T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

DİJİTAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA KÜLTÜREL MİRAS YÖNETİMİ

Meriç KILINÇ

[2502170108]

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. Seda MENGÜ

İSTANBUL – 2022

ÖZ

DİJİTAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA KÜLTÜREL MİRAS YÖNETİMİ

Meriç KILINÇ

Kültürel mirasın korunması ve bu mirastan toplum yararına faydalanılması, özellikle 21. yüzyılda uluslararası toplumun ve devletlerin büyük önem atfettiği konulardan biridir. Birleşmiş Milletler tarafından ortaya konan sürdürülebilir kalkınma perspektifi doğrultusunda kalkınmada kültüre ve yerelliğin önemine yapılan vurgu artmaktadır. Kültürel mirası korumak ve onunla ilgili farkındalığı artırmak çeşitli ortam ve araçlardan faydalanmayı gerektirir. Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte kültürel miras yönetimi ve kültürel miras hakkında bilginin aktarılmasına yönelik faaliyetler hızlı bir dijitalleşme sürecine girmiştir. Bu araştırmada kültürel mirasın yönetilmesinde ve korunmasında başvurulabilecek dijital teknolojilerin neler olduğu ve mirasın tanıtılması-farkındalık yaratılması hususlarında kullanılabilecek dijital araçların neler olduğu ve bu araçlardan nasıl ve ne ölçüde yararlanıldığı ayrı ayrı incelenmiştir.

Dijitalleşen kültürel miras yönetimi kamu için bu alanda yeni çalışmaları gerekli kılarken, yerel yönetimlerin ödev ve sorumlulukları artmaktadır. Çalışma kapsamında Türkiye'deki yerel yönetimlerin dünyadaki bu değişime ayak uydurma sürecinde hangi aşamada bulunduğunu ortaya koymak amaçlanmış, yerel yönetimlerin web siteleri araştırılarak, dijital iletişim araç/yöntemlerini kullanım düzey ve yeterlilikleri incelenmiş, Türkiye'de internet yoluyla kültürel mirası yaymak amacıyla yapılan yerel çalışmaların yapısı tartışılmıştır. Araştırma örnekleminde UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde kültür varlığı bulunan şehirlerin yerel yönetimlerinin web siteleri ve turizme yönelik hazırlamış oldukları web siteleri almaktadır. 29 web sitesinin 700 kadar sayfası içerik analizi yöntemi ile araştırılmış ve kodlamalar Maxqda paket programı aracılığıyla dijital olarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular kapsamında yerel yönetimlerin; taşınabilir kültür varlıkları ile ilgili faaliyetlerinin neredeyse bulunmadığı, taşınmaz kültür varlıkları ile ilgili faaliyetlerin büyük ölçüde dini yapılarla sınırlı kaldığı, savaş sahaları, höyükler ve antik kentler gibi bazı yapıların geri planda olduğu, somut olmayan kültürel miras bağlamında da sözlü geleneklerin, gösteri ve el sanatlarının görünür kılınmadığı değerlendirilmiştir. Dijital sergileme teknolojilerinin, dijital oyunların ve mobil uygulamaların kültürel miras için kullanımın yeterince olgunlaşmadığı gözlemlenmiştir. Tasarım ve teknik özellikleriyle de incelenen yerel yönetim web sitelerinin bir bölümünün güncel gereklilikleri karşılamadığı anlaşılmaktadır. Çalışmada elde edilen bulgular literatür çerçevesinde tartışılmış, alandaki sorunların çözümü ve potansiyel fırsatlardan faydalanabilinmesine ilişkin öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: kültür, kültürel miras, dijital iletişim, dijital diplomasi

ABSTRACT

CULTURAL HERITAGE MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF DIGITAL COMMUNICATION

Meriç KILINÇ

Protection of cultural heritage and benefiting from this heritage for society is one of the issues that the international community and states pay attention to, especially in the 21st century. In line with the sustainable development perspective put forward by the United Nations, the emphasis on the importance of culture and locality in development is increasing. Protecting cultural heritage and raising awareness about it requires making use of various media and tools. Today, with the development of technology cultural heritage management and activities for transferring information about it have entered a digitalization process. In this research, the digital technologies that can be applied to the protection of cultural heritage and the digital tools that can be used in the promotion of the heritage and creating awareness are examined separately.

While digitalized cultural heritage management requires new pratices in this field for the public, the duties and responsibilities of local governments are increasing. Within the scope of the study, it is aimed to reveal at what stage the local governments in Turkey are in the process of keeping up with this change in the world. By searching the websites of local governments; the level and competence of using digital communication tools/methods were examined. In this framework, the structure of local practices carried out in order to disseminate cultural heritage through the internet in Turkey has been revealed. Research includes the websites of the local governments of the cities with cultural assets in the UNESCO World Heritage List and the websites they have prepared for tourism. About 700 pages of 29 websites were searched by content analysis method and coding was done digitally through Maxqda software. The findings shows that; activities of local governments regarding movable cultural assets are quite limited. It is observed that activities related to immovable cultural assets are largely limited to religious buildings. Some structures such as battlefields, mounds and ancient cities are poorly protected and promoted. In the context of intangible cultural heritage, it has been evaluated that oral traditions, performances and handcrafts are not made visible. It has been evaluated that the use of digital display technologies, digital games and mobile applications for cultural heritage is not mature enough. It is understood that some of the local government websites, which were also examined with their design and technical features, do not meet the current requirements. The findings obtained in the study were discussed, and suggestions were presented regarding the solution of the problems in the field and the use of potential opportunities.

Keywords: culture, cultural heritage, digital communication management, digital diplomacy

ÖNSÖZ

Çağımızın küresel tartışmaları ilerleme için kültürel çeşitliliğin öneminin altını çizmektedir. Kültürü göz ardı ederek yapılan kalkınma çalışmalarının "sürdürülebilir" olması beklenemez. İnsani kalkınma için var gücümüzle çalışmak ve mirası korumak hem çağımıza hem de gelecek nesillere borcumuzdur. Sürdürülebilir kalkınma yerel düzeyde başlayıp küresel ölçekte değişimler yaratır, bu yüzden yerel yönetimlerin değişim öncüsü olarak bu yüzyılda önemli aktörler olmaları beklenmektedir. Yüzünü toplum ve kent kültürüne dönen belediyeler sosyal hafızamızdan güç alarak ortak bir geleceği inşa etmek için özel bir pozisyona sahip olurlar. Bu vizyonun gerçekleşmesi için şüphesiz günümüz imkânlarının ötesinde düşünmek gerekir. Bu nedenle dijital dönüşümü yakından takip etmek ona adapte olmak ve iletişim stratejisinin merkezine koymak kurumlar için hayati öneme sahip olmaktadır. Üstelik yaşadığımız pandemi süreci dijital kültürün önemini ve gelişim hızını daha da arttırmıştır. Bu dönemde artık dijitali hayatımızın merkezine koymaya ve kültürü dijital düşünmeye mecbur hale geldik. Bu araştırmanın tüm bu süreçlere katkı sağlayarak literatürdeki önemli bir boşluğu dolduracağına inancımı ifade ederek katkısı geçen isimlere teşekkürlerimi sunmak istiyorum.

Çok değerli hocam ve tez danışmanım **Prof. Dr. Seda MENGÜ** bu araştırma fikrini öneren kişi olmakla beraber zorlu doktora sürecimde beni hiç yalnız bırakmadı, sorularımı her zaman sabırla yanıtladı, araştırma sürecinin stresini benimle birlikte üstlenirken güler yüzünü hiç eksik etmedi. Kendisinin koçluğu ve yardımseverliği olmadan bu araştırmayı gerçekleştirmenin imkânı yoktu. Dolayısıyla en büyük teşekkürü kendisine sunmak isterim.

Çok değerli hocam **Prof. Dr. Emine YAVAŞGEL** gibi hem akademik hem insani özelliklerine hayran olduğum ilham verici bir hocanın tez jürimde yer alması benim için büyük bir şanstı. Kendisi dokunduğu öğrencilerinin hayatlarını değiştiren çok özel bir akademisyen. Bilgeliğinden istifade etme fırsatı sağladığı için hocama teşekkür ediyorum.

Çok değerli hocam **Dr. Öğr. Üyesi Cihan BECAN** çalışmanın nasıl daha iyi bir noktaya gidebileceği ile ilgili her zaman fikir yürüttü, yapıcı eleştirilerini ve desteğini hiç esirgemedi. Kendisine teşekkürü borç biliyorum.

Tam zamanlı bir işte aktif olarak çalışırken doktora yapmanın ne denli zor olduğunu bu deneyimi yaşayanlar bilirler. Bu süreci benim için kolaylaştırdıkları için İstanbul Aydın Üniversitesi'ndeki yöneticilerime ve mesai arkadaşlarıma çok teşekkür ederim.

Doktora grubundaki sınıf arkadaşlarıma teşekkür sunmak istiyorum çünkü uzun yıllar boyunca hem akademik hem bürokratik süreçlere ilişkin dayanışmayı esirgememeleri çok değerliydi. Bu süreçte kazanılan dostlukların ömür boyu süreceğine ve araştırma işbirliklerine de dönüşeceğine inanıyorum.

Eğitim hayatımı her zaman destekleyen annem **Nursel KILINÇ** ve babam **Osman KILINÇ**'a özel olarak teşekkür etmek ve tezimi kendilerine ithaf etmek isterim.

Meriç KILINÇ

İSTANBUL, 2022

İÇİNDEKİLER

ÖZ ..... **ii**
ABSTRACT ..... **iii**
ÖNSÖZ ..... **iv**
İÇİNDEKİLER ..... **vi**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **ix**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **x**
GÖRSELLER LİSTESİ ..... **xi**
GRAFİKLER LİSTESİ ..... **xiii**
KISALTMALAR LİSTESİ ..... **xiv**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL MİRAS ve YÖNETİMİ

1.1 Kültür Kavramı ve İletişim Sosyolojisinde Temel Yaklaşımlar 5
1.1.1 Kültürel Miras 13
1.1.1.2 Somut Kültürel Miras 16
1.1.1.3 Somut Olmayan Kültürel Miras 18
1.2 Kültürel Miras ve Toplumsal Bellek 21
1.2.1 Ulus Devletler ve Kültürel Miras 25
1.2.2 Kültürel Mirasın Tarihi Arka Planı ve Sözleşmeler 27
1.2.3 Kültür Politikası 32
1.2.4 Sürdürülebilir Kalkınma ve Kültürel Miras 36
1.2.5 İnsan Hakları ve Kültürel Miras 42
1.3 Kültürel Mirası Korumak ve Yönetmek 45
1.3.1 Koruma Olgusu 47
1.3.2 Kültürel Mirasın Değeri 49
1.3.3 Kültürel Mirasın Yönetilmesi 54
1.3.3.1 Kavram ve Fikir Olarak Kültürel Miras Yönetimi'nin Gelişimi 55
1.3.3.2 Yönetim Planı ve Alan Yönetimi 56
1.3.3.2 UNESCO, Türkiye ve Kültürel Miras 60
1.4 Kültürel Miras Yönetiminden Sorumlu Kurumlar 64

1.4.1 Kültür ve Turizm Bakanlığı 65
1.4.2 Çevre ve Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı 67
1.4.3 Vakıflar Genel Müdürlüğü 68
1.4.4 Yerel Yönetimler 68
1.4.5 Sivil Toplum 70

İKİNCİ BÖLÜM
KÜLTÜREL MİRAS ve DİJİTAL OLANAKLAR

2.1 Dijitalleşme ve Yeni Medya 73
2.1.1 Dijitalleşme, Dijitalizasyon, Dijital Dönüşüm 75
2.2 Dijital Kültür 77
2.3 Dijital Olanaklar 81
2.3.1 Dijital Arşivleme 82
2.3.1 Dijital Sergileme ve Sanal Gerçeklik 83
2.3.1 Mobil Uygulamalar 89

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
KÜLTÜREL MİRAS İÇİN DİJİTAL İLETİŞİM YÖNETİMİ

3.1 Kültürel Miras Yönetiminde Pazarlama ve Halkla İlişkiler 93
3.2. Kültürel Miras ve Dijital İletişim Yönetimi 99
3.2.1 Dijital İletişim Kampanyaları 101
3.2.2 Sosyal Medya 108
3.2.3 Web Siteleri 113
3.2.4 Dijital Hikâye Anlatımı 118
3.3 Kamu Diplomasisi ve Dijital Diplomasi 121
3.3.1 Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Dijitalleşen Kültürel Miras 124

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
YEREL YÖNETİMLERİN WEB SİTESİ İÇERİKLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

4.1 Metodoloji 127
4.1.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi 127
4.1.2 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları 128
4.1.3. Araştırma Soruları 131

4.1.4. Araştırmanın Yöntemi 131
4.1.4.1 Yöntem Olarak İçerik Analizi 137
4.1.5. Geçerlilik ve Güvenilirlik 138
4.2 Bulgular ve Yorumlar 140
4.2.1 Bulgular 140
4.2.2 Tartışma ve Değerlendirme 182
SONUÇ VE ÖNERİLER 209
KAYNAKÇA ..... **Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
ÖZGEÇMİŞ…….. 252

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: UNESCO Tarafından Listelenmiş Somut Kültürel Miras Sayısı 17

Tablo 2: UNESCO Tarafından Listelenmiş SOKÜM Eser Sayısı..... 20

Tablo 3: Kültürel Mirasın Korunması ile İlgili Uluslararası Sözleşmeler..... 30

Tablo 4: Temel Yönetim Planı Çalışmalarının İçerik Yönünden Karşılaştırılması ... 58

Tablo 5: Çoklu Evrenin Alanları 81

Tablo 6: Devlet Gücünün Formları 123

Tablo 7: Araştırma Kapsamında Yer Alan Web Siteleri 129

Tablo 8: Araştırma Sürecini Oluşturan Öğeler 131

Tablo 9: Kategori, Tema ve Kodlar Tablosu..... 133

Tablo 10: Araştırmaya Dahil Edilen Şehirler ve Siteleri 141

Tablo 11: Belge Gruplarına Göre Temel Site İçeriği..... 150

Tablo 12: Belge Gruplarına Göre Kültürel Miras Bilgileri 172

Tablo 13: Belge Gruplarına Göre Dijital Teknoloji..... 176

Tablo 14: Belge Gruplarına Göre Web Sitesi 181

Tablo 15: Temel Site İçeriği Kodlamaları 183

Tablo 16: Web Sitelerinin Blog, Vlog ve Podcast İçeriği..... 197

Tablo 17: Yabancı Dilide İçerik Sunan Web Siteleri 199

Tablo 18: Mobil Uyumluluk..... 203

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kültürün Etimolojik Kökeni 6

Şekil 2: Alt Yapı ve Üst Yapı 8

Şekil 3: UNESCO'ya Göre Mirasın Sınıflandırılması 15

Şekil 4: Miras Döngüsü 23

Şekil 5: Sürdürülebilir Kalkınma Tanımları 38

Şekil 6: Mübadele Süreci 94

Şekil 7: Miras Pazarlaması 95

Şekil 8: Değişen Pazarlama İletişimi Döngüsü 104

Şekil 9: Modern Dönemde Tüketici Kararına Etki Eden Unsurlar 112

Şekil 10: Dijital İletişim Bağlamında Kültürel Miras Yönetimi Temalar Gösterimi 140

Şekil 11: Temel Site İçeriği Teması Hiyerarşik Kod Alt Kod Bölümler Modeli 143

Şekil 12: Dijital Teknoloji Teması Hiyerarşik Kod Alt Kod Bölümler Modeli 173

Şekil 13: Web Sitesi Teması Hiyerarşik Kod Alt Kod Bölümler Modeli 177

Şekil 14: Web Sitelerinde İncelenen Unsurlar 194

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1: Ulaşım Koduna İlişkin Örnek..... 144

Görsel 2: Kültürel Ajanda Koduna İlişkin Örnek 144

Görsel 3: Konaklama Bilgisi Koduna İlişkin Örnek 145

Görsel 4: Tarihçe Koduna İlişkin Örnek 146

Görsel 5: İklim Coğrafya Kodu Örneği..... 147

Görsel 6: Harita Kodu Örneği 148

Görsel 7: Ekonomi Kod Örneği 149

Görsel 8: Nüfus Kod Örneği 150

Görsel 9: Toprak Materyal Kodlama Örneği..... 151

Görsel 10: Yazılı Belgeler Kodlama Örneği..... 152

Görsel 11: Taş Materyal Kodlama Örneği..... 153

Görsel 12: Jeolojik Oluşum Kodlama Örneği 154

Görsel 13: Su Toplulukları Kodlama Örneği 155

Görsel 14: Hayvan Grubu Kodlama Örneği..... 156

Görsel 15: SÖKÜM Halk Mutfağı Kodlama Örneği 157

Görsel 16: SOKÜM Türküler Kodlama Örneği 158

Görsel 17: SOKÜM Efsane ve Anektodlar Kodlama Örneği 158

Görsel 18: SOKÜM Halk Oyunu Kodlama Örneği 159

Görsel 19: SOKÜM El Sanatları Kodlama Örneği 160

Görsel 20: Dini Yapı Kodlama Örneği 161

Görsel 21: Dini Yapı Kodlama Örneği 162

Görsel 22: Sanat Alanları Kodlama Örneği..... 162

Görsel 23: Sanat Alanları Kodlama Örneği..... 163

Görsel 24: Hamam Kodlama Örneği 164

Görsel 25: Han Kodlama Örneği 165

Görsel 26: Kale Kodlama Örneği 166

Görsel 27: Antik Kent Kodlama Örneği 167

Görsel 28: Konak Kodlama Örneği 167

Görsel 29: Simge Bina Kodlama Örneği 168

Görsel 30: Su Yapıları Kodlama Örneği 169

Görsel 31: Bazilika Kodlama Örneği 170

Görsel 32: Höyük Kodlama Örneği 170

Görsel 33: Kale & Tabya Kodlama Örneği 171

Görsel 34: Sanal Tur Kodlama Örneği 174

Görsel 35: 360 Derece Panorama Tur Kodlama Örneği 174

Görsel 36: Mobil Uygulama 175

Görsel 37: Eğitici Oyun Kodlama Örneği 175

Görsel 39: İmaj İçeriği Kodlama Örneği 180

Görsel 40: Video İçeriği Kodlama Örneği 181

Görsel 41: Hatalı Site Başlıkları Örneği 195

Görsel 42: Kod Bulutu 205

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Kültürel Miras Bilgilerine İlişkin Kodlama Sayıları 184

Grafik 2: Taşınmaz Kültür Varlıkları İçeriği 185

Grafik 3: Doğal Miras İçeriği 187

Grafik 4: SOKÜM İçeriği 188

Grafik 5: Dijital Teknoloji İçeriği 190

Grafik 6: İmaj ve Video İçeriği Kodlama Sayıları 202

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
AR	: Augmented Reality – Artırılmış Gerçeklik
BM	: Birleşmiş Milletler
ICCROM	: International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property – Kültür Varlıklarının Korunması ve Onarım Çalışmaları Uluslararası Merkezi
ICOM	: International Council of Museums – Uluslararası Müzeler Konseyi
ICOMOS	: International Council of Monuments and Sites – Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi
IUCN	: International Union For Conservation of Nature - Uluslararası Doğa Koruma Birliği
KTVKYK	: Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Yüksek Kurulu
M.Ö	: Milattan Önce
M.S	: Milattan Sonra
SEO	: Search Engine Optimization – Arama Motoru Optimizasyonu
SOKÜM	: Somut Olmayan Kültürel Miras
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu
VR	: Virtual Reality – Sanal Gerçeklik

GİRİŞ

Kültürel mirasla ilgili yapılan tanımların ortak noktası; bir toplumun yaşamının parçası olan gelenekleri, uygulamaları, yerleri, sanatsal ifadeleri, objeleri içeren, nesilden nesile aktarılan yaşam biçimi şeklinde ele alınmasıdır (ICCROM, 1990). Kültürel miras bugünkü toplumların sahip olduğu; sanatsal, estetik, etik gibi pek çok değerin kaynağını teşkil eden anıtlar, eserler ve dahi somut olmayan uygulamalar ve anlatıları içerir. Tüm bu kültür varlıkları toplumun ve medeniyetlerin gelişimini gözler önüne seren çok özel varlıklardır. Bugünün dünyasında yaşayan insanlar kültürel miras varlıklarını geçmiş nesillerden emanet almışlardır. Bu varlıkları yarınların nesillerine aktarabilmek ise insanların önemli bir sorumluluğudur. Bu nedenle kültürel miras pek çok zaman ve pek çok farklı platformda "koruma" olgusu ile yanyana anılmaktadır. Kültürel miras eserlerinin uğrayacağı zararın ya da yok oluşlarının telafisi yoktur bu nedenle kültür varlıklarını korumak özel bir öneme sahiptir. Sanayi devrimi ve dünya savaşları gibi miras üzerinde yıkıcı tehdit oluşturan gelişmelerin ardından özellikle 20. yüzyılda ayrı bir ivme kazanan kültürel mirasa ilişkin tartışma ve gelişmeler, kültür varlıklarının içinden çıktıkları toplumdan ve dünyadan izole edilerek korunamayacağını ortaya koymaktadır. İnsanlara ait kültürel belleğin yaşayan imgeleri olan bu varlıklar, kültürün doğrudan birer kaynağı olarak görülmeye başlanmıştır. Böyle bir kaynağı, toplumu ondan mahrum bırakarak korumaya çalışmak elbette kabul edilemez. Kültür varlıkları bulundukları kentlere ve ülkelere kültürel bir kimlik kazandırırlar. Kentlerin ve ulusların hikayelerini, kültürel geçmişlerini aktaran kültür varlıkları, turizm ve ekonomik kalkınma için de önemli bir kaynağı teşkil etmektedir. Bu kaynaktan en iyi şekilde istifade edebilmek için koruma kadar tanıtım da önem kazanan bir konu haline gelmektedir. Ancak bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişme ve olağanüstü yaygınlaşma; koruma ve tanıtma faaliyetleri için geleneksel medyanın kullanımını tek başına yetersiz kılmaktadır. Sağladığı yeni olanaklarla, dijital teknolojilerin kültür varlıklarını korumak ve tanıtmak için kullanılması adeta zorunlu bir hale gelmiştir. Fakat kültürel miras yönetimi ile ilgili sorumlulukların dağılımı çok paydaşlı ve karmaşık bir yapıya sahiptir. Subsidiarity ilkesi uyarınca yerel yönetimlere bu alanda düşen sorumluluk ve görevler önemini arttırmaktadır.

Türkiye'deki yerel yönetimlerin yaşanan bu değişime adapte olma sürecinde ne aşamada olduğu araştırılarak tespit altına alınmaya muhtaç bir konu olarak dikkat çekmektedir. Bu nedenle bu araştırma yerel yönetimlerle sınırlandırılarak, belediye web siteleri kültürel miras bağlamında mercek altına alınmaktadır. Yerel yönetimlerin dijital dünyadan yansıttıkları kültürel kimlik, ülkemizin de kültürel kimliğini yansıtmada çok önemli bir araçtır.

Günümüz dünyasında herhangi bir kent ve ülkenin kültürel zenginliklerine ilişkin bilgi almak isteyen herhangi bir insanın en önemli başvuru kaynağı, diğer pek çok konuda olabileceği gibi hiç şüphesiz internettir. Bilgi ve iletişim teknolojileri hem kültürel mirastan bireylerin faydalanmasında yeni olanak ve fırsatlar sağlamakta hem de internet ve sosyal medyanın gücü ile kültürel mirasın tanıtılmasında ve kamu diplomasisinde yeni olanaklar sağlamaktadır. Teknolojinin hızlı gelişimi internetin de evrilmesine neden olmaktadır. Web 1.0 olarak adlandırılan dönemde internet kullanıcıları web sitelerinden pasif olarak bilgi alırlarken artık web 2.0 döneminde her birey web'de yer alan bilgilerin üreticisi ve paylaşıcısı haline gelmiştir. Artık internet kullanıcıları devingen, etkileşimli, kurumlarla işbirliği yapan ve içeriğin üretilmesinde ve geliştirilmesine aktif olarak yer alan bir kullanıcı profiline evrilmişlerdir. Kullanıcılar artık geleneksel medyanın izlerkitleleri gibi kendilerine sunulan içeriği alımlayan pasif kişiler değil medya içeriğini bizzat üreten kişiler haline gelmişlerdir. Web anlayışının değişmesi ve sosyal medyanın gelişimi ile ortaya çıkan bu dönüşüm kurumların iletişim çalışmalarına ilişkin strateji ve vizyonlarını gözden geçirmelerine neden olmuştur. Kültürel mirasın; turizme, kalkınmaya, kamu diplomasisine, toplumun sosyal kimliğine sağladığı katkıları göz önünde bulundurursak; mirası yöneten paydaşlar arasında önemli bir yere sahip olan yerel yönetimlerin web'deki bu dönüşümü yakalayıp kültürel miras ile ilgili içerikleri bu doğrultuda üretmeleri gerekmektedir. Bu araştırmada yerel yönetimlerin web siteleri bu yönleriyle de mercek altına alınmaktadır. Kültürel miras yönetimi süreçlerinde önde gelen paydaşlardan biri olan yerel yönetimlerin; web ortamında çağdaş gereklilik ve yeterlilikleri yakalayıp yakalayamadıkları, bu alandaki çalışmalarının olgunluk seviyesi, kentin ve bölgenin kültürel kimliğini hangi kültürel miras unsurları ile tanıttıklarının ortaya konulması araştırmada mercek altına alınan başlıca konulardır. Günümüz dünyasında internet

kullanıcılarının sayısının 5 milyar gibi bir rakama yaklaştığı tahmin edilmektedir. Böyle bir çağda kurumların internette gösterdiği varlığın bugününü değerlendirmek ve güncel gereksinimlere adapte olmak kadar; internetin geleceğine de hazır olmak ayrı bir öneme sahiptir. Alanda gözlemlenen gelişmeler web'in yeni döneminde artık sanal gerçekliğin ve ilişkili teknolojilerin öne çıkacağının işaretlerini sağlamaktadır. Dolayısıyla yerel web sitelerinin kültürel mirasa ilişkin sanal gerçeklik bazlı online müze gibi deneyimleri sağlayıp sağlamadığı gibi konular yine bu çalışma kapsamında araştırılan konular arasında yer almaktadır. Yerel yönetimlerin web sitelerine ilişkin kapsamlı bir içerik analizi yapılması kültürel mirasın yönetimi ve tanıtımına ilişkin olarak teknoloji ve dijital iletişim araç/yöntemlerini kullanım düzey ve yeterliliklerini ortaya koymaya katkı sağlayacaktır. İnternet yoluyla kültürel mirası yaymak amacıyla yapılan çalışmaların yapısını ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Türkiye'nin önemli bir özelliği de coğrafya olarak tarih boyunca çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmış olmasıdır. Bu özelliğiyle Türkiye çok zengin bir kültürel miras çeşitliliğine sahiptir. Kültürel zenginliğin sağladığı potansiyelden en iyi derecede faydalanabilmek ise kültürel miras yönetiminde başarı göstermekten geçmektedir. Güncel gelişmeler bu sahada teknolojiden, dijital olanaklardan, yeni medyadan faydalanmayı önemli kılmaktadır. Türkiye gibi kültür varlıkları yönünden güçlü bir avantaja sahip bir ülkede kültürel miras yönetimi de elbette göz ardı edilmiş bir alan değildir. Fakat özellikle mirasın aktarımı bağlamında yeni gelişen teknolojilere ne denli adapte olunduğuna ilişkin soru işaretleri söz konusudur. Bu alandaki olgunluk seviyesinin tespit altına alınabilmesi için önemli bir yol kültürel miras yönetiminden sorumlu kurumların faaliyetlerinin incelenmesidir. Dijital teknolojilerin gelişimi ve yaygınlaşması çağımızı hâlihazırda etkisi altına alırken Covid-19 pandemisi şüphesiz bu etkiye ayrı bir boyut ve hız kazandırmıştır. Yakın gelecekte müzelerin, sergilerin, kitap ve kütüphanelerin fiziki mekanlarından bağımsız olarak online platformlara evrilebileceği zaten tartışılan ve uygulama örneklerine rastlanan bir konudur. Pandemi süreci ve onun bir sonucu olan karantina, seyahat kısıtlaması gibi uygulamalar bireyleri internetten bellek kurumlarına erişme, sanal müze gezme gibi davranışlara yönelterek bu süreci oldukça hızlandırmıştır. Kurumlar da şüphesiz hedef kitlelerindeki bu değişimle beraber bu alandaki çalışmalarına ivme

kazandırmak durumuna gelmişlerdir. Kültür varlıklarının dijital ortama aktarılması, dijital ortamlar vasıtasıyla tanıtımın yapılması gibi süreçler halkın mirası tanıması, öğrenmesi, mirastan faydalanması için yeni kapılar açarken; turizm ve kamu diplomasisi için yepyeni fırsatlar da oluşmaktadır. Yaşanan bu önemli gelişmelere karşın, akademide kültürel mirası dijital iletişim yönetimi bağlamında ele alan araştırmaların özellikle Türkiye'deki sınırlılığı mühim bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir.

Kentleri ve kültürlerini tanıtmak için önemli bir bilgi kaynağı olma rolü üstlenen web sitelerinin güncel ihtiyaçlara ne düzeyde yanıt verebildiği, web üzerinde yürütülen çalışmaların olgunluk seviyesinin ne olduğu, hangi kültür varlıklarının kentlerin kültürel kimliklerini temsil eden eserler olarak kullanıldığının araştırılması gibi araştırma hedeflerinin bütünüyle web ortamından sağlanabilecek bulguları içermesi nedeniyle; yapılan metodoloji tartışmalarının ardından içerik analizinin en uygun araç olduğuna karar verilmesine neden olmuştur. 1950'lilerden bu yana özellikle kitle iletişim araçlarının içeriğini çözümlemek amacıyla kullanılan içerik analizi yöntemi iletişim teorileri bağlamındaki çalışmalarda pek çok araştırmacı için güvenilir bir araç olmaktadır (White & Marsh, 2006, s. 22-23). İçerik analizi çok çeşitli mecralara uygulanabilen bir yöntem olmasıyla birlikte son dönemlerde yöntemin geniş kullanım alanı bulduğu içeriklerden bir tanesi de web içerikleridir. Bu çalışmada, araştırma amacına uygun olarak web içeriğine yönelik analiz için uygun tema ve kodlar geliştirilerek bu doğrultuda bulgular toplanmıştır.

Bu çalışmanın ilk bölümünde kültürel miras kavramı ve kültürel miras yönetimi güncel literatür doğrultusunda ilişkili olduğu kavramlarla birlikle ele alınmaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilir kalkınma, kültür politikaları ve koruma açıklanmakta, mirasın korunmasından sorumlu kurum ve kuruluşlara değinilmektedir. Araştırmanın ikinci ve üçüncü bölümü ise dijital teknolojilerle ilgilidir. Bu noktada bir ayrıma gidilmiştir. İkinci bölüm güncel teknolojinin sağladığı dijital olanakların neler olduğu ve bu olanakların kültürel miras için nasıl kullanılabileceğini açıklamaktadır. Üçüncü bölüm ise mirasın dijital araçlar yoluyla tanıtımına, yani bu alandaki dijital iletişim faaliyetlerinin yapısına odaklanmaktadır.

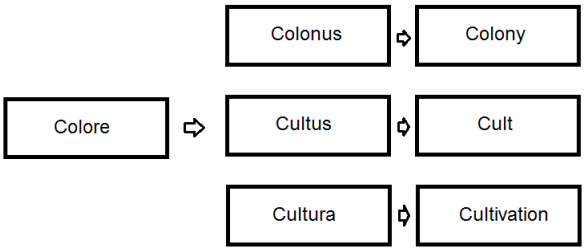
BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL MİRAS ve YÖNETİMİ

1.1 Kültür Kavramı ve İletişim Sosyolojisinde Temel Yaklaşımlar

Kültür, üzerinde herkesin konuştuğu başlıca kavramlardan biridir. Kültürün hayatın her alanında olduğunu gözlemlemek mümkündür. Dolayısıyla kültürü tanımlamak ve anlamak bireylere rehberlik etmektedir ancak kültüre bir tanım getirmek kolay değildir. Antropologlar Kroeber ve Kluckhohn'un 1950'lerde yaptıkları çalışmada muazzam sayılarda farklı kültür tanımını derlemiş olmaları önemli bir kilometre taşıdır (Kroeber & Kluckhohn, 1952). Yapılan tanımlamaların günümüzde hala güncelliğini koruduğunu ifade etmek mümkündür. Mejuyev, sosyal bilimlerde neredeyse hiçbir alanda kültür kadar çok tanım yapılmadığını ifade eder. Çeşitli disiplinlerde bu kavramla sıkça karşılaşılmaktadır. Kültür kavramına ilişkin terminolojik çeşitliliğin sebebi kavramın toplumsal ve tarihsel derinliğidir (Mejuyev, 1987, s. 7-8) UNESCO tarafından yayımlanan Dünya Kültür Politikaları Konferansı Sonuç Bildirgesi'nde yer verilen kültür tanımına göre "en geniş anlamıyla kültür, bir toplumu ya da toplumsal bir grubu tanımlayan belirgin maddi, manevi, zihinsel ve duygusal özelliklerin bileşiminden oluşan bir bütün ve sadece bilim ve edebiyatı değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini, insanın temel haklarını, değer yargılarını, geleneklerini ve inançlarını da kapsayan bir olgu"dur (UNESCO, Mexico City Declaration on Cultural Policies, World Conference on Cultural Policies, 1982). Kültürle ilgili süregelen tartışmalar, kültürün yerel ya da evrensel oluşu, tarihselliği kadar gelişmişlikle ilgisi ekseninde de gerçekleşmiştir. Kültürün medeniyet ile aynı şey olup olmadığı, farklılıkları çeşitli tartışmaların ve araştırmaların konusu olmuştur. Türkçe literatürde bugünkü anlamıyla kavrama ilk başvuran kişinin Ziya Gökalp olduğu bilinmektedir. Gökalp, "hars" kelimesini; medeniyetin karşısında, ulusların ruhunu vurgulayan bir biçimde kullanmaktadır (Gökalp, 1995). Fransızca kökenli kültür sözcüğü Latince aynı anlama gelen "cultura" sözcüğünden evrilmiştir. Bu kelime "ekip biçmek, toprak işlemek" anlamındaki "cult" kelimesine ek alarak türetilmiştir. Kelimenin tarımla ilgili çağrışımı batı dillerinde hala canlıdır. "Agriculture", "Cultivate" gibi kültür köklü kelimeler İngilizcede kullanılmaktadır.

Türkçe sözlükte ise kültürün eş anlamlısı olarak "ekin" sözcüğüne rastlarız. "Ekin" kelimesinin Türk Dil Kurumu'nun Türkçeleştirme çabaları çevresinde sözcüğün etimolojik kökeninin dikkate alınmasıyla ortaya çıkmış bir kelime olduğu anlaşılmaktadır. Latince colore sözcüğünün ihtiva ettiği ilk anlam ikamet etmektir. Bu yöndeki kullanım zamanla "koloni"ye ve sömürge anlamına evrilmiştir. Colore'nin bir diğer kullanımı olan ibadet etmek, anlamından ise Cult (Kült) kavramı doğmuştur. Colore sözcüğünün ilerlediği bir diğer etimolojik yön ise; yetiştirmek, bitki ekmek anlamındaki "Cultura" olmuştur (Oxford, 2020).



Şekil 1 : Kültürün Etimolojik Kökeni

Kültür kelimesi 16. Yüzyılın ardından bitki yetiştirmekle sınırlı kalmayıp insan yetiştirmek anlamında da kullanılmaya başlanmıştır. Böylece tarımdan gelen alışkanlık metaforik bir anlamla insan aklının ve görgüsünün yetiştirilmesi şeklinde kullanılmıştır. Dolayısıyla ekinden gelen kültür, zamanla medeniyet anlamında kullanılmaya başlanmıştır. Kültür kavramını biyolojik bağlamdan çıkaran düşünürlerin başında Johann Gottfried Herder gelmektedir. Herder insanlığın ortak değerleri paylaşarak evrenselleştiğini ifade etmekle beraber yerel farklılıkların da altını çizer. Herder'e göre coğrafyanın insan üzerindeki tesiri oldukça kuvvetlidir. (West, 2008, s. 64). Herder, farklılıkları vurgulamak adına kavramı özellikle çoğul biçimiyle "kültürler" şeklinde kullanmıştır. Sanayi Devrimi sonrası ise Avrupa'da yükselen Romantizm akımı etkili olmuştur. Böylece Ziya Gökalp'in Medeniyet ve Hars karşılaştırması kavramsallaşmıştır. Teknik ve altyapısal gelişmeyi ifade eden "Medeniyet" ve ulusların ruhunu vurgulayan kültür ayrımı yapılmıştır. 20. Yüzyıla gelindiğinde Raymond Williams kültürü "yaşam tarzı" olarak açıklamaya çalışmış ve

ona sınıfsal bir anlam yüklemiştir. Williams ile birlikte o güne dek gelenekler çerçevesinde düşünülen kültür kavramı yaşanmış insan deneyimlerini ifade eden bir yoruma kavuşmuştur (Williams, 2017, s. 467). Williams; Marx ve Gramsci'den ilhamla "işçi kültürü", "elit kültür" gibi sınıfsal ayrımlı bir bakış açısı geliştirmiş ve kültürü yaşam tarzı olarak düşünmüştür. Stuart Hall ise süje ve objelerden kültürü ayırarak, yaşam tarzına değil yaşayanın tarzına odaklanmıştır. Hall'a göre kültür insanın içinde bulunduğu durumdur, seçilebilme şansı vardır. Hall'a göre; Williams kültürü toplumların ortak tecrübelerini anlamlandırdıkları ve yansıttıkları mevcut tanımların toplamı, bütün bir hayat biçimi olarak düşünür. Buradan hareketle kültür kavramı demokratikleşmiş ve toplumsallaşmış olur; bir "kült" olarak düşünülmekten ziyade sıradanlaşır. (Hall, Cultural Studies: Two Paradigms, 1981, s. 21-22) Birmingham okulunun bu kültür yaklaşımı, LGBT hareketleri ve Feminizm gibi pek çok akımın da çerçeve kazanmasına katkı sağlamıştır.

Sosyal ve kültürel alanda meydana gelen çeşitli tartışmalar antropolojinin gelişiminde kuramsal bir zenginlik oluşmasına sebep olmuştur. Kuramların çokluğu, sosyal bilimin gelişim tarihi içinde farklı değerler ve sorunlar üzerinde odaklanan ve birbirlerini eleştirerek zamanla iç içe giren, hatta birbirini tamamlayan çeşitli ekollerin doğmasıyla ortaya çıkmıştır. Klasik sosyal kuramda kültürün önemli ekolleri Marx, Durkheim ve Weber tarafından ortaya konmuştur. Bu isimlere Simmel'i eklemek mümkündür. Bu isimlerden hareketle sosyolojik yöntemde pozitivist, yorumlayıcı ve eleştirel sosyal bilim yaklaşımlarının üç temel yaklaşım olduğu söylenebilir. Durkheim toplumsal olguların şeyler gibi ele alınması gerektiğini savunurken metodolojik bakımdan pozitivizme yakın anlayışı benimsediğini ortaya koymuştur. Weber ise özellikle fen bilimleri ile sosyal bilimler arasında yaptığı ayrımlar sonucunda, sosyolojik metodolojide açıklama ve anlama yönteminin de kullanılması gerektiğini düşünmüş ve bu bakımdan yorumlayıcı veya hermeneutik olarak tanımlanan bilimsel yaklaşıma yakınlık göstermiştir. Marx ise toplumdaki çatışmanın doğasını inceleyerek eleştirel yaklaşımın temelini atmıştır (Turner, Beeghley, & Powers, 2013). Sosyolojinin klasik düşünürleri, birbirlerinden ayrışan paradigmalarla modern toplumsal yapının oluşumunu açıklamaya çalışmışlardır.

Marx Ekolü

Tüm dünyayı en çok etkileyen ve dönüştüren düşünürlerin hiç şüphesiz en başında gelen Karl Marx toplumu üretim araçlarının sahipleri ile işçiler arasındaki ilişkiyi konu ederek kavramsallaştırmıştır. Marx'ın altyapı-üstyapı modeline göre toplumsal üst yapı aile, hukuk, kültür, felsefe gibi fenomenleri; altyapı ise kabaca ekonomiyi ifade etmektedir. Alt yapı iki bölümde kavramsallaştırılmıştır. Üretim araçları, ekonomik üretim için gerekli olan teknoloji ve mülklerdir. Üretim ilişkileri ise işveren-işçi çalışma hayatı ve teknik işbölümü ile insanların ihtiyaçlarını karşılamak için girdiği yaşam aktiviteleri ve mülkiyet ilişkileridir. Marx'ın tezi ise toplumlarda üst yapıyı, alt yapının yani ekonominin belirlediğidir (Turner, Sociology, 2011, s. 17-18). Kapital'de ve Marx'ın diğer eserlerinde ortaya koyulan geniş bakış açısı, politik yöneliminde belirgin olarak Marxist olsun veya olmasın, eleştirel kültürel çalışmalar geleneği içindeki düşünürler için temel olmayı sürdürür (Smith P. , 2005, s. 21). Bu gelenek içinde kültürel araştırmaların işlevi, sanat ve kültürün kapitalizmin kendini yeniden üretmesinde oynadığı rollerin belirlenmesidir.

ÜST YAPI
Aile, Kültür, Felsefe, Din, Hukuk, Medya, Siyaset, Bilim, Eğitim

⇧

ALT YAPI	
Üretim Araçları	**Üretim İlişkileri**
• Makineler (Teknoloji)	• Lümpen-Proleterya
• Fabrikalar	• Burjuvazi-Proleterya
• Toprak	• İş Aristokrasisi
• Ham Madde	• Özel Mülkiyet

Şekil 2 : Alt Yapı ve Üst Yapı

Marx düşüncesinin etki gücü, kültür ve ekonomik yaşamın bağlantısını sistematik bir biçimde ilişkilendirip ortaya koymasından da kaynaklanmaktadır. Çoğu sosyolojik inceleme 20. Yüzyıl kültürel Marxizm'ine dayanmaktadır. Georg Lukacs, Antonio Gramsci, Ernst Bloch, Walter Benjamin, Louis Althusser ve Theodor Adorno gibi pek çok düşünür Markist düşünceyi çalışmalarında temel almıştır.

Durkheim Ekolü

İşlevselcilik, sosyal Bilimlerde özellikle Sosyoloji ve Sosyokültürel Antropoloji disiplinlerinde; toplumu dayanışma ve istikrarı sağlamak için birlikte çalışan karmaşık bir sistem olarak gören kuramları açıklamaya çalışan paradigmadır. Bir bütün olarak toplumu ele alır ve bir toplumsal faaliyetin o topluma sağladığı katkıyı izler. Emile Durkheim pozitivizm ve işlevselciliğin önemli bir temsilcisi olma özelliği ile bilinmektedir. Toplum yaşamının incelenmesinde tıpkı doğa bilimlerinde olduğu gibi nesnel verilerin kullanılması gerekliliğini savunmuştur. Durkheim, bireyi neredeyse tamamen topluma tabi kılan, toplumsalın ağır yükü altında bireyi neredeyse yok sayan bir eğilimin katı savunucusu olarak görülür (Giddens, 2000, s. 88). Durkheim kültürü toplumu inşa eden dinamik ve bütünleştirici bir olgu olarak ele almıştır. Bireylerin yaşam tarzı olarak kültürü yorumlarken; iş bölümü, dayanışma, din, intihar gibi kavramlar üzerinde durmuştur.

Durkheim felsefesinde anahtar kavram dayanışmadır. İlkel toplumdan modern topluma geçişi sağlayan faktör toplumdaki iş bölümü ve uzmanlaşmadır. Mekanik (ilkel) toplumda tüm bireyler neredeyse aynı işi yaptığından iş bölümü ve uzmanlaşma azdır. Bu nedenle, bu tip toplumlar biraradalığı daha fazladır. Organik (modern) toplumlarda ise sayısız iş bölümü ve uzmanlık alanları oluşmuştur. Birey birbirlerinden bağımsız ve farklılaşmış mesleklerde çalışırlar. Bu tip toplumlarda insanlar hayatlarını idame ettirebilmek için giderek daha fazla başka insana muhtaç olur. Mekanik toplumlarda herkes benzer işleri yapıp benzer yaşayışı sürdürdüğünden farklılıklar daha dikkat çekicidir ve tahammül azdır. Organik toplumlarda ise

çeşitlenen rol farklılıkları, farklılıklara karşı hoşgörüyü de geliştirmektedir. Durkheim toplumda ortak paylaşılan duygu ve ahlak bilincinden söz eder ve kolektif bilinç (collective conscience) ifadesini kullanır. Kolektif bilinç toplumu oluşturan bireylerin ortak fikirleri, örf, adet ve değerleridir. Genellikle katıdır ve uyum zorunludur. Bu bilincin en açık ve gözlemlenebilir ifade bulduğu alan cezalandırma eylemidir. Durkheim'e göre mekanik dayanışma toplumlarında cezalandırma sert ve şiddetli olurken organik dayanışma toplumlarında bireyin ıslah edilerek topluma kazandırılması amacı ön plandadır. Organik toplumlardaki farklılaşma, bireylere toplumun genel fikri olan kolektif bilinci de göz ardı etmeye imkân tanımaktadır. Ne var ki organik toplumlarda da bu yapılara özgü çeşitli sorunlar yaşanmaktadır. Durkheim'e göre bu sorunların başında "anomi" gelmektedir. Anomi, düzenleme yoksunluğundan kaynaklanan, bireylerin toplumdaki rollerini kaybetmesi olarak tanımlanabilir. Bu sebeple Durkheim regülasyonların, devlet müdahalesinin, yasal düzenleme ve uygulamaların gerekliliğini savunmuştur. Durkheim dayanışma temeli üzerinden şekillendirdiği tüm bu kavramlara 1890'larda kaleme aldığı "Toplumda İş Bölümü" isimli doktora tezinde yer vermiştir. Toplumsal olguların birey iradesi üzerindeki egemenliği temel savıdır (Durkheim, 1933). Durkheim ve işlevselci kültür sosyolojisi yaklaşımı; sınıf ayrımını, iktidar-güç ilişkilerini, kültürün çatışma ve dışlama yaratan yönlerini ihmal ettiği gerekçesiyle eleştirilmektedir.

Weber Ekolü

Durkheim, toplumsal olguların "şeyler" gibi ele alınan kendine özgü gerçekliğini vurgularken, Max Weber'e göre ise toplumsal eylemin biçimleri, kendilerinden başka bir şeye indirgenemezler, keza insanların onlara verdiği anlamlara bağımlıdırlar (Maigret, 2011, s. 47). Max Weber'in sahip olduğu önem, Durkheim'la birlikte kendi başına bağımsız bir disiplin olarak modern sosyolojinin kurucusu olmasından kaynaklanmaktadır. Max Weber'in çalışmaları geniş bir tarihsel ve kuramsal yelpazeye sahiptir. Weber sosyolojinin konusunu sosyal eylem olarak niteler. Ona göre; sosyoloji sosyal eylemleri yorumlama ve anlama bilimidir. Weber sosyolojinin doğa bilimlerindeki gibi kesin yasaların tanımlanabileceği bir alan olmadığını öne sürmektedir. Bu sebeple sosyolojik yasa deyişini kullanmaktan

kaçınmış, toplumsal düzen kavramı üzerinde durmuştur (Weber, 2006, s. 65-66). Weber'in bu yaklaşımı pozitivizmi dışladığı gibi, yasalar tanımlayan Auguste Comte sosyolojisine uymamaktadır. Yaklaşımı benzer şekilde Marxist kültür sosyolojisinin yapısıyla da farklılaşmaktadır. Weber, gerçekte varolanla; arzulanan, ideal olan arasında yeterince ayrım gözetmeyen; Comte ve Marx'ı değer yargılı bulmuştur. Weberyen yaklaşım sosyolojinin asıl işlevinin insanların eylemlerinin anlamını kavramayı amaçlamak olduğunu ortaya koyar. Bu sebeple ideal eylem tiplerini, biçimsel davranış modellerini incelemek gereklidir. Weber'e göre, sosyoloji toplumsal davranışın bilimi, sosyolojik sorun ise "dünya görüşlerinin toplumsal örgütlenmeler ya da bireysel tutumlar üzerindeki etkisi sorunu"dur (Freund, 1990, s. 178-179). Toplumsal davranış biçimlerine yorum getirmek, onları anlaşılır kılmak ve nasıl oluştuğunu açıklamak için önemli bir terime başvurur: Anlamak. Bu bakış açısında manayı kavramak; yorumlamak, öznel anlamları kavramlar halinde düzenlemektir. (Aron, 1989, s. 374-382).

Weber'in kültürel kuramın gelişimine verdiği en önemli katkılardan biri de, rasyonelleşme kavramıdır. Weber, rasyonelleşmeyi modern kültürün doğal bir parçası ve sonucu olarak ele alır. Vurgu yaptığı iki eylem tarzı vardır: "Değer-rasyonel eylem" ve "amaç- rasyonel eylem". Bu iki eylem biçiminden ilki kültürel amaçlar ve inançlar ile çalışmaktadır. İkincisi ise araçsal eylem ve verimlilik normları ile işler. Weber kapitalizmi özgür emeğin rasyonel örgütlenmesi olarak düşünür. Bu rasyonelliğin oluşmasında ise Protestanlık rol oynamıştır. Bireylerin bu dünyadaki başarısını küçümseyen katolik din adamlarının ahlaki varsayımlarına karşı çıkan Luter ve Calvin gibi protestan reformcular, bireyin yaşam tarzını ve rolünü başkalaştıran yeni bir değerler dizisi geliştirmişlerdir. Weber bu durumu "Protestan ahlâk kapitalizmin ruhudur" söylemiyle ifade etmektedir (Torun, 2008, s. 16). Weberyen düşünce Protestanlıkla kilisede başlayan metodik yaşama biçimi ve disiplinin toplumun katmanlarına sirayet ederek rasyonelleşmeye sebep olduğu ve kapitalizmin bu nedenle batı toplumunda ortaya çıktığını ifade etmektedir.

Weber, toplumdan ziyade bireyi ön plana alan kültür anlayışı ile Durkheim'dan farklılaşmaktadır (Güven, 2011, s. 57). Weberin rasyonel bürakrasi anlayışına karşın

Marx da moderniteyi irrasyonel bulmaktadır. Weberyen sosyoloji Aristo'dan günümüze uzan siyaset bilimi geleneğinde başvurulan güç, otorite, statü gibi kavramlara başvurmaktadır. Marx'ın bu gelenekten farklılaştığı nokta ise alt yapı-üst yapı kavramsallaştırmasında görüldüğü üzere bu yapıların sistematiğini ortaya koymaktır. Marx'a göre bireylerin sahip olduğu statünün yegâne belirleyicisi üretim araçlarına sahip olup olmadıklarıyken Weber'e göre sosyal sınıfları ortaya çıkaran bilinçtir. Sosyal sınıflar Marx'a göre çatışma halindeyken Weber bu durumu rasyonel bürokrasinin getirdiği çözümlerle uzlaşma olacağı şeklinde yorumlamaktadır.

Simmel Ekolü

Georg Simmel klasik sosyolojinin bütüncül kavrayışını dışarıda bırakarak toplumu incelemiştir. Simmel'in tümevarımcı yaklaşımına göre kültüre ait herhangi bir parça, toplumsal bütüne götürecek önemli noktalarını içinde barındırır. Gündelik yaşamın kesitleri onun başlıca gözlem alanıdır. Yaşadığı dönemde pozitizmin yaygınlığı sosyolojinin fen bilimleri gibi ele alınması mantığını doğursa da Simmel bu yaklaşıma karşı durmaktadır.[1] Simmel yakın dönemde Marx, Durkheim ve Weber'in gölgesinde kalmış olsa bile, günümüzde giderek ona atfedilen önem giderek artmaktadır. Çatışma teorisi, sembolik etkileşimcilik, alışveriş teorisi ve ağ teorisi gibi bazı teorilerde Simmel'in etkisi açıkça görülür (Wellman, 1988). Durkheim'ın toplumun bireyi şekillendirdiğini temellendiren anlayışına karşın, Simmel birey olmazsa toplum olmaz görüşündedir.

Simmel toplumun etkileşim halinde olan bir yapı olduğunu değerlendirerek bireylerin grup ilişkilerini ve toplumla olan ilişkilerini araştırma konusu edinmiştir. Bu tarzıyla kültüre yönelik etkileşimci yaklaşımları etkilemiştir. Chicago okulunun kentsel ekoloji ve şehir yerleşimlerinde mekan, topluluk araştırmalarına olan ilgisinin biçimlenmesine katkı sağlamıştır. Kent yaşamının pratiklerine olan ilgisi Walter

[1] 19. yüzyılın sonlarında Almanya'da sosyolojiyi yeniden yapılandırmaya çalışılan her girişim Comte tarafından ortaya atılan pozitivist toplumbilimi anlayışı ve Herbert Spencer'ın evrimci teorisindeki uzantısı ile karşılaştırılmaktadır. Darwin ve evrim teorisi, Schaffle ve Lilienfield'inkiler gibi biyolojik ve organik yönelimli sosyolojik yaklaşımların gelişmesinde etkili olmuştur. Aynı yıllarda yine Almanya'da Wilheilm Dilthey, Comte ve Mill'in pozitivizmine, Comte'un ve Spencer'ın 'devasa bir düş kavramı' olarak ortaya çıkan sosyoloji anlayışına karşı çıkmıştır (Karaman, 2018, s.83)

Benjamin gibi eleştirel kuramcıları da etkilediği gibi onu kültürel tüketim analizlerinde önemli bir yere taşımıştır. Simmel para konusunu çokça işlemiş ve ekonominin üretimden ziyade değiş-tokuş üzerine kurulu yapıda olduğunu ifade ederek Marxçı kavrayıştan ayrılmıştır. Marx ve Simmel arasında diyalektik yaklaşımı benimsemeleri açısından benzerlik bulunur. Lakin en temel görüş ayrılıkları geleceğe ilişkin tahayyülleridir (Smith P. , 2005, s. 36-38). Marx sorunların kaynağı olarak gördüğü kapitalist üretim ilişkilerinin yıkılacağına ilişkin devrimci bir iyimserliğe sahipken Simmel, Weber'in "çelik kafes" imgesinde olduğu gibi kaçışın olmadığı kötümser bir bakış açısına sahiptir.

Simmel sosyolojisini özetlemek için üç ana noktanın vurgulanması gerekir; ilki kültürün tümevarımla ele alınmasıdır. Her parça bütünü kavrayış için ipucudur. İkinci önemli nokta Simmel'in etkileşim kavramına yaptığı vurgudur. Birey üzerinden toplumu ya da toplum üzerinden bireyi yorumlamak yerine aralarındaki etkileşime odaklanır. Üçüncü temel nokta, aile gibi çeşitli grup ilişkilerine yaptığı vurgudur. İnsanlar tarafından yaratılan bu yapılar, zaman içinde bağımsızlaşmaktadırlar.

1.1.1 Kültürel Miras

Miras kavramı; "Birine ölen bir yakınından kalan mal, mülk, para veya servet, kalıt, bırakıt, tereke. Kalıtım yoluyla gelen herhangi bir özellik. Bir neslin kendinden sonra gelen bir nesle bıraktığı şey." Anlamlarını ifade etmektedir (TDK, 2020). Kültürel miras, geçmişte yaşamış nesillerden günümüze kalan, toplumsal açıdan değer atfedilen her çeşit eseri ifade eder. Literatürde kültürel miras kavramı geçmişten günümüze çeşitli terimlerle ifade bulmuştur. Kültürel Varlıkların Korunması ve Onarımı Araştırma Merkezi'nin (ICCROM) yaptığı kronolojik derlemede kültürel mirasa ilişkin yapılmış yüze yakın tanım yer almaktadır (ICCROM, 1990). Kültürel Miras yerine kullanılan varlık (property) ifadesi ilk olarak 1954 Lahey Sözleşmesi'nde geçmiştir. Kültürel mirasın, "miras" olarak ilk kez tanımlandığı bilinen metin ise Venedik Sözleşmesi'dir (1964). Bu uluslararası sözleşmenin giriş kısmında ve ilk maddesinde bir miras tanımı yer almaktadır:

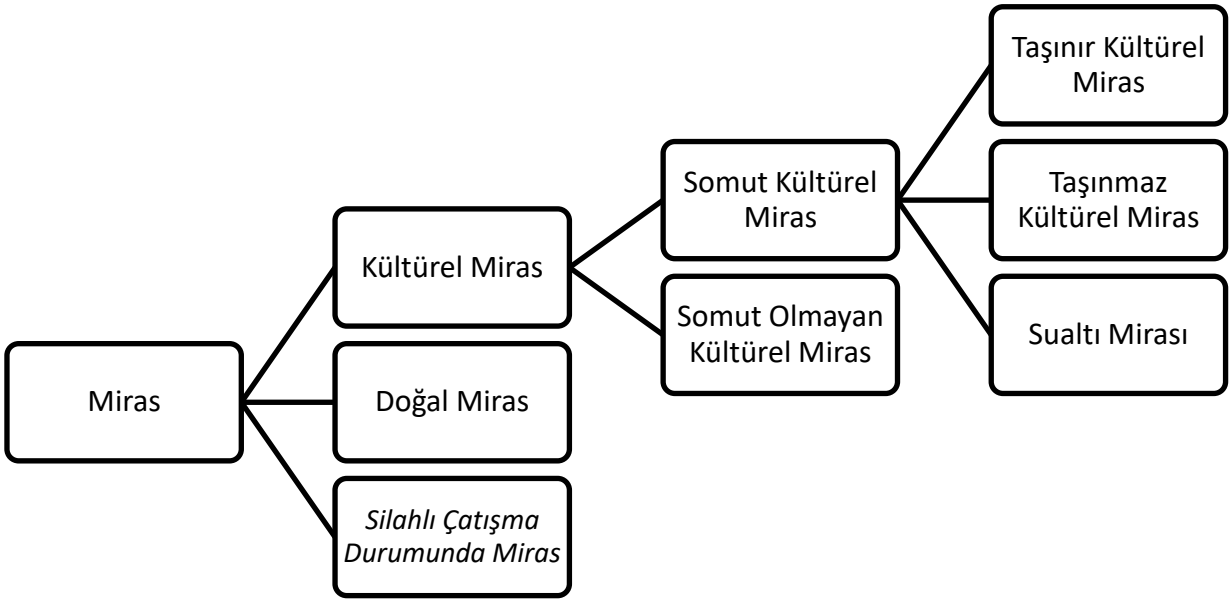
"Nesiller boyunca geçmişten mesajlarını aktaran tarihi anıtlar, eski geleneklerinin yaşayan tanıkları olarak günümüze kadar gelmiştir. İnsanlar, insani değerlerin birliği konusunda giderek daha bilinçli hale geliyor ve eski anıtları ortak bir miras olarak görüyorlar. Gelecek nesiller için mirası korumanın ortak sorumluluğu kabul edilmektedir. Onları özgün zenginlikleriyle, tam olarak teslim etmek bizim görevimizdir. Anıtsal binaların korunmasına ve yenilenmesine rehberlik eden ilkelerin kabul edilmesi ve uluslararası bazda belirlenmesi gerekir. Her ülke kültür planını; kültür ve gelenekleri çerçevesinde uygulamaktan sorumludur.

***Madde 1-** Tarihi anıt kavramı sadece bir mimari eseri içine almaz, bunun yanında belli bir uygarlığın, önemli bir gelişmenin, tarihi bir olayın tanıklığını yapan kentsel ya da kırsal bir yerleşmeyi de kapsar. Bu kavram yalnız büyük sanat eserlerini değil, ayrıca zamanla kültürel anlam kazanmış daha basit eserleri de kapsar."*

Venedik sözleşmesiyle anıtlar yalnızca büyük sanatsal değere sahip eserler için değil, zamanın ruhu içerisinde kültürel önem kazanan mütevazi yapıtları kapsayacak şekilde tanımlanmıştır. Sözleşmede ifade bulan konular takip eden yıllarda pek çok tartışmanın kapısını aralamıştır. Sanatsal ve tarihi ilgi ile karşılaşan kalıntılar kültürel mülkiyet tartışmalarına sebep olmuştur. 1950'lerin başından günümüze değin uzanan süreçte tipolojik ve coğrafi açıdan mirasın korunmasına ilişkin belgeler birbiri ardına yayınlanmış, belgelerde ifade bulan temel kavramlarda da genişlemeler olmuştur (Vecco, 2010, s. 322). Bu nedenle, bir dereceye kadar, kültürel mirasla ilgili artan uluslararası araçlar, kurumlar, metinler, çağdaş kaygılar ve entelektüel modalar, uluslararası hukuk organlarını destekleyen tek bir köklü terimin olmayışını açıklar. "Kültürel miras" veya "kültürel varlık" ya da "insanlığın kültürel mirası" gibi temel kavramların yorumlanmasında zorluk vardır ve farkı tanımlayıcı ifadeler kullanılmaktadır. Kültürel miras araçlarının artan küresel önemi ve terimin ve kullanıldığı alanların sürekli genişleyen kapsamı, kültürel mirasın doğasına uygun bir

tanımın gerekliliğini ortaya koymuştur. (Blake, 2008, s. 62). Kültürel miras hukuku bu belirsizliklerle gelişmiş, uluslararası sözleşmeler temel belirleyiciler olmuştur.

Kültür mirası kapsamına eskiden yalnızca anıtsal kalıntılar ve arkeolojik buluntular dahil edilirken, günümüze kadar uzanan süreçte terimin ifade ettiği kapsam da genişlemiş somut ve somut olmayan kültür mirası ayrımları yapılmıştır. Böylece etnografik, endüstriyel ya da entelektüel değerlerin de kültür mirası olarak düşünülmesi söz konusu olmuştur.



Şekil 3: UNESCO'ya Göre Mirasın Sınıflandırılması

Literatürde kültürel miras kavramının sınıflandırılmasında farklı yaklaşımlara rastlansa da en yaygın eğilim kültürel mirası somut ve somut olmayan miras olarak iki ana başlık altında düşünmek yönündedir. UNESCO yaptığı sınıflandırmada Kültürel, doğal ve silahlı çatışma altındaki miras olmak üzere üç kategoride ele almaktadır. Bu sınıflandırmada kültürel miras ise taşınabilir, taşınamaz ve su altı mirası olmak üzere üç ayrı kategoride değerlendirilir. Somut kültürel miras değerli incelendiğinde; taşınabilir miras resim, heykel gibi sanat eserleri ile madeni paralar gibi taşınabilir etnografik kalıntılar vb. eserleri kapsar. Taşınmaz miras, arkeolojik alanlar, antik kentler, binalar, anıtlar gibi taşınmaz eserleri kapsar. Sualtı mirası ise doğal miras

konusu olan su altı yaşamıyla karıştırılmamalıdır. Sualtı mirası gemi batığı gibi insan yapımı değerler ile sular altında kalmış şehirler gibi yapıları kapsamaktadır. Doğal miras, doğal sit alanlarını, fiziksel, biyolojik veya jeolojik oluşumlar gibi kültürel yönlere sahip doğal alanları kapsar (UNESCO, 2020). Silahlı çatışma durumunda miras ise özel bir alandır. İkinci Dünya Savaşı'nın yıkıcılığı, uluslararası toplumu belirli yasal koruma sağlamak noktasında harekete geçirmiş ve 1954 yılında imzalanan Lahey Sözleşmesi ile her devlet silahlı saldırılara karşı kendi kültürel varlıklarını korumak için eyleme geçmelidir. Savaş, terör, çatışma gibi olayların yaşandığı bölgelerde UNESCO'nun uluslararası düzeyde kültürel mülkiyeti korumak için, uygunluğu izlemek sorumluluğu vardır.

Kültürel miras; benliğimiz, kültürümüz, geçmişimizle ilgili somut veya somut olmayan değerlerin tamamına ilişkindir. Antik kentler, dokular, kültürel peyzajlar, anıt değerinde yapılar, arkeolojik kalıntılar yanında; gelenek ve görenekler, müzik, ritüeller gibi varlığını sürdüren manevi değerler de kültürel mirasın konusudur. Tüm bu değerler toplumu oluşturan bireylere ortak geçmişlerini gösteren birer kültür hazinesidir. Yaşam bu hazine ile manevi bir zenginliğe kavuşur; geçmiş ve gelecek arasında bağlantılar meydana gelir.

1.1.1.2 Somut Kültürel Miras

Bireylerin ve toplumların değer verdiği, sonraki nesillere aktarmayı arzu ettiği kültürel miras nesneleri hayatın akışı içerisinde çeşitli tahribatlarla hatta bazen yok olma riski ile karşılaşmaktadır. Kültürel varlıkları tehdit eden bu olay bazen doğal afetler gibi sebeplerden kaynaklanırken pek çok örnekte de insan eylemlerinin zarara yol açtığı görülmektedir. Küresel ölçekte silahlı çatışmalar, kaçakçılık faaliyetleri, yağmalama gibi insan eylemleri neticesinde hem ekolojik çevre hem de somut kültürel miras alanlarına yönelik riskler artmaktadır (Smith, Messenger, & Soderland, 2017, s. 16). Günümüzde artık iklim değişikliği de miras üzerinde tehdit oluşturan etkenlerden bir diğerini teşkil eder hale gelmiştir. Ayrıca yanlış kent politikalarının izlenmesi, kentlerde plansız büyüme, kentsel dönüşüm uygulamaları mirası tehdit etmekte olduğundan yerel yönetimler de özel bir öneme sahip olmaktadır.

Somut Kültürel Mirasa ilişkin çalışmalarda temel düzenleyici ve kurucu belge "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme"dir. Sözleşmenin temel ilkelerinin uluslararası toplumda amaçlanmaktadır. Bu kapsamda devletler miras alanlarının sürdürülebilir korunması noktasında teşvik edillirler. Sözleşmenin en önemli özelliklerinden biri doğal ve kültürel değerlerin korunmasına ilişkin esasları tek bir belgede bir araya getirmesidir. Taraf devletler periyodik olarak durumlarını raporlamaktadırlar. Dünya Mirası Komitesi ise raporlar ışığında sorunlara çözüm aramaktadır. Uluslararası düzeyde öneme sahip olduğu düşünülen taşıyan ve bu sebeple korunmaya değer doğal oluşumlara, anıtlara ve sitlere "Dünya Mirası" statüsü verilmektedir. Sözleşmeyi taraf olan üye devletlerin UNESCO'ya müracaatı ile başlayan; "Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi" (ICOMOS) ve "Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği" (IUCN) uzmanlarının aday varlıkları değerlendirmesi sonunda tamamlanan bir işlemlerin ardından, aday varlıklar Dünya Miras Komitesinin kararı neticesinde bu statüyü elde etmektedirler. Bu konsept ışığında oluşturulan Dünya Mirası Listesi'nde Türkiye'nin 16'sı kültürel, 2'si karma olmak üzere 18 mirası yer almaktadır (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, 2020). Taraf devletler tarafından önerilen ve UNESCO tarafından onaylanan dünya mirası listesinde en çok eseri yer alan ülkeler aşağıdaki gibidir (UNESCO, World Heritage List Statistics, 2020). Listenin genel toplamında 1121 kültürel varlık bulunmaktadır.

Tablo 1: UNESCO tarafından listelenmiş somut kültürel miras sayısı (UNESCO, World Heritage List Statistics, 2020)

Sıra	Ülke	**UNESCO tarafından listelenmiş somut kültürel miras sayısı**
1	İtalya	55
2	Çin	55
3	İspanya	48

4	Almanya	46
5	Fransa	45
6	Hindistan	38
7	Meksika	35

1.1.1.3 Somut Olmayan Kültürel Miras

Somut olmayan kültürel miras, kültürlerin somut olmayan yönlerine odaklanan bir miras türüdür. UNESCO'nun 2003 yılında imzaya sunduğu "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasına İlişkin Sözleşme"ye göre, somut olmayan kültürel miras insanlığın kültürel çeşitliliğinin ve yaratıcılığının sürdürülmesi için bir garantidir. Bu sözleşmeyle kültüre olan yaklaşım ikili bir sınıflandırmaya kavuşmuştur. UNESCO somut olmayan kültürel mirası; toplumların ve bireylerin kültürüne ait temsiller, anlatılar, bilgiler, beceriler ve tüm bunlarla ilintili olan araç gereçler ve kültürel anlamı olan mekanlar şeklinde tanımlamıştır (UNESCO, 2020). Gürçayır'a göre; (2011, s. 6) somut olmayan kültürel mirasın korunması fikrinin uygulanmasında yüzyüze gelinen problemlerin gelenek kavramının algılanmasıyla yakından ilişkili olduğu varsayılmaktadır. Sözleşmenin etnik unsurlara ve yerel kültürlere yaptığı vurgu üniter devletler tarafından tehdit gibi algılanabilmektedir. Fakat sözleşme tüm yetkileri devlet üzerinde toplamaktadır. Bu özellikleriyle sözleşme hem milliyetçi/homojenleştirici hem de üniter yapıyı tehdit eden ayrıştırıcı bir sözleşme olarak okunabilmektedir. Kavramla ilgili hem neden "soyut" kelimesi ile ifade edilmediği, hem de halk kültürü ya da folklordan hangi noktada ayrıştığı gibi çeşitli kafa karıştırıcı detaylar söz konusu olabilmektedir. Bu tartışmalara ve çeşitli görüşlere akademik literatürde de çokça rastlanmaktadır. Öcal Oğuz "Terim Olarak Somut Olmayan Kültürel Miras" adlı makalesinde terimin ortaya çıkışı ve evrimini açıklığa kavuşturmaktadır (Oğuz, 2013, s. 5):

"Somut olmayan kültürel miras terimi, yeni bir disiplinin adı değildir. Mevcut bir disipline yeni ad olarak da önerilmemiştir. Bu nedenle halk biliminin yeni adının somut olmayan kültürel miras olduğunu düşünmek yanlıştır. Somut olmayan kültürel miras terimi, UNESCO'nun kültürel mirasın korunması ile ilgili çalışmalarından doğmuş ve yaygınlık kazanmıştır. Terimin icadının UNESCO içinde uzun bir serüveni vardır. Özellikle 1972 tarihli Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi'nde tanımı yapılan kültürel mirasın tamamen somut oluşu, 2003 tarihli Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nin hazırlanma gerekçesinin ve adının belirlenmesinde etkili olmuştur. 1972 Sözleşmesi'nin kabulünden sonraki dönemde UNESCO belgelerinde sırayla folklor, popüler ve geleneksel kültür, maddi olmayan miras ve sözlü ve somut olmayan kültürel miras gibi terimler kullanılmıştır. 1973 Tarihli Bolivya Bildirgesi'nde folklor, UNESCO içinde 1982 yılında kurulan bölüme maddi olmayan kültür, 1989 Tavsiye Kararı'nda popüler ve geleneksel kültür,1997/98 Başyapıtlar İlan Programı'nda sözlü ve somut olmayan kültürel miras terimleri tercih edilmiştir. Ancak, UNESCO içinde Sözleşme metninin hazırlık döneminde 2002-2003 yıllarında yapılan hükümetler arası uzmanlar toplantılarında korunması istenen alanı kapsayacak en uygun terimin somut olmayan kültürel miras olduğu sonucuna varılmış ve sözleşme metninde hem folklor, antropoloji veya etnoloji disiplin adlarına hem de UNESCO belgelerinde daha önce kullanılan diğer terimlere yer verilmemiştir. UNESCO'nun çalışma dilleri olan İngilizce ve Fransızcada eş zamanlı olarak üretilen intangible cultural heritage, veya patrimoine culturel immatériel'in Türkçeye çevirisinin maddi olmayan kültürel miras, materyali olmayan kültürel miras, materyalsiz kültürel miras veya somut olmayan kültürel miras'tan başka türlü olması beklenemezdi."

Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'ne 2006 yılında Türkiye de taraf olmuştur[2]. Sözleşmenin 16, 17 ve 18. Maddeleri uyarınca koruma programı niteliği olan üç temel liste oluşturulmaktadır. Bu listeler; "İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi", "Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi" "Korumanın İyi Uygulamaları Kaydı" listeleridir. Türkiye'den 17 kültürel miras öğesi listeye temsili listeye girerken; "Islık Dili" acil koruma listesinde yer almıştır. Somut olmayan kültürel miras listesinde en çok mirası bulunan ülkeler Tablo 1'deki gibidir (UNESCO, 2020). Asya ülkeleri üst sıralarda yer almaktadır. Komite yılda bir kez toplanarak adayları değerlendirmektedir.

