

15. INTERNATIONAL  
CONGRESS ON

# CULTURE TOURISM & CIVILIZATION



OCTOBER 18-20, 2024  
BITLIS, TÜRKİYE

## PROCEEDINGS BOOK

### Editors

Prof. Dr. Necmettin ELMASTAŞ  
Assoc. Prof. Dr. Fatih ADIGÜZEL

ISBN: 978-625-367-900-2





# 15th International Congress on Culture, Tourism and Civilization

Bitlis Eren University, Bitlis, Türkiye  
October 18-20, 2024

## Editors

Prof. Dr. Necmettin ELMASTAŞ  
Assoc. Prof. Dr. Fatih ADIGÜZEL

**Institute Of Economic Development And Social Researches Publications®**

(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)

TÜRKİYE

All rights of this book belong to IKSAD Publishing House

Authors are responsible both ethically and juridically

Iksad Publications - 2024©

Issued: 04.11.2024

**ISBN - 978-625-367-900-2**

# CONGRESS ID

## TITLE OF CONGRESS

15TH INTERNATIONAL CONGRESS ON CULTURE, TOURISM AND  
CIVILIZATION

## PARTICIPATION

Keynote & Invited

## DATE - PLACE

October 18-20, 2024

Bitlis Eren University, Bitlis, Turkiye

## HONORARY HEAD OF CONFERENCE

Prof. Dr. Necmettin ELMASTAŞ - Rector of Bitlis Eren University

## HONORARY MEMBER OF CONFERENCE

Ahmet KARAKAYA - Governor of Bitlis

## ORGANIZING COMMITTEE HEAD

Assoc. Prof. Dr. Fatih ADIGÜZEL - Bitlis Eren University

## ORGANIZING COMMITTEE MEMBER

Prof. Dr. Ferit İZCİ - Van Yüzüncü Yıl University

Prof. Dr. Ayhan YILMAZ - Bitlis Eren University

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU - Van Yüzüncü Yıl University

Prof. Dr. Mesut DOĞAN - Istanbul University

Prof. Dr. Özlem SERTKAYA DOĞAN - Istanbul University

Prof. Dr. Şule AYDIN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. Şenay GÜNGÖR - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. Miguel Gonçaves - Polytechnic University Of Coimbra, Portugal

Assoc. Prof. Dr. Adnan ALKAN - Ankara Hacı Bayram Veli University

Assoc. Prof. Dr. Alper ATEŞ - Selçuk University

Assoc. Prof. Dr. Ömür Hakan KUZU - Selçuk University

Assoc. Prof. Dr. İlker YİĞİT - Marmara University

Assoc. Prof. Dr. Ahmet Emrah SİYAVUŞ - Marmara University

Assist. Prof. Dr. Mehmet Zakir SARIKAYA - Bitlis Eren University

Assist. Prof. Dr. Aşır Yüksel KAYA - Fırat University

Lect. Dr. Efdal KAYA - İskenderun Technical University

Lect. Yasemin YETGİN - Van Yüzüncü Yıl University  
Lect. Halil SUNAR - Giresun University  
Lect. Durmuş Ali AYDEMİR - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Lect. Ahmet ŞAHAP - Bitlis Eren University  
Lect. Abdullah KÖSEOĞLU - Bitlis Eren University  
Lect. Aslı DENİZ ADIGÜZEL - Bitlis Eren University  
Lect. Özge KORKMAZ - Bitlis Eren University  
Lect. Alperen ÇİÇEK - Bitlis Eren University  
Lect. Yakup Enes ÇAM - Bitlis Eren University  
Lect Burak SAYAR - Bitlis Eren University  
Res. Assist. Eda YAYLA - Bitlis Eren University  
Res. Assist. Cennet Nergis TAŞKESEN - Bitlis Eren University

### **CONFERENCE SECRETARY**

Lect. Abdullah KÖSEOĞLU - Bitlis Eren University  
Lect. Aslı DENİZ ADIGÜZEL - Bitlis Eren University  
Lect. Özge KORKMAZ - Bitlis Eren University  
Lect. Alperen ÇİÇEK - Bitlis Eren University  
Lect. Yakup Enes ÇAM - Bitlis Eren University  
Res. Assist. Eda YAYLA - Bitlis Eren University  
Res. Assist. Cennet Nergis TAŞKESEN - Bitlis Eren University

### **SCIENCE COMMITTEE MEMBERS**

Prof. Dr. İsmet AKOVA - İstanbul University  
Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU - Van Yüzüncü Yıl University  
Prof. Dr. Mesut DOĞAN - İstanbul University  
Prof. Dr. Özlem SERTKAYA DOĞAN - İstanbul University  
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN - KTO Karatay University  
Prof. Dr. Nurhan ÜNÜSAN - KTO Karatay University  
Prof. Dr. Abdullah KARAMAN - Selçuk University  
Prof. Dr. Şule AYDIN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Prof. Dr. Şenay GÜNGÖR - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Prof. Dr. Mete SEZGİN - Selçuk University  
Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR - Selçuk University  
Prof. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN - Necmettin Erbakan University  
Prof. Dr. Yasin BİLİM - Necmettin Erbakan University  
Prof. Dr. Fahrettin Atıl BİLGE - Selçuk University  
Prof. Dr. Selda UCA - Kocaeli University  
Prof. Dr. Gökçe YÜKSEK - Anadolu University  
Prof. Dr. Nilüfer ŞAHİN PERÇİN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Prof. Dr. Kutay OKTAY - Kastamonu University  
Prof. Dr. Elvan OCAK - Van Yüzüncü Yıl University  
Assoc. Prof. Dr. Akram SHARIFI - Islamic Azad University  
Assoc. Prof. Dr. Adnan ALKAN - Ankara Hacı Bayram Veli University  
Assoc. Prof. Dr. Alper ATEŞ - Selçuk University

