

Kültürel Miras Turizmi Kapsamında Turist Deneyimleri ve Davranışları 6

Ahu Yazıcı Ayyıldız¹

Muhammed Baykal²

Özet

Bu kitap bölümü, kültürel miras turizmini turist deneyimleri ve davranışları ekseninde ele alarak kavramsal ve kuramsal bir çerçeve sunmaktadır. Çalışmada kültür, kültürel miras, kimlik ve deneyim kavramları arasındaki ilişkiler açıklanmakta; kültürel miras alanlarının yalnızca geçmişin fiziksel kalıntıları değil, aynı zamanda anlam üretiminin ve kimlik inşasının gerçekleştiği dinamik mekânlar olduğu vurgulanmaktadır. Deneyim ekonomisi yaklaşımı doğrultusunda, kültürel miras turizminin çok duyulu, duygusal ve sembolik boyutları ön plana çıkarılmaktadır. Bölümde turist motivasyonları; özgünlük arayışı, öğrenme isteği, eğlence ve manevi tatmin gibi unsurlar çerçevesinde değerlendirilmekte, kuşaklar arası farklılıklar tartışılmaktadır. Ayrıca kültürel miras turizmi davranışlarını etkileyen temel faktörler; ulusal kültür ve değer yönelimleri, bilgi düzeyi ve kültürel farkındalık ile sosyal medya ve dijital teknolojilerin dönüştürücü etkisi bağlamında incelenmektedir. Bunun yanında aşırı turizm, vandalizm ve kültürel ticarileşme gibi etik sorunlara dikkat çekilmekte; sürdürülebilir ve sorumlu miras yönetimi için ziyaretçi eğitimi ve yerel katılımın önemi vurgulanmaktadır. Bölüm, kültürel miras turizmini disiplinlerarası bir bakış açısıyla ele alarak araştırmacılar ve uygulayıcılar için kapsamlı bir referans sunmaktadır.

1 Doçent Doktor, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ayazici@adu.edu.tr, 0000-0002-1301-2428

2 Doktor Öğretim Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, muhammed.baykal@adu.edu.tr, 0000-0002-7763-1949

Giriş

Kültürel miras turizmi, modern turizm endüstrisinin en dinamik ve en karmaşık bileşenlerinden biridir. Bu turizm türü, bireylerin geçmişle olan bağlarını güçlendirirken aynı zamanda sosyal kimliklerin yeniden üretilmesine de katkı sağlamaktadır (Ashworth ve Tunbridge, 1999). Güncel araştırmalar, kültürel miras turizminin küresel turizm pazarında giderek daha fazla önem kazandığını ve deneyim odaklı tüketim eğilimlerindeki artışla birlikte bu alana yönelik ilginin katlanarak yükseldiğini göstermektedir (Pine ve Gilmore, 1999; Richards, 2020).

Kültürel mirasın turizm açısından önemi, yalnızca geçmişin fiziksel bir kalıntısı olmasından değil, aynı zamanda kolektif hafıza ve kimliğin taşıyıcısı olmasından kaynaklanmaktadır (Zhang, 2010). Bu bağlamda miras alanları, sadece pasif gözlem nesneleri olarak değil; etkileşimin gerçekleştiği ve kişisel anlamların inşa edildiği dinamik mekânlar olarak işlev görmektedir (Waitt, 2000). Tüm kültürler zaman içinde ve farklı coğrafyalarda değişip dönüşse de, her kültürün kendine özgü yapısı onun özünü ve ruhunu oluşturur; bu da insan kimliklerinin temelini teşkil eder. Dünyanın kültürel çeşitliliği, insanlık için biyolojik çeşitlilik doğa için ne kadar önemliyse o kadar hayati bir değere sahiptir. Bu nedenle kültürel çeşitlilik, tanınması, desteklenmesi ve hem günümüz hem de gelecekteki nesiller için korunması gereken ortak bir insanlık mirasıdır (Koç ve Yazıcı Ayyıldız, 2024).