Tablo 2: UNESCO tarafından listelenmiş somut olmayan kültürel miras eser sayısı (UNESCO, 2020)

Sıra	Ülke	**UNESCO** tarafından listelenmiş somut olmayan kültürel miras eser sayısı
1	Çin	40
2	Japonya	21
3	Güney Kore	20
4	İspanya	18
5	Hırvatistan, Fransa, Türkiye	17
6	Mongolya	14

[2] "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinin Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna Dair Kanun" (No: 5448) 21 Ocak 2006 tarih ve 26056 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

7	Azerbaycan, Belçika, Hindistan, İran	13
8	Vietnam	12
9	Peru	11
10	Kolombiya, Endonezya, Kazakistan	10
11	İtalya, Meksika	9
12	Brezilya, Umman, Birleşik Arap Emir.	8
13	Fas, Portekiz, Romanya, Suudi Arabistan	7

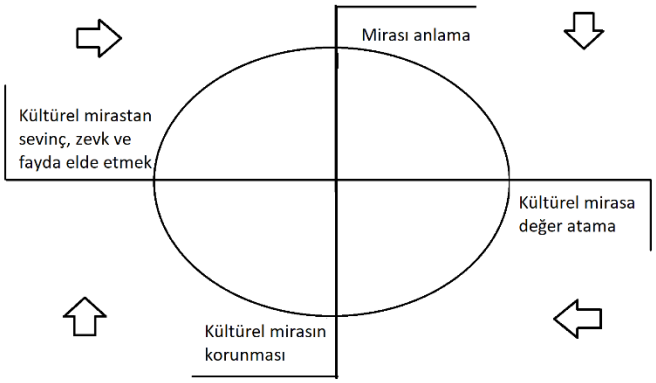
1.2 Kültürel Miras ve Toplumsal Bellek

Kültürel mirasın kavramsallaşma yolculuğuyla ilgili literatürde gözlemleyebileceğimiz ilk şey, miras hakkındaki algının onlarca yılda nasıl değiştiğidir. Kavram özellikle 20.yy'da gerek tanımlanışı gerek kapsamı açısından evrim geçirmiştir. Kültürel miras üzerine ilk düşünceler, felsefesinin yanı sıra mirasın muhafaza edilmesi hususlarında ortaya çıkmıştır. Felsefi bir bakış açısıyla, kültürel miras başlıca sanatsal, estetik ve ahlaki değerlerin doğrudan bir kaynağı olan, bireylerin yaşam kalitesini büyük ölçüde etkileyen ve içinde bulunduğu toplumun gelişimini gözler önüne seren anıtlar veya sanat eserleri olarak görülür. Yirminci yüzyılın sonunda, kültürel miras ekonomik kalkınmada da önemli bir faktör olarak görülmeye başlanmıştır. Kamunun sektörünün ve bölgesel kalkınmayı amaçlayan siyasetçilerin yanında yanında, işlerine kültürel bir kimlik kazandırmak isteyen girişimciler ve sivil toplum örgütleri kültürel mirastaki potansiyel kaynağın farkına varmış ve ona ilgi göstermeye başlamışlardır. Böylece araştırmacılar, kültürel antropologlar, müzeciler gibi başlangıçta daha sınırlı bir ilgi kitlesine sahip olan

kültürel miras giderek yerel toplumlar için bir endişe alanı halini almıştır. (Góral, 2014, s. 2). Kültür mirasının satın alınacak ürün (el yapımı eserler gibi) ya da hizmetlere (kültür turizmi gibi) indirgenmesi söz konusu olmaktadır.

Simon Thurley, yerel toplulukların kültürel miras ile ilişkisine yönelik, sonsuz bir döngü şeklinde anlaşılabilecek yeni bir yaklaşım önermektedir. Model dört aşamadan oluşur:

- Mirası anlama: Yerel topluluklar için önemli olan nesneleri, uygulamaları ve alışkanlıkları tanımlamayı içerir. Bu unsurları belirledikten sonra, yerel toplulukların üyeleri onlara belirli değerler vermeye başlar.
- Kültürel mirasa değer atama: Yerel bir topluluk, kültürel miras nesnelerine belirli kültürel, sosyal, tarihi ve estetik değerler tahsis etmeye başlar, bunun sonucunda topluluk kültürel mirasına özen gösterme gereğini hissetmeye başlar.
- Kültürel mirasın korunması: Yerel bir topluluk mirasını korumak için harekete geçer hem aktarımın sürekliliğinin korunması (geleneklerin, uygulamaların ve geleneklerin nesilden nesile aktarılması) ve kurumsallaşmanın sağlanması (müze, arşiv, galeri vb. faaliyetleri) olabilir.
- Kültürel mirastan sevinç, zevk ve fayda elde etmek: Bu aşama belirli bir toplumdaki miras yaşam döngüsünün son ve en ileri aşamasıdır. Yerel halkın kültürel, sosyal ve ekonomik kalkınma biçiminde miraslarından fayda sağladığı aşamadır. (Thurley, 2005 , s. 49).



Şekil 4: Miras Döngüsü (Thurley, 2005 , s. 49)

Kültürel miras ile ilgili unutulmaması gereken özelliklerin başında onun aynı zamanda bir seçim yapma süreci olduğudur. Miras, yalnızca kültürel objelerden veya geçmişten bugüne uzanan geleneklerden ibaret değildir. Kültür mirası aynı zamanda bir karar verme, seçim yapma sürecidir: Kültürel ve politik sebeplerle, sonraki nesillere aktarılacak veya aktarılmayacak olan şeyleri sürekli olarak seçen bir hafızada saklama veya unutma sürecidir. Stuart Hall'a göre "nasıl ki bireyler, aileler geçmişe yaşanan birçok rastlantısal ve karmaşık, çetrefilli ve çelişkili olaylar dizininden seçmeler yaparak tutarlı ve tek bir hikaye çıkartarak kimliklerini oluşturmaya çalışıyorlarsa, uluslar da benzeri bir şekilde geçmişten seçtiklerini ulusal bir hikaye inşası için kullanırlar. Bu hikayeye de gelenek denir" (Hall, 2008, s. 221). Kültürel miras için seçim yapmak bu geleneği ortaya çıkartma çabasıdır. Keza toplumlarından geçmişleri ile kurdukları ilişki kültür mirası unsurları üzerinden somutluk kazanmaktadır.

Özellikle günümüzde yaşanmakta olan küreselleşme sürecinde bu miras, kültürel çeşitliliğimizi hatırlamamıza imkân sağlayan ve farklı kültürler arasındaki ilgi ve diyaloğu geliştiren önemli bir unsurdur. Nasıl ki kültür mirasının ne olduğu ve nasıl tanımladığına ilişkin söylemler zaman içinde değişiyorsa, mirasın nasıl deneyimlendiği, nasıl yönetilmesi gerektiği, yönetim paydaşlarının kimler olduğu sorularının cevapları da değişim göstermektedir. Devletin tek başına söz sahibi olduğu yapıdan çok katılımlı, çok paydaşlı bir anlayışa geçiş kendini göstermektedir.

Paydaşlar arasında yer halan yerel halk kültür varlıklarıyla kurduğu; kimlik, aidiyet, mekânsal ve sosyal hafıza gibi ilişkiler nedeniyle yaşam alanlarını etkileyen süreçlere katılım hakkına özellikle sahip olmalıdır. Paydaşların kültürel miras yönetimi süreçlerine etkin katılımı ve iş birliği geliştirilmesi miras değerleri üzerinden sağlanacak sosyo-kültürel, iktisadi ve yönetsel-kurumsal gelişmeye ve yerel yönetime faydalar sunacaktır. Kültürel mirasın değerinin paydaşlarca anlaşılması, değerlerin sürekliliğinin sağlanmasına yardımcı olacaktır. Katılımcı bir sahiplenmenin gerçekleşmesi, tanıtımı destekleyecektir (Gültekin & Uysal, 2018, s. 2032). Kültürel mirasla ilgili literatür incelendiğinde kavramın geçtiğimiz yüzyılda gerek tanımlanışı gerek kapsamı itibariyle evrim geçirdiği görülmektedir. Sürekli değişen ve gelişen bu kavram imparatorluklar yerine gelen ulus devletlerden, köyden kente yapılan göçlerden, savaşlardan ve küreselleşmeden doğrudan etkilenmiştir. Dolayısıyla değişim halinde olan bu kavram artık bir yönetim konusu olarak ele alınmaktadır. Kültürel mirası yönetmek, farklı disiplinlerin uzmanlığını, çok sayıda paydaşın ortak çalışmasını gerekmektedir. Bu iki temel özelliğiyle kültürel miras yönetimi hem bir organizasyonel yönetim konusu hem de stratejik iletişim yönetimi konusu olma özelliğini taşımaktadır.

20. yüzyılın ortalarına değin süregelen süreçte kültürel miras yönetimi kavramından temelde anlaşılan, önem atfedilmiş anıtsal yapıların korunmasıdır. Ancak o dönemden günümüze yeni yönetim yaklaşımları ortaya çıkmıştır. İmzalanan her yeni uluslararası sözleşme alanın kazandığı yeni perspektiflerin belgesi olmuştur. Günümüzde yönetim anıtsal yapı ile sınırlandırılmayıp çevre ve peyzaj kavramları ile ele alınmaktadır. Eser korumaktan ziyade süreçleri geliştirmek önem kazanmaktadır. Kültürel miras yönetimi; korumanın nasıl yapılacağı, kim ve ne için yapılacağı, sürdürülebilirliğin nasıl sağlanacağı, sorularına cevap arama alanı haline dönüşmüştür (Fairclough, 2008, s. 412-413). Kentlerde ve kültürel miras alanlarında modernleşme yoğun bir şekilde değişim baskısı yaratmaktadır. Toplumlar kalkınma hedefleri ile değişime uğramakta, kentler sanayi, turizm, artan nüfus gibi etkilerle dönüşmektedir. Kültürel miras yönetimi, bu değişim sürecinin sağlıklı yönetilebilmesi için önemlidir.

1.2.1 Ulus Devletler ve Kültürel Miras

Modernleşme üretim biçim ve ilişkilerinde yarattığı köklü değişiklikler kadar siyasi örgütlenme biçimlerini de değiştirmiştir. Feodal derebeyleri ve çok uluslu imparatorluklar yerini ulus devletlere bırakmıştır. Sanayi devrimi üretim biçimini dönüştürerek modernleşmenin ekonomik boyutunun temellerini atarken, Fransız ihtilali de siyaseti dönüştürmüş ve modern siyaset felsefesinin oluşumuna aracılık etmiştir.

Kültürel miras günümüzde yalnızca taşınmaz varlıklar ve anıtlar ile sınırlandırılmamakta; sanatsal, tarihi, arkeolojik öneme sahip taşınırlar ile gelenekler gibi soyut değerlerler de bu kapsamda ele alınmaktadır. Yakın geçmişte ise kültürel mirasa olan yaklaşımın obje odaklı olduğunu söylemek mümkündür. Kültürel mirasa obje odaklı ve anıtsal eser odaklı yaklaşımın en önemli nedeni ulus devletlerin mirası siyasi egemenlik sembolleri olarak görmesidir. Smith kültürel mirası "milliyetçiliğin gelişen anlatısı ve küreselleşen modernitenin bağlamı içinde yeni bir ilgi" şeklinde açıklamaktadır (Smith L. , 2006, s. 18). Miras anıtları yeni inşa edilen devletlerin geçmişe uzanan temellerini ifade etmeleri açısından önem kazanmışlardır. Ulusal kimlik arayışlarının bir parçası olarak kültürel miras yeni yorumlara kavuşmuş ve korunması gündeme gelmiştir. Ulusun kültür mirasını en iyi temsil eden örneklerin seçilmesi, bu eserlerin korunması ve onlardan istifade edilmesi noktasında devlet kurumları sorumluluklar almışlardır (Aksoy & Enlil, 2012, s. 3). Bu noktada devletler seçim yapmak durumunda kalmışlardır. Hangi eserlerin kültür mirası olarak değerlendirilmesi gerektiği, bu noktada kriterlerin neler olduğu önemli bir soru olarak belirmiştir. Devletlerin neleri sonraki kuşaklara aktarmak için koruma altına aldığı, nelere tarihi değer ve önem atfettiği onları var eden toplumların öncelikleri ve ideolojisi hakkında önemli ipuçları sağlamaktadır. Böylelikle "koruma" teknik bir mesele olmaktan giderek uzaklaşarak politik bir konu haline gelmiştir.

Ulus devletlerin geçmişle bağ kurma çabalarına Türkiye'den örnek vermek gerekirse Sümerbank ve Etibank uygulamaları gösterilebilir. Atatürk, yeni kurulmuş olan Türk Devletinin ekonomisine katkıda bulunmak ve kalkınmaya yönelik yatırımları gerçekleştirmek amacıyla Sümerbank'ı 1933'te, Etibank'ı 1935'te

kurmuştur. Her iki devlet kurumuna Anadolu'da daha önce yaşamış uygarlıkların isimleri olan Sümer ve Eti isimleri verilmiştir[3]. Böylece dünyanın benzeşen kültürel küreselleşme ortamında ülkenin farklılığını ve köklerini ortaya koyma noktasında kültür mirası bir araç olarak kullanılmıştır.

Ulus devletlerin ortaya çıkması ve güçlenmesi kültürel mirasa zaman zaman önem kazandırdığı gibi tahribatın da en temel sebeplerinden biri olagelmiştir. Özellikle 20. Yüzyılın başından itibaren kurulan ulus devletler kapsayıcı bir vatandaşlık tanımından ziyade aynı etnik kökeni ve dini paylaşan insanların bir arada yaşadığı yeni bir yapıyı getirmiştir. Bu durumu zorunlu göçler, nüfus mübadeleleri gibi olaylar izlemiştir. Gidenlerin geride bıraktığı kültür varlıkları ise geride kalanların insafına terk edilmiştir. "Bellek toplulukları" şeklinde de tanımlanan uluslar, yurttaşları neyi koruyup neyi unutmaları gerektiği noktasında eğitmektedirler (Tonta, 2014, s. 3). Kültürel mirasın vatandaşlar tarafından sahiplenilip korunabilmesi için bu hususta toplumda farkındalık oluşturulması elzemdir.

Geçmişin kültürel mirasının günümüz devletlerine ait olup olmadığı bir sorun ve tartışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada evrensel ve milliyetçi görüş ayrımı yaşanmaktadır. Evrenselci görüş, kültür mirasını tek bir devlet ya da ulusa ait olarak değerlendirmez. Kültür mirası insanlığın ortak mülkiyetindedir. Bu görüşün savunucuları kültür varlıklarının serbest dolaşımı ve ticaretini desteklerler. Eğer bir kültür mirası ürünü bulunduğu coğrafyada iyi korunamıyorsa başka ülkeler tarafından sahiplenilebilir. Milliyetçi görüş ise konuya tamamen zıt bir perspektif ile yaklaşmaktadır. Bu yaklaşımda kültür mirası ülkelerin ulusal kimliğinin bir parçasıdır ve onlara aittir. Mirasın başka ülkelere taşınması, ticaretinin yapılması uygun değildir. Bu faaliyetler uluslararası anlaşmalarla regüle edilmeli ve mümkün mertebe yasaklanmalıdır. Mirasın taşınması ülkeleri kültür varlığı yönünden yoksullaştırmaktadır. UNESCO 1977 yılında kabul ettiği sözleşmeyle, kültür varlıklarının ihracatını ve mülkiyet transferini regüle etmiş dolayısıyla açık bir biçimde milliyetçi görüşü benimsemiştir (Aksoy & Enlil, 2012, s. 35). Akdeniz

[3] Tunç Çağı'nda Anadolu yarımadasında imparatorluk kuran halka, günümüzde "Hititler" diyoruz. 1930'larda Fransızca dilinin etkisi nedeniyle "Hitit" sözcüğü, Fransızca söylendiği şekliyle Türkçe'ye "Eti" olarak geçmiştir.

ülkeleri gibi kültürel miras varlığı yönünden çok güçlü olan ülkeler milliyetçi görüşü desteklerken, bu yönden zayıf fakat etki alanı ve gücü yüksek olan çok ABD gibi devletler evrensel görüşün destekleyicisi olmaktadır. Kültürel miras yönünden en zengin ülkeler arasında yer alan İtalya'nın kendi kültürel mirasını yerinde korumaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri yürüttüğü gözlemlenmektedir. Kültürel miras alanında önemli bir merkez ve dünyanın önde gelen turizm destinasyonlarından olan İtalya'nın bu zenginliğinin sebebi, coğrafyası ve tarihi ile avantaj elde etmiş bir kaynak ülke olmasından değil, aynı zamanda koruma geleneğini düzenlemek için çalışılmış sofistike yasal ve kurumsal sistemlerinden de kaynaklanmaktadır. Ülkenin yürüttüğü kampanyaların özü kültürel varlıkların kaynak ülkeden başka pazar ülkelerine özellikle de İngiltere ve ABD'ye aktarılmasıyla ilgilidir (Gürsu, 2015, s. 527). Önemli sayıda somut ve somut olmayan kültür varlığına ev sahipliği yapan tüm ülkeler kültür varlıklarının taşınması, sahiplenilmesi ve kamulaştırılmasına ilişkin pek çok hukuki sorun ile yüz yüze gelmektedir.

1.2.2 Kültürel Mirasın Tarihi Arka Planı ve Sözleşmeler

Kültürel mirası koruyan hukuksal sözleşmelerin tarihi, büyük ölçüde kültürel miras yönetimi kavramının da tarihini vermektedir. İlk çağlardan bu yana insanlık, önem atfettiği bazı yapıları koruma eğimlinde olmuştur. Antik Roma döneminde bazı eserlerin koruma amacıyla taşındığı bilinmektedir. Ares tapınağı bunun en önemli örneğidir. İlerleyen dönemlerde Romalıların hem imparatorluğun yayıldığı geniş coğrafyadaki çeşitli öneme sahip yapıları onardıkları hem de fethettikleri kentlerin güzelleşmesi için çalıştıkları aktarılmaktadır. Roma'nın istikrarsızlaşması ve çöküşüne giden sürecin ardından Rönesans'a kadar kültürel mirasın korunmasının çok fazla gündeme alınmadığı görülür. Ayrıca Roma'nın Katolik inancının merkezi haline gelmesi pagan dönemine dair kalıntıların tahribine de sebep olmuştur. Rönesans ile birlikte Helen ile Roma kültürlerine ve onların estetik gelişmişliklere karşı beslenen hayranlığın neticesi olarak koruma bilinci yeniden ortaya çıkmaya başlamıştır. (Erder, 1971, s. 24-34). Aydınlanma döneminde Kıta'daki kraliyetlerin mülkü olan özel resim, mücevher ve doğa tarihi koleksiyonlarının kapılarının halka açıldığını ve bu koleksiyonların ulusal müzelere dönüşümüne tanıklık edilmiştir. Fakat günümüze

kalan belgeler göstermektedir ki; bu dönüşüm içerisinde müze koleksiyonlarını geliştirme ve sürdürme görevi anglo-amerikan elit bir azınlığın üstlendiği ve yön verdiği bir süreçtir. 19. yüzyılın ortaları, ulusal hem de yerel müzelerin onlarca yıl boyunca çılgınca satın alma, istifleme, depolama ve zaman zaman "etnografik nesneler" sergilemesine yol açan koşulların yükselişine tanık olmuştur. Kürk ticaretinin hacmi giderek azalırken geçmişten kalan nesnelere olan merak artmıştır. Bu tarihsel bağlamda; ele geçirilmiş olan miras eserlerinin ticareti ve müzeler tarafından toplanması gibi gelişmelerle beraber koleksiyonculuk; rekabetçi, kitlesel ve halka dönük bir yapıya evrilerek gelişimini sürdürmüş olmaktadır. 19. yüzyıl müze hareketi elbette o yıllarda etnoloji ve antropolojinin kazandığı popülerlikten bağımsız bir hareket olmamıştır. 1800'lerin sonlarında küresel ölçekli büyük fuarlarda antropolji sergileri dahil olmaya başlamış üstelik bu sergiler hem medya hem halk tarafından yoğun ilgiye maruz kalmıştır. Koleksiyonculuk "çok geç olmadan" toplamak fikrinin aciliyet ruhuyla hız kazanmıştır. Bu görüşte tarihselliği koruyamadan yitirmeye dönük bir kaygı temeli vardır (Dominguez, 1986, s. 546). Fakat neyin tarihsel bağlamının güçlü ve önemli olduğu insan zihni tarafından yanıt aranan bir sorudur. Bu noktada Hobsbawmn ve Ranger'ın "geleneğin icadı" kavramı akla gelmektedir. Eski görünen veya eski olduğunu iddia eden 'gelenekler' genellikle köken olarak oldukça yenidir ve hatta bazen icat edilmiştir (Hobsbawm & Ranger, 2012). Aydınlanma Çağı ile birlikte gelişim gösteren bir diğer alan arkeoloji disiplini olmuştur. Kültürel miras savaş ve çatışma gibi durumlarda tarih boyunca zarar görmüş olduğundan bu alanda yapılan ilk uluslararası hukuk çalışmaları savaş sözleşmeleridir. 20. Yüzyıla gelindiğinde Birinci ve İkinci Dünya savaşlarının neden olduğu yıkım, kıta Avrupa'sında kültürel mirası koruma hususunda yeni önlemler alma ihtiyacını doğurmuş, yapılan yeni yasa ve sözleşmelerle mirası koruma konusunda devletler yeni görevler ve sorumluluklar üstlenmişlerdir (Kaderli, 2014, s. 34). İkinci dünya savaşından en çok etkilenen kentlerden olan Varşova büyük bir yıkıma uğramış, savaştan sonra tüm kent aslına uygun olarak yeniden inşa edilmiştir. Bu durum sadece anıtsal kültür mirası yapılarının değil tüm şehirlerin içindeki sıradan yapılarla birlikte korunmasının öneminin daha iyi anlaşılmasına sebep olmuştur. 1964'te imzalanan Venedik Tüzüğü kültür varlıklarının kapsamını genişletmiştir. Tüzük sıradan yapıların önemini vurgulayarak önemli bir

başlangıç olmuştur. Anıtsal yapıların çevreleriyle birlikte korunmasını öngören peyzaj anlayışı giderek ağırlık kazanmaya başlamıştır.

Önemli bir gelişme de 1972 yılında UNESCO'nun yayınladığı, Doğal Miras Sözleşmesi kısa adıyla bilinen sözleşme ile yaşanmıştır. İnsan eliyle inşa edilmiş yapılar dışında doğanın sunmuş olduğu değerlerin de korunması gerektiği vurgulanmıştır (UNESCO Sözleşmeler, 2019). Sözleşme, imzacısı olan tüm taraf devletleri kültürel ve doğal miraslarını tanımlama ve koruma yükümlülüğü altına sokmaktadır.

1975'e gelindiğinde Avrupa Mimari Miras Sözleşmesi, mirasın korunmasında karşılaşılan çeşitli sorunları ele alan önemli bir belge olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu belge daha önceki gelişmeleri yeniden vurgulamasıyla birlikte "Bütünleşik Koruma" prensibini ortaya koyması açısından ayrı bir öneme sahiptir. Toplumsal uyum açısından kentlerin karma dokularının desteklenmesi, anıtsal alanların çevreleri de gözetilerek sosyal dokuyu bozmadan geliştirilmesi gerekliliği ifade edilir. Özellikle şehirlerde belli dönemlerde yoksul kesimlerin ağırlıklı olarak yaşadığı bölgeler zaman içinde önem ve değer kazanarak dönüşüme uğramaktadır. Sözleşmede bütünleşik korumanın önemi vurgulanmış ve dezavantajlı kesimleri mağdur etmeden, sosyal adaleti gözardı etmeden mirası korumanın gerekliliği vurgulanmıştır. Aynı yıl yayınlanan Amsterdam Bildirgesi de benzer konuları vurgulamıştır. 1990 yılında Avrupa Konseyi'nin kabul ettiği Avrupa Peyzaj Sözleşmesi'nde, "peyzaj" (landscape) sosyal refahın temel taşı olarak tanımlamıştır. Peyzaj anlayışına göre kültürel mirasa dair öğeler, çevrelerinden yalıtılmış, bağımsız tekil eserler olarak görülmek yerine çevreleri ile birlikte ve uyum içinde ele alınmalıdır (Elia, 2014, s. 40). Bu anlayış günümüzde de geçerliliğini korumaktadır.

2003 yılına gelindiğinde ise yepyeni bir perspektif ortaya konmuş, UNESCO Somut olmayan kültürel miras sözleşmesini imzaya açmıştır. Kavram sosyal değerleri ve gelenekleri, estetik ve manevi inançları, sanatsal ifadeyi, dil ve insan faaliyetinin diğer yönlerini içerir (UNESCO, 2019). Nesilden nesile aktarılan bu miras, birey ve toplulukların; çevreleriyle, doğayla ve geçmişle ilişkilerine bağlı olarak, kültürü sürekli yeniden ürettiğini ifade eder. Bu yeniden üretim süreci bireylere aidiyet ve

süreklilik duygusu sağlar. Somut olmayan kültürel miras bu yolla kültürel farklılığa ve insan üretkenliğine duyulan saygıya katkı sağlamaktadır.

2005 yılında gerçekleştirilen UNESCO toplantısında "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunmasına Dair Sözleşme Uygulamasına ilişkin Kriterler" listelenmiş ve Dünya Miras Alanları için yönetim planlamaları oluşturmaları şart koşulmuştur (Ringbeck, 2014, s. 5). Aynı yıl "Faro Sözleşmesi" olarak bilinen Avrupa Konseyi Toplum İçin Kültürel Mirasın Değeri Çerçeve Sözleşmesi de yayınlanmıştır. Bu sözleşme ile konuya vatandaşlar perspektifi getirilmiş, insanların karar vericiliği vurgulanmıştır. Faro, kültürel mirasa dair radikal bir algı değişikliğini getirmiştir. Faro Sözleşmesi'nde ifade edilen kültürel miras tanımı, sonrasına ve II. Dünya Savaşı'nın ardından artan Avrupa'ya göç hususuna da vurgu yapar. Avrupa'da sebepleri pek çok farklı değişkene dayanan bu kültürel değişim ve hareketlilikle birlikte gelişen çeşitlilik, birbirinden oldukça farklı kültürel değer ve yapıların bir arada yaşama mecburiyetini da beraberinde getirmiştir. Bu sebeple Sözleşme'de kültürel miras olgusu hareketli ve bireyden bireye, gruptan gruba sürekli değişen dinamik bir kavram olarak ele alınmıştır (Özünel, 2013, s. 27). Tablo 3, miras politikasına ilişkin uluslararası sözleşmeleri özetlemek amacıyla oluşturuluştur.

Tablo 3: Kültürel Mirasın Korunması ile İlgili Uluslararası Sözleşmeler

Tarih	Sözleşmenin Adı	Önemi & Katkısı
1907	Lahey Kuralları	Mirasın korunmasına değinen ilk çalışmadır.
1949	Cenevre Sözleşmesi	Savaşta kültür varlıklarına düşmanca davranmak yasaklanmıştır.
1954	Lahey Sözleşmesi	Savaşta kültür varlıklarına düşmanca davranmak yasaklanmıştır.

1964	Venedik Tüzüğü	Kültür varlıklarının kapsamı genişlemiştir.
1972	UNESCO Dünya Mirası Sözleşmesi	Devletlere kültürel ve doğal mirası tanımlama ve koruma yükümlülüğü getirilmiştir.
1975	Avrupa Mimari Miras Sözleşmesi	Bütünleşik Koruma yaklaşımı ortaya konmuştur.
1975	Amsterdam Bildirgesi	Mirasın korunmasına sosyal adaletin önemi vurgulanmıştır.
1990	Avrupa Peyzaj Sözleşmesi	Eser odaklılık yerine peyzaj yaklaşımı geliştirilmiştir.
2003	Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi	Somut olmayan kültürel miras kavramı geliştirilmiştir.
2005	Faro Sözleşmesi	Karar vericinin vatandaşlar olduğu vurgulanmıştır.
2005	Dünya Kül. ve Doğ. Mirasının Kor. Dair Sözleşme	Yönetim Planı vurgulanmıştır.

Savaşların yarattığı tahribat kültürel mirasla ilgili bir koruma rejiminin oluşmasına neden olmuştur. Ancak uluslararası hukuk tarafından güvence altına alınan rejimin günümüzde uygulanması; bu hukuku tanımayan ulus-altı aktörler nedeniyle yer yer mümkün olmamaktadır (Çokişler, 2019, s. 74). Yine de mirasın korunması gerektiği konusunda küresel ölçekte bir fikir birliği ve iş birliği olduğu açıktır. UNESCO'nun

en meşhur miras listesinin dayanağı olan 1972 sözleşmesi bağlamında binden fazla mirasın kaydı söz konusudur. Somut olmayan kültürel miras tarafına bakıldığında ise; dayanağını 2003 sözleşmesinden alan listeye 2020 yılı itibariyle 500'ü aşkın kültürel değerin kaydı söz konusudur. Her iki uluslararası sözleşmede devletler nezdinde geniş kabul görmüştür ve pek çok ülke hem somut hem de somut olmayan kültürel miras değerlerini listelere kaydettirmek için çaba göstermektedir. Öyle ki 1972 sözleşme dünya devletlerinin neredeyse tamamı tarafından imzalanmışken; 2003 sözleşmesi de kısa sürede sayıları 180'i bulan devlet tarafından imzalanmıştır. Bu rakamlar açıkça göstermektedir ki; ülkeler kültürel mirasın artan öneminin farkındadır. Sözleşmelerin gerekli olup olmadığı, anlamı noktasında tartışma yoktur. Sözleşmeler küresel ölçekte kabul görmektedir ve ülkeler sözleşmeleri lehlerine bir işbirliği olarak değerlendirmektedirler (Schreiber, 2014). Devletler; mirasın, imajlarına, kalkınma süreçlerine ve yumuşak güçlerine olumlu etkisini göz önünde bulundurmaktadır.

1.2.3 Kültür Politikası

Kültür politikası, halkın kültürel hayata katılımı için uygun koşulların ortaya çıkarılmasıdır. Toplumda her bireyin yaratıcılığını ortaya koyması ve geliştirebilmesi için alınan tedbirler, sosyal ve ekonomik anlamda gösterilen çabalar, politikayı oluşturur (Mengü, 2012, s. 57). Kültür, politikanın sebebi değil sonucudur. Kültür politikası, bir toplumda belirli bir zamanda mevcut olan tüm fiziki ve beşeri kaynakların en iyi şekilde kullanılması yoluyla belirli kültürel ihtiyaçların karşılanmasını amaçlayan bilinçli ve amaçlı kullanımların, eylemlerin veya eylemsizliğin toplamı anlamına gelmektedir (UNESCO, 1969, s. 10). 1948 yılında kabul edilen İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 27. Maddesi de kültür hakkını vurgulamaktadır. Bu maddede "her bireyin toplumun kültürel yaşamına özgürce katılma hakkı" olduğu belirtilmektedir. Bu haktan istifade etmek ancak kültür politikaları ile mümkün olabilmektedir.

Toplumlar hızlı teknolojik gelişmenin yarattığı değişim, ekonomik ve istikrarsızlıklar, tüketim furyası gibi çeşitli etkenlerin etkisinde değerlerini yitirme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Kültür politikaları bu boşluğu doldurma aracı olma işlevini de üstlenir. Weberyen tabir ile "büyüsünü", Walter Benjamin'in

deyişiyle ise "aura"sını yitirme olasılıklarıyla yüzyüze gelen toplum makineleşmektedir. Büyük savaşlar, kitlesel ölümler gibi pek çok felaket de çağımızda görülmüştür. Bir panzehir olarak kültür, zamanın hızına karşı insan ruhunu dizginleyen bir politika olarak kurgulanmaktadır (Gençkaya & Demirci, 2018 , s. 58). Devletlerin sistemli bir biçimde geleneği geleceğe taşıma çabaları, çağımız koşullarında yeniden yorumlayarak geliştirdikleri yerel ve ulusal girişimleri kültür politikalarına dönüşmüştür. Kültür politikalarına yön verme girişimleri merkezi hükümetlere özgü de değildir. Özel sektör, sivil toplum ve özellikle yerel yönetimler bu çabanın bir parçasıdır.

1960'larda UNESCO Genel Müdürü olan René Maheu, kültür hakkının, elit bir azınlığın, yalnızca varlıklıların ya da kültür uzmanlarının tekelinde lüks bir aracı olamayacağını ifade etmektedir. Devlete düşen görev toplumun her kesiminin kültürden yararlanmasını, başka bir ifadeyle kültürel demokratikleşmeyi sağlamaktır (Karabıyık, 2013, s. 11). 1967 yılında UNESCO Monaco'da düzenlediği toplantının ardından "Kültür Politikaları, Bir Ön Çalışma" isimli raporunu yayınlamıştır. Bu raporda ilk kez kültür politikası tanımlanırken kültürün gelişme ile olan ilişkisinin altı çizilmiştir. Ayrıca raporda gelişmiş ülkelerin yoğun kitle iletişim araçları kullanımının gelişmekte olan ülkelere kültürel olguların yanlış anlaşılmasına ve yanlış yönlendirilmesine ilişkin riskler barındırdığı ifade edilmektedir (UNESCO, 1967, s. 10). Takip eden yılda UNESCO Genel Konferansı kültürel kalkınma gündemiyle çalışmaya devam etmiştir.

Kültürel miras yönetiminde söz sahibi erk her zaman devlet olmuştur. Fakat alan, doğası gereği vatandaşlar başta olmak üzere çok sayıda paydaşın katılımını gerektirmektedir. Özellikle 2005 yılında imzalanan Faro sözleşmesi esas karar alıcının vatandaşlar olması gerektiğini vurgulamıştır. Devletler de artık kültürel miras yönetimini paydaşları ile birlikte sürdürmeye çaba göstererek tabana inmektedirler. Böylelikle kültürel miras yönetiminde demokratikleşme mümkün olmaktadır. Demoktratikleşmenin önüne geçebilecek önemli bir potansiyel tehlike "yönetsel içreklik" olgusudur. "Yönetsel içreklik, beli bilgi ve yöntemlerin halktan saklanması ve ancak çok küçük bir kümeye bu bilgilerin öğretilmesini savunan görüş ve eylem

biçimidir" (Kazancı, 2001, s. 99). İçreklik halkın yönetenlere karşı aşırı bir saygı tutumu geliştirmesine ve güç-statü ilişkilerinin oluşmasına sebep olur. Kazancı'ya göre içreklik kamu görevlilerin beklediği ve olumlu karşıladığı yönetsel bir gerçekliktir. Fakat bu olgu yöneten, yönetilen arasında asimetrik iletişime sebep olmaktadır. İçreklik güç ve statü ilişkileri inşa eder, vatandaşlık hakkını ve özgürlüğünü sınırlayarak sorumluluk bilincine de zarar verir.

Bir diğer önem kazanan gayret ise yerelleşme çabalarıdır. Yerel yönetimler de günümüzde merkezi hükümetler kadar etkin ve yetkili olmaya başlamışlardır. Yine de kamu idarelerinin kültür mirası yönetiminde izlediği politikalar bağlı bulundukları siyasi merkezin stratejilerine göre gelişmektedir. Merkezi yetkilerin yerele devredilmesi yanında, özel sektör girişimlerine de kültürel miras alanlarının yönetimine ilişkin teşvikler de Türkiye'de ve dünyada yaygınlaşmaktadır. Kamu-yerel-sivil-özel birlikteliği kültürel mirasın korunmasında önem arz etmektedir. René Maheu'nun kültür hakkına ilk kez vurgu yapmasının ardından, 1970 Venedik Konferansı'nda konuya dair tartışmalar devam etmiştir. Kültür politikası belirleme görevinin devlete ait olup olmadığı tartışmanın odağıdır. Avrupa genelinde baskıcı, otoriter rejimlerin uzun yıllar kültür politikalarının belirleyicisi oluşunun ardından devletin tıpkı sağladığı diğer kamu hizmetleri gibi bu alan da topluma hizmet sağlayıcı görevi üstlendiği bir modelin arayışı söz konusudur. Venedik'te alınan başlıca önemli kararlar şunlardır:

> "• Devlet, yaratıcı sanatçıların ve kültür insanlarının kültür politikalarını oluşturmalarına ortam yaratmalıdır.
>
> • Devlet, sanatçıların ve kültür insanlarının yeteneklerinin geliştirilmesine yardımcı olmalıdır.
>
> • Devlet, geniş kitlelere ulaşabilmek için bu alanlarda sivil toplum örgütleriyle sıkı bir işbirliği kurmalıdır. Kültürel amaçlı vakıfların kurulması desteklenmelidir.
>
> • Devlet, ülke bütçesinin kafi gelecek kadar bir bölümünü kültürel işlere ayırmalıdır.

• Sanatçının özgürlüğü esastır. Bu hak sınırlamaya yönelik, kısır bir bürokratik anlayışla ele alınmamalıdır. Fakat devlet eğitici ve etik yayınları talep etme hakkına sahiptir.

• Kültür hakkı hiçbir koşulda savaşa teşvik etmek ve ırkçılık yapmak amacıyla kullanılamaz."

Venedik Konferansı'nın ardından 1972 yılında Finlandiya'da Avrupa Kültür Politikaları Konferansı gerçekleşmiştir. Düzenlenen konferansta alınan önemli kararlar şöyle olmuştur:

• Kültür politikalarını belirleyecek çalışmalara sanatçıların, kadın ve gençlik örgütlerinin ve STK'ların katılımı sağlanmalıdır.

• Devlet ayrım olmaksızın tüm bireylerin kültür haklarından faydalanmaları adına demokratik önlemler almalıdır.

• Devlet medyanın kültürel etkilerini gözetmeli ve medya etkisinin olumlu yönlerde kullanılması amacıyla tedbirler uygulamalıdır.

Helsinki'de alınan kararların ardından UNESCO konuyla ilgili çok farklı coğrafyalarda birbiri ardına konferanslar düzenlemiştir. Başlıcaları 1973'te Yogyakarta, 75'te Accra, 78'de Bogota, 81'de Bağdat'ta yapılan konferanlardır. 1982 yılında ise Meksiko'da Dünya Kültür Politikaları Konferansı 1998'de ise Stockholm'de Kültür Politikaları Konferansı düzenlenmiştir. Stocholm'de de kültür politikalarının eşitlikçi, etik ilkeler üzerinde yükselmesi gerekliliği üzerinden durulmuştur. Birbirinde uzak coğrafyalarda konuyu irdeleyen pek çok uluslararası konferansın da gerçekleşmesiyle kültür politikaları tüm dünyada önemsenen bir gündem maddesine dönüşmüş ve yaygınlaşmıştır.[4] Stocholm'de düzenlenen konferansın ardından aynı yıl Türkiye'de Kültür Bakanlığı ve IKSV'nin öncülüğünde Kültür Girişimi konferansı düzenlenmiştir. Baş döndürücü hızla ilerleyen küreselleşme olgusu; yerel, ulusal kültürler için tehdit oluştururken, kültürel çeşitliliği

[4] Stocholm Konferansı'nda Türkiye'yi temsil eden heyetin bir üyesi olan gazeteci ve yazar Hıfzı Topuz'un 14 Temmuz 2019 tarihde Cumhuriyet Gazetesi'nde yazdığı köşe yazısına başvurulmuştur.

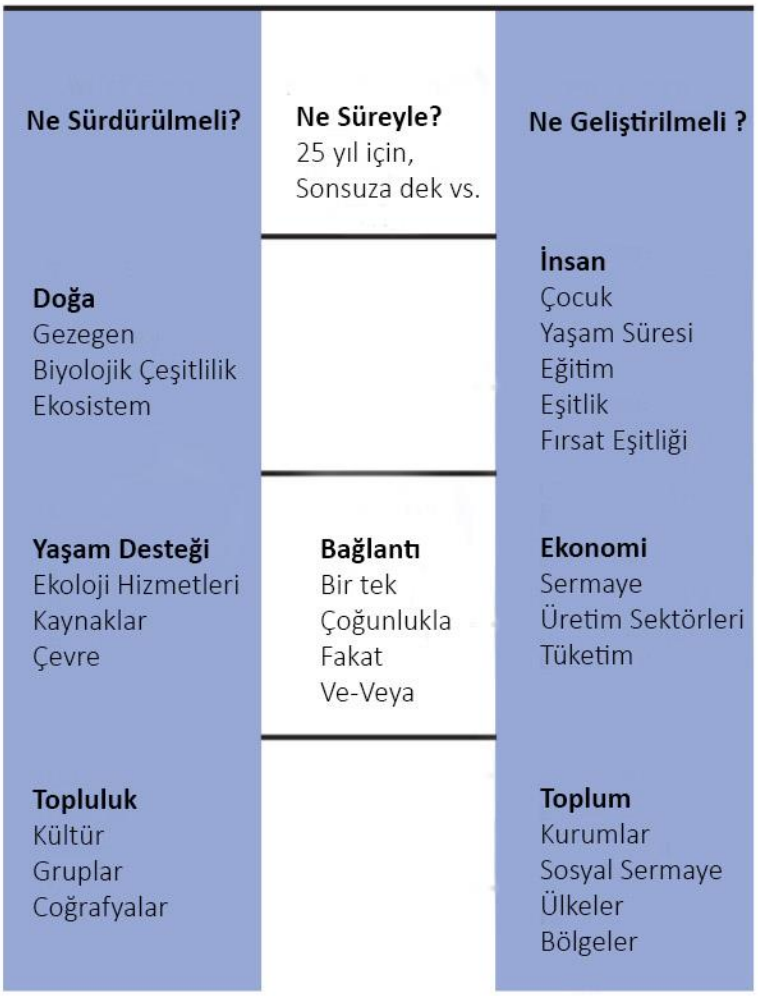
koruyacak politikalar üretmek uluslar için daha önem kazanmaktadır. Kültürel haklara saygı, demokrasi ve insan hakları gibi değerlerle aynı çerçevede değerlendirilmeye başlanmıştır. Ekonomik, ekolojik sosyal değerleri bütünleştiren politikaların üretilmesine olan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır.

1.2.4 Sürdürülebilir Kalkınma ve Kültürel Miras

İngilizcede "Suistinable Devolopment" olarak geçen kavram Türkçe'de "Sürdürülebilir Kalkınma" (Bazı kaynaklarda ise "Sürdürülebilir Gelişme") olarak ifade edilmektedir. Kentbilim Terimleri Sözlüğü'nde yer alan tanıma göre "çevre değerinin ve doğal kaynakların savurganlığa yol açmayacak biçimde akılcı yöntemler ile bugünkü ve gelecek kuşakların hak ve yararları da göz önünde bulundurularak kullanılması ilkesinden özveride bulunmaksızın, ekonomik gelişmenin sağlanmasını amaçlayan çevreci dünya görüşü" olarak tanımlanmaktadır (Keleş, 1998, s. 151). Antik toplumdan günümüz dünyasına değin insanlar ve devletler ellerindeki ekonomik kaynakları verimli kullanabilmek ve geleceğe aktarabilmek için zaman zaman çeşitli önemler almış ve stratejiler geliştirmişlerdir. Fakat sürdürülebilirliğin kavrsamsallaşması ve küresel bir paradigma olarak olarak kabul görüp yaygınlaşmaya başlamasının ilk adımları 20. yüzyıla dayanmaktadır. Günümüzde artık sürdürülebilirlik yönetişim başta olmak üzere, sosyal, ekonomik, kültürel değişkenleri içeren kompleks bir kavram halini almıştır.

1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından hazırlanan bir rapor sürdürülebilir kalkınma kavramını dünya gündemine taşımıştır. Komisyona Norveç'in ilk kadın başbakanı Gro Harlem Brundtland'ın başkanlık etmesi sebebiyle Brundtland Komisyonu denmektedir. "Ortak Geleceğimiz" başlığıyla yayımlanan rapor ise "Brundtland Raporu" adıyla anılmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma bu raporda: "Bugünün ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılayan kalkınma" şeklinde tanımlanmıştır (Report, 1987, s. s37). Bu raporla hayatımıza giren sürdürülebilir kalkınma kavramı o günden bu güne gelişme göstermiş önemini arttırmış pek çok eleştiri de almıştır. Rapor ile ortaya konan temel felsefe çevre ve kalkınmanın birbirinden bağımsız düşünülemeyeceğidir. Sürdürülebilir kalkınma fikrine Rio de Janeiro'da 1992 yılında

yapılan Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı da ivme kazandırmıştır. Oluşan genel çerçevede küresel anlamda çok çeşitli kurumlar sürdürülebilir kalkınma kavramını benimsemiş ve kendi umut ve hedeflerini yansıtmıştır. Fakat Şekil 5'te görülebileceği üzere (U.S. National Research Council, 1999, s. 24) ; Birleşik Devletler Araştırma Kurulu'nun ilgili enstitüsünün geniş bir literatür taramasının ardından yaptığı toparlayıcı çalışmada ifade edildiği gibi; (1) neyin sürdürüleceği, (2) neyin geliştirileceği, (3) neler arasında ve nasıl bağlantı kurulacağı ve (4) ön görülen geleceğin kapsamı, en temel sorular olarak ortaya çıkmıştır. Neyin sürdürüleceği ve geliştirileceğine dair vurgu üç ana alana ayrılır: doğa, yaşam destek sistemleri ve topluluklar öncelenir. Neyin geliştirileceğine dair vurgu; insanlar, ekonomi ve toplum olmak üzere üç başlıkta ele alınmaktadır. Sosyal sermaye olarak bilinen değerli sosyal bağları ve toplum örgütlerini vurgulayarak daha geniş bir toplum anlayışını benimsemenin öneminin altı çizilmektedir. Sürdürülebilir kalkınma kavramı neyin sürdürüleceğini ve neyin geliştirileceğini birbirine bağlar. Örneğin Brundtland Komisyonu çevreyi vurgulayarak bağlantıları kurmuştur ama başka yaklaşımları da gözlemlemek mümkündür. Tüm bunların yanında sürdürülebilir kalkınmanın ancak nesiller arası olması durumunda anlamlı olduğu düşünülmektedir. Bu yüzden yapılacak çalışmalarda süre kıstasının belirlenimi de önem kazanmaktadır.



Şekil 5 : Sürdürülebilir Kalkınma Tanımları (U.S. National Research Council, 1999, s. 24)

Rio'nun ardından aynı yıl Avrupa Birliği 5. Eylem programını kabul etmiş bu programla sürdürülebilirlik hususunda yerel yönetimlerin önemi vurgulanmıştır. 1993 yılında Birleşmiş Milletler uhdesinde Ekonomik ve Sosyal Konseyin kurulması, 1995'de Kahire'de yapılan Nüfus ve Kalkınma Konferansı, 1996'da İstanbul'da İnsan Yerleşimleri Konferansı (Habitat II) sürdürülebilir kalkınma konseptinin gelişiminde önemli eşikler olmuştur. Rio'daki konferansın üzerinden 5 yıl geçmesi ile "Rio +5 Forumu" düzenlenmiştir. Forumun amacı sürdürülebilir gelişimi gündemden uygulamaya geçirmek olarak ifade edilmiştir. 2002 yılına gelindiğinde Johannesburg'ta, süreç boyunca gelinen noktayı değerlendirmek amacıyla Sürdürülebilir Gelişme Konferansı yapılmıştır. Rio +5'i, 2012 yılına gelindiğinde

Rio+20 konferansı izlemiştir. “Arzuladığımız Gelecek” ismi verilen bu toplantıda kalkınma ile kültür arasındaki ilişki üzerinde durulmuştur. UNESCO’nun da son yıllarda kültür konusunu merkeze alan politikalar ürettiği gözlemlenmektedir. Genel olarak sanayi devriminden günümüze doğru uzanan süreçte ekonomik ve sosyal faaliyetlerin ekosistemde yarattığı tahribatın büyüklüğü, toplumların ontolojik devamlılığını sağlamaya yönelik kaygılar sürdürülebilirlik nosyonunun doğmasına sebep olmuş denilebilir (Bozloğan, 2010, s. 1018-1026). Sürdürülebilir gelişme paradigması çevrecilik ve kalkınmacılık arasında seçim yapmadan ilerlemeyi mümkün kılan bir modeli önermektedir.

Sürdürülebilirlik kavramının yalnızca akademik ilgi ile ele alınmasından ziyade küresel ölçekli örgütler tarafından gündeme alınması sürpriz değildir. Kaynakların sınırlılığı ve verimli kullanıma olan mecburiyet bugün herkesçe kabul görmektedir. Birleşmiş Milletler Yeryüzü Zirvesi: Rio, Rio+5, Rio+10, Rio+20 bu gündemin masaya yatırıldığı başlıca küresel organizasyonlar olmuşlardır. Gelişme ve kaynak kullanımı arasındaki kırılgan ilişki ve bu ilişkinin birey ve kent üzerindeki sonuçları bu konunun daha uzun yıllar gündemdeki yerini koruyacağını göstermektedir. Sürdürülebilirlik konusu bir sistem olarak ele alındığında bu kavramsal sistemin alt kümeler ekonomik yapı, sosyal yapı, ekosistem ve yöneti(şi)mdir. (Kanlı, 2015, s. 361-362). Sistemli bir iletişim zincirinin sağlıklı bir şekilde işlediği yönetişim anlayışının gerçekleşmesi mirasların korunmasında ve bütüncül yaklaşımın işlemesinde en önemli koşullardan biri olarak görünmektedir. Küreselleşen dünyayı da birbirine bağlı bileşenleri veya alt sistemleri olan olan bir sistem olarak algılamak, dünyanın bir noktasında yaşanan gelişme ya felaketlerin kısa sürede tüm küreyi etkileme potansiyelini gözetmek ve bu bilinci yaygınlaştırmak önemlidir.

Sürdürülebilir gelişme alanında en mühim kabul edilebilecek küresel ölçekli gelişmelerden biri Eylül 2015'te Birleşmiş Milletler Genel Kurulu, 17 Sürdürülebilir Gelişme Hedefinin (SDGs) oluşturduğu “Sürdürülebilir Gelişme için Evrensel, Bütünleşik ve Dönüştürücü 2030 Gündemi”nin resmen kabul edilmesiyle gerçekleşmiştir. 193 ülke belirlenen 17 hedefe uyacağına dair rıza göstermiştir.

Hedeflerin 2016'dan 2030'a kadar her ülkede uygulanması gerektiği ifade edilmiştir (Birleşmiş Milletler, 2020). Başta Birleşmiş Milletler olmak üzere, politika üreten kuruluşların yerel hükümetlerle birlikte işbirliği içinde olarak ortaya koymuş olduğu yol haritaları ve bu yolculuğa işaret eden bildirge ve sözleşmeler, sürdürülebilir kalkınma stratejilerinde uygulanan kültür politikalarının oluşum sürecini ifade etmeleri nedeniyle önemlidir.

Sachs ve arkadaşları (2019), sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılabilmesi için gerçekleşmesi için altı dönüşümün gerçekleşmesi gerekliliğinden söz etmektedirler. Bu dönüşüm alanları; eğitim & cinsiyet ve fırsat eşitsizlikleri, sağlık-refah & demografi, enerjide dekarbonalizasyon ile sürdürülebilir sanayi, gıda-toprak ve suda sürdürülebilirlik, şehir ve toplumun sürdürülebilirliği, sürdürülebilir kalkınma için dijital dönüşüm şeklindedir. Kentlerin, toplumların ve dolayısıyla kültürün sürdürülebilir kalkınmanın ayrılmaz bir parçası olduğu ifade edilebilir. Söz konusu alan kültürel miras olduğunda, mirası sürdürülebilir politikalar ile korumak geçmişe karşı beslenen saygının ve mirası geleceğe taşıma amacının gereğidir. Miras yalnızca bir bellek nesnesi olarak sınırlı kalmadan, geleceğe yönelik küresel barış ve bilgeliğe hizmet edebilecek şekilde aktarılmalıdır. Bu sebeple küresel ölçekte kültürel mirası sürdürülebilir gelişme stratejileriyle biçimlendirme yolları aranmaktadır (Özünel, 2013, s. 15). Europa Nostra, ICOMOS ve Climate Heritage Network sürdürülebilir kalkınma amaçları konsepti ve iklim değişikliği eyleminde kültürün rolünü tartışan faaliyetlerde bulunmuşlardır. Üç kurumun işbirliği ile ortaya çıkan "Green Paper", "Avrupa Yeşil Mutabakatı"ndaki stratejik amaçların gerçekleşmesinde kültürel mirasın önemine vurgu yapmaktadır (Europa Nostra, 2021). Uluslararası ağların ve kuruluşların bu konuya her geçen gün daha çok yoğunlaştığı görülmektedir. UCLG-MEWA (Birleşmiş Kentler ve Yerel yönetimler Orta Doğu ve Batı Asya Bölge Teşkilatı) "Sürdürülebilir Kalkınmanın Görünür Boyutu Olarak Kültür" tematik dosyasıyla bir bülten yayınlamıştır. Raporda kültürün; ekonomi, çevre ve toplumla birlikte dördüncü güç olarak sürdürülebilir kalkınmanın temelini teşkil ettiği ifade edilmektedir. Keza dünyada kalkınma paradigması da pek çok şey gibi değişime uğramıştır. Günümüzde kalkınma; özgür yaşam, olanakların genişletilmesi ve geleceğin birey merkezli inşa edilmesine dayanan bir anlayışı ifade etmektedir. Ancak

bu kavrayış tek başına ele alındığında kültürel çeşitliliğin önemini göz ardı etmektedir. Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesinin hız kazandırdığı küreselleşme sürecinde ve kalkınmanın yerelleştirilmesi süreçlerinde dünyanın büyük bir kültürel çeşitlilik havuzu olduğu değerlendirilmelidir. Yerel kültürler küreselleşmenin tektipleştirici baskısıyla karşılaşmamalı aksine kültür küreselleşmenin anahtarı olmalı ve yeni anlamların üretilmesinde rol oynamalıdır (Pascual, 2022, s. 8). Bu nedenlerle kültürü doğrudan yeni sürdürülebilirlik paradigmasına dâhil etmek zorunluluğu oluşmuştur ve uluslararası toplumun konuya ilgili her geçen gün artmaktadır.

UNESCO'nun yaklaşımı kültürü, sürdürülebilir kalkınmanın yön vericisi olarak görmektedir. UNESCO yalnızca ekonomik kalkınmanın yeterli olmadığını; insani, bütüncül ve kapsayıcı bir kalkınma felsefesinin gereğini savunmaktadır. Bu felsefe ile hareket eden UNESCO kalkınmanın bireyler ve bölgelerin çeşitli özellikleri ve farklılıklarını göz önünde bulundurarak planlanması gerektiğini ifade eder. Bu görüş 20. Yüzyılın sonunda ortaya konulan kalkınma hedeflerinin 2015'te yeniden gözden geçirilmesinin nedenleri arasındadır. UNESCO kültürün ekonomik girdi yaratmadığı fikrini savunan eleştirilerin de doğru olmadığını savunmuştur. Bu konuyu açıklamak için, sürdürülebilir kültür turizmin sağladığı ekonomik fırsatlar, ulusal ekonomilerin çeşitlenmesi ve genişlemesi, kültürün inovasyon kaynağı olduğu ve inovasyonun önemi gibi örnekler verilmiştir (Alpaslan, 2015, s. 53). Tüm bu fikirler ışığında UNESCO kültürün sürdürülebilir gelişmenin sağlayıcısı ve yön vericisi olduğunu savunmaktadır. Hatta 2014 Nisan'ında hazırlanan ve Yumuşak Güç Ajandası adını taşıyan belgenin giriş bölümünde UNESCO'nun o dönemki genel direktörü Irina Bokova tarafından kurumunun önemli bir yumuşak güç aktörü olduğu söylemi açıkça ifade bulmuştur (UNESCO, Soft Power Agenda, 2020). Bu raporun bir yıl sonrasında Birleşmiş Milletlerin Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini yeniden tanımlaması UNESCO'nun bunları uygulatmada yumuşak güç aktörü olduğunu düşündürtmektedir. Küreselleşen dünyada tüm bu gelişmeler açıkça göstermektedir ki; kültür, sürdürülebilir gelişmenin temel bir bileşeni olarak kabul edilmeye başlanmıştır.

1.2.5 İnsan Hakları ve Kültürel Miras

Günümüze ait; insan hakları ve eşitlik konuları kültürel mirasla ilgili literatür ve dokümanlar için de temel kavramlardır. İnsan hakları, insan davranışlarının belirli standartlarını tanımlayan ahlaki ilkeler veya normlardır. İnsan hakları felsefesi, insan haklarının varlığı, içeriği, doğası, evrenselliği, gerekçesi ve hukuki durumu ile ilgili soruları ele almaktadır. Bu haklar tüm insanlara içkin olmakla birlikle, devredilemez; dil, din, ırk gibi ayrımlara tabi tutulamaz. (Nickel, 2020). "Kültür yaratan, kültürü öğrenen ve öğreten insan (Homo Culturalis)" (Güvenç, 1995, s. 196) olarak kültürel yaşama katılmak hiç şüphe yok ki her bireyin doğal hakkıdır.

İnsan haklarının düşünsel geçmişi çok eskilere uzansa da, terimin kavram olarak şekillenmesi 18. yüzyıl itibariyle gerçekleşmiştir. Kavram, insanların doğuştan bir takım haklara sahip olarak dünyaya geldiğini ifade eder. Bu alanda verilen kavgalar günümüze kadar gelmiş ve kavramı şekillendirmiştir. Ekonomik yapının geçirdiği değişimlerle kapitalizm sonrası tabakalaşan toplumda giderek artan egemen sınıf baskısı, ezilen toplumsal kesimlerin insan hakları mücadelesini genişletmesine sebep olmuştur. Çağımızda artık insan hakları uluslararası bildirgeler ile ifade edilip güvence altına alınmaktadır (Çeçen, 1995, s. 11). İnsan hakları hareketini ikinci ve üçüncü kuşak haklara ilişkin hareketler takip etmektedir.

İnsan hakları hareketini canlandıran temel fikirlerin pek çoğu İkinci Dünya Savaşı ve Holokost[5] olaylarından sonra gelişmiştir. 1948 yılında Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından Paris'te İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin kabul edilmiştir. İnsan hakları söyleminin öncülü doğal haklar kavramı olmuştur. Avrupa Aydınlanması sırasında John Locke, Francis Hutcheson ve Jean-Jacques Burlamaqui gibi filozoflar, Amerikan Devrimi ve Fransız Devrimi'nin siyasi söylemi ile örtüşen hak temelli kavramların üzerinde durmuşlardır. Bu temelden hareket alan modern insan hakları söylemi 20. yüzyılın son yarısında özellikle kölelik, işkence, soykırım ve

[5] Holokost, Nazi Soykırımı ya da Yahudi Soykırımı; Adolf Hitler öncülüğündeki Nazi Almanyası döneminde, SS birlikleri tarafından işgal edilen bölgeler içerisinde Yahudi nüfusun sistemli bir biçimde katledildiği soykırımdır. Ölü sayısı farklı kaynaklara göre değişse de öldürülen tüm gruplarla birlikte sayının 10 milyondan az olmadığı düşünülmektedir.

savaş suçlarına tepki olarak, adil bir toplum olmanın ön koşulu olarak öne sürülmüştür (Bass, 2010). Öne sürülen hakların merkezinde birey özgürlüğü fikrinin bulunduğunu değerlendirmek mümkündür.

Tüm gelişmelere rağmen dünyada halen yaygın ihmaller söz konusudur. Zaten insan hakları kavramı da mevcut durumu tanımlayan değil, ideali ifade eden bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsan hakları doktrini uluslararası hukukta, küresel ve bölgesel kurumlarda oldukça etkili olmuştur. Devletler ve sivil toplum örgütlerinin faaliyetleri bu alanda küresel ölçekte bir kamu politikasının temelini oluşturmaktadır. İnsan hakları doktrininin ileri sürdüğü güçlü iddialar, günümüze kadar insan haklarının içeriği, doğası ve gerekçeleri hakkında kayda değer bir şüpheciliği ve tartışmaları yaratmaya devam etmektedir. Hak kavramının ne olduğu ve kapsamı felsefi tartışmalara konu olmaktadır; insan haklarının adil yargılanma hakkı, köleleştirmeye karşı koruma gibi çok çeşitli hakları kapsadığı konusunda fikir birliği olsa da, soykırımın yasaklanması, ifade özgürlüğü veya eğitim hakkı gibi haklar söz konusu olduğunda bu haklardan hangilerinin insan hakları genel çerçevesine dahil edilmesi gerektiği konusunda anlaşmazlık söz konusudur (Nickel, 2020). Tanınmış tüm hakların hukuk yoluyla güvence altına alınması gerektiği açıktır.

İnsan haklarının bir boyutu da kültürel çeşitlilik ve kültürel haklardır. Kültürel çeşitliliğe ilişkin hakların resmiyet kazanması 2001 yılında UNESCO Genel Konferansında "Kültürel Çeşitlilik Evrensel Bildirisi"nin kabulüyle olmuştur. Bildirinin ilk maddesi kültürel çeşitliliği insanlığın ortak mirası olarak tanımaktadır. İkinci madde; kültürel çeşitlilikten kültürel çoğulculuğa demokratik geçişten söz etmekte; 3. Madde ise kültürel çeşitliliğin kalkınmada bir etken olduğunun altını çizmektedir. Dördüncü maddede ise; kültürel çeşitliliği koruma altına almanın, insanlık onuruna duyulan saygıya bağlı ahlaki bir mecburiyet olduğu söylenmektedir. Beşinci maddede; kültürel hakların insan haklarının ayrılmaz bir parçası olduğu ifade edilmiştir (UNESCO, 2001). Böylelikle kültür; ekonomik gelişme ve sosyal uyum konularına dair tartışmaların merkezine çekilmiş, kültüre saygının ve çeşitliliğin korunmasının uluslararası barışın sağlanmasında önemli olduğu ifade edilmiştir. Bildiriyi 2005 yılında yapılan genel konferansta imzalanan "Kültürel İfadelerin

Çeşitliliğinin Korunması ve Geliştirilmesi Sözleşmesi" izlemiştir. Bu sözleşme kültürel çeşitliliği iki kavramla birlikte ele almaktadır, bunlar sürdürülebilir gelişme ve kültür endüstrisidir. Kültür ve kalkınma bu sözleşmede kesin bir dille örtüştürülmüştür (Oğuzhan, 2013, s. 85). Ancak, günümüzde kültür ürünlerinin tektipleşmesi, metalaşması ve yabancılaşmaya neden olması bağlamında getirilen eleştirel yaklaşımlar güncelliğini korumaktadır.

Kültürel miras kavramının ortaya çıkışı ve günümüze değin evrim belli eğilimler çerçevesinde süregelmiştir. Bu eğilimler evrensel, mutlak ve nesnel bir kültür anlayışından ziyade; daha öznel, çoğulcu bir konsepte de doğru hareket etmektedir. Kültürel mirasın korumacı bir anlayışla ele alınması kültürün de daha geniş bir şekilde korunmasına vesile olmaktadır. Fakat bu konu insan haklarının kapsamı ve felsefesiyle ilişkisi bakımından yeni bir tartışma sahası açmaktadır. Kültürel mirasın korunmasının sonsuz bir öznelliğe ya da göreliliğe tabi tutulamayacağı açıktır. Bu noktada önem kazanan uluslararası hukuk uygulamaları kültürel miras yönetiminde bir girdi faktörü haline gelmekte ve ivme sağlamaktadır. Kültürel mirastan faydalanma hakkının bir insan hakkı olarak tanımlanması ve bu alandaki taleplerin insan hakları ile uzlaştırılmasının daha güçlü bir koruma sağlayacağı açıktır. Fakat "insan hakları" geniş yelpazedeki taleplere belirli bir dengede sağlayarak yer vermek zorundadır (Ziegler, 2007, s. 22). Bu yaklaşımlar doğrultusunda açıkça söylenebilir ki hukuk; özellikle uluslararası hukuk ve insan hakları hukuku kültürel miras yönetiminin gelişimini etkileyen bir faktör olarak önem kazanmaktadır.

Birleşmiş Milletler Kültürel Haklar Özel Raportörü Karima Bennoune da Ekim 2016'da Genel Kurula sunduğu raporu kültürel miras ve insan hakları ilişkisine ayırmıştır. Rapora göre bir halkın kültürel mirasını bireylerden ve haklarından ayırmak imkansızdır. Bennoune kültürel mirasa ilişkin hakların İnsan Hakları Konseyi tarafından da güvence altına alındığını ifade etmektedir. Bu durum UNESCO'nun Kültür Sözleşmelerine ve kültürel çeşitliliği ve mirası korumayı amaçlayan standart belirleme araçlarına yansır. Somut ve somut olmayan mirasın birbiriyle yakından bağlantılı olduğunu ve birine saldırılara genellikle diğerine saldırının diğerine eşlik ettiğini anlamak çok önemlidir. Lahey sözleşmesi gibi sözleşmeler devletlerin

tahribini sınırlayıcı özelliğe sahip olsa da devlet dışı aktörleri de sınırlayacak stratejilerin geliştirilmesi oldukça önemlidir. Keza IŞİD'ın Irak'ta yaptığı kültürel miras katliamları konunun en güncel örneğidir[6] (Bennoune, 2020). Küresel ölçekte, çatışmalar ve terörizm kültür varlıkları için tehdit oluşturmaktadır.

Eryazıcıoğlu ve Cengiz kültürel mirası insan hakları bağlamında inceledikleri çalışmada, miras-insan ilişkisi neticesinde yaşanan pek çok değişimi ifade etmişlerdir. Kültürel mirasın insan haklarının uygulanmasında bir aracı özelliğine sahip olduğu düşünülmektedir. Korumanın başarısı toplumun desteği ölçüsünde ve yerel eğilimlere duyarlılıkla mümkündür. Paydaşlar arasında eşgüdüm sağlanmalıdır. Mirasın zarar görmesi çok boyutlu sonuçları olan bir hak ihlalidir. Mirasın korunmasında başarım kolektif haklar ve kamu ile özel haklar arasında bir uzlaşma ve dengenin sağlanmasına da bağlıdır (Eryazıcıoğlu & Cengiz, 2018 , s. 647-649). Kültürel miras artık yaygın bir biçimde toplumun kimliğinin önemli bir parçası olarak kabul görmeye başladığından, mirastan faydalanmanın önüne geçen her türlü olay bir insan hakkı ihlali olarak görülmeye başlanmıştır. Bu durum yalnızca akademik alanda tartışma bulmakla kalmamış politika belirleyici kurumların da gündeminde yer etmeye başlayarak uluslararası sözleşmelerde de ifade bulur bir pozisyona gelmiştir.

1.3 Kültürel Mirası Korumak ve Yönetmek

Koruma kavramının sözlük anlamları özetlenecek olursa; " (1) Bir şeyi dış etkilerden, tehlikeden, zor bir durumdan uzak tutmak, esirgemek, muhafaza etmek, (2) Tehlikeye karşı denetimi altında bulundurmak (3) Zararlı durumları önlemek (4) Bir şeyin eskimesini, yıpranmasını önlemek (5) süregelen bir durumun değişikliğe uğramasını önlemek." gibi ifadelere rastlanır (TDK, 2020). Söz konusu alan kültür varlıkları olduğunda herhangi bir yapı ya da varlığın işlevini yerine getirebilme süresini uzatma isteği koruma fikrinin temelidir. Bugün kültürel mirasın toplumların ve bireylerin kimliğinin bir parçası olduğu fikri ve sosyal uyuma sağladığı katkı

[6] Irak ve Suriye'de etkinlik gösteren terör örgütü olan IŞİD, UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan Roma dönemi metropollerinden Hatra şehrini yıkıma uğratmıştır. Başta Musul Müzesi ve Kütüphaneler olmak üzere pek çok kültürel mirası tahrip eden örgüt, tarihi eser kaçakçılığını da teşvik etmiştir.

herkesçe kabul görürken koruma kavramı da önemini artırmaktadır. Kültürel mirası korumak, onu olası tehlikelerden uzak tutarak gelecek nesillere aktarma çabasını ifade eder. Bu kavram hem taşınır hem de taşınmaz eserlere yönelik önlemlere işaret etmektedir. Bugün dünyamızda taşınmaz kültür varlıkları doğal afetler, savaş, terör gibi çeşitli tehditlerle karşı karşıya kalırken; taşınır eserler de aynı tehditlerin yanında, hırsızlık, yağma, kaçakçılık gibi risklerle karşı karşıyadır. Tüm bu tehditlerle mücadele edebilmek için uluslararası toplum özellikle ikinci dünya savaşı akabinde günümüze uzanan süreçte pek çok uluslararası bildirgeyi yayınlayarak çeşitli tedbirleri uygulamaya almıştır. Doğal olarak ilk düzenlemeler savaş halinde kültür varlıklarını korumakla ilgilidir. 1950 sonrası yaşanan gelişmeler bu anlayışın insanlığın ortak değeri olarak görülen bir miras anlayışına evrildiğini göstermektedir. 2000'li yıllarda miras kültürel çeşitliliğin ve diyaloğun kaynağı olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Kültürel mirasın korunmasına ilişkin süreç dinamik bir süreçtir. Kültürel mirasa atfedilen işlevler ve korumak için atılan adımlar zaman içinde gelişmiştir. Bugün artık, bir ortak değer olarak mirasın korunması tıpkı insan hakları gibi, tıpkı çevre sorunları gibi küresel önem arz eden bir mesele olarak ele alınmaktadır.

Herhangi bir esere kültürel değer atfedilmesi ve bu özelliğiyle koruma konusu olabilmesi için özgünlük, süreklilik gibi özellikler taşıması beklenir. Koruma; kültürün temelinde yer almaktadır ve toplumsal bilinç konusudur. Kültürel varlıkların korunabilmesi için çok geniş yelpazede kurumlar; uzmanlar, akademik dünya, sivil toplum ve kamuoyu arasında eşgüdüm gereklidir. Dolayısıyla kültürel, ekonomik ve sosyal düzeyleriyle pek çok faaliyeti içeren koruma olgusu, ortak bir katılımı ve disiplinler arası bir çalışmayı mecbur kılmaktadır (Emre, 2017). Bu açıdan bakıldığında kültürel mirasın korunması çok paydaşlı bir yapının yönetilmesine dayanan bir iletişim süreci olarak da okunmalıdır.

Kültürel miras yönetimi, kültür varlıklarını gelecek kuşaklara ulaştırmak için araçlar, politikalar ve stratejiler geliştirmeyi esas almaktadır. Bu nedenle koruma ve yönetim iç içe geçmiş alanlardır. Kültürel miras yönetiminin temel uygulaması korunmak istenen alanla ilgili; stratejileri net bir şekilde ortaya koyan "yönetim planı" çalışmalarının yapılmasıdır. Planın teorik çerçeve ile sınırlı kalmaması ve devingen

bir süreç işletilerek pratiğe dökülmesi elzemdir. Sürdürülebilir kültürel miras yönetimi anlayışı eserleri yalnızca fiziken sağlamlaştırmayı ve korumayı değil; eserleri toplumun sosyokültürel gelişimine ve kalkınma süreçlerine katkı sağlayacak varlıklar olarak kullanmayı gerekli kılar. Yönetim yaklaşımı katılımcı olmalı; paydaşlarla işbirliği geliştirilmeli, halka rağmen değil halkla birlikte çalışmalar yürütülmelidir (Kuşçuoğlu & Taş, 2017, s. 64). Kültürel mirası yönetmek için üç temel aşama; tanımlama, politika geliştirme ve izleme çevresinde gerçekleşmektedir. Miras değeri atfedilen alanın analizi ve değerinin tanımlanması ilk aşamadır. Alanın korunması, iyileştirilmesi ve potansiyel riskleri için politikalar geliştirilmelidir. İzleme ve iyileştirme ile süreç için kalite güvencesi sağlanmalıdır. Kültürel mirasın korunması ve yönetimi, miras kaynaklarının teşkil ettiği değerlerin doğru anlaşılmasına bağlı olarak; toplumsal gelişmeye aracılık etmektedir (Lennon, 2012, s. 450). Bu nitelikleri itibariyle kültürel miras yönetimi, kültür varlıklarının fiziki koruması veya yenilenmesiyle sınırlı olmayan; yönetişim süreçlerini içeren şemsiye bir kavram olarak ifade bulmaktadır.

1.3.1 Koruma Olgusu

Eski zamanlardan bugüne kültürel mirasın korunmasına yönelik atılan adımları gözlemlemek mümkündür. Fransız ihtilalinin ardından bazı devrimcilerin egemen sınıfı temsil ettiği düşünülen yapıları yıkmayı istedikleri ifade edilmektedir. 19. Yüzyıl başında bakımsızlığa terk edilmiş olan Notre Dame Katedrali şehir plancılarının yıkım hedefleri arasında yer almaktadır. Victor Hugo'nun Notre Dame'ın Kamburu adlı romanını yapıya dikkat çekmek niyetiyle yazdığı bilinmektedir. Öyle ki yazar amacına ulaşmış ve bu roman sayesinde katedral korunmuştur. Paris halkı tüm imkanlarını kullanarak onarım çalışmalarına başlamıştır. Restorasyon projesinin yürütücülüğünü mimar Eugène-Emmanuel Viollet-le-Duc yapmıştır. Yirmi yıl kadar süren çalışmalar başarıyla sonuçlanmış yıkılan kule yerine de yenisi dikilmiştir[7] (Nash, 1983, s. 122).

[7] 2019 yılında çıkan ve 8,5 saat süren yangında söz konusu kule yine yıkılmış ve içindeki eserlerle birlikte yapı büyük zarar görmüştür.

Bu olayla birlikte koruma fikri, tarihi yapılarla sınırlı olsa bile yeni ve önemli bir boyut kazanmış ve gelişmiştir.

Fransız ihtilalini takip eden milliyetçilik akımı, kültürel miras algısının oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Konuyla ilgili hukukun ise kökleri 18. yüzyıl'a, Avusturya hükümdarı Maria Theresa'ya kadar dayandırılabilir. Bu dönemde Viyana Kongresi'nde; savaş esnasında sanat eserlerinin bulundukları yerden alınmaması kararlaştırılmıştır (Protection of cultural heritage, 2011, s. 13). Bu durumun oluşmasında aydınlanma fikri ve değerlerinin etkili olmuş olabileceği düşünülebilir. Süreci 1874'te Brüksel'de, savaş kuralları ve gelenekleri hakkında uluslararası bir anlaşma taslağının kabulü izlemiştir. 1899'a gelindiğinde ise dönemin Rus Çar'ının inisiyatifi ile Hollanda'da toplanan barış konferansında benzer konular ifade edilmiş fakat imzalanmamıştır. Kültürel mülkiyetin dokunulmazlığını açıkça ortaya koyan esas olay 1899 ve 1907 Lahey Sözleşmeleri olmuştur. 1935'te "Roerich Paktı" olarak anılan Sanatsal ve Bilimsel Kurumların Korunması Antlaşması imzalanmıştır. 1954 yılında, Lahey'de UNESCO'nun girişimiyle imzalanan "Silahlı Çatışma Durumunda Kültür Varlıklarını Koruma Sözleşmesi" bu alandaki en önemli gelişme olmuştur (Fiankan-Bokonga, 2020). Lahey Sözleşmesi ile kültürel miras belirli bir etnik gruba, topluma ya da ülkeye özgü olmaksızın tüm insanlığın ortak değeri olarak tanınmıştır.