Assoc. Prof. Dr. Duygu EREN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Assoc. Prof. Dr. Halil AKMEŞE - Necmettin Erbakan University  
Assoc. Prof. Dr. Ömür HAKAN KUZU - Selçuk University  
Assoc. Prof. Dr. Erkan AKGÖZ - Selçuk University  
Assoc. Prof. Dr. Seda ÖZDEMİR AKGÜL - Selçuk University  
Assoc. Prof. Dr. Yeşim HELHEL - Akdeniz University  
Assoc. Prof. Dr. Ebru GÜNEREN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Assoc. Prof. Dr. Burcu Gülsevil BELBER - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Assoc. Prof. Dr. Ömer ÇOBAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Assoc. Prof. Dr. Üzeyir KEMENT - Ordu University  
Assoc. Prof. Dr. Bekir BORADEDEOĞLU - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Assoc. Prof. Dr. Ozan ATSIZ - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Assoc. Prof. Dr. Eda Özgül KATLAV - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Assoc. Prof. Dr. Çetin AKKUŞ - Kastamonu University  
Assoc. Prof. Dr. Kübra AŞAN - Sinop University  
Assoc. Prof. Dr. Ercan KARAÇAR - Sinop University  
Assoc. Prof. Dr. Emrah ÖRGÜN - Sinop University  
Assoc. Prof. Dr. Eren ERKILIÇ - Recep Tayyip Erdoğan University  
Assoc. Prof. Dr. Yusuf KARAKUŞ - Recep Tayyip Erdoğan University  
Assoc. Prof. Dr. Derya ÖZİLHAN ÖZBEY - Akdeniz University  
Assoc. Prof. Dr. Gül COŞKUN DEĞİRMEN - Akdeniz University  
Assoc. Prof. Dr. Evinç DOĞAN - Boğaziçi University  
Assoc. Prof. Dr. Beyza ERER - Aydın Adnan Menderes University  
Assoc. Prof. Dr. Semih BÜYÜKİPEKÇİ - Selçuk University  
Assist. Prof. Dr. Fatih CURA - Jönköping University  
Assist. Prof. Dr. Mehmet Zakir KAYA - Bitlis Eren University  
Assist. Prof. Dr. Kerem KAPTANGİL - Sinop University  
Assist. Prof. Dr. M. Cüneyt ŞAPCILAR - Necmettin Erbakan University  
Assist. Prof. Dr. Engin TENGİLİMOĞLU - Selçuk University  
Assist. Prof. Dr. Ceyhun UÇUK - Gaziantep University  
Assist. Prof. Dr. Pelin KOÇ - Van Yüzüncü Yıl University  
Assist. Prof. Dr. Yasemin SAVAŞ - KTO Karatay University  
Assist. Prof. Dr. Zorica Lola Jelić - University of Belgrade  
Dr. Haneen Vasel - University of Haifa, Beit Berl College  
Dr. Felicia Onuabuchi King - Imo State University

## **COORDINATOR**

Dr. Alina AMANZHLOVA

## **PARTICIPATING COUNTRIES (23)**

Türkiye, Azerbaijan, Georgia, Ukraine, Nigeria, Iran, Bosnia and Herzegovina, India, Albania, Pakistan, Uzbekistan, Saudi Arabia, Canada, Kazakhstan, Malaysia, Latvia, Morocco, Lebanon, Indonesia, Russia, Romania, USA, China

## **TOTAL PAPERS: 139**

The number of abstracts from foreign countries: **95**

The number of abstracts from Türkiye: **44**

## **LANGUAGES**

Turkish, English

# 15th International Congress on Culture, Tourism and Civilization

## KENT KİMLİĞİ VE TURİZM İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME AN EVALUATION ON THE RELATIONSHIP BETWEEN URBAN IDENTITY AND TOURISM

*Dr. Öğr. Üyesi Rauf BELGE*

*Pamukkale Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Denizli, Türkiye*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9885-5485>*

### ÖZET

Küreselleşen dünyada kentlerin fiziki görünümleri ve mimari biçimleri giderek birbirine benzemektedir. Ancak benzerlikten ziyade farklı olmanın büyük rağbet gördüğü bir çağda, kentlerin farklı ve özgün yönleri dikkat çekmektedir. Kentlerin farklılığı, özgünlüğü ve tekliği kent kimliği olgusunu ortaya çıkarmıştır. Kentlerin farklılaşmasını sağlayan ayırt edici özelliklerini ifade eden kent kimliğinde, o kenti diğerlerinden ayıran ve zaman içinde süreklilik kazanmış özgün nitelikler mevcuttur. Bu bağlamda kentlerin farklı ve özgün yönüne atıfta bulunan kent kimliği kavramı araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Turizm sektörü de doğası gereği bir kentin özgün ve farklı olan değerlerini ön plana çıkarmak gayesinde olduğu için kent kimliğinden faydalanmaktadır. Bu çalışmanın amacı kent kimliği ve turizm arasındaki ilişkiyi irdelemektir. "Kent kimliği ve turizm sektörü arasında nasıl bir ilişki söz konusudur?" sorusu bu çalışmanın temel araştırma motivasyonunu oluşturmaktadır. Bu amaçla, saha gözlemlerinden, resmî kurumların turizm broşürlerinden ve literatürdeki örnek çalışmalardan hareketle kent kimliği ve turizm arasında ilişki analiz edilmiştir. Farklı kentlerde yapılan saha gözlemleri, turizm tanıtım broşürleri ve literatürdeki çalışmalar, turizm ve kent kimliği arasında karşılıklı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Kent kimliğinin inşasında turizm önemli bir etken olduğu gibi bir kentte turizmin gelişmesi de kent kimliği ile yakından ilgilidir. Her iki kavram da birbirini beslemektedir. Kent kimliği, kentin ayırt edici ve özgün değerlerini öne çıkararak turizmin gelişmesine ortam sağlamaktadır. Zira bir kenti ziyaret eden turistler, öncelikle o kentin farklı ve sembolleşmiş doğal ve beşerî değerlerini görmek ister. Başka bir ifade ile kent kimliğini oluşturan unsurlar ilgisini çeker. Bu açıdan bakıldığında kent kimliğini oluşturan unsurlar, turizm sektörüne kaynaklık eder. Diğer yandan turizm endüstrisi, bir kentin kimliğinin tanıtılmasında ve güçlenmesinde rolü oldukça büyüktür. Bir kentin çok fazla rağbet görmesi ve turizm sektörünün hedefi haline gelmesi ile beraber, kent kimliğini oluşturan unsurlar, büyük ilgi görmeye başlar. Böylece turizmin etkisiyle yapı ve sokak ölçekli koruma uygulamalarıyla kent kimliği öğeleri koruma alınmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Kent Kimliği, Kentsel Koruma, Tanıtım ve Reklam

### ABSTRACT

In a globalizing world, cities are becoming increasingly similar in their physical appearance and architectural forms. However, in an age where being different rather than similar is in great demand, the different and unique aspects of cities attract attention. The difference, uniqueness and distinctiveness of cities have given rise to the phenomenon of urban identity. In city identity, which expresses the distinctive features that differentiate cities, there are unique qualities that distinguish that city from others and have gained continuity over time. In this context, the concept of urban identity, which refers to the different and unique aspects of cities, attracts the attention of researchers. The tourism sector also benefits from a city's identity as it aims to highlight the unique and different values of a city. The aim of this study is to examine the relationship between urban identity and tourism. The question "What is the relationship between city identity and tourism sector?" constitutes the main research motivation of this study. For this purpose, the relationship between urban identity and tourism has been analyzed based on field observations and case studies in the literature. Studies have shown that there is a mutual relationship between tourism and urban identity. As tourism is an important factor in the construction

# 15th International Congress on Culture, Tourism and Civilization

of urban identity, the development of tourism in a city is closely related to urban identity. Both are mutually reinforcing. City identity provides an environment for the development of tourism by highlighting the distinctive and unique values of the city. Tourists visiting a city want to see its distinctive and symbolized natural and human values. In other words, the elements that make up the city identity attract their attention. From this point of view, the elements that make up the city identity are the source of the tourism industry. On the other hand, the tourism industry plays a major role in promoting and strengthening a city's identity. When a city becomes very popular and becomes the destination of the tourism industry, the elements that make up the urban identity begin to attract great attention. Thus, with the impact of tourism, elements of urban identity are protected through building and street-scale conservation practices.

