

Kültürel Miras Pazarlamasında Güncel Yaklaşımlar ¹

Sema Demirkıran² 

Bülent Aydın³ 

Kültürel Miras Pazarlamasında Güncel Yaklaşımlar	Current Approaches in Cultural Heritage Marketing
Özet Bu araştırma, kültürel mirasın korunması ve tanıtımında geleneksel yöntemlerin yanında dijitalleşmenin sunduğu yeni imkânları ele almaktadır. Kültürel miras, sadece geçmişin fiziksel izlerini taşıyan değerleri değil; ritüeller, diller, gelenekler, mutfaklar ve yaşam biçimleri gibi soyut değerleri de kapsamaktadır. UNESCO'nun tanımları doğrultusunda kültürel miras, toplumların kimlik ve aidiyet duygusunu besleyen dinamik bir yapıdır. Geleneksel koruma yöntemleri fiziksel yapılar üzerinde yoğunlaşırken, dijitalleşme ile kültürel mirasın görünürlüğü ve erişilebilirliği artmış; bu da mirasın pazarlanmasında yeni yaklaşımları gündeme getirmiştir. Bu bağlamda, sosyal medya, sanal müzeler ve artırılmış gerçeklik gibi dijital araçlar, kültürel mirasın daha geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlamakta; ekonomik, kültürel sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktadır. Araştırma, geleneksel ve dijital yaklaşımların entegrasyonu ile, kültürel mirasın günümüz koşullarına uygun biçimde yeniden üretilebileceğini ileri sürmektedir. Ayrıca, bu dönüşüm süreci, kültürel değerlerin korunmasını sadece maddi değil, manevi bir sorumluluk olarak da ele almaktadır.	Abstract This study examined the possibilities introduced by digitalization for the preservation and promotion of cultural heritage alongside traditional approaches. Cultural heritage includes not only tangible assets of the past but intangible values such as rituals, languages, traditions, and ways of life. In line with UNESCO's definitions, cultural heritage represents a dynamic structure that sustains a sense of identity and belonging. While conventional preservation methods focus mainly on physical structures, digitalization has increased the visibility and accessibility of heritage. As a result, new approaches to its marketing have emerged. In this context, digital tools such as social media, virtual museums, and augmented reality enable cultural heritage to reach wider audiences and contribute to both economic and cultural sustainability. The study argues that the integration of traditional and digital approaches allows cultural heritage to be re-contextualized in line with contemporary conditions. This transformation process frames the protection of cultural values not only as a material task but also as a moral responsibility.

¹ Bu araştırma Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD. Araştırma Yöntemleri II Dersi kapsamında hazırlanmıştır.

² **Sorumlu Yazar/Corresponding Author:** Yüksek Lisans Öğrencisi, Batman Üniversitesi, Lisansüstü Turizm Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD., semademirkiran20@gmail.com

³ Doç. Dr., Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, baydin1986@gmail.com

Anahtar Kelimeler: <i>Kültürel miras, dijitalleşme, kültür pazarlaması, somut ve soyut miras, sürdürülebilirlik</i>	Keywords: <i>Cultural heritage, digitalization, Cultural marketing, tangible and intangible heritage, sustainability</i>
JEL Kodları: M30, M31	JEL Codes: M30, M31

**Araştırma
ve Yayın
Etigi
Beyanı**

Kavramsal bir çalışma olup etik kurul izni gerektirmemektedir.

**Yazarların
Makaleye
Olan
Katkıları**

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı vermişlerdir.

**Çıkar
Beyanı**

Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

1. Giriş

Kültürel miras, bir toplumun tarihsel ve toplumsal kimliğini yansıtan, geçmişten günümüze aktarılan değerlerin bütünüdür. Somut ve soyut unsurların birleşiminden oluşan bu kavram, maddi yapılar ve manevi gelenekler aracılığıyla toplumların belleğini inşa eder (Rouhi, 2017). Anıtlar, tarihî yapılar, el sanatları gibi fiziki varlıklar somut mirası oluştururken; gelenek, edebiyat, örf, adet ve kültür gibi ögeler soyut miras kategorisinde değerlendirilir (Yang vd., 2018; Blake, 2000). Bu unsurlar, bireylerin ve toplulukların ortak geçmişle bağ kurmasını sağlarken; bağın sürdürülebilirliği, kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasıyla mümkün olur (Szydlık, 2012). Bu aktarım, kültürel devamlılık için önemli olduğu gibi ekonomik ve toplumsal kalkınmanın sağlanması için de önemlidir (Nocca, 2017).

UNESCO tarafından yapılan tanıma göre kültürel miras, yalnızca fiziksel kalıntılardan ibaret değildir. Ritüel, dil, dans ve yaşam pratikleri gibi somut olmayan değerleri de kapsamaktadır (UNESCO, 2003). Toplumların sosyal

dokusunun temel taşlarından biri olan kültürel miras, kimlik ve aidiyet duygusunu besleyen dinamik bir yapı olarak görülmelidir (Sullivan, 2015). Bu bağlamda kültürel mirasın korunması, sadece restorasyon faaliyetlerini değil, kültürel anlatıların ve değerlerin canlı tutulmasını da kapsar (Smith, 2006). Nora'nın (1989) “hafıza mekânları” (lieux de mémoire) kavramı, kültürel miras alanlarının yalnızca tarihî değerler taşımadığını, aynı zamanda kolektif belleğin şekillendiği sembolik alanlar olduğunu vurgular. Bu nedenle kültürel miras, bireylerin kimlik inşasında temel referans noktalarından biri olarak nitelendirilebilir (Arslan ve Coşkun, 2022).

Tarihsel olarak mimarlık, arkeoloji ve sanat tarihi gibi disiplinlerin rehberliğinde geliştirilen geleneksel koruma yöntemleri, özellikle fiziksel mirasın sürdürülebilirliğinde önemli rol oynamıştır (Kurin, 2004). Ancak dijitalleşmenin etkisiyle mirasın korunması artık yalnızca fiziksel müdahalelerle sınırlı değildir. Dijital arşivler, sanal müzeler, artırılmış gerçeklik ve interaktif sunumlar gibi yöntemlerle kültürel miras daha geniş kitlelere erişebilir hâle gelmiştir (Economou, 2015b; Giaccardi, 2012). Bununla birlikte dijitalleşme, içeriğin bağlamından kopması, yüzeyselleşmesi ve ticarileşmesi gibi eleştirileri de beraberinde getirmiştir (Parry, 2007). Doğru stratejilerle yapılan dijital sunumlar, erişilebilirlik ve toplumsal katılım açısından yeni olanaklar sunmaktadır (Gülüm, 2022; Trevarthen, 2016).

Bu araştırma, kültürel mirasın dönüşen yapısını geleneksel ve dijital yaklaşımlar çerçevesinde ele almayı hedeflemektedir. Araştırmanın temel amacı, geleneksel yöntemlerden yeni yöntemlere kültürel mirastaki güncel pazarlama yaklaşımlarını ortaya koymaktır. Bu bağlamda araştırma için literatür taraması yapılarak derleme bir teknik takip edilmiştir. Araştırmada mirasın dijital teknolojilerle nasıl bütünleştirildiği ve bu bütünleşmenin mirasın korunmasına nasıl hizmet edebileceği de tartışılmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve ve Literatür

2.1. Kültürel Miras

Kültürel miras ile bireysel ve kolektif kimlik arasında güçlü bir ilişki vardır. Kimlik, belirli kültürel kodlar ve anlamlar üzerinden şekillendiğinden (Arslan ve Coşkun, 2022), miras bu kimliğin oluşumunda temel bir referans noktası olarak görülebilir. Birey ve topluluklara tarihsel süreklilik hissi kazandırarak aidiyet duygusunu güçlendiren miras, geçmişle kurulan bağlar aracılığıyla kimliğin kuşaklar boyunca aktarılmasına olanak tanır (Vecco, 2010). Somut ve somut olmayan miras öğeleri, farklı kuşaklar arasında duygusal bağlar kurarak kültürün canlı bir yapı olarak varlığını sürdürmesini sağlar (Aydın ve Arslan, 2024; Jiménez-Díaz vd., 2025). Bununla birlikte miras unsurları yalnızca estetik ya da nostaljik değer taşımakla kalmaz; toplumsal, ekonomik ve siyasal boyutları da içeren tarihsel belgeler niteliğindedir. Geçmiş toplumların değerlerini, üretim ilişkilerini ve yönetsel yapılarını yansıtarak kolektif hafızanın oluşumuna katkı sunar (Silverman, 2010). Bu nedenle kültürel mirasa yönelik koruma faaliyetleri sadece kültürel bir sorumluluk değil, aynı zamanda tarihsel bir bilinç ve gelecek kuşaklara karşı etik bir yükümlülük olarak görülmelidir. Sürdürülebilirlik ise yalnızca kamusal kurumların çabalarıyla değil, toplumun tüm kesimlerinin katılımıyla mümkün olabilir. Bu noktada devlet politikalarının yönlendirici olması toplumsal farkındalığın artırılması açısından gerekmektedir (Ercan, 2016).