Lahey Sözleşmesi ile aynı yıl Mısır hükümeti Nil Vadisi'ne Aswan Barajı'nı inşa etmeye karar vermiştir. Bu barajla 3000 yıllık bir geçmişe sahip olan Nubia antik bölgesi sular altında kalma tehlikesi ile karşı karşıya kalmıştır. İnsanlık tarihinin bu görkemli mirasını korumak adına UNESCO uzun yıllar sürecek bir kampanya başlatmıştır. İşte bu kampanya; 1972 Sözleşmesi olarak da anılan "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması Sözleşmesi" ve "Dünya Mirası Listesi'nin oluşturulmasına ilişkin gelişmenin başlangıç noktasıdır. Bu gelişmeleri "Tehlike Altındaki Miras Listesi" takip etmiştir. 2004 yılında bir kültürel miras alanına yapılan tahribat ilk defa cezalandırılmıştır. Tehlike Altındaki Dünya Mirası Listesi'nde yer bulan Dubrovnik eski şehrine 1991 yılında atılan yüzlerce havan topu; yıllar sonra ilgili Yugoslav subayın mahkûmiyetine neden olmuştur. Bu gibi eylemlerin bir sonucu olarak UNESCO ve bazı taraf devletler, Lahey Sözleşmesi'ni geliştirmek fikriyle

1999’da Kabul edilen ikinci protokolü hazırlamışlardır. Böylece; hırsızlık, yağma, saldırı, vandalizm gibi kültürel varlığa yönelebilecek her türlü eylem ceza konusu olarak ele alınmıştır. 2016 yılında ise Uluslararası Ceza Mahkemesi Timbuktu'daki on dini yapının 2012 yılında imha edilmesinden dolayı Malili cihatçı Ahmet el Faqi el Mehdi’yi hapis cezasına mahkûm etmiştir. Bu tarihi bir karardır çünkü ilk kez kültürel mirasın tahribi açıkça “savaş suçu” ilan edilmiştir. Aynı dönemde tarihte ilk kez kültürel mirası korumak, Birleşmiş Milletler’in bir misyonu olarak da belirlenmiştir. 2015 yılı ise uluslararası toplumun kültürel mirasa karşı tutumunda gerçek bir dönüm noktasının yaşandığı yıl olmuştur. UNESCO'nun da desteğiyle 50 ülke, iç savaş ve IŞİD tehdidi altındaki Irak ve Suriye'den gelen kültürel varlık ticaretini yasaklayan BM Güvenlik Konseyi kararını kabul etmiştir. Kısa bir süre sonra UNESCO “yumuşak güç”ün etkinliğine inanarak, küresel bir sosyal medya kampanyası olan Unite4Heritage'ı başlatmıştır. Bu kampanya küresel ölçekte gençleri dünyadaki kültürel mirasın korunmasında manevi olarak birleştirmiştir. Artan ve önlenemeyen yıkımlar karşısında; İtalya, BM Genel Kuruluna “Kültür için Mavi Kasklar” yaratma fikrini önermiştir. 2016'da İtalya, sivil uzmanlar ve İtalyan jandarmalarından oluşan dünyanın ilk acil kültür görev gücünü oluşturmak için UNESCO ile bir anlaşma imzalamıştır. Aynı yıl Abu Dabi’de bir araya gelen çok sayıda hükümet temsilcisi kültürel mirası korumak konusundaki kararlılıklarını vurgulamışlardır (Fiankan-Bokonga, 2020). Uluslararası hukuk, küreselleşme ve gelişen iletişim teknolojileriyle doğrudan bağlantılı olan bu tarih insanlığın hafızasını oluşturan somut ve somut olmayan değerlerin bütününü korumada pek çok önemli eşiğe sahne olmuştur. Yaşamımıza, kimliğime ve toplumlara büyük bir anlam zenginliği ve tarihi derinlik katan kültürel mirasın korunmasında kritik dönüm noktaları böylece gerçekleşmiştir.

1.3.2 Kültürel Mirasın Değeri

Kültür sosyolojisine değinen ilk bölümde de temas edilen, modernleşme-çağdaşlaşma gibi kavramlara yaslanarak yapılan kent planlamaları ve her türlü yapılaşma; gerek şehirde gerekse kırsal bölgelerde kültürel mirasın olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır. Bu konunun özellikle Türkiye özelinde sayısız örneği bulunmaktadır. Bu alanda yaşanan sorunlar kültürel mirasın taşıdığı değerlerin iyi

anlaşılmaması neticesinde gerçekleşmektedir. Bir ortak değer olarak görülen; kültürel mirasın üstelendiği fonksiyon, bireylerin ve toplumun kültürel kimliğini meydana getiren önemli bir unsur olmasından kaynaklanmaktadır. Mirası tehdit eden yalnızca bu beşerî eksiklik ve hatalar değildir. Doğal afetler de kültür mirası için sürekli bir tehdit alanıdır. Bir kültür varlığı ister ihmal, düşmanlık, kaçakçılık gibi beşeri sebeplerle zarar görmüş olsun; ister deprem, yağmur gibi doğa olayları ile yıpranmış olsun buradaki en önemli nokta zararın geriye döndürülemez oluşudur. Dolayısı ile kültür mirasının taşıdığı değer ve önemin iyi anlaşılması onu etkin bir şekilde korumanın başlangıcıdır. Çağdaş kültür mirası yönetimi politikaları artık açıkça ortaya koymaktadır ki, mirası yalnızca korumak da yeterli değildir. Onu insanlığın sosyal ve ekonomik hayatına kazandırarak fayda sağlamak da önemli bir gerekliliktir. Bir yerin, ya varlığın önem derecesini belirlemek ona atfedilen değerlere bağlıdır. Ancak bu değerlerin neler olduğunu tanımlamak oldukça güçtür. Keza değerler kültürel olarak topluma bağımlıdır ve değişkenlik göstermektedir. Mason ve Avrami kültürel miras çalışmaları alanında değerlere başvurulmasının bir çözüm aracı ve ortak dil sağladığına dikkat çekmektedirler (Mason & Avrami, 2002, s. 15). Darvil ise değerleri fayda, tercih, varoluş ve algı başlıklarında kavramlaştırmaktadır. "Paylaşılan sosyal değerler"in toplumsal olayların anlaşılmasındaki öneminin, Durkheim, Weber ve Marx gibi düşünürler tarafından da vurgulandığını belirtmektedir (Darvill, 1995, s. 38). Ortak değerler toplumsal yapının oluşmasında rol oynamaktadır.

Kültürel mirasın taşıdığı değerlerin neler olduğunun açıkça belirlenmesine dair dikkat çeken ilk çalışma Alois Riegl'a aittir. "Modern anıt kültü: karakteri ve kökeni" isimli çalışmasında Riegl, anıtların taşıdığı değerleri; yaş değeri, tarihi değeri, hatıra değeri, kullanım değeri, sanatsal değeri ve inovatif değeri olarak tasnif etmiştir (Riegl, 1982). Riegl'ın 20. Yüzyılın henüz başında yaptığı değerlendirmeyi pek çok farklı çalışma izlemiştir. Lipe, ekonomik, estetik, çağrışımsal-sembolik ve bilgi olmak üzere dört ana değerden söz eder (Lipe, 1984). Burra Sözleşmesi'nde yine dört değerden söz edilmiştir bunlar; estetik, tarihi, bilimsel ve sosyal değerlerdir (2013). Literatüre bakıldığında farklı sınıflandırılmaların yapıldığı görülmektedir. Gelgelelim sınıflandırmadaki yaklaşım farklarına rağmen Kabul gören değerler benzerdir. Bu çalışmada kültürel mirasın değerleri dört başlıkta toplanmıştır:

- Kimlik, Belgesellik, Süreklilik ve Çevre Değerleri
- Sanatsal, Mimari ve Estetik Değerleri
- Ekonomik, İşlevsel ve Eğitim Değerleri
- Tarihsel, Geleneksel, Mitolojik ve Anı Olma Değerleri
- Benzersizlik, Enderlik ve Özgünlük Değerleri

Kimlik, Belgesellik, Süreklilik ve Çevre Değerleri

Stuart Hall'a göre uluslar da da tıpkı bireyler gibi karmakarışık uzun geçmişlerinden seçtiklerini milli bir öykünün anlatımı için kullanırlar (Hall, 1981, s. 221). Böylelikle kim olduğumuz, nereden gelip nereye gittiğimiz, kısacası kimliğimiz ortaya çıkmış olur. Fakat anlatılacak bu hikayeler belgelere ihtiyaç vardır. Kültürel bir varlık geçmişten gelen pek çok bilgiyi saklayan bir belgedir. Ahunbay'a göre bu özelliğiyle belgesellik değeri kültürel varlıkların korunmasında özel bir öneme sahiptir. Belgesellik değeri tüm değerleri içeren şemsiye bir kavram olarak da düşünülebilir (Ahunbay, 1992, s. 87). Bireyler veya gruplar kendilerini "x'li ya da y'li" olarak tanımlarken toplumun kolektif hafızası ve ortak kimliği kültüre dair belgelerle örülmüş olur.

Kültürel varlıkların taşıdığı bir değer anlamında "süreklilik" ise; eserin kendisine modern toplum yaşamı içinde halen yer bulması ile ilgilidir. Böylece yapıdan fayda sağlanarak korunuyor olması mümkün kılınır. Yapı günümüze ilişkin bir işlev ile varlığını sürdürerek 'geçmişimiz için bir gelecek' olarak tanımlanan önemli bir koruma söyleminin gereği yerine getirmiş olur (Emre, 2017, s. 43).

Çevresel değer ise yapının çevresi ile olan alışverişine vurgu yapan bir kavramdır. Bazı kültürel varlıklar; var oluşlarıyla çevrelerine büyük bir anlam ve hikâye derinliği kazandırırlar. Örneğin Eyfel Kulesi'nin olmadığı bir Paris'i düşlemek bugün neredeyse imkânsızdır. Tek bir Safranbolu evi çok anlamlı değilken bu evlerin bütününden oluşan Safranbolu çok büyük bir kültürel zenginliğe ev sahipliği yapmaktadır. Her iki örnek de kültürel mirasın çevre değerine açıklık getirmektedir.

Sanatsal, Mimari ve Estetik Değerleri

Bazı kiliseler elbette biraz ilginçtir, oysa Notre Dame'ın sanatsal ve tarihi değerleri onun en üst sıralarda yer almasını sağlamaktadır (Arjo, 2013, s. 426). Bu farkın oluşmasında önemli etkenlerin başında bu anıtsal yapının sahip olduğu mimari estetik gelmektedir. Bu gibi yapıların görünüm güzelliği tarihi değer ve anlamların yanında sanatsal değerler de kazanmalarını sağlamaktadır. Kültürel nesnenin estetik kalitesi çoğu zaman korunma sebebi olarak önemli bir unsurdur ve yeni sanatsal yaratıcılığa da ilham verir. Söz konusu kavram "değer" olduğunda nesnelerin ekonomik değeri ilk akla gelen konulardan olmaktadır. Fakat ekonomik değerden bağımsız olarak da sanatsal değerin taşıdığı önem göz ardı edilmemelidir. Sanayi devriminden günümüze uzanan süreçte kontrolsüz kalkınma ve sanayileşmenin etkileri tartışma konusu olmuş, bilhassa kentlerle ilgili mimari estetik kaygılar daha da artmıştır. Küreselleşmenin bir neticesi olarak dünyada şehirler giderek birbirine benzemeye başlamıştır. Peyzaj, dil, din, iklimden doğan ve her bir şehri ve halkını tanımlamaya yardımcı olan bireysel kültürel farklılıklar ve yerlilerin kültüründen ziyade inşaat teknolojilerini yansıtan standartlaştırılmış beton matris kentleri giderek kuşatmaktadır (Kilburn, 2020). Biz bugün pek çok kenti, örneğin İtalya'nın kadim şehirleri Venedik, Floransa, Roma gibi yerleri geçmişten aldığımız miras ile ayırt ediyor ve anlamlandırıyoruz. Neredeyse tüm dünyada şehirlerin günümüz inşaat teknolojisi ve mimari anlayışına teslim edilmiş bölgeleri ise birbirine benzeyen beton bloklarla örülüyor. Bu yeni kentsel ortamda, bireyler kendi kimliklerini mirastan yoksun alanlarda inşa etmek gibi bir gerçekle yaşıyorlar.

Ekonomik, İşlevsel ve Eğitim Değerleri

Finansal açıdan, bir kültürel varlığının değeri onun doğrudan ya da dolaylı kullanımından elde edilebilecek faydalarda yatar. Ekonomik katkının gerçekleşmesinin pek çok yolu mümkündür. Turizm, eğlence sektörleri, yaratıcı endüstriler bu alanda ilk akla gelebilecek ilgili alanlardır (2020). Kültürel mirasın yer aldığı bölgeler doğru yönetildiğinde bulundukları yerleşim yerlerine ekonomik yönden büyük bir canlılık ve kazanç sağlayabilmektedir. Öyle ki; kültürel miras alanının etrafında müzeler, alışveriş alanları, çeşitli dükkanlar, lokantalar, toplu ulaşım ya da

lojistik firmaları gibi sayısız ticari girişim yer almaktadır. Böylelikle kitlesel bir pazar oluşmaktadır (Hoppen & Brown, 2014, s. 37). Tahminde bulunmak çok güç değildir ki; pek çok örnekte, toplumun kültürel miras alanını korumak ve yaşatmak için katlandığı ekonomik maliyet, zaman içerisinde mutlaka kazanca dönüşmektedir.

Kültürel miras eğitim işlevi de üstlenerek pek çok profesyonelin yetişmesinde rol oynayabilir. Kültürel varlıklar ister taşınır ya da taşınmaz nesneler olsun ister kapalı ya da açık mekanlar olsun fiziki varlıklarıyla hemen hepsi günlük hayatta rol alabilecek bir kullanım işlevine sahiptir. Örneğin Kapalı Çarşı, günümüzde aynı işleviyle varlığını sürdürmekte ve ekonomik hayatta yer tutmaktadır. Kapalı Çarşı örneğindeki durum her zaman geçerli kılınamaz. Örneğin uzak geçmişte ibadet amacıyla yapılmış bazı tapınakları korurken bu yapıların ibadet işlevini sürdürmediğini biliriz. Fakat bu yapılar da önemli kültür turizmi alanları olarak yine ekonomik değer kazanımını sağlarlar. Unutulmamalıdır ki miras öğelerinin taşıdığı değerlerden istifade etmek onları depo ve arşivlerde saklayarak gerçekleşmez.

Tarihsel, Geleneksel, Mitolojik ve Anı Olma Değerleri

Taşınır ya da taşınmaz; somut veya somut olmayan kültürel miras nesneleri temel bir ortak özelliği yaşayan birer tarihi belge olmalarıdır. Tüm kültürel miras nesneleri onları var eden toplumlardan günümüze kalmış yaşayan tarih nesneleridir. Bu özellikleriyle kültürel miras varlıkları geçmiş dönemde yaşamış insan toplulukları hakkında beşeri, ekonomik ya da sosyal yönlerden pek çok bilgiyi de içerir. Bu özellikleri açısından kültürel miras varlıkları tarih, antropoloji, arkeoloji hatta coğrafya gibi pek farklı disiplinin önemli kaynağıdır.

İnsanlığın vazgeçilmez arayışlarından biri geçmişini bilmek, öğrenmek isteğidir. Bireylerin sağlıklı olarak toplumsallaşması ve bir kültürel süreklilikten söz edebilmek için kültürü oluşturan varlıkların da aktarımı söz konusu olmalıdır. Kültürel miras varlıkları geçmişteki bireysel ve toplumsal faaliyetlerin belge değerinde yansımalarıdır (Emre, 2017, s. 35-36). Toplumsal anılar, gelenekler, mitler bu belgelerde ifade bulur. Tıpkı doğal bir miras alanı olan ve Nuh Tufanı anlatasında kendine yer bulan Ağrı Dağı gibi pek çok örnekte mitoloji, inançlar ve miras alanları

iç içedir. Efsane ya da söylencelerin ilişik olduğu pek çok kültürel alan söz konusudur. Kültürel yapıları inşa eden toplumlar bu çabayı inançlar, değerleri, yaşam biçimleri ve gelenekleri ile yaparlar.

Benzersizlik, Enderlik ve Özgünlük Değerleri

Yapılar inşa edildikleri döneme ait özellikleri ve tarih yolculukları boyunca kazandıkları katmanları korumaları ölçüsünde özgünlük değeri kazanırlar. Özgünlük, yapının konumundan, kullanılan malzeme veya tekniklerden ya da tasarımdan kaynaklanabilir. Yapı günümüze tekil olarak gelmiş olabilir. Benzerleri zamanla yok olmuş, az bulunur ya da tek kalmış kültürel miras varlıkları da bu özellikleri nedeniyle değer kazanırlar (Karaman, 2017, s. 108). Bazı nesneler değerini enderliğinden aldığı gibi bazıları belirli bir bölgeye özgü oluşundan alır. Örneğin lale bitkisi Türkiye ve Hollanda[8] ile adeta özdeşleşmiş ve kültürel anlam kazanmıştır. Yaratıcı ve kendine özgü bir stile sahip mimari eserler dönemlerini yansıtmaları kadar sadece bu farklılıkları nedeniyle de özel bir önem ve değere sahip olurlar.

1.3.3 Kültürel Mirasın Yönetilmesi

Mirası yönetmek demek, onu koruyarak gelecek nesillere aktarmayı sağlamayı mümkün kılacak politikaları, yol ve yöntemleri üretmek ve bu teoriyi pratikte uygulamayı sağlamak demektir. Kültür ve kültürel mirastan bir kalkınma kaynağı olarak toplumun istifade etmesini sağlamak da dünyada önemli görülmeye başlanmıştır. Kültürel miras yönetimi süreçlerinin çok paydaşlı yapısı disiplinlerarası çalışmaları gerekli kılmaktadır. Başlangıçta anıtlara odaklanan miras anlayışı günümüze değin genişleyip alanları konu edinmeye başladıkça yönetim sürecine dahil olan unsurlar da çeşitlenmektedir.

[8] Günümüzde daha çok Hollanda'da yaygın olan lale bitkisinin ana vatanı orta asyadır. Türkler tarafından göç esnasında Anadolu'ya getirilen ve yaygınlaştırılan lalenin 16. Yüzyılda Kanuni Sultan Süleyman tarafından Hollanda kralına hediye edildiği ve o günden sonra ülkede yaygınlaşarak adeta bir kültürel sembol haline geldiği ifade edilmektedir (Maarten J. M. Christenhusz, 2013).

1.3.3.1 Kavram ve Fikir Olarak Kültürel Miras Yönetimi'nin Gelişimi

Özellikle 80'li yıllarından ardından üzerindeki uluslararası tartışmaların ivme kazandığı kültürel miras yönetimi, eksen değişikliğine sahne olmuştur. İster taşınır ister taşınmaz nitelikte olsun tüm kültür varlıkları yalnızca korunması gereken nesneler değil, doğrudan birer kültür kaynağı olarak görülmeye başlanmıştır. Bu yaklaşım toplumun bugün ve gelecekte kültürel varlıklardan istifade etmesini öngörür. Kültür varlıkları hem ekonomik hem de kültürel bir kaynak olarak topluma fayda sağlayan nesneler olarak görülmeye başlanmıştır. Böylelikle kültür varlıklarını koruma anlayışı yerine onları yönetme anlayışı ön plana çıkmış olmaktadır (Emre, 2017, s. 311). Gelişen bu bütüncül yaklaşım ve peyzaj anlayışı; anıt yerine alanı ön plana çıkarmaktadır. Kültürel varlıklar bağımsız, yalnız nesneler olarak değil; doğal ve kültürel çevreleriyle, çevrelerindeki toplumla ve yer aldıkları kentle birlikle izole edilmeden, bütünleştirilerek korunmalıdır.

Fransız İhtilali sonrası yayılan milliyetçilik akımı ve sanayi devriminin miras üzerindeki tehditkâr etkileri kültürel mirası uluslararası düzeyde önemsenen bir mesele haline getirmiştir. Dünya savaşlarının kentler ve anıtlar üzerindeki yıkıcı etkisi uluslararası örgütlerin ve devletlerin bir araya gelerek hukuki çalışmalar yapmasını sağlamıştır. Özellikle ikinci dünya savaşının pek çok kıta Avrupa'sı kentini yerle bir etmesi ve kültür varlıkları üzerinde büyük bir tahribat yapması rehabilitasyonu kaçınılmaz kılmıştır. Fakat şehirler ve miras nasıl rehabilite edilecektir? Hangi yollar izlenecek ve bir daha bu duruma gelinmemesi için ne gibi önlemler alınacaktır? Bu sorular devletlerin benzer problemlere ve gereksinimlere sahip olduğunu ortaya koymakla beraber uluslararası anlamda iş birliği ve iletişim sağlanarak ortak politikalar üretmenin gerekliliğini de aşikâr kılmıştır (Biörnstad, 1989, s. 70). Bunun sonucu olarak önce UNESCO kurulmuş, çatışma halinde mirasın korunmasına dikkat çeken Lahey Sözleşmesi imzalanmış ve bu misyonu yönetmek için Mavi Kalkan Komitesi kurulmuştur. 1964 yılına gelindiğinde; Venedik Sözleşmesi'nin ortaya koyduğu konsept önemli bir geçiş olmuş tek yapı yerine alanı koruma anlayışına böylece başlangıç yapılmıştır. Tüzük hem tarihi anıtı tanımlamış hem de anıtların

içinde bulundukları kentsel veya kırsal çevreden ayrı düşünülemeyeceğini açıklamıştır (Skeates, 2000, s. 62). Böylelikle gelişmeye başlayan "bütünleşik koruma" anlayışı kültürel miras yönetimi alanında "yönetim" kavramının giderek önem ve ağırlık kazanmasına zemin hazırlayan gelişmelerin yaşanmasına vesile olmuştur. 80'li yıllarından ardından kültürel mirası yönetimsel olarak ele alan akademik literatürün zenginleşmeye başladığını gözlemlemek mümkündür. Konu üzerindeki tartışmaların artması koruma ve gelişmenin birbirini destekleyen kavramlar olarak ele alınmasını sağlamıştır.

1.3.3.2 Yönetim Planı ve Alan Yönetimi

Yönetim planı, korunması istenen alanın bütüncül bir yaklaşımla nasıl korunacağını tanımlayan belgelerdir. Yönetim planı, yazılmasıyla sona ermeyen; uygulama ve sonrası işlemleri de içeren yaşan bir döngüye sahip olursa başarılı kabul edilebilir. Korunmak istenen mirasın geleceğine ilişkin atılacak adımlar neden sonuç ilişkisi içerisinde yapılanmış olmalıdır. Yönetim planı, iç ve dış olmak üzere güçlü yönleri ve tehditleri ortaya koymalı ve çözümü için alan açmalıdır. Keza yönetim planı sürekli devinim içerisinde olan süreçleri tanımlayarak, mirasın değişen şartlara uyumunu öngörmeli ve hedefler içermelidir (Thomas & Middleton, 2003, s. 5). Genel bir ifadeyle yönetim planı; korunmak istenen söz konusu alanı somut ve soyut özelliklerini tanımlayan, nasıl korunacağını anlatan ve buna ilişkin amaç ve hedefleri içeren özgün bir belgedir.

Çağdaş koruma yaklaşımının gelişmesiyle yaşanan önemli değişimlerin başında "alan yönetimi" yaklaşımının gelişmesidir. Bu yaklaşım koruma alanlarını planlamak ve yönetmek için sürdürülebilir bir sistem kurmak amacını ifade etmektedir. UNESCO'nun uzun yıllardır yürüttüğü miras çalışmaları neticesinden gelişen "Dünya Mirası" kavramı ve miras alanlarına dair listeler yayınlanması tüm dünyada kültürel mirasın korunmasına atfedilen önemi artırmış ve dikkatleri bu noktaya çekmiştir. Dünya mirası listelerinde yer alma koşullarından biri de koruma alanları için mutlaka yönetim planı hazırlanması gerekliliğidir. Gelişmeleri takip eden Türkiye de 2004 yılında 5226 sayılı kanunu yaparak yönetim planı uygulamasını benimsemiştir (Ayrancı, 2007, s. 139). Yönetim planı ve alan yönetimi çalışmaları Türkiye'de

UNESCO Dünya Mirası listelerine adaylığın getirdiği bir gereklilik olarak ele alınabilmektedir. Akademik ve idari uzamdaki tartışmalar yönetim planı hazırlığı süreciyle ilgili geniş bir bilgi birikimi ve literatürün oluşmasına vesile olmuştur. 2016 yılında yapılan kanuni değişiklikle yönetim planı hazırlama yetkisi yerel yönetimlerden alınıp Kültür ve Turizm Bakanlığı'na verilmiştir. Fakat bakanlık protokol imzalayarak bu yetkiyi tekrar yerel yönetimlere devredebilmektedir. Günümüz itibariyle dünya mirası listesinde yer alan 18 alanın 11'inin yönetim planı mevcuttur. Planı mevcut olan alanların güncelleme ihtiyacı devam etmektedir (Ulusan, 2021, s. 25-27). Dünya mirası seçilmek kültürel sahalar için bir varış değil başlangıç olarak ele alınmalıdır. Esas amaç kültür varlıklarını korumak toplumun bu alanlardan faydalanmasına yardımcı olmaktır. Bu bağlamda yönetim planları bir kere yazılıp bırakılan metinlerde değil güncelleme gerektiren dinamik belgeler olmalıdır.

Kültürel alanların yönetim sürecinde üç ana unsur söz konusudur. İlki; "Koruma Alanı" olarak nitelenen yönetime konu alanlardır. İkincisi, "Alan Yönetimi" olarak isimlendirilen, bölgenin neden, nasıl ve hangi süreçlerle korunacağını anlatan yönetsel aksiyonların bütünüdür. Üçüncüsü olan "Yönetim Planı" ise etkin, sürdürülebilir ve verimli bir alan yönetimini mümkün kılmak adına gerekli tüm paydaşlar arasında iş birliğini sağlamaya yönelik olarak hazırlanan bir metindir (Güler & Ekinci, 2010, s. 2). Yönetim planlarının koruma alanlarından sorumlu yöneticiler ve kurumlar için önemli rehberler olduğu konusunda fikir birliği olsa da planın nasıl hazırlanacağı ve neleri içereceğiyle ilgili pek çok model çalışması yapılmıştır. Temel çalışmalar şunlardır;

- Dünya Mirası Alanları İçin Yönetim Rehberi, ICCROM
- Koruma Alanları İçin Yönetim Planı Rehberi, IUCN
- Tarihi Çevrelerin Yönetimi, ICOMOS UK

Tablo 4: Temel Yönetim Planı Çalışmalarının İçerik Yönünden Karşılaştırılması (Böke, 2020, s. 58)

Dünya Miras Alanları İçin Yönetim Rehberi ICCROM (1998)	Koruma Alanları İçin Yönetim Planı Rehberi IUCN (2003)	Tarihi Çevrelerin Yönetimi ICOMOS UK (2005)	Alan Yönetimi ile Anıt Eser Kuruluna ilişkin Yönetmelik (2005)
1. Önsöz 2. Alanın Tanımlanması 3. Değerlendirme ve Hedefler 4. Aksiyonlar 5. Kaynakça	1. Giriş 2. Alanın Tanımlanması 3. Alanın Değerlendirilmesi 4. Konular ve Sorunlar Analizi 5. Vizyon ve Hedeflerin Belirlenmesi 6. Bölge Planı Hazırlanması 7. Aksiyonların Belirlenmesi 8. İzleme ve Değerlendirme	1. Tarihi Alanın Tanımlanması 2. Değerlerin Belirlenmesi 3. Yönetimsel seçeneklerin değerlendirilmesi ve hedeflerin saptanması 4. İş planı ve yönetim önerileri 5. Uygulama 6. İzleme ve Değerlendirme	1. Mevcut Durum Analizi 2. Alan Analizi 3. Vizyon ve Politikalar 4. Çalışma Programı, Zamanlama ve Projelerin Tespiti 5. İzleme, gözden geçirme

			ve eğitim planlaması

Yönetim planı sürecine rehberlik eden bu metinlerin ortaya koyduğu yaklaşımlarda üç ana unsur ortaktır;

- Koruma Alanı'nın Değerlerin Tanımlanması
- İzlenecek Koruma Politikalarının Belirlenmesi
- Uygulama ve Ölçme Değerlendirme Çalışmalarının Yapılması

Koruma alanının değerlerinin tanımlanması, alanla ilgili detaylı analizlerin yapılarak yazıya dökülmesini gerektirir. Alanın önce fiziki olarak konumunu ve sınırlarını tespit altına almak gerekmektedir. Alanın tarihi, dolayısıyla taşıdığı değer veya değerler tanımlanmalıdır ve hukuki statüsü açıklanmalıdır. İkinci aşamada SWOT analizi yapılarak iç ve dış kaynaklı olumlu-olumsuz şartlar ortaya konmalıdır. İzlenecek koruma politikaları bu aşamada açıklanır. Politikalar yönetimsel hedeflerle desteklenir. Hedeflerin kategorize edilerek verilmesi hem anlaşılırlık hem uygulama hem de ölçme değerlendirme için kolaylık sağlayacak bir unsurdur. Üçüncü aşamada aksiyon planına dönük veriler sağlanır. Belirlenmiş olan hedefleri gerçekleştirmek için gereken aksiyonlar tanımlanır. Her bir aksiyon için; gerekli olan bütçe, zaman hedefleri ve sorumlu yöneticiler belirlenir. Verimli sonuçları alabilmenin yegane koşulu yapılan uygulamalardan sonra izleme ve ölçme çalışmaları yapmaktadır. Bu özdeğerlendirmeler ile yönetim planı her aşamada gözden geçirilip revize edilebilir (Ayrancı, 2007, s. 59). Yönetim planı ile ilgili farklı tanımlamalar ve yaklaşımların hemfikir olduğu ortak nokta; bu planların, korumaya konu alanı tanımlayan, yöntemsel hedefleri ortaya koyması gereken böylece bir rehber rolü üstlenen belgeler olduğudur. Revize ve iyileşmeye açık olan bu planlar, koşulların değişimine ya da yeni teknolojilere göre gözden geçirilerek dinamik bir sürece dahil edilirler.

Yönetim planının hazırlanması farklı konularda uzman kişilerin katılımını gerektirdiği gibi genel olarak da alan yönetimi uygulamaları çok paydaşlı bir yapıyı

karşımıza çıkarır. Korunmak istenen alanla ilgili olarak, sorumlu gerek merkezi ve yerel yönetim gerek sivil kuruluşlar ayrıca bölge halkı ve turistler gibi pek çok kesim sürecin paydaşlarıdır. Bu paydaşlar arasında karşılıklı anlayış ve işbirliği geliştirilmesi bir stratejik yönetim ve iletişim yönetimi konusu olarak değerlendirilmelidir.

Stratejik iletişim yönetimi; algı yönetimi, kamu diplomasisi, paydaş yönetimi gibi araçları aracılığıyla eşgüdüm oluşmasına olanak sağlar. Paydaşlarla kurulacak diyalojik, iki yönlü simetrik iletişim kriz ve anlaşmazlığı en aza indirerek "konsensüs" oluşmasına aracılık eder (Çınarlı, stratejik iletişim yönetimi bağlamında paydaş kuramı'nın eleştirel bir değerlendirmesi, 2014, s. 32). Fikir birliğine varılan özellikleriyle alan yönetimi planları kalite döngüsüne işaret eden stratejik plan belgeleri özelliğine sahiptir denilebilir. Stratejik planlar, dış etkenler olarak ekonomik ve teknolojik çevreden kaynaklanan etkenleri dikkatle inceler. Dışsal çevre ile özne arasında uyum amacı güdülür. Çalışmaların yöneldiği bitiş noktalarını ifade eden amaç ve hedefler yazılı hale getirilerek planlanır (Karadoğan Doruk, 2009, s. 2). Tüm bu süreç geldibirimlerle, ölçme ve değerlendirme faaliyetleri ile izleme altına alınır ve revizyonlar yapılarak dinamik hale getirilir.

1.3.3.2 UNESCO, Türkiye ve Kültürel Miras

Kültürel anlam ve değere sahip varlıklar biricik, tek olma özelliğine sahiptir. Benjamin'in deyişiyle kendi "aura"larına sahiptirler (Benjamin, 2008). Kült ve özgün bir değere sahip kültürel miras varlıklarının teknik olanaklarla yeniden üretimi, eserlerin biricikliği bağlamında bakıldığında anlamlı değildir. Değerini tarihten alan eserler ancak korunmaları yoluyla geleceğe aktarılabilirler. Koruma sürecinin çok katmanlı ve çok paydaşlı yapısı kültürel mirası bir yönetişim alanı haline getirmektedir. Yönetişimin gerçekleşmesinde başta UNESCO olmak üzere uluslararası kurumlar ve işbirlikleri kültürel miras yönetimini tanımlayıp geliştiren lokomotif unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar Birleşmiş Milletler ve UNESCO yolu açsa da kültürel miras yönetiminde geçmişten bugüne ana sorumluluk devletlerin üzerinde olmuştur. Mirasın ulusların kimliklerini inşa etmekteki önemli rolleri göz önünde bulundurulursa bu durumun tesadüf olmadığı anlaşılacaktır. Bugün kültürel mirasın turizmin hatta ekonominin önemli bir parçası olduğu da

unutulmamalıdır. Bu nedenle devletler bu alanda politika ve stratejiler üretmeye devam etmektedirler.

Pek çok devlet kültürel miras ile ilgili izlediği politikalara kültür politikaları içinde yer vermektedir. Kültür de toplumsal refaha kaynaklık eden önemli bir unsur olduğundan devletler tarafından güvence altına alınması gereken bir konudur. Kaynakların yönetimi ağırlıklı olarak merkezi kamu idarelerince gerçekleştirilse de bu durum bir zorunluluk değildir. Türkiye'de ise bu alandaki yetki ve sorumluluğun büyük bölümü Kültür ve Turizm Bakanlığı uhdesindedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kurulmasına kadar olan süreçte ise bu faaliyetler Milli Eğitim Bakanlığı uhdesinde yürütülmüştür. Türkiye'de esasen kültür politikasının sürekli ve düzenli bir biçime kavuşması Cumhuriyet sonrasına dayansa da Osmanlı döneminde de kültürel varlıkları koruma altına almayı amaçlayan yasalar yapılmıştır. Günümüzde, 1983 yılında yürürlüğe giren 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, Türkiye'de bu alandaki uygulamaların temel hukuki dayanağını teşkil etmektedir. 2004 yılında yapılan 5226 sayılı kanun da küresel gelişmelere istinaden destekleyici hükümleri regüle etmiştir (Negiz, 2017, s. 165-167). Genel olarak Türkiye'nin kültürel mirasla ilgili çalışmalarını uluslararası regülasyonlara uygunluğu gözeterek sürdürdüğü ve alandaki uluslararası sözleşmelere taraf olduğu görülmektedir.

Türkiye'nin hem UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde hem de Dünya Mirası Listesi'nde pek çok unsuru bulunmaktadır. Türkiye, 18 kültürel unsur ile Somut Olmayan Kültürel Miras Listelerinde en çok eseri bulunan ülkeler arasında ilk beşte yer almaktadır. (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020) Bu unsurlar aşağıda sıralandığı gibidir:

- Meddahlık
- Mevlevi Sema Töreni
- Âşıklık Geleneği
- Nevruz (Çokuluslu)
- Karagöz
- Geleneksel Sohbet Toplantıları
- Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali

- Alevi-Bektaşi Ritüeli Semah
- Tören Keşkeği Geleneği
- Mesir Macunu Festivali
- Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği
- Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı
- Geleneksel Çini Ustalığı
- İnce Ekmek Yapma ve Paylaşma Kültürü: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka (Çokuluslu)
- Bahar Kutlaması: Hıdrellez (Çokuluslu)
- Islık Dili (UNESCO Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi)
- Dede Korkut/Korkut Ata/Dede Korkut Mirası: Destan Kültürü, Halk Masalları ve Müzik (Çokuluslu)
- Geleneksel Türk Okçuluğu

Küresel ölçekte öneme ve kıymete sahip olan kültür ve doğa eserlerini geçmişten geleceğe taşıyabilmek, toplumda ilgi ve bilinç yaratmak, beşeri ya da doğal etkenler neticesinde bozulan ya da tehdit altında olan kültür varlıklarını korumak için işbirliği yaratmak amacıyla 16 Kasım 1972 tarihinde "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme" kabul edilmiştir. Türkiye bu sözleşmenin 1982 yılında 2658 sayılı kanun ile parçası olmuştur. Bu konsept içerisinde UNESCO dünya için değer taşıdığına inanılan kültür varlıklarına "Dünya Mirası" statüsü tanımaktadır. Bu varlıklar doğal bölgeler olabileceği gibi, anıt ya da sitler de olabilmektedir. Eserlerin listelenmesi sözleşmeye taraf olan devletlerin başvurusu ile başlamaktadır. Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS) ve Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (IUCN) uzmanlarının değerlendirmesi neticesinde Dünya Miras Komitesi kararı ile kültür varlıkları dünya mirası statüsü alırlar. Uluslararası önem taşıyan ve bu nedenle takdire ve korunmaya değer doğal oluşumlara, anıtlara ve sitlere "Dünya Mirası" statüsü tanınmaktadır. Sözleşmeyi kabul eden üye devletlerin UNESCO'ya başvurusuyla başlayan ve Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS) ve Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (IUCN) uzmanlarının başvuruları değerlendirmesi sonunda tamamlanan bir

işlem dizisinden sonra aday varlıklar Dünya Miras Komitesinin kararı doğrultusunda bu statüyü kazanmaktadır. 2020 yılı itibariyle Dünya Mirası olarak tescil edilen 1121 eser bulunmaktadır. Türkiye'de Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün sorumluluğunda yürütülen faaliyetler sonucunda 18 kültürel varlığın bu listede yer alması sağlanmıştır. Türkiye'nin dünya mirası kabul edilen alanları aşağıdaki gibidir; (UNESCO, 2020)

- "Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası (Sivas) 1985
- İstanbul'un Tarihi Alanları (İstanbul) 1985
- Göreme Millî Parkı ve Kapadokya (Nevşehir) 1985 (Karma Miras Alanı)
- Hattuşa: Hitit Başkenti (Çorum) 1986
- Nemrut Dağı (Adıyaman) 1987
- Hieropolis-Pamukkale (Denizli) 1988 (Karma Miras Alanı)
- Xanthos-Letoon (Antalya-Muğla) 1988
- Safranbolu Şehri (Karabük) 1994
- Truva Arkeolojik Alanı (Çanakkale) 1998
- Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi (Edirne) 2011
- Çatalhöyük Neolitik Alanı (Konya) 2012
- Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu (Bursa) 2014
- Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı (İzmir) 2014
- Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri Kültürel Peyzajı (Diyarbakır) 2015
- Efes (İzmir) 2015
- Ani Arkeolojik Alanı (Kars) 2016

- Aphrodisias (Aydın) 2017
- Göbekli Tepe (Şanlıurfa) 2018”

Bu eserlere ek olarak, adaylık süreci devam eden kültür varlıklarının listelendiği endikatif (geçici) listede Türkiye’den 83 miras alanı bulunmaktadır.

1.4 Kültürel Miras Yönetiminden Sorumlu Kurumlar

Söz konusu yönetimsel alan kültürel miras olduğunda, karşımıza çıkan kaçınılmaz bir gerçeklik bu mecranın çok paydaşlı bir yapıya sahip oluşudur. Kültürel mirası korumak hem devletin hem özel sektörün hem bireylerin sorumluluk alanına girmektedir. Fakat hangi kurumun sorumluluğunun nereye kadar olduğu çeşitli hukuki regülasyonlarla düzenlenmiştir. Devletler için önemli bir rehber olan uluslararası sözleşmeler ve başta UNESCO olmak üzere uluslararası kuruluşlar geçmişten bugüne gelişimlerini sürdürmekte olsa da her ülkenin kendi yerel koşulları ve mevzuatı farklılıklar göstermektedir. Örneğin İngiltere’de çeşitli paydaşların olanaklarını birleştirmek ihtiyacı “English Heritage” isimli kuruluşun ortaya çıkmasına vesile olan etkenlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Tam adı “Tarihi Yapılar ve Anıtlar Komisyonu” olan English Heritage devlet tarafından desteklenen fakat bağımsız yetkilere sahip özerk bir kuruluştur (English Heritage, 2020). Yine İngiltere’de özellikle doğal mirasın korunmasına yine bağımsız ve vakıf statünde bir kurum olan “National Thrust” tarafından öncülük edilmektedir. Vakıf 19. Yüzyıldan günümüze varlığını korumuştur. Kendi mütevelli heyeti tarafından yönetilen bu vakıf, İngiltere, Galler ve Kuzey İrlanda’da kamu yararına doğal ve tarihi mirası korumak için çalışmaktadır. Kurum; üyeleri, bağışçıları ve hibe veren kamu kurumlarından sağladığı gelirlerle yüksek maliyetli operasyonlarını devam ettirebildiğini ifade etmektedir (National Trust, 2019, s. 20-30). Çeşitli ülkelerle yer yer benzeşen yer yer farklılaşan yapılanmaları gözlemlemek mümkündür. Danimarka’da ilgili bakanlığa bağlı “Kulturstyrelsen”, Tunus’ta ve Hollanda’da merkezi hükümete bağlı çalışan miras enstitüleri, Avustralya’da merkezi hükümete tavsiye kararları veren “Miras Konseyi” gibi yapılanmalar söz konusudur. Dünyadaki bu durum açıkça göstermektedir ki; kültürel miras yönetiminde devletler arasında teşkilatlanma açısından bir

standartlaşma olamamaktadır ve bu alanın tek bir sorumlu tarafından merkezi olarak yönetilemediği açıktır. Türkiye'deki duruma bakıldığında yine çeşitli aktörlerin yetki ve sorumluluklara sahip olduğu görülür fakat yapı temel olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı ve bağlı kamu kuruluşları nezdinde yönetilmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın dışında Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Vakıflar Genel Müdürlüğü, belediyeler ve genel olarak herhangi bir kültürel varlığı mülk edinmiş olan kişi ya da tüzel kişiler hukuken görev ve sorumluluklara tabidir (Coşkun M. , 2005, s. 42-49). Kamuya ait ya da özel mülk olması fark etmeksizin tüm kültürel varlıklar 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nun koruması altındadır.

Kültürel miras yönetiminde dünyada ve Türkiye'de sorumluluk dengesinde ağırlık her ne kadar merkezi hükümetlerin üzerinde gibi görünse de, 1992 Rio "Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı" bu anlamda bir dönüm noktası sayılabilir. "Yeryüzü Zirvesi" olarak da adlandırılan zirve insanlığın kültürel ve doğal miras üzerinde yaptığı tahribatın altını çizmekle beraber, sivil toplum ve yerel yönetimlerin güçlü birer aktör olarak ortaya çıkmasına ön ayak olmuştur (Çamur & Vaizoğlu, 2007, s. 299). Sürdürülebilir kalkınma ve çevre arasındaki bağa dikkat çeken bu konferansın; öncülü olan Stockholm Zirvesi'nin devletlerin merkezi müdahalesini esas alan mantığına karşın küreselleşme vurgusu yaptığı dikkat çekmektedir. Küreselleşmenin bir sonucu olarak, değişen dünyada çevre sorunlarının çözümünde özel sektör temsilcileri, sivil toplum ve yerel yönetimlere daha fazla görev düşmektedir.

1.4.1 Kültür ve Turizm Bakanlığı

Türkiye'de kültürel mirasın yönetiminden ve korunmasından birinci derecede sorumlu olan kuruluş Kültür ve Turizm Bakanlığı'dır. Bakanlığın kuruluşu bu rolü üstlenmesi sürecinin tarihine bakılacak olursa 19. Yüzyıl Osmanlı Devleti uygulamalarına kadar gitmek mümkündür. Padişah Abdülmecit'in 1845 yılında gezisinde tesadüf ettiği Bizans yazıtlarının İstanbul'a naklini emretmesi müzecilik faaliyetlerinin başlangıcını teşkil ettiğini düşünmek mümkündür. Ahmet Fethi Paşa

eserleri, şehrin fethinden beri cephanelik gibi kullanılan Aya İrini'de toplatmıştır. Böylelikle hem yazıt hem de askeri malzemelere ilişkin bazı koleksiyonlar izinle de olsa gezilebilir hale gelmiş dolayısıyla müzeciliğin temeli atılmıştır (Pasinli, 1994, s. 307). Sonraki dönemde Aya İrini, müze adını almıştır.

Günümüzün Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nun Osmanlı'daki karşılığı "âsâr-ı atîka nizamnameleri"dir. Bu ifade "eski eserler tüzüğü" olarak günümüz türkçesine çevrilebilir. 1869, 1874 ve 1884 yıllarında üç düzenleme yürürlüğe konmuştur. Bu yasal düzenlemelerle Osmanlı'da kutsal binalarda ve su yollarında kazı yapılamayacağı, eski eser niteliğindeki yapıları yıkıma uğratanların cezalandırılacağı, eski eserlerin yurtdışına çıkarılmasının sınırlandırılması uygulamalar kanunlaşmıştır (Çal, 1997, s. 391-392). Bu tarihten sonra değişerek gelişen Osmanlı koruma anlayışı ve müzeciliğinde Avrupalı uzmanlardan da faydalanıldığı bilinmektedir.

1971'de kurulan ve çok çeşitli tarihlerde yeniden teşkilatlanan Kültür ve Turizm Bakanlığı kültürel varlıkları korumak, geliştirmek, değerlendirmek, turizmi teşvik etmek, düzenlemek; kamu kuruluşları, yerel yönetimler ve sivil toplum ile iletişim ve işbirliğini yönetmek amaçlarıyla faaliyetlerini yürütmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Bunun yanında doğal miras ve sit alanları ile ilgili yetkiler Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından üstlenilmektedir.

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü; Osmanlı'nın son dönemleri ve Cumhuriyetin ilk yıllarından bu yana sık sık çeşitli bürokratik ve örgütsel değişiklere uğrayarak varlığını sürdürmüştür. Bu genel müdürlüğün neredeyse her 10 yılda bir bağlı olduğu kurum, isim ve bürokratik yapı yönünden değişiklere uğradığı gözlemlenmektedir. Müdürlük kültür varlıklarını araştırmak, korumak, tanıtmak gibi görevlere sahiptir. (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2020). Müdürlük, Kültür Varlıklarını Koruma Kanunu'na bağlı olarak uygulama esaslarını belirleyen çok sayıda yönetmeliği esas alarak çalışır. Bu yönetmelikler Türkiye'de kültürel mirasın yönetiminin ve korunmasının temel hukuki altyapısını oluşturmaktadır. Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, kültür varlıklarının korunması, ortaya çıkarılması ve bu varlıkların topluma tanıtılması amacıyla geniş bir alanda faaliyet

göstermektedir. Kurumun çalışmalarının son yıllarda çok önemli müzeleri ülkeye kazandırdığı ve müzecilik alanında özellikle özel sektörün son yıllarda önemli aşama kaydettiği gözlemlenmektedir. Ancak yine de Türkiye'nin Avrupa ülkelerine kıyasla bu alanda geriden geldiği ifade edilmektedir (Sunar, Ülker, & Kartal, 2022, s. 168-169). Ülkenin kültür varlıları yönünden çok zengin bir coğrafyada bulunuyor olması bu alandaki faaliyetleri ayrıca önemli kılmaktadır.

Kültürel mirasın korunması ile ilgili bir diğer önemli mevzuat Kültür Varlıklarını Koruma Yüksek Kurulu kararlarıdır. Bu kurul Anıtlar Yüksek Kurulu adıyla da bilinir. Kurul, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğüne bağlı bir birimdir. Kurul, taşınmaz kültürel varlıklarla ilgili olarak koruma ve restorasyon uygulamalarını yönetmek ve yapılacak işlemlerdeki ilkeleri belirlemek amacıyla çalışır. Kurulun çeşitli illerle "bölge kurulları" bulunur. Bölge kurulları bulundukları illerde veya sorumlu oldukları komşu illerde bulunan kültürel varlıklara ilişkin olarak tescil, gruplama, yapı şartlarını belirleme, peyzaj gibi işlemler hususunda karar vericidirler (Koruma Kurulları, 2020). Kurulların faaliyet alanı ilgili kanunlarla düzenlenmiş olup sağlanan hizmetlerin esası korumanın bilimsel gerekliliklere göre yürütülmesidir.

1.4.2 Çevre ve Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı

19. yüzyıl Osmanlı'da Nafia Nezerati ismiyle kurulan bakanlık; "Bayındırlık ve İskan", "Çevre ve Orman", "Çevre ve Şehircilik" gibi çeşitli isimlendirmeler alarak günümüze gelmiş; farklı dönemlerde mevzuatı, yetki ve sorumlulukları değişime uğramıştır. Bakanlık bünyesinde görev yapan Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü milli parklar, sitler gibi doğal miras alanlarından sorumludur (Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü, 2020). Genel müdürlüğe bağlı olarak çalışan; Araştırma ve Tescil Dairesi Başkanlığı, Yönetim Planları ve İzleme Şube Müdürlüğü ve ÖÇK Bölgeleri ve Doğal Miras Alanları Şube Müdürlüğü, Envanter Şube Müdürlüğü birimleri tabiat varlıklarının korunmasında önemli görevler üstlenirler. Dünya doğal miras alanlarının araştırılması, tescili, hukuksal işlemleri, koruma-izleme faaliyetleri bakanlık birimlerince yürütülmektedir (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı,

2020). Orman rejimine sahip alanlar Tarım ve Orman Bakanlığı'nın yetki alanına girmektedir.

1.4.3 Vakıflar Genel Müdürlüğü

Vakıflar insanlık tarihi boyunca süregelen yardımlaşma kültürünün kurumsal bir yapıya bürünmüş nesneleridir. Türkiye'de Vakıflar Genel Müdürlüğü, 1920'de, Şer'iyye ve Evkaf Vekaleti ismiyle kurulup 1924'te şimdiki adını almış olsa da vakıfların Osmanlı tarihindeki yeri ve önemi oldukça fazladır. Hatta bazı kaynaklar Osmanlı'dan vakıf medeniyeti olarak bahsetmektedir. Genel müdürlük Osmanlı'dan kalan; mütevelli heyeti mensupları vefat etmiş 41.500 vakfın idaresini alarak faaliyetlerine devam etmesini sağlamıştır (Vakıflar Genel Müdürlüğü, 2020). Vakıflar kanununu esas alarak çalışmalarına devam eden genel müdürlük; sayıları binleri aşan, vakıflara ait kültür varlıklarının korunması ve restorasyonunda önemli görevler üstlenmektedir.

1.4.4 Yerel Yönetimler

Yerel yönetimler, bir bölgede yaşamakta olan insan topluluklarının eski tarih dönemlerinden bu yana öz mahalli ihtiyaçlarını gidermek maksadıyla bir araya gelerek oluşturdukları kurumlardır. Bu özelliğiyle yerel yönetimler halkın kendi kendini yönetme biçimlerinden biridir. Sahip oldukları bu temel nedeniyle yerel yönetimler halka en yakın idari kurumlar olarak düşünülürler. (Keleş & Hamamcı, 2002, s. 274). Yerel yönetimlere düşen sorumluluklardan biri de kent kültürünü ve kültür varlıklarını korumak ve geliştirmektir. 2005 yılında kabul edilen 5366 sayılı "Yıpranan varlıkların yenilenerek korunması" kanunu ile yerel yönetimlere miras niteliğindeki eserler üzerinde restore etme yaşatma, inşaat yapma gibi haklar tanınmıştır. Ancak bu kanun çeşitli tartışmalara da neden olmuştur (Dinçer, 2010). Eserlerin "yaşatılarak korunması" istencinin tarihi binaların ticari amaçla kullanımının ön plana çıkmasına aracılık edebileceği ve kentsel dönüşüm faaliyetlerinin miras dokusuna zarar verebileceği endişeleri gelişmiştir. Söz konusu alan kültürel miras olduğunda Türkiye'deki mevzuat ve idari teşkilatlanmaya bakıldığında merkezi yönetim ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ağırlığının fazla olduğu görülmektedir. Dünyada yerel

yönetimlerin yetki ve sorumlulukları ve bu alandaki girişimleri günden güne gelişim göstermektedir. Yerel yönetimler, halkla iç içe; kente ve kentin sorunlarına en yakın yönetim birimleri olarak, miras değerlerinin yönetilmesinde ve korunmasında sorumluluğa sahiptir (Basmacı, 2017, s. 18). Nitekim subsidiarite[9] ilkesinin doğal bir sonucu da budur. Kültür politikaları ve kent politikalarına ilişkin olarak Türkiye'nin merkeziyetçi bir yapısı olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu yapıyı pekiştiren çeşitli gelişmeler de yaşanmaktadır. Alan yönetimi mevzuatında 2021 yılında yapılan değişiklikle yönetim alanlarına ilişkin yetkiler, belediyelerden alınarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'na verilmiştir[10]. Yine 2021 yılında Marmara Denizi ve Adalar, Özel Çevre Koruma Bölgesi ilan edilmiştir. Bu kararın[11] bir anlamı da adalarla ilgili planlama yetkisinin İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nden alınıp Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı'na verilmiş olmasıdır. Bu gelişmeleri kültürel mirasla ilgili yetki ve sorumluluklar bağlamındaki dengeyi yerelden merkeze yakınlaştıran değişiklikler olarak yorumlamak mümkündür.

Yerel yönetimlerin kent planlarını yapmaktan sorumlu olması kültürel miras yönetiminde özel bir öneme sahip olmalarına sebep olmaktadır. Çünkü değişen ve gelişen kültürel miras yönetimi anlayışı kültür varlıklarını tek başlarına anıtsal yapılar olarak korumayı değil kentle bütünleştirerek korumayı esas alan peyzaj anlayışını gütmektedir. Bunun gerçekleşmesi için de yerel yönetimlere sorumluluklar düşmektedir. Doğal ve kültürel mirasın sürdürülebilir korunması ve yönetiminde merkez teşkilatlar ve belediyeler kadar valilikler de sorumludur. Bu görev çoğu zaman sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı ve onun taşra teşkilatının, bazen de belediyelerin görevi gibi görülmektedir. Fakat il valiliklerin genel idarinin temsilcisi olma ve yerel yönetimlerin başı olma özellikleri göz ardı edilmemelidir (Makas, 2004, s. 41). Belediyeler ve İl Özel İdareleri bünyesinde Koruma, Uygulama ve Denetim Büroları

[9] Tam olarak Türkçe karşılığı konusunda fikir birliği bulunmayan subsidiarite kavramı "Yerellik", "Yetki ikamesi" gibi tabirlerle de ifade bulmaktadır. Kavram, problemlerin, mevcut otoritenin en küçük, en düşük seviyeli birimi tarafından çözülmesi gerektiğini belirten organizasyon prensibini ifade eder. Bu ilke 1992 yılında AB tarafından Maastricht Anlaşması ile ortaya konmuştur (Maastricht Treaty, 1993)

[10] Bkz: Alan Yönetimi İle Anıt Eser Kurulunun Kuruluş ve Görevleri İle Yönetim Alanlarının Belirlenmesine İlişkin Usul Ve Esaslar Hakkında Yönetmelik

[11] Bkz: 05.11.2021 tarih ve 31650 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 04.11.2021 tarih 4758 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı

(KUDEB) ile Proje Birimleri ve korunması gereken yapıların restorasyonunda faydalanılmak amacıyla yerel yapı ustaları yetiştirmek üzere Yerel Eğitim Birimleri de kurulmaktadır. KUDEB adı verilen ofislerde çeşitli mesleki alanlardan uzmanların çalışması zorunlu tutulmaktadır. Buna göre şehir planlama, mühendislik, sanat tarihi ve gerekli hallerde arkeoloji disiplinlerinden uzmanlar korumanın söz konusu olduğu alanların özelliğine göre görev alırlar (Tören, Kozak, & Demiral, 2012, s. 81). Mirasın etkin bir şekilde tanıtılmasının hem farkındalık yaratma da hem de kamu diplomasisinde sağladığı avantajlar değerlendirilecek olursa yerel yönetimlerin ilgili süreçlerine iletişim uzmanlarını da dahil etmelerine olan ihtiyaç belirginleşmektedir.

Kültürel mirasla ilgili çalışma yürüten organizasyonlardan biri de kent konseyleridir. Kent konseyleri; şehrin paydaşlarını bir araya getiren ve katılımcılığı sağlayan bir fonksiyon üstlenirler. Kent konseyleri birer sivil toplum örgütü olarak faaliyet göstermektir ve tüzel kişilikleri yoktur. Ancak bu kuruluşların hukuki dayanağı ve faaliyetleri Belediye Kanunu çerçevesince düzenlenmektedir[12]. İlgili Kanun, kent konseylerinin çalışmalarını yürütebilmesi için gerekli ayni ve mali desteklerin belediye tarafından sağlanmasını istemektedir (Kent Konseyi, 2021). Kent konseyleri özellikle oluşturdukları çalışma gruplarının faaliyetleri ile kültürel miras yönetiminde aktif rol alarak yerel yönetimleri desteklerler.

1.4.5 Sivil Toplum

Şüphesiz, insan toplum içinde yaşayan sosyal bir varlıktır. İçinde yaşadığı toplumun sorunlarına karşı duyarlı sorumluluk sahibi bireyler gönüllülük ve dayanışma esasları çerçevesinde örgütlenme yoluna gitmektedirler. Toplumsal konular hakkında işbirliği ve duyarlılığı geliştirme amaçlı bu sivil girişimler İngilizce ’de “Non Governmental Organizations” (NGO) ve Türkçe’de “Sivil Toplum Kuruluşları (Örgütleri)” (STK) adını almaktadır. Kültürel mirasların yönetilmesi ve korunması makro ölçekte uluslararası örgütlerin regüle ettiği ve devletleri yönlendirdiği bir alan görüntüsündedir. Fakat devletlerin ihmal ve inkâr yaklaşımları içerisinde olduğu, tahribata neden olduğu sayısız tecrübe; bu duruma karşı çıkacak

[12] Bkz: 5393 Sayılı Belediye Kanunu, Madde 76

sivil inisiyatiflere olan ihtiyacın öneminin iyiden iyiye anlaşılmasına neden olmuştur. Kültürel miras yönetiminde stratejilerin belirlenmesi, uygulanması, kültürel varlıkların kanundışı ticaretinin önlenmesi hem toplumda hem devlet nezdinde koruma bilincinin yayılması gibi amaçların gerçekleşmesi adına STK'lar önemli roller üstlenmektedir (Şahin & Güner, 2006, s. 2). Devlet kurumları kültürel mirası korumak için ne kadar özveriyle çalışırsa çalışsın sürecin bir ayağının toplum olduğu düşünülürse, kültürel mirasa yönelik toplumsal bilincin oluşması ve bilginin kitleselleşmesi için sivil inisiyatiflere ihtiyaç vardır. Türkiye'de bu alanda faaliyet gösteren organizasyonlar her geçen gün çeşitlenmektedir. ÇEKÜL, KUMID, TMMOB, TEMA gibi kuruluşlar başlıca dikkat çeken sivil toplum örgütleridir.

Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı (ÇEKÜL)

ÇEKÜL Vakfı doğal, tarihsel ve kültürel varlıkları korumak amacıyla 1990 yılında kurulmuştur. Çalışmaları gönüllülük esasına dayanmaktadır. Vakıf koruma maksadıyla şehir planları hazırlanmasına sağladığı katkıların yanında, eski mahallelerde sağlıklılaştırma çalışmaları ve geleneksel yapılarda cephe düzenlemesi yapılmasını sağlamıştır. Hem kültürel hem doğal mirasın korunması için çeşitli alanlarda faaliyet gösteren kuruluşun bir diğer önemli çalışması da ülke genelinde ağaçlandırma çalışmalarına verdiği destektir (ÇEKÜL, 2020).

Kültürel Mirasın Dostları Derneği (KUMID)

KUMID, çoğunluğu akademisyenlerden oluşan bir grup tarafından 2006 yılında dernek statüsünde kurulmuştur. Kültürel Mirasın Dostları Derneği ilgili yerel ve uluslararası paydaşlarla işbirliği içerisinde olarak; hem barış dönemlerinde hem de afet-çatışma dönemlerinde ve sonrasında Türkiye'deki ve dünyadaki kültürel mirasın zarar görmesini önlemek ve kültürel mirasın korunması hususunda toplumu bilinçlendirmek gayesiyle faaliyetlerini sürdürmekte olan bir sivil toplum örgütüdür (KUMID, 2020).

Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği (TMMOB)

Bir meslek odaları birliği olan TMMOB faaliyet hayatına 1954 yılında başlamıştır. Birliği amaçları arasında "yurdun doğal kaynaklarının bulunmasında, korunmasında ve işletilmesinde, çevre ve tarihi değerlerin ve kültürel mirasın korunmasında, tarımsal ve sınai üretimin artırılmasında, ülkenin sanatsal ve teknik kalkınmasında gerekli gördüğü tüm girişim ve etkinliklerde bulunmak (TMMOB, 2020)." ifadesi de yer almaktadır.

Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA)

1992 yılında vakıf statüsünde kurulan TEMA, erozyon ile mücadele, ağaçlandırma ve doğal varlıkların korunması alanlarında faaliyet göstermektedir (TEMA, 2020). Çok sayıda projeye imza atan TEMA'nın "Türkiye Çöl Olmasın" sloganı toplumda geniş karşılık bulmuştur.

İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL MİRAS ve DİJİTAL OLANAKLAR

Geçmişten bugüne gelen ve gelecek nesillere aktarmak istediğimiz kültürel miras varlıkları da pek çok şey gibi çağımızda teknolojinin büyük bir ivmeyle gelişim göstermesinden etkilenmektedir. Bilgi çağının devinimi kültürel mirasın yönetilmesinde teknolojiden faydalanmayı kaçınılmaz kılmaktadır. Teknolojide gerçekleşen büyük sıçramalar özellikle iletişim açısından bugünün toplumuna sınırları olmayan bir dünya sunmaktadır. Bu bağlamda; dijitalleşen sanat, dijital kültür, sanal gerçeklik, büyük veri gibi kavramlar giderek kültür mecrasının daha çok konusu haline gelmektedir. Çalışmanın bu kısmında kültürel mirasın korunmasında ve ondan istifade edilmesinin sağlandığı süreçlerde dijitalleşmenin sunduğu hangi olanaklardan nasıl yararlanıldığı incelenmektedir.

2.1 Dijitalleşme ve Yeni Medya

Kavram olarak "dijital" bir ve sıfır olarak (Açık / yüksek voltaj (1s) ve Kapalı / düşük voltaj (0s) bilgisayar tarafından işlenebilen formata işaret eder. Sayısal-analog ayrımı yeni medya teknolojileri ile önem kazanmıştır. Verilerin sayısal olarak işlenmesi teknolojik açıdan bir devrim özelliği taşımaktadır. Fakat sayısal teknolojilerin bireylere sağlayacağı avantajlar sistemin teknolojik yapısından daha büyük öneme sahiptir. Teknolojik dönüşüm toplumsal ve kültürel bir değişimle iç içe gelişmektedir. Artık dokunmak da kitle iletişiminin bir parçasıdır ve "ekran nesli" ortaya çıkmıştır (Altunay, 2012, s. 41-43). Dijital teknoloji aracılığıyla artık bugünün dünyasında iletişim tek araçtan pek çok kanal ile yapılabilen bir yapıya bürünmüştür. Mikro işlemci teknolojisinin gelişmesiyle küçük elektronik cihazlar pek çok işi yapabilir hale gelmiştir. Yalnızca internet bağlantısı olan bir cihaz ile hem kitap okumak hem müzik dinlemek veya film izlemek mümkün olup başka insanlarla da iletişim anlık olarak sağlanabilmektedir. Dijitalleşme çok çeşitli biçimlerdeki verileri sıfır ve birlerden oluşan bilgisayar diline dönüştürmektedir. Böylelikle çeşitli formatlardaki verilerin işlenmesi, denetlenmesi, üretilmesi veya yayılması analog dönemin imkânlarına göre kolaylık ve hız kazanmıştır (Özel, 2010, s. 311). Yöndeşme veya tümleşikleşme olarak

da ifade edilen bu teknolojik yönelim etkileşimli iletişimi sağlayan araçların çeşitlenmesine ivme kazandırmaktadır.

Rus asıllı Amerikalı bilgisayar ve medya kuramcısı Lev Manovich, Yeni Medyanın Dili'nde geliştirdiği yaklaşımı ile yeni medyanın var oluşuna açıklık getirirken, farklı mecralardan gelişim gösteren medya ve bilgisayar teknolojilerinin bir araya gelişinin temel etken olduğunu ifade etmektedir. Bu iki alanın entegre oluşu, var olan mevcut medyanın tüm teknik altyapısının dijitalleşmesi neticesinde yeni medya kavramı ortaya çıkmıştır. Manovich'e bu teknolojik gelişmelerin yaşanmasında ideolojik amaçlar etkili olmuştur. Egemen ideolojiyi yaymak için insanlara metin, görüntü ve ses olarak aynı iletileri ulaştırmak kaygısı güdülmüştür. Bunun yanında milyarlarca insana ilişkin verileri izleme ve kayıt altında tutma ihtiyacı bilgisayar teknolojilerine olan bağımlılığı artırmıştır. Bu bağlamda bilgi iletişim teknolojileri ve modern kitle iletişim araçları birbirinin tamamlayıcısıdır (Manovich, 2001). Yeni medyayı yine kitle iletişim araçlarıyla bağı üzerinden değerlendiren bir diğer düşünür Thompson, yeni medyayı dijital teknoloji sayesinde kullanım kolaylığı kazanmış, yetenekleri genişlemiş ya da genişleme potansiyeli olan iletişim araçları olarak tanımlamaktadır (Thompson, 1995, s. 132-137). Dijital teknolojilerdeki ilerlemeler geleneksel iletişim teknolojilerine olan bağımlılığı azaltmakta her geçen gün analog ve dijital kitle iletişim araçları yakınlaşmaktadır. İnternet birçok iletişim normunu değiştirerek yalnızca bireyler için değil işletmeler için de daha fazla verimlilik yaratmıştır. Ancak McQuail geleneksel medyanın kaynaklarını daha etkili ve verimli kullanmak adına yeni medyadan faydalandığına işaret etmektedir. Dijitalleşme kitle medyası için büyük değişimler yaratsa da sınırlar hala belirsizliğini korumaktadır (McQuail, 2000, s. 28). Geleneksel medya ve yeni medya arasındaki farklılaşmalara dikkat çeken Castells'e göre başta internet ve ona benzeşen yapılanmalar hem bireysel hem de örgütsel yaşamın temeli, vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Bu temellendirmeden hareketle Castells günümüz toplumunu "ağ toplumu" olarak nitelemektedir. Ağ toplumu şeklinde ifade bulan toplumsal yapının özü, ağlar oluşturmaya dayanmaktadır. Bu bağlamda oluşturulan ağların çevresinde herhangi bir merkezi yapısı olmayan, hiyerarşisi olmayan, ilişkilerde yatay boyutun söz konusu olduğu bir sosyal örgütlenme biçimi değerlendirilmektedir (Castells, 1996, s. 6-9).

İnternetin tetiklediği küreselleşme toplumların ve kültürün karşılıklı bağımlılığını artırmaktadır.

Kültürel bellek kurumları bağlamında dijitalleştirme, kitaplar, süreli yayınlar, mikrofilmler ve videokasetler gibi analog materyallerin dijital kopyalarını üretme faaliyetleridir. Kültür varlıkları ve sanat eserlerinin dijital kopyalarını elde etmek pek çok fayda sağlar. Bunların başında uzaktaki kullanıcılar için uzaktan ve açık erişimin sağlanması gelir. Bu temel fayda dışında; paydaş girişimler yoluyla koleksiyonların geliştirilmesi; araştırma ve eğitim potansiyelinin artırılması ve kültürel mirasa dair koruma faaliyetlerinin dijital araçlarla desteklenmesi mümkün kılınır (Hughes, 2004, s. 9-17). Bu dönemde artık kültür varlıklarını görebilmek için fiziken yanlarında bulunma zorunluluğu ortadan kalkmıştır.

Yeni medya teknolojileri kültürel mirası yalnızca erişim ve koruma bağlamında etki altına almaz. Hedef kitlelerine ulaşmak isteyen kültürel miras yöneticileri bu değişen medya yapısı içerisinde yepyeni zorluklarla karşı karşıyadır. 2020 yılında dünya gündeminin tam ortasına yerleşen Covid-19 pandemisi kültürel alanların kapanması, kültürel etkinliklerin durma noktasına gelmesi gibi sonuçlar doğurmuştur. Bu sonuçlar kültürü dijitalde yaşatma çabalarına doğal gelişiminin ötesinde bir hız kazandırmıştır.

2.1.1 Dijitalleşme, Dijitalizasyon, Dijital Dönüşüm

Dijitalleşme ya da sayısallaştırma (Digitization), Dijitalizasyon (Digitalization) ve Dijital Dönüşüm (Digital Transformation) kavramları hem Türkçe hem İngilizce literatürde sıklıkla karıştırılmakta zaman zaman birbiri yerine kullanılmakta olan; çeviri güçlüklerine de sahip kavramlardır.

Dijitalleşme basitçe analog formattan elektronik ortama geçişi ifade etmektedir. Dijitalleştirme fiziksel nesneleri dijital hale getirme, otomatikleştirme işidir. Analog bilgi 0'lar ve 1'ler formatına dönüşerek sayısallaşınca bilgisayarlar tarafından saklanabilir, işlenebilir ve iletilebilir bir form kazanır. Daktiloda yazılmış bir metni dijital forma dönüştürmek dijitalleştirmedir. Bununla birlikte, dijitalleştirmenin süreçler değil, dijitalleştirdiğiniz bilgiler olduğunu unutmamak

önemlidir (Bloomberg, 2020). Teknik bir çevrimi anlatan dijitalleşme ile dijitalizasyon kavramı arasındaki ayrım tam olarak bu noktada ortaya çıkmaktadır.

Dijitalizasyon ya da dijitalleştirme daha komplike tanımlara sahiptir. Gartner'ın bilgi teknolojileri sözlüğü kavramı dijital işletmeye geçiş süreci olarak tanımlar. İş yapma biçimlerini dönüştürmek için dijital teknolojileri ve bilgileri kullanma süreci vurgulanmaktadır (Gartner, 2013). Bu tanım açıkça kavramı işletme alanına sıkıştırmaktadır. Gray ve Rumpe'a göre ise dijitalizasyon yapılan işlerde verimliliği arttırmak ve katma değer üretmek amacıyla geniş yelpazedeki alanlarda dijital teknolojilerden faydalanmayı ifade eder. E-devlet, e-sağlık uygulamaları, akıllı evler, akıllı kentler dijitalizasyona örnek teşkil eder (Gray & Rumpe, 2015, s. 1320). Dolayısı ile dijitalleşme ile dijitalizasyon arasındaki fark dijitalleştirmenin nesneleri; dijitalizasyonun "süreç"leri dijitalleştirmesidir. Bir kavram olarak dijital dönüşüm ise bireylerin ve örgütlerin hatta makinelerin teknolojisini tüm süreçlerinde kullanır hale dönüşmesidir.

Dijital dönüşümü bilgi iletişim teknolojilerinin sürekli devinim içinde olduğu çağımızda birkaç teknoloji üzerinden tanımlamak yanıltıcı olacaktır. Fakat web 3.0, algoritma temelli pazarlama, mobil, genişbant internet, bulut, dijital medya, büyük veri, yapay zeka, artırılmış gerçeklik, nesnelerin interneti, robotik, üç boyutlu baskı, ses tanıma, yüz tanıma, hareket algılama, mobil sağlık uygulamaları gibi teknolojiler hem toplumu hem de iş yapma biçimlerini kökünden değiştirmektedir (Manovich, The Language of New Media,, 2002, s. 47). Dolayısıyla dijital dönüşüm "bilişim teknolojilerinin sağladığı olanaklar ve toplumun değişen gereneksinimleri doğrultusunda; örgütlerin etkin ve verimli hizmet sağlamak, tüketici memnuniyetini artırmak amacıyla iş süreçleri ve teknoloji unsurlarında gerçekleştirdikleri bütüncül dönüşümdür" (TÜBİTAK-BİLGEM, 2020). Son yıllarda, hemen hemen tüm endüstrilerdeki kurumlar, yeni dijital teknolojileri keşfetmek ve bunların faydalarından yararlanmak için bir dizi girişimde bulunmaktadırlar. Konunun en temeli iş operasyonlarının dönüşümlerini içermektedir. Dönüşüm tüm ürün ve süreçlerin yanı sıra organizasyon yapılarını ve yönetim konseptlerini etkiler. Dijital dönüşümün potansiyel faydaları gün geçtikçe çeşitlenmektedir. Dönüşüm, kurumları, faaliyet

alanlarını, ürünlerini, tedarik zinciri yönetimlerini etkileyerek sınırları genişletir. Yaşanan değişimle birlikte hem üretme biçimleri hem faydalanıcılarla olan etkileşim gelişir (Matt, Hess, & Benlian, 2015, s. 339). Dijital dönüşüm bu özellikleriyle yeni değerler yaratmak için fırsatlar sağlamaktadır. Dijital dönüşümle ilgili mevcut literatürdeki 282 çalışmayı gözden geçiren Vial, elde ettiği bulgular içerisinde organizasyonların faaliyet gösterdikleri çevrenin artan karmaşıklığının altını çizmektedir. Dijital teknolojiler daha fazla bilgi, bilgi işlem, iletişim ve bağlanabilirlik sağladığından, ağ oluşmasını sağlar ve bu ağda yeni işbirliği biçimlerini mümkün kılar. Bunu yaparken, çıkarları tam olarak örtüşmeyen paydaşlar arasında da bağımlılıklar yaratırlar. Bu yeni gerçeklik, organizasyonlarda olağanüstü yenilik ve performans potansiyeli sunar ve bireyleri, endüstrileri ve toplumu etkilemek için firmanın sınırlarının ötesine uzanır (Vial, 2019, s. 143-144). Teknolojik gelişmenin yakaladığı ivmeyle birlikte dijital dönüşümün her sektörden kurumun gündeminde uzunca bir süre yer etmeye devam etmesi güçlü bir ihtimal olarak gözükmektedir.