Kültürel miras turizmine yönelik literatür incelendiğinde disiplinler arası bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Turizm çalışmaları, kültürel çalışmalar, sosyoloji, antropoloji ve psikoloji gibi alanlar, kültürel miras turizmini kendi teorik ve metodolojik perspektifleriyle ele almaktadır (Timothy ve Boyd, 2003). Son yıllarda deneyim ekonomisinin yaygınlaşmasıyla birlikte, miras turizmi araştırmalarında nitel yaklaşımlar giderek daha fazla ön plana çıkmıştır (Campos vd., 2017). Bu yaklaşımlar, turistlerin miras alanlarında yaşadığı deneyimlerin çok boyutlu doğasını anlamaya odaklanmaktadır.

Kültürel miras turizminde ziyaretçi davranışları çok sayıda faktöre bağlıdır. Urry'nin (1992) "Turist Bakışı" teorisi, turistlerin mekânları gündelik hayattan farklı algıladığını ve bu perspektifin kültürel olarak şekillendiğini vurgular. Ancak güncel araştırmalar, turist deneyimlerinin yalnızca görsel boyutla sınırlı olmadığını, doğası gereği çok boyutlu olduğunu ortaya koymaktadır (Agapito, 2020). Xie ve Wu'nun 2000 yılında geliştirdiği seyahat ortamlarında duyuşal deneyim modeli, turistlerin bulundukları çevreyle yalnızca gördükleri şeyler üzerinden değil; dokunma, koklama ve işitme duyuları üzerinden de etkileşimde bulunduklarını göstermektedir.

Kültürel miras turizminin bir diğer önemli yönü ise kimlik inşası sürecidir. Hızla değişen modern dünyanın niteliği bireylerin aidiyet duygusunu zayıflatmakta, bu da geçmişle bağ kurma gereksinimini daha görünür hâle getirmektedir (Biran vd., 2020). Miras alanları, bu bağın yeniden kurulabildiği kritik mekânlardır. Turistler bu alanlarda kültürel anlatılarla etkileşime girerken aynı zamanda geçmişe dair anlamlar üretmekte ve kendi kimliklerinin sembolik yeniden inşa süreçlerine katılmaktadır (Waite, 2000).

Bu bölüm, kültürel miras turizminin teorik temellerini, turist motivasyonlarını ve davranış kalıplarını kapsamlı bir şekilde incelemektedir. İlk olarak, kültür, miras ve kimlik kavramlarına ve bu kavramları turist deneyimi bağlamında çerçeveyeleyen teorilere ve yaklaşımlara odaklanmaktadır. Ardından, miras alanlarının çekiciliğini belirleyen unsurları; turistlerin motivasyonlarını ve beklentilerini ve farklı nesillerin bu deneyimleri nasıl algıladığını açıklamaktadır. Bölüm ayrıca, kültürel miras turizmi davranışını belirleyen üç temel faktörü ortaya koymaktadır. Bunlar; ulusal kültürlerin ve değer yönelimlerinin rolü, ziyaretçilerin bilgisi ve kültürel etkisinin etkisi ve sosyal medyanın ve dijital teknolojilerin dönüştürücü etkisidir. Son olarak, aşırı turizm, vandalizm ve kültürel ticarileştirme gibi konuları ele alınmaktadır.

