Kültürel Miras Türkiye Ulusal Envanterine kayıtlı olan 326 kültürel değer bulunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023a).

Türkiye, Somut Olmayan Kültürel Miras Liste'sine kaydedilen bazı kültürel değerler için ortak dosyalar hazırlayarak bu değerlerin koruma altına alınmasını sağlamıştır. Bunlar arasında, 2009'da listeye alınan Nevruz için önce Azerbaycan, Hindistan, İran, Kırgızistan, Özbekistan ve Pakistan ile ortak dosya hazırlanmıştır. 2016'da ise Afganistan, Azerbaycan, Hindistan, Irak, İran, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Pakistan, Tacikistan ve Türkmenistan'ın katılımı ile dosya genişletilmiştir. Ayrıca ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği, Dede Korkut-Korkut, Mangala, çay kültürü, ipek böcekçiliği ve dokuma ile Nasreddin Hoca ve fıkra anlatma geleneği gibi somut olmayan kültürel miras değerleri için her birinden farklı ülkeler olmak üzere farklı tarihlerde, ortak dosya kapsamında bu eserler, Somut Olmayan Kültürel Miras Liste'sine kaydedilmiştir (UNESCO Türkiye Millî Komisyonu, 2022a).

### 3.3. Türkiye'nin Kamu Diplomasisi ve UNESCO

Çevik'e göre Türkiye, modern bir ülke olarak iletişimle ilgili pek çok faaliyette uzmanlık kazanmıştır. Türkiye'nin yükselen küresel varlığı ile Türk siyasi seçkinleri, Türkiye'nin hikayesinin dünyadaki herkesle paylaşılması gerektiğine inanmaktadırlar. Türk kamu diplomasisi, "Türkiye'nin paylaşacak bir mesajı ve hikayesi var" sloganı altında faaliyet göstermektedir. Türkiye'nin sorunlarının yanlış anlaşılmaktan ve kendini iyi ifade edememekten kaynaklandığı varsayımıyla bu motto oluşturulmuştur. Bu nedenle, Türkiye'nin itibarının dünyayla paylaşılarak bunun ikna edici bir anlatıya sahip olup olmadığı kamu diplomasisi faaliyetleri ile yakından ilgilidir (Çevik, 2020, s. 350).

Kalın, Türkiye'nin dünyadaki herkesle paylaşacağı bu hikâyenin, çok yönlü ve çok boyutlu olduğunu belirtmektedir. Kamu diplomasisinin amacı bu hikâyeyi etkili, ikna edici ve kapsamlı bir şekilde anlatmaktır. Günümüzde imaj ve görseller, insanların gerçeklik algısını şekillendirmede önemli bir rol oynadığı için bir ülkenin imajı ve politikaları, analizinde kullanılan anahtar kelimelerin seçimi ve ülkenin konumlandırıldığı algı çerçevesi, o ülkenin objektif gerçeğinden daha önemlidir. Türkiye'nin hikayesini ve imajını, ulusun demokratik mirasından, tarihinden ve coğrafyasından oluşan siyasi ve toplumsal değerler ve birikimler oluşturmaktadır. Bu birikimin stratejik bir değere dönüşmesi için Türk dış politikası, sahip olduğu derinliği yansıtarak kamu ve STK'lar aracılığıyla, kamu diplomasisi araçlarını kullanmaktadır. Bu kuruluşlar arasında Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), Kızılay, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), Yunus Emre Enstitüsü ve Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi yer almaktadır. Ayrıca kamu kurumlarına ek olarak sivil toplum kuruluşları, hayır kurumları, dernekler, üniversiteler, medya, sivil toplum aktörleri gibi diğer kurumlar da kamu diplomasisi kapsamında çalışmalar yürütmektedir (Kalın, 2011, s. 11-21).

UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde olan eserler Türkiye markası ve imajı oluşturmak için kullanılmakla beraber, çok zengin kültürel değerlerin yer aldığı Anadolu coğrafyasındaki tüm medeniyetlerden kalan kültürel miras değerleri de bu amaç için kullanılmaktadır. Bu amaçla, dünyanın farklı şehirlerinde, Anadolu'da yaşamış olan

Hitit, Frigya, Likya, Bizans, Selçuklu, Osmanlı eserlerinin yer aldığı sergiler ve tanıtımlar gerçekleştirilerek önemli sonuçlara ulaşılmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011).

### **3.3.1. UNESCO ve Kültür ve Turizm Bakanlığı**

Sancar, bir ülkenin turistik değerlerinin o ülkenin kamu diplomasisi araçlarını oluşturduğunu belirtmektedir. Ayrıca turistik cazibe noktaları ve destinasyonlar için ülkeye çekilen turistlerle kurulan ve sürdürülen ilişkilerin, turizm diplomasisine kaynaklık ettiğini ve ülkeye turist çekilmesini sağlayan faaliyetlerin ve paylaşılan değerlerin de turizm diplomasisinin kapsamına girdiğini vurgulamaktadır. Bu faaliyetler ve iletişim süreci, o ülke hakkındaki algılamaları oluşturacak kamuoyu algısında, kamu diplomasisinin başarısını belirlemektedir. Kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarısı için turizm faaliyetlerinin kapsamını ve planlamasını sağlayan kuruluş olarak bakanlıklara büyük görev düşmektedir (Sancar, 2017, s. 94-97).

Türkiye imajını diğer toplumların nezdinde çekici hale getirmek için çalışan Kültür ve Turizm Bakanlığı, dünyada gerçekleşen turizmin Türkiye yönlendirilmesini sağlamak için her fırsatı kullanarak ülkenin sahip olduğu benzerlerinden ayırt edilebilen turistik cazibe noktalarının tanıtımını yapmak için seminerler, sempozyumlar, kongreler, sergiler, festivaller, yarışmalar, gösteriler düzenlemektedir. Ayrıca bu faaliyetlerde yer alan kamu veya özel kurumları, örgütleri, veya kişileri desteklemek ve gerekli olan koordinasyonu sağlamak görev ve sorumlulukları arasındadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın görev ve sorumlulukları arasında turistik faaliyetleri düzenleyen ürün ve hizmetleri çeşitlendiren, turizm pazarındaki gelirini arttıran, marka bilinirliğini geliştiren, miras değerlerinin korunması ve gelecek nesillere aktarılması ile ilgili faaliyetler yer almaktadır. Ayrıca kültürel diplomasi aracılığıyla, ülkenin bilinirliğini arttırmak ve kültürel çeşitliliği zenginlik gören ve bunu koruyan evrensel ortak değerler etrafında birleşebilen bireylerin olduğu toplumlar için gerekli olan kurum ve kuruluşlara destek vermek bakanlığın amaçları

arasındadır. Ülkenin bütün değerlerinin dünya çapında tanıtımı yapılarak uluslararası turizm markasına dönüşmesi ve ziyaretçi sayısı ile elde edilen gelirlerin artırılması temel amaçlardandır. Bu amaçla, reklam, stratejik iş birliği projeleri, tanıtıcı ağırlama faaliyetleri, tanıtıcı yayınlar, uluslararası filmler, kitap fuarları, yurt içindeki uluslararası etkinliklerinin desteklenmesi ve iç turizme yönelik her türlü faaliyet desteklenmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018b).

### **3.3.1.1. Turizm Planlarında UNESCO**

2007’de Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından duyurulan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı’nda da belirtildiği gibi bu çalışma, kamu-özel iş birliği sayesinde, turizmi geliştirmeyi hedefleyen bir çalışmadır. Eylem planında, yatırımlar, araştırma ve geliştirmeye odaklı, alt yapı, tanıtım, eğitim, turizmin çeşitlendirilmesi ve markalaşma gibi turizmle ilgili pek çok konuda kapsamlı planlamalar yapılmıştır. Eylem planında, turizmi çeşitlendirmek için otel turizmine odaklanmak yerine, kış sporları, sağlık turizmi, yayla turizmi, kırsal, dağ, doğa turizmi, kongre, fuar ve etkinlik turizmi, golf turizmi gibi çeşitli turizm alternatifleri ile tarih, kültür, sanat gibi değerleri öne çıkartan turizme ağırlık verilmesi planlanmaktadır. Bunu gerçekleştirirken bölgesel ve yerel örgütler ve STK ile ortaklaşa bir şekilde, yer markalama ve pazarlama faaliyetleri ile Türkiye markası yaratılmasını desteklemek planlanmaktadır. Turizm sektöründe rekabet edebilmek için imajın korunması gerektiği vurgulanarak pazarlama araçlarının etkili kullanılması ve kamu-özel sektör iş birliği ile yeni iletişim teknolojilerinin kullanılması ve markalaşma planlanmaktadır. Pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin, kamu diplomasisinin de araç ve amaçlarıyla uyumlu şekilde, yeni bilgi ve iletişim teknolojilerine uyum sağlayarak, müşteri ilişkilerini bu yönde geliştirerek ilerlemesi ve tanıtımdan pazarlamaya kadar internetin kullanımının yaygınlaştırılması, hedeflere ulaşmak için kullanılacak iletişim şeklidir. Özellikle, üçüncü yaş grubuna uygun tanıtım ve reklam faaliyetlerinin yapılması, özelleştirilmiş ürünler belirlenmesi ile kitlesel tanıtım yerine, özelleştirilmiş pazarlama stratejileri amaçlanmaktadır. Bu faaliyetlere ek olarak uluslararası organizasyonların bu amaçlara uygun şekilde kullanılması ve sinema sektörünün tanıtım ve pazarlama için kullanılması amaçlanmaktadır. Turizm sektörünü etkileyen çeşitli olumsuz imaj sorunlarının etkilerinin azaltılması ve olumlu imaj yaratmak için tanıtım çalışmalarının yapılması da eylem planında tasarlanmaktadır.

Doğal ve tarihi çevrenin korunması amacıyla, sorumlu bakanlıklar ve sivil toplum kuruluşları arasında iş birliği tesis edilmesi planlanmaktadır. Hizmet kalitesini arttırmak için yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarının kültürel miras değerlerinin korunması ve bunların turizm kapsamında kullanımı ile ilgili olarak eğitilmesi tasarılar arasındadır. Ayrıca kentsel ölçekte markalaşma stratejisi bağlamında, mirasa vurgu yapılarak yerel halkın her türlü kültürel miras değerinin farkına varması ve korunması konusunda bilinçlendirilmesinin sağlanması ve kültürel mirasın dünya çapında tanıtım ve pazarlanması amaçlanmaktadır. Marka şehirler oluşturarak şehir turizminin geliştirilmesi, eylem planındaki amaçlardan birisidir. Mevcut turizm alanlarının iyileştirileceği bölgeler planlamasında, tematik kültür bölgeleri oluşturularak bölgelerin geleneksel el sanatları ve gastronomisi ile cazibe merkezleri oluşturması planlamalar arasındadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007, s. 1-38).

2010'da yayınlanan 2010-2014 Stratejik Planı ile, çeşitli hedefler ve stratejiler belirlenmiştir. Daha önce kabul edilen eylem planıyla uyumlu hedefler belirlenerek kültürel değerlerin korunması ve gelecek nesillere de aktarılması hedeflenmiştir. Bu amaçla, kültürel eserlerin tespiti, zarar görmesinin engellenmesi, verilerin muhafazası, kaynak çeşitliliğinin artırılması, kültürel miras unsurlarının dijital ortama aktarılarak erişiminin kolaylaştırılması ve bunlarla ilgili çeşitli projelerin yaygınlaştırılması gibi hedefler belirlenmiştir. Ayrıca tanıtım sektöründe yer alan tüm aktörlerle iş birliği içinde, yurt içindeki ve dışında tanıtım faaliyetleri düzenlenmesi ve kültür zenginliklerinin uluslararası alanda tanıtılması planlanmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2010b).

2014'te yayınlanan 2015-2019 dönemini kapsayan planda ise daha önceki planın değerlendirmesi yapılarak benzer hedef ve stratejiler belirlenmiştir. Yeni planda, ülkenin önemli bir sanat ve kültür merkezi haline getirilmesi için kültür ve sanat değerlerinin verimli bir şekilde tanıtılmasının desteklenmesi hedeflenmiştir. Ayrıca Türk sinemasının bir marka haline getirilmesi amaçlanmaktadır. Turizmde uluslararası rekabet yeteneğini, pazar oranını ve marka gücünü arttırmak için alternatif turizm türlerinin çeşitlendirilmesi, kalitesinin artırılması, zamana ve bölgelere yayılması ve Türkiye markası yaratmaya yönelik tanıtım planları geliştirmek hedeflenmiştir. Son



olarak, uluslararası ilişkiler ve kültürlerarası iletişimi kullanarak kültür ve turizm aracılığıyla küresel barışı geliştirmek amaçlanmaktadır. Bu amaca ulaşmak için uluslararası ilişkilerin kültür ve turizmi desteklemek için kullanılması ve Avrupa Birliği ile uyumlu politikalar geliştirilmesi hedeflenmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014b).