Dönüşümün bir boyutu da otomasyondur. Otomasyon; teknoloji yoluyla, anolog bir kaydın dijital ortamda işlenir hale getirilmesidir. Örneğin bir videokasetin bilgisayar formatına dönüşmesi böyle bir çalışmadır. Süreçlerin dijital ortama geçmesi ile "e-hizmet" ortaya çıkmıştır. Bürokratik işlemlerin internetten yürütülebilmesi bu duruma örnek teşkil eder. Tüm kurumsal yapı ve tüm paydaş ilişkilerinin dijital ortamda yeniden biçimlenmesi süreci ise "dijital dönüşüm"dür. Dijital dönüşüm, otomasyon ve e-hizmet süreçlerini her geçen gün yeniden ele alarak; verimli kılma, güncelleştirme ve iyileştirme çabasıdır (Yankın, 2019, s. 15). Tüm bu faaliyetlerin gerçekleşmesinde sistemlerin dönüştürülmesi kadar bireylerin çalışma biçimleri ve anlayışlarının da dijitale uygun hale getirilmesi gerekliliği gözardı edilmemelidir.

2.2 Dijital Kültür

Günümüzde pek çok şey giderek dijitalleşmekte, dijital olarak gözlemlenip izlenmekte, buna bağlı olarak hayat bir değişim ve dönüşüp sürecinden geçmektedir. Küreselleşme, kapitalizmin küresel egemenliği ve bilgi iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması dijital teknolojilerden kuvvet almaktadır. Bilim, medya ve sermayenin ortak noktası teknoloji olmuş bu yeni durum insanları yakın gelecek hakkında

düşünmeye sevk etmiştir. Teknoloji verilerden veya verileri işleyen makinelerden çok daha fazlasını ifade eden bir yapıya bürünmüştür ve kültüreldir (Gere, 2008, s. 16). Yeni medyanın ayırt edici beş özelliğini dijital temsil, modüler olma, otomasyon, değişkenlik ve kültürel kod çevrimi olarak niteleyen Manovich; kültürel kod çevriminin kültür değerlerini değişime uğrattığını ifade etmiştir. Yeni medya kültürel ve bilgisayar katmanları olmak üzere iki temel katmanda yer almaktadır. Dijital dünyada üretilip yayılan yeni medya ürünleri bilgisayar mantığını kültürel sahaya taşırken; geleneksel kültürel katman da dijital dünyayı aynı şekilde etkilemektedir. Böylelikle ortaya yeni bir kültür çıkmaktadır (Manovich, 2001). Ortaya çıkan bu yeni hibrit kültür kitle iletişimini de doğrudan etkilemektedir.

İletişim kuramlarına ilişkin literatürde 19. yüzyıl basılı kültüründen ve 20. yüzyıl elektronik kültüründen söz edildiğine sıklıkla rastlanır. 21. Yüzyılın kültüründen ise dijital kültür olarak bahseden bir literatür oluşmaktadır. Deuze'a göre dijital kültür; bireylerin çağdaş ağ toplumu içinde hareket etme ve etkileşim kurma biçimleriyle ilgili olarak ortaya çıkan; değerler, uygulamalar ve beklentiler dizisidir (Deuze, 2006, s. 63). Kavram farklı kaynaklarda siber kültür, enformasyon kültürü, internet kültürü gibi isimlendirmeler alsa da somut dünya kültürlerini yeniden şekillendirebilecek veya dijital ağlara özgü yeni kültürel düşünce türleri ve yaratabilecek pratikler ifade edilmektedir.

Van Dijk'a göre dijital kültürün temel özellikleri; önceden programlanmış olması, parçalanma, yeniden birleştirme (kolaj), kullanıcı üretimi, hız, görselleştirme ve nicelleştirmedir. Yeni medyayı etrafında şekillenen popüler fikirler kültürel ürünler için yeni ve sınırsız seçeneklerin oluştuğunu ve yeni medyanın bireylerin yaratıcılıklarını teşvik edeceğini belirtir. Ancak Van Dijk bu konuya oldukça çekimser yaklaşmaktadır. Konuyu önceden programlanma ve yaratıcılık bağlamında ele alan yazara göre bu alandaki gelişmeler bireylerin, üretilmiş olanın üzerinden gitmeye daha yatkın olduğunu göstermektedir. Dijital dünyanın araçları önceden programlanmıştır ve kullanıcı kendisine sunulan programlı içeriğe uymaya mecburdur. Kullanıcının seçeneği çoğu zaman kendisine sunulan cihazın yazılımının menüsüyle sınırlıdır. Programlanmış bu yapı içerisinde her şey kodlanmıştır ve bölünebilir haldedir. Bu

sistemde içerik her geçen gün artmaktadır ama yeni gelen içerikler de hep benzeşmektedir. Van Dijk'a göre bireylerin kültürel mirasın her türlü bileşeninden parça alarak insanların kendi eserlerini ürettikleri bir dönemde bulunuyoruz. Ayrıca dijital kültürün parçalanma ve kolay özelliği teknolojik ürünlerin modüler yapısına işaret etmektedir. Üretilmiş olan değerin yaratıcı bütünlüğü modülerlik yüzünden kaybolur (Van Dijk, 2016, s. 294-295). Örneğin kullanıcılar bir albümün bütününü dilemek zorunda olmayıp sevdikleri şarkılardan bir dinleme listesi oluşturabilirler. Yani kolajlarını yapmış olurlar. Kullanıcı üretimi ise, teknolojinin demokratikleşmesi ile kullanıcının yalnızca bir tüketici olmaktan çıkıp üretici olmasını ifade eder. Fakat Van Dijk'ın dikkat çektiği iki noktanın ilki; üretimdeki bu yaygınlaşmanın amatör ile profesyonel olan arasındaki iyi belirginleştirmesidir. Diğer bir husus ise kullanıcıların üretme imkanına eskiye nazaran daha çok sahip olmalarına karşın web'teki içerikleri tüketmeyi çoğu zaman yeğlemesidir. Hızlanma ise yalnız dijital kültürün değil yaşadığımız dönemin her alanına sirayet eden bir olgudur. Giderek hızlanan ve artan enformasyon ve iletişim yüklemesi bireyleri kültürel alanda da kuşatmaktadır (Van Dijk, 2016, s. 296-297). Son olarak görselleştirme, ekranların yaygınlaşmasına işaret eder. Ağ toplumu içerisinde kültürel içeriğin sunumu için hemen yerde ve her alanda görüntülere dolayısıyla ekranlara başvurulmaktadır. Bunun sonucu olarak bireylerin kişisel deneyim ve etkileşimleri yerini "cam arkası" gözlemleme almaktadır. Üstelik teknoloji ile kazanılan hız enformasyon bombardımanı oluşmasına neden olmaktadır. (Van Dijk, 2016, s. 300). Tüm bu süreçlerin bireysel yaratıcılığa ve kültüre sağladığı katkı şüphelidir. Birbirini taklit eden çalışmalar internette hızla yayılırken amatörlerle profesyoneller arasındaki ayrım, teknolojinin ucuzlayıp görece demokratikleşmesine rağmen belirginleşmektedir.

Deuze'un dijital kültüre getirdiği açıklayıcı yaklaşım üç aşamada ifade bulmaktadır. Bunlar katılım, iyileştirme ve brikolajdır. Yeni medya araçlarını kullanan kullanıcılar anlam oluşturan sürecin bir parçası olur, birlikte üretirler yani katılım sağlarlar. İkinci aşamada ise bireyler algıladıkları gerçekliği değiştirerek iyileştirirler. Son tahlilde ise herkes gerçekliğin kendine özgü bir versiyonuna sahip olmuş olur buna da brikolaj(kesyap) denmektedir (Deuze, 2006, s. 63-75). Katılım dijital kültürün en temel parçalarından biridir çünkü yeni medya yoluyla şekillenen kültürel hayatta her

bireyin tüketici rolü kadar üretici rolü de artmıştır. Web 2.0 sayesinde üretici ve tüketici giderek iç içe geçmektedir. İyileştirme yalnızca bilgi çağının bir kavramı değildir. Kökleri aydınlanma olan kavram bir medya aracının bir başka medya temsil olmasına işaret eder. İyileştirme kavramına ilişkin olarak Bolter ve Grusin; yeni dijital medyanın, kültürü bozan harici ajanlar olmadığını, yeni medyanın zaten kültür bağlamlarda meydana çıktığını ifade eder (Bolter & Grusin, 1996). Bu anlamda "iyileştirme"; konvansiyonel ve yeni medyanın entegrasyonudur.

Medya ve kültürel çalışmalar alanında çalışanlar; yeni anlayışlar ve anlamlar yaratmak için mevcut eserlerin ya da fikirlerin karıştırılarak kullanılması ile karşılaştıklarında zaman zaman bu durumu brikolaj kavramı ile ifade etmektedirler. Özgünlük ya da kalitenin bir amblemi olarak tek ve biricik olan şeyler üzerine modernist merak duyularak; tek bir kötü orijinal yerine birden çok iyi kopyanın bir araya getirilmesini tercih eden anlayışın pabucunun dama atıldığına rastlanır. Özgünlük artık modern ve yeni bir yoruma kavuşmuştur. Artık her birey elindeki malzemeden bir kolaj yapma imkanına sahiptir. Açık kaynak hareketi[13], bunun en önemli örneklerindendir. Bazı oyun üreticisi şirketler yazılım geliştirme kitlerini kullanıcıya sunmaktadır. Wikipedia gibi sitelerde kullanıcılar kolektif olarak içerik oluşturmaktadır (Deuze, 2006, s. 70). Dijital kültürün özü, dijital ağlarda etkileşimde bulunan bireylerin; bilgi, inanç ve uygulamalarını ifade etmesidir. Yeni medya teknolojilerinin gelişimi kültür varlıklarının da dijitalleşmesine yol açmıştır. 19. yüzyıl sonunda ortaya çıkan teknikler günümüz yeni medya teknolojisinin alt yapısını hazırlamış, kültür varlıkları ve sanat eserlerinin yeniden üretimine vesile olmuştur. Bu yeniden üretim tekil olan eserlerin çoğaltarak kitleselleştirmiştir. Küreselleşmenin de etkisiyle dijitalleşen kültürel ürünler neredeyse tüm dünyada dolaşıma girmeye başlamıştır. Kültürel ürünler giderek bilgisayar ekranlarını sığdırılmaya başlanmaktadır (Başlar, 2013, s. 777). Bu durumun en güncel örneği çok geniş yelpazede on binlerce kültürel ve sanatsal eseri dijital olarak saklayan ve sergileyen Google Arts ve Europena gibi projeler olmaktadır. Fakat bu merkezi ve güçlü projeler dışında da dijitalleşmenin kültür kurumlarının kılcal damarlarına hızla nüfuz ettiğini

[13] Açık kaynak kodu bir bilgisayar yazılımının kodlarının kullanıcısı tarafından görüntülenebilir, değiştirilip geliştirilebilir olduğunu ifade eder (Minelli, Chambers, & Dhiraj, 2013, s. 67).

değerlendirmek mümkündür. Keza yerel yönetimlerden, müzeler ve kütüphaneler gibi tekil bellek kurumlarının koleksiyonlarını dijitale taşıma faaliyetleri her geçen gün gelişmektedir.

2.3 Dijital Olanaklar

Günümüzde, kültür varlılarının özellikle kamu kurumlarının girişimiyle dijitalleştirilmesi giderek yaygınlaşmaktadır. Pek çok ülke sürdürülebilir kalkınmaya yönelik amaçları ve kültürel stratejilerine ilişkin vizyonlarını tanımlarken kültürel mirası korumanın yollarından biri olarak dijitalleşen kültür mirasının önemini vurgulamıştır. Avrupa Komisyonu, 2008'de başlatılan Europeana projesi ile birlikte kültür mirasının uzun vadeli dijital korunmasını sağlamak için daha fazla gereksinime vurgu yapmıştır (Navarrete, 2013) (Lee, 2010). Europeana gibi; kıta avrupasının belleğine ait kitapları, resimleri ve müze objeleri gibi dijitalleştirilmiş pek çok kültürel eserleri sunan web portalları popülerleşmektedir. Üstelik değişen ve gelişen web mecraları kullanıcı deneyimini merkeze alarak sanal gerçeklik teknolojilerinden çokça faydalanmaktadır.

Gelişen teknolojiler sanal ve gerçek arasındaki varlık alanlarını çeşitlendirmiş ve aralarındaki ilişkiyi değişime uğratmıştır. Pine ve Korn yaptıkları çalışmada gerçek ve sanal uzamları 8 ayrı biçimde sınıflandırmaktadır. Yakın gelecek insanlığa, teknolojinin yeni gerçeklik biçimleri inşa edip etmeyeceğini gösterecektir.

Tablo 5: Çoklu Evrenin Alanları (Pine II & Korn, 2011, s. 17)

Zaman	Uzam	Fiziksellik	Gerçeklik Türü
Gerçek	Gerçek	Atomlar	Gerçeklik
Gerçek	Gerçek	Bitler	Artırılmış Gerçeklik (AR)
Gerçek	Sanal	Atomlar	Fiziksel Sanallık (PV)
Gerçek	Sanal	Bitler	Yansıtılmış Sanallık (MV)

Zaman	Uzam	Fiziksellik	Gerçeklik Türü
Zamansız	Gerçek	Atomlar	Çarpık Gerçeklik (WR)
Zamansız	Gerçek	Bitler	Paralel Gerçeklik (AR)
Zamansız	Sanal	Atomlar	Artırılmış Sanallık (AV)
Zamansız	Sanal	Bitler	Sanallık

2.3.1 Dijital Arşivleme

Dijital koruma ya da arşivleme, dijital olarak oluşturulmuş veya sonradan dijital ortama aktarılmış materyalin uzun vadede erişilebilir olması amacıyla yürütülen süreci ifade eder. Dijital arşivlemenin amacı; belgenin yok olmasını önlemek, fiziki niteliğini, içeriğini ve bütünlüğünü korumak, işlevlerini yerine getirebilir vaziyette tutarak uzun süreli olarak saklanmasını sağlamaktır (Bullock, 1999, s. 4). Bilgiye erişimin sürdürülebilirliği koruma ve arşivlemeyle mümkündür. Bilgi depolayan formatlar her geçen gün çeşitlenmekte, bilgiye erişimi devamlı kılabilmek adına hem içeriği hem de teknolojiyi koruma gereksinimi ortaya çıkmaktadır (Tonta, 2004 akt. (Özbağ, 2010, s. 2). Bu alanda; arşiv ve envanter çalışmaları, dijitalleştirme/dijital koruma ve açık erişim uygulamaları kültürel miras yönetiminde teknolojiden faydalanabilmek adına yapılan uygulamalardır.

Kültür varlıkları günümüzde hızla dijitalleştirilmekte bir bölümü de dijital doğmaktadır. Dijitalleştirilen materyallere çoğunlukla web üzerinden erişim sağlanmaktadır. Pek çok ülke gerek yerel gerek uluslararası düzeyde dijital arşivleme çalışmaları yürütmektedir. Bellek kurumları bu Alana öncülük ederek dijital materyaller üretmek için çalışmakta ve mevcut analog materyalleri de dijitalleştirmektedir. Tarihi, sanatsal, kültürel öneme sahip varlıkların her geçen gün sayıları artarak dijital ortamda sunulması ve kültürel miras kapsamında değerlendirilen dijital unsurlara erişim, bu materyallerin depolanması, korunması ve arşivlenmesiyle

mümkündür. İnternetteki materyallerin "sonradan olma" yani orijinali analog formatta olup sonradan dijital formatlara dönüştürülen ya da doğuştan dijital formatta olması; bu materyallerin hep erişime açık olacağı manasına gelmemektedir. Söz konusu eserlerin meydana getirilmesi yapılan entelektüel yatırımın yanında maddi harcamaları ve üzerine harcanan ciddi bir süreyi de içermektedir. Bu sebeple kültür varlığı değerindeki eserler ve onlara ilişkin verilerin korunması, yapılan maddi ve manevi yatırımların da korunma altına alınması demektir. (Özbağ, 2010, s. 12). Kültür varlıklarını bir araya getirmek, envanter oluşturmak, arşivlemek kültürel bellek kurumlarının asli görevleri arasında yer alır. Bu kurumların arşivlerini dijitalleştirmeleri ve erişime açmaları bilgiye erişmede sınırların kalkması anlamında önemi faydalar sağlayabilmektedir. Bellek kurumlarının dijitalleşme çalışmalarına adaptasyonu fiziki mekân uzamında bulunmaktan kurtarır ve miras hakkındaki bilgileri erişilebilir kılar. Kültür varlıklarına web ortamında açık erişimin sağlanması tarih ve kültür hakkında farkındalık seviyesi yüksek bir toplum yapısının gelişmesine katkıda bulunarak kurumlara yaptığı katkının yanında ülkeye de kazanımlar sağlar (Öztemiz, 2017, s. 13-14). Kültürel miras ürünlerinin dijital ortama aktarılmasını temel alan dijital koruma uygulamaları bellek kurumlarının amaçlarını gerçekleştirmelerine yardımcı olmaktadır. Bu çalışmalar ülkemizde de yaşanan kayıp ya da kaçırılmış kültür varlıklarının aranması gibi süreçler için elzemdir.[14] Tüm ulusların kültür varlıklarının potansiyelinden maksimum verimle faydalanmak için politikalar ürettiği bir dönemde arşivleme çalışmalarının önemi göz ardı edilmemelidir.

2.3.1 Dijital Sergileme ve Sanal Gerçeklik

Sanal gerçeklik, kullanıcıların dijital grafikler yoluyla üç boyutlu olarak dizayn edilmiş bir çevreyi izlediği, hareket edip gezebildiği, farklı açılardan bakıp müdahale edebildiği bir deneyimi ifade etmektedir (Rheingold, 1991). Bir şeyin hem sanal hem gerçek olması ilk bakışta çelişkili gözükse de her iki kavram iç içe geçerek "vr" teknolojisi şeklinde yeni bir surete bürünmüştür. Sanallık ve simülasyon gerçeğin

[14] 2020 yılında yaşanan olayda Zeugma Müzesi'ne ait Orta ve Erken Tunç Çağı'na kadar giden yaklaşık 5000 yıllık 10 eserin ve ile 2013 yılında kaybolduğu tespit edilen 17 tarihi eserin envanter bilgileri ve fotoğraflarının olmadığı anlaşılmıştır. Bkz: https://www.ntv.com.tr/sanat/fotograflari-olmayan-kayip-eserler-tarifle-araniyor,xXmpk6McUUeh9-jHNYTS5g

yeniden üretimini çağın en temel sorunlarından biri olarak gören Baudrillard'tan bu yana tartışma konusu olmaktadır. Ona göre giderek anlamını yitiren gerçeklik ile simülasyon arasındaki ayırt edici fark giderek azalmaktadır (Baudrillard, 2010). Günümüzde sanal gerçeklik teknolojileri insan ile makine arasındaki etkileşimi Baudrillard'ın çağına göre bambaşka bir seviyeye taşımaktadır. Üstelik bu uygulamalar büyük teknoloji şirketlerinin her geçen gün artan yatırımlarıyla gelişmekte ve yaygınlaşmaktadır.

Sanallık ve teknoloji hayatın içine bu kadar yerleşmeye başlamışken kültürel miras alanına bu teknolojinin sirayet etmemesi beklenemez. Sanal gerçeklik teknolojilerinin kültürel miras alanında kullanımı çok çeşitli şekillerde gerçekleşmektedir. Kültürel miras uygulamalarında 3B modellemenin potansiyeli birçok olasılığı ortaya çıkarır. Sanal gerçeklik, üç boyutlu canlandırma gibi çalışmalarla eserler analiz edilebilir, geometrilerinin ve görünümlerinin bir kaydını tutulabilir, dijital bir kopya sağlanmış olur. Örneğin, koruma nedenleriyle kapatılması gereken sit alanlar bu yolla incelenebilir veya ziyaret edilebilir. Kültürel miras daha iyi anlaşılması sanal gerçeklikten faydalanılabileceği gibi restorasyon amacı için de kullanım söz konusu olabilir. Tüm bu kullanımların içerik ve amaçlarına göre sınıflandırılışı aşağıdaki gibidir (Sürücü & Başar, 2016, s. 15);

1-Sanal rekonstrüksiyon

2-Yerinde deneyimleme (in situ) ve rehberlik

3-Bilimsel analiz

4-Sanal restorasyon

5-Sanal müzecilik

6-Eğitici oyunlar

Sanal rekonstrüksiyon, kültürel mirasla ilgili farkındalık oluşturulmasında, eserin korumasında ve aktarılmasında kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemi konu eser taşınabilir küçük bir kültür varlığı olabileceği bir kent de olabilmektedir. Özellikle yok

olmaya yüz tutmuş, ya da bir bölümü kaybedilmiş kültür varlıkları bu yol ile sanal ortamda yeniden canlandırılırlar.

Yerinde deneyimleme ve rehberlik sağlayan sanal gerçeklik uygulamaları kültür varlıklarını ziyaret eden bireylerin çok daha ekili ve eğitici bir deneyim yaşamasını sağlamaktadır. "Artırılmış Gerçeklik" teknolojisinden faydalanan uygulamalar örneğin bir antik kentin eksik parçalarının yerindeymiş gibi görülmesini sağlayabilir. Bu uygulamalar için VR gözlük kullanılabileceği gibi mobil telefon uygulamaları da söz konusu olabilmektedir. Petroviç ve arkadaşları (2021) AR teknolojilerini kullanan mobil uygulamaların turizme sağladığı katkılara vurgu yaparken pandemi sürecinin konunun önemini artırdığına dikkat çekmektedirler. Bu sistemler kullanıcının miras alanındaki yönelimini algılayarak çalışır ve gerçek zamanlı görüntü oluşturur. Profesyonel amaçlarla kullanılabileceği gibi eğlence amacıyla da kullanılabilir. Çok modlu kullanıcı arayüzleri ile bu sistemler kültür turizminde giderek yaygınlaşan araçlar haline gelmektedir (Vlahakis, ve diğerleri, 2001, s. 1). Bir sergileme yöntemi olarak artırılmış gerçeklikten müzelerde de faydalanılmaktadır. Artırılmış gerçeklik yaratıcı sınırların genişlemesine de imkan sağlamaktadır. Müzeler sergilerine olan ilgiyi artırmak için ya da koleksiyonlarında mevcut olan fakat başka sergileme alanlarında bulunan eserleri alan içerisinde tekrar canlandırmak için bu teknolojiyi kullanabilmektedirler (Coşkun C. , 2017, s. 75). Arttırılmış gerçeklik teknolojileri kültür varlıklarının sanal olarak desteklenmesine ve ziyaretçiler için daha fazla bilginin sağlanması ve eğlenceli ve öğretici bir deneyim sağlanmasına potansiyel katkılar sağlamaktadır.

Bilimsel analiz çalışmaları ise kültür varlıklarının ergonomik, akustik vb. özelliklerini keşfetmek amacıyla sanal gerçeklikten faydalanan çalışmalardır.

Sanal restorasyon; genellikle eserlerin fiziken restore edilmesinin mümkün olmadığı veya riskli olduğu durumlarda kullanılabilen bir yöntemdir. Bu yöntem ile orijinal esere zarar vermeden canlandırma yoluyla tamamı ya da gerekli kısmı dijital olarak yeniden inşa edilir ve bütüne ilişkin görüntü oluşturulur.

Kültürel mirasın korunması ve yönetilmesinde en önemli bellek kurumlarından biri olan müzeler de teknolojideki gelişmelerden etkilenmektedir. Sanal müzeler kültür eserlerini kitlelere ulaştırmada olanak sağlarlar. Çoğunlukla internette yer alan sanal müzeler; yerlerinde de interaktif uygulamalar yaparak sanal gerçeklikten faydalanabilmektedirler. İnternette yer alan web tabanlı hayali müzeler düşük maliyetli olmalarının yanında uzak hedef kitlelerle iletişimin sağlanması için avantajlar sağlamaktadırlar. Dünyada her geçen gün sanal müzelerin sayısı artmaktadır. Sanal gerçeklik ürünlerinin yaygınlaşması ve bu teknolojinin giderek gelişmesi sanal müzelerden edinilen deneyimin de gün geçtikçe gelişmesini sağlamaktadır.

Video oyunlarının VR teknolojisi ile buluşması sayesinde eğitici oyunların (serious games) da kültürel miras alanında kullanılabileceği kanaati ortaya çıkmıştır. Oyunlar zaman ve mekan sınırını ortadan kaldırarak geniş kitlelerin ilgisini çekme fırsatı yaratırken özellikle çocuk hedef kitlelerin bilinçlendirilmesi amaçlandığında özel bir yere sahip olmaktadır. Üstelik oyunlar interaktif müzeler gibi kitle odaklı çalışmalardan ziyade bireysel bir deneyim sunmaları açısından ayrışırlar. Bir karakter veya olay örgüsü içerisinde kurulan empati; farklı kültürler, değerler, tarih gibi olguların anlaşılmasında olanaklar sağlar (Mortara, ve diğerleri, 2014, s. 43). Sanal gerçeklik teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşmasının kültürel miras alanında da bu teknolojilerin kullanımını artıracağını ön görmek mümkündür.

Teknolojik gelişmelerin kültür varlıklarına etkisinin yaygın olarak görüldüğü alanlardan biri de sergiler ve sergileme sistemleridir. Bugün itibariyle teknolojik sergileme sistemleri, müzeciliğin mühim uygulamalarından biri olmuştur keza hem etkileşim yaratmak hem de erişilebilirlik konularında teknoloji pek çok avantaj sağlamaktadır. Müzelerde hem sergi hem de sergiye yardımcı unsur kavramları teknolojiden faydalanabilmektedir. Simülatörler, kiosklar veya holovizyon gibi teknolojiler de hedef kitlenin ilgi ve beklentilerine uygun olacak şekilde düzenlenerek, birbirlerinden bağımsız ya da birbirleriyle kombine edilerek kullanılabilmektedir (Boyraz, 2013, s. 126). Bu sistemler aracılığıyla hedef kitleler ile beklenen etkileşimin yaratılmasına önemli ölçüde katkı sağlanabilmektedir. Etkileşimli sergileme genellikle

müzelerde mümkün olmaktadır. Dijital sergileme tekniklerine başvurulması müzelerde koleksiyon yönetimini ve planlamayı etkilemektedir. Eğitim, koleksiyon yönetimi ve koruma uygulamaları müzenin faaliyet sahasını, amaçlarını ve hedef kitlelerini gözeterek düzenlemek gerekir. Bu teknikler özellikle hikaye anlatıcılığı ile desteklendiğinde bilhassa çocuk hedef kitleler için eğitici yayınların yapılmasında somut faydalar sağlayabilirler. Karekod (QR) sistemleri müzeler için çarpıcı nitelikte bir gelişme yaratmıştır. Bu kodlar sayesinde ziyaretçiler telefonlarından sergilenen eserler hakkında detaylı bilgi alabilmektedirler. Üstelik bu teknolojiyi kurgulamak ve kullanmak çok basit ve maliyetsizdir. Kodlar dışında yaygın olarak başvurulan etkileşimli sergileme yöntemleri; Dokunmatik Ekranlar (Touch Screen), Hologram Teknolojileri, Simülasyonlar, Sanal Gerçekçilikler, Arttırılmış Gerçeklikler, Çok Boyutlu Gösterimler (Projeksiyon) gibi uygulamalardır (Akçaova & Doğan, 2020, s. 73). Kulaklıkla sunulan rehberlik hizmetleri de bu uygulamalara ilave edilebilir.

Dokunmatik Ekran; ekran yüzeyine temas ile çeşitli bilgi ve hizmetlerin alındığı cihazdır. Bu cihazlar ile bilgi aktarımı gerçekleşirken daha etkileşimli bir ortam oluşmakla birlikte müze alanında bulunmayan eserlerin de gösterilmesi, detaylı veya ileri okuma bilgilerinin sağlanması mümkün olabilir (Deniz, 2008, s. 4). Holografi sözcüğünün etimolojisine bakıldığında Yunanca “holos” yani bütün anlamı karşımıza çıkmaktadır. Holografi bir nesneden gelen dalgaya ait toplam bilgiyi yansıtır. Bu anlamda hologram, bir nesnenin üç boyutlu kaydı, başka bir deyişle lazer aracılığıyla oluşturulan yansımasıdır (Akyol, 2020, s. 107). Bu teknolojiyle kültür varlıklarının canlandırmasını yapmak mümkün olur. Simülasyon ise bir gerçek dünya sisteminin soyut bir modelini oluşturduğumuz ve ardından gerçek dünya sisteminin özelliklerini çıkarmak için modelle deney yaptığımız herhangi bir süreci ifade eder. Daha doğrusu, simülasyon, gerçek dünyadaki bir sürecin veya sistemin zaman içindeki davranışının bir taklididir (Lister, Dovey, Giddings, Grant, & Kelly, 2009, s. 41-43). Simülasyon, gerçeğin yerine geçmiş olan onun hiper gerçeğidir (Baudrillard, 2010). Simülasyonun kültürel miras alanına sağlayacağı katkı sergileme sistemleri ile sınırlı değildir. Mimari araştırmalar, restorasyon, bilimsel analiz gibi alanlarda simülasyona başvurulabilinmektedir. Kültür varlıkları ve sanat eserlerinin dijitalleşmesi, karmaşık altyapıya sahip tarihi, kültürel, veri katmanlarının entegre olma sürecini getirmektedir.

Dijitalleşme, kültürel miras yönetimi için çalışan pek çok profesyonele bu verileri analiz etme, inceleme araçları sağlar. Fakat doğru sonuçlar alabilmek için eserlerin dijital kopyalarının oluşturulması sürecinde ayrıntı seviyesi gibi detaylar ön plana çıkar, yoğun bir emek ve yüksek maliyet söz konusu olur. Bu sebeple bellek kurumları koleksiyonlarının tamamı yerine, tek tek eserleri dijitalleştirme yoluna gitmektedirler. Dijitalleştirme ile ilgili zorluk yalnızca bununla da sınırlı kalmamaktadır. Farklı disiplinlerden profesyonellerin amaçları farklılaştığı için ihtiyaç duydukları yazılım, araç ve formatlar değişkenlik gösterir (Karataş T. , 2020). Sanat ve kültür yönetiminde teknolojik ihtiyaçların karmaşıklaşan yapısı yönetişim süreçlerinde bir "dijital lider" olarak "dijital küratör"e olan gereksinimi ortaya çıkarır.

Sanal gerçeklik, holografi gibi teknolojik sistemlerin öne çıkan özelliği sanal ortamı gerçek zeminde sunarak kolay öğrenmeye yardımcı olmaları, ulaşılabilir, ekonomik ve ekolojik olmalarıdır. Günümüz itibariyle aktif tüketim süreçlerindeki en yoğun kuşaklar olan Y ve Z kuşaklarının kullanım alışkanları için bu teknolojiler özellikle uygundur. Keza bu teknolojiler hem hızlı hem mekândan bağımsızdır ve kişiselleştirilebilmektedirler (Aslan, 2017, s. 22). Sanal bir deneyimin gerçeğinin yerini tutamayacağı noktasında pek çok insan hemfikir olsa da koleksiyonların dijitalleştirilmesi ve sanal ziyarete açılması bilinmez olan pek kültür varlığının ondan çok uzaklardaki bireyler tarafında bilinmesine imkân vermektedir. Müzelerin sanallaşması ile ilgili bir tartışılabilecek bir diğer önemli çıkarım sürecin toplumsal tabakalaşmanın azalmasına katkı sağlamasıdır. E-kültür süreçleri sanatı ve kültürü herkesin için bir miktar daha ulaşılabilir kılmaktadır.

Sonuç olarak dijitalleşen sergileme yöntemleri ve sanal gerçekliğin kullanımı hem kültürel miras alanlarında hem de en yaygın bellek kurumları arasında gelen müzelerde birey ve eser arasındaki ilişkiye yeni boyutlar kazandırmaktadır. Bu boyutlar olumlu katkıları yanında soru işaretlerini de beraberinde getirmektedir. Dijital temsiller fiziken karşı olmanın derinliğini aktarmada yetersiz kalabilmektedir. Bu nokada Benjamin'in kopyalanan eserlerin biricikliğini, aurasını kaybettiği; esere değerini veren bağlam ve özden koptuğu savı hatıra gelmektedir (Benjamin, 2008). Buna karşın André Malraux tek ve biricik formundan koparılarak çoğalan eserlerin

özgürleştiği düşüncesini ifade etmektedir. Malraux'ya göre çoğaltılan eserler birtakım özelliklerini kaybetse de başka yeni özellikler kazanmaktadır. Eserin bağlamından kopuşu aslında onun sınırsızca genişlemesidir, müzelerin duvarları olmayan bir yapıyla insan merkezli bir dönüşümü söz konusudur (Foster, 2004, s. 103). Benjamin ve Malraux'un öne sürdüğü zıt fikirler henüz bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin günümüzdeki kadar gündemde olmadığı ve kültür-sanat eserleriyle bu denli ilişkilendirilmediği bir dönemde gerçekleşmiştir. Bu dönemde özellikle fotoğrafın sanata etkisi tartışmaların merkezinde olmaktadır. Duvarsız-düşsel müzeyi hayal eden Malraux salt fotoğraflardan oluşan bir müzenin, hem sanat tarihi, hem de sanat deneyimi üstünde meydana getireceği etkileri tartışmaktadır. Yazara göre koleksiyonalara giren eserler entelektüel bir anlam kazanır ve esas bağlamlarından ayrılırlar. Örneğin dini amaçlarla yapılmış eserler müzeye girdiklerinde yalnızca sanatsal değerleri bağlamında işlevlendirilmeye başlarlar. Ancak müzelerin fiziki kısıtları tüm kültür varlıkları ve sanat eserleri için bu anlamlandırmanı yapılmasını imkânsız kılar. Ancak Malraux'un fotoğraflardan oluşan duvarsız müzesi bu kısıtı yok etmektedir. Yazara göre insanlığın ortak mirasını temsil eden kültürel ve sanatsal biçemler ancak bu yolla evrenselleşebilir. Bu tür bir yeniden üretim yeni bir deneyim alanı yaratarak insanlığın ortak mirasını teşkil eder (Malraux, 1978, s. 46). Özel olarak fotoğrafın genel olarak da teknolojinin sanat ve kültürel miras üzerindeki tesirinin ne yönde olacağına ilişkin tartışmalar güncelliğini korumaktadır.

2.3.1 Mobil Uygulamalar

Kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasında bilgi iletişim teknolojilerinin kullanım alanlarının genişlemesiyle birlikte miras alanları ve kültürel varlıkların tanıtılma ölçeği büyümüş; bilgi bellek kurumlarının duvarlarının ötesine geçerek daha geniş hedef kitlelere ulaşma imkânı doğmuştur. Bununla birlikte gelişen "mobil turizm" kavramı dijital kent rehberleri ve tanıtıcı uygulamalar gibi alanlara odaklanarak gelişmektedir. Özellikle son on yılda akıllı telefonlardaki gelişim ve yaygınlaşmanın baş döndürücü bir hızla gerçekleşmesi bu sektörü de etkilemiştir (Vargün & Nuhoğlu, 2019, s. 46). Mobil uygulamaların teknolojiden güç aldığı önemli bir nokta da GPS yani küresel konum tespit sistemi sayesinde kullanıcılara

bulundukları lokasyon hakkında bilgi sağlamalarıdır. Kullanıcılar GPS tabanlı uygulamalar ile yalnızca yer ve yön bulmakla kalmayıp konumları ve destinasyonları çevresindeki kültürel miras alanları ile etkileşimli ve eğlenceli şekilde bilgi sahibi olabilirler. Bu gelişmelerin farkına varan pek çok uygulama geliştirici ve kent yöneticileri ziyaretçiler için pek çok turistik uygulama geliştirmektedirler (Tekin, Bideci, & Aydın, 2015, s. 682). Kullanıcıları bir sürece dahil etmek için oyun dışı bağlamlarda oyun öğelerinin, oyun düşüncesinin ve oyun mekaniklerinin kullanılması olarak tanımlanan oyunlaştırma (gamification) kavramı da (Tu, Sujo-Montes, & Yen, 2015, s. 203) kültürel mirasa erişimin artmasında rol oynayabilmektedir. Oyunlaştırma kullanıcıların daha istekli olduklarını bir ortamın gelişmesi için olanak sağlar. Somut olmayan kültürel mirasa odaklanan ve insanların mobil uygulamaların sağladığı olanakları kullanma ve katkıda bulunma noktasında nasıl motive edileceğini araştıran Hannewijk ve arkadaşları yaptıkları araştırmada; mobil uygulamalarda puanlar, rozetler veya diğer ödülleri kullanmanın kullanıcı katılımını ve motivasyonunu arttırdığını ifade etmektedirler. Akıllı telefonlar için mobil uygulamalar geliştiren, oyunlaştırılma deneyimleri üzerine çalışan ve kültürel mirasa dair bilgi ve hizmetleri mobil kullanıcılara sunmak için çalışan yazılım üreticisi bir firma olan 3DGuides platformunun çalışmalarının analiz edildiği araştırmada; kültürel miras alanında ortaya çıkan deneyim endüstrileri için kilit faktörün, hızlı bir şekilde etkileşimli içerik oluşturma olduğu ifade edilmiştir. Mobil uygulamalarda göz ardı edilmemesi gereken önemli husus farklı beklentilere sahip olan hedef kitlelere odaklanma yeteneğidir (Kotsopoulos, ve diğerleri, 2019, s. 15-16). Tüm bu araştırmalar göstermektedir ki sanal gerçeklik teknolojileriyle beraber, mobil yazılımlar; kültür turizmiyle ve özellikle günümüzde neredeyse her turistin kullandığı mobil cihazlarla ilişkilendirildiğinde, büyük bir potansiyele sahiptir.

Söz konusu mobil uygulamalar ve internet tabanlı teknolojiler olduğunda; bunları kent yöneticileri ya da bellek kurumlarının aracılık ettiği rehberlik amacının ön planda olduğu uygulamalarla sınırlı tutmak yeterli değildir. Bu uygulamalar dışında; yerel, bölgesel hatta küresel işbirlikleriyle ortaya çıkan çok büyük ölçekli dijital, kültür ağları da söz konusudur. Bu anlamda ilk akla gelen platformlardan birisi Google Arts & Culture'dır. Google Arts & Culture (eski adıyla Google Art Project)

dünyanın her yerindeki ortak kültür kuruluşlarından sanat eserlerinin ve kültürel eserlerin yüksek çözünürlüklü resimlerini ve videolarını herkesin görebileceği çevrimiçi bir platformdur. Bu platform ile Google; 70 farklı ülkeden sayıları 1500'ü aşan kurum; 6 milyondan fazla görsel ve 9.000'den fazla dijital sergiyi kullanıcılarına sunuyor (2020). Üstelik oldukça gelişmiş bir kullanıcı deneyimi vaat eden uygulama sanat galerilerini sanal olarak gezmeye, eserler hakkında fiziksel ve bilimsel edinmeye olanak sağlıyor. Kullanıcılar kendi sanal koleksiyonlarını da derleme imkanına sahipler. Tüm bu hizmetlerden hem bilgisayar üzerinden hem de akıllı telefonlar aracılığıyla mobil uygulamalar üzerinden faydalanmak mümkün olmaktadır. Uygulama aracılığıyla eserler, zamanları ya da renk paletlerine göre ayrıştırılarak incelenebilir, karşılaştırılabilir. Müzeler sanal biçimde adımlanarak gezilebilmektedir. 360 derece videolar ve çok yüksek çözünürlüklü fotoğraflara erişmek mümkündür. Uygulama bellek kurumları için önemli bir etkileşim ve trafik mecrasıdır. Uygulamayı kullanıcılar açısından ilgi çekici kılan ve özellikle çok indirilmesini sağlayan eğlenceli bir özelliği de kullanıcıların "selfie" lerini; sanat eserleri arasından benzerleri ile eşleştirebilme özelliğidir. Bu eğlenceli özelliğin programın çok ilgi görmesini sağlaması da oyunlaştırmanın mobil uygulamalardaki önemine işaret etmektedir. Google Arts & Culture uygulaması; kültüre erişimi arttırması, kullanıcı deneyimi, fiziksel ziyareti teşvik etmesi, potansiyeli ve kültürün demokratikleşmesine sağladığı katkılar yönünden övgüler almıştır. Batıcı Etnosentirizm, içerik seçiminin geneli yansıtmaması ve güvenlik açıkları nedeniyle eleştiri konusu olmuştur (Google Arts & Culture - Reception, 2020). Benzer bir proje Avrupa Komisyonu'nun öncülüğünde hayata geçen "Europeana"dır. Europeana, dijitalleştirilmiş çok büyük sayıda kültür varlığı ve sanat eserleri ile arşivsel kayıtların arayüzü olarak işlev gören bir internet portalidir. Europeana eğlence, eğitim ve araştırma amacıyla kültürel mirası paylaşmak için, binlerce Avrupa arşivi, kütüphanesi ve müzesiyle birlikte yapılan çalışmaların neticesinde ortaya çıkmıştır. Platformda gelişmiş arama filtre araçlarıyla milyonlarca kitap, müzik, sanat eseri ve daha fazlasına erişim sağlanır (Europeana, 2020). Her iki platform üzerine araştırma yapan Pesce ve arkadaşları; büyük veri üzerine yapılan araştırmaların genel olarak verilerden değer yaratmanın en önemli bir unsurunun farklı paydaşların çıkarlarını uyumlu hale getirme yeteneği olduğunu vurgulamaktadır. İnternet aracılığıyla kültürel mirası yaygınlaştıran iki büyük platform söz konusu

olduğunda; Google'ın kültürel ekosistem içerisinde, farklılaşan sistemleri entegre eden bir rol üstlendiği ifade edilmektedir (Pesce, Neirotti, & Paolucci, 2019, s. 2).

Sonuç olarak kültürel mirasa ilişkin tanıtma, bilgilendirme, eğitim faaliyetlerinde bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımı giderek yaygınlaşırken, mobil telefonlar da bu sürece eklemlenmiştir. Kültürel mirasa yönelik mobil uygulamalar kullandıkları yöntem ve amaçlarına göre beş kategoride sınıflandırılmaktadır (Vargün & Nuhoğlu, 2019, s. 53):

1. Ses, metin ve imajlar kullanan mobil turizm uygulamaları

2. Sanal gerçeklik (3D ve VR) kullanan ve ilgili dönemin tarihi atmosferini aktarma amacı güden uygulamalar

3. Oyunlaştırma (gamification) temelli, AR ve VR'dan faydalanarak bilgiye ulaşımı oyunlaştırma yoluyla veren uygulamalar.

4. AR ve infografik kullanan, kullanıcı lokasyonunu tepit ederek gerekli bilgiyi aktaran uygulamalar

5. İki ve üç boyutlu grafik modellemeleri ve artırılmış gerçeklik (AR) kullanarak dijital hikâye anlatımına başvuran uygulamalar.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

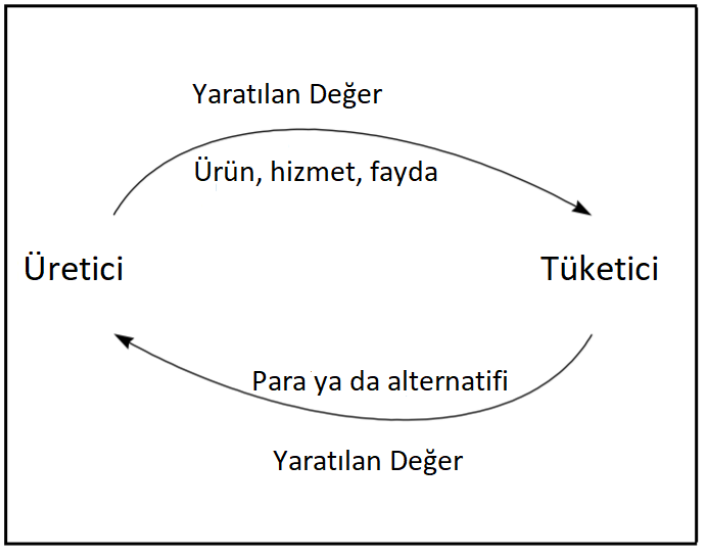
KÜLTÜREL MİRAS İÇİN DİJİTAL İLETİŞİM YÖNETİMİ

3.1 Kültürel Miras Yönetiminde Pazarlama ve Halkla İlişkiler

Kültürel mirasın erişim sağlayıcıları, yöneticileri, ilgili iletişim uzmanları hem paydaş yönetimi hem de tanıtım anlamında çeşitlenmiş bir dizi görev ve sorumluluk ile karşı karşıyadır. Kültürel miras yönetimi çok paydaşlı bir yapıya sahip olduğundan, miras alanıyla ilgili kurum ve yöneticileri, halk, sivil toplum, bölgenin turizm işletmeleri gibi paydaşlar arsında eşgüdüm ve iki yönlü bir iletişim sağlanması gerekmektedir. Bir diğer konuda kültürel mirasın faydalanıcıları ve ziyaretçileri ile ilgili deneyimleri geliştirmek ve alanı tanıtmaktır. Potansiyel ziyaretçileri çekmek, mevcut ziyaretçilerin deneyimini geliştirmek, miras alanı hakkındaki imaj ve itibarı artıracak çalışmalar yapmak, planlı ve profesyonel bir iletişim sürecinin yönetilmesini gerektirir. Bu gereklilik kültürel miras yönetimi ile pazarlama iletişimi çalışmalarının yollarını kesiştirmektedir. İlgili literatür 80'li yıllardan günümüze uzanan süreçte gelişim gösterirken iki farkı düşünce etrafında kutuplaşma eğilimleri göze çarpmaktadır. Bazı akademisyenler pazarlamanın bellek kurumları için güçlü bir araç olduğunu ifade ederken; bunun uygunluğuna şüpheyle yaklaşan ve potansiyel zararlarından söz eden bir literatür de mevcuttur. Ancak güncel eğilim başta müzeler olmak üzere tüm bellek kurumlarında iletişim ve pazarlama etkinliklerinin yaygınlaşması üzerinedir.

Sistemli ve iletişimsel bir iletişim süreci yürüterek kültürel miras ürün ve alanlarına yönelik tüketimi artırma çabaları temelde bir pazarlama iletişimi konusu olarak ele alınabilir. Pazarlama kavramına dair en yaygın kullanılan tanımlar biri Amerikan Pazarlama Derneği'nin yapmış olduğu tanımdır. Bu tanımda pazarlama: Bireylerin ve organizasyonların hedeflerine uygun biçimde değişimi sağlamak üzere, ürünlerin, hizmetlerin ve düşüncelerin meydana getirilmesini, fiyatlandırılmasını, dağıtılmasını ve satış çabalarını planlama ve uygulama sürecidir (American Marketing Association, 2020). Pazarlamayı yenilikçi ve bütünleştirici bir zemine oturtan Kotler, pazarlamayı sosyal ve yönetimsel bir süreç olarak ele alırken onun müşteriler için bir

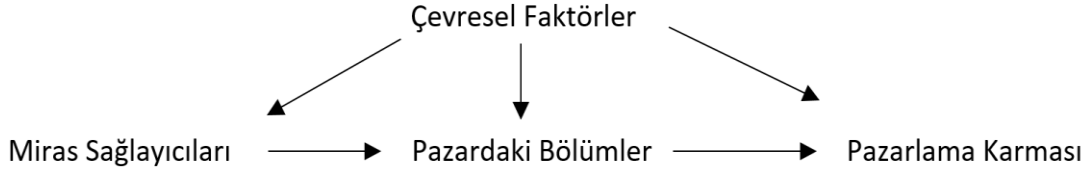
değer yaratma sanatı ve bilimi olduğunu ifade etmektedir. Sosyal bir süreç olarak pazarlamada bireyler değer yaratarak bunları değiş tokuş ederler. (Armstrong, Kotler, Harker, & Brennan, 2009, s. 1-2). Dikkatli incelendiğinde her iki tanımında merkezinde "mübadele" vardır. Değiş tokuş etmek insanlığın ilk kayıtlarından beri rastlanan bir olgu olarak pazarlamanın da temel taşı olmuştur. Temel fikir iki kişinin bir şeyi diğeriyle değiş tokuş etmesidir. Öğeler kabul edilir, bir anlaşma yapılır, her iki taraf da mutlu olur ve kendi yollarına gider. Bu değişimin bir öğesinin para olması ve tüketicilerin parayla belli değerleri satın almaları çağdaş pazarlamanın da basit temel prensibini oluşturmaktadır.



Şekil 6: Mübadele Süreci (Ward, 2002, s. 3)

Kültürel miras dünyasında da amaç ve görevleri çeşitlenen bellek kurumları para, ilgi, zaman gibi değerler için; tüketicilerine değerler sunmaktadırlar. Böylelikle kütüphaneler okuyucularıyla müzeler ve sitler ziyaretçileriyle değer değiş tokuşu gerçekleştirirler. Krauss'a göre kitleselleşen ve sanallaşan modern müzeler sanat ve kitle kültürünün çeşitli unsurlarının iç içe geçtiği bir "bit pazarı" haline gelmiştir. Müzenin başlı başına kendisi bir kitle iletişim aracı olma niteliği kazanmıştır (Krauss, 2020, s. 245). Mübadele sürecinin gerçekleşmesinde çevresel faktörler önemli rol oynar. Demografik, ekonomik, sosyokültürel, siyasi ve yasal, ekolojik ve Teknolojik çevreler her noktada alınacak pazarlama kararlarını etkilemektedir. Kültürel miras

faydalanıcıları ve ziyaretçilerinin eğitim-gelir düzeyleri, eğilimleri ve ilgilileri, demografik özellikleri birbirlerinden farklılaşmaktadır. Kimin ne türden miras ürünüyle ilgilendiğini bilmek de yeterli olmayıp bunun nedenini anlamak etkili bir iletişim sürecinin temelini oluşturmaktadır. Liu'ya göre müze ziyaretçilerini sınıflandırmak üç tip çalışma ile mümkün olur: 1) ziyaretçi değerlendirme çalışmaları; 2) ziyaretçi pazar araştırmaları, ve ziyaretçilerin tepkilerini, görüşlerini ve duygularını toplamak, ve 3) psikoloji ve sosyoloji gibi farklı konularda keşif amaçlı akademik çalışmalar (Liu, 2008). Bu çalışmalarla elde edilecek bilgiler ışığında farklı hedef kitleler için mesajların hazırlanması gerekir. Bu nedenden dolayı kültürel miras iletişimini yönetenlerin pazar bölümlendirme ve konumlandırma çalışmaları yapmaları gereklidir. Zira kültür sosyolojisi perspektifinden bakıldığında, postmodern ziyaretçiler veya turistler saf birer alıcı değil; aktif birer aktördür. Kültürel miras ile aralarında bağ kurmak, sürükleyici deneyimler yaşamak ve etkileşim beklentisi içerisindedirler (O'dell, 2007, s. 34-45). Diğer aşama doğru hizmet ya da ürünü, doğru zamanda, doğru fiyata tüketicisine sunmaktır. McCharty'nin öne sürdüğü bu dörtlü yaklaşıma pazarlama karması (4P) denmektedir (Perreault & McCarthy, 1990). Mal, fiyat, dağıtım ve tutundurma elemanlarından oluşan pazarlama karmasının tutundurma evresi kendi içerisinde ayrı bir karmadan oluşur, bunlar; reklam, halkla ilişkiler & duyurum, kişisel satış, satış tutundurma ve doğrudan pazarlamayı içerir (Belch & Belch, 2003, s. 13). Pazarlama karması, ürün veya hizmetin neler sunabileceğini ve başarılı bir ürün sunumu için nasıl plan yapılacağını anlamaya yardımcı olan çok önemli bir araçtır. Miras sektöründe uygulanan pazarlama ilkelerini sistematik olarak ele alan Misiura konunun öneminin uluslararası ölçekte artış göstereceğine işaret etmektedir.



Şekil 7: Miras Pazarlaması (Misiura, 2006, s. 3)

Kültürel miras yöneticileri tutundurma elemanları ile birlikte diğer pazarlama karması elemanları aracılığı ile tüketicileriyle iletişim kurmalıdır. Süreçlerin diyalojik ve etkileşimci biçimde yürütülmesi kültürel mirastan faydalanması beklenen ziyaretçiler, yerel halk, turistler gibi paydaşlarla miras alanlarını organize eden kurumlar arasındaki değer değişimi ve iş birliklerini geliştirecektir. Günümüz itibariyle kültürel ve doğal miras alanları, günümüzde turizm ve eğlence sektörleri için büyük bir pazar bölümünü temsil eden, dünya turizm varlıklarının ana bileşenleridir. Bu pazar bölümü giderek genişlerken; pek çok turist sadece kültürel merakı nedeniyle seyahat etme motivasyonuyla hareket edebilmektedir. Bellek kurumları turizme entegre olurken hem diğer turizm alanları ile hem de diğer kültürel alan ve varlıklarla da rekabet etmektedir. Bu ortamda kurumlar kültürel miras kaynaklarını yaratmak, geliştirmek, kullanımlarını teşvik etmek amacıyla, halkla ilişkiler ve pazarlama iletişimi çalışmalarına başvurmak durumunda kalmaktadır (Karagöz, 2019, s. 133-134). Bir pazarlama iletişimi kampanyasının planlanmasında, iletişimci tüketicinin bakış açısını ele almalıdır. Hedef kitlenin hangi iletişim kanallarına maruz kaldığı araştırılır. Tutarlı bir ileti ancak tutarlı bir iletişim kanalıyla iletilebilir. Sektördeki fırsatlar ve teknolojik gelişmeler tüm bu iletişim süreçlerini de giderek kişiselleştirmektedir. Bütünleşik pazarlama anlayışı reklam, halkla İlişkiler, doğrudan posta, internet, etkinlik pazarlaması ve diğer iletişim kanallarını; tutarlı ve ortak bir mesajı aktarmak için birleştirir. Hedef kitleye dahil bireyler, konuyla ilgili mesajları sabahları gazetelerinde, bindikleri otobüsün üzerindeki reklamda veya sosyal medyada gördükçe çevrim tamamlanır. Bu yaklaşım, alıcı üzerinde bir iletinin yalnızca bir kanaldan verilmesinden çok daha fazla etki sağlar (Mork, 2008, s. 23). Fakat günümüzde insanların her zaman olduğundan çok daha fazla enformasyon bombardımanına maruz kaldığı unutulmamalıdır. Böyle bir ortamda farklılaşabilmek ve mesajları hedef kitleye ulaştırabilmek çok daha başarılı olmayı gerektirir. ICOM Uluslararası Pazarlama ve Halkla İlişkiler Komitesi Başkanı Paal Mork kültür kurumlarının iletişim çalışmalarını güçlendirmek için iki temel nedene sahip olduğundan bahsetmektedir. Bunlardan ilki günümüz toplumunun gün geçtikçe boş zaman ve eğlence odaklı hale gelmesinden kaynaklanmaktadır. Artık boş zaman giderek değerini artırmaktadır. İnsanlar bu vakitlerini daha iyi değerlendirmek istemektedirler. İlk bakışta bu durum kültürel miras için bir avantaj gibi gözükmektedir. Boş zamanlarını planlayan bireyler kültürel

miras alanlarını ve kurumlarını ziyaret etmek için daha istekli olabilirler. Ne var ki pratikte bu kültürel mirasa doğrudan bir olumlu katkı vermemektedir. Günümüz tüketim toplumunda insanların boş zamanını doldurmak adına çok yoğun bir rekabet yaşanmaktadır. [15] İnsanlar televizyon seyretmek, internette gezinmek, alışveriş yapmak gibi etkinlikler için daha fazla zaman harcarken pazarda tüketicinin aynı birkaç saatini kazanmayı arzulayan güçlü rakipler vardır. İkinci neden ekonomik yapının değişmesiyle ilgilidir. Pek çok ülkede devlet finansmanı proje odaklı bir yapıya evrilme eğilimindedir. Birçok müze ve miras alanı devlet finansmanı ve teşviklerinden faydalanmak için özel bir çabaya girişmezken değişen yapı gereği projeler üretmesi gereken bir yapıya geçmektedir (Mork, 2008, s. 24). Böyle bir durumda görünürlük çok önemlidir. Anderson bu durumu "finansman sıkışıklığı tehditi" olarak adlandırır. Bellek kurumlarının hükümetlerin harcama önceliği olmadığı gerçeği göz önüne alınırsa bu kurumlar özel sektör kaynaklarından ek gelir elde etmek için artan bir baskı altındadırlar (Anderson, 2005, s. 300). Gelişmiş, etkili iletişim faaliyetleri yoluyla konumlarını kanıtlayabilen müzeler ve miras alanları için ihtiyaçlarını karşılamak daha kolay olacaktır. Günümüzde artık müzeler ve miras alanları; şehirdeki restoranlar, kafeler, alışveriş merkezleri ve hatta siber alandaki eğlence ve kültürel çekim noktalarından gelen rekabetle karşı karşıya. Kültürel ziyaretler bir boş zaman olgusu ve bir tüketim etkinliğine büründükçe; bellek kurumları pazarlama odaklı stratejilerin öncülüğüne göre faaliyetlerini düzenleme ihtiyaçlarını daha belirgin bir şekilde hissetmekteler. Tüm bunlardan hareketle söyleyebiliriz ki; günümüzün bilgi toplumunda, kültürel miras kurumları ve yöneticileri yeni ve ciddi iletişim zorluklarıyla karşı karşıyadır.

Ziyaretçi odaklı pazarlama yaklaşımları başta müzeler olmak üzere kültürel miras mekanları çekici birer destinasyon olarak sunabilmek için pazarlama stratejileri geliştirip dijital dönüşüme yatırım yapsalar da herkes bu pazarlama odaklı stratejilerin yararında hemfikir değildir. Bazı analistler pazarlama iletişiminin bu alanda kullanılmasını kaygıyla karşılamaktadırlar. Keza pazarlamanın kültür varlıklarının

[15] Günümüzde artık boş zaman önemli bir sosyolojik vakıadır. "Boş zaman" yaklaşımını "dinlenme zamanı" olarak düşünmek mümkündür. Kapitalizm koşullarında yoğun olarak çalışan işçi sınıfı yeniden mesaiye hazır olabilmesi için "dinlenme zamanı"nda eğlendirilmek istenmektedir.

metalaşmasına sebep olacağı düşünülmektedir. Kültür varlık ve kurumlarını ürün ve hizmet olarak ele almak merkezi hükümetlerin kamusal sorumluluklarını göz ardı etmelerini sağlayacak bir sürecin önünü açabilir mi sorusu gündeme gelmektedir (Briciu, 2013, s. 10). Yine de ziyaretçilerin kültürel mirasın can damarı ve ayrılamaz bir bileşeni olduğu konusundaki fikir birliği onları kazanmaya yönelik çalışmaların da giderek önem kazanmasına ve çeşitlenmesine yol açmaktadır. Elbette pazarlama ve iletişimi önemsemek bir müzenin önceliklerinin ve genel yönünün tamamen ziyaretçilerin ihtiyaçları ve pazarın güçleri tarafından belirlenmesi gerektiğini ima etmek değildir. Böyle bir yaklaşım potansiyel olarak kuruluşun özgörevinden taviz vermesine ve faaliyetlerinin bozulmasına yol açabilir.

Miras alanlarının ziyaretini artırmak için yürütülen pazarlama etkinlikleri "eğitici" misyona sıkışıp kalan bir yaklaşımdan sıyrılarak başarılı olabilirler. Kültürel miras yöneticileri, ziyaretçilerin ihtiyaç ve isteklerine uygun olarak medya planlamadan faydalanmalıdır. Ayrıca politikalar oluşturmak ve halkla ilişkilerin gücüne başvurmak elzemdir. Bilgilendirme ofisleri açmak, çeşitli program ve etkinlikler düzenlemek ziyaretçi sayısını artırabilecek eylemlerdir. Turizmle iç içe bir alan olarak kültür mirası alanlarının ziyaretçilerinin önemli bir kısmının da yabancılardan oluştuğu göz ardı edilmemelidir. İletişim stratejileri belirlenirken yabancı ziyaretçilerden oluşan hedef kitle grupları da dikkate alınmalıdır. Yabancı paydaşlarında dahil edildiği ortaklık yapıları kurgulamak sürdürülebilir kalkınma prensiplerine de uygun düşecektir (Kotler, Kotler, & Kotler., 2008, s. 34-36) (Tobelem, 1997, s. 302-306). Uluslararası hedef kitleleri dışarıda bırakan iletişim faaliyetleri potansiyel kamu diplomasisi faydalarının da bütünüyle kaybedilmesine neden olacaktır.

Halkla ilişkiler kültürden etkilenen bir disiplin olmakla beraber kültüründe en önemli etkileyicilerinden biridir. Bu nedenle kültürel çalışmaların halkla ilişkiler disiplininden bağımsız ele alınması çoğu zaman güçtür. Bir yönetim fonksiyonu olarak da halkla ilişkiler kültürel miras yönetimini etkiler. Kültürel miras yönetimi birbirine entegre çok paydaşlı bir yapıya sahip olduğundan bir yönetişim alanı olarak değerlendirilmelidir. Çağdaş anlamda stratejik iletişim yönetimi olarak ele alınan ve

uygulanan halkla ilişkiler faaliyetlerini kültür varlılarına ilişkin koruma ve yönetim uygulamalarını destekleyen kuvvetli bir araç olarak değerlendirilmelidir. Bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkilerin farklı paydaşlar arasında eşgüdümün sağlanması ve stratejik yönetimin gerçekleşmesi için katkı sağlayacağı açıktır (Aysu, 2013, s. 132). Farklı kamuların, organizasyonların sistem içerisinde yaşayabilecekleri potansiyel anlaşmazlıkların çözümlenmesi, çıkar çatışmalarının önüne geçilmesi, bağımlılık ilişkilerinin yönetilmesi gibi süreçlerde halkla ilişkilerin rolü ve önemi ondan kültürel miras yönetiminde faydalanmayı mecbur kılmaktadır.

3.2. Kültürel Miras ve Dijital İletişim Yönetimi

Teknolojinin etkisinde yenilenen ve çeşitlenen medya ve iletişim teknolojilerine uyum sağlamak, temel bir teknik alımlamadan ziyade büyük toplumsal dönüşümlerin kapısını aralamaya gebedir. Kültürel miras yönetimi ile olarak da envanterleme, arşivleme gibi çalışmalarda veri girişini ve veri yönetimini kolaylaştırmak amacıyla ilk adımları atılan ilk dijital adımlar; pek çok yeniliğin önünü açmıştır. Navvarete'ye göre, dijitalleşme; kültürel miras ile ilgili arz ve taleplerde üç temel değişiklik yaratmıştır. Birincisi, teknoloji yeni kültür varlıklarının da üretip yayılmasına katkı sağladığı gibi onları alışverişe tabii birer meta olarak değer görmesine olanak tanımıştır. İkincisi, tüketici, artık üreticinin fiziksel konumuna bağlı olmayan bir bağımsızlık kazanmıştır. Dijital içeriğe özgürce ve kolayca ulaşma olanağı ortaya çıkmıştır. Üçüncüsü, dijital teknolojinin yaşamın tüm alanlarında benimsenmesi, doğru yer ve zamanda dijital miras içeriği talebi ve hatta üretim sürecine katılma seçeneği ile tüketici beklentilerinde bir değişikliğe yol açmıştır (Navarrete, 2013, s. 251). Dijital teknolojilerin kültürel miras yönetimi ile kurduğu bağ korumanın ve erişimin artmasını sağlamak olarak ifade edebileceğimiz iki temel amaç üzerinden gelişim göstermektedir.

Kültürel miras yönetiminde dijitalleşme miras "nesne"lerinin ve hizmetlerinin dijital hale getirilmesi anlamına gelir. Söz konusu miras nesneleri somut veya somut olmayan; taşınır ya da taşınmaz nitelikte olabilir. Müzeler, kütüphaneler, arkeolojik alanlar ve benzer kültürel roller üstlenen tüm kurumlar teknolojiden faydalanabilir. Dijitalleşme gerçekleşirken temsili çalışmalarla, eserler görsel olarak

dijitalleştirilebileceği gibi yalnızca tanımlanmaları ve bağlamlarının ortaya konması amacıyla da teknoloji kullanılabilir. Kültürel mirasın dijitalleşmesi yalnızca miras nesnelerinin değil ona ilişkin dokümantasyonun da dijitalleşmesini kapsar (Navarrete, 2013, s. 252). Esas olan tekil olarak eserlerin değil süreçlerin dijitale taşınmasıdır.

Dijitalleşme; kültürel miras nesnelerine ilişkin neyin somut neyin somut olmayan olduğu konusunda iç içe geçmiş durumlar yaşanmasına vesile olur. Miras ve materyal arasındaki ilişkiye değinen Malpas'a göre özünde, somut ve somut olmayan miras veya maddi ve manevi kültür arasındaki ayrımın kendisi biraz yapaydır. Kültür her zaman kendi maddeselliğine bağlıdır ve ondan ayrılamaz (Malpas, 2007, s. 14). Örneğin somut olmayan kültürel miras olarak kabul görmüş yerel bir anlatı teknoloji yolu ile canlandırıldığında fiziksel bir özellik kazanır. Kitaplarsa e-kitaba dönüşerek fiziki özelliklerini kaybederler. Somut olmayan miras kategorisinde değerlendirilen pek çok ritüel de belirli araçlara, belirli alanlara, belirli somut eylem dizilerine bağlıdır ve bunlar aracılığıyla ifade edilir. Fiziksel niteliği ne olursa olsun mirasa ilişkin içeriğin dijital olanaklar aracılığıyla yayılarak demokratikleştirilmesi, koruyucuların ve tüketicilerin geleneksel rollerinin farklılaştırır. Bireylerin kültürel mirastan faydalanma olanakları genişler ve tabana yayılır. Değişen ve gelişen tüketici beklentilerini karşılamak ve kültür varlıklarının sonraki kuşaklara aktarımı için teknolojiden faydalanmak isteyen kurumlar kendilerine özgü çalışmalar yapabilecekleri gibi; gerek yerel gerekse uluslararası ölçekteki dijitalleşme projelerinin de bir parçası olabilirler. Yılmaz ve arkadaşlarına göre (2019, s. 546) Bu çalışmalar kültürel bellek kurumlarına belli başlı faydalar sağlar:

- Kurumsal görünürlüğü artırır
- Kurumsal altyapının gelişimini teşvik eder
- Tecrübe edinilmesine imkan yaratır
- İmaj ve itibarın yönetilmesine katkı sağlar
- Farklı kurumlarla işbirliği yapma fırsatları yaratır
- Yeni paydaşlar kazanılmasına vesile olur

Dijitalleşme kültür varlıklarının faydalanıcıları olan tüketicilere de çeşitli yeni olanaklar tanır. Dijitalleşme yoluyla tek olan nesnenin sahip olduğu sınırlılık hali

ortadan kalkar. Dijital kopyalar küresel ölçekte, uzaktan ve günün 24 saati daha basitçe erişilebilir olmaları ve büyültüp küçültme vb. imkanlar sunmaları gibi yönleriyle orijinallerinden yararlı olabilmektedir. Dijital kopyalar, normalde ilgili kültür varlığına ulaşamayacak ya da güçlükle ulaşacak geniş kitlelere erişim imkanı sağlarlar. Üstelikle teknoloji yoluyla kültür varlıklarının dijital sunumunda çok dillilik de sağlanabilmektedir. Eserlerin internette yer alması dağınık durumdaki eserlerin birlikte incelenebilmesine ve ortak koleksiyonlar çıkmasına da imkan tanır. Üstveri[16] olanaklarını kullanarak materyalleri tanımlamak; envanter, katalog, veritabanı gibi tanımlayıcı çalışmalar yapmak mümkündür. Kütüphaneler yazılı matbu eserleri dijitalleştirerek içlerindeki bilgi varlığını tüm dünya ile paylaşmış olurlar. Benzer bir durum çizimler ve el yazması eserler için de geçerlidir (Fabian, 2014, s. 16-21). Bu çalışmalar kültürel mirası ve toplumsal belleği korumayı misyon edinmiş tüm kurumlar için kolaylaştırıcı ve hayati bir rol oynar.

3.2.1 Dijital İletişim Kampanyaları

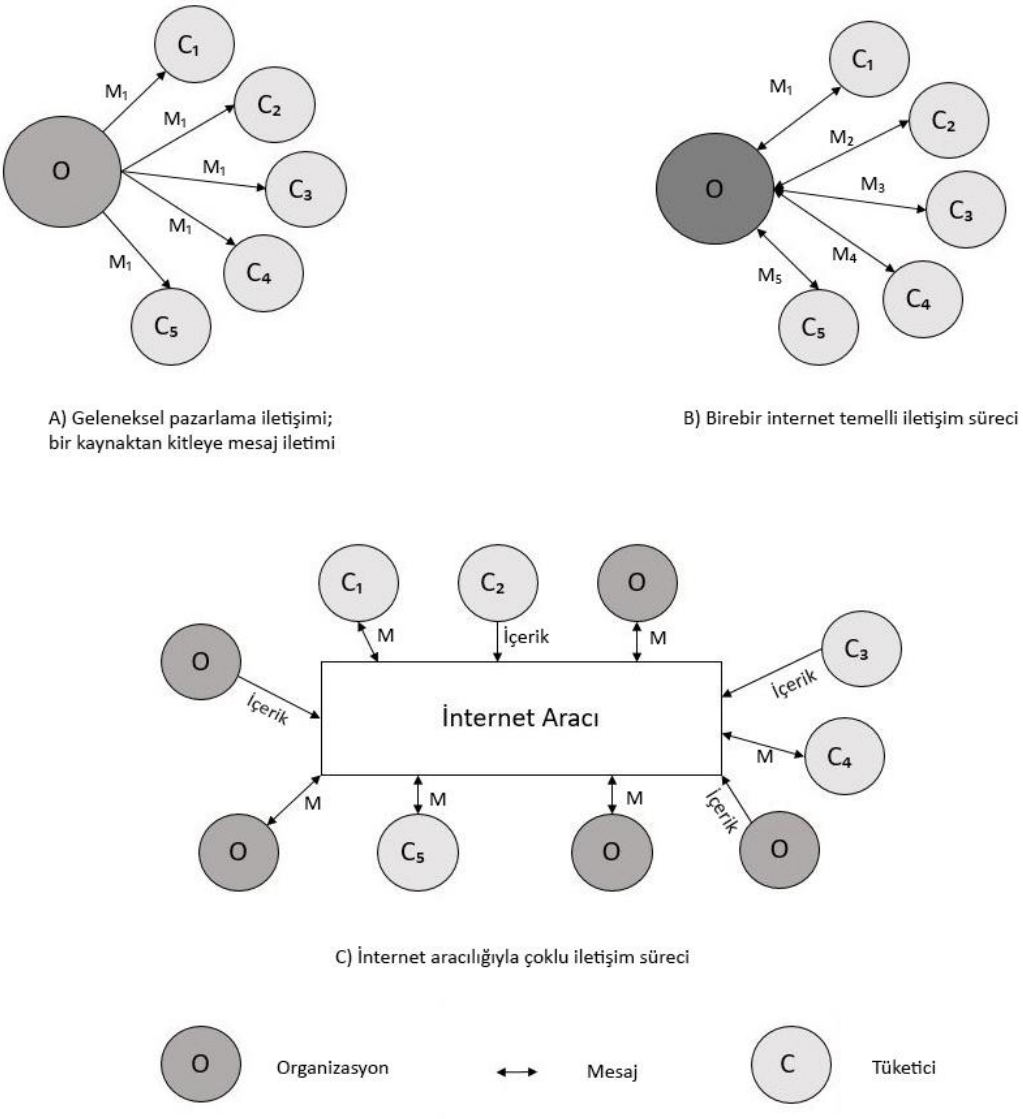
Organizasyonların yürüttükleri iletişim süreçleri planlı ve stratejik eylemler bütünü olarak ele alınmaktadır. Strateji kelimesinin etimolojik kökeni yunanca ordu anlamına gelen "stragos"a dayanmaktadır. Bu kelimenin ortaya çıktığı dönemde yalnızca askeri anlamda kullanıldığı ve generallerin izlediği yolu ifade ettiği düşünülmektedir. Günümüz dillerinde ise strateji belli bir hedefe ulaşmak amacıyla eylem birliği sağlamak anlamıyla hemen her alanda kullanılan bir tabirdir. Günümüzde organizasyonları neredeyse stratejilerden bağımsız olarak düşünmek imkânsızdır. Bir alt unsur olarak "taktik" belirlenmiş olan genel stratejiye yönelik, alt hedeflere ulaşmak ve üstlenilmiş görevleri yerine getirebilmek için başvurulan yol ve yöntemleri ifade etmektedir (Kachru, 2009, s. 4-6). Stratejik iletişim ise genel olarak planlı iletişim kampanyalarını tanımlamak adına başvurulan bir kavram olarak karşımıza

[16] Metadata ya da Üstveri; bir kaynağın ögelerini tanımlayan veridir. Bibliyografik veri olabildiği gibi içerik, kullanım koşulları, teknik ya da erişim niteliklerine dair çeşitli tanımlamaları da içerebilir. Kütüphanelerin kitaplara ilişkin eser adı, yazar, konu gibi bilgileri etiketlemesi örnek olarak gösterilebilir.