Kültürel miras, toplumların tarihsel süreçte inşa ettiği maddi ve manevi değerlerin bütünü olarak tanımlanır (Rouhi, 2017). Geçmişten günümüze aktarılan gelenekler, yapılar, dini pratikler, diller ve sanatsal üretimler bu mirasın toplumsal bellekteki yerini oluşturur. Küreselleşen dünyada kültürel mirasın korunması yalnızca tarihsel bir değer taşımamakta; aynı zamanda kimlik, aidiyet ve anlam üretiminin temelini oluşturmaktadır (Graham ve Howard, 2016).

Ancak mirasın tanımı, korunma biçimleri zamanla değişmekte, yeni teorik yaklaşımlar ve politikalar doğrultusunda yeniden şekillenmektedir. Bu bağlamda kültürel miras, geçmişin taşıyıcısı olarak güncel tartışmaların, siyasi mücadelelerin ve ekonomik stratejilerin merkezinde yer alabilmektedir (Silverman, 2010).

Maddi kültürel miras, gözlemlenebilir yapısıyla çoğu zaman koruma politikalarının merkezinde yer almaktadır. Ancak manevi miras daha kırılgan olup zamanla kaybolmaya açık olduğundan özel çaba gerektirmektedir. Halk oyunları, el sanatları ya da ağızdan ağıza aktarılan hikâyeler modernleşme süreçleriyle birlikte unutulma riski taşımaktadır (Okuyucu ve Somuncu, 2012). Bu nedenle miras kavramı yalnızca arkeolojik ya da mimari öğelerle sınırlı tutulmamalı; sosyolojik, antropolojik ve politik boyutlarıyla birlikte çok disiplinli bir bakış açısıyla ele alınmalıdır. Ayrıca miras yalnızca belirli bir ulusa ait unsurları değil, insanlığın kolektif deneyimlerini temsil eder. UNESCO’nun 1972 tarihli “Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması Sözleşmesi” bu anlayışı temel alarak kültürel mirasın evrensel ölçekte korunması gerektiğini vurgulamaktadır (Yücel, 2013).

Kültürel miras kolektif hafızanın temel taşıyıcısıdır. Toplumlar, tarihsel deneyimlerini, ortak değerlerini, yaşam pratiklerini miras unsurları aracılığıyla yeniden üretir ve kuşaktan kuşağa aktarır. Bu bağlamda miras yalnızca geçmişin izlerini barındıran bir yapı değil; bugünü anlamlandıran ve geleceğe kimlik inşa eden dinamik bir unsur olarak görülmelidir (Aksoy ve Robins, 2011). Pierre Nora’nın “lieux de mémoire” kavramı da bu durumu açıklar; kültürel miras unsurları kolektif belleğin somutlaştığı ve yaşatıldığı mekânları ifade eder (Nora, 1989). Dolayısıyla mirasın korunması yalnızca fiziksel yapıların sürdürülebilirliğini değil, aynı zamanda onların taşıdığı sembolik anlamların ve toplumsal bağların da yaşatılmasını gerektirir. Küreselleşme ve dijitalleşmenin

etkisiyle kültürel homojenleşme artarken mirasın dijital yollarla korunması da önem kazanmıştır. Dijital arşivler, sanal müzeler ve 3D modelleme teknikleri sayesinde gerek somut gerekse soyut miras kayıt altına alınarak geniş kitlelere ulaştırılabilmektedir (Cameron ve Kenderdine, 2007). UNESCO'nun 1972 ve 2003 tarihli sözleşmeleri ile gerek kültürel ve tabii varlıklar gerekse edebiyat, ritüel ve sahne sanatları gibi soyut miras öğeleri koruma kapsamına alınmıştır (UNESCO, 1972; UNESCO, 2003).

Türkiye, zengin tarihsel geçmişi sayesinde UNESCO listesinde özel bir konuma sahiptir. Türkiye'nin 2025 yılı itibarıyla Somut Olmayan Kültürel Miras Listelerinde 32 unsuru bulunmakta ve bunlardan 29'u Temsilî Listede üçü ise Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde yer almaktadır (unesco.org). Kapadokya'daki doğal oluşumlar, İstanbul'daki tarihsel yapılar ve Nemrut Dağı'ndaki kalıntılar somut kültürel miras örnekleri olarak kabul edilirken; gölge oyunu, Mevlevîlerin sema törenleri, Türk kahvesi ve geleneği ise UNESCO'nun somut olmayan miras listesine dâhil edilmiş örneklerdir (Bostancı, 2011). Bu zenginlik, kültürel mirasın pazarlanması ve tanıtımı açısından önemli bir potansiyel sunmaktadır. Ayrıca kültürel miras, kültür diplomasisi, turizm ve yerel kalkınma için stratejik bir araç haline gelmiştir. Toplumlar miras öğeleriyle hem kendilerini tanıtmakta hem de uluslararası ilişkilerde yumuşak güç üretmektedir. Ekonomik açıdan miras, kültürel turizm ve yaratıcı endüstriler yoluyla önemli bir gelir kaynağına dönüşmekte, aynı zamanda toplumsal aidiyeti ve dayanışmayı güçlendirmektedir (Ercan, 2016; Akbulut ve Ekin, 2021). Bu nedenle Türkiye'nin kültürel mirası yalnızca ulusal kimliğin bir yansıması değil, aynı zamanda uluslararası platformlarda ülkenin imajını güçlendiren bir unsurdur (Aydin vd.,2021). Nitekim bu mirasın etkin biçimde korunması ve tanıtılması, sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle de doğrudan bağlantılıdır.

Bununla birlikte kültürel mirasın korunması ciddi tehditlerle karşı karşıyadır (Mamaklı, 2025). Kentleşme, savaşlar, iklim değişiklikleri ve doğal afetler, hem tarihsel yapıları hem de somut değerleri tehdit etmektedir. Plansız turizm ve kontrolsüz gelişim ise mirasın yıpranmasına yol açmaktadır. Savaşlar ve talan faaliyetleri değerli eserlerin yok olmasına neden olurken, deprem ve sel gibi doğal felaketler de kültürel miras üzerinde yıkıcı etkiler bırakmaktadır. Ayrıca toplumların ilgisizliği ve bilinç eksikliği, koruma çalışmalarını daha da zorlaştırmaktadır. Bu noktada koruma politikalarının yalnızca teknik önlemlerle sınırlı kalmaması, eğitim ve kültürel bilinçlendirme faaliyetlerini de içermesi önem taşımaktadır. Ulusal ve yerel düzeyde yürütülen koruma projelerinin toplumla bütünleşmemesi durumunda sürdürülebilirlik sağlanamamaktadır. Bu nedenle yalnızca restorasyon faaliyetleriyle yetinmek yerine toplumu bilinçlendirmek, mirasa sahip çıkma konusunda farkındalık yaratmak ve geniş katılımı sağlamak gereklidir (Ercan, 2016; Gülüm, 2022).

2.2. Geleneksel Yaklaşımlar

Kültürel mirasın korunması ile kuşaklar arası aktarımı, insanlık tarihinin en temel kültürel ve politik meselelerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Modern anlamda kültürel miras koruma çalışmaları, 19. yüzyılın sonlarında sistematik bir nitelik kazanmıştır. Özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında ise uluslararası ölçekte önem kazanmaya başlamıştır (Kurin, 2004). Bu süreçte geliştirilen koruma anlayışı, ağırlıklı olarak “geleneksel yaklaşımlar” olarak tanımlanan yöntemlere dayanmakta; restorasyon, belgeleme, müzeleme ve fiziksel alan yönetimi gibi teknik uygulamalar ön planda yer almaktadır. Mimarlık, arkeoloji ve sanat tarihi gibi disiplinlerin rehberliğinde geliştirilen bu yöntemler, özellikle somut kültürel mirasın korunmasına odaklanmıştır (Feilden, 2003).