2018'de kabul edilen 2019-2023 stratejik planı ile daha önceki planların değerlendirilmesi yapıldıktan sonra, önceki plandaki hedef ve stratejiler tekrarlanmıştır. Ek olarak, bilgi toplumuna dönüşümün desteklenmesi için kütüphanelerin ve bilgi kaynaklarının çeşitlendirilmesi ile kültürel miras unsurlarının dijital ortama aktarılması ile ilgili çalışmalar hedeflenmiştir. Ayrıca kültür diplomasisi aracılığıyla kültürlerarası etkileşimin artırılması için uluslararası platformlara katılarak yayıncılık alanında iş birliğinin artırılması ve ülkenin bilinirliğinin ve görünürlüğünün artırılması hedefler arasındadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018b).

### **3.3.1.2. Faaliyet Raporlarında UNESCO**

Kamu kurumları, hesap verme sorumluluğu ile yıllık faaliyet raporu hazırlamaktadırlar. Bu raporlarda, kurumun teşkilat yapısı, kaynakları, temel politikalar ile stratejik plan ve performans programı kapsamında, yürütülen etkinlikler ve projelere ilişkin bilgiler bulunur. Performans programındaki hedeflerin ve bütçenin gerçekleşme durumu, oluşan sapmaların nedenleri, diğer performans bilgileri ve bu bilgilere ilişkin değerlendirmeler raporun temelini oluşturur. Ayrıca orta ve uzun vadeli hedeflere ulaşılması için kurumun içsel durumu, teknolojik kapasitesi gibi unsurlar da değerlendirilir. Kurumun güçlü ve zayıf özellikleri ve sonraki hedeflerine ilişkin tahminler de raporlarda yer almaktadır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2004).

2007 yılı Kültür ve Turizm Bakanlığı faaliyet raporunda, bakanlığın idari yapısı, amaçları, faaliyetlerle ilgili bilgiler, kurumsal kapasitesinin değerlendirilmesi ve gerekli öneriler yer almıştır. Faaliyet raporunda, bakanlığın yetki alanına giren kültür ve turizmle ilgili yapılan faaliyetler anlatılmıştır. Ayrıca UNESCO ve kültür varlıkları da

faaliyet raporu kapsamında yer almıştır. UNESCO Dünya Kültürel Mirası ile ilgili genel bilgiler verildikten sonra, 2007 itibarıyla listede yer alan kültür varlıkları ile ilgili sayısal veriler paylaşılıp İstanbul ve Pamukkale'nin Tehdit Altındaki Dünya Mirası Listesi'ne alınmaması için yapılan çalışmalar belirtilmiştir. Ayrıca UNESCO Türkiye Milli Komisyonu ile yapılan protokol ile Türkiye Ulusal Kültürel Miras Listesi oluşturma çalışmaları anlatılmıştır. Yurtdışı ve yurtiçi tanıtım faaliyetlerine de yer verilen raporda, kültürel miras ve somut olmayan kültürel miras ile ilgili tanıtım çalışmaları ile ilgili detaylı faaliyetlerden bahsedilmiştir. Bu kapsamda, çeşitli ülkelerde, seramik, Anadolu medeniyetleri ve hat sanatı ile ilgili sergiler düzenlenmiştir. Doğumunun 800. yılı olması nedeniyle 2007 Mevlana Yılı ile ilgili olarak Mevlana ve Mevlevi Sema gösterilerini tanıtmak için yıl boyunca dünya çapında çeşitli tanıtım faaliyetleri düzenlenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008).

Bakanlığın 2008 yılı faaliyetleri arasında, UNESCO kültürel miras ile ilgili verilere yer verildikten sonra, Dünya Mirası Listesi ile ilgili olarak tanıtım stratejilerinin ve coğrafi bilgi sistemlerinin oluşturulması, bölgesel bilgilendirme toplantıları ve asıl ve geçici listeye alınacak miras alanları ile ilgili sonraki yılda gerçekleştirilmesi düşünülen etkinlikler belirtilmiştir. UNESCO Dünya Mirası Listesi'ndeki İstanbul'un tarihi alanlarının tehlike altındaki miras listesine alınmaması için gerekli olan plan, rapor, yazışmalar ve raporlamalardan ayrıntılı bir şekilde bahsedilmiştir. Ayrıca çeşitli miras alanları ile ilgili alan yönetimi planları ile ilgili çalışmalara yer verilerek UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi ve UNESCO Dünya Mirası Listesi ile ilgili yapılan başvuru dosyaları hakkında bilgi verilmiştir. UNESCO Türkiye Millî Komisyonu ile iş birliği içinde yürütülen çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir. Miras alanları ile ilgili belirlenen öncelikler ile ilgili olarak alanların korunması, bakım, onarım ve restorasyonu için ayrılan kaynakların harcandığı miras alanlarının listesi, yapılan rölöve ve restorasyon çalışmaları, korumaya yönelik hazırlanan imar planları ile ilgili çalışmalardan bahsedilmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009).

2009 faaliyet raporunda belirtildiğine göre; hikayeler, masallar, destanlar gibi kültürün sözlü anlatım gelenekleri ve meddahlık geleneği gibi somut olmayan kültürel miras öğeleri ile ilgili faaliyetler tanıtım amacıyla kullanılmıştır. UNESCO ve kültür

varlıkları ile ilgili çeşitli toplantılar düzenlenerek çeşitli kitaplar yayınlanmıştır. Ayrıca Türkiye UNESCO Milli Komisyonu ile çeşitli ülkeler arasında, kültür üzerine çeşitli projeler gerçekleştirilmiştir. Raporunda, Makedonya ile gerçekleştirilen ortak mutfak kültürü çalışmayı hakkında detaylı bilgiler verilmiştir. Konya’da düzenlenen Somut Olmayan Mirasın Korunması İle İlgili Yeni Politikalar Semineri ile ilgili bilgiler, bazı somut olmayan kültürel miras eserlerine yönelik yönergelerin yürürlüğe girmesi, bu konuda düzenlenen uluslararası toplantılara katılım ve yeni başvuru dosyaları ile ilgili bilgiler anlatılmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2010a).

2010 için Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın hazırladığı idare raporunda, miras listelerine yeni giren ve başvuru dosyası hazırlanan miras değerleri ile ilgili bilgi yer almıştır. Somut olmayan kültürel miras ile ilgili olarak çeşitli merkezlerde farklı konularda toplantılar, yarışmalar, kurslar ve bilgilendirmeler gerçekleştirilmiştir. İçinde UNESCO listelerinde yer alan eserlerin de olduğu 23 farklı dildeki yaklaşık 1.880.000 tane tanıtıcı broşür ve çanta dağıtılmıştır. Çeşitli ülkelerde, televizyon, radyo, gazete, billboard, otobüs, durak ve dijital platformlarda, reklam ve spot yayınlar düzenlenmiştir. Ayrıca fuarlara katılım, özel tanıtım faaliyetleri, ağırlamalar gerçekleştirilmiştir. Bu etkinliklerde, somut olmayan kültürel miras değerlerinden olan Hacivat ve Karagöz ile Ebru sanatının yanı sıra kültürel miras alanları arasındaki İstanbul ile Kapadokya gibi alanları tanıtan etkinlikler ve reklam faaliyetleri düzenlenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011)

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2011 yılı raporunda, UNESCO Dünya Mirası Listesi ve Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi ile ilgili yapılan çalışmalara yer verilmiştir. İçinde UNESCO listelerinde yer alan miras alanlarının da bulunduğu yaklaşık 2.720.000 adet broşür, kent, planı, çanta, zarf, davetiye, afiş, harita ve katalog farklı dillerde hazırlanarak dağıtılmıştır. Çeşitli ülkelere gazeteciler fuarlara davet edilerek paket turlar dahilinde, konaklamaları karşılanarak çeşitli tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Çeşitli ülkelerde gerçekleştirilen tanıtım faaliyetleri ile ilgili sayısal veriler paylaşılarak hangi tür tanıtım faaliyetleri düzenlendiği belirtilmiştir. UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Liste’sinde yer alan Nevruz’u tanıtmak için Polonya’nın başkenti Varşova’da 230 kişilik Türk yemeği verilerek Nevruz etkinliği düzenlenmiştir.

Yine Polonya’da, Uluslararası Hititoloji Kongresi düzenlenerek 1986’da Dünya Miras Listesi’ne giren Hattuşa’yı tanıtmak için stant açılmış ve Türk mutfağından oluşan bir akşam yemeği verilmiştir. Bosna Hersek’ten bir müzik grubunun klibini Kapadokya’da çekmesi için koordinasyon sağlanmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012)

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2012 yılı boyunca, Miras alanlarının korunması ve alan yönetimi ile bilgiler ve miras alanlarının sayısı ve yeni başvuru dosyaları hakkında bilgi yer almıştır. Yıl boyunca, 18 ülkede reklam ve tanıtım yapılarak yaklaşık 3 milyon görsel, işitsel ve yazılı materyal kullanılmıştır. UNESCO Dünya Mirası Listesi’nde yer alan Sivas Divriği Ulu Camii ve Külliyesi, Adıyaman Nemrut, Denizli Pamukkale, Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi ile ilgili broşürler ile UNESCO Dünya Mirası Türkiye broşürü bu materyaller arasında yer almıştır. Orient Klasik Otomobil Rallisi Almanya-Azerbaycan rotasının Orient Rally-Çorum Boğazkale Sfenksi’ne Selam Özel Etabı’nda çeşitli sponsorluk faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Sivas’ta gerçekleştirilen dünya mirasının 40. yılı olması dolayısıyla 40 ülke ile düzenlenen Sivas Buluşması’nda, Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası tanıtımı yapılmıştır. Çeşitli ülkelerde somut olmayan kültürel miras değerlerini tanıtan gösteriler düzenlenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013)

2013 yılı idare raporunda ise Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın UNESCO kapsamında katıldığı toplantılara yer verilmiştir. Listelere yeni eklenen kültürel değerlerin yer aldığı raporda, yeni başvuru dosyaları hakkında bilgi de yer almıştır. Kültürel miras ile ilgili stratejik planlarda hedeflenen projeler ve ayrıntılar rapora eklenmiştir. Yurt içi ve yurt dışında, kültürel miras ile ilgili çeşitli sergiler düzenlenmiştir. Ülkeye yönelik ziyaretçi trafiğini arttırmak ve uzun vadede ülke imajını korumak ve turizmin getirdiği rekabet gücünden yararlanmak için yurt dışında tanıtım faaliyetlerinde bulunmak için çeşitli billboardları kiralama, taksi veya otobüs giydirme, medyada reklam kampanyaları ve bu reklam faaliyetlerinde, ülke markasını arttıracak şekilde destinasyonlara yer verilmesi ile ilgili sayısal veriler ve görseller raporda yer tutmuştur. Ayrıca bilgilendirme amaçlı hazırlanan broşür, CD ve belgelerin dağıtıldığı, kültürel değerlerin sunulduğu fuarlara katılım ile ilgili veriler de rapora eklenmiştir. Kültürel değerlerin daha iyi tanıtılması amacıyla kendi ülkelerinde kanaat lideri olan

kişilerin ağırlama faaliyetleri ile ilgili olarak yapılan faaliyetler ve yayınlardan örnekler de raporda yer almıştır. Ülkelerde yapılan tanıtım faaliyetleri ile ilgili olarak detaylar da raporda yer almıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014a)