**Keywords:** Tourism, City Identity, Urban Conservation, Promotion and Advertising

## GİRİŞ

Kentler, sadece insanların ikamet ettiği yerleşmeler değildir. Kentler, aynı zamanda kültürel ve rekreasyonel faaliyetlerin yer aldığı; insanların yemek yediği, alışveriş yaptığı, eğlenceli vakit geçirdiği yerlerdir. Kentlerin turizm destinasyonu olması ile birlikte eğlence ve gezilerin odak noktası haline gelmiştir. Kentin bu fonksiyonu ile birlikte kent turizmi ortaya çıkmış ve 1980'li yıllardan itibaren rağbet görmeye başlamıştır (Coşkun & Okuyucu, 2024: 148). Kent turizmi günümüzde giderek büyüyen bir sektördür. Kent turizminde, kentin kimliği önemli bir kaynaktır. Zira turizm, yerin niteliklerini, özgünlüğünü ve fiziksel özelliklerinin yanı sıra yaşam biçimlerine dayanan benzersizlikten istifade ederek bu süreçten yararlanır. Turistlerin kent turizminde en çok değer verdiği unsurların başında, mekânın özgünlüğü ve benzersizliği, yani o kentin kimliği gelmektedir (Bernardo & diğ. 2017: 1-3).

Kent kimliği, çeşitli faktörlerin etkisiyle zamanla gelişen, kente özgü yerellikleri ve ortak özellikleri içeren dinamik anlamlar bütünüdür. Ortak özellikleri olmakla birlikte kentler eşsiz, tekil veya biriciktir (Aliagaoglu & Mirioğlu, 2020:375). Kent kimliği durağan ve sabit değil dinamiktir, zamanla oluşur. Sürekli gelişip değişen, yenilenebilen veya bozulabilen bir yapıya sahiptir (Kaypak, 2010:377). Kent kimliği, sadece kentlerin fiziksel görünümüyle değil, aynı zamanda karakteriyle de ilgilidir. Bu karakter, görsel ve mekânsal özelliklerin ötesinde boyutlara sahiptir (Oktay, 2011:11). “Kentler fiziki olarak coğrafi görünümün bir parçası olmasına rağmen, bakıldığı şekliyle değil ona yüklenen farklı anlamlarla bilinir.” Dolayısıyla kent kimliği, fiziki tasarımdan ziyade yorum ve anlatıya dayanan toplumsal bir algının sonucunda oluşabilmektedir (Siyavuş & Belge, 2023: 29). Öznelliği ve farklılığı ifade eden anlam dizilerinden oluşan kent kimliği, zihinlerdeki İstanbul, İzmir, Trabzon, Samsun ya da Sivas sözcüklerinin arkasındaki anlamdır (Aydemir, 1989:56).

Kentlerin farklı doğal, sosyal, ekonomik, tarihi ve kültürel özelliklere sahip olması, kent turizmin gelişmesini sağlamıştır (Coşkun & Okuyucu, 2024: 149). Küreselleşen dünyada kentler fiziki görünimleri ve mimari biçimleri giderek birbirine benzemektedir. Ancak benzerlikten ziyade farklı olmanın büyük rağbet gördüğü bir çağda, kentlerin farklı ve özgün yönleri dikkat çekmektedir. Kentlerin farklılığı, özgünlüğü ve tekliği kent kimliği olgusunu ortaya çıkarmıştır. Kentlerin farklılaşmasını sağlayan ayırt edici özelliklerini ifade eden kent kimliğinde, o kenti diğerlerinden ayıran ve zaman içinde süreklilik kazanmış özgün nitelikler mevcuttur. Bu bağlamda kentlerin farklı ve özgün yönüne atıfta bulunan kent kimliği kavramı araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Turizm sektörü de doğası gereği bir kentin özgün ve farklı olan değerlerini ön plana çıkarmak gayesinde olduğu için bir kentin kimliğinden faydalanmaktadır.

Küreselleşme sürecinde kentler, kendine özgü fiziki ve beşerî turizm kaynaklarını kimlik haline getirip ‘marka kent’ olma çabasına girmişlerdir (Oğan & Yasak, 2020:97). Günümüzde kentler bir meta haline geldiği için tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde kent kimliği öğelerinin pazarlanması söz konusudur. Turizm gelirlerinin artırılması da bir kentin tanıtımında temel motivasyondur. Çünkü bir kentin tanıtım ve pazarlamasında kullanılan anahtar kelimelerden biri de ‘farklılık’ olması, doğası gereği kimlik öğelerini çağrıştırmaktadır. Özellikle Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan illerin turizm broşürlerinde kentlerin simgesi haline gelen mekân ve unsurlara yer verilmesi, kent kimliği ve turizm



# 15th International Congress on Culture, Tourism and Civilization

ilişkinin ortaya koyması bakımından önem arz etmektedir.<sup>1</sup> Söz konusu tanıtım broşürlerinde Ordu'nun bulunduğu, Antalya'nın deniz-kum-güneş üçlüsü, Denizli'nin Pamukkale Travertenleri, Gaziantep'in yemekleri ve Mardin'in geleneksel taş evleri ön plana çıkarılmıştır.

Kentlerin turizmde giderek daha popüler hale gelmesiyle kent kimliği ve turizm ilişkisi arasındaki ilişkinin açıklama ihtiyacı doğmuştur. Bu makale böyle bir ihtiyaca binaen yazılmıştır. Literatürde turizm ve kent kimliği arasındaki ilişki, örnek kentler özelinde ele alınmakla birlikte konunun bütüncül bir şekilde ele alınmayışı, çalışmanın temel motivasyonunu oluşturmuştur. Makalenin temel araştırma sorusu "kent kimliği ve turizm sektörü arasında nasıl bir ilişki söz konusu" olduğudur. Bu ilişki iki yönlü değerlendirilmiştir. Birincisi turizm faaliyetlerinin kent kimliğinin oluşum sürecindeki rolü, ikincisi ise kent kimliğinin turizm üzerindeki etkisinin açıklanması olmuştur. Ayrıca turizm endüstrisinin kent kimliği üzerindeki negatif etkilerine temas edilerek, bu ilişkinin olumsuz tarafına da vurgu yapılmıştır.

## VERİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden gözlem, literatür incelemesi ve içerik analizi kullanılmıştır. Çalışmanın üç temel kaynağı bulunmaktadır. Birinci kaynak, yazarın Adana, İstanbul, Ankara, Denizli, Şırnak kentlerinde -uzun süre ikamet etmek suretiyle- yazdığı gözlem notlarından oluşmaktadır. İkinci veri kaynağı ise literatürdeki çalışmalardır. Kent kimliği ve turizm ilişkisini ele alan kitaplar, makaleler, tezler, sempozyum bildiri metinleri, resmî kurumların internet adresleri ve görsel kaynaklar içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Konuyla ilgili literatürde yer alan örnek çalışmalar tablo halinde görselleştirilmiştir (Tablo 1). Çalışmanın üçüncü veri kaynağı ise resmî kurumların tanıtım ve reklam broşürleridir. Bu broşürlerin içerikleri analiz edilerek kent kimliği öğeleri ile turizm ilişkisine dikkat çekilmiştir. Özellikle Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlan 81 ilin turizm tanıtım broşürlerin içerikleri analiz edilmiştir.