Geleneksel yaklaşımların merkezinde, kültürel varlıkların fiziksel bütünlüğünün korunması yer almaktadır. Bu doğrultuda uygulanan restorasyon çalışmaları, minimum müdahale ilkesiyle özgün malzeme ve tekniklerin kullanımını esas alır. Brandi'nin (1963) restorasyon kuramı, bu anlayışın kuramsal temelini oluşturarak eserin tarihî ve estetik değerleriyle bir bütün olarak korunması gerektiğini savunur. Bu yaklaşım, sadece yapının fiziksel varlığını sürdürmekle kalmaz, aynı zamanda taşıdığı tarihsel anlam ve kültürel bağlamı da muhafaza etmeyi amaçlar.

Geleneksel koruma yöntemleri arasında müzeleşme, kültürel objelerin, belgelerin ve yapıların güvenli ortamlarda sergilenmesini sağlayarak koruma ve eğitim işlevi gören önemli bir araçtır. Ancak bu yöntem, kültürel mirasın sadece durağan bir nesne olarak değerlendirilmesine yol açabileceği gerekçesiyle eleştirilmiştir. Özellikle somut olmayan kültürel miras unsurlarının – ritüeller, sözlü anlatılar ve geleneksel uygulamalar gibi – müze ortamına taşınamaması, geleneksel yaklaşımın sınırlılıklarını açıkça ortaya koymaktadır (Kurin, 2004).

Bununla birlikte, geleneksel yaklaşımlar bazı sınırlamalar da içermektedir. Bu yöntemler merkezî ve uzman odaklı olup, yerel halkın katılımını sınırlı öngörmektedir. Toplumun yalnızca pasif bir gözlemci konumunda kalması, kültürel miras ile toplumsal aidiyet arasındaki bağı zayıflatmaktadır. Ayrıca bu yaklaşımlar, kültürel mirası “yüksek kültür” ekseninde tanımlamakta, halk kültürü, gündelik yaşam pratikleri ve marjinal gruplara ait miras öğeleri çoğu zaman göz ardı edilmektedir (Smith, 2006). Bu durum, kültürel mirasın kapsayıcı bir toplumsal unsur olmaktan çıkarak yalnızca seçkin bir grubun sahipliğinde algılanmasına yol açmaktadır.

Geleneksel yöntemlerin bir diğer sınırlılığı ise erişilebilirlik sorunlarıdır. Fiziksel miras unsurlarının korunmuş olduğu mekânlara erişim, coğrafi, ekonomik ya da fiziksel kısıtlar nedeniyle herkes için mümkün olmayabilir.

Örneğin kırsal bir bölgede yer alan bir tarihî yapı, yalnızca yerel halk veya belli imkânlara sahip ziyaretçiler tarafından deneyimlenebilmektedir. Bu durum, kültürel mirasın daha geniş kitlelere ulaştırılmasını engelleyen bir unsur hâline gelmektedir (Gülüm, 2022). Ayrıca geleneksel yöntemlerin odağında yer alan uygulamaların çoğu, görselliğe dayalı sunumlarla sınırlı kaldığı için çağdaş beklentilere cevap vermekte zorlanmaktadır.

Buna rağmen, geleneksel koruma teknikleri günümüzde hâlâ pek çok kültürel alanın sürdürülebilirliğinde etkili rol oynamaktadır. UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Efes, Safranbolu ve Hattuşa gibi önemli yerleşimler, bu tekniklerin başarılı uygulamalarıyla günümüze ulaşabilmiştir (Akbulut ve Ekin, 2021). Bu örnekler, geleneksel yöntemlerin önemini koruduğunu ancak çağdaş yaklaşımlarla desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

2.3. Dijital Yaklaşımlar

Kültürel mirasın korunması ve aktarımı bağlamında dijitalleşme, 21. yüzyılın en köklü dönüşümlerinden birini temsil etmektedir. Geleneksel yöntemlerin sınırlılıklarını aşmak, erişilebilirliği artırmak ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğini çok boyutlu biçimde sağlamak amacıyla geliştirilen dijital yaklaşımlar, özellikle müzeler, arşiv kurumları, üniversiteler ve kamu politikaları tarafından hızla benimsenmiştir (Blake, 2000). Bu dönüşüm, yalnızca teknolojik araçların kullanımıyla sınırlı olmayıp, aynı zamanda kültürel temsiliyetin, katılımın ve yorumlamanın yeniden tanımlandığı yeni bir paradigmayı da beraberinde getirmiştir (Giaccardi, 2012).

Dijitalleşmenin kültürel miras alanındaki en yaygın uygulamalarından biri sayısallaştırmadır (digitization). Belgeler, objeler, görsel-işitsel materyaller, yazılı kaynaklar ve mimari yapılar yüksek çözünürlüklü teknolojilerle taranmakta, dijital formata dönüştürülmekte, dijital arşivlerde erişime açılmaktadır. Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yürüttüğü "Türkiye

Kültürel Mirası Dijital Arşivi” projesi bu sürece örnek teşkil ederken, British Museum ve Louvre gibi uluslararası kurumlar da koleksiyonlarını açık erişimle çevrimiçi sunarak dijital mirasın demokratikleşmesine katkı sağlamaktadır (Parry, 2007).

Dijital teknolojilerin katkısı yalnızca arşivleme değil, aynı zamanda etkileşimli sunum ve yeniden deneyimleme biçimleriyle de genişlemektedir. Sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) uygulamaları sayesinde kullanıcılar, fiziksel erişim imkânı olmayan tarihî mekânları üç boyutlu olarak ziyaret edebilmekte, objelerle sanal ortamda etkileşime geçebilmekte ve yapıların tarihsel katmanlarını deneyimleyebilmektedir. Örneğin Ayasofya için geliştirilen artırılmış gerçeklik destekli mobil uygulama, ziyaretçilere yapının farklı dönemlerine ait mimari unsurları katmanlı olarak deneyimleme olanağı sunmaktadır (Economou, 2015a). Bu teknolojiler, kültürel mirası sadece sergilenebilir değil, aynı zamanda deneyimlenebilir bir alan hâline getirmektedir.

Dijital yaklaşımlar, aynı zamanda kültürel mirasın katılımcı biçimde üretilmesini ve yaygınlaştırılmasını da mümkün kılmaktadır. Web 2.0 teknolojilerinin gelişimiyle kullanıcılar yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda üreticisi konumuna gelmişlerdir. Topluluk temelli dijital arşiv projeleri aracılığıyla bireyler kendi kültürel miras öğelerini tanımlamakta, belgelemekte ve dijital ortamda paylaşabilmektedir. Bu durum, kültürel mirasın otoriter yapılardan çıkarılıp, topluluk temelli ve çok sesli yorumlara açık hâle gelmesini sağlamaktadır (Simon, 2010). Özellikle etnik, yerel ya da marjinal grupların dijital platformlar üzerinden görünürlük kazanması, kültürel çeşitliliğin korunması açısından son derece önemlidir. Ayrıca, bu içeriklerin küresel düzeyde paylaşılabilir olması, kültürel diplomasiyi güçlendiren bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Google Arts ve Culture platformu üzerinden

Türk minyatürü ya da Selçuklu mimarisi gibi içeriklere dünyanın her yerinden erişim sağlanabilmektedir ve bu da kültürel mirasın “yumuşak güç” aracı olarak kullanılmasını mümkün kılmaktadır (Nye, 2004).

Öte yandan dijital yaklaşımlar, bazı sınırlılıklar ve eleştirileri de beraberinde getirmektedir. Öncelikle dijital uçurum (digital divide) sorununun, teknolojik altyapıya erişimi olmayan birey ve topluluklar için bu içeriklerden yararlanamamasına yol açmakta ve eşitsizlikleri yeniden üretmektedir. Ayrıca dijital ortama aktarılan kültürel içeriklerin bağlamından koparılması, yüzeysel temsillerin yaygınlaşmasına neden olabilir. Özellikle somut olmayan kültürel mirasın –ritüeller, anlatılar, performanslar gibi– dijitalleştirilmesinde duygusal ve duygusal öğelerin aktarımında yaşanan kayıplar, otantiklik tartışmalarını gündeme getirmektedir (Kalay, Kvan ve Affleck, 2008). Bununla birlikte dijital içeriklerin depolanması, format güncelliği ve veri kaybı gibi teknik sorunlar, dijital sürdürülebilirlik konusunu da gündeme taşımaktadır. Dijital mirasın yalnızca üretimi değil, aynı zamanda uzun vadeli korunması ve güncel tutulması için stratejik dijital yönetim politikalarına ihtiyaç vardır (Bostancı, 2011).