2014 yılında gerçekleştirilen Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın faaliyetleri arasında, somut olmayan kültürel değerler arasında olan hat, tezhip ve ebru gibi geleneksel el sanatlarının da sergilendiği Pekin Kitap Fuarı'na katılmak da yer almıştır. Temel amacı turistik, kültürel ve sanatsal değerleri tanıtmak, desteklemek, yaygınlaşmasını sağlamak ve kültürlerarası iletişimi sağlamak olan Tanıtma Genel Müdürlüğü, ülkenin imajını güçlendirmek amacıyla “Home of” konseptini geliştirmiştir. Bu kapsamda tematik tanıtımlar gerçekleştirilmiştir. Bu tür tanıtımlarda, birçok iletişim aracında yer alan görüntü ve görsellerde, ülkenin turistik değerleri ile UNESCO listelerindeki eserler de yer almıştır. Bu tanıtım etkinliği, sporda ve sanatta başarılı olmuş insanların Kapadokya gibi tarihi ve kültürel alanlarda çekilen görüntülerinin paylaşıldığı “Passport Turkey” ve “Destination Turkey” kampanyaları ile desteklenerek Türk Kahvesi, Kapalı Çarşı, Truva, Kapadokya, Efes, İznik Çinisi, Pamukkale ve Nemrut gibi UNESCO miras listelerinde yer alan eserler tanıtılmıştır. Yayınlanan videolar, kısa sürede milyonlarca etkileşim almıştır. Yıl boyunca, yaklaşık 120 fuarda, ortak bir tanıtım ile “Home of” temel tema olarak kullanılmıştır. Hollanda'da Türkiye'yi tanıtmak için hazırlanan farklı tarihi, doğal ve kültürel miras alanlarının yer aldığı 224 sayfalık kitabın son bölümünde, UNESCO Dünya Miras Listesi'ndeki eserlerle ilgili bilgilerin yer alması sağlanmıştır. Bulgaristan'ın ulusal gazetelerinde çeşitli miras alanları ile ilgili 8 sayfalık haber yayınlanmıştır. Birleşik Krallık'ta, yayın yapan The Daily Telegraph gazetesi ekinde Türkiye'nin tarihi ve kültürel değerleri ile ilgili haberler yayınlanmıştır. Varşova'da somut olmayan kültürel miras öğelerinden olan Mevlevi Sema Törenleri gerçekleştirilmiştir. Türk kahvesini tanıtmak için Ukrayna'da bir cezvede 333 litre kahve yapılarak rekor kırma etkinliği düzenlenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015).

2015 yılı faaliyet raporunda belirtildiği gibi bu yıl boyunca gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerinin temelinde “Home of” kampanyası yer almıştır. Türkiye'nin kültürel ve doğal değerleri çeşitli iletişim araçlarıyla farklı ülkelerde tanıtılmıştır. Bu

kampanya sosyal medya uygulamalarında takip edilen konu başlıkları içinde üst sıralarda yer almış ve alanında otorite sayılan kurumlarca çeşitli ödüllere layık görülmüştür. Yapılan tanıtım çalışmalarının yer aldığı sosyal medya hesapları yaklaşık 6 milyon kullanıcıya ulaşarak takipçi sayısı açısından 11 milyon takipçisi olan Avustralya'dan sonra 2. sıraya yerleşmiş ve Türkiye ülke ve destinasyon tanıtımında kendi markasını oluşturmuştur. Tanıtım faaliyetlerinde, UNESCO Miras Listeleri ile birlikte gastronomi, yayla turizmi, alışveriş ve deniz turizmi öne çıkmıştır. Ülke tanıtımının doğru ve etkin bir şekilde gerçekleşmesi için Euroleague organizasyonuna global partner olarak, 500'den fazla maça ve 20 ülkede, sosyal medya ve halkla ilişkiler faaliyetleri de dahil edilerek tanıtım gerçekleştirilmiştir. Ayrıca 54 ülkede ve 21 dilde yayın yapan Eurosport kanalında, içinde UNESCO alanları da olan farklı turistik noktaları da tanıtan videolar maçlar sırasında yayınlanmıştır. 59 ülkede gerçekleşen 122 turizm fuarına, küresel imaj kampanyasını destekleyen konsept tasarımlarıyla katılım gerçekleştirilmiştir. Yunanistan'daki Technopolis Caz Festivali'nde, bazı müzik gruplarının da yer aldığı konserde, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde olan Sema gösterisi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca somut olmayan kültürel miras öğelerini tanıtan çeşitli etkinlikler Umman, Azerbaycan, Moğolistan, Türkmenistan, İsviçre, Namibya, Norveç, Fransa, Brunei, Katar ve İtalya'da gerçekleştirilmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016).

2016 yılında, tanıtım faaliyetlerine çeşitli spor etkinlikleri, futbol takımlarının imza günleri ve açık alan tanıtımlarına "Turkey Home of" konsepti ile destek verilmiştir. Tanıtım araçları olarak UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan eserler ve Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde yer alan kültürel değerler de kullanılmıştır. 2016 Avrupa Futbol Şampiyonası için takımların tanıtıldığı Paris'in Hotel de Ville meydanında gerçekleştirilen tanıtıma Safranbolu evi konsepti ile katılım sağlanmıştır. Kanada'da, Türk kahvesini, Geleneksel Çini ve Ebru sanatlarını tanıtmak için çeşitli broşürler ve CD'ler yayınlanmıştır. İkili anlaşmalar ve çeşitli kültür yılları kapsamında Tunus, Azerbaycan, Rusya, Amerika Birleşik Devletleri, İsviçre, Endonezya ve Malezya'da çeşitli kültürel miras etkinlikleri gerçekleştirilmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017)

Görevleri arasında Türkiye'nin turizm değerlerinin her alanda tanıtılması ile etkinlikler gerçekleştirmek de yer alan Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017 yılında, "Home of" kampanyasına devam ederek çeşitli yayınlar, tanıtım ve imaj faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Home of Poetry filminde, içinde UNESCO miras değerlerinin de bulunduğu çeşitli görseller kullanılarak bir şiir eşliğinde, Türkiye'nin marka imajına katkıda sağlamaya yönelik tanıtımın olduğu video yayınlanmıştır. Trip Advisor, Expedia, Matador Network, Lonely Planet gibi seyahatle ilgili kurumlarla iş birliği gerçekleştirilmiştir. İçlerinde Nemrut, Cumalıkızık, Truva, Pamukkale, Kırkpınar Yağlı Güreşleri, Selimiye Camisi, Bergama, Hattuşa, Safranbolu ve Türk Kahvesi, gibi UNESCO listelerinde olan değerlerle ilgili broşürler yayınlanarak dağıtılmıştır. Somut olmayan kültürel miras kapsamında, Ukrayna'da Ebru sanatıyla ilgili etkinlik düzenlenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018a).

2018 yılı faaliyet raporu, Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilen Göbeklitepe ile ilgili çalışmalar ve Malatya Arslantepe'nin başvuru dosyası ile ilgili bilgilere yer vermektedir. Ayrıca somut olmayan kültürel miras eserlerini tanıtan sergilere de raporda yer verilmiştir. Çeşitli miras alanlarında yapılan koruma ve restorasyon çalışmaları, çevre düzenleme uygulamaları ve yönetim planları da rapora girmiştir. Tanıtma Genel Müdürlüğü'nün sosyal medyada ve geleneksel reklam yöntemi olarak yapılan faaliyetlerinden bahsedilmiştir. Çeşitli sosyal medya uygulamalarında oluşturulan dijital platformu takip eden toplam kullanıcı sayısı açısından Türkiye'nin, Avustralya, Dubai ve ABD'den sonra 4. sırada yer alması ile ilgili sayısal veriler rapora eklenmiştir. Ayrıca çeşitli seyahat medyası araçları ile yapılan tanıtım çalışmalarında, miras alanlarının tanıtılması ile ilgili görseller rapora girmiştir. UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne kayıtlı olan Truva Şehri'nin kaydedilmesinin 20. yılı olmasından dolayı 2018 Truva yılı ilan edilerek Türkiye markası ve imajının geliştirilmesi çalışmaları ve düzenlenen 183 etkinlikten raporda bahsedilmiştir. Ayrıca yapılan bu çalışmalardan dolayı alana gelen ziyaretçi sayısının bir önceki yıla göre %60 arttığı belirtilmiştir. Çin'de ilan edilen 2018 Türk yılı dolayısıyla çeşitli sergi ve tanıtım faaliyetleri de raporda yer almaktadır. Tanıtım faaliyetleri kapsamında, Japonya Seyahat Acenteleri Birliği, Kapadokya temalı tanıtım faaliyeti kapsamında ağırlanmıştır. Travel Channel televizyon kanalının en çok izlenen programının yapımcıları ile Denizli Hierapolis ve Pamukkale ile ilgili program yapılması ve somut olmayan kültürel miras ile ilgili yurt dışı fuarlarda yer alınması ile

ilgili detaylar rapora eklenmiştir. Polonya’da, Türkiye’nin UNESCO Dünya Mirası Listesi’ndeki eserlerinin tanıtımı için açık hava fotoğraf sergisi düzenlenmesi ile ilgili detaylar da faaliyet raporunda yer almıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019a).

2019 yılı faaliyet raporunda belirtildiğine göre Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yürütmekte olduğu çalışmaların daha etkin olması, marka kimliğinin yenilenmesi, farklı ziyaretçi profilleri belirlemek ve yapılan tanıtım faaliyetlerinin hedefine ulaşması için Almanya, İngiltere, Rusya, Ukrayna, Hollanda Çin, Japonya, ABD, Brezilya, Birleşik Arap Emirlikleri, Güney Kore, Hindistan’ı kapsayan bir pazar araştırması gerçekleştirilmiştir. Pazar araştırmasından elde edilen verilere göre de çeşitli tanıtım faaliyetleri planlanmıştır. 10, 30 veya 90 saniye süren farklı uzunluklarda, aile, deniz veya kültür temalı, 25 dilde ve Türkiye’nin önemli destinasyonlarının yer aldığı reklam filmleri çekilmiştir. Buna ek olarak daha önce ülkeyi ziyaret eden kullanıcıları hedefleyen çok farklı konuları ele alan ve sosyal medyadaki kullanıcıların hikaye ihtiyacını karşılayan 10 saniyelik videolar yayınlanmıştır. Benzer şekilde müze kart ve müzeleri de tanıtan yayınlar hazırlanmıştır. Yurt dışı tanıtım aracı olarak kullanılan goturkey.com web sitesi yayına başlayarak çeşitli sosyal medya uygulamalarında Goturkey hesap adı etkileşime başlamıştır. UNESCO Kitabı ve Türk Mutfağı Kitabı için hazırlık çalışmaları yapılmıştır. UNESCO Marka Şehirler çalışmaları ve UNESCO listelerinde yer alan Nemrut, Göbeklitepe, Hattuşaş’ı içeren Avrupa Megalitik Kültür rotasının tanıtımı, yapılan çalışmalar arasındadır. 2019 yılı Göbeklitepe Yılı ilan edilerek gastronomi festivali, replikaların sergilenmesi, ağırlamalar ve resim sergileri gibi çeşitli tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Rusya’da ilan edilen Türk Yılı kapsamında UNESCO Dünya Mirası Listesi’nde Türkiye fotoğraf sergisinin de bulunduğu 18 etkinlik gerçekleştirilmiştir. Somut olmayan kültürel miras kapsamında ise geleneksel Türk okçuluğu, Ebru sanatı ve Türk kahvesi gibi değerleri tanıtmak için çeşitli etkinlikler düzenlenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020).

2020’de, Covid-19 salgının etkilerini azaltmak için Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı uygulanmıştır. Pandemi sürecinde “How was Turkey?”, “Together Today”, “Turkish Therapy” ve “Safe in İstanbul” gibi farklı kampanyalarla toplam 13 hedef ülkenin TV kanallarında reklamlar yayınlanmıştır. Japonya’nın farklı



televizyon kanallarında, içinde İstanbul ve Göreme'nin de olduğu tanıtımlar gerçekleştirilmiştir. İçinde UNESCO Mirası Listesi'ndeki alanların da olduğu destinasyonları tanıtmak için, çeşitli yayınlar, konserler, sergi, atölye, söyleşi ve paneller, film gösterimi, fenomenlerin ağırlanması ve belgesellerin yayınlanması gibi etkinlikler düzenlenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

2021 faaliyet raporunda belirtildiğine göre yabancı misyon şeflerine dağıtılması için Türkiye'nin somut olmayan kültürel mirasını tanıtan özel bir çalışma hazırlanmıştır. Ayrıca bu kapsamda, Şanghay'da düzenlenen sergilere Hüsn-i Hat, Ebru ve Minyatür sanatlarından oluşan 14 eser gönderilmiştir. UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girmiş olan eserlerin yer aldığı UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde Türkiye isimli kitap Türkçe ve İngilizce olarak yayınlanmıştır. Göbeklitepe'deki taş bloklardan birisi ½ oranında küçültülerek Birleşmiş Milletler yerleşkesinde sergilenmeye başlanmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

2022 faaliyet raporuna göre tanıtım amaçlı tematik faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Bunlar arasında İstanbul'un alışveriş, kültür, sanat ve gastronomi özelliklerinin öne çıkarıldığı tanıtım faaliyetleri ile çeşitli destinasyonların eko-turizm, deniz, kültür ve tarih, özelliklerini öne çıkaran 274 farklı içeriğin tanıtımı 18 farklı ülkede yayınlanırken sosyal medyadaki etkileşim için 87 farklı film yayınlanmış ve yaklaşık 17.7 milyar etkileşim sağlanmıştır. Kültür turizmi kapsamında, farklı kitle ve hedef pazarlar için hazırlanan kültürel turizm destinasyonların tanıtımı ve rota çalışmaları hızlandırılmıştır. Bu kapsamda UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dahil olan alanların yer aldığı 20 rota için kültür, inanç, gastronomi ağırlıklı tematik içerik çalışmaları gerçekleştirilmiş olup 5 rota için broşürler hazırlanmıştır. Somut olmayan kültürel miras kapsamında hazırlanan özel kutulu prestij yayın diplomatik temsilcilere dağıtılmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023a).

Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde yer alan bir kuruluş olarak Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü yurtdışında çeşitli sergi faaliyetlerinde bulunmuştur. Bunlar arasında UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan eserlerin

tanıtımı ve Türkiye Markasına katkıda bulunan sergiler de yer almıştır. Almanya’da, Bin Tanrılı Halk: Hititler Sergisi ile yaklaşık 154 eser sergilenmiştir. Hititlerle ilgili olarak 2010’da Fransa’da, Türk Mevsimi etkinlikleri kapsamında çeşitli eserler sergilenmiştir. 2012’de, Hollanda’da düzenlenen ve 134 eserin sergilendiği Truva, Homeros ve Türkiye Sergisi’ni yaklaşık 50.000 kişi ziyaret etmiştir. İstanbul tarihi alanları ve Topkapı Sarayı’nda yer alan eserlerle ilgili olarak 2004’te Amerika Birleşik Devletleri’nde ve Singapur’da, 2006 ve 2007’de Hollanda’da, 2007 ve 2008’de Japonya’da, 2010’da Fransa’da ve Rusya’da, 2012’de Katar’da ve Güney Kore’de sergiler düzenlenerek Türkiye’deki müzelerde yer alan eserler açılan sergilerde gösterilmiştir (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2023b). Bu sergilerle, müze koleksiyonlarını daha geniş kitlelere ulaştırmak ve kültürün tanıtımını yapmak amaçlanmıştır (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2023a).

### **3.3.1.3. Turist Rehberleri Eğitiminde UNESCO**

Turist Rehberliği Meslek Kanununda, turist rehberliğine kabul şartları, mesleğinin yürütülmesi ile turist rehberleri odaları hakkında temel düzenlemeler yer almaktadır. Bu kanuna göre yerli ve yabancı kişi veya gruplara seçilen dilde, ülkenin tarihi, coğrafyası, turizm ve sosyal unsurları ile kültürel eserlerinin ülkenin kültür ve turizm politikalarına uygun olarak tanıtılmasından turist rehberleri sorumludur. Ülkenin turizm politikalarına aykırı davranışlar ise meslekten çıkarılmaya kadar giden çeşitli disiplin cezaları ile cezalandırılmaktadır (Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2012).

Kültürel miras özelliklerinin ülkeyi ziyaret eden turistlere tanıtımını ve bilgilendirmesini yapan ve bu konuda en fazla sorumluluğu olan turist rehberleridir. Turist rehberlerinin en önemli görevi ziyaret edilen yer hakkında bilgi verirken aynı zamanda turistlerde bu yer ile ilgili akılda kalan ve olumlu algı oluşturmaktır. Ülke tanıtımında en önemli araçlardan biri kültürel miras değerleri olduğu için turist rehberlerinin bu konudaki eğitimleri çok önemlidir. Kültür elçileri olan turist rehberlerinin eğitimi, ülke tanıtımı ve imajı açısından çok önemli görülmektedir. Turist rehberlerinin eğitimi için eğitim veren üniversitelerin müfredatlarında bu amaca dönük kültürel miras dersleri yer almaktadır (Özsoy & Çokal, 2021, s. 107-115).

Üniversitelerin rehber eğitimlerine ek olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı da rehberlerin kültürel ve doğal miras alanları ve somut olmayan kültür ile ilgili olarak gerekli donanımlara sahip olması için çeşitli faaliyetler gerçekleştirmiştir. Ülke imajının oluşturulmasında, turistlerin turistik tecrübelerinin memnuniyet yaratması ve olumsuz algıların ortadan kaldırılmasında, turist rehberlerinin önemli bir rolü vardır. Turizm sektöründe değişen trendlere uygun olarak, turist rehberlerinin sektörün ihtiyacı olan bilgi ve beceri düzeyinde eğitilmesi gerektiğinden, turist rehberleri için hizmet içi eğitimler düzenlenmiştir. Bu kapsamda düzenlenen eğitimlerde kültürel miras değerlerinden olan Türk el sanatları ile mutfak kültürü ve yemek rehberliği eğitimi düzenlemiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008). 2009'da açılan 8 hizmet içi eğitim seminerinden olan İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti ve Somut Olmayan Kültürel Miras Işığında; Kültürel Zenginliğe Yeni Bir Bakış seminerleri kültürel miras eğitimi ile ilgilidir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2010a). Türk Resim Sanatı Tarihi-Minyatür, Duvar Resimleri ve Neolitik Dönemde Son Gelişmeler-Göbekli Tepe seminerleri UNESCO miras listelerinde olan ya da sonraki yıllarda listeye girecek olan miras değerleri ile ilgili düzenlenen hizmet içi eğitim seminerleri arasındadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011). Hizmet içi eğitim seminerindeki UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Divriği Ulu Camii ve Şifahane Külliyesi ile Edirne Selimiye Camii ile ilgili hizmet içi seminerlerle turist rehberlerinin bu konularda bilgilenmeleri sağlanmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013).

### **3.3.2. UNESCO ve Kalkınma Ajansları**

Kalkınma ajansları, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı eşgüdümünde faaliyet gösteren özerk kamu kuruluşlarıdır ve bölgesel kalkınmayı teşvik etmek için faaliyet göstermekle beraber, doğrudan yatırım yapan kurumlar değildir. Kalkınma ajansları, yerel potansiyelin ortaya çıkması için kamu kurumları, özel teşebbüsler ve sivil toplum kuruluşları arasında iş birliğini desteklemekle görevlidir. Türkiye'de 26 adet kalkınma ajansı bulunmaktadır. Kalkınma ajansları, Türkiye'nin katıldığı uluslararası programların tanıtımını yapmak ve bu programlar dahilinde projelerin geliştirilmesine katkıda bulunmakla görevlidir (Güney Marmara Kalkınma Ajansı, 2023). Kalkınma ajansları turizm sektörü için önemli roller üstlenmektedirler. Bu roller turizm stratejisi

geliştirmek, yatırım çekmek, faaliyet alanlarının kullanılmayan kapasitesini kullanmak, turistik cazibe noktaları yaratmak, bölgenin dünya çapında tanıtım ve pazarlamasını yapmak, alternatif faaliyetlerle turizm faaliyetlerini çeşitlendirmek, bölgenin folklorik özelliklerinin farkına varılmasını sağlamak, şehir turizminin geliştirilmesi ve kentsel ölçekte markalaşmayı sağlamak gibi faaliyetleri kapsamaktadır. Türkiye, turizm pazarlarında çekiciliği olan birçok destinasyona sahiptir. Özel ilgi pazarlarının destinasyon markalaşması için tanıtımının yapılması, rekabet avantajının temin edilmesi açısından önemli olduğu görölmektedir. Bu çalışmalar için kalkınma ajansları önemli bir rol üstlenerek bölge planlarında yer alan amaç ve hedefleri uygulayan kurumlar olarak değerlendirilebilir (Özkul & Demirer, 2012, s. 172-174).

Kalkınma ajansları, bölgelerinde yer alan doğal ve kültürel alanların UNESCO listelerine girmesi için çaba göstermektedirler. Şanlıurfa'da yer alan Harran için bir yönetim planı hazırlanarak şehrin UNESCO miras listelerine girmesi için gerekli olan yönetim planı hazırlanma çalışmaları yapılmıştır. Bu sayede, şehir tüm dünyanın ortak mirası olma ayrıcalığı kazanarak bölgenin uluslararası platformlarda tanıtımını sağlayacak ve bu sayede marka değeriyle turizm potansiyeline kavuşacaktır. Ayrıca bölgede yer alan yöresel kıyafetler, üzerlik otundan yapılan el sanatları, yöresel ezgiler, dövmeler ve yöresel yemekleri ile somut olmayan kültürel miras listesine çok sayıda farklı eserin dahil edilmesi ile ilgili çalışmalar gerçekleştirilecektir. Turizm amaçlı projelerin planlama, uygulama ve sonuç izleme işlemleri için UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne kabul edilmesi önemli kriterdir (Harran Alan Başkanlığı, 2016).

2016'da, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne eklenen geleneksel çini sanatının tanıtımının yapılması ve bu sanata katkı yapanların tanıtılması amacıyla, Zafer Kalkınma Ajansı'nın hazırladığı katalogda, çini sanatının tarihi hakkında bilgiler verilmekte ve çini sanatını yapan sanatçıların özgeçmişleri ve eserlerinden seçmelerin görselleri sergilenmektedir. Hazırlanan bu katalogla, çini sanatının gelecek nesillere aktarılması amaçlanmaktadır (Zafer Kalkınma Ajansı, 2018).

Güneydoğu Anadolu Projesi Bölge Kalkınma İdaresi tarafından hazırlanan kitapçıkta, UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilmiş olan Nemrut Dağı, dünyanın sekizinci harikası olarak tanımlanarak arkeolojik çalışmalar hakkında bilgiler verilmekte ve koruma çalışmaları anlatılmaktadır. Ayrıca Komagene Uygarlığı hakkında bilgilere yer verilen kitapçıkta, Komagene Uygarlığı'nın keşfi, coğrafyası ve Nemrut Dağı'nın turizme açılması gibi konulara odaklanılmaktadır. Düzenlenen turizm amaçlı turlar ve festivallerin yer aldığı kitapçıkta, yakın çevrede yer alan çeşitli köprüler, tümülüsler, antik kentler ve kaleler hakkında bilgi yer almaktadır (Acar, 2000)

Karacadağ Kalkınma Ajansı, bir broşürle, UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne 2018 yılında giren Şanlıurfa'da yer alan Göbeklitepe'yi tanıtmak ve şehri bir turizm merkezine dönüştürmek amacıyla tanıtım faaliyetlerinde bulunmaktadır. Bu amaçla, miras alanı hakkında genel ve tarihi bilgiler verildikten sonra, şehrin diğer önemli turistik noktaları hakkında bilgiler verilip UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde yer alan sıra gecelerinin tanıtımı yapılmaktadır. Henüz miras listesine girmemiş olan Göbekli Tepe'nin listeye alınması için yapılan çalışmalar da broşürde yer almaktadır (Özbek vd., 2017).

### **3.3.3. UNESCO ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı**

Reklam ve pazarlama faaliyetlerini gerçekleştiren kurumlardan diğeri olan turizm tanıtma ajansları, küresel hedef kitle tarafından, bir ülkenin saygın bir temsilcisi olarak görülmektedir. Turizm tanıtma ofislerinin pazarlamaya çalıştığı şey, sadece doğrudan veya dolaylı olarak ülkede bir tatil değildir. İnsanlara, yer hakkında taze bilgiler ve daha da önemlisi yeni imaj, ulaştırılan mesajda yer almaktadır. Ayrıca sunulan mesaj, çevre, insanların yaptıkları ve ürettikleri şeyler, iklim, yemekler, kültür ve ulusun tarihi hakkında bilgi sunabilir. Tanıtılan yer, çok pahalı, çok erişilemez, çok küçük veya çok sayıda turisti ağırlamak için ekolojik olarak çok hassas olsa bile turizm pazarlaması, ülkenin imajını ve itibarını arttırmak için yararlı bir araç olabilmektedir (Anholt, 2007, s. 88-90).

Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA), kurulduğu tarih olan 2019'dan itibaren, Türkiye'nin iç ve dış turizm pazarında bir marka ve cazibe noktası haline getirilmesi, ülkenin kültürel mirasının ortaya çıkartılması, korunması ve tanıtılması için tanıtım ve pazarlamayı hedefleyen çalışmalar içindedir. TGA, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirtilen stratejiler ve planlar doğrultusunda, Türkiye'nin turizm hedeflerine ulaşmasını sağlamak ve ülkenin güçlenmesine katkıda bulunmak, Türkiye'yi dünya çapında konuşulan bir marka haline getirmek, turist sayılarını ve turizmden elde edilen geliri artırmak, yatırım projelerinin uygulanması ve kentlerin gelişimine katkı sağlamak için çalışmaktadır. Ajans, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın tanıtımla sorumlu olan kuruluşu olup, Yönetim Kurulu, ve İcra Kurulu'ndan T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan da yetkililer yer almaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019b).

TGA, miras alanlarından oluşan rotalar ile ilgili tanıtım için bir web sitesi oluşturarak miras alanlarını ve rotaları tanıtmaktadır. Türkiye'nin Dünya Mirası Listesi ve Dünya Mirası Geçici Listelerinden oluşan alanlar, coğrafi bölgelere göre ayrılarak kısaca tarihi, konumu, hangi özelliği ile öne çıktığı, çarpıcı resimler eşliğinde anlatılmaktadır. Bölgesel sınıflandırmanın dışında, hangi tür listede olduğuna bakılmaksızın, rotalar temalarına göre antik, kültürel veya manevi rotalar şeklinde sınıflandırılmıştır (TGA, 2020).

TGA, Openedx altyapısını kullanarak Türkiye uzmanlığı ile ilgili kurslar açıp sertifikalar da vermektedir. Türkiye turizm satış uzmanı olarak kazanç potansiyelini arttırmak ve doğrudan pazarlama kaynakları elde etmek isteyen satış ve pazarlama uzmanları için ücretsiz bir şekilde sunulan kurs kapsamında, Türkiye hakkında fotoğraflar, videolar ve detaylı yorumlar yer almaktadır. Böylece, yurt dışındaki turizm acentelerinin ve tur operatörlerinin ihtiyacını karşılayacak olan uzmanların eğitimi de gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda, Ege bölgesi, İstanbul, Antalya, Kapadokya, İzmir, sürdürülebilir turizm, gastronomi ve Delicious Türkiye kursları düzenlenmektedir. Kurs içerikleri olarak, kurs kapsamında, UNESCO Dünya Mirası Liste'sinde yer alan eserlerin tanıtımı, ve bu alanların daha iyi pazarlanması için bilgi ve beceriler yer almaktadır (TGA, 2021).

Aralık 2022’de gerçekleştirilen Avrupa’nın farklı ülkelerinden ve ABD’den gelen gazetecileri ağırlayarak Mozaik rotasında yer alan Hatay, Gaziantep ve Şanlıurfa’nın tanıtımları ile UNESCO Dünya Mirası Listesi’nde yer alan Göbeklitepe tanıtımı yapılmıştır. Ayrıca yine aynı dönemde Romanya, Bulgaristan ve Sırbistan’dan gelen gazeteciler, UNESCO Dünya Mirası rotasında ağırlanmıştır. Çeşitli ülkelerden gelen film yapımcıları ve influencerlar da ağırlanmıştır (TGA, 2022).

TGA, Türkiye’nin doğal ve kültürel varlıklarının çekici olan özelliklerini ve yapılacak olan etkinlikleri, tematik olarak farklı iletişim yöntemleri ile farklı pazarlarda, tanıtım ve pazarlamasını gerçekleştirmiştir. Tanıtılan alanlar arasında UNESCO miras alanlarına ait kültürel ve doğal miras alanları bulunmakta olup tanıtım ve pazarlaması, etkinlik tanıtımları ya da turizmde söz sahibi olan kurum ve kişilerin bu alanlarda ağırlanması şeklinde gerçekleştirilmektedir. Nisan 2023’te, gerçekleştirilen tanıtım faaliyetleri arasında, sahiller, moda, alışveriş, yemek, baharat, gezi rotaları gibi konuları barındıran tanıtım materyalleri tarihi ve kültürel destinasyonlarla birlikte tanıtılmıştır. İstanbul’un tarihi ve turistik noktalarını, gastronomisini ve alışveriş- moda özelliklerini tanıtmak için Avrupa’nın önde gelen moda yazarları ağırlanmıştır. Ultra maraton ve patika koşularıyla ünlü olan sporcular, İzmir’de ağırlanarak bu sporcuların UNESCO Dünya Kültür Miras Listesi’ne kayıtlı olan Efes Antik Kenti içerisindeki patikalarda gerçekleştirilen maratonla ilgili ürettiği içeriklerle alanın tanıtımına destek vermiştir (TGA, 2023a).

21-23 Nisan 2023 tarihlerinde Helsinki Kahve Festivali kapsamında, ziyaretçilere, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras değerleri arasındaki Türk kahvesi ve çay kültürü tanıtılmıştır. Ayrıca bir kısmı UNESCO listelerinde yer alan alanlarda olmak üzere 731 kişi, farklı süreler boyunca ağırlanıp bu alanların tanıtımı yapılmıştır. Bu alanlar arasında Göreme, Efes, İstanbul, ve Truva da yer almıştır (TGA, 2023b).

### 3.3.4. UNESCO ve Dışışleri Bakanlığı

Dışışleri Bakanlığı yurtdışı tanıtım faaliyetlerinin esnek ve etkili olan bir dış politika aracı olabileceğine ve bu konuda faaliyet gösteren tüm kurumların eşgüdüm içinde çalışması gerektiğine inanmaktadır. Bu faaliyetlerin başarılı olması için kültürel tanıtımın hayati olduğu ve başarıya ulaşması için uzun vadeli, ayrıntılı planlama ve küresel bir bakış açısı gerektiğine inanılmaktadır. Dış politikadan sorumlu olan kurum olarak diğer kurumların dış politikaya uygun faaliyetlerini koordine etmek ve uygunluğunu denetlemek Dışışleri Bakanlığı'nın görevidir. Dışışleri Bakanlığı, tanıtım faaliyetlerini yerine getiren Kültür ve Turizm Bakanlığı ve diğer kurumlarla iş birliği içinde olmaya gayret etmektedir. Birçok medeniyetten miras alınan geleneklerle kendi kültürünü oluşturan Türkiye'nin sahip olduğu zengin ve çok çeşitli kültürel çekicilikler diğer toplumların ilgisine sunulmaktadır. Karşılıklı anlayış ve ortak hareket için uygun zeminler ve yeni birliktelikler oluşturmak amacıyla yürütölen kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında, farkındalık oluşturmak, ön yargıları kırmak, var olan olumsuz imajı yıkmak amacıyla tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Tanıtım faaliyetleri hem yabancı ölkelerin vatandaşlarına hem de yurt dışında yaşayan Türk topluluklarına ve akraba topluluklara yönelik olarak organize edilmektedir. Ölkenin sahip olduğu tarih, edebiyat, arkeoloji yemek gibi bütün kültürel değerlerin, çeşitli etkinliklerle diğer uluslara tanıtılması için etkinlikler düzenlenmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Dışışleri Bakanlığı, 2022b).

Dışışleri Bakanlığı son yıllardaki tanıtım faaliyetlerini karşılıklı olarak ölkeler için ilan ederek etkinlikleri özellikle belirli ölkelerde yoğunlaştırma yoluna gitmiştir. Bu amaçla, farklı yıllar için Avustralya, Katar, Polonya, Çin, Hollanda, Fransa, Rusya, Japonya ve Tayland gibi ölkelerde karşılıklı ölkeler için ilan edilmiştir. Bu etkinliklerde, Türkiye'nin sahip olduğu içinde UNESCO miras listelerinde yer alan kültürel değerler, çeşitli sivil toplum örgütleri ve kamu kurumları desteği ile sergiler, sokak festivalleri, sahne sanatları, konserler, yemeklerin ve içeceklerin ikram edilmesi, gölge oyunları, hatıra kartları ve anı pullarının yayınlanması, resepsiyonlar, sunumlar, dostluk maçları, moda gösterileri, önemli anıtların ölkeler için bayrağı renkleri ile aydınlatılması, müze koleksiyonlarının gösterimi, dans ve bale gösterileri, tiyatrolar,



film haftaları, ve çocuk etkinlikleri aracılığıyla tanıtılmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Dışışleri Bakanlığı, 2022a).

Dünya Mirası Listesi'ne kabul edilen eserleri tanıtmak için Dışışleri Bakanlığı çeşitli etkinlikleri düzenlemiştir. Listeye kaydedilmesinden dolayı 2019 yılı için Göbekli Tepe yılı ilan edilmesiyle, alanın tanıtımına katkı vermek için 14 ülkede, 19 konferans ve fotoğraf sergileri düzenlenmiştir. Sadece 2009 yılı için Türkiye'nin doğal ve kültürel değerlerini anlatan yaklaşık 825 kitap, 2288 broşür ve 300'e yakın video Dışışleri Bakanlığı'nın temsilcileri aracılığı ile tanıtılmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Dışışleri Bakanlığı, 2019).

Dışışleri Bakanlığı, somut olmayan kültürel mirasın tanıtılması çabalarına da destek olmuştur. Türk kahvesi ve geleneğinin UNESCO listesine 5 Aralık 2013'te dahil olmasından dolayı 5 Aralık Dünya Türk Kahvesi Günü etkinlikleri çerçevesinde, dünyanın farklı bölgelerindeki dışışleri temsilciliklerinde Türk kahvesi tanıtım faaliyetleri düzenlenmiş olup filmler ve belgeseller çekilmiştir. Türk kahvesi tanıtımı kapsamında, Çekya'da düzenlenen golf turnuvasının ardından kahve tanıtım etkinliği düzenlenmiştir. Ayrıca bazı büyük elçiliklerde, Türk kahvesi ve Ebru sanatını birlikte tanıtan etkinlikler düzenlenmiştir. UNESCO'nun kuruluşunun 75. yılı nedeniyle geleneksel Çini sanatını tanıtmak için UNESCO genel merkezine 28 metrelik İznik çinisi hediye edilerek eserin UNESCO sanat koleksiyonunda yer alması sağlanmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Dışışleri Bakanlığı, 2021).

## SONUÇ

Kamu diplomasisi, geleneksel diplomasi yöntemlerinden farklı olarak hedef toplumların da kendi kamuoyunu etkileme potansiyeli olduğunu varsaymaktadır. Askeri ve ekonomik güç, şiddet ya da tehdit unsurlarını kullanmadan hedef toplumun yapısını ve kültürünü anlamak kamu diplomasisinin öncelikli hedefidir. Sonrasında ise özel stratejilerle çeşitli imaj oluşturma faaliyetleri, değişen koşullara göre organize etmeyi gerektiren kamu diplomasisi eylemleri ve düzenlenen imaj oluşturma etkinliklerini destekleyecek ağlara ve örgütlere dahil olmak kamu diplomasisinin önemli özelliklerindedir. Son olarak da gerçekleştirilen bu faaliyetlerin hedefteki kişi, toplum ya da sivil toplum aracılığıyla politik etki oluşturma amaçlanır. Bütün bu faaliyetler, çeşitli iletişim araçları kullanarak kamu kurumları, bireyler, şirketler ve sivil toplum örgütleri aracılığıyla güven duygusunu geliştirmek ve etik sonuçlar elde etmek için gerçekleştirilir. Kamu diplomasisi ile bir ülkenin olumlu imajını oluşturma faaliyetleri, geleneksel kitle iletişim araçları, internet ve sosyal ağlar aracılığıyla, çok çeşitli iletişim yöntemleri kullanarak küresel medyayı etkilemek, gelir elde etmek, yabancı yatırımcı çekmek, sivil toplum örgütlerini yönetmek, ittifaklara dahil olmak veya çeşitli sert güç araçları elde etmek amaçlanabilir.