**Tablo 1.** Kent Kimliği ve Turizm Arasındaki İlişiyi İnceleyen Çalışmalardan Bazı Örnekler

Çalışma Adı	Yazarlar	Yılı	Çalışma Alanı	Çalışmanın Ana Teması
Isparta'da Kentsel Koruma.	Sargın, S.	2005	Isparta	Turizmin kentsel koruma üzerindeki etkisi
Kent kimliği üzerine bir araştırma: Konya örneği	Deniz Topçu, K.	2011	Konya	Mevlâna Türbesi
The Effects of Mass Tourism: A Case Study From Manavgat	Akış, A.	2011	Manavgat	Turizmin şehirler üzerindeki olumsuz etkileri
Kent Kimliği Kapsamında Festivallerin Değerlendirilmesi: Uluslararası Altın Safran Film Festivali Örneği	Polat, S., Polat, S. A., & Halis, M	2013	Kastamonu	Festivallerin kent kimliğine etkisi
Tarihi İstanbul Hamamları	S. Sargın, R. Belge	2017	İstanbul	Tarihi hamamların turizmdeki rolü
Turizm Gelişimi ile Kültürel Kimlik Olgusu Arasındaki İlişki: Alaçatı Örneği.	Albayrak, A., & Özmen, Ö. N.	2018	Alaçatı	Turizm, kentin kültürel kimliğine zarar vermektedir.
Küreselleşme bağlamında mekânsal kent kimliği ve markalaşmanın kent turizmine etkisi	Oğan, O. ve Yasak, Ü.	2020	16 Avrupa Ülkesi ve 28 Şehir	Küresel turizm, markalaşma ve kent kimliği
Turizm Alanlarının Kent Kimliğine Etkisi: Denizli Kenti Örneği.	Dağ, V. & Mansuroğlu, S.	2020	Denizli	Turizm alanlarının kent kimliğe etkisi
Kent kimliğini oluşturan coğrafi unsurların değerlendirilmesi: Niksar örneği (Tokat).	S. Hardal	2021	Niksar	Kültür kenti, Niksar Kalesi
Alanya'da Turizmin Kent Kimliği ve Toplumsal Hayat Üzerindeki Etkileri.	Duman, M. S., & Demirkaya, H.	2022	Alanya	Turizmin Kent Kimliği ve

<sup>1</sup> Kültür ve Turizm Bakanlığı, Tanıtım Broşürleri. Erişim Adresi: <https://www.ktb.gov.tr/TR-96271/tanitim-brosurleri.html>

# 15th International Congress on Culture, Tourism and Civilization

				Toplumsal Hayat Üzerindeki Etkileri
Kars'ta Kentsel Koruma ve Turizm	Yulu, A.	2024	Kars	Turizmin kentsel koruma üzerindeki etkisi

## BULGULAR

### 1.1. Turizmin Kent Kimliğinin Güçlenmesindeki Rolü

Kentler, turizm ekonomisinden daha fazla pay almak için, kendine özgü tarihi ve kültürel kaynakları markalaştırma stratejisini izlemektedir. Turizm sektörü, kent kimliği elemanlarını kullanmak suretiyle kenti bir cazibe merkezi haline getirmeyi hedeflemektedir. Kentin doğal ve beşerî değerleri ile fonksiyonel özellikleri ön plana çıkarılarak potansiyel turizm pazarından payını artırma çabası söz konusudur. Turistlerin söz konusu kaynaklara olan ilgisi ve talebi her geçen gün artmaktadır (Oğan & Yasak, 2020:97). Zira turizm, öncelikle bir bölgenin fiziksel, sosyal, ekonomik, çevresel ve kültürel özelliklerini tüketir (Bernardo & diğ. 2017: 9). Örneğin Konya'nın önemli dini ve kültürel değerlerinden olan Mevlâna ve Türbesi, dünya çapında bilinen bir yapıdır. Türkiye'nin ve Dünyanın dört bir yanından binlerce turist Mevlâna ve onun inanç ve felsefesinin mekâna olan etkilerini görmek için türbesini ve dergâhını ziyaret ederler (Deniz Topçu, 2011: 1058). Nitekim turizm istatistiklerine göre Türkiye'nin en popüler turistik destinasyonlarından olan Mevlâna Türbesi, 2004-2024 yılları arasında toplam 15 milyon 816 bin 336 kişiyi ağırlamıştır. Son yıllarda Mevlana'yı ziyaret eden turist sayısı, yıllık 2 milyonu geçmeye başlamıştır (Anadolu Ajansı, 2024). Mevlana'nın bu kadar ilgi görmesinden dolayı, Mevlâna ve onun temsil ettiği hoşgörü felsefesi Konya'nın kent kimliğini oluşturmuş, Konya adeta "Mevlâna Şehri" olarak anılmaya başlamıştır. Dolayısıyla turizm, kısıtlı ve zayıf olan kent kimliğini güçlendirerek daha popüler hale getirmektedir.

Turizm doğrudan ve dolaylı yönden kent kimliğine olumlu etkileyebilir. Bir kentin simge yapılarıyla ilgili sosyal medya paylaşımları, kentte yapılan festivaller, kentsel koruma faaliyetleri, markalaşma çabaları, reklam ve tanıtım faaliyetleri ve alt yapının geliştirilmesine yönelik yürütülen çalışmalar bir kentin kimliğine katkıda bulunabilir (Grafik 1).



**Grafik 1.** Turizmin Kent Kimliğine Etkileri

**Sosyal Medya Paylaşımları:** Turizm faaliyetlerine katılmak isteyenlerin en kolay ulaşabilecekleri platform olması ve yüksek etkileşimli yapısından dolayı sosyal medya, turizm sektöründe yönlendirici ve destekleyici bir rol oynamaktadır (Aktan, 2018: 232). Turistlerin sosyal medya paylaşımları, kent kimliğini oluşturan unsurların tanıtımını ve reklamını yapmaktadır. Özellikle Kız Kulesi, Galata Kulesi, Eyfel Kulesi, New York Özgürlük Heykeli gibi simge yapılarla ilgili yapılan görsel paylaşımlar, bu yapıların küresel ölçekte popüler hale getirmektedir. Öyle ki bu yapılar, bulunduğu kentlerle özdeşleşmiş durumdadır.