1. Turizmde Kültür, Kültürel Miras, Kimlik ve Deneyim

Kültür, insanların nasıl yaşadıklarını, neye değer verdiklerini, neye inandıklarını ve günlük yaşamlarını nasıl sürdürdüklerini etkileyen zengin ve çok yönlü bir kavramdır. Turizm teorisi ve pratiğindeki birçok tartışmanın merkezinde yer almaktadır (Hofstede vd., 2010; Koç, 2021). İnsanların seyahat deneyimlerini nasıl yorumladıkları büyük ölçüde bu kültürel çerçeveye bağlıdır. Bu durum özellikle kültürel miras turizmi için geçerlidir; çünkü kültürün tarihsel, sembolik ve estetik boyutları hem bireysel hem de kolektif kimliklerin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Kültürel miras sadece geçmişin fiziksel kalıntıları değil, aynı zamanda çağdaş sosyal hayal gücü tarafından şekillendirilen dinamik bir anlam alanını da içermektedir. Bu nedenle, Ashworth ve Tunbridge (1999), kültürel mirasın tarihsel geçmişin bir ürünü olduğunu, ancak sosyal değer sistemleri aracılığıyla filtrelendiğini ve çağdaş toplumlar tarafından yeniden yapılandırıldığını savunmaktadır. Mimari yapılar, sanat eserleri, doğal manzaralar ve geleneksel yaşam uygulamaları, kültürel mirasın fiziksel tezahürleri arasındadır. Bu unsurların turist deneyimlerinde nasıl sunulduğu ve algılandığı kültürel bakış açısına bağlıdır. Beeho ve Prentice (1997), bu tür deneyimlerin yalnızca bilgi aktarımına değil, aynı zamanda estetik zevke,

duygusal etkileşime ve tarihle bağlantı kurma arzusuna da dayandığını savunmaktadır. Günümüzde kültürel miras turizmi artık sadece geçmişe yönelik bir ilgi olarak görülmemekte; toplumun geniş kesimlerinin kimlik ve aidiyet duygularını yeniden kazanmalarına olanak tanıyan etkileşimli bir alan olarak algılanmaktadır (Zhang, 2010).

Kültürel miras turizmine akademik yaklaşım genellikle arz ve talep perspektifinden ele alınmaktadır. Arz tarafı, miras alanlarında temsil edilen tarihi yapılar, sanat eserleri, doğal güzellikler ve yerel yaşam tarzlarını içermektedir (Yale, 1991). Talep tarafı ise turistleri motive eden motivasyonları, algıları ve kişisel deneyimleri incelemektedir. Poria vd. (2001), bir turistin bir yere olan ilgisinin yalnızca fiziksel özelliklerine atfedilemeyeceğini; turistin destinasyonla kurduğu kültürel ve kişisel bağlantıyla ilgili olduğunu savunmaktadır. Bu bağlantı bazen geçmişe duyulan nostaljiden, bazen de bilinmeyene duyulan meraktan kaynaklanmaktadır. Kimlik sürekli değişen ve gelişen bir yapı olduğundan, deneyimler günümüzde daha da önem kazanmıştır. Bu noktada, John Urry'nin (1992) "turist bakışı" teorisi bu olguyu anlamamızda bize yol göstermektedir. Urry'ye göre, turistler yerleri günlük yaşamlarında gördüklerinden farklı algılamaktadırlar. Bu ikinci bakış açısı kültürel etkilerle şekillenmektedir. Turist bakışı, yerleri egzotik, otantik veya tarihsel olarak yüklü olarak görmemizi sağlayan sosyokültürel bir filtredir. Bu nedenle, turist ile destinasyon arasındaki bağlantı ne objektif ne de tarafsızdır; medya imgeleri, tarihsel anlatılar ve kültürel söylemler aracılığıyla kurulabilir. Urry, turist deneyiminin sadece "bakmak"la ilgili olmadığını, aksine kültürel güçler tarafından şekillendirilen algısal bir eylem olduğunu savunmaktadır. Son yıllarda, bazı araştırmacılar Urry'nin "görsel baskınlık" fikrini eleştirmiş ve turist deneyiminin çok duyusal doğasına odaklanmıştır. Agapito (2020), turistlerin bir yeri sadece gözleriyle değil, kulaklarıyla, elleriyle, burunlarıyla ve hatta ağızlarıyla da deneyimlediklerini savunmaktadır. Bu bağlamda, Xie ve Wu (2000), seyahat ortamının tüm duyularla deneyimlendiğini ve turizmin sadece mekânsal bir hareket olmadığını; bedenlerin, duyguların ve zihinlerin bütünsel katılımıyla gerçekleşen bir deneyim olduğunu savunmaktadır.