2.4. Geleneksel ve Dijital Yaklaşımların Entegrasyonu

Kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliği için geleneksel ve dijital yaklaşımlar kendi başlarına önemli işlevler üstlenmektedir. Bu iki yaklaşımı birbirinden bağımsız ve karşıt biçimlerde ele almak ise kültürel mirasın çok boyutlu doğasını göz ardı etmek anlamına gelmektedir. Günümüzde koruma politikaları, yalnızca fiziksel yapıyı restore etmek ya da dijitalleştirme teknolojileriyle sınırlı kalmanın yanında geleneksel bilgi birikimi ile dijital olanakların entegre biçimde kullanılmasını esas alan karma stratejilere yönelmektedir (Avrami, 2019). Bu entegrasyon ise kültürel mirasın fiziksel varlığını korurken; sosyal etkileşim içinde yaşatma hedeflerini de aynı anda gerçekleştirmeyi mümkün kılmaktadır. Geleneksel yaklaşımlar özgünlük,

tarihsel bağlam ve fiziksel malzemenin korunmasında güçlü iken dijital yaklaşımlar ise erişim, etkileşim ve katılım olanakları sunarak mirasın farklı sosyal gruplarla buluşmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda entegrasyon süreci mirasın fiziksel sürdürülebilirliğini ve anlamsal canlılığını teminat altına alabilmektedir (Gülüm, 2022).

Birçok güncel örnek bu entegrasyonun başarılı biçimlerini ortaya koymaktadır. Örneğin, Göbeklitepe kazı alanında yapılan restorasyon çalışmaları geleneksel mimari koruma yöntemlerine dayanmaktadır. Alanın dijital modellerle üç boyutlu olarak haritalanması ve sanal turlarla erişime açılması ise dijital entegrasyonun güçlü bir örneğidir. Böylece fiziksel koruma sağlanırken; dijital araçlar aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşılmaktadır (UNESCO, 2019). Geleneksel ve dijital entegrasyonun önemli örneklerinden biri de son yıllarda popüler olan rotalardır. Kültür öğeleri, yeni bir pazarlama tekniği olarak rota şeklinde sunulmakta ve böylece ilgi çekmektedir (Halaç ve Kelkit, 2023; Aydın ve Arslan, 2024). Bu rotalar hem geleneksel hem de dijital tekniklerle birlikte sunulabilmektedir.

Entegrasyonun kuramsal temelinde hibrit kültürel temsiliyet anlayışı yer almaktadır. Bu anlayışa göre kültürel miras ne yalnızca geçmişin bir kalıntısı ne de tamamen bugünün dijital tüketim nesnesi olmak yerine farklı zaman ve araçlar ile yeniden yorumlanan ve yaşayan bir olgudur (Cameron ve Kenderdine, 2007). Dolayısıyla entegrasyon stratejileri hem geleneksel koruma disiplinlerinden (mimarlık, arkeoloji, sanat tarihi) hem de dijital kültür çalışmalarından (medya, tasarım, bilgi teknolojileri) beslenmelidir.

Geleneksel ve dijital yaklaşımların birleşimi, özellikle katılımcı miras (participatory heritage) kavramıyla anlam kazanmaktadır. Bu yaklaşım, kültürel mirasın yalnızca uzmanlarca tanımlanmadığı bunlar dışında halkın, yerel toplulukların ve dijital kullanıcıların da söz sahibi olduğu bir sistem

öngörmektedir (Waterton ve Smith, 2010). Bu sayede kültürel miras korunmakta ve toplumsallaşarak sürdürülebilir bir değer hâline gelmektedir.

2.5. Kültürel Ürün ve Hizmetlerin Pazarlanması

Kültürel miras, yalnızca tarihî ve sosyolojik bir değer taşımakla kalmak yerine önemli bir ekonomik potansiyele sahiptir. Özellikle günümüzde kültürel miras alanlarının ekonomik kalkınma, istihdam yaratma ve turizm sektörüne katkı sağlama potansiyeli giderek daha fazla anlaşılmakta, bu alanlar ise birer ekonomik kaynak olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, kültürel mirasın korunması ile sürdürülebilirliğinin yalnızca etik ve kültürel değil ekonomik bir gereklilik haline gelmesine de yol açmaktadır (Throsby, 2010). Kültürel değerler ekonomik bir ürün olarak kullanılabilmekte, kültürel mirasın ekonomik değeri ise farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Öncelikle, kültürel miras alanları (örneğin antik kentler, anıtlar, müzeler, tarihî sokaklar vb.), doğrudan turizm gelirlerinin artmasına katkı sağlamaktadır. UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne giren bir alan, uluslararası bilinirliğini artırmakla birlikte ziyaretçi sayısını da önemli ölçüde artırmaktadır. Örneğin Efes Antik Kenti, Kapadokya, İstanbul Tarihî Yarımadası gibi alanlar bu bağlamda kültürel olduğu gibi ekonomik olarak da değer taşımaktadır. Bu tür bölgeler, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmekle birlikte bölgesel kalkınmaya da katkı sunmaktadırlar (Nye, 2004).

Kültürel mirasın ekonomik bir değere dönüştürülmesinin amacı gelir elde etmektir. Bunun bir getirisi olarak kültürel miras yerli ve yabancı pek çok insana tanıtılabilmektedir. Geniş kitlelere tanıtılan kültürel eserler, kültürün devamlılığı ve aidiyet duygusunu pekiştirmektedir (Nocca, 2017). Örneğin müze, arkeolojik eserler, konserler, sahne gösterileri, festivaller kültürel ürünler arasındadır. Rehberlik, eğitimsel programlar ve dijital arşivler ise kültürel hizmet kapsamında değerlendirilmektedir. Bunların geleneksel tanıtım metotların yanı sıra dijital platformlardan yapılacak çalışmalarla da tanıtılması, kültürel mirasın

geniş kitlelere sunulması ve ekonomik değer elde edilmesi açısından önemlidir (Yavuzcan, 2021).

Kültürel mirasın ekonomik boyutu sadece turizmle sınırlı değildir. El sanatları, geleneksel üretim teknikleri, yerel mimari ve gastronomi gibi alanlar da kültürel mirasın ekonomik potansiyelinin önemli birer parçasıdır. Bu alanların canlandırılması ise yerel üretimi teşvik ederken aynı zamanda kültürel özgünlüğün korunmasına katkı sağlamaktadır (Parry, 2007). Örneğin Gaziantep'in mutfağı veya Kütahya çinileri, yalnızca yerel kültürün yansıması olmakla birlikte bölge ekonomisinin temel direklerinden biridir. Bu tür kültürel üretimler sayesinde marka değeri oluşturulmakla birlikte ulusal ve uluslararası pazarlarda yer bulabilmektedirler (Richards, 2001).

Kültürel mirasın ekonomik potansiyelinin değerlendirilmesi aynı zamanda yaratıcı endüstrilerle de ilişkilidir. Mimarlık, tasarım, moda, müzik ve medya gibi sektörler, kültürel mirastan beslenerek yenilikçi üretimler gerçekleştirebilirler (Yücel, 2013). Bu açıdan miras, sadece geçmişin nostaljik bir tekrarı olmamakla birlikte geleceğe yönelik yaratıcı bir kaynak olarak görülmelidir. Kültürel mirasın yaratıcı endüstrilerle birleştiği noktalarda, kültür ekonomisinin sınırları genişlemekle birlikte ekonomik canlılık ve kültürel canlılık yaratmaktadır (Simon, 2010).

Kültürel ürünler pazarlanırken ürünün otantik değerinin öne çıkarılması özünden kopmamasına ve tüketim nesnesine indirgenmemesi açısından önemlidir. Özellikle kültürel pazarlama stratejisinin başarılı olabilmesi için orijinallik gerekmektedir (Vecco, 2010). Ayrıca kültürel ürünlerle bağ kurulması açısından deneyim de öne çıkmaktadır. Deneyime yönelik pazarlama yöntemleri sayesinde bireyler, kültürel ürünlerle etkileşime geçebilmekte ve unutulmaz deneyimler edinebilmektedir. Bu durum kültürel mirasın değerini artırmakta ve

bireylerin kültürel miras sayesinde duygusal bir bağ kurmalarına yardımcı olmaktadır (Yavuzcan, 2021).