# 15th International Congress on Culture, Tourism and Civilization

**Festivaller:** Kentte düzenlenen festivaller, kentin tanıtımı ve kent kimliği bileşenlerinin farkındalığını artırma noktasında etkili olan etkinliklerden biridir. Festivallerde kullanılan temalar ve isimler, genellikle kentin kendine özgü ve ayırt edici özelliklerinden oluşması, kent kimliğinin güçlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Mesela Altın Koza Film Festivali, Çukurova'nın geleneksel ürünü pamuğu simgelerken Antalya Altın Portakal Film Festivali ise Antalya'nın portakalını simgelemektedir. Aynı şekilde Diyarbakır'da Karpuz Festivali, Ordu'da Altın Fındık Festivali, Tekirdağ'da Kiraz Festivali, Malatya'da Kayısı Festivali, Kastamonu'da Sarımsak Festivali ve Safranbolu'da Altın Safran Belgesel Film Festivali her şeyden önce bulunduğu kentin kimliğini oluşturan öğeleri çağrıştırmaktadır (Polat ve diğ. 2013:73). Söz konusu festivaller sayesinde kamuoyunda ve basında kentin popülaritesi artmakla birlikte kentin turizm potansiyeline katkı sağlamaktadır.

**Kentsel Koruma Faaliyetleri:** Turizmin etkisiyle kent içinde kalmış eski, köhneleşmiş ve harabe yapılar restorasyonlarla koruma altına alınmaya çalışılmaktadır. Genellikle kentsel koruma uygulamaları ile kent kimliğinde yer edinen yapılar koruma altına alınır. Türkiye'de de tarihsel çekirdek alanlarında koruma olgusu yakın geçmişte daha fazla popüler olmaya başlamıştır. Böylece turizm kent yapılarının korunmasını sağlayarak, kent kimliğinin güçlenmesine katkıda bulunur. Mesela Kars'ta son yıllarda turizmin etkisiyle, kentsel koruma uygulamaları kapsamında hem tarihi yapılar hem de köhneleşmiş kültürel miraslar restorasyonlarla korunmakta ve ekonomik değer kazanmaktadır. Turizmin itici güç olması nedeniyle, bu koruma faaliyetlerinde genellikle "ekonomik" motivasyonlar ön plandadır (Yulu, 2024: 1545). Aynı şekilde Isparta kentinin kültürel kimliğini korumak ve geçmişle günümüz arasındaki bağı sürdürebilmek amacıyla, koruma sit alanları belirlenmiş ve bazı yapılar koruma altına alınmıştır (Sargın, 2005: 254). Söz konusu kentsel koruma faaliyetlerin temel gayesi, turizmin de etkisiyle kentin geleneksel, kültürel ve tarihi kimliğini muhafaza etmektir.

**Markalaşmak:** Kentler, küreselleşme sürecinde avantaj sağlamak ve rakiplerinden ayrılmak için fiziki ve beşerî değerlerini markalaştırma stratejisini benimsemektedir. Kent kimliklerini markalaştırarak farklılaşmayı başarabilen kentler, turizm endüstrisinden daha fazla pay elde etmektedir (Oğan & Yasak, 2020:99). Markalaşma hedefleri ve turizm gelirlerini artırma çabası, kent kimliğini oluşturan fiziki ve kültürel unsurların korunmasını sağlamaktadır. Özellikle kentler turizmden paylarını artırmak adına markalaşma yönünde projeler geliştirmektedir. Ancak kimliği olmayan bir kentin markalaşması düşünülemez. Bir kentin markalaşabilmesiyle kimlikli bir kent olmasının buluşturulması gerekir (Tekeli, 2008:2). Bir kentin markalaşma çabası, kent kimliğini oluşturan öğelerin tanıtılmasını ve geliştirilmesini sağlar.

**Reklam ve Tanıtım:** Resmi ve özel kurumların kent turizmini geliştirmek adına yürüttükleri reklam ve tanıtım faaliyetleri sayesinde bir kentin kendine has değerleri ve özellikleri tanınırlığı ve bilinirliği artmaktadır. Nitekim Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan İllerin Tanıtım Broşürlerinde kentlerin öne çıkan ayırt edici özellikleri sıklıkla yer verilmiştir. Örneğin Ankara'nın Tanıtım Broşüründe Ankara Kalesi, Anıtkabir, Hacı Bayram Veli Camii; Mardin'in geleneksel taş evleri; İzmir'in Konak Meydanı, Saat Kulesi, Kemeraltı Çarşısı gibi tarihi yapılar yer almaktadır. Aynı şekilde hazırlanan tanıtım filmlerinde kentin kendine özgü mekanları ve yapıları ön plandadır.

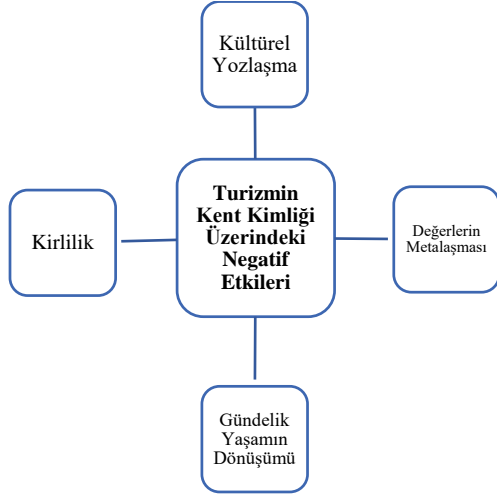
**Alt Yapının Geliştirilmesi:** Turizm esasında dolaylı yünden kent kimliği unsurlarının güçlenmesinde etkisi bulunmaktadır. Bir bölgede turizmin gelişmesi sayesinde ulaşım alt yapısı güçlenmektedir. Türkiye'nin turistik kentlerinde görüldüğü gibi turizmin etkisiyle karayolu ve havayolu ulaşımı gelişmektedir. Böylece kent kimliğinde yer edinmiş destinasyonların erişebilirliği artmaktadır. Örneğin nüfusu 1 milyonu civarında (1.066.736 kişi) olan Muğla'da iki uluslararası havalimanının yer alması (Milas-Bodrum Havalimanı ve Dalaman Havalimanı), turizmin ulaşımına etkisi olarak açıklanabilir. Alt yapının gelişmesi de daha fazla turistini uğramasını sağlamakta, böylelikle kentin farklı ve özgün değerlerinin kamuoyundaki prestiji artmaktadır.

## 1.2. Turizmin Negatif Etkileri

Kent kimliği, tarihi geçmişten günümüze aktarılan birikimle oluşur. Bir kentin kimliği, dışardan bir etkileşim olmadığı sürece nesilden nesile korunabilir. Ancak küreselleşmenin etkisiyle kentler arasındaki etkileşim hızla artmaktadır. Bu etkileşimi hızlandıran etkenlerden birisi de turizm hareketliliğidir. Turizm ile beraber kentlerin kimlikleri dönüşmekte, değişmekte ve yeniliklere açık hale gelmektedir (Duman & Demirkaya, 2022:17). Dolayısıyla olumlu etkileri olmakla birlikte turizmin kent

# 15th International Congress on Culture, Tourism and Civilization

kimliği üzerinde negatif etkileri de söz konusudur. Turizm endüstrisi doğal ve kültürel kaynakların metalaşmasına neden olabilmektedir. Aşırı turizm (mass tourism) bir kentin kimliğinin ve değerlerinin bir meta gibi pazarlanması yol açar. Bazı durumlarda kentsel ve gündelik yaşamın metalaştırılması, kimlik kaybına ve önemsizleşmeye neden olabilir. Sosyo-ekonomik ilişkileri değiştirerek kentsel peyzajı ve kültürel değerleri dönüştürür (Hernandez-Maskivker ve diğ., 2021:4). Bu durum kent kimliğinin oluşturan mekanların ve unsurların yozlaşmasına, kirlenmesine, aşınmasına veya yok olmasına neden olabilir (Grafik 2).