çıkar. Stratejik iletişim yönetiminde iletişim faaliyetleri organizasyona ait bir yönetim fonksiyonu olarak değerlendirilir. Stratejik iletişim yönetimi paradigması yürütülmekte olan halkla ilişkiler, pazarlama ve reklamcılık faaliyetlerini tek bir odak üzerinde entegre etmektir (Çınarlı, 2009, s. 5). Teknolojide yaşanan gelişmelerle yaygınlaşan internet kullanımı, organizasyonların paydaşlarına ve hedef kitlelerine dijital mecralar gibi görece yeni kanallar yoluyla iletişim kurmalarına yol açmıştır. Stratejik iletişim yönetiminin ve onu ele alan çalışmaların odağı büyük ölçüde dijital kampanyalar olmaktadır.

Dijitalleşme ve yeni medya teknolojileri pazarlama ve halkla ilişkiler süreçlerinde bir dizi değişikliğe yol açmıştır. Hedef kitlelerin yapısı ve doğası her geçen gün değişime uğramaktadır. İnternet kurumlarla ile hedef kitleleri arasındaki psikolojik uzaklığı azaltmış olsa da dijital platformların gelişimi hedef kitlelerin tanımlanmasını ve segmentlere ayırılmasını oldukça güçleştirmiştir (Güçdemir, 2015, s. 93). Artık pasif alıcılar değil aktif kamular söz konusudur ve bu kamular yaratmak istedikleri değişim için mobilize olarak iradelerini ortaya koymakta, kendi çıkarları doğrultusunda gelişmeleri izleyip bir araya gelerek mesajlar yaymaktadırlar (Motion, Heath, & Leitch., 2015, s. 108) İletişim kampanyalarının etkili sonuçlar elde etmesi hedef kitlelerin iyi anlaşılmasına bağlıdır. Strateji ve taktikler farklılaşan hedef kitlelerin değerlerine uygun olarak planlanmalıdır (Tench & Yeomans, 2009, s. 235). Hedef kitlelerle onlara özgü farklılaştırılmış bir dille yaklaşım geliştirmek segmentasyon, hedefleme ve konumlanmdırma yapmayı gerektirmektedir. Pazar bölümleme(segmentasyon) kavramı, tüketicilerin birbirlerinden oldukça farklı olduğunun kabul edilmesi temelinden kaynaklanmaktadır. Pazar bölümlemesi, heterojen bir ziyaretçi nüfusu göz önüne alındığında pazarlama kaynaklarının tahsisi için bir stratejidir. Kültürel miras ve turizm pazarları pek çok farklı şekilde segmentlere ayrılabilir. Coğrafi bölümleme, demografi, jeodemografi, psikografi, fayda bölümlemesi, kullanım oranı ve fiyat duyarlılığı turizm endüstrisinde en sık kullanılan bölümleme tekniklerinden bazılarıdır (Moutinho, 2000, s. 122). Tüketicilerin artık "deneyim"e önem verdiği bir dönemde onları segmentlere ayırmaktan en iyi deneyimi sağlamak kurumlar için güçlük yaratmaktadır.

Yeni medyanın iletişim süreçlerinde yarattığı dönüşümün temelinde tek kaynaktan çok alıcıya iletilen mesaj sisteminin değişmesinden bahsetmek mümkündür. İnternet ortamının sunduğu olanaklar iletişim faaliyetlerinin döngüsel yapısını değiştirmektedir. Aynı İletişim mesajlarının tek bir kaynaktan farklı hedef kitlelere yayıldığı bir iletişim konsepti internetle birlikte çoklu bir konsepte evrilmiştir. Hoffman ve Novak'ın şematize ettiği modelde; tüketicilerin hem üreticiyle hem birbirleriyle etkileşim kurabildiği çoktan çoğa aracılı bir iletişim tarzı söz konusudur. Organizasyonlar da ortama içerik sağlayabildikleri gibi birbirleriyle internet aracılığıyla etkileşime girebilmektirler (Hoffman & Novak, 1997, s. 43). Sosyal ağlar, bloglar gibi kullanıcıların içerik ürettiği mecraların yaygınlaşması iletişim döngüsünü komplike bir hale getirmiştir. Dijital iletişim kampanyaları yürütenler için izlenmesi ve kontrol altında tutulması gereken bilgi kaynakları böylece çeşitlenmiştir. Fakat bu durum "influencer"lar aracılığıyla mesajların beklenenden çok daha geniş hedef kitlelere yayılmasına olanak sağladığı için çeşitli fırsatları beraberinde getirir (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Değişen iletişim döngüsü geribildirim mantığını da dönüştürmüştür. Dijital halkla ilişkiler çalışmaları sayesinde geleneksele oranla hedef kitlelerden geribildirim alınması, iletilerin değerlendirilmesi, ölçümlenmesi kolaylaşmıştır. Hedef kitleler ile etkileşimin sağlanması dijital iletişim kampanyalarının odağı haline gelmiştir (Mengü, Aslan, & Özkoyuncu, 2019, s. 165).



Şekil 8: Değişen Pazarlama İletişimi Döngüsü (Hoffman & Novak, 1997, s. 44-45) (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019)

Dijital mecralarda kampanya yürütecek olan organizasyonların işe araştırma ile başlaması gerekmektedir. Konuyla ilgili benzer kampanyalar, hedef kitlenin durumu, uygulayıcı kurumun uygunluğu araştırılması gereken ilk hususlar olmaktadır. Konuyla ilgili uzmanlarla yapılacak derinlemesine görüşmelere ek olarak gerek konvansiyonel gerek yeni medya araştırmaları yapılmalıdır. Rakiplerin analiz edilmesi farklılaşmak için önem kazanır. SWOT ve PESTCOM analizlerinin de yapılmasıyla kuruma ve kampanyaya ilişkin güçlü ve zayıf yönler; fırsatlar ve tehditlere ek olarak çevresel

unsurlar analiz edilmiş olur. Elde edilen tüm verilerin değerlendirilmesi gerekir. Bu aşamada nelerin araştırıldığı ve elde edilen bulguların neler olduğu özetlenerek bir sonraki evre olan planlama bölümü için temel oluşturulur (Bat & Yanık, 2020, s. 107-110). Tıpkı kurumsal misyon ve vizyona ulaşmak amacıyla yürütülen stratejik planlama süreçlerinde olduğu gibi kampanya projeleri özelinde de amaç ve hedefleri belirlemek gereklidir. Amaç ve hedeflerin belirlenmesi kampanya sonunda ölçülebilir bir değerlendirme süreci yapmayı ve iyileştirmeleri mümkün kılmaktadır. Hedefler, saptanmış olan stratejik amaçların ayrıntılı hale gelmiş nihai versiyonlarıdır. Hedefler amaçların gerçekçi olup olmadıkları göstermeleri açısından faydalıdır, üst amaçların revize edilmesinde rol oynarlar. Hedeflerin saptanmasına misyon ve vizyona ek olarak amaca ve bütçeye uygunluk da göz önünde bulundurulmalıdır. Her amaç için bir performans ölçütü belirlenmeli ve zaman kıstası bulunmalıdır (Küçüksüleymanoğlu, 2008, s. 408). Bu mantık içerisinde "sosyal medya etkileşimini arttırmak" bir amaç olarak belirlenebilirken; hedef ise "bir yıl içinde Twitter takip oranını %10 arttırmak" gibi ölçülebilir bir kıstasa dayanmalıdır.

Kampanya süreçlerinde önemli bir aşamada isimlendirmedir. Kampanyaya verilecek isim içerikle uyum içinde olmalı, özgün olmalı, faaliyet alanına uygun olmalı, yanlış anlaşılmalara mehal vermemeli, kolay anlaşılır ve akılda kalıcı olmalı, hedef kitleye uygun olmalıdır (Bat & Yanık, 2020, s. 112). Kampanya için genel bir takvim oluşturmak ne zaman ne yapılacağının önceden belirlenmiş olması noktasına önem taşımaktadır. Takvim; hedef kitleye, pazarın durumuna, marka tanınırlığına, seçilen araçlara, tatil ya da bayram günleri gibi çeşitli dış etkenlere, rekabete ve teknik zorunluluklara göre belirlenip değiştirilebilir (Küçükerdoğan & Sarı, 2012, s. 428). Takvim ve zaman planına bağlılık yaratıcılığı sınırlamalıdır. Firmalar dijital dünya her an yeni gerçek zamanlı pazarlama uygulamaları yapma olanaklarına sahip olmaktadırlar. Organizasyonların hedef kitlelerinin güncel ilgilerine kulak vermeleri, sosyal medya gündemindeki içeriklerle etkileşim oluşturacak içerikler paylaşmaları geleneksel iletişim planlarını zaman zaman dışına çıkarak farklılık yaratmalarını sağlayabilmektedir (Yılmaz A. , 2018, s. 423). Yeni medyanın doğası gereği diğer pazarlama kanallarına oranla sahip olduğu hız avantajı doğru anlarda pazarlama

yapılmasına olanak tanımaktadır. Öyle ki markalar hava durumlarından bile kendi imajları lehine iletişim mesajlarını anında sağlayabilmektedirler.

Sosyal medya araçlarının kullanıcı kitleleri mecranın özelliklerine ve zamanın ruhuna göre farklılaşmaktadır. Markalar hedef kitle gruplarına göre hangi sosyal ağları nasıl kullanacaklarını tespit altına almalıdır. Söz konusu ürün ve hizmete ilişkin hedef kitlelerin hangi ağlarda zaman geçirdiğinin yanında farklı ağlar için farklı mesaj stratejilerinin hazırlanması gerekir (Bat & Yanık, 2020, s. 116). Örneğin Türkiye'deki kullanıcılara ilişkin istatistik ve gözlemler dikkate alındığında Facebook kullanıcılarının Instagram kullanıcılarına oranla daha yüksek yaş ortalamasına sahip olduğu göz ardı edilmemelidir. Göz ardı edilmemesi gereken bir diğer hayati nokta kampanyanın görsel çerçevesidir. Sosyal medyanın görselliğin ön planda olduğu bir alan olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Kampanyada elde edilmek istenen başarım yüzlerce sözcükle aktarılmak yerine tek bir fotoğraf karesi ya da görsel imajla anlatılarak daha kalıcı ve etkili olabilir. Kullanılan imajlar organizasyonu ve niyetini doğru temsil etmeli; markanın özellikleri ve kurumsal kimliğiyle uyum içinde olmalıdır. İmaj kullanımında toplumun kültürel özellikleri, hassasiyet ve ilgileri göz ardı edilmemelidir (Bat & Yanık, 2020, s. 118). Özellikle küçük ölçekli kültürel bellek kurumları görsel iletişim tasarımı özelinde üslup tutarlılığını yakalamakta ve imajlar yoluyla etkin, güçlü mesajlar aktarmakta zorluk çekebilmektedirler. Bu kurumların sosyal medya yöneticisi ve grafik tasarımcısı gibi pozisyonlarda istihdam sağlaması ya da iletişim ajanslarıyla çalışması içinde bulunduğumuz çağın kaçınılmaz bir gereksinimi olarak görünmektedir. Keza yalnızca görsel iletişim değil; sosyal medyadaki içerik üretimi ve moderasyon faaliyetleri de profesyonel ve düzenli bir ilgiliyi mecbur kılmaktadır.

Günümüz itibariyle pek çok işletme sosyal medyanın takip altına alınması gereken bir mecra olduğuna ilişkin farkındalığa sahiptir. Öyle ki bu alanı takip etmeden varlığını sürdürmek pusulasız yolculuk eden bir gemiye benzetilmektedir. Bu işletmelerin dijital dünyaya dair fırsatları değerlendirme ve tehditleri bertaraf etme olanağından yoksun olduğu söylenebilir. Bu nedenle sosyal medya ölçümlemesi önem kazanmaktadır. İlk zamanlar sosyal medyanın takibi özellikle ajanslar tarafından

ölçümleme teknikleri ve yazılımlar olmadan manuel olarak yapılmıştır. Bu şekilde yapılan izlemeler yoğun emek gerektirmesinin yanında hatalı çıkarımlara da açık olmaktadır. Yazılım geliştiricilerin bu alandaki eksiklik ve ihtiyacı görmesi zaman içerisinde ölçümlemeye yönelik çok çeşitli araçların geliştirilmesini sağlamıştır. Bu gelişmeler birlikte işletmeler kamuları tarafından nasıl görüldükleri, hatta bir bütün olarak sektörün sosyal medya kullanıcıları tarafından nasıl algılandığına ilişkin nicel ve nitel verileri elde etme imkanına sahip olabileceklerinin farkına varmışlardır (Barker, Barker, Borrman, & Neher., 2013, s. 280-281). Sosyal medyada yapılan ölçümleme ve raporlama faaliyetleri işletmelere yorum-beğeni sayısı gibi etkileşime yönelik konularda nice veriler sağlayarak işletmenin etki alanının ve kampanya etkililiğinin boyutlarını sağlayabildiği gibi; yapılan yorumların içeriğinin değerlendirilmesi yoluyla algının ne yönde olduğuna dair de ipuçları sağlamaktadır. Ölçümleme çalışmalarının sürekli kılınması dijital mecralardaki iletişim performansını geliştirilebilmesi için olmazsa olmaz bir alan olarak değerlendirilmektedir.

Dijital mecralarda yürütülen kurumsal iletişim süreçleri; kurumların kampanya anlayışlarını, elde ettikleri kazanımları, hedef kitleleri olan diyaloglarını ve çalışma biçimlerini değişime uğratmıştır. Dijital yerli olarak tabir edilen ve internet dünyasında oldukça aktif olan nesiller bu teknolojiler çevresinde hayatlarını şekillendirmektedir. Dijital mecralar bu nedenle kurumsal iletişimde değerler dizisi değişimine neden olmaktadır. Pek çok ürün ve hizmetin tanıtımında olduğu gibi artık yalnızca konvansiyonel medyada planlama yaparak hedef kitlelerle etkin ve etkili bir iletişim süreci yürütmek mümkün gözükmemektedir. Bu değişimden bellek kurumları başta olmak üzere, kültür yönetimi ve mirastan sorumlu tüm organizasyonlar da etkilenmektedir. Dijital iletişim kampanyaları düzenlemek ve onları doğru yönetmek kültür alanında da en az tüm diğer sektörler kadar fark yaratmaktadır. Örneğin Birleşik Krallıkta yer alan, Black Country Living Müzesi'nin kısa video içeriğinin popülerleşmesinden faydalanarak eğlenceli ve ilgi çekici içerik oluşturma fırsatını kullandığı ve kısa videolarla uluslararası bir izleyici kitlesine ulaşarak yaklaşık bir yılda 600.000 kadar takipçi kazandığı anlaşılmaktadır. Özellikle Tiktok üzerinden yapılan sosyal medya iletişimi faaliyetlerinin bu mecranın kullanıcı kitlesinin yaklaşık yarısının Z kuşağına mensup olması nedeniyle; bellek kurumunun normalde ulaşmakta

güçlük çektiği bir hedef kitleyle bağ kurmayı başardığı değerlendirilmektedir. Bir başka örnekte; ABD'de faaliyet gösteren Metropolitan Sanat Müzesi, pandemi sürecinde yaratıcı sosyal medya stratejisi oluşturarak etkileşim elde etmeye odaklanmıştır. Takipçileri müzenin koleksiyonunda yer alan eserleri yeniden yaratmaya teşvik eden #MetTwinning kampanyası bellek kurumun içeriklerinin sosyal medyada büyük bir ilgiyle karşılanması ile sonuçlanmıştır. Yine ABD'de yer alan Getty Müzesi, #GettyMuseumChallenge etiketiyle sürdürdüğü dijital kampanyasında takipçilerini eserleri taklit ederek eğlenmeleri için teşvik etmiştir. Müze bu sonuçlarla elde ettiği sonuçları yayınlayan bir kitap da yayınlayarak kapalı olduğu pandemi döneminde alternatif bir gelir kaynağı da yaratmıştır. Fransa'da faaliyet gösteren Musée d'Orsay; ünlü bir illüstratör tarafından yapılan, müzenin sanatçılarını bugün yaşıyorlarmış gibi hayal eden çalışmaları düzenli olarak paylaşmış ve takipçi kitlesini artırmıştır. Bir başka örnekte; Birleşik Krallık Kraliyet Sanat Akademisi özellikle Twitter'ı aktif kullanarak takipçilerine her gün yeni yaratıcı, sanatsal görevler vererek etkileşim yaratmayı başarmıştır (Ellis, 2021). Tüm bu örnekler dijital iletişim kampanyalarının kültürel bellek kurumlarının iletişim kazanımlarını geliştirmekte ne kadar kilit bir rol oynadığının önemli göstergeleri olmaktadır. Dijital kampanyalar, Yaşanan pandemi sürecinin kültür ve turizm sektörleri üzerindeki çok güçlü olumsuz etkilerinin en aza indirgenmesi hatta avantaja dönüştürülmesine olanak sağlamaktadır.

3.2.2 Sosyal Medya

Sosyal medya olgusu günümüzde birçok işletme ve yöneticileri için gündemin başında geliyor. Konunun küresel ölçekte kazandığı önemle birlikte; Türkiye'nin de dünyada en fazla sosyal medya kullanan 6. ülke olması hatta Instagram kullanımında dünyada ilk sırada yer alması (We Are Social, 2022) gibi veriler sosyal medyada yer almanın ve onu etkili kullanmanın göz ardı edilemeyecek bir husus olduğunu gözler önüne sermektedir. Karar alıcılar organizasyonlarının Facebook, Instagram, Twitter gibi mecralarda nasıl avantaj sağlanabileceğini ve izleyecekleri yol haritasını belirlemeye çalışıyor. Yoğun ilgiye karşın sosyal medyanın tam olarak ne anlam ifade ettiğine dair sınırlı bir anlayış var gibi görünüyor. Bugün artık sosyal medya her yerde ve adeta her şey onunla ilintili. Çeşitli endüstri uzmanları Facebook ya da YouTube'a

katılmayan kişi ve kurumların siber uzayın bir parçası olamayacağını ifade etmekteler. Sosyal medyanın geleneksel medyaya oranla nispeten düşük olan maliyetlerine karşın daha fazla sayıda son tüketiciye erişme olasılığı sağlaması pazarlama uzmanları ve iletişimciler açısından verimliliğiyle dikkatleri üzerine çekmesine neden oluyor. Bu durum sosyal medyayı yalnızca büyük çok uluslu firmalar için değil aynı zamanda küçük ve orta ölçekli şirketler ve hatta kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve devlet kurumları için de oldukça önemli hale getirmekte. Elbette sosyal medyayı aktif ve doğru kullanmak göründüğü kadar basit bir iş değildir özellikle kurumlar içi yaratıcılık ve yeni düşünüş biçimleri geliştirmeyi gerektirir. Gelgelelim sosyal medyanın potansiyel faydaları değerlendirildiğinde onun ihmal edilebilir bir alan olmadığı açıkça görülür. Üstelik sosyal medya büyüklük olarak göz ardı edilebilir seviyenin oldukça ötesine geçmiştir. Sosyal ağlarda milyarlarca fotoğrafa erişilebilmektedir. Bu durum dünyanın en ünlü müzesi olan Louvre müzesinin 300.000 nesnelik koleksiyonu ile karşılaştırıldığında, müzenin sahip olduğu koleksiyon oldukça küçük kalmaktadır (Kaplan & Haenlein, 2010, s. 67). Günümüzde artık sosyal medya kullanıcılarının sayısı halen katlanarak artmakta hatta dünya ülkelerinin nüfuslarını geride bırakmaktadır. İletişimin yönetilmesinde geleneksel kanallar dışında yeni mecra ve stillere yatırım yapmak gereği bugünlerde iyiden iyiye belirginleşmektedir. Keza hedef kitleler başta Facebook olmak üzere, Instagram, Youtube, Twitter gibi sosyal ağlarda kümelenmeye çoktan başlamışlardır. Gelgelim pek çok organizasyon bu yeni konsepti anlama ve kullanma noktasında henüz başarılı değildir. Organizasyonlar sosyal medya mecralarında profiller ve reklamlar oluşturarak kullanıcı kendi web sitelerine veya diğer satış kanallarına davet ederler. Fakat sosyal medyanın doğası ve gereği bu değildir. Bu yönlü pasif bir kullanım organizasyonlara olumsuz geribildirimler olarak dönmektedir (Qualman, 2009, s. 53). Sosyal medya kullanımına ilişkin kurumsal riskler elbette bununla da sınırlı değildir. Sosyal medya, tüketicilerin deneyimlerini kendi takdirlerine bağlı olarak birbirleriyle paylaşmalarına, hizmet ve ürün kalitesi değerlendirmelerini geniş çapta erişilebilir hale getirmelerine olanak tanır. Böylece güç dengesi mesaj kaynağı olan pazarlamacılardan tüketiciler lehine kayar. Sadece güç dengesi değil kontrol ekseni de değişmiştir. İletişim mesajlarının sağlayıcıları geleneksel olarak ilettikleri mesajlardan sorumluyken, artık durum bu noktada çoklu bir yapıya evrilmiştir. Sosyal medya ortamında tüketiciler kendilerine

sağlanan içeriği farklı yönlerde yeniden yaratabilir ve değiştirebilir. Kullanıcılar içerikleri başka tüketiciler, şirketler veya üçüncü şahıslar ile paylaşabilirler. Aynı zamanda sevdikleri veya beğenmedikleri ürün ve hizmetlere tepki gösterme konusunda güç sahibidirler. Tüm bu tüketici eylemlerini kontrol altına olmak gittikçe güçleşmektedir (Baines, Fill, & Rosengren, 2017, s. 457). Özellikle olumsuz geribildirimlerin yayılımındaki hız özellikle kriz alanlarında organizasyonlar için büyük riskler barındırmaktadır. Fakat sosyal medya kâr amacı gütsün ya da gütmesin tüm kurumlar için yeni ve oldukça geniş bir yelpazede çeşitlenen olanakları da beraberinde getirmektedir. Weinberg'e göre (2009, s. 6) sosyal medyada başarımı sağlanabilecek başlıca hususlar şöyledir;

- Marka hakkında farkındalık yaratma,
- Kanaat önderlerini tanımlama,
- Tüketicilerin ve dış paydaşların davranış ve eğilimlerini inceleme
- Yeni iletişim stratejileri geliştirmek için fikir edinme
- Kurumsal web sitesine trafik yönlendirme
- İletilmek istenen mesajların viral olarak yayılması
- İlgili kişi ya da kuruma ait web sitesi ve diğer araçlarda geçirilen süreyi artırarak marka mesajlarının teşhir süresini uzatma
- Markanın tüketici tarafından içselleştirilmesine katkı sağlama ve bu bağlamda kurumsal imaj ve itibarın yönetilmesine katkı sağlama
- Ürün-hizmet satışını veya karlılığını artırma
- Tüketici ile diyalog başlatma ve müşteri ilişkilerine katkı sağlama

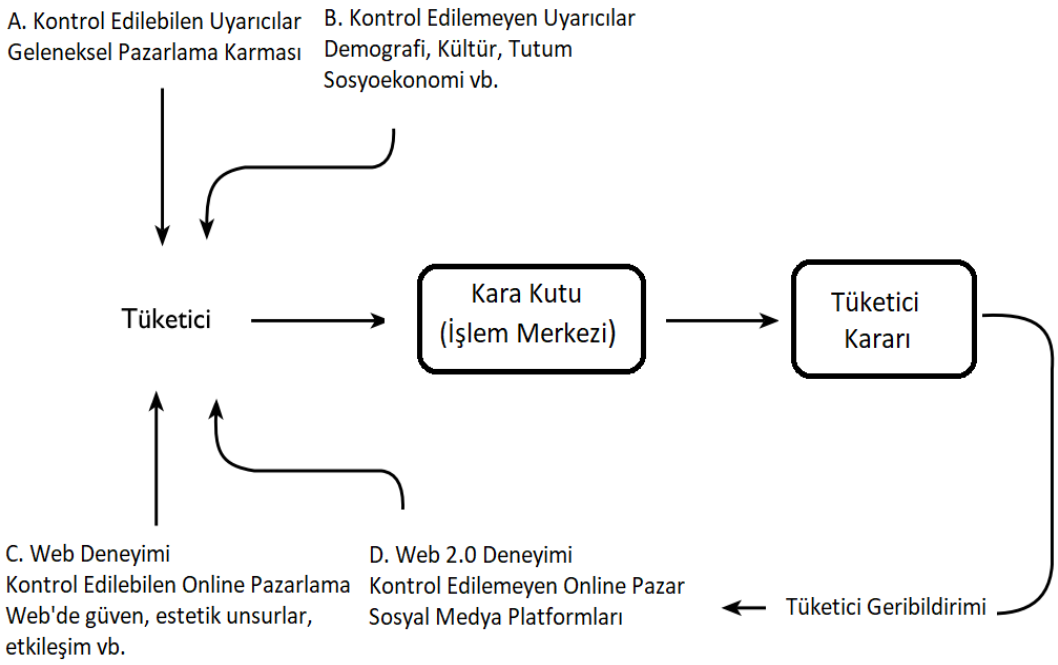
Sosyal medyanın kurumlar açısından pek çok fırsat ve riski birlikte barındırdığı görülmektedir.

Kurumların sağladığı ürün ve hizmetlere ilişkin algının oluşmasında sosyal medyanın oynadığı rolün payı her geçen gün artmaktadır. Sağlanan ürün ve hizmetler hakkındaki olumlu veya olumsuz yorumların büyük bir hızla yayıldığı üstelik bu yayılımın çoğu zaman işletmenin kontrolü hatta farkındalığının bile dışında gerçekleştiği bir ortam söz konusudur. Risklerin en aza indirilmesi ve potansiyel

kazanımlara erişilebilmesi için sosyal medyada yer almak kurumlar için kaçınılmaz olmuştur. Böylelikle sosyal medyanın hem yönetimi, pazarlaması ve stratejileri iletişim literatüründe güçlü bir yer edinmeye başlamıştır (Barutçu & Tomaş, 2013, s. 7). Sosyal medya kurumlar için kısa sürede göz ardı edilmesinin maliyetinin çok yüksek olduğu bir mecraya dönüşmüştür.

O'Reilly bir dizi teknolojik değişim ve yeni uygulama olarak Web 1.0'dan Web 2.0'a geçiş şeklinde tanımladığı bir süreçten söz etmektedir. Geleneksel internetin yeni bir versiyonu olan Web 2.0'ın temel ilkesi, çevrimiçi kullanıcıların bloglar, wiki'ler ve sosyal medya gibi çeşitli uygulama araçlarıyla içerik oluşturarak çevrimiçi ortama değer katmasıdır. Bu yeni konseptte tüketiciler artık yaratıcıdır (O'reilly, 2009). Başka bir deyişle artık içerik üretenlerin binlerce kullanıcıya mesajlarını ilettiği tek yönlü akışı olan bir internet değil; etkileşimli ve her kullanıcının içerik üreticisi olduğu bir internet ortamı söz konusudur. Tüketicilerin değişen rolü karar verme süreçlerini de derinden etkilemektedir.

Constantinides ve Fountain tarafından (2008) çizilen kara kutu modeli tüketicilerin karar verme davranışını oluşturan girdileri şematize etmektedir. Bu şemada geleneksel pazarlamada ilk unsur (A) pazarlamacıların kontrolüne açık olan bir alan olarak pazarlama karması (ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma) ikinci unsur ise (B) kurumların kontrolü dışında bir alan olarak tüketicinin demografik, sosyoekomik, psikolojik özellikleridir. Günümüzün dijital odaklı pazarlama ortamında, bir iletişim ve işlem kanalı olarak internet, modele satın alma davranışının iki girdisini daha eklemektedir. Bunlardan ilki temelde kurumlar tarafından kontrol edilebilir çevrimiçi deneyimleri temsil eden çevrimiçi pazarlama karması (C) ve web siteleridir. Web 2.0 ile gelişim gösteren mecralar ise büyük ölçüde (D) büyük ölçekte pazarlamacıların ve kurumların kontrolü dışında kalmaktadır.



Şekil 9: Modern Dönemde Tüketici Kararına Etki Eden Unsurlar (Constantinides & Fountain, 2008, s. 240)

Web 2.0 ve sosyal medyanın gelişimi zaten pek çok etkene sahip olan tüketici karar mekanizmasını daha da komplike bir yapıya kavuşturmuştur. Karar süreci denklemine giren yeni parametrelerin yanında, tüketicilerin geleneksel pazarlama taktiklerine karşı artan güvensizliği de ek bir sorundur.

Sosyal medya dünya üzerindeki milyarlarca insanın yaşamında yer edinirken ve pazarlama iletişimi çalışmalarının bir numaralı odak noktası haline gelirken; hedef kitlelerine temas etmek isteyen kültürel miras yöneticisi kurumların bu alana kayıtsız kalması düşünülemez hale gelmektedir. Sosyal medyanın kültürel mirasa pek çok katkı sağlama potansiyeline sahip olduğunu değerlendirmek mümkündür. Dijital iletişim ortam ve araçları; yönetişim paradigmasının gerektirdiği doğrultuda kamu yönetiminde önemi giderek artan vatandaş katılımı ve şeffaflık süreçlerini destekleyici rollere sahiptir (Boztepe Taşkıran, 2019, s. 141). Sosyal medya da mirası koruma, tanıtma ve katılımcı kültür için kullanılabilir. Kültürel mirasın tanıtılması ve katılımcı

kültürün oluşması noktasında sosyal medyanın sağlama potansiyeline sahip olduğu önemli bir avantajda halk ile kurum arasında var olabilecek mesafeyi de kırabilme şansıdır. Fakat bunları başarmak için bellek kurumlarının mutlaka bir stratejik dijital iletişim planı uygulaması; hedef kitlelerini iyi tanımlaması ve plan dahilinde açık iletişim mesajları belirleyerek çalışması gerekir (Gaitan, 2014, s. 40-41). Sosyal medya için yapılacak yatırımlarının maliyetinin; sosyal medya etkili kullanılmadığında ortaya çıkacak maliyetlerle karşılaştırıldığında çok daha düşük olacağı açıktır.

Kültürel miras ve sosyal medyanın kesişimi söz konusu olduğunda en dikkat çekici nokta sosyal medyanın mirasın demokratikleşmesine verdiği katkı olmaktadır. Sosyal medya kullanımı ile sınırlı kişiye ulaşan sergiler ve uzmanlara olan bağımlılık azalır ve mirasın toplum tabanına yayılması için yeni fırsatlar ortaya çıkar. Fakat neyin kültürel miras olduğuna verilen karar nasıl geniş kitlelerin konsensüsü ile verilmiyorsa neyin dijitalleştirileceği demokrasi ile alınan bir karar olmamaktadır. Dijitalleşme ve sosyal medyanın kültürel miras üzerindeki hegemonyayı bu yönüyle güçlendirme potansiyeli göz ardı edilmemelidir. Dijitalleştirme veya dijital etkileşimden kaynaklanan olumlu sonuçlar kadar özellikle istenmeyen sonuçları anlamak giderek daha önemli hale geliyor. Keza seçim yapmak noktasındaki bu demokratikleşme sorunu bellek kurumlarındaki yetkililerin ne kadar detaylı düzeyde çalışma yürüttüklerinin merak edilmesine sebep olmaktadır. Gerçekten sosyal medya alanında kamusal değerleri güçlendirmek adına etkin ve etkili çalışma gayreti göstermekteler midir sorgulanmaktadır (Taylor & Gibson, 2017, s. 417). İnternet ve dijital dünyada yaşanan gelişmeler hem bellek kurumlarına hem kamu otoritelerine hem de kentlerin kültürünü ve kültürel mirasını korumaya ve tanıtmaya çalışan belediyelere önemli ek sorumluluklar getirmektedir.

3.2.3 Web Siteleri

Yeni teknolojiler çevrimiçi deneyimi sürekli geliştirmekte ve değiştirmektedir. İnternetin ilk defa geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlandığı dönem olan 1990'lı

yıllar; Web 1.0 dönemidir. Bu dönemdeki web sitelerinin temel özelliği günümüze göre daha basit; adeta broşür niteliğinde sayfalardan oluşması ve kullanıcı etkileşimine yer vermemesidir. Bu web sitelerinden kullanıcılar yalnızca bilgi edinebilirler, eğlence amaçlı olarak içerik tüketebilirler fakat kullanıcıların içerik üretme, etkileşimde bulunma, paylaşım yapma olanaklar büyük ölçüde sınırlıdır (Getting, 2007, s. 1).

Günümüzde artık kullanıcının yalnızca okuyucu olduğu dönemin sona erdiğini; kullanıcının hem okuyucu hem de yazar (popüler ifadesiyle "içerik üretici") olduğu web 2.0 döneminin yaşandığını ifade etmek gerekir. Web 2.0 Bilginin düzinelerce alana dağıtılabilen "mikro içerik" birimlerine bölündüğü bir web vizyonudur (Naik & Shivalingaiah, 2008). Web 2.0 sosyal medya ağlarını; web siteleri için site içi araçları, dijital kütüphaneleri, blog ve mikroblog sitelerini içeren teknolojidir. Web 2.0 döneminde telefon uygulamaları, internet ağı ile anlık mesajlaşma gibi gereksinimleri karşılayan pek çok inovatif hamle gerçekleşmiş dolayı XML, RSS, gibi uygulamalar ortaya çıkmıştır. Web 2.0 teknolojisi sağladığı avantajların yanında çeşitli sorunlara da neden olmaktadır. Bu teknolojinin milyonlarca insana sağladığı iletişim ortamı yanlış bilgilerin yayılımına neden olmaktadır. Web 2.0 teknolojisinin önemli kısıtı sunulan içeriklerin yalnızca insanlar tarafından anlaşılmasına imkan sağlamasıdır. Web 3.0 ise artık makinelerin ya da bilgisayarların içerik ve komutları anlayıp yorumlayabildiği, hatta makinelerin kendi aralarında da iletişim kurabildiği bir teknolojik boyuttur (Kapan & Üncel, 2020, s. 283). Web 3.0 ile birlikte büyük veri, yapay zeka, algoritmalar, bulut bilişim, sanal ve artırılmış gerçeklik yeni bir sanal toplumsal gerçeklik yaratacaktır (Manovich, 2002, s. 47). Bu teknolojiyle artık web, veritabanı gibi çalışacak, içerik bir web tarayıcısı olmaksızın birden çok uygulama tarafından erişilebilir hale gelecektir. Bu gelişmeler yapay zeka teknolojilerinin, semantik web'in, Jeo-uzamsal web'in ve 3D olanaklarının yaygınlaşmasına neden olabilecektir (Spalding, 2008). Bu kehanetin ne ölçüde gerçekleşeceği bilinmez fakat günümüzdeki beklenti yakın gelecekte internet deneyiminin ve içeriğinin giderek kişiselleşmesi, sanal dünyalar ve sanal gerçekliğin yaygınlaşması yönündedir. Sanal gerçekliğin yakın geleceğin önemli konusu olacağına ilişkin beklentileri besleyen

gelişmelerin başında metaverse[17] kavramının kripto para piyasalarının da etkisiyle her geçen gün adından daha fazla söz ettirmesidir. Facebook'un bu alana büyük yatırımlar yapması ve şirket ismini kavrama atıfta bulunur şekilde "Meta" şeklinde değiştirmesi yönelimin açık bir göstergesidir.

Kullanıcı güdümlü medya olarak da tabir edilen web 2.0; kullanıcıların içerik geliştirebildiği, etkileşimli olarak birlikte çalışabildikleri, kullanıcılar arasında bilgi ve düşünce alışverişine olanak sağlayan ikinci jenerasyon web platformu olarak tanımlanmaktadır. Web 2.0 uygulamaları arasında; Facebook gibi sosyal ağlar, internet ansiklopedileri niteliğinde olan Wikiler, blog yazımı platformlarına ek olarak Twitter gibi mikrobloglar, Youtube gibi video paylaşımı ağları, Instagram ve Flicker gibi imaj paylaşım ağları ve sanal oyun dünyaları yer almaktadır (Durmuş A. , 2015, s. 109). İnternetin bu gelişkin versiyonunda RSS (Zengin Site Özeti) adı verilen; bir sitenin ya da blogun günlük haber akışı veya yenilikleri hakkında bilgi veren sunucuları takip etmek mümkündür. RSS; Podcast kavramının da gelişimine aracılık eden teknoloji olmuştur. Podcast, elektronik cihazlar aracılığıyla dinlenen sesli yayınları ifade etmektedir. Sesli podcasting ve onun akrabası video podcasting ve video blogging (vlog), artık sosyal medya pazarlamacılarının araç setinde standart uygulamalar olarak yer edinmektedir (Evans & Bratton, 2010, s. 70). Bireysel yayınlar gibi kurumlar da rss ve podcast araçlarını hedef kullanarak aktarmak istedikleri iletileri yayınlayabilirler. Günümüzde kurumsal iletişim amacıyla kullanımı yaygınlaşan bir diğer araç ise bloglardır. Blogların önemli avantajı kurumlar açısından yönetmesi kolay, maliyeti düşük olmasına karşın potansiyel etkisi yüksek ve hedef kitlelerle etkileşime açık bir iletişim aracı olmasıdır. Ortaya çıkışından bu yana popülerleşen bloglar, bireysel kullanımının yanında kurumsal kullanımda da yaygınlaşmasıyla halkla ilişkiler uygulayıcılarının başvurduğu önemli dijital araçlar arasındaki yerini almıştır. Blogların sağladığı iletişim biçimi kurumlara samimiyet kazandırmakta ve paydaşları web ortamında bir araya getirerek diyalog gelişmesini sağlamaktadır. Dinamik bir iletişim platformu olan bloglar rekabet avantajı yaratmak isteyen kamu

[17] Ötesi (meta) ve evren (uni'verse) kelimelerinin birleşiminden oluşan metaverse fiziksel dünyanın ötesinde bir evren anlamına gelir. Fakat bu öte evren metafizik bir alana değil tamamen bilgisayarlar tarafından oluşturulan sanal bir dünyaya işaret etmektedir. Metaverse, sanal gerçeklik cihazları ile dahil olunacak 3 boyutlu yeni bir internet deneyimi vaad etmektedir (Dionisio, Burns, & Gilbert, 2013).

veya özel sektör organizasyonları için dikkate alınması gereken bir iletişim ortamıdır (Bitirim Okmeydan, 2020, s. 444). Bloglar, podcast yayınları ve video içerikleri diyalojik iletişime uygun, hedef kitleler ile ilişki inşa etme potansiyelini taşıyan araçlar olarak kültürel alanda da kullanıma uygundur.

Kurumsal web sitelerinin etkileşimli araçlarla zenginleştirilerek sunulması, organizasyonların hedef kitleleriyle diyaloğa dayalı iletişimi geliştirmesinde fırsatlar sağlamaktadır. Kamu kurumlarınun politika üretme ve karar alma süreçlerinde paydaşları ile diyalog içinde olması demokrasinin bir gereği olmakla birlikte; bu kurumların faaliyetlerini hedef kitlelerine aktarabilmesi toplumsal sistem içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle web sitelerinin iki yönlü iletişimi sağlama ve ilişki inşa etme açısından sağladığı katkılar göz önünde bulundurulmalıdır (Boztepe, 2013, s. 101). Kültür varlıklarını tanıtmak, hikâye anlatımına başvurmak ve etkileşim yaratmak isteyen kurumlar etkileşimli web 2.0 araçlarının etki gücünden faydalanabilirler.

Organizasyonların sanal ortamda faal olan şubeleri olarak da düşünülebilecek olan web siteleri, etkileşimin olmadığı geçmiş dönemde ve etkileşimin yaygınlaştığı günümüzde olduğu gibi yakın gelecekte de şüphesiz önemini koruyacaktır. Kurumlar hakkında ana bilgi kaynağı olan web siteleri, kurumların amaçları ve yönleri hakkında hedef kitlelere bilgi sağlayan platformlardır. Web siteleri farklı dillerde sunulabilir ve tüm dünyadan kolayca erişilebilirler. Bu özellikleriyle web siteleri dijital diplomasi araçları kapsamında ele alınmaktadır. Siteler kurumsal yapıların dünyaya açılan yüzü olma işlevini üstlenirken faaliyetleri ve aktarılmak istenen mesajları iletmek için hızlı ve etkili bir yol sağlarlar. (Kartal, 2021, s. 191-192). Alınan verim mecraların ne denli etkili kullanıldığıyla ilintilidir.

Halkla ilişkiler uygulayıcılarının, web ortamında etkileşim araçlarını kullanmanın ötesinde, yönetimlerini Web 2.0'ın felsefesini, değerlerini, ilkelerini ve kültürünü benimsemeleri ve gelecekteki eğilimler için de hazır olmaları gerekir. Bu çoğu kurumda pazarlama iletişimi uygulamalarını karakterize eden kontrolcü paradigmanın da terk edilmesini gerektirir (Macnamara, 2009, s. 15-16). Web sitelerinin etkin bir iletişim aracı olabilmesi için her şeyden önce bu medyanın teknik

bir zorunluluk gibi değil, etkili bir halkla ilişkiler mecrası olarak ele alınması elzemdir. Keza web siteleri organizasyonlar ile paydaşları arasındaki bağlantıyı sağlayan önde gelen kanallardan biridir. Bu nedenle web siteleri tanıtım broşürleri gibi sunulmadan, ziyaretçilerin zaman geçirecekleri ve çevrimi için deneyimlerinden memnun kalacakları mecralar olarak kurgulanmalıdır (Alikılıç, 2011, s. 67). Ancak bu şekilde çevrimiçi ortamda başarı elde edilebilmektedir. Kamu kurumları bürokratik süreçlerin de de etkisiyle web ortamının evrimine adapte olmakta özellikle yavaş kalabilmektedir. Kamu kurumlarına ait web sitelerin tasarım yaklaşımları hizmet kalitesini esas almalı ve vatandaşların yaşamını kolaylaştırmalıdır. Kullanıcı odaklı tasarım analiz ve gereksinimlerin kullanıcı beklentilerine göre şekillendiği bir web sitesi yaklaşımıdır. Web siteleri işlevsellik, kullanışlılık ve erişilebilirlik açısından değerlendirilmelidir (Durmuş & Cağıltay, 2012, s. 3). Gerek turizm gerekse kültürel amaçlarla kültürel miras hakkında bilgi edinmek isteyen bireylerin ilk başvuru kaynakları arasında ilgili miras alanlarının yönetiminden-tanıtımından sorumlu kamu kurumlarının web siteleri gelmektedir. Web yoluyla bilgi edinimi coğrafi uzaklığı ortadan kaldıran en önemli kolaylık olduğu için de önemli bir deneyimdir. Bireyler görmedikleri, deneyimleme imkânı bulamadıkları turizm deneyimlerini, kendilerine dijital ortamda sunulan bilgi doğrultusunda fikir sahibi olurlar. Bu durum, kültür-turizm hizmeti üreten, tanıtan ve sunan turizm bölgeler ve bu bölgelerin kurumları ile hedef kitleler arasında yaygın, kapsamlı bir bilgi ağının oluşturularak, doğru, pratik, güvenilir bilgi değişiminin gerçekleştirilmesini bu amaçla etkin bir dijital iletişim ağının kurulmasını mecbur kılmaktadır (Sarı & Kozak, 2005, s. 263). Bunu sağlamanın en temel yolu etkin ve etkili web siteleri oluşturmak ve işletmekten geçmektedir. Mirası tanıdan web siteleri bu özellikleriyle mirasa olan talebi etkilemede önemli bir pozisyona sahip olmaktadırlar.

Literatürde dijital olarak aktarılan kültür varlıkları ve kullanıcı memnuniyeti hakkında sınırlı araştırma bulunur. Kültürel miras bağlamında, dijital biçimde aktarılan belgeler hem halk hem de konuyla ilgili uzmanlar (araştırmacılar, arşivciler vb.) kolayca erişilebilir olmalıdır. Son kullanıcının web sitesinden memnuniyeti, siteye dair; içerik, doğruluk, format, kullanım kolaylığı ve güncellik unsurları ile gerçekleşir (Zahidi, Lim, & Woods, 2014, s. 57). Genel kullanıcılar için dijital kültürel

miras içeren çevrimiçi portallarda kullanıcı memnuniyetini etkileyen genel faktörler; arayüzün görsel olarak başarılı olması, içeriklerin güncel ve güvenilir olması, site navigasyonun kullanışlılığı, sosyal medya ile entegrasyon olmasıdır (Zahidi, Lim, & Woods, 2014, s. 62). Web sitelerinde başarının sağlanabilmesi için içerik kadar içeriğin sunuluş şekline dair kavramlar olan kullanışlılık, bilgi mimarisi yaklaşımları önem kazanmaktadır.

3.2.4 Dijital Hikâye Anlatımı

Aydınlanmadan sonra insan zihninin dünya hakkındaki gerçek bilgiye nasıl ulaşacağı sorusu pek çok disiplinin temel arayışı olmuştur. Farklı kültürlerin etkisinde olan insanlar belirli alanlarda uzmanlaşıp zekasını geliştirirken, belirli alanlarda ise oldukça yetersiz kalmaktadır. Hatta öyle ki bu niteliğiyle kültürün, insan kapasitelerinin evrimi üzerinde seçilim baskısı oluşturmuş olabileceğini de iddia edilmektedir. Bu arayış özellikle insan davranışlarını ve öğrenme aktarma biçimlerini araştıran psikologların da temel meselelerinden biri haline gelmiştir. İnsanlar; deneyimlerini, olaylar hakkındaki hatıralarını, mazeretlerini, mitlerini, bir şeyi yapma ya da yapmama sebeplerini ve benzer pek çok şeyi zihinlerinde "anlatı" biçiminde organize ederek saklamaktadırlar (Bruner, 1991, s. 1-5). Başka bir deyişle zihnimiz hikayelerle doludur. İnsanlığın kendisi kadar eski olan hikâye anlatıcılığı, kültür yoluyla edinilen değerlerin iletilmesi için temel bir çerçeve sağlar.

Her şey gibi hikâye anlatıcılığı da dijitatelleşmektedir. Gelişen medya teknolojileri dijital hikâye anlatımını ortaya çıkarmıştır. Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile bireyler hikâyelerini anlatmak için yeni ve özgün mecralara sahip olmuşlardır. Web 2.0 ve sosyal medyanın ortaya çıkıp yaygınlaşması öykülere erişilebilirliği oldukça arttırmıştır (Küngerü, 2016, s. 33-34). Üstelik konvansiyonel medyanın, özellikle hikâye anlatıcılığında en büyük rolü üstlenen televizyonun tek yönlü iletişim biçiminin aksine, sosyal medya iki yönlü bir iletişimi mümkün kılmasıyla da farklılaşmıştır. Dijital hikâye anlatımının tanımı oldukça geniş olsa da yapılan tanımların esası dijital araçlar kullanılarak oluşturulmuş ve iletilmiş bir anlatı olmasıdır. Dijital hikâye anlatımı, bir hikâyeyi iletmek için görüntüler, sesler ve videolar dahil olmak üzere herhangi bir sayıda dijital aracın kullanılmasıdır. Dijital

öykü anlatımı terimi genellikle bilgisayar aracılı anlatının geniş dünyasına atıfta bulunmak için kullanılmıştır (Goldkind, Wolf, & Freddolino, 2018, s. 92) (Alexander, 2011, s. 40). İletişim teknolojilerinin gelişimi ve yaygınlaşmasının neticesi olarak; hikâyeye dayanan oyunlaştırma yaklaşımları ve interaktif (etkileşimli) içerik üretimi de gelişmekte, bu durumdan medya ve iletişim sektörü yoğun olarak etkilemektedir. Hikâye anlatımına dayanan iletişim stratejileri; göstergebilim, narratoloji (anlatıbilim), sosyoloji, etnografı, iktisat, pazarlama, halkla ilişkiler ve reklamcılık gibi pek çok disiplin içerisinde yakınsama yaratarak yaygın biçimde kullanılmaktadır (Gambarato, 2013, s. 81). Hedef kitlelerle iki yönlü bir iletişim kurarak kültürel mesajları yayma amacı halkla ilişkiler disiplini ile hikâye anlatımı arasındaki teorik bağa işaret etmektedir. Halkla ilişkileri, yönetsel bir alan ya da işletme fonksiyonu olmaktan ziyade kültürel bir faaliyet alanı olarak değerlendiren Elmer'e göre (2011, s. 47) bu mesleğin kendisi zaten hikâye anlatımıdır. Kent'e göre (2015, s. 481) kitle kültüründe öykülerin hayatın her noktasına etki etmesi düşüncesine paralel biçimde hikâye anlatımı halkla ilişkilerin "zımba"sıdır.

Dijitalleşmeyle artık hikâyeler yalnızca sözlü kültürün bir öğesi olmaktan sıyrılmış, birden çok ortamın; imajın, sesin, müziğin, yazar ve okurun iç içe olduğu görsel ve işitsel anlamda çok katmanlı bir yapıya evrilmiştir. Dijitalleşmeyle anlatıcı ve dinleyici rolleri değişime uğramıştır. Profesyoneller ile amatör içerik üreticileri arasındaki farklılığın sınırları belirsizleşmeye başlamıştır. Yapımcı ve tüketici arasındaki ilişki yeniden tanımlanmıştır (Mutlugün & Topuz, 2020, s. 43). Günümüz çevrimiçi ortamında hemen her bireyin hikâye üretme ve paylaşma imkan ve özgürlüğü olduğu gibi; her birey üretilen ve dolaşıma sokulan sonsuz sayıda hikayenin de tüketicisi konumundadır. İnternet teknolojisinin toplum üzerinde yarattığı bu değişim dijital hikâye anlatımının bir gereği olarak dijital vatandaşlık kavramını da akla getirmektedir. Dijital vatandaş; teknoloji ve araçlarını doğru kullanan, bu alanlardaki etik kurallara riayet eden, dijital mecralarda da kişilik haklarına saygılı, güvenlik bilincine sahip sorumlu bir vatandaşlık biçimi olarak tanımlanmaktadır (Mossberger, Tolbert, & McNeal, 2007, s. 1-2). Dijital vatandaşlık her geçen günü önemini arttırmaktadır keza; dijital teknolojilerden en fazla faydayı edinmek onları doğru ve bilinçli kullanma bilgisinin topluma yayılması ile mümkün olabilecektir.

Miras alanları, sitler ve kültürel varlıkların da hiç şüphesiz ziyaretçilerine anlatacakları hikâyeleri vardır. Kültürel bellek kurumların mirasın toplum tarafından keşfedilmesi için hikâye anlatıcılığı rolünü üstlendiğine pek çok defa rastlanılmıştır. Fakat sayısız kültür varlığı hakkındaki hikâyeler elbette dağınıktır ve her zaman dijital bir formda mevcut değildir. Bu noktada en önemli soru; insanları çevrelerindeki yerleri anlatmaya teşvik etmek ve kültürel mirasın keşfini artırmak için mobil bir katılımcı kültürün popülaritesinden yararlanılabilir mi, sorusu olmaktadır. Teknolojiden faydalanmak ve bu yönüyle dijital hikâye anlatımını kültürel miras alanında da uygulamak önem kazanmaktadır (Floch & Jiang, 2015, s. 503). Kültürel miras için çoklu ortam iletişimi ihtiyacı giderek daha belirgin hale gelmektedir çünkü daha geniş bir kitleye ulaşmak ve yeni cihazların (örneğin tabletler veya akıllı telefonlar) sunduğu etki olanaklarından yararlanmak tüm kültür, turizm ve mimari çalışmaları için şüphesiz fayda sağlamaktadır. Günümüzde çoğu profesyonel, dijital hikâyelerin; akıllı telefonlar, tabletler, bilgisayarlar ve bunlar için üretilmiş yazılımlar veya oyunların hedef kitlelerin ilgisini çekmenin iyi bir yolu olduğu konusunda hemfikirdir. Bu yolla kurulacak iletişimin getirdiği avantajların özü, ziyaretçilerin etkileşimli, aktif katılımını sağlamaya yönelik çabalara sağladığı katkıdır (Paolini & Blas, 2014, s. 33-34). Ziyaretçiler hikayelerin pasif dinleyicileri olmakla sınırlı kalmayıp bir parçası olurlar.

Jenkins tarafından öne sürülen transmedya hikâye anlatımı kavramı, anlatıların farklı medyalar aracılığıyla deneyimlenme sürecine işaret etmektedir. Temelinde belirli bir öykünün ya da anlatımın bulunduğu ve faklı medya kanallarıyla bu hikâyenin ilerlediği bir ‘dünya inşa etme’ sürecidir (Jenkins, 2010, s. 943). Transmedya hikâyeciliğinde bir anlatı evreni inşa edilmesi ve hikâyenin farklı medyalarda hayat bulması anlatının etkileşimli özellikte olmasıyla gerçekleşebilmektedir. Hedef kitleler ancak etkileşimlilik sayesinde anlatılan hikâyenin bir parçasına dönüşürler. Kültür varlıklarının geçmişe dair hikâyelerin yaşayan anıtları olarak düşünülecek olursa bu yapılara dair hikayelerin kolektif bellek içinde ne denli önemli olduğu değerlendirilecektir. Kültürel miras eserlerinin hikayeleri bireylerin yaşadıkları toplumun bir parçası olma duygularını geliştirir ve bu hikayeler toplumlara kimlik kazandırma noktasına etki sağlar (Guliyeva & Guliyev,

2021, s. 100). Dijital kültürden etkilenen kültürel miras ziyaretçileri, kendilerine özgü ilgi alanlarına dayalı olarak bireysel deneyimler yaşamak isterler. Hikâyesi mekan ve eserler etkileşimli olarak ziyaretçilerle iletişim sağladığında yerel tarih, unutulmaya yüz tutan kültür hikayeleri ve gelenekleri yeniden canlanabilir. Dijital hikâye anlatıcılığının kültürel miras için kullanımı, insanların hem kendi kültürlerini hem de diğer kültürleri keşfetmelerine ve öğrenmelerine olanak sağlayabilir (Basaraba, Conlan, Edmond, & Arnds, 2019, s. 22). Yerel inisiyatiflerin çalışmaları dışında UNESCO'nun da kültürel miras için dijital hikâye anlatıcılığından faydalanmak istediği görülmektedir.

"Sürdürülebilir Kalkınma İçin Transmedia, Somut Olmayan Kültürel Miras" isimli pilot projede UNESCO; Bolivya, Kolombiya, Ekvador ve Peru'daki yaşayan miras unsurları hakkında dijital kaynaklar (videolar, podcast'ler ve yüksek çözünürlüklü fotoğraflar) içeren bir platform kurulmasına öncülük etmiştir. Somut olmayan kültürel mirasın sürdürülebilir kalkınmaya katkısı hakkında bilgi paylaşımı ve eğitim için bir araç olarak tasarlanan platform, Covid-19 pandemisinin yaşayan miras üzerindeki etkilerine de odaklanmaktadır. Dijitalleştirilmiş görsel ve işitsel materyaller, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDG'ler) ve bu hedeflerin dört ana ayağı olan Gezegen, İnsanlar, Refah ve Barış ile bağlantılı olarak sunulmaktadır. Bireylerin birbirleriyle duygudaşlık kurmalarında başka yolları gösteren ve böylece sosyal refaha katkıda bulunan uygulamalara özel bir önem verilmektedir. Bu amaçla platformda sergilenen belgeler arasında, farklı dünya görüşlerine, koruma uygulamalarına ve doğal kaynakların sürdürülebilir yönetimine dayanan somut olmayan kültürel miras unsurlarının örnekleri bulunmaktadır (UNESCO, 2021). UNESCO'nun bu çalışmaları mirastan faydalanmanın toplumlar için uyum ve yumuşak güç kaynağı olabileceğini başarılı bir şekilde vurgulamaktadır.

3.3 Kamu Diplomasisi ve Dijital Diplomasi

Tıpkı web gibi diplomasi de klasik diplomasiyi ifade eden 1.0, kamu diplomasisini ifade eden 2.0 ve dijital diplomasiyi ifade eden 3.0 versiyonlarını içeren evrimsel bir dönüşüm yaşamaktadır. Bildiğimiz anlamda diplomasi belirlenmiş olan uluslararası normlar çerçevesinde devletlerin kendi egemenlik haklarını korumak ve

ulusal çıkarlarını gözetmek amacıyla kurduğu ilişkileri ifade etmektedir. Diplomaside devlet en önde gelen aktör, siyasiler, bürokratlar, diplomatlar başlıca uygulayıcılardır. Fakat diplomasi 2.0 gibi tanımlamalara konu olan kamu diplomasisi; klasik diplomaside yer alan sert gücün yerine yumuşak gücü koymaktadır (Yücel, 2016, s. 749). Ülkeler kendileri hakkında olumlu yönde algı ve imaj oluşturmak ve bu yolla uluslararası hedef kitlelerinde tutum ve davranış değişikliği yaratmak için stratejik iletişim araçlarına başvurmaktadırlar (Özdemirci & Önder, 2018, s. 94). 1960'lı yıllarda halkla ilişkiler ve uluslararası ilişkiler literatüründe yer etmeye başlayan kamu diplomasisi kavramı ilk kez ABD'li büyükelçi Gullion tarafından kullanılmıştır. Kamu diplomasisi; kamuoyunda diplomasi faaliyetleri yoluyla etki yaratmaktır. ABD'nin bilhassa soğuk savaş sürecinde yürütmüş olduğu kültürel programları tanımla ihtiyacı kavramın ortaya çıkma nedenidir. Kamu diplomasisi tek yönlü bir iletişim sürecini ifade eder. Bu konseptte amaç başka devletleri ve onların politika yapılarını etkilemek için o ülkelerin vatandaşlarını kazanma çabasıdır (Cull, 2009, s. 259). Soğuk Savaş boyunca askeri güç en etkili güç tanımı olarak değerlendirilmiştir. Günümüzde ise bu anlayış yavaş yavaş değişmekte, kamuoyunu yönlendirebilme ve ikna gücü en az askeri güç kadar önemsenmektedir. Joseph Nye bu türden gücü "yumuşak güç" olarak tanımlamıştır. Küreselleşme ve bilgi çağının yapısı uluslararası örgütleri ve medyayı kuvvetlendirmiştir. Artık askeri harekâtlar kadar asimetrik savaş yöntemleri de ön plandadır. Askeri gücün etkinliğindeki bu azalma sert (kaba) güç kadar yumuşak gücün önemsenmesi sonucunu doğurmuştur. İşbirliğinin giderek sertliğin yerini aldığını ifade eden Nye'e göre ikna yolu mevcut olduğu sürece zora koşmanın anlamı yoktur. İletişimin bu gücü, yumuşak güçtür (Nye, Amerikan Gücünün Paradoksu, 2003, s. 10-11)."Kamu diplomasisi, güçlü bir kültürel yapı, tutarlı bir kimlik, akılcı bir felsefe ve medyayla profesyonel bir iletişim gerektirir" (Mengü & Yıldırım, 2012) Devletlerin yaptırım güçleri askeri, ekonomik ve kültürel olarak ayrışmaktadır. Askeri ve ekonomik yaptırımlardan farklı olarak kültürel olan yumuşak güç iletişim ve iknaya dayanarak kitlelerin yönlendirilmesini merkeze alır. Bu nosyon, çalışmalarında Nye'ye atıfta bulunan Simon Anholt'un son 10 yılda geliştirdiği popüler "ulus markalaşması" kavramıyla da bağlantılıdır (Anholt, 2005, s. 24).

Tablo 6: Devlet Gücünün Formları (Nye, Yumuşak Güç, 2017, s. 38)

Güç Boyutları	Davranışlar	Temel Araçlar	Devlet Politikaları
Askeri Güç	Zor Kullanma	Tehdit ve cebir	Zora dayalı diplomasi, ittifak kurma, savaş politikaları
İktisadi Güç	Zor Kullanma & Teşvik	Para verme yatırım, ambargo,	Destek, yardım, rüşvet, kısıtlama
Yumuşak Güç	İlgi uyandırma, gündem belirleme, ikna	Kültür, değerler, politikalar	Kamu diplomasisi

Teknolojik ilerlemenin kamu dipomasisi üzerinde yarattığı dönüşüm dijital diplomasi kavramını meydana getirmiştir. Yeni kamu diplomasisinde kişiler arası etkileşime olanak sağlayan ağlar yeni uygulamalar ve araçların kullanılmasına vesile olmaktadır. Yeni bir gelişme olarak dijital diplomasiyi anlatan yaygın olarak Kabul görmüş net bir tanım ve çerçeve yoktur. Hatta kavram pek çok farklı isimlendirmeyle de anılmaktadır. Fakat dijital diplomasi hem araştırmacılar hem de uygulayıcılar tarafından benzer şekillerde yorumlanmış, tanımlanmış ve anlaşılmıştır (Bjola & Holmes, 2015). Manor ve Segev'e (2015, s. 89) göre dijital diplomasi, temel olarak bir ülkenin dış politika hedeflerine ulaşmak ve imajını ve itibarını proaktif bir şekilde yönetmek için sosyal medya platformlarının artan kullanımını ifade eder.

Çağımızda web, sosyal medya, dijital oyunlar yaşamımızın ayrılmaz bir parçası haline gelirken; nesnelerin interneti, sanal gerçeklik, büyük veri gibi kavramlar hemen

her çalışma alanı için oyunu değiştiren, yeniden kuran gelişmeler olarak önem kazanmaktadır. Böyle bir değişim sürecinde diplomasi de değişmekte; sosyal medya, dijital yayıncılık, dijital markalaşma, dijital vatandaşlık ve sanal diasporalarla yükselen dijital diplomasi ülkeler için belirleyici bir rol edinmektedir. Tüm bu gelişmeler yakın gelecekte bu alanda dijital öğrenme, etkileşim ve iletişimin merkezi rolünün güçleneceğini işaret etmektedir. Devletlerin özellikle Arap Baharı ile birlikte internet ve sosyal medyanın gücünü fark etmesi, dijital mecralara daha fazla odaklanılması ve kaynak ayrılması bu alandaki gelişmeleri de hızlandırmıştır. İnternette çok fazla veri üretimi ve dolaşımın gerçekleşmesi, sayısız kullanıcıyı yönlendiren algoritmaların çalışması bu mecrayı devletler için ihmal edilemez kılmaktadır. Öyle ki dijital oyunlar dahi artık bu sistemin birer bileşeni olmaktadır. ABD Dış İşleri Bakanlığı tarafından geliştirilen "Trace Effects" isimli dijital oyun bu konuya örnek teşkil etmektedir (Yücel, 2016, s. 750-759). Bir bütün olarak dijital diplomasi faaliyetleri, bir devletin dış politika pozisyonlarını yerli ve yabancı izleyicilere yansıtmada büyük ölçüde fayda sağlama potansiyeline sahip bir alan olarak değerlendirilmektedir.

3.3.1 Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Dijitalleşen Kültürel Miras

Kamu diplomasisi; yazılı görsel ve yeni medya araçlarından, kültürel elçilerden, ajanslardan, sinemadan ve her geçen gün çeşitlenen pek çok kaynaktan faydalanmaktadır. Günümüzde artık kültürel miras da ülkelerin yumuşak gücünün bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Akademik literatürde kültürel miras ve yumuşak güç ilişkisine değinen yayınlar oldukça yenidir.

Kamu diplomasisinin bir alt unsuru ve uygulama alanı olarak kültürel diplomasi ülkelerin kültürel varlıklarının tanıtımını ve bu unsurlar vesilesiyle sağlanan ortaklıklarla uluslararası kamuoyunda diyalog ve işbirliği gerçekleştirmeyi ve bu sayede ülkenin imaj ve itibarını geliştirmeyi amaçlamaktadır. Kamu diplomasisi çalışmaları içerisinde kültür unsurları hem üst kültür hem de popüler kültür unsurları ile birlikte ele alınmakta ve ülkelerin, toplumların kendilerine özgü nitelikleri tanıtılmaktadır. Kültürel mirasa verilen katkı ve mirasın tanıtımı da ülkelerin yumuşak gücüne olumlu etkiler yapmaktadır (Yağmurlu, 2020, s. 47). Kültürel miras yönetimi

ve koruma uygulamaları ülke imajlarının dünyadaki pozisyonuna sağladığı katkının yanında, turizme ivme kazandırmakta ve bu yolla başka ülke vatandaşlarının sevgi ve ilgilerinin kazanılmasında önemli potansiyel taşımaktadır.

Bugüne kadar miras politikalarına ilişkin analizlerin çoğu, çekişme, uyumsuzluk ve çatışmaya odaklanmıştır. Miras diplomasisi, işbirliği, kültürel yardım ve sert güç gibi konuları eleştirel olarak inceleyerek bu dengesizliği gidermeye çalışır. Milliyetçilik ile enternasyonalizm arasındaki iki kutuplu bir alan olan kültürel miras yönetiminde, diplomasi hükümetler arasında ve sivil toplum aktörleri arasında bir arabulucu rolü üstlenerek çatışmaların giderilmesinde en önemli yoldur. Özellikle 2015 yılında IŞİD tarafından Irak ve Suriye kültürel mirasının neredeyse tamamen imha derecesinde zarara uğratılması uluslararası toplumun dikkatini yeniden kültürel mirasa çekmiştir. Karşı karşıya kalınan çaresizlikle birlikte, dünyanın dört biryanından kamu ve sivil aktörlerin kınamaları modern çağın önemli kaygılarından birinin kültürel mirasın korunması olduğunu bir kez daha hatırlatmıştır. Kültürel varlıklar özellikle son yüz yılda devletler ve halklar arasındaki ilişkilerin anahtar arabulucusu olmaktadır. Kültürel varlıkları koruma isteği pek çok ulusu bir araya getirerek işbirliklerine vesile olmuştur. Artan akademik ilginin yanı sıra UNESCO gibi kurumlar bu alanda çok uluslu küreselleşen yönetişim anlayışının gelişmesine aracılık etmektedirler. Önümüzdeki yıllarda da kültürel mirasın devletlerin ve kültür politikalarının odağında olacağını tahmin etmek güç değil keza kültürel miras artık sürdürülebilirlik, insan hakları, şehircilik, kültürlerarası diyalog konularıyla birlikte ele alınıyor (Winter, 2015, s. 15-16).

Yumuşak gücün farkına varılması ve bu alanda sistemli uygulamaların yapılmaya başlanması çok eskiye dayanmasa da bu yaklaşımın ve sonuçlarının medyadaki görünürlüğü, kültür kurumları tarafından benimsenen stratejiler, giderek popülerleşen güç sıralama listeleri, UNESCO başta olmak üzere uluslararası aktörlerin çağrıları devletleri kültür yarışına sürüklemektedir (Holden & Tryhorn, 2013). Yumuşak güç kaynakları bakımından zengin ülkelerin aynı zamanda en güçlü ulusal markalara sahip olarak algılanması da tesadüf değildir. Bu noktada ilk akla gelen ülke hiç şüphesiz ABD olsa da; Birleşik Krallık, Fransa, Almanya, Kanada, Çin ve Japonya

ulusal markaları ve yumuşak güç etkinlikleri açısından dikkat çeken ülkeler olmaktadır. Ülkelerin ulusal marka güçlerine göre sıralanmasıyla ortaya çıkan tablonun UNESCO'nun en güçlü yumuşak güç aracı olan Dünya Mirası Listesi'ndeki sıralamaya paralel olması elbette tesadüf değildir. Kültürel miras yönetiminin çeşitli zorluklarına rağmen devletlerin UNESCO listelerine somut ve somut olmayan kültürel unsurlarını kaydettirmek için girdikleri yarış yumuşak güç ve kültürün artan öneminin çağdaş uluslarca anlaşılıp önemsendiğinin delili olmaktadır (Schreiber, Intangible Cultural Heritage and Soft Power Exploring the Relationship, 2017, s. 45). Yumuşak gücün özellikle somut olmayan kültürel mirasla ilişkisini inceleyen çalışmasında Schreiber; ülkelerin yumuşak gücünü çeşitli kriterlere göre değerlendiren "Soft Power 30" ve "Elcano Global Presence Index" isimli sıralamaları göz önünde bulundurmuştur. Bu sıralamalarda üst sıralarda yer al alan ülkelerin miras listelerine kayıtlı kültür varlık sayılarını değerlendirmiştir. Her iki güç sıralamasında da üst sıralarda yer alan İngiltere ve ABD SOKÜM'ü imzalamamış devletler olması üst düzeyde bir yumuşak güce sahip ülkelerin UNESCO'nun kültürel mirası regüle etmek amacıyla öne sürdüğü hakemlik ettiği miras süreçlerine pek çok ülkeye oranla daha az önem ve anlam atfettiğinin göstergesi olmaktadır. Nitekim ABD'nin kültürel gücü yadsınamaz bir gerçektir. Birleşik Krallık ise British Museum gibi kurumlarıyla UNESCO'dan dahi çok daha önce bu alanda varlık gösteren önemli bir aktördür. Yumuşak gücü orta ya da düşük düzeyle olan devletler ise imaj ve itibarlarını geliştirebilmek adına UNESCO ile işbirliğine daha kuvvetli bir gereksinim duymaktadır (Schreiber, 2017, s. 52). Çağımızda hala ülkeler askeri operasyonlar ve savaşlarla sınırları yeniden çizmekte, siyasi çıkarları doğrultusunda sert güç kullanmaktan geri durmamaktadırlar. Diplomasi yoluyla inşa edilecek yumuşak güç ülkelerin siyasi hedeflerine barışçıl yollarla ulaşmasını sağlamaj için önem bir yol olarak önemini artırmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YEREL YÖNETİMLERİN WEB SİTESİ İÇERİKLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

4.1 Metodoloji

Bu bölümde; araştırmanın amacı, önemi, ele alınan problem ve yanıt aranan araştırma soruları hakkında bilgi verilmiştir. Araştırmanın yöntemi ve bu yöntemin yöntemin tercih edilme nedenleri, araştırma sürecinin işleyiş şekli, kullanılan veri toplama araçları ayrıca araştırmanın kapsamı ve sınırlılıkları açıklanmaktadır.

4.1.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kültürel miras yönetimi ve kültürel mirasın aktarılmasına yönelik faaliyetler hızlı bir dijitalleşme sürecine girmiştir. Subsidiarity ilkesi uyarınca yerel yönetimlere bu alanda düşen sorumluluk ve görevler önemini arttırmaktadır. Türkiye'deki yerel yönetimlerin dünyadaki bu değişime ayak uydurma sürecinde hangi aşamada bulunduğunu ortaya koymak ve tartışmak gerekliliği değerlendirilmiştir. Bu noktadan hareketle araştırma Türkiye genelindeki yerel yönetimlerin kültürel mirasın yönetimi ve tanıtımına ilişkin olarak teknoloji ve dijital iletişim araç/yöntemlerini kullanım düzey ve yeterliliklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. İnternet yoluyla kültürel mirası yaymak amacıyla yapılan çalışmaların yapısını ortaya koymak hedeflenmektedir.

Coğrafya olarak Türkiye tarih boyunca pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış bulunduğundan zengin bir kültürel mirasa sahiptir. Kültürel miras yönetimine ilişkin güncel gelişmeler bu alanda teknolojiden ve dijital iletişim olanaklarından faydalanmayı her geçen gün daha önemli kılmaktadır. Ülkemizde bu konuda çeşitli çalışmalar yürütülüyor olsa da olgunluk seviyesinin yeterli düzeye erişmemiş olduğuna ilişkin gözlem ve kaygılar oluşmuştur. Bu durumun anlaşılması için önemli bir yol kültürel miras yönetiminden sorumlu kurumların faaliyetlerinin araştırılmasıdır.

Yeni medya ve dijitalleşmenin etkisi altındaki çağımızda geleceğin sergi, müze ve kütüphanelerinin mekândan bağımsız; sanal örneklerinin yaygınlaşacağı düşünülmektedir. Pandemi süreciyle bu dijitalleşme hız kazanmıştır. Teknoloji hem kültürel mirastan halkın istifade etmesinde yeni olanak ve fırsatlar sağlamakta hem de özellikle internet ve sosyal medyanın gücü ile kültürel mirasın tanıtılmasında ve kamu diplomasisinde yeni olanaklar sağlamaktadır. Tüm bu gelişmelere karşın literatürde dijital iletişim yönetimi ve kültürel miras yönetimini ortak bir bağlamda ele alan özellikle Türkiye'ye özgü araştırmaların oldukça sınırlı sayıda olduğu gözlemlenmiştir.

4.1.2 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Web sosyal bilimciler için kolay ulaşılabilir bir veri kaynağı olsa da internet ortamının benzersiz nitelikteki çok büyük hacim ve içerik zenginliği ve bu içeriğin devingen olması büyük örneklemler ile çalışmayı çok güç kılmaktadır. (Weare & Lin, 2000, s. 276) Araştırma evrenini Türkiye'deki UNESCO Dünya Mirasına Seçilmiş eserleri barındıran 18 ile ait yerel yönetimler oluşturmaktadır. Belediyelerin web siteleri ve ek olarak turizme yönelik olarak hazırlamış oldukları web siteleri analiz edilmektedir (n=29). Mc Millan, web sitelerine uygulanan içerik analizi çalışmalarını incelediği çalışmasında çok sayıda araştırmanın "analiz birimi"nin "web siteleri" olarak açıklandığına fakat bu açıklamanın yeterli olmadığına önemle vurgu yapmaktadır (McMillan, 2000, s. 85). Başfırıncı'ya göre: (2008, s. 62) "özellikle de pazarlama iletişimi alanında yapılacak çalışmalarda sitenin içeriğini çözümlerken yalnızca imaj, sadece metin ya da sadece bağlantılar gibi bir öğeye odaklanmak, web sitesinin tamamına ilişkin açıklayıcılık taşımayabilir." Bu araştırmada web siteleri yalnızca ana sayfa ya da konuyla ilgili sayfaların incelenmesi gibi bir sınırlılığa tabii tutulmadan web ortamında yer alan her bir sayfaları dahil edilerek incelenmiştir. Birbirinden farklı formatlarda (resim, text vb.) çok sayıda içeriğin kodlanabilmesi için bilgisayar yazılımı kullanılmıştır.