Bir ülke, sahip olduğu yumuşak güç unsurlarından olan kültürünü, politikalarını, kurumlarını, eğitim, turizm, spor, kültürel ve yurttaş diplomasisi gibi kamu diplomasisi araçları ile hedef toplumlarda cazibe oluşturmak ve politik sonuç elde etmek için kullanabilmektedir. Kamu diplomasisinin araçlarından birisi olan kültürel diplomasi, geniş kitlelere hitap eden faaliyetleri veya akımları bir devletin kültürünü ihraç ederek etkilemeye yönelik çabalarıdır. Bir diğer araç olan eğitim diplomasisi, bir ülkenin eğitim amacıyla farklı ülkelere gönderdiği ya da kabul ettiği öğrenciler aracılığıyla kamu diplomasisi sonuçlarını elde etme girişimleridir. Spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak veya sportif faaliyetlerde başarılı olmak kamu diplomasisinin imaj oluşturma, barışın sağlanması veya hedef toplumları etkileme gibi amaçlarla kullanılabilen bir diğer araçtır. Son olarak, turizm diplomasisi, bir devletin sahip olduğu doğal ve kültürel çekiciliklerinden kaynaklanan uluslararası turizm hareketlerinin her türlü imaj oluşturma, yer markalama, halkla ilişkiler ve pazarlama teknikleri ile kendini diğer

devletlere anlatması ve politik etki oluşturması kamu diplomasisi araçlarına örnek olarak gösterilebilir.

UNESCO sözleşmelerine taraf olmanın ve kültürel değerlerin listelere kaydedilmesini ve bu şekilde korunmasını sağlamanın, ülkenin uluslararası toplumda var olan imajına katkıda bulunduğu düşünülmektedir. Her ne kadar UNESCO'nun imajı ülkeden ülkeye farklı olsa da kültürün ve kültürel değerlerin korunması, bilim, sanat aracılığıyla ve alt komisyonları ile ülkelerin iş birliğini oluşturması, barışa katkı sağlayan önemli bir Birleşmiş Milletler kuruluşu olarak algılanmaktadır. Kültürel değerleri korumaya verdiği destek ve bunun getirdiği faydalardan dolayı en çok taraf olunan sözleşmelerden biri olan Kültür ve Doğal Varlıklarını Koruma Sözleşmesi devletlerin mirasın korunmasındaki sorumluluğunu belirleyip uluslararası iş birliğini ne çıkarmaktadır. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, çeşitli ifadelerin ve uygulamaların korunması gereken kültürel miras olarak görüldüğü sözleşmedir. Miras sözleşmelerinin temel amacı, kültürel, doğal veya somut olmayan mirasın olağanüstü evrensel değerlerini korumak ve gelecek nesillere aktarılmasını sağlamak olmasına rağmen, devletler dünya mirasına eser kaydettirmenin kendilerine prestij sağlamasından yararlanarak çeşitli faydalar sağlamaya odaklanmaktadır.

Kamu diplomasisi kapsamında, bir ülkenin cazibesini başka ülkelerin nezdinde arttırmak için kültürel değerler kullanılmaktadır. Kültürel değerlerin arasında olan miras zelliklerinin UNESCO listelerine kaydedilmesi birçok açıdan ülkeye prestij katarak ülkenin uluslararası toplumlarda olumlu yansımaya katkıda bulunmaktadır. Miras listesine alınan eserlerin evrensel değeri uluslararası toplum tarafından kabul edilerek bu eserler elit bir lige adım atmaktadır. Bunun sonucunda, bu eserler medya ve uluslararası toplum ilgisine mazhar olmaktadır. Ayrıca miras listesine alınan kültürel miras eserleri, yerel kalkınmayı, yatırımı, eserin korunmasını sağlayacak olan koruma bilincini, teknik bilgi ve beceriler ile finansal kaynakların sağlanması yanında ziyaret edenlere hizmet sağlayacak uygun alt yapı, hizmetler ve farklı turistik deneyim garantisi, destinasyonlar içinde rekabet avantajı, birlikte pazarlanacak alternatif ürünler sunulması ve ekonomik gelir garanti etmektedir. Bunların yanında, eserlerin miras listelerine alınması için hazırlanan başvuru dosyaları, koruma ve restorasyon sürecinde ihtiyaç

duyulan teknik bilgi ve beceriler, arkeolojik kazılar sırasında yapılan çalışmalar ve eğitim programları kimi zaman uluslararası iş birliğini gerektirdiğinden kamu diplomasisi açısından bir devletin yumuşak gücüne katkı sağlayacağı söylenebilir.

Ülke markalama açısından toptan bir imaj oluşturma sürecinde kültürel değerler öne çıkabilmektedir. Verimli bir şekilde koordine edilen tanıtım faaliyetleri, kaliteli hizmet, sorunları çözülen alt yapı, birlikte pazarlanan ürünlerin çeşitliliği ile bir ülkenin öne çıkan olumlu yanları, hedef ülkelerde tanıtılarak olumlu imajına katkı sağlanabilmektedir. Miras alanları yapıldığı zamanda kitle turizmini karşılamak için yapılmadığı için taşıma kapasitesi dikkate alınarak koruma kullanma dengesi içinde, sürdürülebilir turizm ilkeleri çerçevesinde turizme açılmalıdır. Aksi takdirde, miras alanları olumlu imaja katkı vermek yerine turistik deneyime zarar vereceğinden ülkenin ve UNESCO'nun olumsuz imaj kazanmasına neden olacaktır.

Türkiye, UNESCO'ya kurulduğu günden itibaren çalışma organlarında aktif olarak görev alarak ve birçok sözleşmesine taraf olarak destek olmuştur. UNESCO'nun kültür sektöründe yer alan miras eserlerinin dahil edildiği listelere birçok kültürel değerini kazandırarak bunların korunması ve halkını bu konuda bilinçlendirmesini sağlamak için kurumlarıyla ve UNESCO Türkiye Milli Komisyonu ile iş birliği yürütmektedir. Kültürel ve doğal mirasın korunması için hazırlanan koruma planları ve yerel örgütlere verilen çeşitli sorumluklar ile eserlerin korunması amaçlanmıştır.

Türkiye, kamu diplomasisi olarak kullandığı pek çok aracının yanında, UNESCO listelerine giren kültürel değerlerini, ülke imajının hedefler doğrultusunda oluşturulması için aktif olarak kullanmaya gayret ettiği görülmektedir. UNESCO etiketi ülke markasına katkı sağlayacak şekilde, ülke markasını ve imajını hedef toplumlarda çekici hale getirmek için tematik tanıtım araçları ile turizmi çeşitlendirmek, bütün yıla yaymak, sürdürülebilir ilkelere uymak hedefleri ile tarihi, sanatsal, kültürel ve doğal mirası ile somut olmayan kültürel değerlerini tanıtım aracı olarak kullanmaya gayret etmiştir.

Türkiye markası oluşturarak hedef pazarlar ve kitleler için farklı tanıtım ve pazarlama araçlarını içeren tematik tanıtımlar ve destinasyonlar için yer markalama faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Geleneksel iletişim araçları ile reklamlar ve sosyal ağ uygulamaları aracılığıyla etkileşim sağlamak, açık hava tanıtımları, konserler, toplu taşıma araçlarını tanıtım amacıyla ile süslemek, stantlar kurmak, belgesel yayıncılığı, spor takımlarına sponsor olmak, seyahat acentelerini ve kanaat önderlerini ağırlamak, çeşitli yarışmalar düzenlemek, uluslararası fuarlara ve etkinliklere katılım, diplomatik misyonlara tanıtıcı broşür ve hediyeler göndermek, kurslar ile sertifika programları düzenlemek ve rekor denemeleri aracılığıyla katılım sağlamak ülke tanıtım araçlarından bazılarıdır.

Kültürel eserlerin tanıtımı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Dışişleri Bakanlığı gibi kamu kurumları aracılığıyla olmakla beraber, yarı resmi kurumlar olan Kalkınma Ajansları ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı da bu faaliyetlere destek vermiştir. Özellikle ağırlama faaliyetleri ile misafir edilen kamuoyuna nüfuz edebilecek gazeteci, turizm yetkilileri, sporcular, yazarlar, film ve belgesel yapımcıları, müzisyenler de ülkenin tanıtımına katkıda bulunacak kişi ve gruplar arasındadır. Ayrıca birlikte tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilen seyahat operatörleri ve acenteleri de tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde bulunmuştur. Kişiler için sosyal medyalarında paylaşabilecekleri içerikle, bireylerin de kamu diplomasisine katılmasına öncülük edilmiştir.

UNESCO miras değerlerinin ülke imajına katkıda bulunmasını sağlamak için genellikle tematik anlamda tanıtımlar gerçekleştirilmiştir. Miras alanlarında gerçekleştirilebilecek etkinlikler vurgulanarak miras değerlerinin tarihi ve kültürel özelliğini öne çıkartan tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıca bazen UNESCO'dan hiç bahsetmeden sahip olduğu doğal veya tarihi özelliği öne çıkartılarak ya da birkaç miras alanıyla birlikte gerçekleştirilebilecek etkinliklerin özelliği vurgulanarak tanıtımı yapılmıştır. Kimi kültürel ve doğal alanların tematik bir rota kapsamında tanıtımı yapılarak birlikte ziyaret edilebileceği bir konu başlığı ile değerlendirilmiştir. Ağırlama faaliyetleri kapsamında kültürel ve doğal alanlar daha

yaygın olarak kullanıldığı ve Somut olmayan kültürel değerlerin yurt dışı tanıtımlarda gösteriler, sergiler, ikramlar veya uygulamalar şeklinde tanıtım yapıldığı görülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Acar, G. (2000). *Nemrud*. GAP İdaresi. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/turas-nemrud/1684>
- Adie, B. A. (2017). Franchising our heritage: The UNESCO world heritage brand. *Tourism Management Perspectives*, 24, 48-53.
- Åkerlund, A. (2014). The impact of foreign policy on educational exchange: The Swedish state scholarship programme 1938–1990. *Paedagogica Historica*, 50(3), 390-409. <https://doi.org/10.1080/00309230.2014.884609>
- Amelan, R., Kuntz, L. I., & Doubleday, G. (2009, Haziran 25). *Dresden is deleted from UNESCO's World Heritage List*. UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org/en/news/522/>
- Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.
- Ashworth, G. J. (2000). Heritage, tourism and places: A review. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 19-29. <https://doi.org/10.1080/02508281.2000.11014897>
- Aydın Valiliği. (t.y.). *Kültür ve Turizm*. Turizm. Geliş tarihi 20 Haziran 2023, gönderen <http://www.aydin.gov.tr/turizm>
- Baghli, S. A., Boylan, P., Herreman, Y., & others. (1998). *History of ICOM (1946-1996)*.
- Bak, S., Min, C.-K., & Roh, T.-S. (2019). Impacts of UNESCO-listed tangible and intangible heritages on tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(8), 917-927. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1658034>
- Banks, R. (2011). A resource guide to public diplomacy evaluation. *CPD perspectives on public diplomacy*, 19.
- Barnett, M., & Duvall, R. (2005). Power in international politics. *International Organization*, 59(1), 39-75.
- Bellamy, C., & Weinberg, A. (2008). Educational and cultural exchanges to restore America's image. *The Washington Quarterly*, 31(3), 55-68. <https://doi.org/10.1162/wash.2008.31.3.55>
- Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu Sözleşmesinin Onanması Hakkında Kanun, 4895 Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu Sözleşmesinin Onanması Hakkında Kanun 6316 (1946). <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/6316.pdf>

- Bjola, C., Cassidy, J., & Manor, I. (2019). Public diplomacy in the digital age. *The Hague Journal of Diplomacy*, 14(1-2), 83-101.
- Boucly, J. (2018). World heritage manufacture in Turkey and the introduction of a new public policy system. İçinde M. Girard, J.-F. Polo, & C. Scalbert-Yücel (Ed.), *Turkish Cultural Policies in a Global World* (ss. 233-257). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-63658-0\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-319-63658-0_10)
- Bound, K., Briggs, R., Holden, J., & Jones, S. (Ed.). (2007). *Cultural diplomacy: Culture is a central component of international relations; it's time to unlock its full potential*. Demos.
- Bowling, M., & Moske, J. (2014). In the Footsteps of the Monuments Men: Traces from the Archives at the Metropolitan Museum. *The Metropolitan Museum of Art website*, January, 31.
- Britannica, T. E. of E. B. (2022, Mart 8). *Public diplomacy*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/public-diplomacy>
- Cameron, C., & Rössler, M. (2013). *Many voices, one vision: The early years of the World Heritage Convention*. Ashgate.
- Can, A. S., Ekinçi, Y., & Pino, G. (2021). Joint brand advertising for emerging heritage sites. *Annals of Tourism Research*, 91, 103294.
- Carbone, F. (2017). International tourism and cultural diplomacy: A new conceptual approach towards global mutual understanding and peace through tourism. *Tourism*, 65(1), 61-74.
- Carta Del Restauro. (1931). *Carta Del Restauro*. ICOMOS.
- Constantinou, C. M., Kerr, P., & Sharp, P. (2016). *The SAGE handbook of diplomacy*. SAGE Publications Ltd.
- Cull, N. J. (2008). The public diplomacy of the modern Olympic Games and China's soft power strategy. İçinde *Owning the Olympics: Narratives of the New China* (ss. 117-144). University of Michigan Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctv65sw9q.7>
- Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: Lessons from the past*. Figueroa Press.
- Çevik, S. B. (2020). Turkey's Public Diplomacy in Flux: From Proactive to Reactive Communication. İçinde *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (ss. 350-359). Routledge.
- d'Amore, L. J. (1988). Tourism-the world's peace industry. *Journal of Travel Research*, 27(1), 35-40.
- De Simone, E., Canale, R. R., & Di Maio, A. (2019). Do UNESCO World Heritage Sites influence international tourist arrivals? Evidence from Italian provincial data. *Social Indicators Research*, 146, 345-359. <https://doi.org/10.1007/s11205-018-1939-7>