**Grafik 2.** Turizmin Kent Kimliği Üzerindeki Negatif Etkileri

**Kültürel Yozlaşma ve Değerlerin Metalaştırılması:** Kenti markalaştırmak ve kentin turizmdeki payını artırmak adına manevi ve kültürel değerlerin ticari bir meta gibi sunulması değerlerin dönüşümüne ve yozlaşmasına neden olmaktadır. Son yıllarda tüketilen kültürün en çarpıcı örneği Mevlâna Celaleddin Rumi'nin hoşgörü ve aşk felsefesi olmuştur. Mevlana'nın getirdiği felsefe tüketilmeye, pazarlanmaya ve özünü kaybetmeye başlamıştır. Bu süreçte ilahi aşk, beşerî aşka dönüşmüş; Mevlana'ya ait olmayan sözler yayılmaya başlamış, sema ve semazenliğin içi boşaltılmıştır (Kayalı, 2020:92).

**Çevresel Kirlilik:** Bir kenti çekici kılan turistik destinasyonları, kitle turizmin hedefi haline gelmesiyle kirlenmeye ve bozulmaya başlamaktadır. Özellikle küreselleşen Dünyada kitle turizm (mass tourism) giderek etkisini artırmakta ve kontrolü zor bir insan hareketliliğine dönüşmektedir. Küresel bir endüstri haline gelen turizm, yerel kimliği oluşturan mekanları olumsuz yönde etkilemektedir. Aşırı turizm (over-tourism) kent kimliğinde deniz, güneş ve kum üçlüsünün olduğu bölgelerde kıyı kirliliği ve kıyıdaki fauna ve floranın zarar görmesine yol açmaktadır (Hernandez-Maskivker ve diğ., 2021:4). Mesela doğal güzellikleri ve zengin florasıyla ön plana çıkan Uzungöl ve Ayder Yaylası, aşırı turizmden dolayı kirlenme ve yapışma tehlikesi altındadır.

**Gündelik Yaşamın Dönüşümü:** Her kentin kendine ait bir ritmi, yaşantısı ve kültürü vardır. Ancak bu durum turizm, göç, savaş, doğal afet gibi birçok faktör ile değişime uğrayabilir. Özellikle turizm endüstrisi son dönemlerde, kent kültürünün şekillenmesinde ve değişiminde önemli rol oynamaktadır. Zira turizm ile beraber kent halkının turistlerle etkileşimi kaçınılmaz hale gelmektedir. Bu durumda yerli halk ile turistler arasında bir kültürel etkileşim söz konusu olmaktadır. Turistler gittikleri kentlere fikirlerini, yaşam tarzlarını ve değerlerini de taşımaktadır (Duman & Demirkaya, 2022:17). Bu süreçte kent halkı üretici ve satıcı, turistler ise tüketici konumuna düşmektedir. Bu durumda kentte tur operatörleri, otel, restoran, eğlence mekanları, kafe, bar ve hediyelik eşya satan dükkanların artmasına yol açarak mesleklerin dönüşümüne ortam hazırlamaktadır. Geleneksel mimari yapılarının ve el sanatlarının bir ticari meta olarak pazarlanmasına yol açmaktadır.

## 2. Kent Kimliğinin Turizmin Gelişmesindeki Rolü

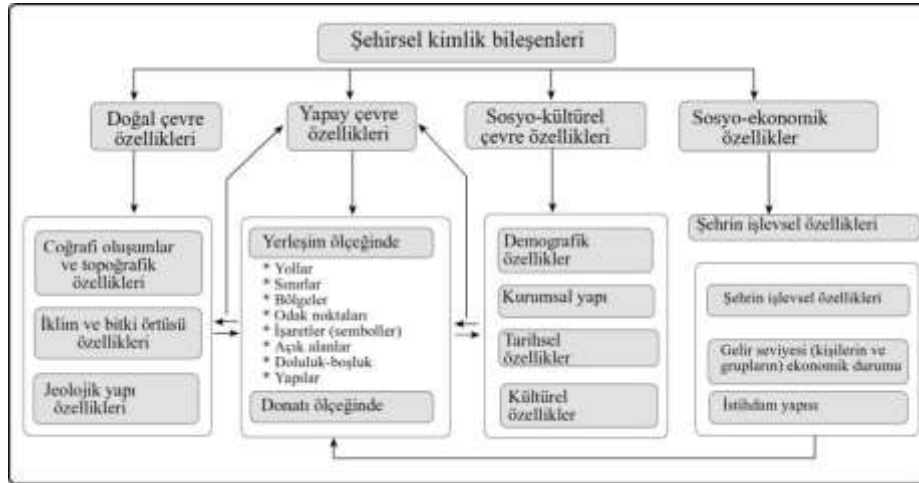
Küreselleşme süreci ile beraber turizm endüstrisi de globalleşmiş durumdadır. Küreselleşmenin temel dinamiklerinden olan *hız*, *zaman* ve *mesafe* sayesinde turizm sektörü dünyanın neredeyse her tarafına

# 15th International Congress on Culture, Tourism and Civilization

sirayet etmiştir. Ancak turizm küresel bir olgu olmakla birlikte yerlerin teklifi, özgünlüğü ve kendine has özellikleri büyük ilgi görmektedir. Bu bağlamda kentlerin kimliği, turizm açısından büyük kaynak olmaya devam etmektedir. Diğer bir ifade ile kentlerin turistik bir ürün olarak pazarlanması sürecinde kent kimliğini oluşturan unsurlar aracı olarak kullanılmaktadır.

Türkiye’de 1950’den sonraki süreçte hızlı kentleşme ve gecekondulaşmadan dolayı birbirine benzer nitelikte kentler ortaya çıkmıştır. Kentlerin giderek birbirine benzemeye başlaması, kentlerin kişiliklerinin ve kimliklerinin zayıflamasına yol açmıştır. Bu süreçte özellikle belediye yönetimleri, kentlere bir kişilik ve kimlik kazandırmak amacıyla projeler geliştirmeye başlamıştır (Tekeli, 1990:251). Zira bir kentin kimliği, kentin yapısını ve sahip olduğu cazibe unsurlarını yansıtmaya açısından büyük öneme sahiptir. Turistler, bir bölgenin yaşam tarzını, inançlarını, değerlerini, sanatını, mimarisini ve dilini keşfetmek isteyebilirler. Böylece bir kentin kültürel kimliği ve benzersiz özellikleri bölgede turizmin gelişmesine katkıda bulunan etmenlerden biri haline gelir (Albayrak & Özmen, 2018:131).