Kültürel mirasın turistler üzerindeki etkisi sadece estetik veya duygusal değildir; aynı zamanda kimlik oluşumu, nostalji ve aidiyet gibi derin duygusal temaları da içermektedir. Modern yaşamın hızlı temposu, bireylerin aidiyet duygusunu aşındırır ve geçmişle bağlantı kurma ihtiyacını daha da belirgin hale getirmektedir. Miras alanları, bu bağlantının yeniden kurulabileceği sahneler olarak hizmet etmektedir. Bu tür ortamlarda, turist, pasif bir gözlemci olmanın ötesinde, kültürel anlatılarla etkileşim yoluyla kimliğinin

sembolik yeniden yapılanmalarına katılarak geçmiş hakkında anlamlar inşa etmektedir (Waitt, 2000).

2. Kültürel Miras Turizminde Motivasyonlar ve Beklentiler

İnsanların geçmişe duyduğu merak, kimlik arayışı ve anlam bulma ihtiyacı, kültürel miras turizmini karmaşık ve tatminsel bir deneyim haline getirmektedir. Bu turizm türü, turistlerin kültürel, tarihi ve manevi değerlere olan gerçek ilgisiyle şekillenmekte ve giderek daha çeşitli ziyaretçi gruplarını da kendine çekmektedir. Kültürel mirasla ilgili turist motivasyonları, esas olarak özgünlük arayışı, bilgi edinme arzusu, boş zamanı en iyi şekilde değerlendirme isteği ve manevi zenginleşme arzusu gibi psikolojik temellere dayanmaktadır. Bireyler, günümüzün dijital ve standartlaşmış yaşam tarzlarından kaçmak, geçmişle ve geleneksel değerlerle bağlantı kurmak için otantik ortamlara yönelmektedirler (Ivanovic ve Saayman, 2015). Bu bağlamda, kültürel miras alanları sadece maddi semboller değil, aynı zamanda anlam üretiminde etkili araçlardır. Kültürel miras turizminin bir diğer önemli yönü ise öğrenme motivasyonudur. Turistler ziyaret ettikleri miras alanları hakkında bilgi edinmenin yanı sıra, deneyim yoluyla öğrenmek de istemektedirler (Timothy ve Nyaupane, 2009). Bu durum özellikle genç nesiller arasında yaygındır. Z kuşağı için kültürel mirasa olan ilgi, bilgiye erişmenin ötesine geçmektedir. Bu kuşak içerisinde yer alan bireyler aldıkları bilgileri kişisel öykülerine dahil etmek istemektedirler (Wu vd., 2023). Bu kuşak için deneyim, sadece eserlere bakmakla sınırlı değildir. Bununla birlikte, duygusal ve entelektüel katılım gerektiren yoğun bir içsel süreçtir. Bu nedenle, miras turizmi geçmişi öğrenmenin, kimliği vurgulamanın ve duygusal bağlar kurmanın önemli bir yoludur (Yang vd., 2023).

Kültürel miras turizminin gelişiminde eğlence motivasyonu önemlidir. Postmodern turizmde, kültürel deneyimler giderek daha çok eğlenceyle ilişkilendirilmektedir (Richards, 2020). Katılımcı atölyeler, dijital yönlendirme uygulamaları ve interaktif sergiler gibi araçlar sayesinde ziyaretçiler hem öğrenmekte hem de eğlenmektedir. Aynı zamanda mirasla daha derin bağlar kurabilmektedirler. Bu değişim, özellikle sosyal medyaya ilgi duyan yeni nesil turistlerle güçlü etkileşimlere olanak tanıyan yenilikçi sunum yöntemleri sayesinde gerçekleşmektedir (Cesário ve Nisi, 2023; Cesário vd., 2025).