Kültürel hizmetler ise hizmetin sunumu ve erişilebilirliği ile pazarlanabilmektedir. Sözgelimi, bir müze sergilediği eserlerle öne çıkar fakat bunun dışında ziyaretçilere sunulan rehberlik hizmetleri, interaktif uygulamalar ve çevrimiçi sergiler gibi uygulamalar müzelerin değer oluşturmalarını sağlamaktadır. Dijitalleşme ile bu tür hizmetler elektronik ortama taşınırken; müzeleri ziyaret edemeyen bireylere fırsat sağlamıştır (Nocca, 2017). Müzelere yapılan sanal turlar, çevrimiçi eğitimler ve artırılmış gerçeklik uygulamalar ile kültürel mirasın daha geniş kitlelere ulaşması sağlanır. Bu sayede farklı yaş gruplarından insanlar müzeleri çevrimiçi ortamda ziyaret etmesi ve tanınması mümkün olmaktadır. Sonuç olarak kültürel hizmetler mekânsal sınırlamalar ortadan kalkmış ve katılımcı bir anlayışla sürdürülebilirlik sağlanmış olmaktadır (Bostancı, 2011).

Kültürel mirasın pazarlanmasında, hedef kitle analizinin doğru bir şekilde yapılması gerekmektedir. Etkili iletişim stratejileri ve orijinal öyküleştirme teknikleri, pazarlama süreci için oldukça önemlidir. Kültürel mirasın fertlerin hayat biçimleri ve değerleriyle uyumlu olarak sunumu kültürel pazarlamanın başarısı üzerinde etkilidir. Öte yandan, kültürel pazarlamayla sadece ekonomik getiriye de odaklanılmamalıdır (Jansen, 2020). Çünkü kültürel değerlerdeki çeşitliliğin korunması, sosyal bilincin artırılmasını da sağlamaktadır. Dolayısıyla bütünsel yaklaşımla kültürel miras yerel ve küresel anlamda görünürken etkisi de artar (Alagöz, Çalık ve Güneş, 2018).

2.6. Kültür Pazarlamasında Stratejik ve Güncel Eğilimler

Kültürel miras pazarlaması, yalnızca geçmişe ait değerlerin korunması değil, bu değerlerin günümüz toplumlarında yaşatılarak ekonomik, toplumsal ve kültürel faydaya dönüştürülmesini amaçlayan çok yönlü bir strateji alanıdır.

Günümüzde kültürel miras, turizm, eğitim, diplomasi ve yaratıcı endüstriler gibi birçok alanda katma değer yaratan bir kaynak hâline gelmiştir (Richards, 2018). Bu nedenle kültür pazarlaması, sadece ürün ve hizmet tanıtımının ötesinde, kimlik inşası, aidiyet geliştirme ve toplumsal dayanışmayı pekiştirme işlevleriyle de ilişkilendirilmektedir (Arslan ve Coşkun, 2022). Kültürel miras unsurları bu çerçevede gerek yerel halk gerekse uluslararası ziyaretçiler için anlamlı hâle getirilmekte ve yaşatılmaktadır. Böylece miras, geçmişle olan bağı güçlendiren bir hatırlatıcı olmanın yanı sıra geleceği inşa eden bir unsur olarak da değerlendirilir. Tüm bu nedenlerle kültürel pazarlama stratejileri, kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamak açısından yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda sosyal bir sorumluluk içermektedir (Yücel, 2013).

Kültürel pazarlamada etkili olabilmek için hedef kitlenin belirlenmesi süreci kritik önem taşımaktadır. Her kültürel ürün ya da hizmet, aynı kitleye aynı yöntemlerle sunulamaz. Bu sebeple pazarlama stratejilerinde demografik, psikografik ve davranışsal özellikler göz önünde bulundurulmalıdır (Yavuzcan, 2021). Tarihî yapılara ilgi duyan turist ile geleneksel el sanatlarına ilgi duyan turistlerin ihtiyaçları birbirinden farklıdır. Bu farklılık dikkate alınmadığında kültürel ürünlerin anlamı yüzeyselleşmekte ve hedeflenen etki yaratılamamaktadır. Bu nedenle ürünlerin içeriği, sunumu ve iletişim dili hedef kitlenin duyarlılıklarına göre özelleştirilmelidir. Kültürel mirasın pazarlanmasında doğru hedefleme ile hem ekonomik katkı sağlanmakta hem de toplumun farklı kesimlerinin kültürel değerlere erişimi kolaylaşmaktadır. Özellikle kültürel bilinci yüksek kitlelere yönelik özgünlük ve tarihî bağ vurgusu yapılırken, genel ziyaretçiler için deneyim ve etkileşim unsurları ön plana çıkarılmalıdır (Alagöz, Çalık ve Güneş, 2018).

Dijitalleşme, kültürel miras pazarlamasında güncel eğilimlerin başında gelmektedir. Artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik ve üç boyutlu modelleme gibi

teknolojilerle kültürel mekânlar dijital ortama taşınmakta, bu sayede fiziksel erişimin mümkün olmadığı durumlarda dahi kültürel deneyim sağlanmaktadır. Bu dijital araçlar, kültürel mirasın sadece görüntülenmesini değil, etkileşimli bir şekilde deneyimlenmesini de mümkün kılmaktadır; (Kaçmaz, 2023). Özellikle COVID-19 sürecinde sanal turlar ile dijital müze uygulamaları kültürel içeriklere ilgiyi artırmış, bu alanın dönüşümünü hızlandırmıştır. Ayrıca dijital hikâye anlatımı ve sosyal medya kampanyaları, özellikle genç kuşaklara ulaşmada etkili yöntemler olarak öne çıkmaktadır. Tüm bu gelişmeler kültürel mirasın tanıtımını daha geniş kitlelere ulaştırmakta, aynı zamanda farkındalık ve aidiyet duygusunu pekiştirmektedir. Dijitalleşme böylece kültürel mirasın güncel yaşamla kurduğu bağın güçlenmesini sağlamaktadır (Alav, 2023).

Kültürel pazarlamada bir diğer yükselen eğilim ise deneyim odaklı uygulamalardır. Ziyaretçiler artık yalnızca bilgi edinmek değil, aynı zamanda bu bilginin bir parçası olmayı da talep etmektedir. Bu durum, kültürel etkinliklerin sadece sergi odaklı yapılardan çıkarılıp, atölyeler, uygulamalı gösteriler ve interaktif etkinliklerle zenginleştirilmesini gerekli kılmaktadır (Alagöz, Çalık ve Güneş, 2018). Örneğin bir çömlek atölyesinde bizzat üretim sürecine katılmak veya geleneksel bir yemeği yerinde hazırlamak, katılımcılar için unutulmaz bir deneyim sunmakta ve kültürel mirasla duygusal bir bağ kurulmasına yardımcı olmaktadır. Bu yaklaşım sayesinde kültürel içerikler pasif izleyicilikten çıkmakta ve bireyin hayatının aktif bir parçası hâline gelmektedir. Deneyimsel pazarlama, kültürel ürünlerin sürdürülebilirliği açısından da güçlü bir araçtır. Çünkü katılımcı, yalnızca bir ziyaretçi değil, aynı zamanda kültürel mirasın taşıyıcısı hâline gelmektedir (Richards, 2011).

Kültürel miras pazarlamasında hikâyeleştirme stratejisi de son yıllarda dikkat çeken yaklaşımlar arasında yer almaktadır. Bir mekân ya da objenin ardındaki tarihî ve toplumsal öykülerin etkili bir biçimde sunulması, izleyiciyle duygusal

bir bağ kurmayı kolaylaştırmaktadır. Hikâye anlatımı, sadece bilgi aktaran değil, aynı zamanda bireyleri kültürel bir yolculuğa çıkaran bir araç işlevi görür. Bu bağlamda, dijital platformlar üzerinde sunulan video serileri, sesli anlatımlar ve etkileşimli hikâye deneyimleri, kültürel mirasın çok katmanlı anlamlarını görünür kılmakta; aynı zamanda daha geniş kitlelere hitap etmesini sağlamaktadır (Yavuzcan, 2021). Örneğin geleneksel Osmanlı evlerinin yalnızca mimari detayları değil, bu evlerde yaşanmış gündelik hayatın anlatılması da mirasın daha gerçekçi ve etkili bir biçimde sunulmasına yardımcı olmaktadır. Bu yaklaşım sayesinde izleyiciler yalnızca bir mekânı görmekle kalmaz, aynı zamanda o mekâna ait duygusal, tarihsel ve toplumsal bağları da içselleştirebilmektedir. Böylece kültürel miras pasif bir bilgi nesnesi olmaktan çıkarak bireyin kimliğinde de yer edinmektedir (Simon, 2010).