Son dönemlerde büyük gelişme kaydeden kent turizminde mekânın özgünlüğü ve benzersizliği yani kimliği turistlerin dikkatini çekmektedir. Bu nedenle kent turizminin büyümesi kent kimliğinin korunması ve geliştirilmesi ile yakından ilgilidir (Dağ & Mansuroğlu, 2020: 591). Bu bağlamda global ölçekte ulusal, bölgesel ve yerel düzeydeki kuruluşlar, turistleri çekmek ve pazar payını artırmak için yer kimliğini sunma ve tanıtma konusunda aktif olarak çalışmaktadır (Dredge & Jenkins 2003:383). Aynı şekilde Türkiye’de hükümetler, yerel yönetimler ve özel sektörler, kentlerin kendine has özelliklerini, yapılarını ve değerlerini ön plana çıkarmak suretiyle turizm gelirlerini artırma çabasında olmuştur. Bir kentin kendine has özellikleri ve değerleri de bir anlamda kimliğinin ön plana çıkarılmasıdır. Zira turistin beklentileri arasında özgünlük (authenticity) ve yerellik büyük önem taşımaktadır. Turizm şirketleri, kent kimliği unsurlarını, daha fazla turist çekmek için bir tanıtım ve reklam aracı olarak kullanmaktadır.



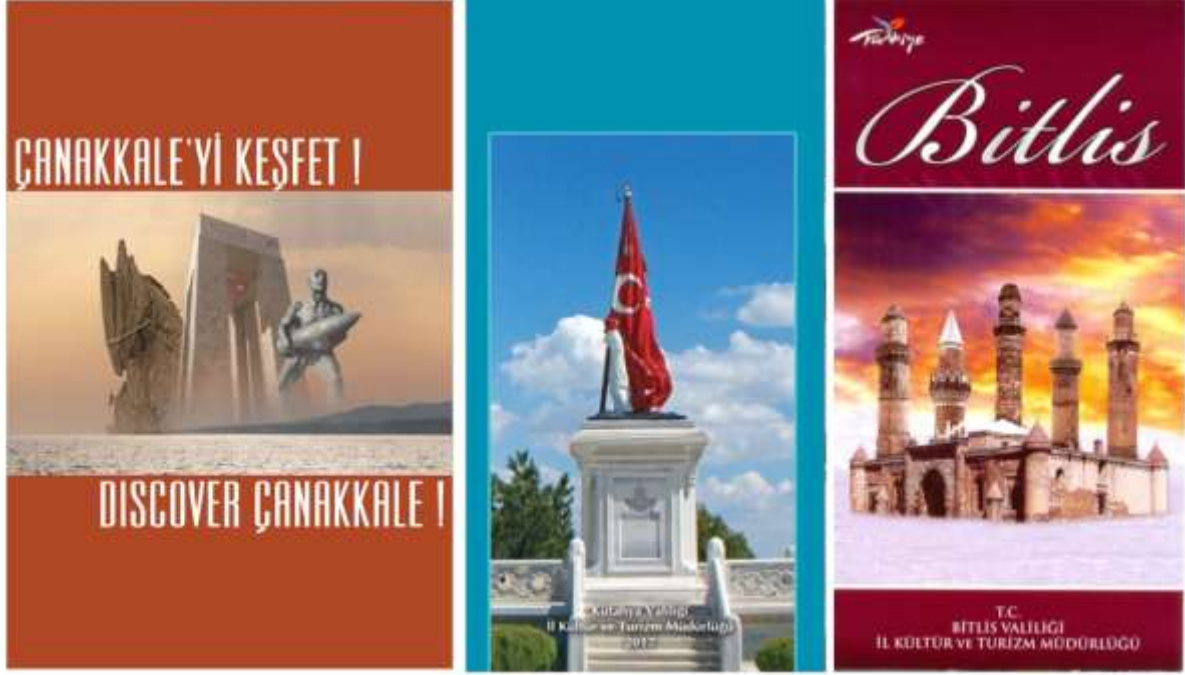
Şekil 1: Kentsel Kimlik Bileşenleri (Kaynak: Aliagaoglu & Mirioğlu, 2020:375)

Kent kimlikleri, zaman içinde gelişen ve çeşitli faktörlerin etkileşimiyle biçimlenen dinamik bir yapıdır. Bu bağlamda, kent kimlikleri doğal çevre özelliklerinin yanı sıra yapay çevre, sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik faktörlerin etkileşimiyle şekillenmektedir (Aliagaoglu & Mirioğlu, 2020:375). Bir bölgenin sahip olduğu benzersiz doğal ve beşerî özellikleri yani kent kimliğini oluşturan coğrafi unsurlar, turizm açısından birer kaynak teşkil eder (Şekil 1). Yer şekilleri, yükselti, iklim, bitki örtüsü, hayvan varlığı, sit ve coğrafik konum ve su, kent kimliğinin şekillenmesinde etkili olan doğal bileşenlerdir. Mesela doğal özellikleri açısından Hakkâri “dağlar şehri iken”, Bitlis “vadideki güzel şehir”, Sinop “suların sulara vurduğu kent”, Ardahan “serhat şehridir” (Aliagaoglu, 2018: 16).

Bir kenti, farklılaştıran, ayırıcı özelliklerini oluşturan unsurlar onun kimliği olabilir. Örneğin, Floransa sanat, Paris kültür, Varşova müzik, Vatikan din kentidir. İstanbul’u Ayasofya ve Sultanahmet Camii, Paris’i Eiffel kulesi, Pekin’i İmparatorluk Sarayı, Venedik’i gondollar, Fas’ı bedeviler, New York’u Özgürlük Anıtı, Antakya’yı Mozaik Müzesi her sözcükten daha çabuk çağrıştırır (Kaypak, 2010:375). Bu yapılar, buldukları kentin kimliği ile özdeşleşmiştir. Benzer şekilde, bir kentin fiziki ve iklimik

# 15th International Congress on Culture, Tourism and Civilization

öğelerinin anlam kazanması, kentin kimliğini oluşturabilir. Antalya'nın deniz, kum ve güneş üçlüsü ile turizm bağlamında kazandığı kimlik buna örnek olarak verilebilir (Belge, 2018:169). Bunlar kentin temel bileşenleri olmakla birlikte kent kimliği öğeleri olarak da ziyaretçilerin çekim merkezleridir. Nitekim Turizm ve Kültür Bakanlığı tarafından hazırlanan illerin tanıtım broşürlerinde kentin simgesel yapıları ve tarihi kimliklerini görmek mümkündür. Örneğin Çanakkale'nin tanıtım broşüründe Troya Atı, Şehitler Abidesi ve Seyit Onbaşı heykeli; Kütahya'nın tanıtım broşüründe Kurtuluş Savaşı şehitlerine atfedilen anıt ve Bitlis'in tanıtım broşüründe kentin sembolü haline gelen beş minareye yer verilmiştir (Şekil 2).



Şekil 2. Kütahya, Bitlis ve Çanakkale'nin Tanıtım Broşüründe Yer Alan Kentsel Kimlik Öğeleri (Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024).