Kültürel miras deneyiminin en soyut ve etkili unsurlarından biri de manevi tatmindir. Birçok ziyaretçi, tarihi açıdan zengin yerleri ziyaret ederken kişisel gelişim veya içsel aydınlanma yaşadıklarını ve bunu kişisel deneyimlerine bağladıklarını belirtmektedir (Biran vd., 2020). İbadet yerleri

ve dini mimari gibi manevi unsurları içeren yerler, turistlerde güçlü bir manevi tatmin yaratarak deneyimi daha unutulmaz hale getirmektedir. Bu bağlamda, miras turizmi sadece bilgilendirici bir yolculuk olarak değil, aynı zamanda dönüştürücü bir yolculuk olarak da görülmektedir (Aulet ve Vidal, 2018).

Deneyimlerin kazanılmasında motivasyonun rolü, turizm literatüründe giderek daha fazla araştırılmaktadır. Motivasyon hem seyahat kararını hem de seyahat sırasındaki memnuniyet düzeyini belirleyen ana faktörlerden biridir (Yousaf vd., 2018). Turistlerin kültürel mirasla kurdukları ilişkilerin genellikle kişisel ilgi alanları, geçmiş deneyimleri ve yaşam tarzları tarafından şekillendirilmektedir. Bu nedenle, aynı yerde iki turistin deneyimleri tamamen farklı olabilmektedir. Bu durum, deneyimsel pazarlamanın önemini artırmakta ve turizm işletmelerini daha kişiselleştirilmiş, katılımcı ve çok boyutlu deneyimler tasarlamaya yönlendirmektedir (Zayım, 2024).

Ancak bazen turistlerin beklentileri ile gerçek deneyimleri arasında tutarsızlıklar olabilmektedir. Bu fark, memnuniyeti önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle sosyal medyada paylaşılan abartılı görseller, ziyaretçilerin beklentilerini yükselterek gerçek ve hayal edilen deneyim arasında bir algı boşluğu yaratabilmektedir (Ryan ve Zhang, 2024). Yüksek kaliteli kültürel miras deneyimleri sunmak, sadece tarihi bilgi sağlamaktan daha fazlasını gerektirmektedir. Ziyaretçinin duygusal, bilişsel ve estetik ihtiyaçlarını ele alan bütüncül bir yaklaşım gereklidir. Kültürel miras turizmi alanında ziyaretçi memnuniyetini belirleyen faktörler arasında hizmet kalitesi, bilginin netliği ve erişilebilirliği, yönlendirme tabelalarının etkinliği ve ziyaretçilerin etkileşim biçimleri yer almaktadır (Kong, 2010).

Kültürel miras turizmi deneyimleri kuşaklara göre farklılık gösterebilmektedir. Baby Boomer'lar geçmişe duydukları nostalji ve eski anıları yeniden yaşama arzusuyla seyahat etmektedirler (Margerison vd., 2024). Bu kuşak için kültürel miras, tarih ve ortak hafıza ile ilgilidir. Öte yandan Z kuşağı, kültürel miras alanlarını keşfetmeye ve deneyimlerini paylaşmaya daha çok odaklanmaktadır. Ayrıca, bu kuşak dijital teknolojileri kullanma konusunda oldukça heveslidir (Robinson ve Schenzel, 2019). Bu durum, deneyimleri yaşa uygun bir şekilde kişiselleştirme ihtiyacını vurgulamaktadır. Örneğin, genç ziyaretçiler sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) gibi sürükleyici teknolojileri kullanma konusunda hevesliyken, Baby Boomer'lar geleneksel hikâye anlatımı yöntemlerini tercih etmektedir (Wiangkham vd., 2025).