Kültürel mirası yönetme & yayma faaliyetleri çok paydaşlı bir yapıyı gerektiren bir yönetişim alanıdır. Bu süreçte rol alan aktörlerin tamamının incelenmesi beşerî ve maddi kaynaklar açısından tek bir araştırmacı ile uygulanabilir olmadığından

araştırma yerel yönetimlerle sınırlandırılmıştır. Yerel yönetimler kültürel miras ve turizm ile ilgili sorumlulukları nedeniyle sürecin en önemli paydaşları arasında yer almaktadır.

Dijital iletişim ve yeni medya teknolojilerini odağına alan araştırma web siteleri ile sınırlandırılmıştır. Kaynak güçlükleri nedeniyle sosyal medya araçları kapsamın dışında bırakılmıştır. Sosyal medya yoluyla gerçekleşen faaliyetlere ilişkin bir içerik analizi yapılmasına duyulan ihtiyaç da ilgili literatür için güncelliğini korumaktadır. Araştırma kapsamında incelenen web sitelerinin url adresleri aşağıdaki gibidir.

Tablo 7: Araştırma Kapsamında Yer Alan Web Siteleri

http://www.sivas.bel.tr/
https://visitsivas.com/
https://www.ibb.istanbul/
https://visit.istanbul/tr/
https://www.nevsehir.bel.tr/
https://corum.bel.tr/
http://www.adiyaman.bel.tr/
https://www.visitadiyaman.com/
https://www.denizli.bel.tr/
https://www.antalya.bel.tr/
https://www.visit-antalya.com/

https://www.mugla.bel.tr/

https://www.karabuk.bel.tr/

https://www.visitkarabuk.com/

https://www.canakkale.bel.tr/

https://www.edirne.bel.tr/

https://www.edirnevisit.com/

https://www.konya.bel.tr/

https://www.bursa.bel.tr/

https://bursa.com.tr

https://www.izmir.bel.tr/

https://www.visitizmir.org/

https://www.diyarbakir.bel.tr/

http://www.kars.bel.tr/

https://aydin.bel.tr/

https://visitaydin.com/

http://visiturfa.com

https://www.sanliurfa.bel.tr/

https://www.malatya.bel.tr/

4.1.3. Araştırma Soruları

Bu araştırmada aşağıda yer alan sorulara yanıt aranmaktadır.

- **Soru 1:** Web içeriğinde hangi kültürel miras unsurları öne çıkarılmaktadır?
- **Soru 2:** Web içeriğinde hangi kültürel miras unsurları ihmal edilmektedir?
- **Soru 3:** Ülkedeki kentlerin kültürel mirasa ilişkin dijital iletişim çalışmaları karşılaştırıldığında ortaya çıkan farklılıklar nelerdir?
- **Soru 4:** Web siteleri, çağdaş gereksinimleri karşılaşmakta mıdır? İşlevsel ve tasarım özellikleri bakımından web siteleri hangi düzeydedir?

4.1.4. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada nitel bir yöntem olarak içerik analizi kullanılmaktadır. Bu yöntemin tercih edilme sebebi (rationale) çalışmanın sosyal olguları doğal gelişimi içerisinde değerlendirmeye yönelik bir araştırma olmasından kaynaklanmaktadır. Metodolojik yöntemler incelendiğinde örneklem büyüklüğü nedeniyle görüşme, odak grup, gözlem gibi yöntemlerin uygulama güçlüğü değerlendirilmiş, dijital içeriğin analiz edilmesinin araştırma amaçlarına en uygun bulguları sağlayabileceği düşünülerek içerik analizine karar verilmiştir. Kodlamaya dayalı içerik analizi uygulanarak elde edilen verileri anlamlı ve sistematik yapılar halinde değerlendirmeye yönelik çalışma yapılmıştır. Crotty'nin (1998) yapısal model yaklaşımına göre araştırma sürecinin temellerini dört unsura göre değerlendirme yapıldığında araştırmanın öğeleri aşağıdaki tabloda belirtilen şekilde oluşmaktadır.

Tablo 8: Araştırma Sürecini Oluşturan Öğeler

Felsefik Varsayımlar	Yorumlayıcı Paradigma

Teorik Dayanaklar	İletişim Bilim ve Kültürel Miras Yönetimi Literatürü
Metodolojik Yaklaşımlar	Nitel
Metodlar	Nitel verilerin MAXQDA paket programı yardımıyla kategorilere ayrılarak toplanması ve kodlanması. Kodlanan verilere analizler uygulanması

Bu çalışmada araştırma süreci altı adımdan oluşan bir planlama ile gerçekleştirilmektedir. Bu adımlar: Problemin farkına varma, çalışmanın tasarlanması, verilerin sınıflandırılması, verilerin analizi ve son olarak bulguların değerlendirilmesi ve rapor yazımıdır. Araştırmada, araştırma amacına uygun olarak web içeriğine yönelik analiz için uygun kategori ve kodlar geliştirilerek bu doğrultuda bulgular toplanmıştır. Web siteleri resimler, ikonlar, semboller, ve yazılar gibi birbirinden farklı formatta birçok öğeyi içinde bulundurduğundan, site içeriğinin tamamını incelemek oldukça karmaşık, vakit alıcı ve araştırmacı için yorucu bir süreçtir (Başfırıncı, 2008, s. 60). Veri toplama sürecinin güçlüklerini aşabilmek amacıyla MAXQDA yazılımından faydalanılmıştır. Programın Web Collector isimli web tarayıcı eklentisi web sitelerinden, içerik analizine uygun formatta veri toplanabilmesini mümkün kılmaktadır. Kategori sisteminin oluşturulması sistematik bir analiz tekniği uygulamanın öncülü olarak değerlendirilmektedir. Kategori sistemi, bir ölçek sağlamakta ve bu ölçek, araştırma sorusu bakımından önemli olan verilerin içerik içinden seçilmesini belirlemekte ve yönlendirmektedir (Gökçe, 2019, s. 58). Araştırmada yapılan kodlamalara ilişkin sınıflandırma Tablo 9'da görüldüğü gibidir.

Tablo 9: Kategori, Tema ve Kodlar Tablosu

Tema	Kategori /Kod	Kod
Genel Bilgiler	Belediye Adı	
	Belediye Düzeyi	
	Belediye URL	
	Şehir	
	Nüfus	
	Kodlama Tarihi	
	Coğrafi Bölge	
Temel Site İçeriği	Harita	
	Nüfus Bilgisi	
	Konaklama Bilgisi	
	Haberler	
	İklim & Coğrafya	
	Ekonomi	
	Kültürel Ajanda	
	Trafik ve Ulaşım	
	Taşınmaz Kültür Varlıkları	

Kültür el Miras Bilgileri		Höyük
		Akropol & Nekropol
		Kale, Hisar, Burç veya Sur
		Tabya, İstihkam vb. Savaş Sahaları
		Han, Hamam, Kervansaray vb.
		Su Yapıları (Sarnıç, kuyu, kemer vb.)
		Taşlar
		Saray, Köşk, Yalı vb. yapılar
		Dini Yapılar
	Taşınabilir Kültür Varlıkları	
		Topraktan yapılmış materyaller
		Metalden yapılmış materyaller
		Camdan yapılmış materyaller

		Taşlardan yapılmış materyaller
		Organik kalıntılar (fosil, kemik,bitki vb.)
		Yazılı Belgeler
		Diğer
	Somut Olmayan Kültür Varlıkları	
		Sözlü Gelenek
		Gösteri
		Toplumsal Uygulamalar
		Doğa ve Halk Bilgisi
		El Sanatları
		Diğer
	Doğal Miraslar	
		Jeolojik Oluşumlar
		Tehdit altındaki bitki veya hayvan grupları
		Diğer
	Karekod	

Dijital Teknoloji	Dijital Sergi & Sanal Müze veya Tur	
	VR & AR	
	Mobil Uygulama	
	Eğitici Oyunlar	
Web	**Sunum**	
		İmaj İçerği
		Video - Animasyon
		Renk Uyumu
	Bilgi Mimarisi	
		Başlıklar
		Anahtar Kelimeler
		Dil Seçenekleri
		SSS
		Blog & Vlog - Podcast
		Sosyal Medya Bağlantıları
	Kullanışlılık	
		Site Haritası
		Arama Motoru

		Mobil Uyum

4.1.4.1 Yöntem Olarak İçerik Analizi

Araştırma süreci planlanırken çeşitli metodolojik araç ve yaklaşımlar değerlendirilmiştir. Araştırmanın amaçları değerlendirildiğinde bilgilerin web ortamından elde edilebilecek potansiyelde olması içerik analizinin tercih edilmesine neden oluşturmuştur. İçerik analizi iletişim çalışmalarında oldukça yaygın kullanılan bir yöntem olarak bilinmektedir. İletişim araştırmalarında araştırmacılar çok uzun yıllardır medya içeriklerini çözümlemek, değerlendirmek, tartışmak amacıyla içerik analizi yöntemine başvurmaktadırlar. (White & Marsh, 2006, s. 22-23). İçerik analizinin gelişim yolculuğu iletişim araçlarının gelişim yolcuğuna paralel ilerlemektedir. Dünya savaşları ile propagandanın artan önemi nicel-betimsel çalışmalara hız kazandırmıştır. Yöntemi sistematik çerçeveye oturtan kişilerin başında ise iletişim biliminin kurucu babalarından olan Harold D. Lasswell gelmektedir (Gökçe, 2019, s. 15-16). Tarihsel süreç içerisinde iletişim kuramları bağlamında yapılan çeşitli araştırmalar konvansiyonel medya araçlarını bu yolla analiz etmişlerdir ancak içerik analizi yönteminin önemli bir özelliği de çeşitli alanlara uyarlanabilir esnek bir teknik olmasıdır. İletişim dışında da pek çok disiplinde kullanılan yöntem, son dönemde yeni medya araçlarına ilişkin yapılan araştırmalarda da kullanım alanı bulmaktadır. İnternet içeriklerini, web siteleri, sosyal medya mecralarını ele alan içerik analizi çalışmaları artmaktadır.

Berger'e göre (1996, s. 104) ise içerik analizi, "çeşitli şeylerin miktarını iletişim biçimi örnekleminde saymaya dayanan" bir tekniktir. Bu özelliğiyle içerik analizi nitelden nicele doğru yol alan tümevarımcı bir metodtur. Yöntemin nicel ve nitel unsurları bir araya getirebilme özelliği yöntemin pek çok diğer metoda göre avantajlı ve güçlü olmasını sağlamaktadır (Gökçe, 2019, s. 62). Rubin ve arkadaşları (2010, s. 217); içerik analizine, "medyada yer alan mesajların yapısının ve içeriğinin değerlendirilmesi" şeklinde sade bir tanım getirirken; yapılacak kodlamaların iletişim

süreçlerinin doğası hakkında önemli veriler sağlayabileceğini ifade etmektedirler. Tekrar eden temaların web siteleri gibi mecralarda da gözlemlenebilmesi mümkün olup, web medyasına içerik analizi uygulayan çalışmalar çeşitlenmektedir.

4.1.5. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Nitel araştırmalarda araştırmada elde edilen bulguların nesnel ve bilimsel niteliklere uygun oluşunun güvence altına alınması için güvenilirlik ve geçerliliğin sağlanması gerekli görülmektedir. Geçerlilik (validity); belirli bir ölçme aracının, araştırmanın amacını ve öne sürülen savı ölçebilme yeteneğini ifade etmektedir (Krippendorff, 2004, s. 313). Bu kavram iç ve dış geçerlilik olmak üzere iki boyutlu olarak ele alınmaktadır. İçsel geçerlilik, araştırmanın kesinliğini, elde edilen bulguların gerçekliğe uygunluğunu ifade eder. Dışsal geçerlilik araştırmanın genellenebilirliğini ifade etmektedir (Harwood & Garry, 2003, s. 488). Çalışmada iç geçerliliğin sağlanması amacıyla; sistematik bir kodlama yapısı oluşturulmuştur. Bu çalışmayla kategoriler kendi içinde alt kategorilere ayrıştırılarak yapılandırılmıştır. Kod, kategori ve temalar arasında ilişkisel bir yapı oluşturularak veri toplanması ve verilerin analiz edilmesi sürecinde içerik analizinin kuralları dikkate alınarak tutarlılık gözetilmiştir. Dış geçerlilik araştırmada elde edilen bulguların benzer koşullarda genellenebilir olma niteliği ile ilgilidir. Bu nedenle araştırma sürecinin aşamaları, örneklem, sınırlılık, veri toplama araçları ve analiz araçları ayrıntılı ve açık bir biçimde tanımlanmıştır. İçerik geçerliliğinin kullanılan ölçme aracının ölçülmek istenen konuya ilişkin kavramları kapsayıp kapsamadığı ile ilişkilidir (Krippendorff, 2004: 315). Bu nedenle kategori ve kodlar literatür taraması sonucunda oluşturulmuş, kodların uygunluğu alan uzmanlarından oluşan izleme jurisi ve danışman tarafından değerlendirilmiştir. Guba'ya göre (1981, s. 85) araştırmanın dürüstlüğünü korumak, araştırma soruları ve araştırma desenini şekillendirmek için meslektaş denetimi ve desteği elzem bir yoldur. Araştırmacının periyodik olarak araştırma faaliyetinden ayrılarak tez izleme komitesi üyeleri veya diğer öğretim elemanları gibi çalışmanın gidişatını değerlendirebilecek uzman kişilerle istişare yapılması araştırmaya öznel yargıları hakim olmasını engellemekte ve süreci geliştirmektedir.

Güvenilirlik (reliability) kavramı ise araştırmacının ele alınan fenomene subjektif yargılarından arınmış olarak mesafeli bir yaklaşım geliştirmesini sağlama sürecidir (Krippendorff, 2004, s. 211). Çalışmanın tek bir kodlayıcı tarafından yürütülmesine karşın güvenilirliği sağlamak amacıyla akran değerlendirmesine başvurulmuştur. Uygulanan pilot çalışmada alan uzmanı ikinci bir kodlayıcı, araştırma hakkında detaylı olarak bilgilendirilmiş olarak kodlama yapmıştır. İki kodlayıcı arasında uyumun teste tabii tutulması araştırmanın yürütüldüğü MAXQDA paket programının ilgili modülünün kullanılması ile mümkün olmuştur. Program tarafından baz alınan Cohen's kappa katsayısı (k) iki kodlayıcı arasındaki karşılaştırmalı uyumun güvenirliğini ölçen bir istatistik yöntemidir. Kappa istatistiği tesadüfi uyum çıkarıldıktan sonra geriye kalan uzlaşımın oranını temsil etmektedir. (Cohen, 1960, s. 36). İlgili istatistik literatüründe uzlaşı 0.80 üzerinde bir uyumun en yüksek düzeyde güvenilir kabul edilebileceği şeklindedir (Kassarjian, 1977, s. 14) (Landis & Koch., 1977, s. 165). Formülize edilmiş hali tabloda görülebileceği üzere araştırmada yüksek güven aralığı (0.92) elde edilmiştir.

Tablo 10: Cohen's Kappa Güvenilirlik Analizi

		Kodlayıcı 1		
		1	**0**	
Kodlayıcı 2	**1**	a = 82	b = 2	84
	0	c = 5	0	5
		87	2	89

P(observed) = Po = a / (a + b + c) = 0.92

P(chance) = Pc = 1 / Kodların Sayısı = 1 / 29 = 0.03

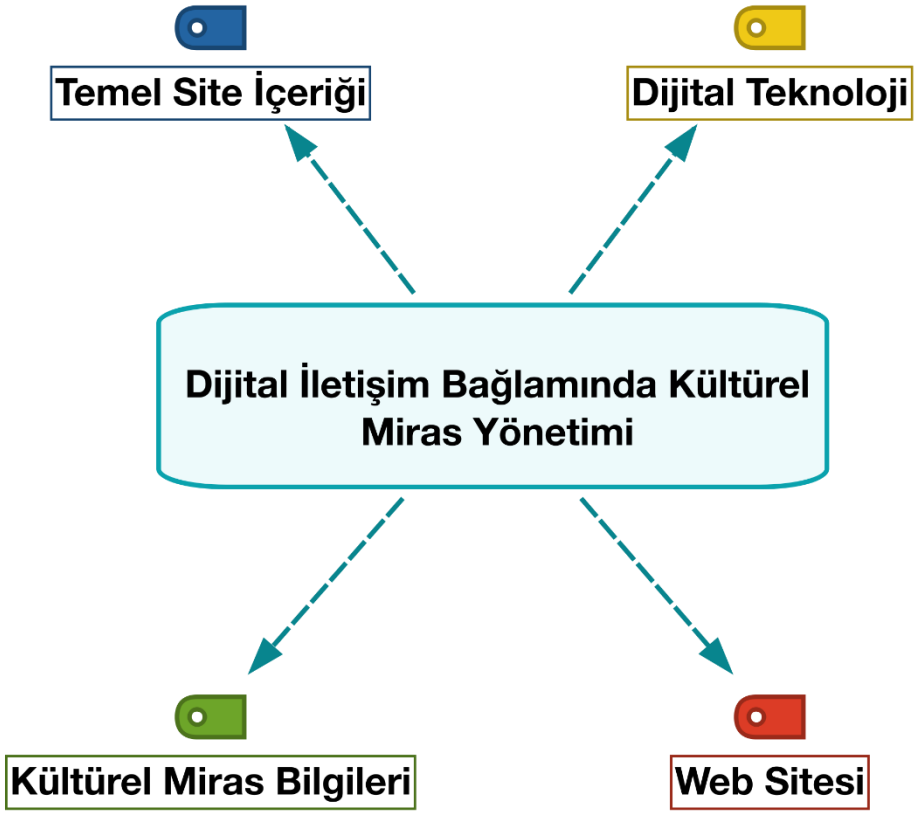
Kappa = (Po - Pc) / (1 - Pc) = 0.92

4.2 Bulgular ve Yorumlar

Araştırmada elde edilen bulgular ve bulguların yorumlanması ayrı ayrı raporlaştırılmıştır. Bulgular bölümünde web siteleri üzerinde yapılan kodlamalara ilişkin örnek ekran alıntılarına yer verilmiştir. Araştırma bulguları; yapılan kodlama sayılarını gösteren özetleyici tablolarla sunulmuştur. Bulguların yorumlanması bölümü, bulgulara araştırma amaçları doğrultusunda verilen anlamları açıklamaktadır.

4.2.1 Bulgular

Araştırma Şekil 10'da görüldüğü üzere 4 ana tema altında toplanmıştır. Bunlar; temel site içeriği, kültürel miras bilgileri, web sitesi, dijital teknolojidir.



Şekil 10: Dijital İletişim Bağlamında Kültürel Miras Yönetimi Temalar Gösterimi

Araştırmaya toplamda 19 farklı şehre ait 28 site dahil edilmiştir. Bunların 19'u belediye uzantılı siteler iken 9'u ise visit uzantılı turistik amaçlı hazırlanmış sitelerdir.

Bazı kentlerin belediyelerince hazırlanmış turizme yönelik ayrı bir web sitesi olmadığı görülmüştür. Sivas, İstanbul, Antalya, Karabük, Edirne, Bursa, İzmir, Aydın ve Şanlıurfa şehirlerinin "visit" uzantılı turizm içerikli web siteleri araştırmaya dahil edilmiştir. Bu sitelerden tümevarım tekniğiyle çalışmanın amacına uygun toplamda **757** sayfa çekilmiş ve çalışma bu sayfalar üzerinden yürütülmüştür. Çalışma kapsamındaki kentler ve site adresleri Tablo 9'da görüldüğü gibidir.

Tablo 11:Araştırmaya Dahil Edilen Şehirler ve Siteleri

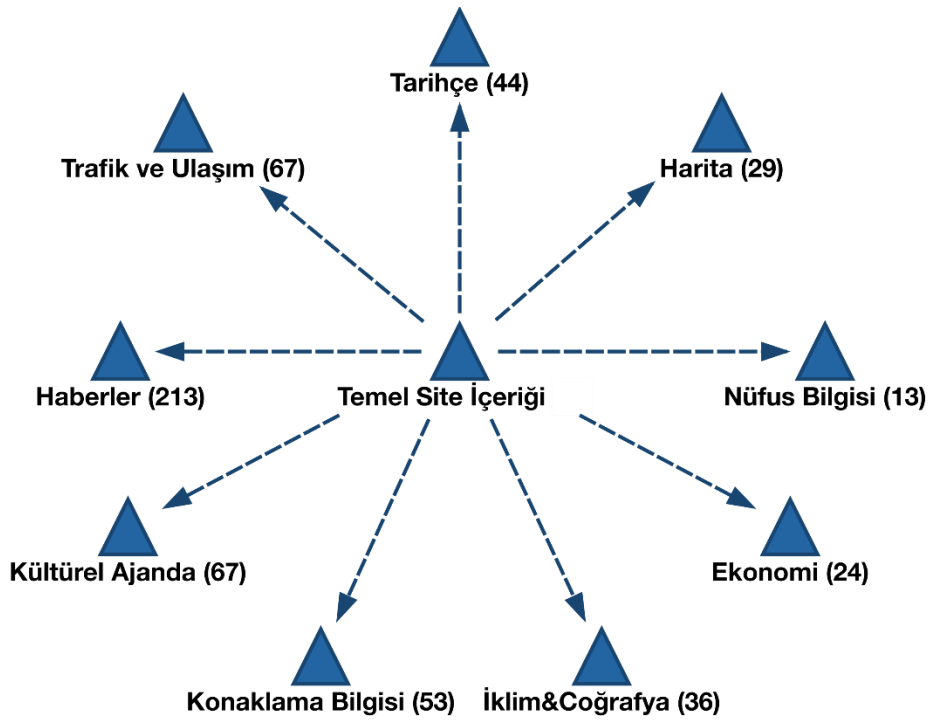
Site URL	Şehir
http://www.sivas.bel.tr/	Sivas
https://visitsivas.com/	Sivas
https://www.ibb.istanbul/	İstanbul
https://visit.istanbul/tr/	İstanbul
https://www.nevsehir.bel.tr/	Nevşehir
https://corum.bel.tr/	Çorum
http://www.adiyaman.bel.tr/	Adıyaman
https://www.denizli.bel.tr/	Denizli
https://www.antalya.bel.tr/	Antalya
https://www.visit-antalya.com/	Antalya
https://www.mugla.bel.tr/	Muğla
https://www.karabuk.bel.tr/	Karabük

https://www.visitkarabuk.com/	Karabük
https://www.canakkale.bel.tr/	Çanakkale
https://www.edirne.bel.tr/	Edirne
https://www.edirnevisit.com/	Edirne
https://www.konya.bel.tr/	Konya
https://www.bursa.bel.tr/	Bursa
https://www.bursa.com.tr/	Bursa
https://www.izmir.bel.tr/	İzmir
https://www.visitizmir.org/	İzmir
https://www.diyarbakir.bel.tr/	Diyarbakır
http://www.kars.bel.tr/	Kars
https://aydin.bel.tr/	Aydın
https://visitaydin.com/	Aydın
http://visiturfa.com	Şanlıurfa
https://www.sanliurfa.bel.tr/	Şanlıurfa
https://www.malatya.bel.tr/	Malatya

4.2.1.1 Temel Site İçeriği

Araştırmanın ilk teması olan temel site içeriği hiyerarşik kod alt bölümler modeli Şekil 11'de görülmektedir. Temel site içeriği teması 9 farklı kod altında

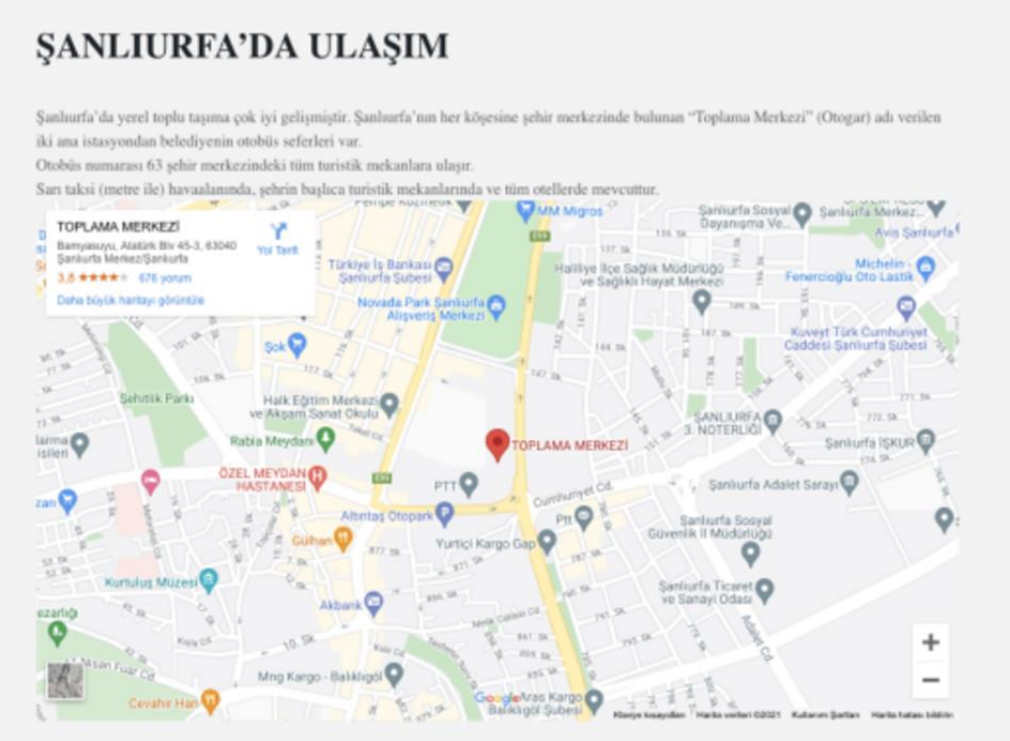
incelenmiştir. Bunlar; haberler, trafik ve ulaşım, kültürel ajanda, konaklama bilgisi, tarihçe, iklim & coğrafya, harita, ekonomi, nüfus bilgisidir.



Şekil 11: Temel Site İçeriği Teması Hiyerarşik Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Temel site içeriği temasında kodlama yapılırken önemli bir güçlükle karşılaşılmıştır. Yerel yönetimlerin tamamının ilgili web sitelerinde aktif olarak uzun yıllar boyunca haber paylaşımı yapıyor olması muazzam sayıda içeriğin var olması nedeniyle araştırma amacına uygun içeriklerin süzülmesinin güçleşmesine neden olmuştur. Bu nedenle haberlerin varlığının tespiti dışında, içerik analizi son 3 aydaki haberler ile sınırlandırılmıştır.

Temel site içeriği temasında incelenen bir diğer kod trafik ve ulaşımdır. Bu kod altında site içeriğinde şehrin trafiğiyle ilgili ve ulaşım yollarıyla ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 1: Ulaşım Koduna İlişkin Örnek (https://www.sanliurfa.bel.tr/)

Temel site içeriği temasında ayrıca kültürel ajanda kodu incelenmiştir. Bu kod altında belediyenin kültür-sanat vb. faaliyetleri ile ilgili bir etkinlik takvimi paylaşıp paylaşmadığına aynı zamanda düzenlenen gezi ve turların bilgisine bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 2: Kültürel Ajanda Koduna İlişkin Örnek (https://www.canakkale.bel.tr/)

Temel site içeriği temasında incelenen bir diğer kod konaklama bilgisidir. Bu kod altında şehir içinde turistler için konaklama yapabilecekleri yerlerin bilgisine bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:

Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri

OTELLER	ADRES	TELEFON	FAX NO
Akgöl Otel (Akdoğan)	Atatürk Bulvarı 121. Sok. No:1	04143133900	04143134887
Bakay Otel	Fuar Cd. No:24	04142152689	04142151156
Beyzade Konak Oteli	Sarayönü Cad. Beyaz Sok. No:10	04142163535	04142163536
Cumhuriyet Oteli	Köprübaşı No:6	04143139797	04143139797
Doğu Oteli	Sarayönü Cad. No:131	04142151228	04142151228
Gül Palas Oteli	Yusufpaşa Mah. 916. Sok. No:3	04142157201	04142157201
H.Ü Urfa Evi Uygulama Oteli	Balıklıgöl Caddesi No:44	04142155995	04142155995
Hotel Güven	Sarayönü Cd. No:78	04142151700	04142151941
KARAALİ Kaplıcaları Apart Oteli	Karaali Köyü	04143139311	04143139311
Rabis Oteli	Sarayönü Cad. PTT Karşısı	04142169595	04142163737
Urhay Oteli	Sarayönü Yusufpaşa Mah. 916. Sok.	04142162222	04142162222
Uğur Oteli	Körpübaşı Mevkii No:3	04143131340	04143131340
İpek Palas Oteli	Köprübaşı No:2/b	04142151546	04142151290
İstiklal Oteli	Göl Cad. No:16	04142169265	04142152116
Meslek Lisesi Uygulama Oteli	Akbayır Mah. 1445 Sok. Güzelşehir/Karaköprü	04143470927	04143470928

Görsel 3: Konaklama Bilgisi Koduna İlişkin Örnek (https://www.sanliurfa.bel.tr/)

Temel site içeriği temasında incelenen bir diğer kod tarihçe olmuştur. Bu kod altında site içeriğinde şehrin tarihçesi ile ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



KARABÜK'ÜN TARİHÇESİ

Karabük adını, üzerinde yaşadığı coğrafi ortamdan almıştır. "Kara" ve "Bük" sözcükleri, kara çalılık yer anlamında, Karabük adının oluşumuna kaynaklık yapmıştır.

Tarih Öncesi Dönemde Karabük ve Çevresi

Karabük ve çevresinde, yörenin yazısız kültür dönemini aydınlatacak çok sayıda höyük ve tümülüs olmasına karşın, bilimsel anlamda herhangi bir arkeolojik kazıya konu olmaması bu konudaki açıklamalarda bir bilgi boşluğu yaratmaktadır. Ancak, Ovacık ve Eskipazar ilçelerinde yapılan arkeolojik yüzey araştırmalarına bakılacak olursa, Karabük ve çevresinin en eski yerleşmesi Eskipazar İlçesindeki "Yazıboy" köyüdür. Burada bulunan bir höyügün, ilk Tunç Devri (M.Ö. 2500) olarak yerleşmeye konu olması, İl sınırları içinde Eskipazar'ın önemini artırmaktadır.

İlkçağ'da Karabük ve Çevresi

İlkçağ'da Karabük, Hititlerden başlamak üzere Frig, Helenistik Krallıklar ve Roma döneminde geniş çaplı olarak yerleşmeye konu olmuştur. Karabük'ün, Hititler döneminde yerleşmeye konu olan İlçesi; Eflani'dir. Hitit metinlerinde kentin en eski adının Haluna (Yün) olarak geçtiği bilinmektedir. Ovacık'ın Kışlaköy'ü, Frigler döneminde yerleşmeye konu olmuştur. Burada bulunan Hesem Değirmeni'nin kapısındaki yapıtaşının Frigler dönemine ait olduğu sanılmaktadır. Helenistik Krallıklar döneminde özellikle Eflani, yerleşmeye konu olmuştur. Helenistik Krallıklardan Bitinler, Roma'nin Batı Karadeniz Bölgesini (Paflagonya) ele geçirmesini önlemek için Eflani'de üs oluşturulmuş ve bölgenin savunmasını buradan gerçekleştirmişlerdir (M.Ö. 70). Eflani'nin tarihte bilinen ikinci adı Bitinya Kralı Nikomedes'in oğlu Phylomenes'ten dolayı, "Phylomenes Yurdu" olarak bilinmektedir.

Görsel 4: Tarihçe Koduna İlişkin Örnek (https://www.karabuk.bel.tr)

Temel site içeriği temasında incelenen bir diğer kod iklim & coğrafyadır. Bu kod altında site içeriğinde şehrin iklimi ve coğrafi özellikleri ile ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Diyarbakır Coğrafyası, İklimi, Nüfusu

Çarşamba, 24 Nisan 2019 16:41 | yazı boyutu | Yazdır | Eposta

Jeopolitik konumu

Diyarbakır, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin orta kesiminde, El Cezire'nin(Mezopotamya) kuzeyinde yer almaktadır. Doğuda Batman ve Muş, batıda Şanlıurfa, Adıyaman, Malatya, kuzeyde Elazığ ve Bingöl, güneyde ise Mardin illeri bulunmaktadır.Karacadağ'ın bazalt platosunun doğu kenarında, Dicle Vadisi'nden 100 m. kadar yükseklikte, bir düzlük üzerinde yer almaktadır. İlin güneybatısında yer alan, bölgenin en yüksek dağı olan Karacadağ, kentle adeta bütünleşmiştir. Yüksekliği, Kolubaba doruğunda 1957 m. ile eski bir volkanik dağ olan Karacadağ'ın lavları sonucu oluşan bazalt plato, doğu yönünde Dicle Vadisi'ne kadar uzanmaktadır.

İklim

Diyarbakır'da sert bir kara iklimi egemendir. Yazları çok sıcak geçer fakat kışları Doğu Anadolu Bölgesi kadar soğuk geçmez. Bunun başlıca nedeni Güneydoğu Toroslar yayının kuzeyden gelen soğuk rüzgârları kesmesidir. En sıcak ortalaması 31 derece, en soğuk ay ortalaması ise 1,8 derecedir. Günümüze kadar ölçülen en yüksek sıcaklık 46,2 derece ile 21 Temmuz 1937 gününde, en düşük sıcaklık ise -24,2 derece ile 11 Ocak 1933 gününde yaşanmıştır.
Yıllık yağış ortalaması 496 milimetre olan şehirde, bu yağışın %21'lik kısmı yaz aylarında düşmektedir. Kuzeydeki dağların eteklerine doğru gidildikçe yağışlar da artar.Güneydoğu Toroslar yayının kuzeyden gelen soğuk rüzgârları kesmesi ile son yıllarda yapılan barajların (Karakaya, Atatürk, Dicle ve Kral Kızı barajları) oluşturduğu yapay gölleri, geniş buharlaşma yüzeyleri oluşturmaktadır; bu nedenle, Diyarbakır Havzası'nın kuru havasının nisbî neminde artış olmuştur.

Bitki Örtüsü

Güneydoğu Anadolu'nun doğal bitki örtüsü olan bozkır, Diyarbakır'da da egemendir. Bozkır bitki örtüsü içinde otsu bitkiler daha fazladır. Bunlar ilkbaharda kısa bir süre içinde yeşerip çiçeklenir, ama yağışların kesilmesiyle yaz başında kururlar. Çevredeki dağlar, yer yer meşe ormanlarıyla kaplıdır.Ormanlık alanlar ilin toplam yüzeyinin onda birini bile bulmaz.

Akarsular

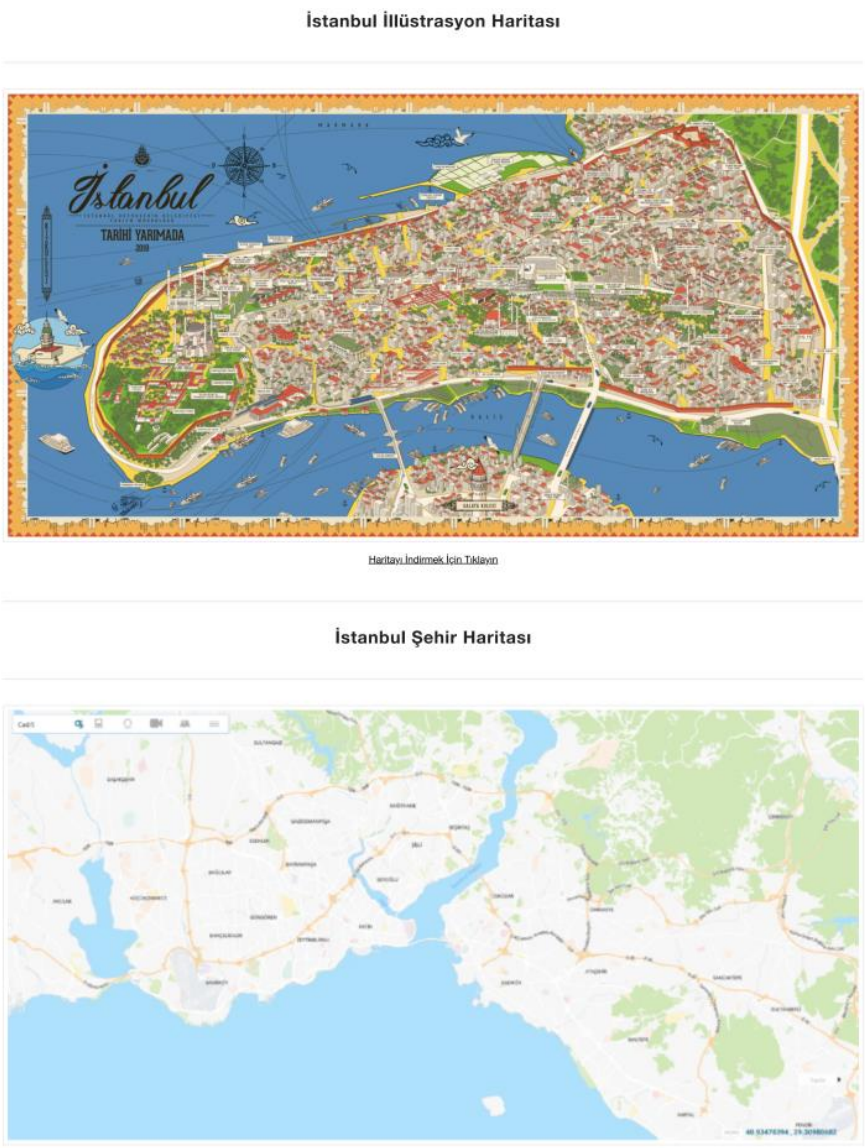
Diyarbakır şehrinin en önemli akarsuyu Elazığ ili sınırları içinden çıkan Dicle nehridir. Nehir, Diyarbakır şehrinin bulunduğu lav sahanlığının doğu kesimine paralel akar. Burada nehir vadisinin tabanı 600 m'ye iner. Diyarbakır'ın güneyinde 8 km mesafede doğuya yönelir. Dicle, Diyarbakır ilindeki akarsuların tümüne yakınını toplar. Yalnızca ilin kuzeybatı köşesindeki küçük bir alanın sulan Fırat ırmağına gider.

Nüfus

Diyarbakır ilinin nüfusu, TÜİK 2019 verilerine göre (Köy ve İlçeler Dâhil) 1.756.353' tür.

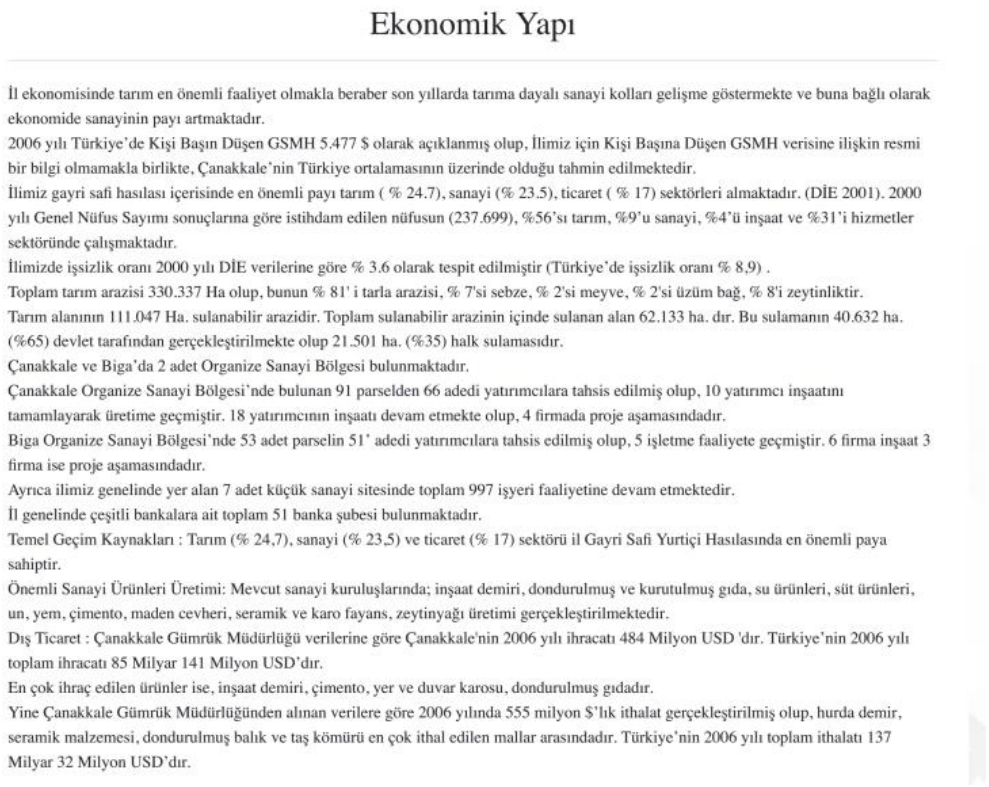
Görsel 5: İklim Coğrafya Kodu Örneği (https://www.diyarbakir.bel.tr/)

Temel site içeriği temasında incelenen bir diğer kod harita olmuştur. Bu kod altında site içeriğinde şehir haritasının varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 6: Harita Kodu Örneği (https://visit.istanbul/tr/)

Temel site içeriği temasında ayrıca ekonomi kodu incelenmiştir. Bu kod altında site içeriğinde şehrin ekonomik yapısı ve belirli gelir kaynakları hakkında verdiği bilgiler taranmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Ekonomik Yapı

İl ekonomisinde tarım en önemli faaliyet olmakla beraber son yıllarda tarıma dayalı sanayi kolları gelişme göstermekte ve buna bağlı olarak ekonomide sanayinin payı artmaktadır.
2006 yılı Türkiye'de Kişi Başın Düşen GSMH 5.477 $ olarak açıklanmış olup, İlimiz için Kişi Başına Düşen GSMH verisine ilişkin resmi bir bilgi olmamakla birlikte, Çanakkale'nin Türkiye ortalamasının üzerinde olduğu tahmin edilmektedir.
İlimiz gayri safi hasılası içerisinde en önemli payı tarım (% 24.7), sanayi (% 23.5), ticaret (% 17) sektörleri almaktadır. (DİE 2001). 2000 yılı Genel Nüfus Sayımı sonuçlarına göre istihdam edilen nüfusun (237.699), %56'sı tarım, %9'u sanayi, %4'ü inşaat ve %31'i hizmetler sektöründe çalışmaktadır.
İlimizde işsizlik oranı 2000 yılı DİE verilerine göre % 3.6 olarak tespit edilmiştir (Türkiye'de işsizlik oranı % 8,9) .
Toplam tarım arazisi 330.337 Ha olup, bunun % 81' i tarla arazisi, % 7'si sebze, % 2'si meyve, % 2'si üzüm bağ, % 8'i zeytinliktir.
Tarım alanının 111.047 Ha. sulanabilir arazidir. Toplam sulanabilir arazinin içinde sulanan alan 62.133 ha. dır. Bu sulamanın 40.632 ha. (%65) devlet tarafından gerçekleştirilmekte olup 21.501 ha. (%35) halk sulamasıdır.
Çanakkale ve Biga'da 2 adet Organize Sanayi Bölgesi bulunmaktadır.
Çanakkale Organize Sanayi Bölgesi'nde bulunan 91 parselden 66 adedi yatırımcılara tahsis edilmiş olup, 10 yatırımcı inşaatını tamamlayarak üretime geçmiştir. 18 yatırımcının inşaatı devam etmekte olup, 4 firmada proje aşamasındadır.
Biga Organize Sanayi Bölgesi'nde 53 adet parselin 51' adedi yatırımcılara tahsis edilmiş olup, 5 işletme faaliyete geçmiştir. 6 firma inşaat 3 firma ise proje aşamasındadır.
Ayrıca ilimiz genelinde yer alan 7 adet küçük sanayi sitesinde toplam 997 işyeri faaliyetine devam etmektedir.
İl genelinde çeşitli bankalara ait toplam 51 banka şubesi bulunmaktadır.
Temel Geçim Kaynakları : Tarım (% 24,7), sanayi (% 23,5) ve ticaret (% 17) sektörü il Gayri Safi Yurtiçi Hasılasında en önemli paya sahiptir.
Önemli Sanayi Ürünleri Üretimi: Mevcut sanayi kuruluşlarında; inşaat demiri, dondurulmuş ve kurutulmuş gıda, su ürünleri, süt ürünleri, un, yem, çimento, maden cevheri, seramik ve karo fayans, zeytinyağı üretimi gerçekleştirilmektedir.
Dış Ticaret : Çanakkale Gümrük Müdürlüğü verilerine göre Çanakkale'nin 2006 yılı ihracatı 484 Milyon USD 'dır. Türkiye'nin 2006 yılı toplam ihracatı 85 Milyar 141 Milyon USD'dır.
En çok ihraç edilen ürünler ise, inşaat demiri, çimento, yer ve duvar karosu, dondurulmuş gıdadır.
Yine Çanakkale Gümrük Müdürlüğünden alınan verilere göre 2006 yılında 555 milyon $'lık ithalat gerçekleştirilmiş olup, hurda demir, seramik malzemesi, dondurulmuş balık ve taş kömürü en çok ithal edilen mallar arasındadır. Türkiye'nin 2006 yılı toplam ithalatı 137 Milyar 32 Milyon USD'dır.

Görsel 7: Ekonomi Kod Örneği (https://www.canakkale.bel.tr/)

Temel site içeriği temasında son olarak nüfus bilgisi incelenmiştir. Bu kod altında site içeriğinde şehrin nüfus bilgisinin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:

Yıl	İlçe	İlçe Nüfusu	Erkek Nüfusu	Kadın Nüfusu
2019	**Bağlar**	**396.102**	199.026	197.076
2019	**Kayapınar**	**381.414**	193.005	188.409
2019	**Yenişehir**	**210.927**	106.326	104.601
2019	Ergani	**132.463**	67.256	65.207
2019	**Sur**	**106.108**	52.983	53.125
2019	Bismil	**118.250**	59.108	59.142
2019	Silvan	**86.736**	43.864	42.872
2019	Çınar	**75.640**	38.188	37.452
2019	Çermik	**50.819**	25.622	25.197
2019	Dicle	**37.673**	19.102	18.571
2019	Kulp	**35.357**	17.824	17.533
2019	Hani	**32.675**	16.707	15.968
2019	Lice	**25.222**	13.379	11.843
2019	Eğil	**22.704**	11.416	11.288
2019	Hazro	**16.618**	8.383	8.235
2019	Kocaköy	**16.106**	8.181	7.925
2019	Çüngüş	**11.539**	5.820	5.719

TOPLAM : 1.756.353

Görsel 8: Nüfus Kod Örneği (https://www.diyarbakir.bel.tr/)

Temel site içeriği teması belge gruplarına göre incelenmiştir. Elde edilen bulguların nicel özeti Tablo 2'de görülmektedir. Tablo bu kodlara sitelerden çekilen kaç sayfada rastlandığını ve hangilerinde bu kodların bulunmadığı göstermektedir.

Tablo 12:Belge Gruplarına Göre Temel Site İçeriği

Kod Sistemi	Adıyaman	Antalya	Antalya-T	Aydın	Aydın-T	Bursa	Bursa-T	Çanakkale	Çorum	Denizli	Diyarbakır	Edirne	Edirne-T	İstanbul	İstanbul-T
Temel Site İçeriği															
Haberler	10	14		9		3		1	14	1	26	8		27	1
Trafik ve Ulaşım	1	1	2	1	3	6	3	3	8	1	1	1	1	10	4
Kültürel Ajanda	2	2		2	6	4		2	8	2	1		1	12	9
Konaklama Bilgisi			6		11		2		2				4		6
Tarihçe	2	2	2	2	1	1	1	3	4	2	1		1		3
İklim&Coğrafya		2	2	2	3		4	3	2		1			2	2
Harita			1	1		2	1	2	3		2		1	1	1
Ekonomi		1		3			1	1	1					5	1

Kod Sistemi	İzmir	İzmir-T	Karabük	Karabük-T	Kars	Konya	Malatya	Muğla	Nevşehir	Şanlıurfa	Şanlurfa-T	Sivas	Sivas-T
Temel Site İçeriği													
Haberler	5		13		14	1	4	14	18	11	1	5	
Trafik ve Ulaşım	1	1	2	3					2	1	1	2	8
Kültürel Ajanda	1	2			1		2	2		3		2	2
Konaklama Bilgisi		11		3						4	1		3
Tarihçe	1		1	2	1	1	2		5	1	2	2	
İklim&Coğrafya	1		1	2			3		3		2	1	
Harita	2	1		2	1		1				1		6
Ekonomi		2	2						7				
Nüfus Bilgisi			1	2			2					1	

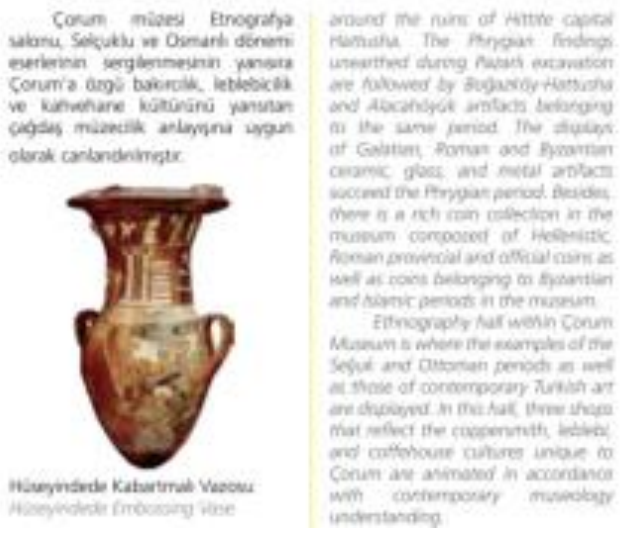
4.2.1.2 Kültürel Miras Bilgileri

Araştırmanın ikinci teması olan kültürel miras bilgileri teması 4 farklı kategori altında incelenmiştir. Bunlar kategoriler aşağıdaki gibidir;

- Taşınabilir Kültür Varlıkları
- Doğal Miras
- Somut Olmayan Kültürel Miras
- Taşınmaz Kültür Varlıkları

Taşınabilir Kültür Varlıkları

Kültürel miras bilgileri teması altında ele alınan taşınabilir kültür yapıları kategorisinde 5 farklı kod tanımlanmıştır. Bunlar; topraktan yapılmış materyaller, yazılı belgeler, taşlardan yapılmış materyaller, metalden yapılmış materyallerdir. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:


Çorum müzesi Etnografya salonu, Selçuklu ve Osmanlı dönemi eserlerinin sergilenmesinin yanısıra Çorum'a özgü bakırcılık, lebleblcilik ve kahvehane kültürünü yansıtan çağdaş müzecilik anlayışına uygun olarak canlandırılmıştır.

Hüseyindede Kabartmalı Vazosu
Hüseyindede Embossing Vase

around the ruins of Hittite capital Hattusha. The Phrygian findings unearthed during Pulurlı excavation are followed by Boğazköy-Hattusha and Alacahöyük artifacts belonging to the same period. The displays of Galatian, Roman and Byzantian ceramic, glass, and metal artifacts succeed the Phrygian period. Besides, there is a rich coin collection in the museum composed of Hellenistic, Roman provincial and official coins as well as coins belonging to Byzantian and Islamic periods in the museum.

Ethnography hall within Çorum Museum is where the examples of the Seljuk and Ottoman periods as well as those of contemporary Turkish art are displayed. In this hall, three shops that reflect the coppersmith, lebleblci and coffeehouse cultures unique to Çorum are animated in accordance with contemporary museology understanding.

Görsel 9: Toprak Materyal Kodlama Örneği

Taşınabilir kültür yapıları kategorisinde incelenen bir diğer kod yazılı belgelerdir. Bu kod altında site içeriğinde şehirde sergilenen yazılı belgeler ve ulaşılabilen arşivler incelenmiştir. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 10: Yazılı Belgeler Kodlama Örneği (https://www.denizli.bel.tr/)

Taşınabilir kültür yapıları kategorisinde ayrıca taşlardan yapılmış materyaller ve metalden yapılmış materyaller kodları incelenmiştir. Bu kod altında site içeriğinde kentle ilgili kültürel, tarihi, turistik önemi olan objelerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 11: Taş Materyal Kodlama Örneği (https://www.nevsehir.bel.tr/)

Doğal Miraslar

Estetik veya coğrafi bakımdan değeri olan, fiziksel, coğrafi veya biyolojik oluşumlardan müteşekkil doğal anıtlar olan bu miras türü 6 farklı kod ile tanımlanmıştır. Bunlar; jeolojik oluşumlar, orman/park/bahçe, nehir/göl/kanyon benzeri su toplulukları, deniz/ada/boğaz, tehdit altındaki bitki/hayvan grupları, yayla/ova/tepedir.

Doğal miraslar kategorisinde jeolojik oluşumlar kodu yoğun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kod altında şehirdeki çeşitli jeolojik oluşumlarla (mağara, peri bacaları vs.) ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:



Görsel 12: Jeolojik Oluşum Kodlama Örneği (https://www.nevsehir.bel.tr/)

Doğal miraslar kategorisinde incelenen bir diğer kod orman/park/bahçedir. Bu kod altında site içeriğinde şehirde bulunan park, bahçe, orman gibi yeşil alanlar ile ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. İncelenen bir diğer kod deniz/ada/boğazdır. Bu kod altında site içeriğinde şehirde bulunan deniz, ada, boğaz gibi büyük su toplulukları ve ilgili oluşumlar ile ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. Doğal miraslar kategorisinde ayrıca nehir/göl/kanyon benzeri su toplulukları kodu incelenmiştir. Bu kod altında şehirde bulunan nehir, göl, kanyon, çay, şelale gibi su toplulukların varlığıyla ilgili bilgilere bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:

Balıklıgöl



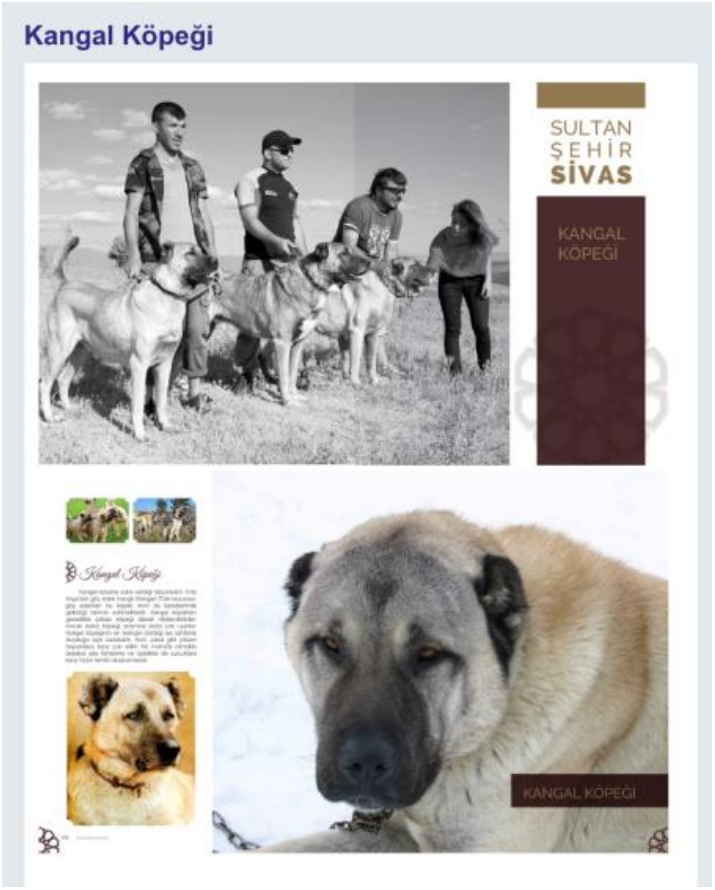
Balıklıgöl, 150 metre uzunluğunda ve 30 metre genişliğindedir. Derinliği 3-5 metre civarındadır. İçinde efsanelere konu olan sazan türü balıklar bulunmaktadır. Bu balıkları halk tarafından saygı gösterilir ve yenilmez. Rivayete göre Hz. İbrahim ateşe atıldıktan sonra, bir mucize gerçekleşir ve etraf güllük gülistanlık olur. Bu mucizenin gerçekleştiği mekânın Balıklıgöl ve çevresi olduğuna inanılır. Dini bayramlar da ile Mevlit ve Kandil gecelerinde en yüksek ziyaretçi sayısına ulaşır.

Balıklıgöl Platosunda Hz. İbrahim'in doğduğu mağarada bulunmaktadır. Üç semavi dinin atası olarak kabul edilen Hz.İbrahim'in doğduğu mağarasını ziyaretçisi hiç eksik olmaz. Her dinden her ülkeden ve her şehirden ziyaretçinin yılın her mevsiminde bu mağarayı ziyaret eder. Hz.İbrahim'in doğduğu mağarasının hemen yanında yaşadığı dönemin din âlimi olan Bediüzzaman Said Nursi'nin vefat ettikten sonra ilk defnedildiği mezarı da bulunmaktadır.

Balıklıgöl Şanlıurfa turizmin çekim alanıdır. Halil-ür Rahman Gölü'nün hemen güneyinde, Urfa Kalesinin önünde yer almakta olup, 150 m2 alanı bulunan bir göldür. Rivayetlere göre, Hz İbrahim ateşe atıldıktan sonra, Nemrut'un kızı Zelihu da Hz. İbrahim'i çok sevdiğinden ve ona inandığından ateşe atılmasına dayanamaz, o da kendisini ateşe atar. Zelihu'nun düştüğü yer de bir göle dönüşür.

Görsel 13:Su Toplulukları Kodlama Örneği (https://www.sanliurfa.bel.tr/)

Doğal miraslar kategorisinde incelenen bir diğer kod tehdit altındaki bitki/hayvan grupları olmuştur. Bu kod altında şehir özelinde tehdit altında bulunan bazı bitki ve hayvan grupları varlığıyla ilgili bilgilere bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 14: Hayvan Grubu Kodlama Örneği (http://www.sivas.bel.tr/)

Doğal miraslar kategorisinde ayrıca yayla/ova/tepe kodu incelenmiştir. Bu kod altında site içeriğinde şehirde bulunan yayla, ova, tepe, dağ gibi doğal oluşumların varlığına bakılmıştır.

Somut Olmayan Kültürel Miras

Kültürel miras bilgileri teması altında ele alınan somut olmayan kültür varlıkları kategorisinde 5 farklı kod tanımlanmıştır. Bunlar; toplumsal uygulamalar, doğa ve halk bilgisi, sözlü gelenek, gösteri ve el sanatlarıdır.

Somut olmayan kültür varlıkları kategorisinde toplumsal uygulamalar kodu yoğun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kod altında site içeriğinde yaşamın dönüm noktaları, kutlamalar, bayramlar, panayırlar, festivaller, yıl dönümü, anma günleri,

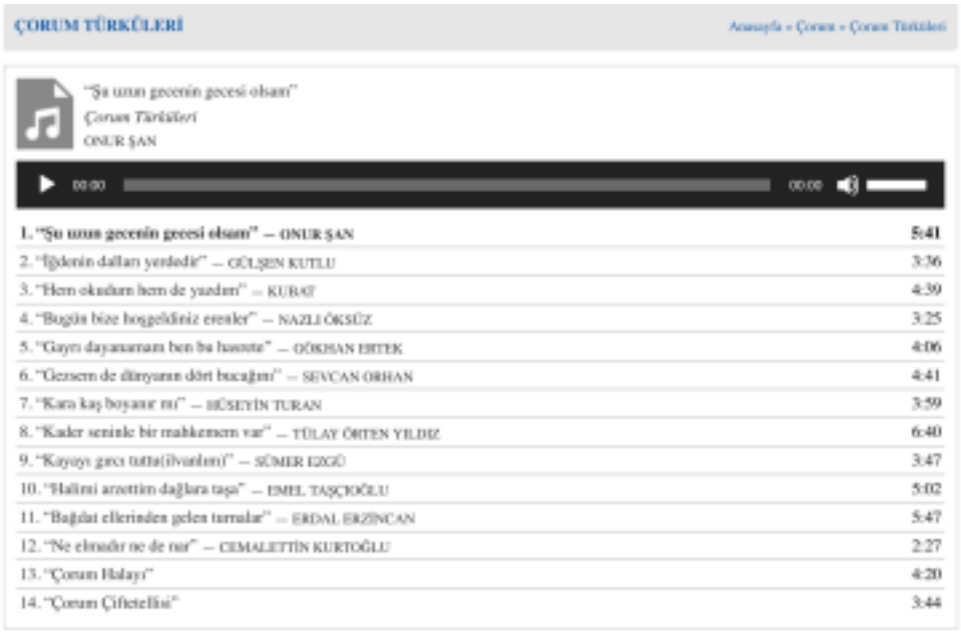
mevsimlik bayramlar, dinsel içerikli ritüeller gibi etkinlikler ile ilgili bilgilere yer verilip verilmediğine bakılmıştır.

Somut olmayan kültür varlıkları kategorisinde incelenen bir diğer kod doğa ve halk bilgisidir. Bu kod altında site içeriğinde halk hekimliği, halk meteorolojisi, halk matematiği, halk mimarisi, halk ekonomisi, halk mutfağı, kutsal ve törensel yemekler ile ilgili bilgilere bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 15: SÖKÜM Halk Mutfağı Kodlama Örneği (https://www.diyarbakir.bel.tr/)

Somut olmayan kültür varlıkları kategorisinde ayrıca sözlü gelenek kodu incelenmiştir. Bu kod altında şehre özgü bazı efsaneler, müzikler, şiirler, dinletiler gibi sözlü iletilen unsurlar ile ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:



Görsel 16: SOKÜM Türküler Kodlama Örneği (https://corum.bel.tr/)



Görsel 17: SOKÜM Efsane ve Anektodlar Kodlama Örneği (visiturfa.com)

Somut olmayan kültür varlıkları kategorisinde incelenen bir diğer kod gösteridir. Bu kod altında site içeriğinde şehirde düzenlenen çeşitli etkinlik ve gösterilerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 18: SOKÜM Halk Oyunu Kodlama Örneği (http://www.sivas.bel.tr/)

Somut olmayan kültür varlıkları kategorisinde incelenen bir diğer kod el sanatlarıdır. Bu kod altında site içeriğinde şehre özgü yerel el sanatlarıyla ilgili (çömlekçilik, sepetçilik vb.) bilgilendirmelere bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:



Görsel 19: SOKÜM El Sanatları Kodlama Örneği (https://corum.bel.tr/)

Taşınmaz Kültür Varlıkları

Kültürel miras bilgileri teması altında ele alınan taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde 12 farklı kod tanımlanmıştır. Bunlar; dini yapılar, sanat etkinlikleri/yerleri, han/hamam/kervansaray ve benzeri yapılar, kule/kale/hisar/burç/sur, tarihi ilçeler/antik kentler, saray/köşk/yalı/konak ve benzeri yapılar, eski/tarihi binalar, su yapıları, taş/kayalara oyulmuş yapılar, höyük, tabya, istihkam benzeri savaş sahaları, akropol & nekropoldür.

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde dini yapılar kodu yoğun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kod altında şehirde camii, kilise, sinagog, türbe gibi dini yapıların site içindeki varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:



Görsel 20:Dini Yapı Kodlama Örneği (https://www.bursa.bel.tr/)

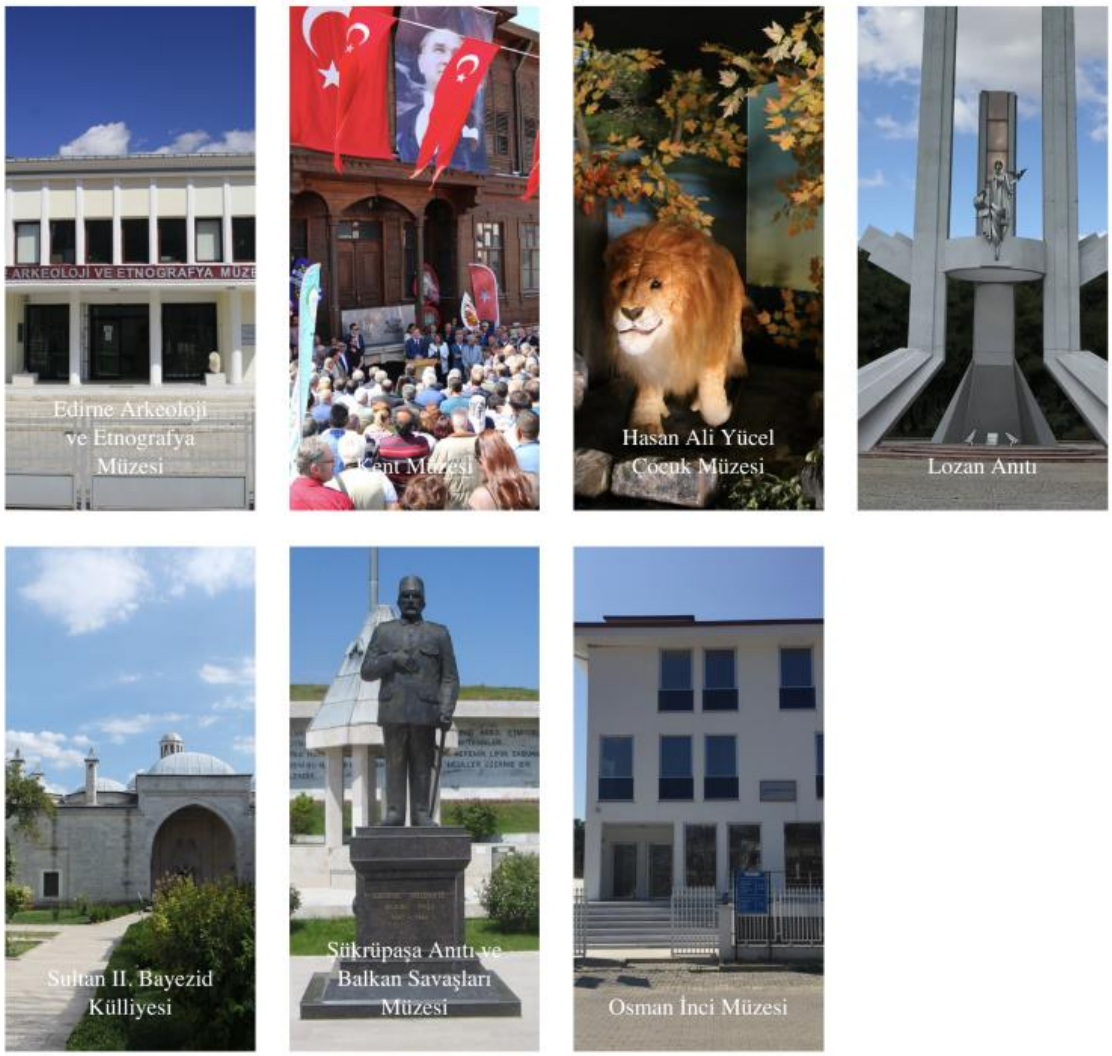


Görsel 21: Dini Yapı Kodlama Örneği (https://www.sanliurfa.bel.tr/)

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde incelenen bir diğer kod sanat etkinlikleri/yerleridir. Bu kod altında site içeriğinde şehirdeki müze, sergi gibi sanat etkinlikleri ve bu gibi yerlerle ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:

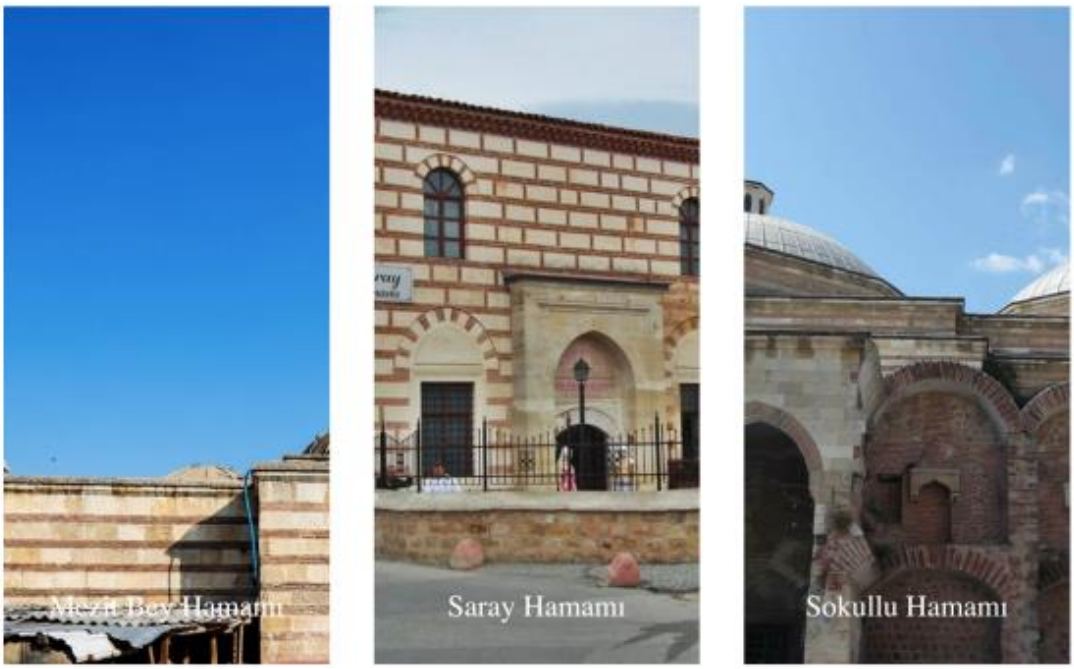


Görsel 22: Sanat Alanları Kodlama Örneği (https://www.canakkale.bel.tr/)



Görsel 23: Sanat Alanları Kodlama Örneği (https://www.edirnevisit.com/)

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde ayrıca han/hamam/kervansaray ve benzeri yapılar kodu incelenmiştir. Bu kod altında site içeriğinde şehirdeki han, hamam, kervansaray, külliye, çarşı, pasaj, kaplıca gibi yapılara yer verilip verilmediğine bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:



Görsel 24: Hamam Kodlama Örneği (https://www.edirnevisit.com/)



Görsel 25: Han Kodlama Örneği (http://visiturfa.com)

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde incelenen bir diğer kod kule/kale/hisar/burç/surdur. Bu kod altında şehirdeki kule, kale, sur, burç, hisar gibi yapıların site içindeki tasvirine bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:



Görsel 26: Kale Kodlama Örneği (http://sivas.bel.tr)

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde incelenen bir diğer kod tarihi ilçeler/antik kentlerdir. Bu kod altında şehirde bulunan bazı tarihi ilçelerin ve antik kentlerin site içindeki varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 27: Antik Kent Kodlama Örneği (https://visitaydin.com/)

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde incelenen bir diğer kod saray/köşk/yalı/konak ve benzeri yapılardır. Bu kod altında site içeriğinde saray, köşk, yalı, konak gibi yapılarla ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 28: Konak Kodlama Örneği (https://corum.bel.tr)

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde ayrıca eski/tarihi binalar kodu incelenmiştir. Bu kod altında site içeriğinde şehirdeki simgeleşmiş eski binalar, tarihi yapıların bilgisine bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 29: Simge Bina Kodlama Örneği (https://www.visitizmir.org/)

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde incelenen bir diğer kod su yapılarıdır. Bu kod altında site içeriğinde sarnıç, kuyu, kemer, değirmen, çeşme gibi yapılarla ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:



Görsel 30: Su Yapıları Kodlama Örneği (https://www.edirnevisit.com/)

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde incelenen bir diğer kod taş/kayalara oyulmuş yapılardır. Bu kod altında şehirde bulunan kaya mezarlar, heykeller gibi taş ve kayalara oyulmuş yapıların site içindeki bilgisine bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 31: Bazilika Kodlama Örneği (https://www.visitizmir.org/)

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde incelenen bir diğer kod höyük olmuştur. Bu kod altında site içeriğinde şehirde bulunan höyükler ile ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:



Görsel 32: Höyük Kodlama Örneği (https://www.visitizmir.org/)

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde incelenen bir diğer kod tabya, istihkam benzeri savaş sahalarıdır. Bu kod altında site içeriğinde tabya, istihkam, hisar benzeri savaş yapılarıyla ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 33: Kale & Tabya Kodlama Örneği (https://www.canakkale.bel.tr/)

Taşınmaz kültür varlıkları kategorisinde ayrıca akropol & nekropol kodu incelenmiştir. Bu kod altında site içeriğinde şehirde bulunan akropol, nekropol ve benzeri oluşumlarla ilgili bilgilerin varlığına bakılmıştır.

Kültürel miras bilgileri teması belge gruplarına göre incelenmiştir. Bulguları özetleyen Tablo 11'de bu kodlara sitelerden çekilen kaç sayfada rastlandığı ve hangilerinde bu kodların bulunmadığı görülmektedir.