## SONUÇ

Bu çalışmada kent kimliği ve turizm arasındaki ilişki farklı ölçeklerde tartışılmış, her iki kavram arasında karşılıklı bir ilişki olduğuna dikkat çekilmiştir. Çalışma, kentin özgün değerlerinin turistik bir kaynak olabileceğini savunmakla birlikte turizmin kentin karakteristik özelliklerini ön plana çıkardığını ortaya koymuştur. Bu bağlamda turizm ve kent kimliği, iki yönlü birbirini beslemektedir. Ancak turizm ve kent kimliği arasındaki ilişki farklı çalışmalarda ele alınmakla birlikte bu ilişki tek yönlü ve kısıtlı bir şekilde ele alınmıştır. Bu ilişkinin bütüncül ve iki yönlü bir şekilde ortaya konulması için somut kentler üzerinde yapılacak çalışmalar faydalı olabilir.

Turizm, kent kimliği elemanlarının tanınırlığını ve farkındalığını artırmakla birlikte turizm faaliyetlerinin aşırı bir şekilde cereyan etmesi yerel kimlik açısından bir tehlike oluşturabilmektedir. Bu durum yerel halkın tepkisine yol açabilmektedir. Nitekim bunun örnekleri Venedik ve Barselona gibi turizm kentlerinde görülmeye başlamıştır. Ayrıca bir kentin kültürel ve manevi değerlerinin turizm endüstrisi uğruna bir meta olarak pazarlanması, kültürün yozlaşmasına ve değerlerin bir ticari meta olarak satılmasına yol açmaktadır. Bu bağlamda yerel yönetimlerin kent kimliğini oluşturan öğeleri daha fazla turist çekmek için kullanmak yerine, bunları koruyarak gelecek nesillere aktarılması sürdürülebilirlik açısından büyük önem taşımaktadır. Kentin doğası ile uyumlu sürdürülebilir turizm anlayışının benimsenmesi gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

Akış, A. (2011). The effects of mass tourism: A case study from Manavgat (Antalya–Turkey). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 19, 289-296. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.05.134>

# 15th International Congress on Culture, Tourism and Civilization

- Aktan, E. (2018). Sosyal Medyanın Turizm Pazarlamasındaki Rolünün Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3),228-248. DOI: 10.21325/jotags.2018.280
- Albayrak, A., & Özmen, Ö. N. (2018). Turizm Gelişimi İle Kültürel Kimlik Olgusu Arasındaki İlişki: Alaçatı Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 19(1), 129-150. <https://doi.org/10.24889/ifede.378885>
- Aliağaoğlu, A. & Mirioğlu, G. (2020). Balıkesir Kent Kimliği. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 42, 374-399.
- Aliağaoğlu, A. (2018). Türkülerde Erzurum: Bir Şehir Kimliği Çalışması. *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44, 14-25.
- Anadolu Ajansı (2024). *Son 20 yılda en çok ziyaret edilen müze ve ören yerleri*. Erişim Adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/info/infografik/39424>. Erişim Tarihi: 02.09.2024
- Aydemir, Ş. (1989). İmar planlarıyla kaybedilen ve kazanılan Trabzon'un kentsel kimliği. *Mimarlık*, 234, 56-58.
- Belge, R. (2018). Denizli Kent Kimliğini Oluşturan Coğrafi Öğeler. *Ege Coğrafya Dergisi*, 27(2), 167-181.
- Bernardo, F., Almeida, J., & Martins, C. (2017). Urban identity and tourism: different looks, one single place. *Proceedings of the Institution of Civil Engineers-urban Design and Planning*, 170(5), 205-216. <http://dx.doi.org/10.1680/jurdp.15.00036>
- Coşkun, R., Okuyucu, A. (2024). Şehir Turizmi Üzerine Sistematik Bir Literatür İncelemesi, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 22 (2), 144-167. DOI: 10.33688/auchd.1465287
- Dağ, V. & Mansuroğlu, S. (2020). Turizm Alanlarının Kent Kimliğine Etkisi: Denizli Kenti Örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (2), 589-604.
- Deniz Topçu, K. (2011). Kent kimliği üzerine bir araştırma: Konya örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(2), 1048-1072.
- Dianne Dredge & John Jenkins (2003) Destination place identity and regional tourism policy, *Tourism Geographies*, 5 (4), 383-407. DOI: 10.1080/1461668032000129137
- Duman, M. S., & Demirkaya, H. (2022). Alanya'da Turizmin Kent Kimliği ve Toplumsal Hayat Üzerindeki Etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 18, 16-48. <https://doi.org/10.20860/ijoses.1168058>
- Hardal, S. (2021). Kent Kimliğini Oluşturan Coğrafi Unsurların Değerlendirilmesi: Niksar Örneği (Tokat). *Turkish Studies-Social*, 16(2), 593-613. <https://dx.doi.org/10.47356/TurkishStudies.49777>
- Hernandez-Maskivker, G., Fornells, A., Teixido-Navarro, F. and Pulido, J. I. (2021). Exploring mass tourism impacts on locals: A comparative analysis between Barcelona and Sevilla. *European Journal of Tourism Research*, 29, 1-16.
- Kayalı, S. (2020). Kültür endüstrisi ve Mevlâna kapitalizmi. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 6, 88-98.
- Kaypak, Ş. (2010). Antakya'nın Kent Kimliği Açısından İrdelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14),373-392.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2024). Tanıtım Broşürleri. Erişim Adresi: <https://www.ktb.gov.tr/TR-96271/tanitim-brosurleri.html>, Erişim Tarihi: 23.09.2024.
- Oğan, O. ve Yasak, Ü. (2020). Küreselleşme bağlamında mekânsal kent kimliği ve markalaşmanın kent turizmüne etkisi. *Türk Coğrafya Dergisi* (74), 97-105. DOI: 10.17211/tcd.702812
- Oktay, D. (2011). Kent Kimliğine Bütüncül Bir Bakış. *İDEALKENT*, 2(3), 8-19.
- Polat, S., Polat, S. A., & Halis, M. (2013). Kent Kimliği Kapsamında Festivallerin Değerlendirilmesi: Uluslararası Altın Safran Film Festivali Örneği. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2(1), 69-85.

# 15th International Congress on Culture, Tourism and Civilization

Sargın, S. (2005). Isparta'da Kentsel Koruma. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 10(14), 251-281.

Siyavuş, A. E., & Belge, R. (2023). Belediye Logolarının Coğrafi Analizi: Tokat İli Örneği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 28(49), 28-39. <https://doi.org/10.5152/EGJ.2023.22029>

Tekeli, İ. (1990). Bir Kentin Kimliği Üzerine Düşünceler. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Prof. Dr. Mübeccel Kıray'a Armağan*, 7(1-2), 251-259

Tekeli, İ. (2008). Bir Kentin Kimliği ve Marka Olması Konusunda Nasıl Düşünülebilir? *Kent – Müze – Tarih Söyleşileri Dizisi – 5*, Antalya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, Antalya Kent Müzesi Projesi, Antalya.

Yulu, A. (2024), Kars'ta Kentsel Koruma ve Turizm, *Kent Akademisi Dergisi*, 17(4):1545-1573, <https://doi.org/110.35674/kent.1418390>