Pazarlama süreçlerinde dikkat çeken bir diğer güncel eğilim, kültürel çeşitliliğin ve kapsayıcılığın ön plana çıkarılmasıdır. Geleneksel pazarlama anlayışlarında yalnızca baskın kültürel öğeler tanıtılırken, günümüzde farklı etnik, dinsel ve sosyal grupların kültürel miras unsurlarının da görünür kılınması hedeflenmektedir (Gülüm, 2022). Bu yaklaşım, kültürel temsilde adalet ilkesine dayanmakta; unutulmaya yüz tutmuş geleneksel el sanatları, sözlü anlatımlar ve ritüellerin de pazarlama sürecine dâhil edilmesini sağlamaktadır. Böylece kültürel mirasın sadece belirli grupların sahip olduğu bir değer değil, tüm topluma ait ve ortak bir miras olduğu vurgulanmaktadır. Aynı zamanda bu yaklaşım, toplumsal aidiyetin güçlenmesine ve farklı kimlik grupları arasında empati kurulmasına katkı sağlamaktadır. Özellikle kültürel dışlanma yaşamış grupların miraslarının tanıtımı, toplumsal bütünleşmeye hizmet etmekte; kültürel mirasın barışçıl bir araç olarak kullanımına imkân tanımaktadır. Bu nedenle güncel stratejiler, kültürel mirasın hem temsil biçimlerini hem de

içeriklerini daha kapsayıcı bir biçimde yeniden inşa etmektedir (Okuyucu ve Somuncu, 2012).

Kültürel mirasın ekonomik boyutunu güçlendiren bir başka strateji ise yaratıcı endüstrilerle kurulan etkileşimdir. Moda, sinema, dijital oyun, grafik tasarım ve medya gibi yaratıcı sektörler, kültürel içerikleri yeniden üretme, yorumlama ve pazarlama kapasitesine sahiptir. Bu bağlamda geleneksel bir motifin çağdaş bir tekstil ürünüde kullanılması ya da tarihî bir mekânın dijital oyun platformlarında senaryo ögesi olarak işlenmesi, kültürel mirasın yeni nesillere aktarımında oldukça etkili yöntemlerdir. Bu tür uygulamalar, mirasın geçmişten gelen otantikliğini koruyarak onu bugünün tüketim alışkanlıklarına ve estetik algılarına uygun biçimde sunma imkânı tanımaktadır (Kaçmaz, 2023). Aynı zamanda bu strateji, kültürel mirasın durağan değil, yaşayan ve dönüşen bir yapı olduğunu da göstermektedir. Yaratıcı endüstriler ile kurulan bu bağ, kültürel ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarlarda yer edinmesini kolaylaştırmakta ve mirasın ekonomik sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Böylece kültürel miras, yalnızca korunması gereken bir değer olmaktan çıkıp ekonomik gelişimin de aracı hâline gelmektedir (Alagöz, Çalık ve Güneş, 2018).

Kültürel miras pazarlamasında başarılı olmanın ön koşullarından biri de etkili konumlandırma ve tutundurma stratejileridir. Kültürel ürün veya hizmetin, hedef kitlenin zihninde kalıcı bir yer edinmesi için otantik değerler vurgulanmalı ve anlatım dili buna uygun olmalıdır. Örneğin Göbeklitepe gibi tarihî bir alanın "dünyanın en eski tapınak yerleşkesi" veya 'tarihin sıfır noktası' olarak sunulması, yalnızca tarihsel bilgi değil, aynı zamanda eşsiz bir deneyim vaadi taşımaktadır (Smith, 2006). Bu da mekânın diğer kültürel alanlardan ayrışmasını ve zihinde daha kolay yer edinmesini sağlamaktadır. Tutundurma faaliyetlerinde kullanılan araçlar ise geleneksel broşürlerden sosyal medya kampanyalarına, influencer iş birliklerinden dijital hikâyelere kadar geniş bir yelpazeyi kapsar.

Kültürel mirasın tanıtımında, bireylerin yalnızca birer tüketici değil, aynı zamanda bu mirasın koruyucusu oldukları da vurgulanmalıdır. Böylece kültürel pazarlama sadece ekonomik kazanç değil, toplumsal bilinçlenme ve katılımı da amaçlayan bir sürece dönüşmektedir. Dolayısıyla pazarlama süreci etik ilkelerle desteklendiğinde, kültürel mirasın hem sürdürülebilirliği hem de anlam değeri korunmuş olmaktadır (Yavuzcan, 2021).

3. Sonuç ve Öneriler

Kültürel miras, geçmişin izleri ile birlikte bugünün toplumsal belleğini ve geleceğin kültürel kimliğini inşa eden çok katmanlı bir olgudur. Bu çalışma kapsamında kültürel mirasın tanımı, türleri ve işlevleri açıklanarak geleneksel koruma yöntemleri ile dijital teknolojilerin sunduğu olanaklar karşılaştırmalı olarak ele alınmış ve bu iki yaklaşımın nasıl entegre edilebileceği tartışılmıştır.

Kültürel mirasın tanıtımı ve değerlendirilmesinde geleneksel pazarlama yaklaşımları uzun yıllar boyunca temel araçlar olmuştur. Bu bağlamda tanıtım broşürleri, müze gezileri, sergiler, turistik haritalar ve yerel rehber anlatımları gibi araçlar kullanılarak kültürel öğeler ziyaretçilere ulaştırılmıştır. Özellikle somut kültürel miras öğeleri olan tarihi yapılar, anıtlar ve müzeler, bu tür pazarlama stratejileriyle hem ekonomik hem de eğitsel işlev görmüştür. Ancak bu yöntemlerin genellikle tek yönlü iletişim kurmaları, ziyaretçiyi pasif bir izleyiciye indirgemeleri ve kültürel öğeleri ticarileştirerek otantik bağlamından koparma riskleri nedeniyle eleştirilmiştir.

Buna karşılık, güncel kültürel miras pazarlama yaklaşımları, dijital teknolojilerle birlikte çok katmanlı ve katılımcı bir yapıya dönüşmüştür. Sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR), sanal müzeler, sosyal medya kampanyaları, dijital hikâyeleştirme ve çevrimiçi topluluk platformları sayesinde ziyaretçi yalnızca bir tüketici değil, aynı zamanda kültürel mirasın taşıyıcısı ve yorumlayıcısı hâline gelmektedir. Google Arts ve Culture, VR

destekli arkeolojik alan gezileri ve dijital arşiv platformları, küresel ölçekte erişimi artırmakta ve kültürel diplomasiye katkı sağlamaktadır. Ayrıca kültürel içeriklerin farklı dillerde sunulması, erişilebilirlik standartlarının gözetilmesi ve etkileşimli tasarımların kullanılması sayesinde daha geniş ve çeşitli hedef kitlelere ulaşmak mümkün olmuştur.

Tablo 1: Kültürel Miras Pazarlamasında Geleneksel ve Dijital Teknikler

Geleneksel teknikler	Dijital teknikler
Broşürler, müze gezileri, sergiler, galeriler, tiyatrolar, festivaller, fuarlar, turistik haritalar, rotalar ve yerel rehber anlatımları	Sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR), sanal müzeler, sosyal medya, dijital hikâyeleştirme, çevrimiçi topluluk platformları, dijital arşivler ve dijital alandaki rotalar

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Kültürel miras, yalnızca fiziksel yapılar, anıtlar ve sanat eserleriyle sınırlı bir alan değil, aynı zamanda toplumların tarihsel sürekliliğini sağlayan maddi ve manevi değerlerin bütünü olduğu belirtilmektedir. Ancak uzun yıllar geleneksel pazarlama tekniklerini somut kültürel mirasa odaklanmış; somut olmayan kültürel miras ise yeterli ilgiyi görmemiştir. Dolayısıyla modern koruma anlayışı, somut ve somut olmayan kültürel mirası birlikte değerlendiren çok boyutlu yaklaşımları gerektirmektedir. Öte yandan yerel halkın ve genç kuşakların da sürece aktif katılımı, mirasın yaşatılmasında ve sürdürülebilirliğinde temel bir rol üstlenmektedir. Dijital araçların sağladığı olanaklar sayesinde miras daha erişilebilir hâle gelmiştir. Dolayısıyla yeni anlayışla kültürel mirasın korunması ve aktarımı yalnızca uzmanlara bırakılabilecek bir alan olmaktan çıkmış, disiplinlerarası ve çok aktörlü bir sürece dönüşmüştür.