- Dumčiuvienė, A. (2016). Twiplomacy: The meaning of social media to public diplomacy and foreign policy of Lithuania. *Lithuanian Foreign Policy Review*, 35, 92-118.
- Eraslan, Ş. (2020). UNESCO Dünya Miras Listesinde arkeolojinin temsiliyeti: Türkiye örneği. *Journal of Awareness*, 5(2), 119-134. <https://doi.org/10.26809/joa.5.010>
- Erder, C. (2016). The World Heritage Convention as reflected in Turkey. *World Heritage*, 80, 16-21.
- Ertürk, N., & Karakul, Ö. (2016). *UNESCO World Heritage in Turkey 2016* (Second Edition). Turkish National Commission for UNESCO.
- Esfehani, M. H., & Albrecht, J. N. (2018). Roles of intangible cultural heritage in tourism in natural protected areas. *Journal of Heritage Tourism*, 13(1), 1-15. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2016.1245735>
- Frey, B. S., & Steiner, L. (2011). World Heritage List: Does it make sense? *International Journal of Cultural Policy*, 17(5), 555-573. <https://doi.org/10.1080/10286632.2010.541906>
- Fulda, A. (2019). The emergence of citizen diplomacy in European Union–China relations: Principles, pillars, pioneers, paradoxes. *Diplomacy & Statecraft*, 30(1), 188-216. <https://doi.org/10.1080/09592296.2019.1557419>
- Gamboni, D. L. (2001). World heritage: Shield or target. *Conservation: The Getty Conservation Institute Newsletter*, 16.
- Gazete, R. (1983). *Dünya kültürel ve doğal mirasının korunmasına dair sözleşme*. BAŞBAKANLIK BASIMEVİ; 17959. <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/17959.pdf>
- Gienow, J. C. E., & Donfried, M. C. (2013). *Searching for a cultural diplomacy* (1. paperback ed). Berghahn.
- Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55-77. <https://doi.org/10.1177/0002716207312142>
- Gregory, B. (2011). American public diplomacy: Enduring characteristics, elusive transformation. *The Hague Journal of Diplomacy*, 6(3-4), 351-372.
- Guérin, U., Egger, B., & Penalva, V. (2010). *Underwater cultural heritage in Oceania*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000188770?posInSet=4&queryId=c22c1cc0-d4b2-4451-abb6-59dc975842fd>
- Güney Marmara Kalkınma Ajansı. (2023). *Kalkınma Ajansı nedir? Görevleri nelerdir? -*. Güney Marmara Kalkınma Ajansı (GMKA). <https://www.gmka.gov.tr>

- Hajdu, D., & Ståhlberg, S. (2020). A fly in amber? Nordic-Balkan citizen diplomacy and cultural connections then and now. *Romanian Journal for Baltic & Nordic Studies/Revista Romana de Studii Baltice si Nordice*, 12(2), 7-48.
- Harran Alan Başkanlığı. (2016). *Harran yönetim planı*. Harran Alan Başkanlığı. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/e3f5f523c1329a36f2470316f3d42b81675.pdf>
- Harrison, R. (2013). *Heritage: Critical approaches*. Routledge.
- Hayden, C. (2012). *The rhetoric of soft power: Public diplomacy in global contexts*. Lexington Books.
- History*. (2016, Ekim 13). ICCROM. <https://www.iccrom.org/about/overview/history>
- Human, H. (2015). Democratising world heritage: The policies and practices of community involvement in Turkey. *Journal of Social Archaeology*, 15(2), 1-24. <https://doi.org/10.1177/1469605314566557>
- ICOMOS' mission*. (2011, Ekim 7). <https://www.icomos.org/en/about-icomos/mission-and-vision/icomos-mission?showall=1>
- IUCN. (t.y.). *About IUCN*. IUCN. Geliş tarihi 13 Mart 2023, gönderen <https://www.iucn.org/about-iucn>
- Juréniené, V., & Juréné, S. (2019). Impact of tourism on national soft power. *Transformations in business & economics*, 18, 468-484.
- Kalm, İ. (2011). Soft power and public diplomacy in Turkey. *Perceptions: Journal of International Affairs*, 16(3), 5-23.
- Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023). *İstatistikler*. <https://kars.ktb.gov.tr/TR-54956/istatistikler.html>
- Kayahan, B., & VanBlarcom, B. (2012). Cost benefit analysis of UNESCO World Heritage site designation in Nova Scotia. *Review of Economic Analysis*, 4(2), 247-273.
- Koufodontis, N. I., & Gaki, E. (2022). UNESCO urban world heritage sites: Tourists' awareness in the era of social media. *Cities*, 127, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103744>
- Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. (2023a). *Sergiler ve ödünç verme*. Faaliyetler. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44349/sergiler-ve-odunc-verme.html>
- Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. (2023b). *Yurt dışında gerçekleştirilen veya eser ödünç verilen sergiler*. Faaliyetler. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44351/yurt-disinda-gerceklestirilen-veya-eser-odunc-verilen-sergiler.html>

- Labadi, S. (2007). Representations of the nation and cultural diversity in discourses on World Heritage. *Journal of Social Archaeology*, 7(2), 147-170. <https://doi.org/10.1177/1469605307077466>
- Landorf, C. (2009). Managing for sustainable tourism: A review of six cultural World Heritage Sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 53-70. <https://doi.org/10.1080/09669580802159719>
- Lee, G., & Ayhan, K. (2015). Why do we need non-state actors in public diplomacy?: Theoretical discussion of relational, networked and collaborative public diplomacy. *Journal of International and Area Studies*, 22(1), 57-77.
- L'Etang, J. (2009). Public relations and diplomacy in a globalized world: An issue of public communication. *American Behavioral Scientist*, 53(4), 607-626. <https://doi.org/10.1177/0002764209347633>
- Lima Jr, A. F. de. (2007). The role of international educational exchanges in public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 3(3), 234-251.
- Mader, R. (2016, Ekim). *40th Session of UNESCO's World Heritage Committee – Planeta.com*. <https://www.planeta.com/40whc/>
- Mark, S. (2009). *A greater role for cultural diplomacy* (C. 1). Netherlands Institute of International Relations Clingendael.
- Mathews-Aydınlı, J. (Ed.). (2017). *International education exchanges and intercultural understanding: Promoting peace and global relations*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-43829-0>
- Melissen, J. (Ed.). (2005). *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. Palgrave Macmillan.
- Meskel, L. (2002). Negative heritage and past mastering in archaeology. *Anthropological quarterly*, 75(3), 557-574.
- Moore, K., Buchmann, A., Månsson, M., & Fisher, D. (2021). Authenticity in tourism theory and experience. Practically indispensable and theoretically mischievous? *Annals of Tourism Research*, 89(1-11). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103208>
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (Ed.). (2004). *Destination branding: Creating the unique destination proposition* (2. ed., reprinted). Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Murray, S. (2008). Consolidating the gains made in diplomacy studies: A taxonomy. *International Studies Perspectives*, 9(1), 22-39.
- Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94-109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>

- Oğuz, M. Ö. (2007). UNESCO, kültür ve Türkiye. *Millî Folklor*, 19(73), 5-11.
- Oğuz, M. Ö., Özünel Ölçer, E., & Teke Gülçayır, S. (2013). *Somut olmayan kültürel mirasın geleceği Türkiye deneyimi*. UNESCO Türkiye Millî Komisyonu: Ankara.
- Özbek, A., Ateş, M. C., & A Okutan, E. (2017). *Göbeklitepe*. Karacadağ Kalkınma Ajansı. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/www-karacadag-gov-tr-76-ra3v68nn-karacadag-gobeklitepe-katalog.pdf>
- Özkul, E., & Demirer, D. (2012). Şehirlerin turistik markalaşmasında kalkınma ajanslarının rolü, bölge planları üzerine bir doküman incelemesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 157-181.
- Özsoy, A., & Çokal, Z. (2021). Kültürel miras eğitimi açısından turizm rehberliği bölümlerine yönelik müfredat incelemesi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 4(2), 106-118. <https://doi.org/10.34090/tured.1030121>
- Pamment, J. (2013). *New public diplomacy in the 21st century: A comparative study of policy and practice*. Routledge.
- Pigman, G. A. (2014). International sport and diplomacy's public dimension: Governments, sporting federations and the global audience. *Diplomacy & Statecraft*, 25(1), 94-114. <https://doi.org/10.1080/09592296.2014.873613>
- Poria, Y., Reichel, A., & Cohen, R. (2013). Tourists perceptions of World Heritage Site and its designation. *Tourism Management*, 35, 272-274. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.011>
- PricewaterhouseCoopers LLP. (2007). *The Costs and benefits of World Heritage Site status in the UK case studies*. [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/78453/PwC\\_casestudies.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/78453/PwC_casestudies.pdf)
- Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 6326 Turist Rehberliği Meslek Kanunu 28331 (2012). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm>
- Ryan, J., & Silvanto, S. (2009). The World Heritage List: The making and management of a brand. *Place Branding and Public Diplomacy*, 5(4), 290-300. <https://doi.org/10.1057/pb.2009.21>
- Sancar, G. A. (2017). Turizm diplomasisi kapsamında yer markalama: Turkey home kampanya analizi. *Selçuk İletişim*, 9(4), 89-108. <https://doi.org/doi: 10.18094/si.70163>
- Schindler, C. E. (2018). *The origins of public diplomacy in US statecraft*. Springer Berlin Heidelberg.
- Shearer, D. (2014). To play ball, not make war: Sports, diplomacy and soft power. *Harvard International Review*, 36(1), 53-57.

- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism management*, 16(5), 361-365.
- Snow, N., & Cull, N. J. (Ed.). (2020). *Routledge handbook of public diplomacy* (Second edition). Routledge.
- Somuncu, M., & Yiğit, T. (2010). World heritage sites in Turkey: Current status and problems of conservation and management. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 8(1), 1-26.
- Sustarsic, M., & Cheng, B. (2022). Public diplomacy and exchange programs at a secondary school level: Alumni experiences. *International Journal of Intercultural Relations*, 87, 119-130. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2022.01.012>
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2004). *Faaliyet raporları*. <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/s/211/Kultur+ve+Turizm+Bakanligi+2010-2014>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye turizm stratejisi 2023 eylem planı 2007-2013*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları. <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2008). *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2007 Yılı İdare Faaliyet Raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/7MhdY+2007\\_faaliyet\\_raporu.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/7MhdY+2007_faaliyet_raporu.pdf)
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2009). *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2008 Yılı İdare Faaliyet Raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. <https://sgb.ktb.gov.tr/Eklenti/1527,faaliyetraporupdf.pdf?0>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2010a). *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2009 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/2Sfjs+2009\\_faaliyet\\_raporu.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/2Sfjs+2009_faaliyet_raporu.pdf)
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2010b). *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2010-2014 stratejik planı*. Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/INHv6+KulturveTurizmBakanligiSP1014.pdf>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2011). *2010 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/5BF7Q+KTB\\_2010-idare-faaliyet-raporupdf.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/5BF7Q+KTB_2010-idare-faaliyet-raporupdf.pdf)
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012). *2011 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/o7oLw+KTB\\_2011\\_Faaliyet\\_Raporu.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/o7oLw+KTB_2011_Faaliyet_Raporu.pdf)
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2013). *2012 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.