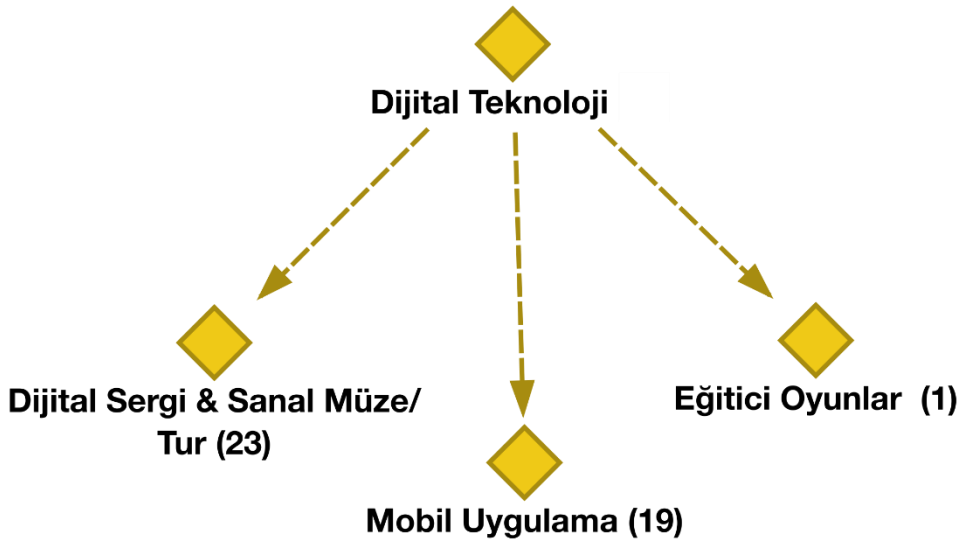
Tablo 13: Belge Gruplarına Göre Kültürel Miras Bilgileri

Kod Sistemi	Adıyaman	Antalya	Antalya-T	Aydın	Aydın-T	Bursa	Bursa-T	Çanakkale	Çorum	Denizli	Diyarbakır	Edirne	Edirne-T	İstanbul	İstanbul-T
Kültürel Miras Bilgileri															
Taşınabilir Kültür Yapıları															
Topraktan Yapılmış Materyaller					1		1	1	1						
Yazılı Belgeler							2	1		1	3				
Taşlardan Yapılmış Materyaller									2						
Metalden Yapılmış Materyaller							1		1						
Doğal Miraslar															
Jeolojik Oluşumlar		1	6		12		7								
Orman/Park/Bahçe						1	5	1			1				10
Nehir/Göl/Kanyon Benzeri Su Toplulukları		1			2		20		1						
Deniz/Ada/Boğaz		2					3	1							2
Tehdit Altındaki Bitki/Hayvan Grupları					1		1	1							
Yayla/Ova/Tepe							5		1						1
Somut Olmayan Kültür Varlıkları															
Toplumsal Uygulamalar	5	9		4			8		5		12	6		5	2
Doğa ve Halk Bilgisi	2	2	2	5	11	1	2	1	13		2	1	2	2	4
Sözlü Gelenek					2		2		1	1					1
Gösteri					4		2			1	1	2			
El Sanatları					3		9		1						
Taşınmaz Kültür Varlıkları															
Dini Yapılar	1	1			5	3	70	1	24		1		7		24
Sanat Etkinlikleri/Yerleri	1	3	1		3	4	42	5	10	4	4		3	2	13
Han/Hamam/Kervansaray ve Benzeri Yapılar		2				3	44	1	4		1		5		5
Kule/Kale/Hisar/Burç/Sur		1			3	1	21	2	13				1		13
Tarihi İlçeler/Antik Kentler		1			13	1	23		11				1		2
Saray/Köşk/Yalı/Konak ve Benzeri Yapılar							4		10				3		13
Eski/Tarihi Binalar		2					6	2							
Su Yapıları						1	8		4		1		2		6
Taş/Kayalara Oyulmuş Yapılar							3		6						1
Höyük							1								
Tabya,İstihkam Benzeri Savaş Sahaları								1							
Akropol&Nekropol							1		1						

Kod Sistemi	İzmir	İzmir-T	Karabük	Karabük-T	Kars	Konya	Malatya	Muğla	Nevşehir	Şanlıurfa	Şanlurfa-T	Sivas	Sivas-T
Kültürel Miras Bilgileri													
Taşınabilir Kültür Yapıları													
Topraktan Yapılmış Materyaller													2
Yazılı Belgeler													
Taşlardan Yapılmış Materyaller									1				
Metalden Yapılmış Materyaller													1
Doğal Miraslar													
Jeolojik Oluşumlar		1	2	2					8	1		1	
Orman/Park/Bahçe		6		6								2	
Nehir/Göl/Kanyon Benzeri Su Toplulukları		7	1	7						2		2	
Deniz/Ada/Boğaz		8											
Tehdit Altındaki Bitki/Hayvan Grupları	1	2										1	
Yayla/Ova/Tepe			1	2									
Somut Olmayan Kültür Varlıkları													
Toplumsal Uygulamalar	3		7		11		2	8	13	6		2	
Doğa ve Halk Bilgisi	1	7		4	1		1	3	3	8	1	1	4
Sözlü Gelenek				1					1	3	5	1	
Gösteri												1	
El Sanatları									1		1	1	1
Taşınmaz Kültür Varlıkları													
Dini Yapılar		20	1	1				1	16	6	6	4	6
Sanat Etkinlikleri/Yerleri	4	4		2	1			1	1	8	12	1	
Han/Hamam/Kervansaray ve Benzeri Yapılar		24	1	1					1	3	12	3	
Kule/Kale/Hisar/Burç/Sur		8	2						6	4	2	1	
Tarihi İlçeler/Antik Kentler		10		2					7	3	6		
Saray/Köşk/Yalı/Konak ve Benzeri Yapılar		9								1	5	4	4
Eski/Tarihi Binalar		30		2						2	9	1	
Su Yapıları		17		3					2		4	1	
Taş/Kayalara Oyulmuş Yapılar		3		1					7		1		
Höyük		1					1		3				
Tabya,İstihkam Benzeri Savaş Sahaları		1											
Akropol&Nekropol													

4.2.1.3 Dijital Teknoloji

Araştırmanın üçüncü teması olan dijital teknoloji hiyerarşik kod alt bölümler modeli Şekil 4'te görülmektedir. Dijital teknoloji teması 3 farklı kod altında incelenmiştir. Bunlar; dijital sergi & sanal müze/tur, mobil uygulama, eğitici oyunlardır.

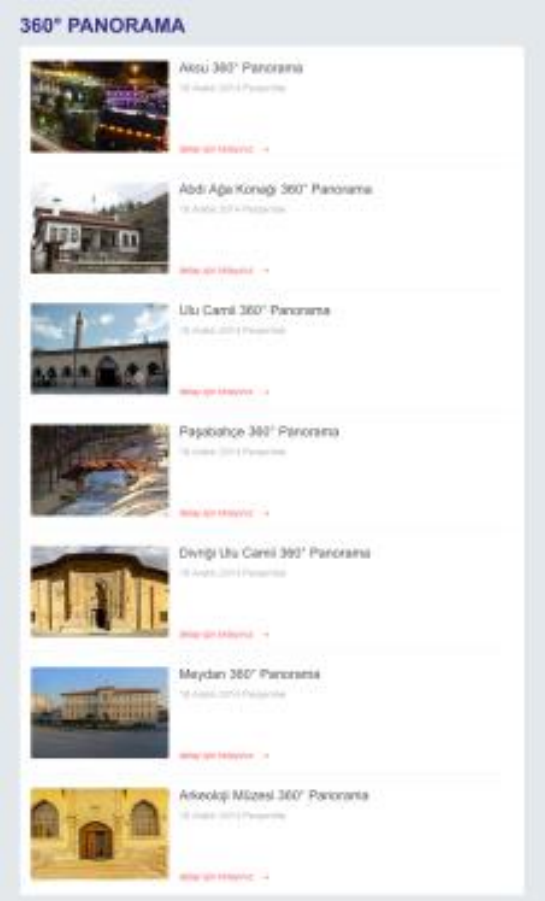


Şekil 12: Dijital Teknoloji Teması Hiyerarşik Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Dijital teknoloji temasında dijital sergi & sanal müze/tur kodu altında site içerisinde farklı müze ve sergilerin sanal turunun olup olmadığına ilişkin inceleme yapılmıştır. Elde edilen bulgulardan örnekler aşağıdaki gibidir.



Görsel 34: Sanal Tur Kodlama Örneği (https://www.bursa.bel.tr/)



Görsel 35: 360 Derece Panorama Tur Kodlama Örneği (http://www.sivas.bel.tr/)

Dijital teknoloji temasında incelenen bir diğer kod mobil uygulamadır. Bu kod altında belediyeye ait kent kültürü ve kültürel mirasa ilişkin içerik sağlayan bir mobil uygulamanın var olup olmadığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek bulgu aşağıdaki gibidir:



Görsel 36: Mobil Uygulama (https://www.bursa.bel.tr/)

Dijital teknoloji temasında ayrıca eğitici oyunlar kodu incelenmiştir. Bu kod altında site içeriğinde kültürel miras bağlamında eğitici oyunların varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnek aşağıdaki gibidir:



Görsel 37: Eğitici Oyun Kodlama Örneği (https://thebestofbursa.com)

Tablo 12 dijital teknoloji kategorisinde elde edilen bulguları nicel olarak özetlemektedir. İlgili kodlara sitelerden çekilen kaç sayfada rastlandığı ve hangi web sitelerinde aranan içeriklerin yer almadığı görülmektedir.

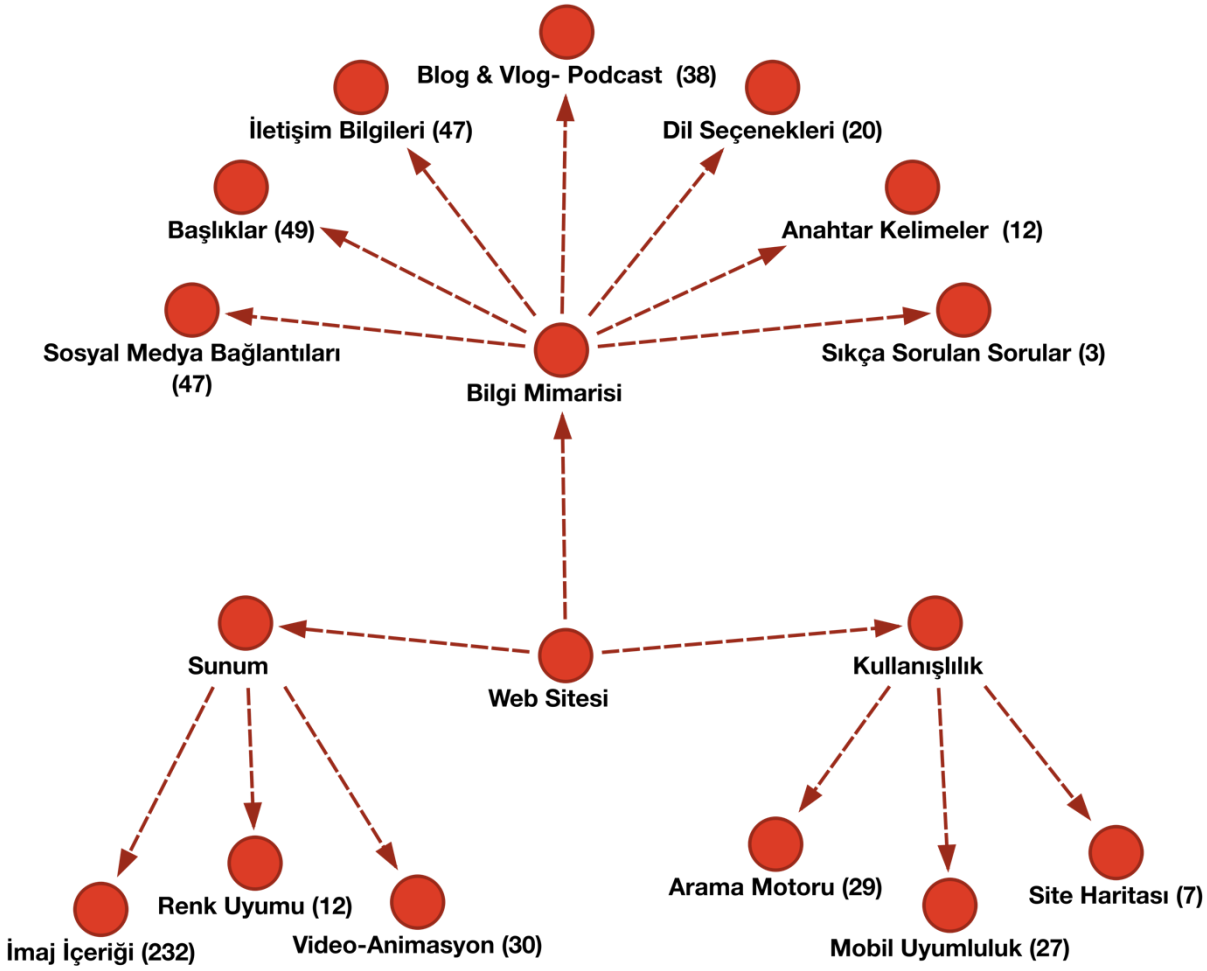
Tablo 14: Belge Gruplarına Göre Dijital Teknoloji

Kod Sistemi	Adıyaman	Antalya	Antalya-T	Aydın	Aydın-T	Bursa	Bursa-T	Çanakkale	Çorum	Denizli	Diyarbakır	Edirne	Edirne-T	İstanbul	İstanbul-T
Dijital Teknoloji															
Dijital Sergi & Sanal Müze/Tur						5	7	3	1						
Mobil Uygulama		1		1		2	1		2	1		1	2		2
Eğitici Oyunlar							1								

Kod Sistemi	İzmir	İzmir-T	Karabük	Karabük-T	Kars	Konya	Malatya	Muğla	Nevşehir	Şanlıurfa	Şanlurfa-T	Sivas	Sivas-T
Dijital Teknoloji													
Dijital Sergi & Sanal Müze/Tur			2			2						9	
Mobil Uygulama	1	1							1			1	2
Eğitici Oyunlar													

4.2.1.4 Web Sitesi

Araştırmanın son teması olan web sitesi hiyerarşik kod alt bölümler modeli Şekil 3'te görülmektedir. Web sitesi teması 3 farklı kategori altında incelenmiştir. Bunlar; kullanışlılık, bilgi mimarisi ve sunumdur.



Şekil 13:Web Sitesi Teması Hiyerarşik Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Kullanışlılık

Web sitesi teması altında ele alınan kullanışlılık kategorisinde 3 farklı kod tanımlanmıştır. Bunlar; arama motoru, mobil uyumluluk, site haritasıdır. Kullanışlılık

kategorisinde arama yoğun olarak karşılaşılan arama motoru kodu site içerisinde arama yapabilmek adına bir arama motorunun varlığını göstermektedir. Kullanışlılık kategorisinde incelenen bir diğer kod mobil uyumluluktur. Bu kod altında sitenin mobil cihazlardaki görünümü ve uyumluluğu incelenmiştir. Karabük ve Çorum Belediyelerine ait web sitelerinin mobil uyumlulukla ilgili teknik sorunlara sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir. Kullanışlılık kategorisinde ayrıca site haritası kodu incelenmiştir. Bu kod altında sitede daha rahat dolaşabilmek adına bir site haritasının eklenip eklenmediğine bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:

Bilgi Mimarisi

Web sitesi teması altında ele alınan bilgi mimarisi kategorisinde 7 farklı kod tanımlanmıştır. Bunlar; sosyal medya bağlantıları, başlıklar, iletişim bilgileri, anahtar kelimeler, blog & vlog- podcast, dil seçenekleri, sıkça sorulan sorulardır.

Bilgi mimarisi kategorisinde sosyal medya bağlantıları kodu yoğun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kod altında site içeriğinde belediyenin farklı sosyal medya hesaplarına yönlendirmelerin yapılıp yapılmadığına bakılmıştır.

Bilgi mimarisi kategorisinde incelenen bir diğer kod başlıklardır. Bu kod altında site içeriğinde ana sayfa, duyurular, iletişim gibi menü başlıkları ve bu başlıkların düzgün şekilde fonksiyon gösterip göstermediği incelenmiştir.

Bilgi mimarisi kategorisinde ayrıca iletişim bilgileri kodu incelenmiştir. Bu kod altında site içeriğinde belediye adres, telefon numarası, mail adresi gibi iletişim bilgilerinin varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:

Bilgi mimarisi kategorisinde incelenen bir diğer kod anahtar kelimelerdir. Anahtar kelimeler içeriğin arama motorlarınca fark edilmesi için avantaj sağlamaktadırlar. Bu kod altında sitedeki haber, blog yazıları gibi girdilerin altında anahtar kelimeler, etiketler gibi verilerin girilip girilmediğine bakılmıştır. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:

Bilgi mimarisi kategorisinde ayrıca blog & vlog- podcast kodu incelenmiştir. Bu kod altında site içerisindeki blog yazıları, vlog ya da podcastlere yer verilip verilmediğine bakılmıştır.

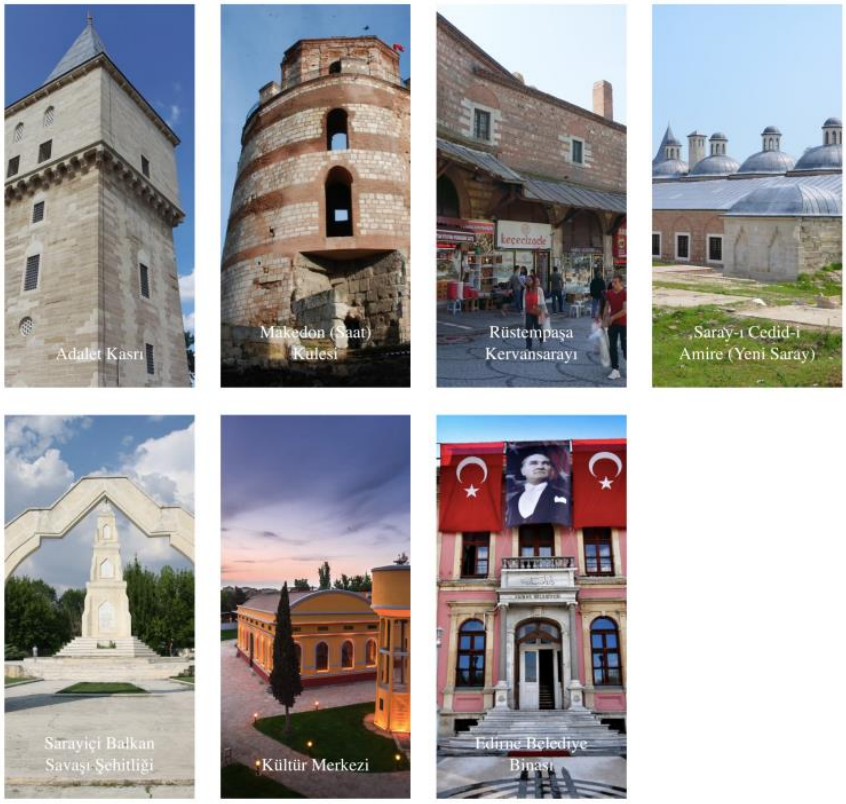
Bilgi mimarisi kategorisinde incelenen bir diğer kod dil seçenekleridir. Bu kod altında sitede farklı dil seçeneklerinin sunulup sunulmadığına bakılmıştır.

Bilgi mimarisi kategorisinde ayrıca sıkça sorulan sorular kodu incelenmiştir. Bu kod altında site içerisinde sıkça sorulan sorular sekmesinin varlığına ve içeriğine bakılmıştır.

Sunum

Web sitesi teması altında ele alınan sunum kategorisinde 3 farklı kod tanımlanmıştır. Bunlar; imaj içeriği, video-animasyon, renk uyumudur.

Sunum kategorisinde imaj içeriği kodu yoğun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kod altında anlatılan konunun resimlerle desteklenmesi incelenmiştir. Konuyla ilgili örnekler aşağıdaki gibidir:



Görsel 38: İmaj İçeriği Kodlama Örneği (https://www.edirnevisit.com/)

Sunum kategorisinde renk uyumu da incelenmiştir. Bu kod altında site içerisinde kullanılan renklerin uyumu, yazıların kontrast okunurluğu gibi özellikler bakılmıştır. Sunum kategorisinde incelenen bir diğer içerik video ve animasyonlardır. Bu kod altında yine kültür bağlamında çeşitli video ve animasyonların varlığına bakılmıştır. Konuyla ilgili bulgu örneği aşağıdaki gibidir:



Görsel 39: Video İçeriği Kodlama Örneği (https://www.bursa.bel.tr/)

Tablo 15'te web sitelerinin kullanışlılık, bilgi mimarisi ve sunum özellikleri açısından incelenmesiyle elde edilen bulguları nicel olarak özetlemektedir.

Kod Sistemi	Adıyaman	Antalya	Antalya-T	Aydın	Aydın-T	Bursa	Bursa-T	Çanakkale	Çorum	Denizli	Diyarbakır	Edirne	Edirne-T	İstanbul	İstanbul-T
Web Sitesi															
Kullanışlılık															
Arama Motoru		1	1	1	1	1	1			1	1	1	2	3	1
Site Haritası	2				2										
Mobil Uyumluluk	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1
Bilgi Mimarisi															
Sosyal Medya Bağlantıları	2	1		1	3	2	2		1	1	1	1		5	1
Başlıklar	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	3	1	2	4	1
İletişim Bilgileri	2	2		1	2	2	1	3	4	1	2	1	1	3	
Anahtar Kelimeler							1								
Blog & Vlog- Podcast						2	8					1		2	10
Dil Seçenekleri			1	1	1	3	3	1			1		2	2	1
Sıkça Sorulan Sorular						1									
Sunum															
İmaj İçeriği		1	1	1	13	1	35		52		1	1	11		4
Video-Animasyon			1			2	10		1	1	1	1		1	2
Renk Uyumu	1	1		1	1		1			1					1

Kod Sistemi	İzmir	İzmir-T	Karabük	Karabük-T	Kars	Konya	Malatya	Muğla	Nevşehir	Şanlıurfa	Şanlurfa-T	Sivas	Sivas-T
Web Sitesi													
Kullanışlılık													
Arama Motoru	4	1	2			1	1	1	1		1	1	1
Site Haritası	1					2							
Mobil Uyumluluk	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1
Bilgi Mimarisi													
Sosyal Medya Bağlantıları	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	3	6
Başlıklar	4	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1
İletişim Bilgileri	2		3	1	2	4	2	2	1	2		1	1
Anahtar Kelimeler			11										
Blog & Vlog- Podcast	2		1	6		2				2	2		
Dil Seçenekleri	2	1		1					2		1		1
Sıkça Sorulan Sorular	1					1							
Sunum													
İmaj İçeriği	2	22	2	5				2	21	16	52	15	8
Video-Animasyon	1		3			1	1	1		9		1	1
Renk Uyumu					1			1	1		1	1	

Tablo 15: Belge Gruplarına Göre Web Sitesi

4.2.2 Tartışma ve Değerlendirme

Araştırmada elde edilen bulgular; Temel Site İçeriği, Kültürel Miras Bilgileri, Dijital Teknoloji ve Sosyal Medya'ya ilişkin bulgular bağlamında dört başlıkta tartışılmaktadır.

Temel Site İçeriği

Literatürde Türkiye'deki yerel yönetimlerin web sitelerinde olması gereken içeriğin neler olduğunu ortaya koyan, tartışan, uluslararası örneklerle karşılaştıran ve siteleri bu özelliklerine göre analiz eden çeşitli araştırmalara rastlanmaktadır (Yayınoğlu, Sayımer, & Arda, 2007) (Kanar & Boztepe, 2021) (Aktel, 2009) (Tanyıldızı & Karatepe, 2011) (Akgül, 2015) (Alat, 2018). Web sitesi içerikleri içerisinde bulunması gereken temel bilgilerin neler olduğu değerlendirilirken bağlamın kültürel miras

iletişimi olduğu göz ardı edilmeden; mevcut ilgili literatür dikkate alınmıştır. Belediyelerin önce etkileşimli sonra merkeziyetsiz internet vizyonunu yakalayabilmesi için önce temel niteliklerde sağlıklı veri akışını sağlayabilmeleri gerektiği değerlendirilmektedir.

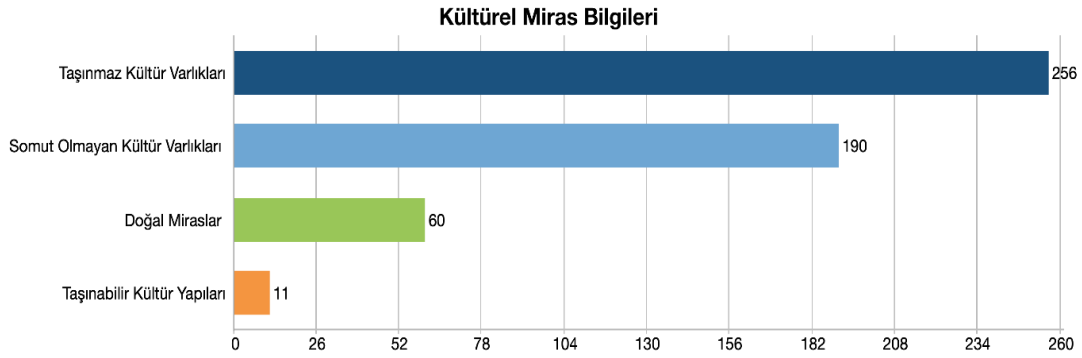
Tablo 16: Temel Site İçeriği Kodlamaları

İçerik	**Adıyaman**	**Edirne**	**Konya**	**Muğla**
Haberler	10	8	1	14
Trafik ve Ulaşım	1	1	-	1
Kültürel Ajanda	2	-	-	2
Konaklama Bilgisi	-	-	-	-
Tarihçe	2	-	1	-
İklim ve Coğrafya	-	-	-	-
Harita	-	-	-	-
Ekonomi	-	-	-	-
Nüfus	-	-	-	-

Tablo 16'da temel site içeriği unsurlarına ilişkin en az kodlama yapılan kent belediye web siteleri yer almaktadır. Dört ilin kültür-turizm bağlamında temel içerikleri ziyaretçilere sağlama noktasında yetersiz kaldığı açıkça görülmektedir. Çorum Belediyesi'nin ilgili konulardaki içerik zenginliği ise pek çok yerel yönetime örnek teşkil edebilecek niteliktedir.

Kültürel Miras Bilgileri

Yerel yönetimlerin kültürel kimliği yayma yolunda kullandıkları kalıpları tespit etmek amacıyla web içeriğinin hangi kültür varlıkları üzerinde yoğunlaştığı araştırılmıştır. Kültür varlıkları taşınabilir varlıklar, taşınmazlar, somut olmayan kültürel miras ve doğal miraslar olmak üzere dört ayrı grupta kendi alt unsurları ile incelenmiş ve kodlanmıştır. Kodlama sayıları Grafik 1'de görüldüğü gibidir.



Grafik 1: Kültürel Miras Bilgilerine İlişkin Kodlama Sayıları

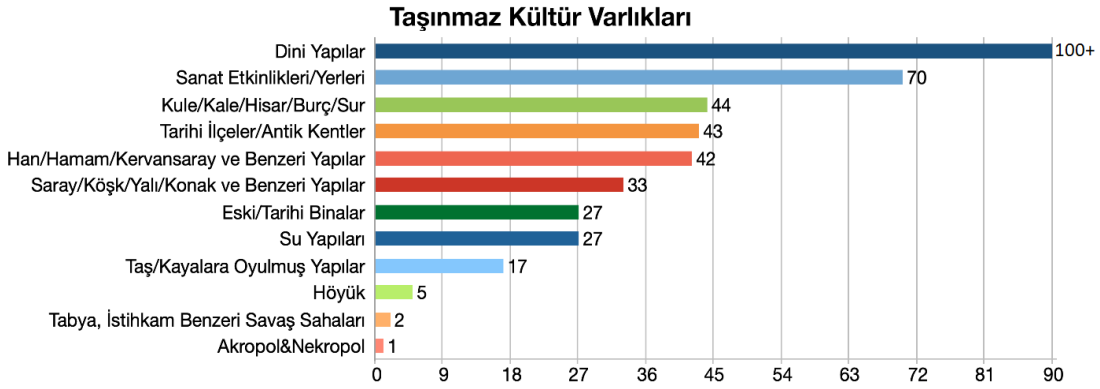
Bu bölümde göze çarpan ilk bulgu taşınabilir kültür varlıklarına ilişkin içeriğin diğer varlıklara oranla çok az olmasıdır. Araştırma kapsamında incelenen yerel yönetimlerin büyük bölümünün bu konuda çalışması tespit edilememiştir. Bu durumun sebebinin ilgili mevzuatın[18] belediyelere taşınabilir varlıklardan ziyade taşınmazlarla ilgili sorumluluk yüklemesi ve mali katkı sağlaması olabileceği değerlendirilmiştir. Kültür varlıklarıyla ilgili mali kolaylıklar rejimini inceleyen Güven Süslü; müzecilik ve koleksiyonculuk faaliyetlerinde herhangi bir mali kolaylık uygulamasının gözlemlenmediğini belirtmektedir (Süslü, 2018, s. 79). Taşınabilir kültür varlıklarının kaçakçılığı, ticareti, hırsızlığı mümkün olduğundan bu varlıklar için koruma ayrı bir öneme sahiptir.

Taşınabilir varlıklar ilgili araştırma yapılırken aranan unsurlardan biri de yazılı belgelerdir. Denizli Belediyesi'nin kent arşivini dijitalleştirerek açık erişime sunması

[18] "Taşınmaz Kültür Varlıklarının Korunmasına Ait Katkı Payına Dair Yönetmelik" Resmi Gazete Tarihi: 13.04.2005 Resmi Gazete Sayısı: 25785 ve "Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu" Tarih : 23/7/1983 Sayı : 18113

toplumsal belleğe sağlanan katkı açısından örnek bir çalışma olarak değerlendirilmiştir.

Taşınmaz kültür varlıklarına ilişkin içerikler incelendiğinde, Grafik 2'de de görülebileceği gibi en çok kodlanan varlıkların dini yapılar olduğu görülmektedir. Çorum, İstanbul ve İzmir yerel yönetimlerinin sunduğu içerikler incelendiğinde her birinin 20'den fazla dini yapı içeriği sunduğu gözlemlenmiştir. Bu yapılar içerisinde de ağırlık beklendiği gibi camiiler olmaktadır. Ülkemizdeki tarihi camilerin, külliyelerin ve diğer dini yapıların yaygınlığı değerlendirildiğinde bu durum beklenebilir bir sonuç olsa da kültürel miras değerlerinin yalnızca dini değerlerle sınırlandırıldığı bir anlayışın gelişme göstermesi ihtimali kaygı vericidir.



Grafik 2: Taşınmaz Kültür Varlıkları İçeriği

Taşınmaz kültür varlıkları hakkında sağlanan içeriklerde en az yer verilen kültür varlıkları höyükler, savaş sahaları, akropol ve nekropollerdir. Eski yerleşim yerlerinin zamanla toprakla örtülüp tepe halini almasıyla oluşan höyükler, bölgelerinde var olan geçmiş uygarlıklar hakkında bilgi sağlayan çok önemli arkeolojik varlıklardır. Anadolu coğrafyası höyükler yönünden çok zengindir fakat bu yapılar çokça ihmal edilmektedir. Koruma altına alınmayan höyükler kaçakçılar & define avcıları tarafından tahribata uğratılırlar[19]. Bu gibi sebeplerle hem merkezi yönetim hem yerel yönetimler tarafından bu alanların sahiplenilmesi ve vatandaşlarda konuyla ilgili bilinç

[19] Örneğin 2016 yılında Burdur'da yer alan ve 1700 senelik geçmişi olduğu düşünülen bir höyük defineciler tarafından iş makinalarıyla yok edilmiştir. Konuyla ilgili bir haber için: https://arkeofili.com/burdurda-bir-hoyuk-kacakcilar-tarafindan-is-makinesiyle-kazildi/

oluşturulması gereklidir. Bu çalışmanın aktif olarak yürütüldüğü günlerde Malatya'da yer alan Arslantepe Höyüğü'ün UNESCO tarafından Dünya Miras Listesi'ne eklenmesi gibi önemli bir gelişme de yaşanmıştır. Höyüklerin keşfedilmesi, araştırılması ve yerel yönetimler tarafından arkeopark gibi uygulamalar yapılarak bu varlıkların dijital mecralarda da tanıtılması ve turizme kazandırılması gerekmektedir.

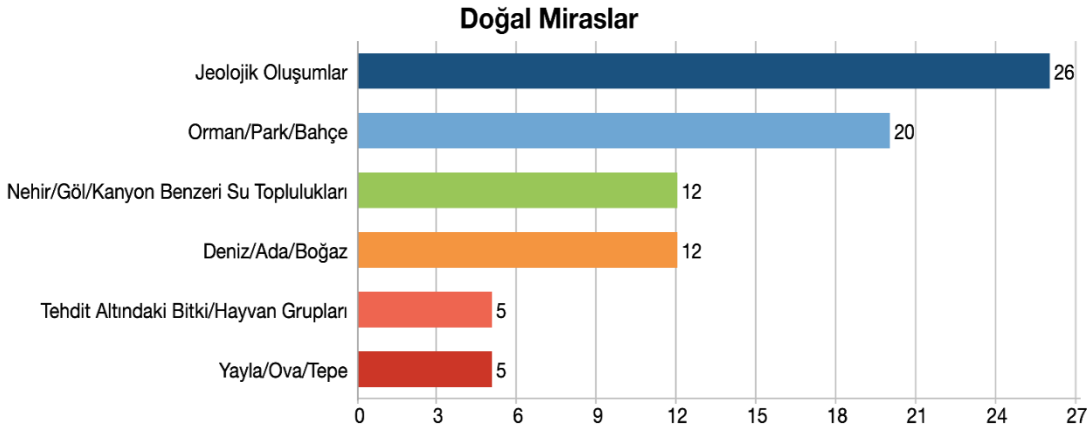
Savaş sahaları da birer kültür varlığı olarak değerlendirilmektedir. Savaşlar siyasi tarihin yeniden yazıldığı, ulusların kaderlerinin belirlendiği, toplumun ortak hafızası içerisinde çok önemli yere sahip tarihi olaylardır. Geçmişteki savaşlardan günümüze tabyalar, siper kalıntıları, koruganlar, istihkam unsurları gibi kalıntılar gelebilmektedir. Ayrıca bu bölgeler, toprak altında sayısız şehidi barındırdığı için de korunmaya muhtaçtır. Ülkemizde bir kültür mirası olarak savaş sahası dendiğinde ilk akla gelecek bölge Çanakkale olmaktadır. Bu araştırma kapsamında da savaş sahaları hakkında içerik sağlayan iki yerel yönetim Çanakkale Belediyesi ve İzmir Büyükşehir Belediyesi olmaktadır. Yerel yönetimlerce savaş coğrafyalarının ihmal edilmesi (edilmiyorsa bile bunun dijital bir içerikle aktarılamaması) kaygı verici bir bulgudur. Yine bu araştırmanın yürütüldüğü günlerde örneğin Edirne'de Balkan Savaşları'ndan günümüze kalan Hıdırlık Tabyaları'nın Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Balkan Tarihi Müzesi olarak düzenlenmesi Türkiye'de savaş mirasının korunduğun ve ondan istifade edildiğin çok değerli bir örneğini teşkil etmektedir. Fakat araştırmanın yürütüldüğü tarihler itibariyle ilgili yerel yönetimin konuyla ilgili içeriğine rastlanmamıştır. Yapılan faaliyetlerin görünürlüğü ve tanıtımı faaliyetin kendisi kadar önemli olabilmektedir. Bu gibi çalışmaların gerçekleşmesi örneğin İstanbul ilinde yer alan tamamen atıl haldeki Çakmak Hattı[20] gibi yapılar için de koruma, restorasyon ve tanıtım faaliyetlerinin yapılmasını teşvik edebilir. Savaşlarla ilgili kalıntılara ve dolayısıyla bu konudaki çalışmalara ancak geçmişinde muharebe olan kentlerin sahip olabileceği düşünülebilir. Fakat Türkiye coğrafyasında çok fazla kentin böyle bir mirası olduğu da gözardı edilemez. Özellikle Kurtuluş Savaşı'ndan kalan siper, tabya,

[20] İkinci Dünya Savaşı beklentisi ile batıdan gelebilecek bir saldıraya karşın İstanbul'u savunmak amacıyla Fevzi Çakmak tarafından yaptırılan savunma hattıdır.

istihkam, karargahlar ve şehit mezarı olma ihtimali olan buluntular koruma ve tanıtım açısından ihmal edilmektedir.

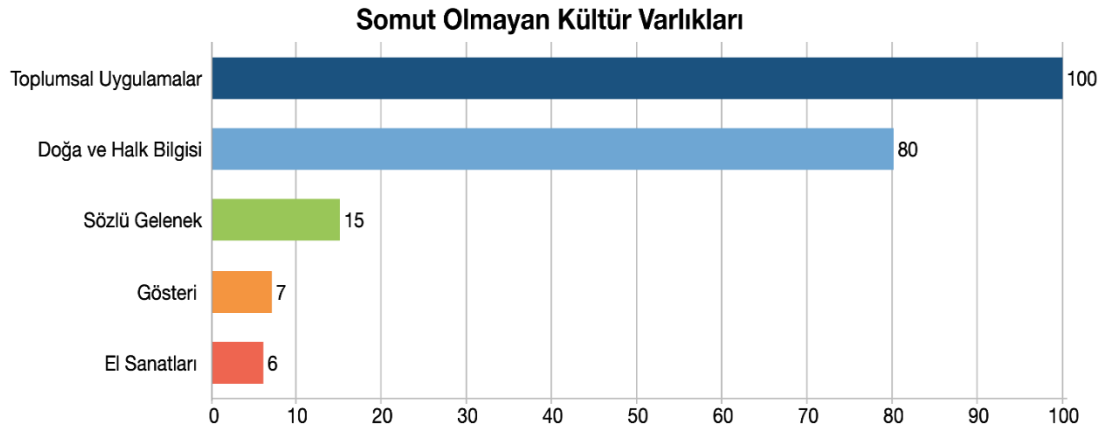
Araştırma kapsamında neredeyse hiçbir kodlama yapılamayan kültür varlıklarından ikisi Akropol ve Nekropoller olmaktadır. Akropol kavramı tepe üzerinde kale veya sosyal ya da dinsel yapıların yer aldığı antik kentleri ifade ederken nekropol ise antik toplu mezarları ifade etmektedir. Türkiye'de İzmir Bergama ve Çanakkale Assos en bilinen akropol alanlarıdır. Anadolu geçmişte çok fazla medeniyete ev sahipliği yaptığından coğrafya antik kentler bakımından oldukça zengindir. Bu araştırmanın kapsamında yer alan kentlerin de çoğu en az bir akropole sahip olmalarına karşın yerel yönetimlerin bu bölgeleri dijital iletişim süreçlerine dahil etmede hiçbir varlık gösteremediği açıkça görülmektedir.

Doğal miraslara ilişkin içeriklerde; Grafik 3'de de görülebileceği üzere, jeolojik oluşumlar ve yeşil alanların ağırlıklı olduğu görülmektedir. Adıyaman, Aydın, Edirne, Kars, Konya, Malatya ve Muğla yerel yönetimlerinin web sitelerinde araştırmanın yürütüldüğü tarih itibariyle kentlerin doğal miras varlıklarına ilişkin içeriğe rastlanamamıştır. Bu bulgu doğrultusunda ilgili yerel yönetimlerin doğal miras varlıklarını koruma ve fayda elde etme süreçlerinde hiç yer almadığı yorumu yapılamaz fakat faaliyetlerin tanıtılması ve kamuoyu ile paylaşılması anlamında bir eksiklik olduğu açıkça gözlemlenmektedir.



Grafik 3: Doğal Miras İçeriği

Somut miras kadar somut olmayan kültürel miras da şüphesiz kent kültürünün çok önemli bir bileşenidir. Somut olmayan kültürel mirasın korunması farklı boyutları ile pek çok paydaşı ilgilendirmektedir. "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi"nin 11 ve 15. maddeleri yerelliğe ve en geniş biçimde katılıma vurgu yapmaktadır. SOKÜM'ün yönetilmesinin çok paydaşlı ve çok boyutlu bir yönetişim alanı olduğu göz ardı edilmemelidir. Turizmin paydaşları, bellek kurumları (müzeler, sanat mekânları, kütüphaneler, sitler vb.), AB ve UNESCO program ve ağları, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda somut olmayan kültürel mirası ilgilendirmektedir. Yerel yönetimler ise tüm bu çeşitlilik içerisinde kilit roller üstlenebilir (Karakul & Yıldız, 2020, s. 56). Araştırma kapsamında somut olmayan kültürel mirasa ilişkin içerikler de incelenmiştir. Grafik 4'te görülebileceği gibi; SOKÜM bağlamında 200'den fazla kodlama yapılabilmesine imkân veren içeriğin gözlemlenmiş olması yerel yönetimlerin konuyu sahiplendiğini gösteren değerli bulgu olarak görülmektedir.



Grafik 4: SOKÜM İçeriği

Somut olmayan mirasla ilgili en çok karşılaşılan web içeriği toplumsal uygulamalar olmaktadır. Ritüeller, şölen, festivaller ve kutlamalar bu kapsamda değerlendirilmiştir. Kentlerin sosyal kimliğinde pay sahibi olan bu uygulamaların

yerel yönetimlerce sahiplenilmesi olumlu değerlendirilmiştir. Doğa ve halk bilgisi, küreselleşme çağında yok olmaya yüz tutmuş tehdit altında olan bir alan olduğu için özel olarak önemsenmektedir. Evren, coğrafya, hayvanlar, iklim gibi konularda geleneksel olarak aktarılan folklorik bilgiler, halk hekimliği gibi uygulamalar bu kapsamda kodlanmıştır.

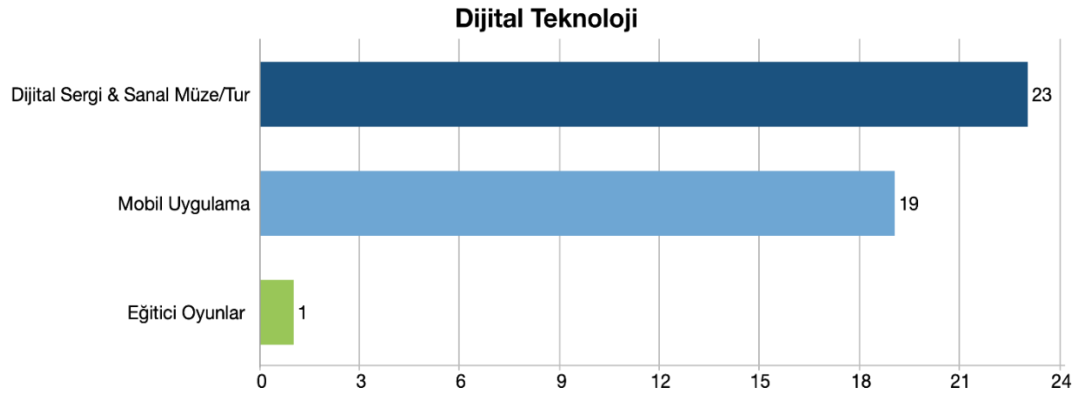
Yerel yönetimlerin sözlü gelenekleri, gösteri ve el sanatlarını tanıtmakta görece zayıf kaldığı gözlemlenmiştir. Bursa, Çorum, Diyarbakır ve Nevşehir Belediyeleri SOKÜM bağlamında en fazla içeriğe yer veren yerel yönetimler olarak somut olmayan mirası kentlerinin sosyal kimliklerinin bir parçası olarak sunma noktasında öne çıkmaktadırlar. Bursa Büyükşehir Belediyesi tarafından hazırlanan kültür-turizm odaklı web sitesinin kültürel mirasla ilgili içerik zenginliğinin en üst düzeyde olduğu, bu web sitesinin diğer yerel yönetimler için de bir iyi uygulama örnekleri içerisinde yer alarak ilham verici olabileceği düşünülmektedir. Zengin web içeriği sosyal medya ile etkili bir biçimde desteklenirse özellikle turizm hedef kitleleri bakımından sitenin daha çok trafik alması mümkün olabilir.

Nihai olarak web içeriğinde yer alan kültürel miras bilgileri değerlendirildiğinde; yerel yönetimlerin en çok taşınmaz eserlere yer verdiği bu eserler arasında da dini yapıların ön planda olduğu gözlemlenmektedir. Somut olmayan kültür mirasının yine belediyelerce çokça tanıtıldığı; doğal miraslar geri planda kalırken, taşınabilir kültür varlıklarına ilişkin içeriğin çok denecek az olduğu anlaşılmaktadır.

Dijital Teknoloji

Araştırmanın dijital teknoloji boyutunda; kültürel mirasın korunması, yönetilmesi, tanıtılması süreçlerinde güncel teknolojik olanaklardan faydalanma faaliyetleri araştırılmıştır. Bu kapsamda kültür varlıklarının sayısallaştırılması bağlamında dijital sergi, sanal müze, 3D tur veya bu temellere dayanan başka bir içerik olup olmadığı incelenmiştir. Grafik 5'te de görülebileceği üzere, bu kapsamda yerel yönetimlerin 23 ayrı faaliyeti bulgu olarak kodlanmıştır. Bu bulgularla ilgili dikkat edilmesi gereken en önemli husus, yapılan 23 kodlamanın araştırma dahilindeki belediyelere homojen dağılmıyor oluşudur. Sivas Belediyesi 9 ayrı "dijital tur" içeriği

sunarak bu konuda en aktif belediye olarak gözükürken; ikinci sırada olan Bursa Büyükşehir Belediyesi de web sayfalarında 7 ayrı dijital tur içeriği sunmaktadır. Çanakkale, Çorum, Karabük ve Konya illerinin yerel yönetimleri de bu tür içeriklere web ortamında yer vermektedirler. Araştırma kapsamında incelenen diğer belediyelerin ise kültür varlıkları ile ilgili sanal ortamda gezinme-inceleme deneyimi sağlayacak herhangi bir içerik sunmadıkları anlaşılmıştır.



Grafik 5: Dijital Teknoloji İçeriği

Kent yaşamının en önemli aktörlerinden olan belediyeler, şehirlerinin kültürel zenginliklerini aktarmak için de şüphesiz oldukça güçlü pozisyonlara sahiptirler. Dünyanın dört bir yakında kültür varlıklarının sanal olarak nasıl sunulabileceğine ilişkin araştırmalar ve uygulamalar çeşitlenirken yerel yönetimlerin bu alanda yeterince varlık göstermemesi kaygı verici bir bulgu olarak değerlendirilmektedir. Keza güncel teknoloji üzerindeki tartışmalar ve gelişmeler yakın geleceğin en popüler konularından birinin sanal gerçeklik teknolojileri ve bu teknolojiler ile bağlantılı süreçler olacağını göstermektedir. Değişen paradigmaya uyum sağlayabilmek ve hedef kitlelerin beklentilerini karşılayabilmek için kurumların proaktif yaklaşımlar geliştirebilmesi hayatidir. AB'de "Digi Art"; ABD'de "Cyark" gibi projeler kültürel mirasın dijital sunumunu sağlayan 3D içerikler üretirken; Birlik, uzun yıllardır 3D uygulamalar, Sanal Gerçeklik (VR) ve Artırılmış Gerçeklik (AR) geliştiren araştırma ve inovasyon projelerini desteklemektedir. Bu destekler günümüzde çevrimiçi sanal

turlar sunan birçok yenilikçi kültürel miras deneyimi ile meyve vermektedir.[21] Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü faaliyetleri doğrultusunda pek çok sanal tur deneyimi kullanıcıların hizmetine sunulmaktadır. Sağlanan bu içeriklerin sayısı ve çeşitliliği kadar niteliğinin önemi de gözardı edilmemelidir. Merkezi yönetimin çalışmalarının mirasın sayısallaştırılması için tek başına yeterli olamayacağı açıktır. Yerel yönetimlerin de bu süreçte daha fazla sorumluluk almalarına duyulan ihtiyaç belirginleşmektedir. Dünyada sanallık artarken sanal müzeler ve koleksiyonların uzaktan çevrimiçi incelemeye uygun olarak sunumu; turizm, akademik araştırma ve eğitim süreçlerinde daha merkezi rollere sahip olabilir. Bu minvalde yapılan çalışmalar bilinmeyen koleksiyonları bilinir kılmakla beraber, depolarda saklı kalan taşınabilir türden kültür varlıklarını da görünür kılarlar.

Araştırmanın dijital teknoloji boyutu içerisinde incelenen bir diğer husus akıllı mobil cihazlara yüklenebilen uygulamalardır. Bu uygulamalar günümüzde web 2.0 teknolojilerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmişlerdir. Turizm pazarlaması alanındaki güncel çalışmalar; akıllı teknolojiler ile turizmi birleştiren "akıllı turizm kentleri"nin rekabet avantajı elde edeceğine vurgu yapmaktadır. Bu teknolojilerin en önemlilerinden biri ise akıllı cihaz uygulamalarıdır. Bu kapsamda belediyelerin kent kültürü, miras ve turizm gibi konularda içerik sağlayan mobil uygulamaları araştırılmıştır. Edirne, İstanbul ve Sivas illerine ait yerel yönetimlerin birden fazla mobil uygulamayı kullanıcı deneyimine sunduğu tespit edilmiştir. Buna karşın pek çok kentin de belirtilen amaçlar doğrultusunda kurgulanmış bir mobil cihaz uygulaması yoktur. Güncel literatürde mobil uygulamaların turizme sağladığı katkıların altını çizen araştırmalar bulunmaktadır. Örneğin Malezya'da yapılan kapsamlı bir araştırma mobil uygulamaların özellikle turizm ile ilgili, tüketicilerin ürün ve hizmet satın alma davranışında yarattığı etkilere vurgu yapmaktadır (Tan, Lee, Lin, & Ooi, 2017). Mobil uygulamalarda artırılmış gerçeklik teknolojisinden de faydalanmak mümkündür. Artırılmış gerçeklik vasıtasıyla gezi rehberliği & keşif veya tarihi eserlerin canlandırılması ya da görsel olarak tamamlanması uygulamaları yapılabileceği gibi

[21] Avrupa Komisyonu'na ait bu makalede üç boyutlu miras içeriklerinin bir listesi yer alıyor: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/cultural-heritage-home

oyunlaştırma yaklaşımıyla kültür varlıklarının tanıtımı da mümkün kılınabilir. Bu konuda yapılan araştırmalar, artırılmış gerçeklik bağlantılı uygulamaların özellikle pandemi döneminde turizm potansiyelini teşvik ettiğini göstermektedir (Petrović, Roblek, Khokhobaia, & Gagnidze, 2021). Bu uygulamaların tanıtıma sağladıkları katkının yanında eğitim ve öğrenme süreçlerine sağladıkları katkıları değerlendiren araştırmalar da mevcuttur. Vargün ve Nuhoğlu kültürel mirasın eğitim ve tanıtım amaçlı şehir ölçeğinde mobil uygulamalardaki kullanımların on yılı aşkın süredir mevcut olduğunu ifade etmektedirler (2019, s. 53). Endüstrideki bu gelişmelere karşın ülkemiz kentlerinin uygulamalar konusunda henüz yolun çok başında olduğu görülmektedir. Araştırma bulguları doğrultusunda bu uygulamaların yaygınlaşmamış olduğu görülmektedir. Sağlanmakta olan uygulamalar ise mobil turizm rehberliği içeriği sağlamakta olup artırılmış gerçeklik ve öğretim amaçlı oyunlaştırma tamamen göz ardı edilmiştir.

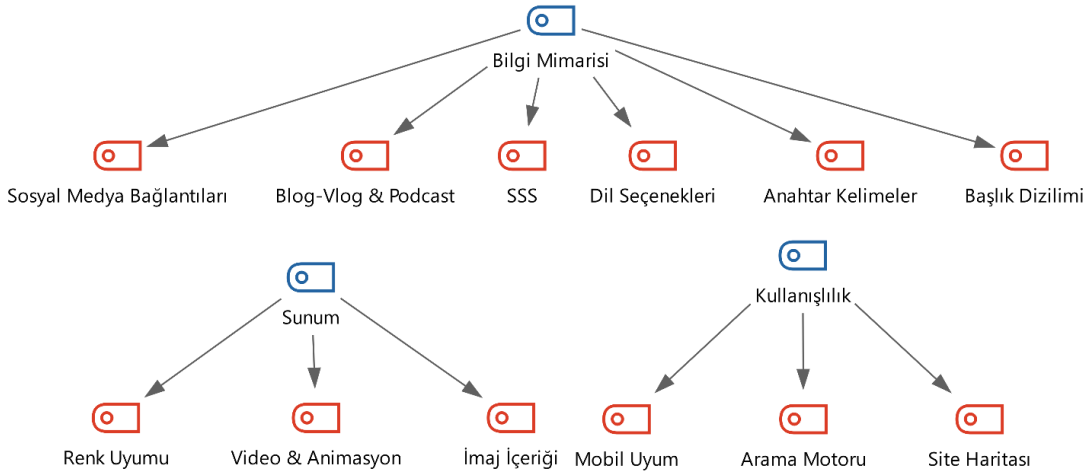
Araştırma kapsamında yerel yönetimlerin kültürel miras ile ilgili geliştirmiş olabilecekleri oyunlar da araştırılmıştır. Bu kapsamda Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin kenti ve kültürünü tanıtmaya yönelik sunduğu "Bilgin Bursa" oyunu dışında herhangi bir oyun faaliyeti gözlemlenememiştir. Belediye iştiraki olan Kültür A.Ş. tarafından geliştirilen ve tamamen analog özellikte olan oyunun, çocukların aileleri ile birlikte oynayabileceği bir kutu oyunu olduğu ifade edilmektedir. Oyunun tamamen özgün bir çalışma olduğu ve pedagojik unsurlar dikkate alınarak geliştirildiği anlaşılmaktadır.

Günümüzde oyunlar ve özellikle de dijital oyunlar popüler kültürün önemli parçası haline gelmiştir. Bazı kurumların bu konuda farkındalığa sahip olduğu değerlendirilse de kültürel mirası tanıtma konusunda oyunlar henüz yeterli ilgi görmemektedirler (Barwick et al. 2011). Oyunların kültürel miras bağlamında en öne çıkan kullanım alanlarından biri şüphesiz eğitimdir. Farklı yaş grupları hedeflenerek hazırlanmış oyunlar çocukların tarih, kültür ve miras bilincinin, gelişimine katkı sağlamak için önemli bir potansiyele sahiptir. Dijital hikâye anlatımının ve oyun temelli yaklaşımların öğrenmeyle bütünleştirilmesi tüm dünyada yaygınlaşırken kültürel miras da önemli bir uygulama alanı haline gelmiştir. Kültürel oyunların

öğrencilerin öğrenme performansına katkı yapabileceği ve bu oyunların ilgisiz öğrencileri motive etme konusunda sağlayabileceği faydaların değerlendirilmesi gerekir. Örneğin bir Avrupa Birliği projesi olarak geliştirilen ChiKho Avrupa kentlerinin kültürel mirasları hakkında bilgilerin yayılımını amaçlayan bir eğitici oyun olarak erken dönemde atılmış önemli bir adımdır (Belotti, Feretti, & De Gloria, 2005). Zaman içerisinde bu alandaki uygulamaların çeşitlendiğini görmek mümkündür. İsveç'in Skövde kentini konu alan "Elins Mysterium" isimli oyun bu anlamda bir iyi uygulama örneği olarak incelenebilir. Dijital hikaye anlatıcılığına dayanan bu oyunda çocuklar, şehrin onlar için adeta oyun arenası haline gelen bir bölgesinde kentin kültürel mirası hakkında farkına varmaksızın bilgilerini artırırlar. Fiziken hareket ederek oynanan bu dijital oyunda oyuncular, sembolleri arayarak, nesneleri sayarak, park alanlarında vakit geçirerek çeşitli gizemleri çözerler. Oyun uygulaması; pusula, GPS, kamera ve görüntü tanıma gibi akıllı telefon özelliklerini kullanır. Oyuna konu olan şehir merkezindeki alanlar, "Skövde Belediyesi Kültürel Çevre Programı"nda yer alan ilgili anıtlardan seçilmiştir. Oyunla ilgili yapılan bir araştırma, oyunun kentin tarihini ve kültürel mirasını çocuklara aktarmada başarılı olduğunu ortaya koymaktadır (Diaz, Toftedahl, & Svensson, 2014). Çeşitli medya biçimlerini birleştirmeye yönelik bir yaklaşım getiren bu gibi oyunlar farklı kentler ve miras alanları için pekâlâ uygulanabilir görünmektedir. Günümüzde popülerliğini artıran sanal evrenler ve metaverse projeleri gömülü eğitim görevleriyle zenginleştirilmiş gerçekçi sanal dünyalar da kentlerin ve kültür varlıklarının tanıtımı için fırsatlar sağlama potansiyeline sahiptir. Tüm bu sebeplerle yerel yönetimlerin oyun ve oyunlaştırma konuları ile daha iç içe olması gerektiği değerlendirilmektedir.

Günümüzde web siteleri kültürel miras ve kültür turizmi için ana bilgi kaynağı konumuna gelmiştir. Örneğin İrlanda Turizm Geliştirme Kurumu tarafından yapılan güncel bir araştırmaya göre seyahat planlarken, bireylerin %80 kadarı interneti birincil kaynak olarak kullanmaktadır. Arkadaşlar ve aile bireylerinden fikir alma oranı %28 olarak gözükürken insanların yalnızca %12'si bir seyahat acentesinden bilgi almaktadır (Fáilte Ireland, 2018, s. 7). Bu nedenle yerel yönetimlerin web sitelerinin kentlerin dış çevrelere ve potansiyel turistlere açılan dijital yüzü niteliğinde olduğunu fark etmeleri önemlidir. Yerel yönetimlerin hedef kitleleri içerisinde yer alan

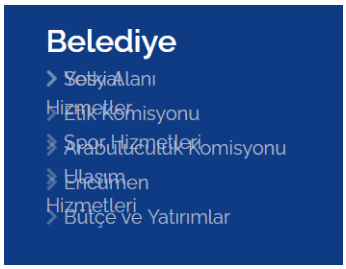
kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikle web sitelerini işletmeleri gerekmektedir. Kullanımda olan web sitelerinin sağladığı bilgilerin neler olduğu ve kullanım kolaylığı, teknik yeterliliği ve başta görseller olmak üzere içerik zenginliği ancak web siteleri incelenerek toplanan nicel nitel bulguların değerlendirilmesi ile mümkün olmaktadır. Bu nedenle araştırmanın web sitesi teması şekil 14'te görülebileceği 3 farklı kategori altında incelenmiştir. Bunlar; kullanışlılık, bilgi mimarisi ve sunumdur.



Şekil 14: Web Sitelerinde İncelenen Unsurlar

Bilgi Mimarisi; bilgi paylaşılan mecraların yapısal tasarım ve organizasyonu bağlamında internet siteleri içindeki navigasyonu destekleyen genel bilgi altyapısının çeşitli bileşenlerini bütününe işaret eden bir kavramdır (Resmini & Rosati, 2011, s. 25). Bugün bir çok kullanıcı internet sitelerine açık, hızlı ve kolayca erişimi temel bir gereklilik olarak beklemekte ve en fazla bilgiyi en kolay biçimde edinmek istemektedir. Araştırmanın bu bölümünde web sitelerinin arayüz özelliklerinden ziyade web 2.0 uygun içeriklerin sağlanıp sağlanmadığı ve bunların kolaylıkla ulaşılabilirliği sorgulanmaktadır. Bu bağlamda web sitelerinin; sosyal medya hesapları ile bağlantısı, blog, videolog, podcast gibi içeriklerin sunulup sunulmadığı, sıkça sorulan sorular bölümü, dil seçenekleri, anahtar kelimeler ve etiketlerin kullanımı ve son olarak site menüsü ve başlıklarının kullanışlılığı incelenmiştir.

İncelenen web sitelerinin yalnızca biri hariç tamamı sosyal medya mecralarına bağlantı içermektedir. Bu bağlantılar çalışır durumdadır. Facebook, Instagram ve Twitter platformları yerel yönetimlerin hemen hepsi tarafından kullanırken çok sayıda belediyenin YouTube'da aktif olduğu görülmüştür. Ancak kapanmış olan Google+ gibi sosyal ağlara link verme, verilen bağlantılarda Belediye Başkanı'na ait hesaplar ile kurumsal hesapların ayrımının bazı belediyeler tarafından netleştirilememesi gibi olgular da gözlemlenmiştir. Bilgi mimarisi kategorisinde incelenen bir diğer kod başlıklardır. Bu kod altında site içeriğinde ana sayfa, duyurular, iletişim gibi menü başlıkları; bu başlıkların hiyerarşisinin doğruluğu ve bu başlıkların düzgün şekilde fonksiyon gösterip göstermediği incelenmiş ve yaygın bir soruna rastlanmamıştır ancak aşağıda yer alan görsel örneğinde de görülebileceği üzere hatalı uygulamalar da bulunmaktadır.



Görsel 40: Hatalı Site Başlıkları Örneği

Benzer biçimde bazı belediyelerin Google+ gibi faaliyetlerini noktalamış olan sosyal medya ağlarına web sitelerinin anasayfalarından bağlantı vermeye devam etmeleri güncel olmadıklarını gösteren bir bulgu olarak değerlendirilmektedir.

Bilgi mimarisi kategorisinde ayrıca "iletişim bilgileri" kodu incelenmiştir. Bu kod altında site içeriğinde belediyeye ait adres, telefon numarası, mail adresi gibi iletişim bilgilerinin varlığına bakılmıştır. İzmir, Şanlıurfa ve İstanbul kentlerinin turizme yönelik olarak hazırlamış oldukları "visit" isimli web sitelerinde herhangi bir resmi ofise dair telefon, adres, e-posta gibi iletişim bilgilerinin sağlanmamış olması eksiklik olarak değerlendirilmektedir.

Bilgi mimarisi kategorisinde incelenen bir diğer kod anahtar kelimelerdir. Bu kod altında sitedeki haber, blog yazıları gibi girdilerin altında anahtar kelimeler,

etiketler gibi verilerin girilip girilmediğine bakılmıştır. Bursa ve Karabük belediyelerine ait siteler dışında hiçbir web sitesinde anahtar kelime kullanımı olmadığı görülmüştür. Anahtar kelime ve etiketlerin sahip olduğu önem günümüzde pek çok kurum ve kişi tarafından yeterince anlaşılmamaktadır. Anahtar kelimeler Google için en belirleyici SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) araçlarıdır. Arama motorlarının çalışma prensibi arama sonuçlarını anahtar kelimelerle eşleştirmek üzerinedir. Sitelerin Google aramalarında yeterince görünür olması için başarılı bir SEO çalışması yapılması elzemdir. Bu çalışma içerisinde de yapılacak önemli noktalardan biri doğru anahtar kelimeleri belirlemek ve kullanmaktır.

SEO ile yakından ilgili bir diğer konu da web sitelerinin "Sıkça Sorulan Sorular" bölümleridir. Bu bölüm şehre dair potansiyel soruları yanıtlar. Bu yanıtlar Google nezdinde de bir SEO değerine sahiptir. Ziyaretçiler doğrudan ilgili kent veya kültür varlığı hakkında aramalar yapmamış olsalar bile bağlantılı bir konu ya da herhangi bir turizm araştırması onların web sitesine yönlenmesine vesile olabilir. Bu durumda da SSS bölümleri arama sonuçlarında kullanıcıların karşısına çıkabilir. Ayrıca detaylı bilgi alan ve sorularına yanıt bulan memnun kullanıcıların sitede vakit geçirme süreleri de artar. Kültürel miras çalışmalarından bağımsız olarak da yerel yönetimler, yönetmekte oldukları pek çok bürokratik süreçten dolayı vatandaşlar tarafından sorulabilecek sayısız sorunun muhatabı konumundadır. Bu sayfalar kuruluşların çağrı merkezi, destek birimleri gibi birimlerinin iş yükünü de azaltırlar. Bu nedenlerle yerel yönetimlerin sayfalarında böyle bir bölüme yer vermeleri gerekli ve önemli görülmektedir. Gelgelim; Bursa, Konya ve İzmir Büyükşehir Belediyeleri dışındaki yerel yönetimlerin bu içeriği sağlamadığı tespit edilmiştir.

Bilgi mimarisi kategorisinde ayrıca blog & vlog ve podcastler incelenmiştir. Web 2.0 ortamında hedef kitlelere ulaşmanın önemli yolları arasında yer alan bu araçlar bazı yerel yönetimler tarafından aktif olarak kullanılırken bazı yerel yönetimlerin de bu mecraları ihmal ettiği değerlendirilmektedir.

Tablo 17: Web Sitelerinin Blog, Vlog ve Podcast İçeriği

Web Sitesi	**Blog / Vlog / Podcast İçeriği**
Adıyaman	-
Antalya	-
Antalya II	-
Aydın	-
Aydın II	-
Bursa	2
Bursa II	8
Çanakkale	-
Çorum	-
Denizli	-
Diyarbakır	-
Edirne	1
Edirne II	-
İstanbul	2
İstanbul II	10
İzmir	2
İzmir II	-
Karabük	3

Web Sitesi	Blog / Vlog / Podcast İçeriği
Karabük II	1
Kars	2
Konya	4
Malatya	2
Muğla	2
Nevşehir	1
Şanlıurfa	2
Şanlıurfa II	2
Sivas	-
Sivas II	-

Tablo 17'de de görülebileceği üzere İstanbul ve Bursa Büyükşehir Belediyeleri blog ve podcastlerle ilgili en fazla içeriği sunarken, pek çok yerel yönetimin bu alanda varlık göstermediği anlaşılmaktadır.

Kültür varlıklarının turizm ile ne kadar iç içe bir konu olduğu göz önünde bulundurulacak olursa yerel yönetimlerin web sayfaları için farklı dil seçenekleri sunmalarının ne denli önemli olduğu anlaşılacaktır. Tablo 18 web sitelerinde sağlanan yabancı dilleri göstermektedir.

Tablo 18: Yabancı Dilde İçerik Sunan Web Siteleri

Web Sitesi	**Sunulan Diller**
Adıyaman	-
Antalya	-
Antalya II	İngilizce, Almanca, İtalyanca, Romence
Aydın	İngilizce
Aydın II	İngilizce
Bursa	-
Bursa II	İngilizce, Korece
Çanakkale	İngilizce
Çorum	-
Denizli	-
Diyarbakır	İngilizce, Kürtçe, Zazaca
Edirne	-
Edirne II	İngilizce, Bulgarca
İstanbul	İngilizce
İstanbul II	İngilizce
İzmir	İngilizce, Almanca, Fransızca, Rusça, Çince, İspanyolca
İzmir II	İngilizce, Rusça

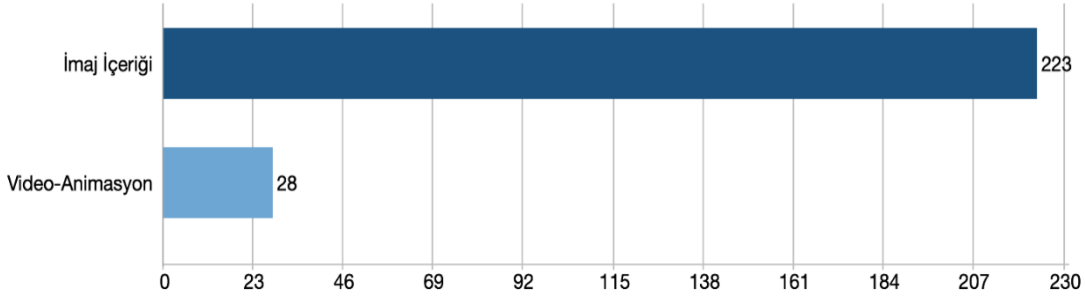
Web Sitesi	Sunulan Diller
Karabük	-
Karabük II	İngilizce
Kars	-
Konya	-
Malatya	-
Muğla	-
Nevşehir	İngilizce
Şanlıurfa	-
Şanlıurfa II	İngilizce
Sivas	-
Sivas II	İngilizce, Almanca

Sayıları 12 kadar olan web sitesinin yabancı dilde içerik sağlamaması bu illerin Uluslararasılaşma görünümü, turizm potansiyeli ve dijital diplomasi açısından zayıflık yaratan önemli bir bulgu olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'de hem yerleşik hem de turizm amacıyla ülkede bulunan Arap nüfusunun çok büyük ölçüde arttığı değerlendirildiğinde, örneklemde yer alan yerel yönetimlerin hiç birinin Arapça içerik sağlamıyor oluşu ayrıca önemli potansiyelin kullanılmadığı gösteren bir bulgu olarak değerlendirilmiştir. Antalya gibi hem yerleşik hem de turistik amaçlarla çok fazla Rus nüfusa ev sahipliği yapan bir kentin Rusça içerik sağlamıyor oluşu yine benzer bir olumsuzluk olarak değerlendirilmiştir. İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin web sitesini altı farklı yabancı dilde sunması uluslarasılaşmaya verdiği önemi açıkça

göstermektedir ancak visitizmir.org url adresli web sitesinin de bu dillerle güçlendirilmesi kente katkı sağlayacaktır.

Araştırmanın "sunum" kategorisi altında web siteleri görsel sunumları bakımından mercek altına alınmıştır. Kullanılan renk paletleri web siteleri için özel bir öneme sahiptir. Kullanılan renkler arasındaki görsel uyumun sağlanması, yazı okunurluğunun üst seviyede gerçekleşmesi için dengeli artalan-metin rengi kombinasyonlarının uygun olması gerekir. Ayrıca web sitelerinde kullanılan renklerin, kent ile, kentin kültürü, değerleri ve kültür varlıkları ile uyum içinde olması gereklidir. Kullanılan renk paleti bir web sitesinin tüm alt unsurlarında tutarlı olarak devam etmelidir. Ek olarak web siteleri, farklı cihazlarda, tarayıcılarda ve farklı ekran çözünürlüklerinde benzer görsel sunum performansını sağlayabilmelidir (Karataş S. , 2003, s. 147). Araştırma kapsamında incelenen web siteleri içerisinde uyumsuz renk paletine sahip siteler, okunmayan yazılar gibi sorunlara rastlanmamıştır. Bununla birlikte incelenen web siteleri tasarım yaklaşımları ve kullanılan renkler itibariyle özel bir görünüme de sahip değildir.

Sunum kategorisinde imaj içeriği kodu yoğun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kod altında anlatılan konunun resimlerle desteklenmesi incelenmiştir. Bazı belediye web sitelerinin fotoğraf, resim veya infografik gibi görsel içerikleri sunma noktasında diğerlerine göre daha fazla içerik sunduğu yapılan kodlamalarla anlaşılsa da görsellikle ilgili konular nicel verilere dayanarak objektif bir değerlendirme yapmanın sağlıklı olmayacağı düşünülmektedir. Ancak genel olarak incelenen web sitelerinin anlattıkları konuları görsellerle destekleme eğiliminin yaygın olduğunu, çok fazla imaj içeriğine yer verildiğini söylemek mümkündür. Yerel yönetimlerin imaj içerikleri dışında; hareketli içerikleri yani, video, animasyon gibi içerikleri de incelenmiştir. Keza 2022 yılına müteakiben internet trafiğinin %82'sinin videolardan oluşması beklenmektedir (Evans, Issa, & Forrest, 2020). Bu yüzden video içerikleri ayrı bir öneme sahiptir. Grafik 6'da görülebileceği üzere video ve animasyon kullanımının yaygınlık seviyesinin oldukça düşük olduğu bulgusu elde edilmiştir.



Grafik 6: İmaj ve Video İçeriği Kodlama Sayıları

Web sitesi teması altında ele alınan kullanışlılık kategorisinde 3 farklı kod tanımlanmıştır. Bunlar; arama motoru, mobil uyumluluk, site haritasıdır. Kullanışlılık kategorisinde arama motoru kodu yoğun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kod altında site içerisinde arama yapabilmek adına bir arama motorunun varlığına bakılmıştır. Şanlıurfa ve Adıyaman belediyelerinin bu imkânı sağlamadığı anlaşılsa genel olarak arama motoru kullanımı yaygındır.

Web sayfalarının arama motorları sıralamasında görünür olmasını ve indekslenmesini destekleyen bir araç olarak site haritaları da önemlidir. Yerel yönetimlerin web sitelerinin büyük bir kısmında site haritası kullanımı olmadığı değerlendirilmiştir. Özellikle turizme yönelik olarak resmi kurumlar tarafından hazırlanan web siteleri Google aramalarında görünür olmayabilmektedir. Yine bu siteler, turizm acentaları, oteller ya da yalnızca turizm ve kültüre meraklı insanların blogları gibi bireysel web sitelerinin gerisinde kalabilmektedir. Bu nedenle SEO'ya katkı verecek bu gibi çalışmalar bu siteler için özellikle önemlidir.

Araştırmada incelenen konulardan biri de web sitelerinin mobil uyumluluğudur. Dünya genelinde web'e erişiminde bilgisayarlar kullanımın azaldığı, mobil cihazların payının ise arttığı bilinmektedir. Örneklemde yer alan web sitelerine Google servisleri kullanılarak mobil uyumluluk testi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 19: Mobil Uyumluluk

Site URL	Mobil Uyumluluk
http://www.sivas.bel.tr/	**Hayır**
https://visitsivas.com/	Evet
https://www.ibb.istanbul/	Evet
https://visit.istanbul/tr/	Evet
https://www.nevsehir.bel.tr/	Evet
https://corum.bel.tr/	Kısmen
http://www.adiyaman.bel.tr/	Evet
https://www.denizli.bel.tr/	Evet
https://www.antalya.bel.tr/	Evet
https://www.visit-antalya.com/	Evet
https://www.mugla.bel.tr/	Evet
https://www.karabuk.bel.tr/	Evet
https://www.visitkarabuk.com/	**Hayır**
https://www.canakkale.bel.tr/	Evet
https://www.edirne.bel.tr/	Evet
https://www.edirnevisit.com/	Evet
https://www.konya.bel.tr/	Evet
https://www.bursa.bel.tr/	Evet

Site URL	Mobil Uyumluluk
https://www.bursa.com.tr	Evet
https://www.izmir.bel.tr/	Evet
https://www.visitizmir.org/	Evet
https://www.diyarbakir.bel.tr/	Hayır
http://www.kars.bel.tr/	**Hayır**
https://aydin.bel.tr/	Evet
https://visitaydin.com/	Evet
http://visiturfa.com	**Hayır**
https://www.sanliurfa.bel.tr/	Evet
https://www.malatya.bel.tr/	Evet

Tablo 19'da görülebileceği üzere mobil uyumluluğu sağlamayan web siteleri mevcuttur. Günümüzde telefon üzerinden sitenin açılışının uzun sürmesi ya da düzgün görüntülenmemesi, görsellerin ekrana sığmaması, yazıların okunmaması, butonların çok yakın olması gibi sorunlar kullanıcıların tahammül edemediği durumlar arasında yer almaktadır. Tüm bu nedenlerle her organizasyon gibi yerel yönetimlerin de bu konudaki eksiklerini süratle giderilmesi elzemdir.