Kültürel mirasın pazarlamaya konu olması yalnızca ekonomik bir değer olmasının ötesinde tarihi ve kültürel bir değer olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Pazarlamanın rolü söz konusu mirası tanınır ve bilinir kılmaktır. Pazarlama ile söz konusu miras için taraflar arasında bir ilişki ağı

oluşturulmak amaçlanmaktadır. Bu amaçla gerek geleneksel gerekse dijital teknikler kullanılmaktadır. Geleneksel pazarlama tekniklerinin dijital yeniliklerle entegre edildiği, katılımcı ve kapsayıcı politikaların hayata geçirildiği bir koruma anlayışı kültürel mirasın fiziksel ve toplumsal olarak yaşatılması açısından önemlidir. Zira kültürel mirasın yalnızca geçmişe ait bir değer olmasından ziyade bugünle kurulan bağın ve geleceğe dair kültürün taşıyıcısı olduğu unutulmamalıdır. Kimliklerin çoğullaştığı ve yerellik ile küresellik arasındaki sınırların giderek azaldığı çağımızda, kültürel mirasın korunması bir nostaljiden ziyade yaşamsal bir gereklilik olarak ele alınmalıdır. Bu gerekliliğin yerine getirilebilmesi ise sürdürülebilir politikalarla mümkün olacaktır. Ayrıca pazarlama sürecinin de oldukça etik hassasiyetlerle yapılması gerekmektedir. Hem koruma hem de kullanma bilincinin satış baskın yaklaşımına dönüşmemesi sürdürülebilirlik ilklerine bağlı kalınması ile mümkündür. Böylelikle geçmişten emanet alınan ve zenginleştirilen mirasın korunması ve geleceğe de aktarılması mümkün hale gelecektir.

Extended Abstract

Current Approaches In Cultural Heritage Marketing

This study examines the evolving nature of cultural heritage, analyzing its preservation through both traditional and contemporary digital approaches and exploring the corresponding shift in marketing strategies. Cultural heritage, defined as the totality of tangible and intangible values transmitted from the past, forms the foundation of a society's historical and social identity. Tangible elements include monuments and artifacts, while intangible elements encompass traditions, literature, and rituals. This heritage enables individuals and communities to connect with their past, with its sustainability dependent on transmission to future generations. UNESCO's definition broadens this concept to include living practices like language and dance, positioning heritage as a dynamic force shaping identity and belonging.

Historically, preservation has been guided by disciplines like architecture and archaeology, focusing on physical restoration. However, digitization has revolutionized the field, introducing new methods like digital archives, virtual museums, and augmented reality. While criticized for potentially decontextualizing heritage, digital tools offer unprecedented opportunities for accessibility and public engagement. This paper aims to analyze the current state of heritage marketing by comparing traditional

and digital methods and investigating how their integration can serve the goals of preservation, accessibility, and sustainable development.

Cultural Heritage

Cultural heritage is intrinsically linked to individual and collective identity, serving as a key reference point in its formation. It provides a sense of historical continuity and belonging, transmitting identity across generations through tangible and intangible elements. Beyond aesthetic or nostalgic value, heritage acts as a historical document reflecting past societies' values and structures, thus contributing to collective memory. Its preservation is therefore both a cultural responsibility and an ethical obligation to future generations. Sustainability requires participation from all societal segments, guided by state policies and heightened public awareness. Heritage is not a static relic but a dynamic construct that evolves with theoretical and political shifts. It is central to contemporary debates, political struggles, and economic strategies. While tangible heritage often dominates policy, intangible heritage (e.g., folk dances, oral narratives) is more vulnerable to loss due to modernization and requires dedicated efforts. A multidisciplinary perspective is essential, recognizing heritage as both a national asset and part of humanity's collective experience, as underscored by UNESCO conventions. For nations like Turkey, with rich sites like Cappadocia and intangible elements like Turkish coffee on UNESCO lists, heritage represents significant potential for cultural diplomacy, tourism, and soft power. However, it faces threats from urbanization, conflict, climate change, uncontrolled tourism, and public apathy, necessitating conservation efforts coupled with education and community engagement.

Traditional Approaches

Traditional preservation, systematized since the late 19th century, focuses on physical integrity through methods like restoration, documentation, musealization, and site management. Guided by principles such as minimal intervention and use of original materials, these approaches aim to conserve both the physical structure and its historical context. While successful for tangible heritage (e.g., Ephesus, Safranbolu), traditional methods have limitations. They are often expert-centric, limiting local community participation and marginalizing everyday or non-elite cultural expressions. They also face accessibility challenges due to geographical or economic constraints and can present heritage as a static exhibit, particularly ill-suited for intangible cultural expressions.

Digital Approaches

Digital transformation offers tools to overcome traditional limitations. Digitization of archives, objects, and even architectural sites allows for widespread access, as seen in projects by Turkey's Ministry of Culture and Tourism or international museums. Interactive technologies like Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR) enable immersive experiences, such as virtual tours of historical sites like Hagia Sophia. Furthermore, Web 2.0 technologies facilitate participatory heritage, where users become co-creators through community-based digital archives, enhancing diversity and visibility for marginalized groups. Platforms like Google Arts ve Culture strengthen cultural diplomacy by globalizing access. However, digital approaches present challenges. The "digital divide" exacerbates inequalities in access. Digitization risks

decontextualizing content, reducing deep cultural practices to superficial representations, and struggling to convey the sensory aspects of intangible heritage. Technical issues like data format obsolescence and long-term digital preservation also pose significant threats to sustainability.

Integration of Traditional and Digital Approaches

An integrated, hybrid strategy is the most promising path forward. This approach combines the strengths of traditional methods—authenticity, material conservation, historical context—with the advantages of digital tools—accessibility, interactivity, and participatory engagement. Successful examples include Göbeklitepe, where physical archaeological conservation is complemented by 3D modeling and virtual tours. This integration supports the concept of "participatory heritage," where communities are active stakeholders, ensuring heritage remains a living, socially relevant entity.

Marketing of Cultural Products and Services

Cultural heritage holds significant economic potential, particularly through cultural tourism (e.g., Ephesus, Cappadocia) and creative industries. Marketing transforms heritage into economic value while promoting it to broader audiences. Cultural products (museums, festivals) and services (guided tours, educational programs) can be promoted through both traditional and digital channels. Key to successful marketing is highlighting authenticity and creating experiential value. Marketing must avoid reducing heritage to a mere commodity, instead fostering an emotional connection. Digitalization has expanded service marketing through virtual tours and AR applications, making heritage accessible beyond physical limitations.

Strategic and Current Trends in Cultural Marketing

Contemporary cultural marketing is a multifaceted strategy aimed at creating economic, social, and cultural value. Effective strategies begin with precise target audience analysis, tailoring content and communication to different demographic and psychographic groups.

Prevailing trends include:

- **Digitization ve Immersive Tech:** Using VR, AR, and 3D modeling for interactive digital experiences, a trend accelerated by the COVID-19 pandemic.
- **Experiential Marketing:** Shifting from passive observation to active participation through workshops, interactive demonstrations, and hands-on activities, transforming visitors into cultural carriers.
- **Storytelling:** Employing narrative techniques across digital platforms to create emotional bonds and convey the multi-layered meanings of heritage sites and objects.
- **Inclusivity and Diversity:** Showcasing the heritage of diverse ethnic, religious, and social groups to promote representational justice and social cohesion.
- **Collaboration with Creative Industries:** Integrating heritage motifs and narratives into fashion, film, digital games, and design to reach new audiences and ensure contemporary relevance.

- **Strategic Positioning and Promotion:** Using authentic values and compelling narratives for effective branding, supported by promotion tools ranging from social media campaigns to influencer partnerships. Ethical marketing should emphasize the visitor's role as a custodian, fostering societal consciousness alongside economic gain.