[http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/jljjc+Kultur\\_ve\\_Turizm\\_Bk\\_2012-idare-faaliyet-raporu-internet.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/jljjc+Kultur_ve_Turizm_Bk_2012-idare-faaliyet-raporu-internet.pdf)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2014a). *2013 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/9hCwC+2013-idare-faaliyet-raporu-.pdf>

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2014b). *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015-2019 dönemi stratejik planı*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/Xg5PU+KTB-STRATEJIK\\_PLAN\\_2015-2019.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/Xg5PU+KTB-STRATEJIK_PLAN_2015-2019.pdf)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2015). *2014 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/9enQW+kultur\\_2014-idare-faaliyet-raporu.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/9enQW+kultur_2014-idare-faaliyet-raporu.pdf)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2016). *2015 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/LW2RU+KTB\\_2015\\_FR.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/LW2RU+KTB_2015_FR.pdf)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). *2016 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/2e2yG+2016-idare-faaliyet-raporu.pdf>

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2018a). *2017 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/DCBSS+KTB\\_2017\\_FR-sikistirildi.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/DCBSS+KTB_2017_FR-sikistirildi.pdf)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2018b). *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2019-2023 stratejik planı*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/ibRxo+KTB\\_SP.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/ibRxo+KTB_SP.pdf)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2019a). *2018 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/SImCe+KTB\\_2018\\_FR.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/SImCe+KTB_2018_FR.pdf)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020). *2019 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/1Lmee+KTB\\_19\\_FR.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/1Lmee+KTB_19_FR.pdf)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). *2020 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/4fUfY+ktb\\_FR.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/4fUfY+ktb_FR.pdf)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). *2021 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/5KqdE+KTB\\_21\\_FR.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/5KqdE+KTB_21_FR.pdf)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023a). *2022 yılı idare faaliyet raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/HzX7Y+KTB22FR.pdf>

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2019b). *Hakkında*. TGA. <https://tga.gov.tr/hakkinda/>

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023b). *Dünya Miras Listesi'ne alınma kriterleri*. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44439/dunya-miras-listesi39ne-alinma-kriterleri.html>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023c). *UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi*. <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-50838/unesco-somut-olmayan-kulturel-miras-listesi.html>
- TGA. (2020). *UNESCO Heritage GoTürkiye*. <https://unesco.goturkiye.com/>
- TGA. (2021). *All in Türkiye Specialist*. <https://www.allinturkiye.com/>
- TGA. (2022). *TGA Bülten Aralık 2022*. Aylık Bültenler. <https://www.tga.gov.tr/tga-bulten-aralik-2022/>
- TGA. (2023a). *TGA Bülten Mart 2023*. Aylık Bültenler. <https://tga.gov.tr/tga-bulten-mart-2023/>
- TGA. (2023b). *TGA Bülten Nisan 2023*. Aylık Bültenler. <https://tga.gov.tr/tga-bulten-nisan-2023/>
- The World Heritage Committee. (2016). *40 COM 11—Decision*. UNESCO World Heritage Convention. <https://whc.unesco.org/en/decisions/6849/>
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction* (C. 4). Channel View Publications.
- Tuch, H. N. (1990). *Communicating with the world: U.S. public diplomacy overseas*. St. Martin's Press.
- Türk Dil Kurumu. (2022). *Diplomasi*. Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr/?kelime=diplomasi>
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı. (2019). *Kültürel Diplomasi*. Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı. [https://www.mfa.gov.tr/site\\_media/html/TKGM-Prestij-Kitab%C4%B1-R1.pdf](https://www.mfa.gov.tr/site_media/html/TKGM-Prestij-Kitab%C4%B1-R1.pdf)
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı. (2021). *Kültürel Diplomasi*. Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı. [https://www.mfa.gov.tr/site\\_media/html/TKGM-Prestij-Kitabi-2020-2021.pdf](https://www.mfa.gov.tr/site_media/html/TKGM-Prestij-Kitabi-2020-2021.pdf)
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı. (2022a). *Önceki yıllarda düzenlenen etkinlikler*. Yurtdışı tanıtım. <https://www.mfa.gov.tr/onceki-yillarda-duzenlenen-etkinlikler.tr.mfa>
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı. (2022b). *Ülkemizin yurtdışında tanıtımı*. <https://www.mfa.gov.tr/ulkemizin--yurtdisinda-tanitimi.tr.mfa>
- Ulusan, E., & Tuna Yüncü, Z. (2016). Regulatory framework for managing World Heritage cultural sites in Turkey. *World Heritage*, 80, 42-47.
- UNESCO. (1945). *Constitution of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation*. <https://treaties.un.org/doc/Publication/UNTS/Volume%204/volume-4-I-52-English.pdf>

- UNESCO. (1970). *Convention on the means of prohibiting and of ownership of cultural property, preventing the illicit import, export and*.  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000133378>
- UNESCO. (1972). *Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage*. UNESCO.
- UNESCO. (1989). *General Conference Twenty-fifth Session, Paris 1989 25 C*. UNESCO.  
[https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef\\_0000084095&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach\\_import\\_8b27f170-db57-4aea-9a88-270135146ad6%3F\\_%3D084095engo.pdf&locale=en&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000084095/PDF/084095engo.pdf#%5B%7B%22num%22%3A1667%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2C%2C608%2C0%5D](https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef_0000084095&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_8b27f170-db57-4aea-9a88-270135146ad6%3F_%3D084095engo.pdf&locale=en&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000084095/PDF/084095engo.pdf#%5B%7B%22num%22%3A1667%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2C%2C608%2C0%5D)
- UNESCO. (2001). *Convention on the protection of the underwater cultural heritage*.
- UNESCO. (2002). *United Nations year for cultural heritage*. UNESCO.  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127155>
- UNESCO. (2009). Framework for cultural statistics. *United Nations [Online] Available*  
<http://www.uis.unesco.org/culture/Pages/framework-cultural-statistics.aspx>.
- UNESCO. (2010). *UNESCO*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000188700>
- UNESCO. (2011a). *Implementing the Convention for the safeguarding of ICH*.  
<https://ich.unesco.org/doc/src/01853-EN.pdf>
- UNESCO. (2011b). *Intangible cultural heritage domains*. <https://ich.unesco.org/doc/src/01857-EN.pdf>
- UNESCO. (2011c). *What is intangible cultural heritage?* <https://ich.unesco.org/doc/src/01851-EN.pdf>
- UNESCO. (2011d). *Working towards a Convention*. <https://ich.unesco.org/doc/src/01854-EN.pdf>
- UNESCO. (2013). *Operational guidelines for the implementation of the World Heritage Convention*. <https://whc.unesco.org/archive/opguide13-en.pdf>
- UNESCO. (2015). *Intangible cultural heritage and sustainable development*.  
<https://ich.unesco.org/doc/src/34299-EN.pdf>
- UNESCO. (2021a). *Operational guidelines for the implementation of the world heritage convention*. <https://whc.unesco.org/document/190976>



- UNESCO. (2022a). *Basic texts of the 2003 convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. UNESCO. [https://ich.unesco.org/doc/src/2003\\_Convention\\_Basic\\_Texts-\\_2022\\_version-EN\\_.pdf](https://ich.unesco.org/doc/src/2003_Convention_Basic_Texts-_2022_version-EN_.pdf)
- UNESCO. (2007). *Decision 31 COM 7B.11 state of conservation of World Heritage properties—Arabian Oryx Sanctuary*. UNESCO. <https://whc.unesco.org/en/decisions/1392/>
- UNESCO. (2020, Şubat 12). *About 1970 Convention*. UNESCO. <https://en.unesco.org/fighttrafficking/1970>
- UNESCO. (2021b). *1954 convention for the protection of cultural property in the event of armed conflict*. UNESCO. <https://en.unesco.org/protecting-heritage/convention-and-protocols/1954-convention>
- UNESCO. (2022b). *Lists of intangible cultural heritage*. Intangible Cultural Heritage. <https://ich.unesco.org/en/lists>
- UNESCO. (2022c). *Welcome to UNESCO core data portal*. <https://core.unesco.org/en/home>
- UNESCO. (2023a). *The World Heritage Convention*. UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org/en/convention/>
- UNESCO. (2023b). *UNESCO in key figures*. UNESCO. <https://www.unesco.org/en/unesco-key-figures>
- UNESCO. (2023c). *World heritage list*. <https://whc.unesco.org/en/list/>
- UNESCO Türkiye Millî Komisyonu. (2022a). *Somut olmayan kültürel miras listelerinde Türkiye. Miras listeleri*. <https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras-Listeleri>
- UNESCO Türkiye Millî Komisyonu. (2022b). *UNESCO Dünya Mirası Listesi*. UNESCO Türkiye Millî Komisyonu. <http://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-D%C3%BCnya-Miras%C4%B1-Listesi>
- UNESCO Türkiye Millî Komisyonu. (2022c). *UNESCO Türkiye Millî Komisyonu'nun yapısı. UTMK hakkında*. <https://www.unesco.org.tr/Pages/112/135/UNESCO-T%C3%BCrkiye-Mill%C3%AE-Komisyonu%27nun-Yap%C4%B1s%C4%B1>
- UNESCO, U. W. H. (2021c, Temmuz 21). *World Heritage Committee deletes Liverpool—Maritime Mercantile City from UNESCO's World Heritage List*. UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org/en/news/2314/>
- Ülker, L. (2016). Interview with her excellency ambassador Lale Ülker, chair of the 40th session of the World Heritage Committee. *World Heritage*, 80, 12-13.
- Woodward, S. C., & Cooke, L. (2023). *World Heritage Sites: Concepts, management and conservation*. Routledge, Taylor & Francis Group.

- World Heritage Committee. (2003). *World Heritage 27 COM (WHC-03/27.COM/7B)*. <https://whc.unesco.org/archive/2003/whc03-27com-24e.pdf>
- Wuepper, D., & Patry, M. (2017). The World Heritage list: Which sites promote the brand? A big data spatial econometrics approach. *Journal of Cultural Economics*, 41(1), 1-21. <https://doi.org/10.1007/s10824-016-9266-9>
- Wyer, R. S., Chiu, C., & Hong, Y. (2009). *Understanding culture: Theory, research, and application*. Psychology Press.
- Yağmurlu, A. (2021). Kamu diplomasisi aracı olarak arkeoloji: Zeugma örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 76(3), 631-649. <https://doi.org/10.33630/ausbf.725229>
- Yang, C.-H., Lin, H.-L., & Han, C.-C. (2010). Analysis of international tourist arrivals in China: The role of World Heritage Sites. *Tourism management*, 31(6), 827-837.
- Yang, J. (2019). *Analyzing the Effects of International Tourism on Soft Power*.
- Yavuz, M., & Bayuk, M. N. (2020). Turizm destinasyonlarının arkeolojik sit alanı pazarlaması: 2019 Göbeklitepe yılının ardından bir araştırma. *Journal of Applied Tourism Research*, 1(2), 65-82.
- Yu, Z. (2018). Citizen diplomacy–new US public diplomacy strategy in the Middle East under the Obama administration. *Journal of Middle Eastern and Islamic Studies (in Asia)*, 9(4), 36-58. <https://doi.org/10.1080/19370679.2015.12023272>
- Zafer Kalkınma Ajansı. (2018). *Kütahya'ya değer katanlar*. Zafer Kalkınma Ajansı. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/kutahyaya-deger-katanlar-tr-en-fr.pdf>
- Zaki, G. (2019). Abu Simbel: The story of an extraordinary rescue. *World heritage*, 90, 22-30.

## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b> Sert güç ve yumuşak güç .....	26
<b>Tablo 2:</b> Türkiye'nin Dünya Mirası Listesi .....	79
<b>Tablo 3:</b> Türkiye'nin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ndeki eserleri .....	80

## ŞEKİLLER LİSTESİ

**Şekil 1:** Ülkelere göre Dünya Mirası Listesi ..... 58

## ÖZGEÇMİŞ

Ahmet TOPBAŞ, ilk ve orta eğitimini Mersin’de tamamladı. Lisans eğitimini, Ankara’da Yabancı Diller Eğitimi alanında tamamladı. 2006-2008 yılları arasında, Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı çeşitli kademelerde öğretmen olarak çalıştı. 2008’den itibaren Karabük Üniversitesi Yabancı Diller Yüksek Okulu’nda öğretim görevlisi olarak çalışmaktadır.