Yapılan kodlama sayısına göre oluşturulan kod bulutu Görsel 41'de görülmektedir.



Görsel 41: Kod Bulutu

Bulutta da açıkça görüldüğü gibi yerel yönetimlerin web siteleri en çok haberlere ve görsel içeriklere yer ayırmaktadır. Web sitelerinde en çok karşılaşılan kültürel miras öğesi de dini yapılar olmaktadır.

Araştırma kısıtları bağlamında ilçe belediyelerinin benzer biçimde incelenmesi gerekliliği değerlendirilmektedir. Ayrıca sosyal medya içeriklerine ilişkin içerik analizi araştırmalarına ihtiyaç vardır.

Sosyal Medya İçerikleri

Web siteleri siber uzayda var olmanın olmazsa olmaz birer gerekliliğidir ancak günümüz itibariyle tüm kurumlar için sosyal medyada da yer almanın ve onu etkili kullanmanın önemi de göz ardı edilemez hale gelmiştir. Yerel yönetimler de pek çok organizasyon gibi faaliyetlerini sosyal ağlar yoluyla aktarmakta ve hedef kitleleriyle iletişim kurmaktadırlar. Literatürde yerel yönetimlerin sosyal medya kullanımını farklı yönleriyle inceleyen çeşitli araştırmalar bulunmaktadır (Yeşildal, 2019) (Sevin, 2016) (Solmaz, 2012) (Tarhan, 2012). Bu konudaki araştırmalar açıkça göstermektedir ki yerel yönetimler sosyal medyadan çok çeşitli amaçlarla faydalanabilirler. Bu

amaçlardan biri de elbette kent kültürünün ve mirasının tanıtılmasıdır. Araştırmayı desteklemek amacıyla yerel yönetimlerin sosyal medya platformlarında kültür varlıkları ile ilgili düzenli olarak içerik paylaşımında bulunma durumu da incelenmiştir. Tabloda görülebileceği üzere yerel yönetimlerin pek çoğunun kültürel mirasın aktarımı veya bu alanda yapmış oldukları restorasyon, konservasyon vb. çalışmaların tanıtılması gibi amaçlarla sosyal medyada sistematik olarak yayın yapmadıkları anlaşılmaktadır. Bu durum var olan bir potansiyelden faydalanılmadığının göstergesidir.

Tablo 20: Sosyal Medyada Kültür Varlıkları Hakkında Düzenli İçerik Paylaşımı

İl	**Mevcut / Mevcut Değil**
Adıyaman	-
Antalya	+
Aydın	-
Bursa	+
Çanakkale	-
Çorum	-
Denizli	-
Diyarbakır	+
Edirne	-
İstanbul	+
İzmir	-
Karabük	-
Kars	-
Konya	+
Malatya	-
Muğla	-
Nevşehir	-

Sivas	-
Şanlıurfa	-

İncelenen şehir belediyelerine ait sosyal medya sayfaları değerlendirildiğinde pek çok belediyenin kültür varlıklarına ilişkin periyodik bir içerik üretimi ve paylaşımı içerisinde olmadığı görülmektedir. Önemli turizm şehri olarak Antalya; Aspendos, Perge, Yivli Minare, Termessos, Alanya Kalesi, Karain Mağarası ve Kekova Batık Kenti gibi çok sayıda UNESCO adayı kültür varlığına sahip olmasını mutlaka sosyal medya platformlarında daha iyi kullanmalıdır. Benzer bir biçimde sayısız kültür varlığına sahip olan Çanakkale, farklı kültürlerin buluşma noktası olan Kars gibi kentler bu zenginliklerini sosyal medyaya yansıtmak noktasında eksiklikler yaşamaktadır. Yine bir benzer bir biçimde Edirne; hem somut hem de somut olmayan miras listesinde mirasa sahip olan dünyadaki ender kentlerden birisi olarak bu varlıklarını sosyal medyada daha görünür kılmalıdır.

Bazı kültürel miras bölgeleri hakkında spesifik web sitelerinin hayata geçirilmiş olması çok değerlidir. Aydın'da https://www.aphrodisias.org; Nevşehir'de https://www.discovercappadocia.com; iyi uygulama örnekleri olarak değerlendirilebilir ancak dijital görünürlüğün tamamlanması bu web sitelerinin etkin sosyal medya kullanımı ile desteklenmesi ile mümkün olabilecektir. Göbeklitepe hakkında açılmış çeşitli sosyal medya sayfaları binlerce insan tarafından takip edilmektedir ancak bu sayfaların resmi kurum ve kuruluşlarla bağlantısı olmadığı anlaşılmaktadır. Konya, Bursa gibi illerin yerel yönetimlerinin YouTube üzerinde kentlerinin kültürel mirasını tanıtmaya yönelik içerikler paylaşmaları özellikle içerik türü olarak videonun popülerliliğinin büyük bir ivmeyle arttığı günümüzde önemli bir çalışma olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin Kültür Varlıkları Dairesi Başkanlığı'nı "İBB Miras" ismiyle markalaştırması ve yapılan çalışmaların çeşitli sosyal medya platformlarında düzenli olarak aktarılıyor olması önemli bir iyi uygulama örneği olarak değerlendirilmektedir.

Sosyal medya platformlarında düzenli olarak içerik paylaşıyor olmak da elbette bu mecraların doğru ve etkili kullanıldığının tek başına göstergesi olamaz. Bu

platformların her birinin kendilerine özgü teknik-tasarımsal gereklilikleri, etkileşim için doğru kullanım özellikleri bulunmaktadır. Dolayısıyla bu platformların ayrı ayrı doğru ve etkili kullanım düzeylerinin araştırılması, bu mecralarda verilen mesajların analiz edilmesi, gelişmeye açık yönlerin ortaya konması ve yurtdışı örneklerle karşılaştırmalı tartışmaların yapılması oldukça büyük bir veri ile çalışmayı gerektiren kapsamlı bir içerik analizi araştırmalarını gerekli kılmaktadır. Fakat web siteleri üzerine yapılan bu araştırmayı desteklemek amacıyla yapılan sosyal medya incelemesi göstermektedir ki; kültürel miras yönetiminin bir parçası olarak sosyal medyaya belediyeler tarafından gereken önem henüz verilmemektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanlığın geçmişinin yaşayan anıtları niteliğindeki kültür varlıklarını korumak ve sonraki nesillere aktarmak toplumun ortak sorumluluğudur. Kültürel mirasın yok oluşunun çoğu zaman telafisi mümkün olmamaktadır. Bu nedenle bu varlıkları korumak özel bir öneme sahiptir. Kültürel miras üzerine yapılan tartışmalar bu değerlerin toplumdan soyutlanarak korunamayacağını da ortaya koymaktadır. Geçmişten bugüne medeniyetlerin gelişim yolculuğunu gözler önüne seren kültür varlıkları toplumsal hafızanın en önemli kaynağı niteliğindedir. Kültürün doğrudan birer kaynağı niteliğindeki bu değerler bulundukları kentlere ve ülkelere değer katarlar. Bu değerlerden istifade edebilmek ancak kültür varlıklarını kent yaşamının ve toplumsal hayatın merkezine yerleştirerek korunmasını ve kullanılmasıyla mümkün olur. Günümüzde bu koruma ve istifade etme sürecinin gerçekleştirilmesi, çok paydaşlı bir yönetişim alanıdır. Uluslararası düzenleyici kurumlar, devletler, yerel yönetimler, sivil toplum ve vatandaşlar sürecin bileşenleridir. Kültürel zenginliğin sağladığı potansiyelden en iyi derece faydalanabilmek için tüm bu paydaşlar arasında eşgüdüm sağlamak ve kültürel miras yönetiminde başarı göstermek gereklidir.

Kültürel miras yönetimi sürecinde önde gelen paydaşlardan biri olan yerel yönetimler ise bu süreçte kendilerine özgü sorumluluklara sahip olmaktadırlar. Yönetişim söyleminin önemli bir ardılı olarak subsidiarite prensibinin güçlenmesi yakın gelecekte yerel yönetimlerin bu alandaki önemini koruyacağının ve hatta artıracağının önemli bir işareti olmaktadır. Anıtları, sitleri ve somut olmayan kültür varlıklarını kentlerin ruhundan uzak tutarak korumaya çalışma anlayışının bütünüyle terk edildiği, bunun yerine tarihi kentsel peyzaj anlayışının yerleştiği bir koruma paradigmasının geliştiği bir dönem yaşanmaktadır. Bu dönemde yüzünü kent kültürüne dönen; çalışmalarının merkezine kültürel mirası koyan ve ondan fayda sağlayan belediyelerin fark yaratacağını öngörmek mümkündür. Merkezden yönetim-yerinden yönetim ve yetki-sorumluluk dengesi bağlamında Türkiye'de konuyla ilgili hukuki mevzuatın karmaşık bir yapıya sahip olduğu ve ağırlığın merkezi yönetim üzerinde olduğu ifade edilebilir. Yetki ve sorumluluk alanlarının netleştirilmesi bağlamında oluşan karmaşık hukuki yapı; bütçeye dahil olan ek yük ve kaynağın aktarılması ile ilgili hukuki sorunlar kültürel miras yönetiminde belediyelerin bir adım

geride durmasına sebep olabilmektedir. Oysa gerek sürdürülebilir turizm anlayışının gelişmesi ve gerek peyzaj anlayışının uygulanması için belediyeler sürecin en önemli paydaşı konumundadır. Yerel yönetimlerin kentlerine ait kültür varlıklarını etkin bir biçimde tanıtması kültürü kent yaşamının merkezine alan çerçevede çalışmalar yürütmesi turizm ve ekonomik kalkınmaya sağlayacağı katkının yanında kültür aktarımı yaratarak toplumların yumuşak gücüne de katkı sağlama potansiyeline sahiptir.

Günümüz dünyasında pek çok diğer konuda da olduğu gibi; ülkeler, kentler ve farklı kültürler hakkında bilgi sağlayan birincil kaynak internettir. Bu nedenle kültürel miras yönetiminde rol alan tüm organizasyonların etkin ve çağdaş gereksinimlere uygun bir web içeriği sunabiliyor olmaları önemlidir. Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişiminde yakalanan büyük ivme bu hususta çağdaş gereksinimlerin neler olduğunun da her geçen gün değişmesine neden olmaktadır. Bu nedenle teknolojinin potansiyel gelişme yönünü takip etmek ve buna uygun hareket etmek kurumlar için ayrıca önemlidir. Bu bağlamda; web 1.0 döneminde kullanıcılar için dijital broşür niteliğinde web içeriği sunulurken; web 2.0 döneminde kullanıcılar, aktif olarak içerik üreten ve paylaşan roller üstlenmektedirler. Yakın gelecekte ise semantik web, sanal ve artırılmış gerçeklik, sanal dünyalar ve metaverse gibi teknolojiler web dünyasının gelişme gösterdiği yön olarak değerlendirilmektedir. Kültürün yerel elçileri olarak belediyelerin bu dönüşüm sürecine adaptasyonu çok önemlidir. Yerel yönetimlerin dijital dünyadan yansıttıkları kültürel kimlik, ülkemizin de kültürel kimliğini yansıtmada önemli bir araçtır. Türkiye'nin medeniyetlerin beşiği olarak ifade edilen, kültür varlıkları yönünden çok zengin bir coğrafya olması ve güçlü turizm potansiyeli konunun kritik önemini daha da belirginleştirmektedir.

Yaşanan pandemi süreci web teknolojisinin kullanım ve gelişiminde yeni ve hızlı değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Dünya genelinde bellek kurumlarının dijital envanter, dijital sergi gibi uygulamalar sunuyor olması kültürel mirasın dijitalleşmesinin önemli bir göstergesi olurken, pandemi kısıtlamaları adeta bir e-kültür furyası oluşturarak kültürel faaliyetlerin en azından bir dönem için neredeyse bütünüyle web'e taşınmasına neden olmuştur. Bireylerdeki bu değişim kurumları da harekete geçmeye zorlamaktadır. Kültürel mirasın dijital ortamlara aktarılması ve

dijital araçlarla tanıtımının yapılması hem turizm hem de kamu diplomasisi için potansiyel faydalar sağlayan bir alandır. Fakat bu potansiyele erişilebilmesi için gelişen teknolojinin taleplerine adaptasyonun gerçekleşmesi önkoşul olarak değerlendirilmektedir. Bu alandaki olgunluk seviyesinin tespit altına alınabilmesi sorunu, kültürel miras yönetiminden sorumlu kurumların dijital iletişim çerçevesinde faaliyetlerini inceleyen akademik araştırmalara olan ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır.

Çalışma kapsamında yerel yönetimlerin web siteleri araştırılmış; web sitelerinin temel nitelikleri, hangi kültür varlıkları hakkında ne kadar içerik sağladıkları, kültürel miras için dijital teknolojilerden ne düzeyde yararlanıldığı, web sitelerinin sunumu, kullanım kolaylığı ve bilgi mimarisi özellikleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. 29 web sitesine ait 700'den fazla web sayfasında 1000'den fazla kodlama yapılmış olup bu miktarda kodlamanın organize edilebilmesi ve araştırma sonuçlarının sistematik olarak değerlendirilebilmesi MAXQDA paket programının katkısı ile mümkün olmuştur. Araştırma sorularından yola çıkılarak bulgular değerlendirildiğinde yerel yönetimlerin kültürel mirasa ilişkin sunmuş oldukları web içeriklerinde en çok dini yapılara yer verdikleri anlaşılmaktadır. Dini yapıların sahip olduğu kutsallık onların koruma uygulamalarında ön planda olmasını sağlıyor olabilir. Ayrıca diğer taşınmaz kültür varlıklarına oranla bu yapıların daha yaygın olması daha çok veri elde edilmesini sağlayan bir unsur olabilir. Ancak tüm bu sayıltılara rağmen kültürel mirası koruma ve aktarma bilincinin yalnızca kutsallık atfedilen yapılarla sınırlı kalması miras üzerindeki bir tehdittir. Geçmişten devralınan tüm tarihi-kültürel eserlerin geleceğe aktarılması insanlığın ortak sorumluluğudur. Taşınmaz kültür varlıkları bağlamında yapılan incelemede savaşlardan kalan mirasın özellikle ihmal edildiği ya da bu alanda yapılan çalışmaların web yoluyla aktarılamadığı anlaşılmaktadır. Savaş coğrafyalarında yer alan tabya, istihkam, siper, korugan, şehitlik gibi yapıların korunması, restore edilmesi, dijital ortama aktarılması konularındaki çalışmalar yaygın değildir. Yine taşınmaz varlıklar olarak akropoller, nekropoller ve höyüklerle ilgili çok az kodlamanın yapılabilmiş olması yerel yönetimlerin bu türden kültür varlıklarına olan ilgisinin zayıf olduğunun değerlendirilmesine neden olmaktadır. Web içeriği ile ilgili bir diğer önemli bulgu yerel yönetimlerinin ilgisinin dini yapılar örneğinde de olduğu gibi çoğunlukla

taşınmaz kültür varlıkları üzerinde olmasıdır. Web içerikleri incelendiğinde en az rastlanan içerik taşınabilir kültür varlıklarına ilişkin içerikler olmuştur. Bu alan büyük ölçüde koleksiyonculuk ve müzecilik alanında faaliyet gösteren kamu ve özel kuruluşların faaliyetleri ile şekillenmekte, yerel yönetimlerin pasif roller üstlendiği anlaşılmaktadır. Taşınabilir kültür varlıklarının da kent kültürü ve turizmin bir parçası olarak dijital biçimde aktarılabilmesi için daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğu değerlendirilmektedir. Kavram olarak kültürel mirasın gelişimi ve uluslararası belgelerde ifade buluş şeklinin somut olmayan kültür varlıklarını da içerecek şekildeki gelişimine rağmen, koruma mevzuatındaki somut ve somut olmayan kültürel miras ayrımı, tarihi çevre koruma uygulamalarında fiziki koruma anlayışını öne çıkartmaktadır. Somut olmayan kültürel mirası kent kültürü ile harmanlamak için daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Yerel yönetimlerin kültürel kimliğe sağladıkları katkı özellikle web'deki çağdaş gelişmelerin bir gereği olarak; dijital sergiler, sanal müzecilik, sanal turlar, mobil uygulamalar, hikâye anlatımı, oyun ve oyunlaştırma konuları bağlamında incelenmiştir. Batıda bu alandaki çalışmalar her geçen gün çeşitlenir ve güçlenirken Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın etkin bir biçimde dijitalleştirme uygulamalarına öncülük ettiği anlaşılmaktadır. Fakat bu merkezi çalışmaların kılcal damarlara yansıması gelişmeye açık bir yön olarak değerlendirilmektedir. Anadolu Medeniyetleri Müzesi gibi pek çok değerli bellek kurumunun kendisine ait bir web sitesinin ve sosyal medya hesaplarının olmadığı görülmektedir. Benzer gelişmeye açık alanlar yerel yönetimlerin sorumluluk alanlarında da gözlemlenmektedir. Özellikle, belediyelerin ancak küçük bir bölümünün kent ve kentin kültürel mirasının tanıtımı amacıyla web tabanlı üç boyutlu gezinti çalışmalarına ilgi gösterdiği gözlemlenmektedir. Çeşitli belediyelerin geliştirmiş oldukları mobil uygulamalarda kent kültürü ve miras hakkında da içerik sağladıkları görülmüş olsa da bu alanda da faaliyetlerin artırılmasına olan ihtiyaç açıktır. Dijital oyunların kültürel mirasın tanıtımına katkısı ve özellikle çocuk hedef kitleler nezdinde eğitim bağlamında kullanılmasına ilişkin literatür her geçen gün gelişmektedir. Buna karşın yerel yönetimlerin bu alanda faaliyet göstermedikleri anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında yerel yönetimlerin web siteleri bilgi mimarisi, sunum ve kullanışlılık yönleriyle incelenmiştir. Organizasyonların dijital dünyadaki yansımaları olan web siteleri hedef kitleler içerisinde yer alan kullanıcı gruplarının ihtiyaçlarını en hızlı, etkili ve doğru biçimde karşıladığı derecede başarılıdır. Kültür varlıkları toplumsal düzeyde koruma bilinci gerektirdiğinden ve turizme dönüşme potansiyeli yüksek olduğundan web ortamında bu alanda sunulan bilgilerin niteliği önemlidir. Sunulan deneyim bakımından da günümüzde internet kullanıcıları; açık, anlaşılır, kullanışlı, pratik web siteleri kullanmak istemektedirler. Bu husus kurumlar için temel bir yeterlilik halini almıştır. Bu nedenle araştırma kapsamında incelenen web sitesi özellerinden biri bilgi mimarisi olmuştur. Bu bağlamda; incelenen yerel yönetim web sitelerinin küçük bir bölümünün düzgün sıralanmış ve çalışır menü başlıkları sunmakta ve sosyal medya hesaplarına bağlantı vermekte başarılı olamadığı gözlemlenmiştir. Yine turizme yönelik olarak hazırlanmış web sitelerinin bir bölümünde herhangi bir resmi ofise ait iletişim bilgisi sağlanmamış olması önemli bir eksikliktir. Web sitelerinin kolay ulaşılabilirliği arama motoru optimizasyonu ile yakından ilgilidir. Bu süreci destekleyen bir unsur olarak anahtar kelime kullanımı belediye web sitelerinde yaygınlaşmamıştır. Arama motoru optimizasyonuna katkı sağlayan ve kullanıcıları destekleyen bir başka unsur olarak "Sıkça Sorulan Sorular" bölümüne pek çok yerel yönetim web sitesinde rastlanmamaktadır. Benzer bir sorun sitelerin pek çoğunun site haritası olmamasıdır. SEO çalışmalarının etkin yapılamaması belediyeler tarafından hazırlanan kültür ve turizm odaklı web sitelerinin Google aramalarında; seyahat acentalarının web siteleri ve bireysel bloglar gibi pek çok içeriğin arasında görünürlüğünün düşük olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla şehir ve kültür hakkında resmi kanaldan sunulan bilgiler zaman zaman kullanıcıya ulaşmayabilmektedir. Günümüzde web sitelerini pasif birer dijital broşür olmaktan ayıran en önemli unsurlar web 2.0 araçlarıdır. Etkileşime olanak sağlayan ve birer popüler kültür ürünü olarak hedef kitlelere ulaşan bloglar, vloglar, podcast içerikleri ve sosyal medya kullanımı bu nedenle kritik öneme sahiptir. Bu mecraları oldukça etkili kullanan yerel yönetimlerin bulunduğu gözlemlenmiş olmasına karşın yaygınlık seviyesi düşüktür. Ayrıca araştırma kapsamında sosyal medya içeriklerine yönelik ek bir inceleme yapılmış belediyelerin sosyal medyada paylaştıkları içeriklerin kültür varlıklarıyla ilintisinin oldukça az olduğu gözlemlenmiştir. Araştırma kapsamında

incelenen bir diğer konu web sitelerinin hangilerinin, hangi yabancı dillerde içerik sağladığıdır. Belediye web siteleri kentlerin dijital dünyadaki yüzü olarak uluslararası hedef kitleler için başat bir bilgi kaynağıdır. Bu husus hem turizm hem de kamu diplomasisi için ayrı ayrı büyük öneme sahiptir. Araştırmada elde edilen bulgular incelenen web sitelerinin üçte birinin Türkçe dışında içerik sunmadığını göstermektedir. Yabancı dilde içerik sunan pek çok sitenin içeriği de İngilizce ile sınırlı kalmaktadır. Araştırmada web sitelerinin görsel içerikleri ve bunların nitelikleri de mercek altına alınmıştır. Sunumları itibariyle web sitelerinde bir sorun gözlemlenmezken video içeriğinin yeterince sağlanmadığı değerlendirilmektedir. İnternet içeriğinde video hakimiyetinin geçmiş yıllara oranla artış göstermiş olması ve beklentilerin bu artışın süreceği yönünde olması kurumların daha fazla video içeriği üreterek paylaşmaları gerektiğinin açık bir göstergesidir. Web sitelerinin hem akıllı telefon veya tablet gibi mobil cihazlardan hem de bilgisayarlardan kullanım için uyumlu olması olmazsa olmaz bir çağdaş gereksinimdir. Bazı web sitelerinde bu alanda da sorunların mevcut olduğu gözlemlenmektedir.

Kamuya Öneriler

- Yerel yönetimlerin kentlerdeki kültürel mirası yönetmekle ilgili ödevlerinin fiziki korumayla sınırlandırılamayacağı açıktır. Toplumda farkındalık oluşturma, kamu diplomasisi ve turizm için stratejik iletişim yönetimi çalışmalarına kültürel miras dahil edilmelidir. Yerel yönetimler kurumsal örgütlenme biçimlerini ve departman yapılarını buna göre organize etmeli mirastan sorumlu birimlerde mutlaka iletişimciler bulunmalı veya danışmanlık alınmalıdır.
- Mevzuatın yerel yönetimlere sağladığı yetki ve sorumluluklar fiziksel koruma odaklı olduğundan yerel yönetimler de çalışmaları taşınmaz kültür varlıkları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Somut olmayan kültürel mirastan faydalanmak için dijital iletişim çalışmaları yaygınlaştırılmalıdır.
- Taşınır kültür varlıkları için koleksiyonculuk ve müzecilik faaliyetlerinin yerel yönetimlerce de yapılması ve buna bağlı olarak bu alanlarda da dijital görünürlüğün artması için mali teşviklerin gerekli olduğu değerlendirilmektedir.

- UNESCO'nun Dünya Mirası ve SOKÜM listelerine kültür varlıklarını dahil ettirebilmek kentler için hayati öneme sahip olsa da çalışmaların odağına bu hedefi almak verimsiz olabilecektir. Keza listelerdeki Avrupa Birliği ağırlığı dikkat çekmektedir. Dolayısıyla kentlerin uluslararası kültür kurumlarında aktif olmaları, kamu diplomasisi ve dijital diplomasi çalışmalarına ağırlık vermeleri gerekmektedir.
- Harp sahalarında yer alan kalıntıların manevi değerine uygun olarak korunarak kültür turizmine kazandırılması gerekmektedir. Çanakkale, Edirne gibi kentler bu konuda iyi uygulama örnekleri sunmaktadır. Yerel yönetimler buralarda oluşan tecrübeden faydalanmalıdır.
- Antik kentler ve höyükler gibi oluşumların dijital görünürlüğünün çok az olduğu görülmektedir. Oysaki Türkiye bu türden kültürel sahalar bakımından çok zengin bir coğrafyadır. Bu unsurların kent kültürüne ve turizme sağlayacağı katkıdan istifade etmek için yerel yönetimlerin dijital iletişim çalışmalarına daha çok başvurması gerekmektedir. Ayrıca ülkemizde bu yapıların değeri ve önemi ilgili farkındalık seviyesinin düşük olması bu türden yapılara zarar verilmesine neden olmaktadır. Bu nedenle belediyeler farkındalık yaratmak amacıyla da dijital mecralarda yayın yapabilirler.
- Toplumsal farkındalığı artırmanın önemli bir yolu da çocuklara bu konuda eğitmekten geçmektedir. Genç kuşakta kültürel miras farkındalığı oluşturmak amacıyla dijital oyunlar ve dijital hikâye anlatımı tekniklerinden faydalanılmalıdır.
- Turizme yönelik ayrı bir web sitesi işletmeyen yerel yönetimlerin ya bu siteleri acilen hayata geçirmesi ya da mevcut belediye web sitelerinde turizme yönelik içeriklere yer vermesi gerekir.
- Yerel yönetimler web sitelerinin teknik sorunlarını gidermeli, arama motoru optimizasyonu ile ilgili sorun yaşamamalı, güncel içerik sunmalı ve dijital mecraları aktif olarak kullanmalıdır. Bunların yapılabilmesi için profesyonel dijital iletişim ajanları ile çalışılmalı ya da kurum içi yapılanmalarla bu faaliyetler sürdürülmelidir.
- İnternetin yakın geleceğine ilişkin beklentiler sanal gerçeklik çevresinde yoğunlaşmaktadır. Yerel yönetimlerin kentlerindeki kültürel alanları sanal

olarak deneyimlemeye imkân veren faaliyetleri yaygınlaştırmaları bu kentlerin popülerliğine ve turizm potansiyeline katkılar sağlayacaktır.

- Kültürel miras için dijital iletişim yönetiminden faydalanılabilmesi bu konuda yetişmiş insan kaynağının mevcuduna ve başarısına bağlıdır. Bu nedenle yükseköğretim kuruluşlarının müfredatlarının bu ihtiyaca cevap verebilecek şekilde düzenlenmesi gerekir.

Araştırmacılara Öneriler

- Kültür varlıkları ile ilgili farkındalık yaratmak ve bu varlıklardan kamu diplomasisi ve turizm amaçlarıyla faydalanabilmek için web siteleri kadar önemli olan bir alan da sosyal medya platformlarıdır. Yerel yönetimlerin sosyal medyada sağladığı içeriklerin analiz edilerek bu alandaki eksikliklerin ortaya konmasına olan ihtiyaç günceldir.
- Bu araştırmanın bir diğer sınırlılığı il belediyeleri ile ilgili olmasından kaynaklanmaktadır. Tüm sorunların ve iyi uygulamaların anlaşılabilmesi için ilçe belediyelerini içeren araştırmaların da yapılması gerekmektedir.
- Hikâye anlatımına dayanan oyun ve oyunlaştırma yaklaşımının kullanıcılar üzerindeki etkileri ve bu uygulamaların yerel yönetimlerce kullanımını ele alan araştırmaların yapılmasına ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır.
- Kültürel mirasın dijitalleşmesi ve dijital diplomasi gibi konulara yönelik araştırmalar için; AB projeleri gibi uluslararası fonlar yaygındır. Üniversiteler araştırmacıları bu alanda daha çok proje üretmeye ve dış kaynaklı fonlardan faydalanmaya teşvik etmelidir. Uluslararası iş birliği ile gerçekleşen projeler deneyim aktarımı için de olanaklar sunacaktır.
- Dünyadaki eğilim göz önünde bulundurulacak olursa; üniversitelerde, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma faaliyetlerini kültür ve kent kültürü bağlamında ele alan çalışmalar yapan, kültürel mirası bu vizyon çerçevesinde ele alan, yerel yönetimlerle bu bağlamda iş birliği yapan araştırma merkezlerinin kurulması kurumlara ve ülkeye önemli kazanımlar sağlama potansiyeline sahiptir.

Türkiye, pek çok kadim medeniyetin kesişim noktası olan çok özel bir coğrafyada bulunuyor olmasından ötürü kültürel miras yönünden çok zengin bir ülkedir. Söz konusu kültürel miras çeşitliliği, bu alanda yapılacak işlerin oldukça fazla olmasına neden olmaktadır. Hem koruma hem de tanıtma için sorunların yaygın olduğu gözlemlenmektedir. Bilgi çağının en belirgin özelliği; artık bilgi ve deneyim elde etmek için fiziksel kısıtların giderek ortadan kalkmasıdır. Bu nedenle kültürel mirasla ilgili mevcut potansiyelden en iyi şekilde faydalanmak için, sürecin paydaşı olan tüm kurumlar gibi yerel yönetimler de dijital dünyaya mesafesiz olmalı ve web ortamındaki çalışmalarını geliştirmelidir.

KAYNAKÇA

Arts & Culture: About. 19 11 2020. <https://about.artsandculture.google.com/>

Ahunbay, Zeynep: «Birinci Derece Anıtlarda Değerlendirme ve Restorasyon Sorunları.» Arredamento Dekorasyon (1992).

Akçaova, Ali ve Rabia Köse Doğan: «Dijital Çağda Müzecilik Anlayişina Yenilikçi Yaklaşimlar.» International Design and Art Journal 2.1 (2020): 67-79.

Akgül, Yakup: «Web Content Accesibility of Municipal Web Sites in Turkey.» Proceedings of the 15th European Conference on eGovernment . ECEG, 2015. 1-8.

Aksoy, Asu ve Zeynep Enlil: «Kültürel Miras Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar.» Aksoy, Asu ve Denüz Ünsal. Kültürel Miras Yönetimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2012.

Aktel, Mehmet: «İl Belediye Web Sitelerinin İşlevselliği Üzerine Bir Araştırma.» Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 14, Sayı 2 (2009): 223-240.

Akyol, Onur: Yeni İletişim Teknolojileri. İstanbul Üniversitesi, 2020.

Alat, Bilal: «Türkiye'de İl Belediye Web Sitelerinin İşlevselliği Üzerine Bir Araştırma.» Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt: 28, Sayı: 1, (2018): 93-114.

Alexander, Bryan: The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media. ABC-CLIO, 2011.

Alikılıç, Özlem Aşman: Halkla İlişkiler 2.0: Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar, Yeni Teknikler. Ankara: Efil Yayınevi, 2011.

Alpaslan, İrem: UNESCO Sürdürülebilir Kalkınma ve Kültür: SOKÜM Örneği. Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, 2015.

Altunay, Alper: «Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya: Görüntü Yüzeyi.» Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 27 (2012): 33-44.

American Marketing Association: Definitions of Marketing. 1 12 2020. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>

Anderson, Robert GW: «To thrive or survive? The state and status of research in museums.» Museum Management and Curatorship 20.4 (2005): 297-311.

Anholt, Simon: «Brand new justice: how branding places and products can help the developing world.» Routledge (2005).

Arjo, Klamer: «The values of cultural heritage.» Rizzo, Ilde. Handbook on the Economics of Culture Heritage. Northampton: Edward Elgar Publishing , 2013. 421-437

Armstrong, Gary M. , ve diğerleri.: Marketing: An Introduction. Pearson Education, 2009.

Aron, Raymond: Sosyolojik Düşüncenin Evreleri, (Çev. Kormaz Alemdar). Ankara: Bilgi Yayınevi, 1989.

Aslan, Recep: «Uluslararası Rekabette Yeni İmkanlar Artırılmış Gerçeklik ve Hologram.» Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi Ayrıntı Sayı 49 (2017): 21-26.

Ayrancı, İrem: Koruma Alanlarının Yönetimi ve Yönetim Planı Sürecinin Değerlendirilmesi. İstanbul Teknik Üniversitesi, 2007.

Aysu, Gözdem: Kültürel Mirasın Korunması Sürecinin Yönetiminde Stratejik İletişim Yönetiminin Yeri. İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2013.

Baines, Paul, Chris Fill ve Sara Rosengren: Marketing. Oxford University Press, 2017.

Barker, Melissa S.: «Social Media Marketing: A Strategic Approach.» Cengage Learning (2013).

Barutçu, Süleyman ve Melda Tomaş: «Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlamasi ve Sosyal Medya Pazarlamasi Etkinliğinin Ölçümü.» İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi 4.1 (2013): 5-23.

Basaraba, Nicole, ve diğerleri: «Transmedia Storytelling and Cultural Heritage Tourism.» Transmedia Earth Conference.2019. 11-26.

Basmacı, Devra: Kültürel mirasın korunmasında yerel yönetimlerin rolü: Beyoğlu Belediyesi örneği. İstanbul Aydın Üniversitesi, 2017.

Bass, Gary J.: «The Last Utopia: Human Rights in History.» The New Republic 20 10 2010.

Başfırıncı, Çiğdem Şahin: «Bir Pazarlama İletişim Medyası Olarak Web Ortamında İçerik Analizi Yapmanın Güçlükleri ve Olası Çözüm Önerileri.» Yönetim, Vol:61 (2008): 52-71.

Başlar, Gülşah: «Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm.» XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri. Antalya: Akademik Bilişim 2013, 2013.

Bat, Mikail ve Akan Yanık: Yeni Medyanin Dijital Toplumu Sosyal Medya & Ödüllü Kampanyalar. Iksad, 2020.

Baudrillard, Jean: Simülakrlar ve simülasyon. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2010.

Belch, George E. ve Michael A. Belch.: Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective. The McGraw - Hill, 2003.

Benjamin, Walter: The work of art in the age of mechanical reproduction. Penguin UK, 2008.

Bennoune, Karima: «Cultural heritage is a human rights issue.» 20 2 2020. UNESCO. <https://en.unesco

Berger, Arthur Asa: Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi , 1996.

Biörnstad, Margareta: «Archaeological Heritage in the Modern World.» (ed.), H.F. Cleere

Birleşmiş Milletler: The 2030 Agenda for Sustainable Development. 15 1 2020. <https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs>

Bitirim Okmeydan, Selin: «Kurumsal Halkla İlişkiler Aracı Olarak Bloglar: Türkiye'deki Bankaların Bloglarına Yönelik Bir

İnceleme.» Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 23 (2),. (2020): 443-459.

Bjola, Corneliu ve Marcus Holmes: Digital diplomacy: Theory and practice. Routledge, 2015.

Blake, Janet: «On Defining the Cultural Heritage.» International & Comparative Law Quarterly (2008): Cambridge University Press.

Bloomberg, Jason: Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them At Your Peril. 09 07 2020. <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/?sh=5c9b6a372f2c>

Bolter, J. David ve Richard A. Grusin.: «Remediation.» Configurations 4.3 (1996): 311-358

Boyraz, Burak: «Müze Teknolojileri ve Sergileme Farklılıkları.» İdil 2.8 (2013): 113-128.

Bozloğan, Recep: «Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arkaplanı.» Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi 50 (2010): 1011-1028.

Boztepe, Hatun: «Kamu Yönetiminde Vatandaş Katılımı ve Şeffaflığın Sağlanmasında Dijital İletişim Uygulamalarının Rolü.» Amme İdaresi Dergisi, 52.1 (2019).

Boztepe, Hatun: «Halkla İlişkilerin Kurum ile Hedef Kitle Arasında İlişki Oluşturma Amacı ve Kurumsal Web Sayfalarının Diyalojik Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanımı.» Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (20), (2013): 86-104.

Briciu, Victor-Alexandru: «Differences between place branding and destination branding for local brand strategy development.» Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series VII: Social Sciences and Law 1 (2013).

Bruner, Jerome: «The narrative construction of reality.» Critical Inquiry, 18(1) (1991): 1-21.

Bullock, Allison: «Preservation of digital information: Issues and current status.» 1999. Network Notes, National Library of Canada. <http://epe.lac-bac

Castells, Manuel: Ağ Toplumunun Yükselişi – Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Çev.: Ebru Kılıç. Bilgi Üniversitesi, 1996.

Chaffey, Dave ve Fiona Ellis-Chadwick: «Digital Marketing Strategy.» Digital Marketing. Pearson, 2019.

Cohen, Jacob: «A coefficient of agreement for nominal scales.» Educational and Psychological Measurement Vol.20 (1960): 37-46.

Constantinides, Efthymios ve Stefan J. Fountain: «Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues.» Journal of direct, data and digital marketing practice 9.3 (2008): 231-244

Coşkun, Cumhur: «Bir Sergileme Yöntemi Olarak Artırılmış Gerçeklik.» Sanat ve Tasarım Dergisi (2017): 61-75.

Coşkun, Münevver: «Son Dönemlerde Çıkartılan Çıkartılan Yasalar Çerçevesinde Türkiye'de Doğal, Tarihi ve Kültürel

Değerlerin Korunmasında Yerel Yönetimlerin Değişen Rolleri.» Planlama 2005: 42-49.

Crotty, Michael: Introduction: The research process. The foundations of social research: Meaning and perspective in the research process. Sage, 1998.

Cull, Nicholas J: «The cold war and the United States information agency: American propaganda and public diplomacy, 1945–1989.» Naval War College Review 62.2 (2009).

Çal, Halit: «Osmanlı Devletinde Asar-ı Atika Nizamnameleri.» Vakıflar Dergisi, 26 1997: 391-400.

Çamur, Derya ve Songül A. Vaizoğlu. «Çevreye İlişkin Önemli Toplantı ve Belgeler .» TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni, 6 (4) (2007): 297-305.

Çeçen, Anıl: İnsan Hakları. Ankara: Gündoğan Yayınları, 1995.

ÇEKÜL: Hakkımızda. 16 07 2020. <https://www.cekulvakfi.org

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı: Tarihçe. 11 07 2020. <https://csb.gov.tr/tarihcemiz-i-7012>

Çınarlı, İnci: Stratejik iletişim yönetimi. Beta Basım Yayım, 2009.

Çınarlı, İnci: «Stratejik iletişim yönetimi bağlamında paydaş kuramı'nın eleştirel bir değerlendirmesi.» İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (2014): 23-36.

Çokişler, Elvan,: «Silahlı Çatışmalar Sırasında Kültürel Malların Korunması Rejimi: Tarihsel Gelişimin Analizi.» Uluslararası İlişkiler (2019): 55-74.

Darvill, Timothy: «Value systems in archeology.» Managing archaeology.1995.

Deniz, Melike: Müze sergileme mekanlarında güncel gösterim teknikleri ile mimari tasarım ilişkisi üzerine bir inceleme. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, 2008.

Deuze, Mark: «Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture.» The Information Society, 22:2 (2006): 63-75.

Diaz, María Guadalupe Alvarez, Marcus Toftedahl ve Torbjörn Svensson : «The mystery of Elin. Incorporating a city cultural program on history and heritage into a pervasive game.» Proceedings of the 2014 Conference on Interactive Entertainment.2014

Dinçer, İclal: «Türkiye'de 1980 Sonrası Yapısal Dönüşümün Mekânsal İzlerine Bir Örnek: Yenileme Alanları.» Mimarlık (2010): 24-27.

Dominguez, Virginia R: «The marketing of heritage.» American Ethnologist (1986): 546-555.

Durkheim, Emile: "The division of labor. New York , 1933.

Durmuş, Alpaslan: «Web 2.0 Araçları ve Eğitsel Uygulamalar .» Akkoyunlu, Buket, Aytekin İşman ve Hatice Ferhan Odabaşı. Eğitim Teknolojileri Okumaları . TOJET & Sakarya Üniversitesi, 2015

Durmuş, Suna ve Kürşat, Cağıltay: «Kamu Kurumu Web Siteleri ve Kullanılabilirlik "E-devlet".» Kamu yonetimi ve teknoloji iliskisinde guncel gelismeler (2012): 293-322.

Elia, Ricardo J: «International Conventions Pertaining to Heritage Policy: Introduction.» Smith, Claire. Encyclopedia of Global Archaeology. . New York: Springer, 2014

Ellis, Mike: «The Best Social Media Campaigns From the Cultural Sector.» Eventbrite 01 06 2021.

Elmer, Paul: «Public relations and storytelling.» Public Relations, Society & Culture (2011): 59-72.

Emre, Gülder: Kültürel mirasın korunması. İstanbul Üniversitesi, 2017.

English Heritage: Our History. 1 07 2020. <https://www.english-heritage.org

Erder, Cevat: Tarihi Çevre Kaygısı. Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi Basım İşliği, 1971.

Eryazıcıoğlu, rdem ve Hüseyin Cengiz: «İnsan Hakları Odaklı Bir Kültürel Miras Sistemi İçin Değerlendirme Modeli.» Megaron 13(4) (2018): 636-650.

Europa Nostra: European Cultural Heritage Green Paper.2021. <https://www.europanostra.org/our-work/policy/european-cultural-heritage-green-paper/>

Europeana: 21 11 2020. <https://www.europeana.eu/en/about-us>.

Evans, Chris, Julian Issa ve Simon Forrest: «The Sustainable Future of Video Entertainment.» 2020.

Evans, Dave ve Susan Bratton: Social Media Marketing: An Hour a Day. Wiley, 2010.

Fabian, Claudia: «Cultural Heritage in the Digital World: From the Treasure House to Global Traveller.» International Congress on Management of Cultural Heritage and Cultural Memory Institutions.2014. 14-22.

Fáilte Ireland: Tourism Facts. Dublin, 2018.

Fairclough, Graham: «The Long Chain: Archeology, historical landscape charakterization and time depth in landscpe.» Heritage Reader. London: Routledge, 2008.

Fiankan-Bokonga, Catherine: «Historic resolution to protect cultural heritage.» 20 4 2020. UNESCO.org. <https://en

Floch, Jacqueline ve Shanshan Jiang: «One Place, Many Stories: Digital Storytelling for Cultural Heritage Discovery in the Landscape.» Digital Heritage. Vol.2 (2015): 503-510.

Forces, Austrian Armed: «Protection of cultural heritage.» ÖFFENTLICHE SICHERHEIT 2011.

Foster, Hall: Tasarım ve Suç. İstanbul: İletişim, 2004.

Freund, Julien: Weber Zamanında Alman Sosyolojisi, (Çev. Mete Tunçay ve Aydın Uğur). Ankara: V Yayınları, 1990.

Gaitan, Mar: «Culture Heritage and Social Media.» e-dialogos Annual digital journal on research in Conservation and Cultural Heritage (2014): 38-45.

Gambarato,Renira Rampazzo: «Transmedia project design: Theoretical and analytical considerations.» Baltic Screen Media Review (2013): 80-100.

Gartner, IT: «Gartner IT glossary.» Technology Research, 2013.

Gençkaya, Ömer Faruk ve Erdem Ünal Demirci: «Türkiye'de Kültür Politikasının Kurumsallaşma Sürecine Genel Bakış.» Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi Sayı: 2 (2018): 58-70.

Gere, Charlie: Dijital Kültür. Salon Yayınları, 2008.

Getting, Brian: «Basic Definitions: Web 1.0, Web.2.0, Web 3.0

Giddens, Anthony: Siyaset, Sosyoloji ve Toplumsal Teori. İstanbul: Metis, 2000.

Goldkind, Lauri, Lea Wolf ve Paul P: Freddolino. Digital Social Work: Tools for Practice with Individuals, Organizations, and Communities. Oxford University Press, 2018.

Google Arts & Culture - Reception: 21 11 2020. <https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Arts_%26_Culture>.

Góral, Anna: Heritage 2014. «Cultural heritage in the cobweb of meanings.» Proceedings of the 4th International Conference on Heritage and Sustainable Development. Barcelos: Green Lines Institute, 2014.

Gökalp, Ziya: Hars ve medeniyet. Toker Yayınları, 1995.

Gökçe, Orhan: Klasik ve Nitel İçerik Analizi. Konya: Çizgi Kitabevi, 2019.

Gray, Jeff ve Bernhard Rumpe: «Models for digitalization.» Softw Syst Model (2015): 1319-1320.

Guba, Egon G: «Criteria for assessing the trustworthiness of naturalistic inquiries.» ECTJ, Vol 29 (1981): 75-91.

Guliyeva, Dilbar ve Ziyad Guliyev: «Transmedya Hikayeciliği Bağlamında Kültürel Miras Yapıtlarının İnşa Ettiği İmaj Analizi: Kız Kulesi Örneği.» Al-Farabi International Journal on Social Sciences (2021): 96-108.

Güçdemir, Yeşim: Sanal Ortamda İletişim: Bir Halkla İlişkiler Perspektifi. İstanbul: Derin Yayınları, 2015.

Güler, Mahmut ve Yaşagül Ekinci: «Tarihi çevre korumanın yönetsel boyutu ve alan yönetimi.» Çağdaş Yerel Yönetimler 19-3 (2010): 1-24.

Gültekin, Nevin Turgut ve Mehmet Uysal: «Kültürel Miras Bilinci, Farkındalık ve Katılım: Taşkale Köyü Örneği.» OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi (2018).

Gürçayır, Selcan: «Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi Üzerine Eleştirel Bir Okuma.» Millî Folklor, Sayı 92 (2011).

Gürsu, Işılay: «If You Do Not Visit, We Will Take It Away: An Analysis of a Communication Campaign for Italian Cultural Heritage .» Anthropological Quarterly, Vol.88.2 (2015): 509–532 .

Güven, Zeynep: « Toplumbilimsel Bir Olgu Olarak Kültür.» Ergür, Ali ve Emre Gökalp. Kültür Sosyolojisi . Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2011.

Güvenç, Bozkurt: Kültür ve Eğitim: (Derlemeler) Vol.2. Gündoğan Yayınları, 1995.

Hall, Stuart: «Cultural Studies: Two Paradigms.» Culture, Ideology and Social Process. Londra: Open University Press, 1981. 19-39.

Hall, Stuart: «Whose Heritage Unsettling 'the heritage' re-imageining the postnation.» Fairclough, Ed. Graham. Heritage Reader. London: Routlege, 2008

Harwood, Tracy G. ve Tony. Garry: «An overview of content analysis. .» The marketing review (2003): 479-498

Heritage, The Creative Cooperation in Cultural: «Heritage values, creative and socio-economic uses.» 10 5 2020. The Creative Cooperation in Cultural Heritage Toolkit. <https://creativech-toolkit.salzburgresearch

Hobsbawm, Eric ve Terence Ranger: The invention of tradition. Cambridge University Press, 2012.

Hoffman, Donna L. ve Thomas P. Novak. «A New Marketing Paradigm for Electronic Commerce» The Information Society, 13:1, (1997): 43-54.

Holden, John ve Chris Tryhorn: « Influence and attraction: Culture and the race for soft power in the 21st century.» ritish Council, (2013).

Hoppen, Anne ve Lorraine & Fyall, Alan Brown: «Literary tourism: Opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations ?» Journal of Destination Marketing & Management (2014): 37-47.

Hughes, Lorna M: Digitizing Collections: Strategic Issues for the Information Manager. Facet Publishing, 2004.

ICCROM: Definition of Culture Heritage: references to documents in history. Roma: International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property, 1990.

ICOMOS: «The Burra Charter: The Australia ICOMOS Charter for Places of Cultural Significance.» The Burra Charter.2013.

Venedik Tüzüğü: Uluslararası Anıtlar ve Sitlerin Korunması ve Restorasyonu Anlaşması. International Council on Monuments and Sites, 1964.

Jenkins, Henry: «Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus.» Continuum, 24 (2010): 943-958.

Kachru, Upendra: Strategic Management: Concepts and Cases. Excel Books, 2009.

Kaderli, Leyla: «Kültürel Miras Koruma Yaklaşımlarının Tarihsel Gelişimi .» TUBA-KED 12 (2014): 29-41.

Kanar, Evin ve Hatun Boztepe: «Kamusal Halkla İlişkiler ve Dijital İletişim Uygulamaları: İstanbul İlçe Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma.» İletişim ve Diplomasi, 5 (2021): 3-24.

Kanlı, Bakır: «Kültürel Mirasın Korunması ve Sürdürülebilirlik Arasındaki Paradoks.» 8 Kasım Dünya Şehircilik Günü 38. Kolokyumu. Ankara: TMMOB Şehir Plancıları Odası, 2015. 359-376

Kapan, Kaan ve Rümeysa Üncel: «Gelişen Web Teknolojilerinin (Web 1.0- Web 2.0- Web 3.0) Türkiye Turizmine Etkisi .» Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi (2020): 276-289

Kaplan, Andreas ve Michael Haenlein.: «Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media.» Business Horizons (2010): 59—68.

Karabıyık, Nevin: Kültür Pazarlaması: İstanbul'daki Kültür Miraslarının Algılanan Hizmet Kalitesinin, Destinasyon İmaj Türlerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.

Karadoğan Doruk, Ece: Sosyal Sermaye. İstanbul: Derin Yayınları, 2009.

Karagöz, Deniz: «Kültürel Miras Yönetiminde İletişim.» Uçkan, Bedia Yelda. Kültürel Miras Yönetimi . Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2019. 131-150

Karakul, Özlem ve Tuna Yıldız: Kültürel Mirasın Korunmasında Yerel Yönetimlerin Rolü. İstanbul: UCLG-MEWA, 2020.

Karaman, Abdullah: Yerel Turistik Değerler. Eğitim Yayınevi, 2017.

Karataş, Serçin: «Öğretim Amaçlı Web Sayfası Tasarımında Renk Kullanımı.» G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt 23, Sayı 2 (2003): 139-148.

Karataş, Tuğçe: Bir sanal sergiyi harika yapan nedir? 12 11 2020. <https://www.unlimitedrag.com/post/bir-sanal-sergiyi-harika-yapan-nedir>.

Kartal, Nurullah Zafer: Dijital Diplomasinin Bir İdeolojik Aygit Olarak Küresel Halkla İlişkilerde Kullanımı: Abd, Rusya Ve Çin'in Türkiye'deki Uygulamalarına Bir Bakış. Süleyman Demirel Üniversitesi, 2021.

Kassarjian, Harold H: «Content analysis in consumer research.» Journal of consumer research (1977): 8-18.

Kazancı, Metin: Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler. Ankara: Turhan Kitapevi, 2001.

Keleş, Ruşen: Kentbilim Terimleri Sözlüğü. İmge Kitabevi Yayınları, 1998.

Keleş, Ruşen ve Can Hamamcı: Çevrebilim. Ankara: İmge Kitabevi, 2002.

Kent Konseyi: Kent Konseyi Nedir ? 02 12 2021. <https://istanbulkentkonseyi.org.tr/kent-konseyi-nedir/>.

Kent, Michael L: «The power of storytelling in public relations: Introducing the 20 master plots.» Public Relations Review 41.4 (2015): 480-489.

Kilburn, David: «The Value of Heritage: The Problem in South Korea.» 7 5 2020. kahoidong.com, a heritage protection organisation in Seoul. <http://www

Koruma Kurulları: Koruma Bölge Kurullarının Görevi ve Oluşumu. 10 07 2020. <https://korumakurullari.ktb.gov

Kotler, Neil G., Philip Kotler ve Wendy I. Kotler.: Museum marketing and strategy: designing missions, building audiences, generating revenue and resources. John Wiley & Sons, 2008.

Kotsopoulos, Konstantinos I., ve diğerleri. : «An authoring platform for developing smart apps which elevate cultural heritage experiences: A system dynamics approach in gamifcation .» Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing (2019).

Krauss, Rosalind E: «Postmodernism's Museum Without Walls.» 15 12 2020. <https://thecomposingrooms.com/research/reading/2013/26229950-Krauss-Rosalind-Posmodernisms-Museum-Without-Walls.pdf>

Krippendorff, Klaus: Content Analysis:An Introduction to Its Methodology. Sage Publications., 2004.

Kroeber, Alfred Louis ve Clyde Kluckhohn: Culture: A critical review of concepts and definitions. Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard University, 1952.

KUMID: Biz Kimiz. 17 07 2020. <http://kumid.net/hakkimizda/biz-kimiz>.

Kuşçuoğlu, Gizem Öksüz ve Murat Taş: «Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi.» Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç Akademi Dergisi 2 (1) (2017): 58-67.

Küçükerdoğan, Rengin ve Nilüfer Sarı: «Reklam İletişiminde Strateji Yaratımı.» stanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (2012): 421-429.

Küçüksüleymanoğlu, Rüyam: «Stratejik Planlama Süreci.» Kastamonu Education Journal (2008): 403-412.

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü: Tarihçe. 06 07 2020. <https://kvmgm.ktb.gov

Kültür ve Turizm Bakanlığı: Kuruluş Amacı ve Görevleri. 05 07 2020. <https://www.ktb.gov

Küngerü, Ayhan: «Bir ifade aracı olarak dijital öykü anlatımı.» Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR), 1(2) (2016): 33-45.

Landis, J. Richard ve Gary G. Koch.: «The measurement of observer agreement for categorical data.» biometrics (1977): 159-174.

Lee, Hyuk-Jin: «Collaboration in cultural heritage digitisation in East Asia. Program.» Electronic library and information systems, Vol. 44 (2010).

Lennon, Jane: «Cultural Heritage Management.» Lockwood, Michael, Graeme Worboys ve Ashish Kothari. Managing protected areas: a global guide. Routledge, 2012. 448-470

Lipe, William D: «Value and meaning in cultural resources.» Cleere, ed. H. Approaches to archaeological heritage. New York: Cambridge University Press, 1984

Lister, Martin, ve diğerleri: New Media: A Critical Introduction. Routledge, 2009.

Liu, W: «Visitor study and operational development of museums.» Museology Quarterly 22.3 (2008): 21-37.

Macnamara, Jim: «Public relations in the interactive age: New practices, not just new media.» Asia Pacific Public Relations Journal, 10, (2009): 1-16.

Maigret, Eric: Medya ve İletişim Sosyolojisi. İstanbul: İletişim, 2011.

Makas, Mehmet: Kültür ve Tabiat Varlıklarını Korumada Yerel Yönetimlerin Yeri ve Önemi. Ankara Üniversitesi, 2004.

Malpas, Jeff: «Cultural Heritage In The Age Of New Media.» Kalay, Yehuda, Thomas Kvan ve Janice Affleck. New Heritage. Routledge, 2007. 13-27

Malraux, André: The Voices of Silence. Princeton University Press, 1978.

Manor, I, & Segev, C. : «America's selfie: How the US portrays itself on its social media accounts. .» Bjola, Corneliu ve Marcus Holmes. Digital Diplomacy

Manovich, Lev: The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2001.

Mason, Randall ve Erica Avrami: «Heritage values and challenges of conservation planning.» Management planning for archaeological sites.2002.

Matt, Christian, Thomas Hess ve Alexander Benlian: «Digital Transformation Strategies.» Business & Information Systems Engineering 57(5) (2015): 339–343.

McMillan, Sally J: «The Microscope and the moving target: The challenge of applying a stable research technique to a dynamic communication environment.» Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 77, No.1 (2000): 80-98.

McQuail, Denis: McQuail's Mass Communication Theory. 4th ed. Sage, 2000.

Mejuyev, Vadim: Kültür ve Tarih (Çev. S. H. Yokova,). Ankara: Başak Yayınları, 1987

Mengü, Seda: Halkla İlişkiler Bir Kültür Politikası. Konya: Eğitim Yayınevi, 2012.

Mengü, Seda ve Gonca Yıldırım: «Halkla ilişkilerin kamu diplomasisinde etkin kullanımı.» Özkan, Abdullah ve Tuğçe Öztürk. Kamu Diplomasisi. TASAM, 2012. 209-231

Mengü, Seda, Pınar Aslan ve Fatih Özkoyuncu: Dijital İletişim Yönetimi. İstanbul: Der Yayınları, 2019.

Minelli, Michael, Michele Chambers ve Ambiga Dhiraj: Big Data, Big Analytics: Emerging Business Intelligence and Analytic Trends for Today's Businesses. John Wiley & Sons, 2013.

Misiura, Shashi: Heritage marketing. Routledge, 2006.

Mork, Paal: Museums and Communications - Conference and seminars report. Rio de Janeiro: International Coincil of Museums, 2008.

Mortara, Michela, ve diğerleri: « Learning cultural heritage by serious games.» Journal of Cultural Heritage vol. 15 (2014): 318-325.

Mossberger, Karen, Caroline J: Tolbert ve Ramona S. McNeal. Digital citizenship : The Internet, society, and participation. MIt Press, 2007.

Motion, Judy, Robert L: Heath ve Shirley Leitch. Social media and public relations: Fake friends and powerful public. Routledge, 2015.

Moutinho, Luiz: «Segmentation, targeting, positioning and strategic marketing.» Strategic management in tourism . CABI Publishing, 2000. 121-166.

Mutlugün, Mine ve Yasemin Topuz: «Dijital Anlati Bağlaminda Hikâyeciliğin Yeni Konumu.» International Journal of Humanities and Research (2020): 37-45.

Naik, Umesha ve D. Shivalingaiah: «Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0

Nash, Suzanne: «Writing a building: Hugo's Notre-Dame de Paris.» French Forum, vol. 8 (1983): 122-133.

National Trust: «The National Trust Annual Report.» 2019.

Navarrete, Trilce: «Digital cultural heritage.» Rizzo, Ilde ve Anna Mignosa. Handbook on the economics of cultural heritage. Edward Elgar Publishing, 2013. 251–271

Navarrete, Trilce: «Digital cultural heritage.» Rizzo, Ilde ve Anna Mignosa. Handbook on the Economics of Cultural Heritage. Northampton: Edward Elgar Publishing , 2013. 251-272

Negiz, Nilüfer: «Kentlerin Tarihsel Sürdürülebilirliğinde Kültürel Miras: Önemi Ve Değeri Üzerine Düşünmek.» Akademia Doğa ve İnsan Bilimleri Dergisi 3-1 (2017): 159-172.

Nickel, James: «The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Summer 2019 Edition).» 10 2 2020. Human Rights. <https://plato.stanford

Nye, Joseph: Amerikan Gücünün Paradoksu. Literatür Yayıncılık, 2003.

Joseph S. Nye Jr.: Yumuşak Güç. BB101 Yayınları, 2017.

O'dell, Tom: «Tourist experiences and academic junctures.» Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism 7.1 (2007).

Oğuz, Öcal: «Terim Olarak Somut Olmayan Kültürel Miras.» Millî Folklor, Sayı 100 (2013): 5-13.

Oğuzhan, Özlem: «Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması Ve Geliştirilmesi Sözleşmesi'nin Çelişkileri Ve Eleştirisi .» Millî Folklor, Sayı 100 (2013): 72-86.

O'reilly, Tim: What is web 2.0. O'Reilly Media Inc., 2009.

Oxford, Languages: Google's English dictionary provided by Oxford Languages. 15 09 2020.

Özbağ, Didem: Ulusal Dijital Kültür Mirasinin Korunmasi Ve Arşivlenmesine Yönelik Kavramsal Bir Model Önerisi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, 2010.

Özdemirci, Ata ve Hatice Burcu Önder: «Uluslararası Halkla İlişkiler Yoluyla Ülke Algısı Ve İmajı Oluşturmak: Almanya'da Türkiye Algısı Ve İmajı Üzerine Ampirik Bir Araştırma .» Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi (2018): 61-98.

Özel, Sedat: Sayısal İletişim Teknolojileri ve Yurttaş Gazeteciliği: Haber portallarında görüntülü haber akışına kullanıcıların yaklaşımı. İstanbul Üniversitesi , 2010.

Öztemiz, Semanur: Türkiye'de dijital kültürel miras ürünlerine açık erişim. Hiperlink, 2017.

Özünel, Evrim Ölçer: «Stratejileri, Yeni Miraslar ve Uluslararası Sözleşmelerde Sürdürülebilir Kalkınma.» Milli Folklor (2013): 14-30.

Paolini, Paolo ve Nicoletta Di Blas: «Storytelling for Cultural Heritage.» Contin, Antonella, Paolo Paolini ve Rossella Salerno. Innovative Technologies in Urban Mapping. Springer for Innovation, vol 10, 2014. 33-45

Pascual, Jordi: «Culture: An Explicit Dimension of Sustainable Development.» 2022.

Pasinli, Alpay: «Arkeoloji Müzeleri.» Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi 1994: 307.

Perreault, William D. ve E. Jerome McCarthy: Basic marketing: a managerial approach. Irwin, 1990.

Pesce, Danilo, Paolo Neirotti ve Emilio Paolucci: «When culture meets digital platforms: value creation and stakeholders' alignment in big data use.» Current Issues in Tourism (2019).

Petrović, Nenad, ve diğerleri: «AR-Enabled Mobile Apps to Support Post COVID-19 Tourism.» 15th International Conference on Advanced Technologies, Systems and Services in Telecommunications (TELSIKS). Nis: IEEE, 2021.

Pine II, B. Joseph ve Kim C. Korn: «Infinite possibility: Creating customer value on the digital frontier.» Berrett-Koehler Publishers, (2011).

Qualman, Erik: Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business. . John Wiley & Sons, Inc. , 2009.

Report, World Commission on Environment and Development: «Our Common Future.» 1987.

Resmini, Andrea ve Luca Rosati: Pervasive Information Architecture: Designing Cross-Channel User Experiences. Elsevier Science, 2011.

Rheingold, Howard: Virtual reality: exploring the brave new technologies. Simon & Schuster Adult Publishing Group, 1991.

Riegl, Alois: «The modern cult of monuments: its character and its origin.» Oppositions 25 (1982): 20-51.

Ringbeck, Birgitta: «Kültür Mirasının Korunması İçin Entegre Planlama ve Uygulama.» Bachman, Martin, ve diğerleri. Dünya Kültür Mirası Alanları İçin Yönetim Planları. İstanbul: Ege Yayınları, 2014.

Rubin, Rebecca B: Communication Research: Strategies and Sources. Boston: Wadsworth Cengage Learning , 2010.

Sachs, Jeffrey D: «Six transformations to achieve the sustainable development goals.» Nature Sustainability 2.9 (2019): 805-814.

Sarı, Yaşar ve Metin Kozak: «Turizm pazarlamasına internetin etkisi: Destinasyon web siteleri için bir model önerisi.» Akdeniz İİBF Dergisi, 5 (2005).

Schreiber, Hanna: «Intangible Cultural Heritage and Soft Power Exploring the Relationship.» International Journal of Intangible Heritage 12 (2017): 44-57.

Schreiber, Hanna: «Intangible Cultural Heritage the Missing Link in the Poland's System of Cultural Heritage Protection.» Why and How to Protect Cultural Heritage in a Modern Way. Conference Proceedings. Varşova, 2014. 157-174

Sevin, Efe: «Branding cities in the age of social media: A comparative assessment of local government performance.» Springer (2016): 30-320.

Skeates, Robin: Debating the Archaeological Heritage. Londra: Duckworth, 2000.

Smith, George S, Phyllis Mauch Messenger ve Hilary A: Heritage values in contemporary society. Routledge, 2017.

Smith, Laurajane: The Uses of Heritage,. New York: Routledge, Taylor and Francis Group, 2006.

Smith, Philip: «Kültür Kuramı .» İstanbul: Babil Yayınları, 2005.21.

Solmaz, Başak ve Görkemli, Nur: «Büyükşehir belediyeleri ve sosyal medya kullanımı.» Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (2012): 9-20.

Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi: 1 10 2020. <https://testsite.ktb.gov.tr/TR-50838/unesco-somut-olmayan-kulturel-miras-listesi

Spalding, Steve: «How to Define Web 3.0.» HTSAA 2008.

Sunar, Lütfi, Osman Ülker ve Firdevs Bulut Kartal: «Geleceğin Türkiyesinde Kültür Politikaları.» 2022.

Sürücü, Onur ve Mehmet Emin Başar: «Kültürel Mirası Korumada Bir Farkındalık Aracı Olarak Sanal Gerçeklik.» Artium 4.1 (2016): 13-26.

Süslü, Güven: «Kültür Varlıklarının Korunmasında Mali Kolaylıklar Rejimi.» YBHD (2018): 37-83.

Şahin, Sultan ve Saadet Güner: «Kültürel miras koruması ve sivil toplum örgütleri arasındaki ilişki.» Uluslararası Geleneksel Sanatlar Sempozyumu, 2006.

Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü: Görev. 10 07 2020. <https://tvk.csb.gov

Tan, Garry Wei-Han, ve diğerleri: «Mobile applications in tourism: the future of the tourism industry?» Industrial Management & Data Systems 117 (2017): 560-581.

Tanyıldızı, Nural İmik ve Selma Karatepe: «Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında Web Siteleri: İki Farklı Ülke Ve İki Farklı Belediye Analizi.» e-Journal of New World Sciences Academy (2011).

Tarhan, Ahmet: «Büyükşehir belediyelerinin sosyal medya uygulamalarına halkla ilişkiler modellerinden bakmak.» İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi (2012): 79-101.

Taylor, Joel ve Laura Kate Gibson: «Digitisation, digital interaction and social media: embedded barriers to democratic heritage.» International Journal of Heritage Studies 23.5 (2017): 408-420.

TDK: Güncel Türkçe Sözlük.2020. <https://sozluk.gov.tr/>

Tekin, Özlem, Müjde Bideci ve Ayla Aydın: «Kültürel Mirasın Aktarımında Mobil Rehber Uygulamalari İle Profesyonel Turist Rehberlerinin Yetkinliğinin Karşılaştırması.» I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators .2015. 679-686

TEMA: Hakkımızda. 16 07 2020. <http://www.tema.org

Tench, Ralph ve Liz Yeomans: Exploring public relations. Pearson Education, 2009.

Thomas, Lee ve Julie Middleton: «Guidelines for Management Planning of Protected Areas.» Cambridge: IUCN Publications Services Unit, 2003.

Thompson, John B: The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. tanford University Press, 1995.

Thurley, Simon: «Into the future. Our stategy for 2005-2010. In: Conservation Bulletin.» 2005 .

TMMOB: Hakkında. 18 07 2020. <http://www.tmmob.org

Tobelem, Jean-Michel: «The marketing approach in museums.» useum management and curatorship (1997): 337-354.

Tonta, Yaşar: «Kültürel Mirasın Geleceği .» Ünak (2014).

Torun, İshak: «Max Weber'e Göre İktisadi Zihniyetin Rasyonalizasyonu .» Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi (2008): 15-34.

Tören, Emrullah, Nazmi Kozak ve Gül Nur Demiral: «Eskişehir'in kültürel miras varlıklarının korunmasında kamu kurumlarının rolü.» Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 2 (2012): 70-88.

Tu, Chih-Hsiung, Laura E. Sujo-Montes ve Cherng-Jyh Yen: «Gamification for learning.» Papa, Rosemary. Media rich instruction. Springer, 2015

Turner, Jonathan H: «Sociology.» Pearson Prentice Hall, 2011. 17-18.

Turner, Jonathan H., Leonard Beeghley ve Charles H. Powers. Sosyolojik Teorinin Oluşumu. Ankara: Sentez Yayıncılık, 2013.

National Research Council Policy Division, Board on Sustainable Development. Our Common Journey: A Transition Toward Sustainability. Washington DC: National Academy Press,, 1999.

Ulusan, Evrim: «Dünya Mirası Olma Bilinci ve Alan Yönetimi Ofisleri .» Yerel Kimlik Dergisi 65 11 5 2021: 25-30.

UNESCO: 1 10 2020. <https://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-D%C3%BCnya-Miras%C4%B1-Listesi>

UNESCO: «Browse the Lists of Intangible Cultural Heritage and the Register of good safeguarding practices.» 1 4 2020. Intangible Heritage. <https://ich.unesco

UNESCO: Cultural Policies A Preliminary Study. Monoco: UNESCO, 1967.

UNESCO: Cultural Policy a preliminary study. Paris: Unesco, 1969.

UNESCO: «Kültürel Çeşitlilik Evrensel Bildirgesi.» 2001.

UNESCO: Mexico City Declaration on Cultural Policies, World Conference on Cultural Policies.1982. <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/dynamic-content-single-view/news/mexico_city_declaration_on_cultural_policies_world_conferen/>

UNESCO: Soft Power Agenda. 29 08 2020. <http://www.unesco.org/new/en/media-services/single-view/news/unesco_a_key_actor_in_the_soft_power_agenda/>

UNESCO: Text of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. 30 12 2019. <https://ich.unesco.org/en/convention>

UNESCO: «Text of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage.» 7 4 2020. Intangible Heritage. <https://ich.unesco

UNESCO: Transmedia Intangible Cultural Heritage for Sustainable Development. 5 05 2021. <https://www.unesco.org/tich4sd/en>

UNESCO: UNESCO Sözleşmeler. 31 12 2019. <http://www.unesco.org

UNESCO: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu. 5 4 2020. <http://www.unesco.org

UNESCO: What is meant by "cultural heritage"? 1 4 2020. <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked-questions/definition-of-the-cultural-heritage/>.

UNESCO: World Heritage List Statistics. 8 4 2020. <http://whc.unesco.org/en/list/stat>

Vakıflar Genel Müdürlüğü: Tarihte Vakıflar. 20 07 2020. <https://www.vgm.gov

Van Dijk, Jan: Ağ Toplumu. Epsilon Yayın, 2016.

Vargün, Özlem ve Mehmet Nuhoğlu: «Kültürel Miras Eğitiminde Bilgi İletişim Teknolojilerinin Rolü ve Mobil Uygulamalar.» UNIMUSEUM 2.2 (2019): 45-53.

Vecco, Marilena: «A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible.» Journal of Cultural Heritage 11.3 (2010): 321-324.

Vial, Gregory: «Understanding digital transformation: A review and a research agenda.» Journal of Strategic Information Systems 28 (2019): 118-144.

Vlahakis, Vassilios, ve diğerleri: «ARCHEOGUIDE: First results of an Augmented Reality, Mobile Computing System in Cultural Heritage Sites.»

Virtual Reality, Archeology, and Cultural Heritage 9.10 (2001): 1145.

Ward, Tony: «CE Entrepreneurship marketing introduction.» University of York, 2002.

We Are Social: «Digital 2022 Global Overview Report.» 2022.

Weare, Christopher ve Wan Ying Lin: «Content Analysis of the World Wide Web: Opportunities and Challenges.» Social Science Computer Review, Vol:18 (2000): 272-292.

Weber, Max: Sosyoloji Yazıları, Çev. Taha Parla. İstanbul: İletişim Yayınları, 2006.

Weinberg, Tamar: The new community rules: Marketing on the social web. Sebastopol: O'Reilly, 2009.

Wellman, Barry: «Structural Analysis: From Method and Metaphor to Theory and Substance.» Wellman, B. ve S. D. Berkowitz

West, David: Kıta avrupası felsefesine giriş çev. Ahmet Cevizci,. istanbul: paradigma yayınları, 2008.

White, Marilyn Domas ve Emily E. Marsh: «Content Analysis: A Flexible Methodology.» Library Trends, Vol: 55, No:1 (2006): 22-45.

Williams, Raymond: Kültür ve Toplum: 1780-1950. İstanbul: İletişim Yayınları , 2017.

Winter, Tim: «Heritage diplomacy.» International Journal of Heritage Studies 21.10 (2015): 15-16.

Yağmurlu, Aslı: «Dünya Mirası ve Kamu Diplomasisi: Göbekli Tepe Örneği.» Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi 49 (2020): 46-64.

Yankın, Fahri Bilal: «Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı.» Trakya Üniversitesi E-Dergi 7.2 (2019): 1-38.

Yayınoğlu, Pınar Eraslan, İdil Sayımer ve Zafer Arda: «Belediyelerin Kurumsal Web Sitesi Kullanımı Üzerine Bir İnceleme: Londra Büyükşehir Yönetimi ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Web Sitesi Ana Sayfalarının Karşılaştırılması.» Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (2007): 129-157.

Yeşildal, Ali: «Sosyal medya, yerel yönetimler ve katılımcı yönetim: Bilgi çağında belediyeler için yeni stratejiler.» İnsan ve İnsan, 6.22 (2019): 883-902.

Yılmaz, Alper: «Yeni Bir Pazarlama İletişimi Yaklaşımı Gerçek-Zamanlı Pazarlama: Otomobil Markalarının Geleceğe Dönüş Günü Sosyal Medya Pratikleri.» Erciyes İletişim Dergisi (2018): 423-446.

Yılmaz, Bülent, Özgür Külcü ve Tolga Çakmak: «Kültürel Mirasın Dijitalleştirilmesi: LoCloud Projesi Bağlamında Bir Değerlendirme.» Tekinalp, Pelin Şahin ve Gonca Gökalp Alpaslan. Kültürel Bellek. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları, 2019. 554-553

Yücel, Gökhan: «Dijital Diplomasi.» TRT Akademi (2016): 749-760.

Zahidi, Zaihasriah, Yan Peng Lim ve Peter Charles Woods: «Understanding the User Experience (UX) Factors that Influence User Satisfaction in Digital Culture Heritage Online Collections for Non-Expert Users .» Science and Information Conference . Londra, 2014. 57-62.

Ziegler, Katja S: «Cultural Heritage and Human Rights.» University of Oxford Faculty of Law Legal Studies Research Paper Series (2007).

ÖZGEÇMİŞ

Meriç Kılınç, Lisans öğrenimini Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nde tamamlamıştır. Lisans öğreniminin bir bölümünü Litvanya Vilnius Üniversitesi'nde almıştır. Ardından İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalında yüksek lisans öğrenimi görmüş ve "Kitle Kültürünün Dijital Kültüre Dönüşümü ve Toplumsal Etkilerinin İncelenmesi" isimli teziyle mezun olmuştur. Aynı üniversitede araştırma görevlisi olarak görev yaparken halkla ilişkiler, dijital kültür ve yükseköğretimde kalite güvencesi alanlarında çeşitli akademik araştırmalar yayınlamıştır. Web ve sosyal medya yönetimi alanında danışmanlık yapmakta ve İstanbul Aydın Üniversitesi'nde akademik ve çeşitli idari görevlerini sürdürmektedir.