Kaynakça

Akbulut, O., ve Ekin, Y. (2021). Toplumsal Hafıza, Kültürel Miras ve Savaş Alanları Turizmi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 5(Özel Sayı), 150–159.

Aksoy, A., ve Robins, K. (2011). *Turizm ve Kültürel Mirasın Pazarlanması: Kültür Ekonomisi ve Yerel Kimlikler*. İstanbul: Kültür A.Ş.

Alagöz, G., Çalık, İ., ve Güneş, E. (2018). Kültürel Miras Turizmi Bağlamında Geleneksel El Sanatları: Erzincan Bakır İşlemeciliği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (56), 293–308. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/428838>

Alav, O. (2023). Açık Kültür: Dijital Kültürel Miras ve Kültürel Mirasa Açık Erişim. *Art-e Sanat Dergisi*, 15(30), 551–567. <https://doi.org/10.21602/sduarte.1355137>

Arslan, E. ve Coşkun, İ.O., (2022), *Identity Construction and Tourism Consumption: A Grounded Theory Approach*. Springer Nature.

Avrami, E. (2019). *Preservation and The New Data Landscape*. Columbia Books.

Aydın, B., Erdogan, B. Z., ve Baloglu, S. (2021). Examining The Role of Country Image in The Relationship between Cuisine Image and Intention to Visit A Country. *International Journal of Tourism Research*, 23(4), 555-568.

Aydın, B. ve Arslan, E. (2024). Kültür Turizminde Yaşanan Gelişmeler ve Gelecek Vizyonu. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 2024, 7(2), 447-457.

Blake, J. (2000). On Defining The Cultural Heritage. *International ve Comparative Law Quarterly*, 49(1), 61-85.

Bostancı, E. (2011). Kültürel Miras için Zenginleştirilmiş Gerçeklik Uygulamaları. *Pamukkale University Journal of Engineering Sciences*, 17(3), 117-122.

Brandi, C. (1963). *Theory of Restoration*. Istituto Centrale per il Restauro.

Cameron, F., ve Kenderdine, S. (2007). *Theorizing Digital Cultural Heritage: A Critical Discourse*. MIT Press.

Economou, M. (2015a). Heritage in the digital age. *A Companion to Heritage Studies*, 215-228.

Economou, M. (2015b). *Heritage in The Digital Age*. In L. Tallon ve K. Walker (Eds.), *Digital Technologies and the Museum Experience* (pp. 20-38). AltaMira Press.

Er, Z., ve Karakuş, N. (2023). Somut Olmayan Kültürel Miras Sözlü Gelenek ve Anlatımlar Tutum Ölçeği Geliştirme Çalışması. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*, 16(48), 239-257. <https://doi.org/10.12981/mahder.1235493>

Ercan, M. A. (2016). Tarihi ve Kültürel Miras Alanlarında Devingen ve Evrimsel Bir Yer Kimliği Kavramsallaştırması. *İdealkent Dergisi*, 7(20), 720-745.

Feilden, B. M. (2003). *Conservation of Historic Buildings*. Routledge.

Giaccardi, E. (2012). *Heritage and Social Media: Understanding Heritage in A Participatory Culture*. Routledge.

Graham, B., ve Howard, P. (2016). *Heritage and Identity*. In *The Routledge Research Companion to Heritage and identity* (pp. 1-15). Routledge.

Gülüm, E. (2022). Yaşayan Kültürel Miras: Sermayelendirme ve Değerleme. *Erdem*, 83(83), 91-108. <https://doi.org/10.32704/erdem.2022.83.091>

Halaç, H. H., ve Kelkit, D. M. (2023). Sivas Kültür Rotası Önerisi ile Kültürel Miras Farkındalığı Kazandırılması. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(Cumhuriyet Özel Sayısı), 292-307. <https://doi.org/10.53568/yyusbed.1243022>

Jansen, S. C. (2020). *Branding The Nation: The Global Business of National Identity*. Oxford University Press.

Jiménez-Díaz, G., Diaz-Agudo, B., Emilio Bruni, L., Kadastik, N., Follo, A., Damiano, R., ... ve Lieto, A. (2025). Interpretable Clusters for Representing Citizens' Sense of Belonging through Interaction with Cultural Heritage. *ACM Journal on Computing and Cultural Heritage*, 17(4), 1-22.

Kaçmaz, N. (2023). *Kültürel Miras Unsurlarının ve Doğal Çekiciliklerin Turizm Pazarlaması Kapsamında Değerlendirilmesi: Gevaş Örneği* (Yüksek lisans tezi, Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).

Kalay, Y. E., Kvan, T., ve Affleck, J. (2008). *New Heritage: New Media and Cultural Heritage*. Routledge.

Kurin, R. (2004). Safeguarding intangible Cultural Heritage in The 2003 UNESCO Convention: A Critical Appraisal. *Museum International*, 56(1-2), 66–77.

Mamaklı, F. S. (2025). Türkiye'nin Kültürel Mirasına Yönelik Tehditler ve Risk Yönetimi Stratejileri Üzerine Hukuki ve Yönetimsel Bir Değerlendirme. *Ege Mimarlık*, (128), 78-87.

Nocca, F. (2017). The Role of Cultural Heritage in Sustainable Development: Multidimensional Indicators as Decision-Making Tool. *Sustainability*, 9(10), 1882.

Nora, P. (1989). Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire. *Representations*, (26), 7–24.

Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.

Okuyucu, A., ve Somuncu, M. (2012). Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: Osmaniye İlçe Merkezi Örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 4(1), 37–51.

Parry, R. (2007). *Recoding the Museum: Digital Heritage and The Technologies of Change*. Routledge.

Richards, G. (2001). The Development of Cultural Tourism in Europe. In G. Richards (Ed.), *Cultural Attractions and European Tourism* (pp. 3–30). CABI.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A Review of Recent Research and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.

Rouhi, J. (2017). Definition of Cultural Heritage Properties and Their Values by The Past. *Asian Journal of Science and Technology*, 8(12), 7109-7114.

Silverman, H. (2010). *Contested Cultural Heritage: A Selective Historiography*. In *Contested Cultural Heritage: Religion, Nationalism, Erasure, and Exclusion in A Global World* (pp. 1-49). New York, NY: Springer New York.

Simon, N. (2010). The Participatory Museum. *Museum 2.0*.

Smith, L. (2006). *Uses of Heritage*. Routledge.

Smith, M. K. (2006). *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge.

Sullivan, A. M. (2015). Cultural Heritage ve New Media: A Future for The Past. *J. Marshall Rev. Intell. Prop. L.*, 15, 604.

Szydlik, M. (2012). Generations: Connections across The Life Course. *Advances in Life Course Research*, 17(3), 100-111.

Throsby, D. (2010). *The Economics of Cultural Policy*. Cambridge University Press.

Trevarthen, C. (2016). *What Young Children Give to Their Learning, Making Education Work to Sustain A Community and Its Culture*. In *Understanding the Under 3s and the Implications for Education* (pp. 13-34). Routledge.

UNESCO. (1972). *Convention Concerning The Protection of The World Cultural and Natural Heritage*. Paris: UNESCO. <https://whc.unesco.org/en/conventiontext/>

UNESCO. (2003). *Convention for The Safeguarding of The Intangible Cultural Heritage*. Paris: UNESCO. <https://ich.unesco.org/en/convention>

UNESCO. (2019). *Göbeklitepe: World Heritage Nomination Dossier*. Paris: UNESCO Publishing.

Vecco, M. (2010). A Definition of Cultural Heritage: From the Tangible to The Intangible. *Journal of Cultural Heritage*, 11(3), 321-324.

Waterton, E., ve Smith, L. (2010). The Recognition and Misrecognition of Community Heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 16(1-2), 4-15.

Yang, Y., Shafi, M., Song, X., ve Yang, R. (2018). Preservation of Cultural Heritage Embodied in Traditional Crafts in The Developing Countries. A Case Study of Pakistani Handicraft Industry. *Sustainability*, 10(5), 1336.

Yavuzcan, F. T. (2021). *Kültürel Ürünlerde Metalaşma Süreci: Örnek Olay Olarak Kütahya Çiniciliği* (Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Yücel, A. (2013). Kültür Ekonomisi ve Pazarlama Stratejileri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 45-60.

[https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras-Listeleri](https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras-Listeleri)