3. Kültürel Miras Turizmi Davranışlarını Etkileyen Faktörler

3.1. Kültürel Arka Plan ve Değer Yönelimleri

Ulusal kültür, turistlerin kültürel miras turizmine yönelik davranışlarını etkileyen başlıca faktörlerden biridir. Ulusal kültür, bireylerin değerlerini, dünya görüşlerini, tutumlarını ve eylemlerini kapsamaktadır. Bu bağlamda kültür, turistlerin seyahat kararlarını etkilemekle kalmaz, aynı zamanda destinasyonları nasıl algıladıklarını, hangi deneyimlere en çok değer verdiklerini ve bu deneyimlerden ne kadar memnun olduklarını da belirlemektedir (Koç, 2021). Cracolici ve Nijkamp'ın (2009) belirttiği gibi, bir destinasyonun kültürel zenginliği, rekabet gücünü artıran ve çekiciliğini derinleştiren unsurlar arasında yer almaktadır. Kültür, turistik ürünün sadece bir bileşeni değil, aynı zamanda ona anlam kazandıran temeldir.

Turizm araştırmalarında kültürün öneminin iki ana nedeni vardır. Birincisi, turistler kültürü sadece gözlem yoluyla değil, aynı zamanda duyguları ve hisleri yoluyla da deneyimlemektedirler. Bu çok boyutlu deneyimsel süreç, kültürün bir turistik ürün olarak somutlaşmasını sağlamaktadır (Kang vd., 2016). İkincisi ise kültür, turistlerin motivasyonlarını, beklentilerini, tercihlerini ve davranışlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Kültürel faktörler, bireyin neye değer verdiğini, hangi deneyimleri aradığını ve seyahatlerini nasıl algıladığını belirlemektedir (Ben-Dalia vd., 2013; González ve Medina, 2003). Bir turistin belirli bir destinasyona ilişkin değerlendirmesi, destinasyonu kendi kültürünün paylaşılan değerleri ve inançları üzerinden nasıl şekillendirdiğine bağlıdır (Thompson vd., 1990).

Değer kavramı, kültürel davranış anlamada önemli bir referans noktasıdır. Rokeach'e (1968) göre değer, belirli bir davranış biçiminin veya varoluş halinin alternatiflerine göre kişisel veya sosyal olarak tercih edilebilir olduğuna dair sağlam bir inançtır. Brown (1984) ise değeri, "tercih edilebilir olanın kalıcı bir anlayışı" olarak tanımlamakta ve bireylerin seçimleri ve eylemleri üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Değerler, bir bireyin veya grubun belirli bir bağlamda belirli bir nesneye veya duruma verdiği göreceli önemidir. Kültürel mirastan bahsederken, bir yapıya, yere veya sembole atfedilen değerler hem kolektif hem de bireysel bakış açılarından etkilenmektedir.

Mason (2002), kültürel miras kaynaklarıyla ilişkili değerlerin iki önemli özelliğine dikkat çekmektedir. Birincisi, kültürel mirasın son derece bağlamsal olduğudur. Örneğin, tarihi bir yapı, tarihsel, estetik ve kültürel önemi açısından değerlendirilebilir. Bu çeşitlilik, mirasın sadece fiziksel bir yapı olmadığını; aynı zamanda sosyal ve sembolik anlamlar da içerdiğini göstermektedir. İkincisi, bu değerler bağlam tarafından şekillendirilmekte

ve zaman içinde değişebilmektedir. Siyasi, sosyal veya kültürel ortamdaki değişiklikler, bir kültürel miras unsuruna verdiğimiz değeri artırabilir veya azaltabilir. Bu nedenle, bir kültürel miras alanının değerini değerlendirirken, sadece fiziksel özelliklerini değil, aynı zamanda topluluğun onu nasıl algıladığını ve bulunduğu bağlamı da dikkate almak gerekmektedir (Alazaizeh vd., 2016).

Kültürel miras deneyimleri sırasında turist davranışı, kültürel geçmişe bağlı olarak farklılık gösterebilir. Birçok çalışma, bu farklılıkları anlamak için Hall (1977) ve Hofstede vd. (2010) çalışmalarına atıfta bulunmaktadır. Hall (1977) ve Hofstede vd. (2010) tarafından belirlenen kültürel boyutlar ve özellikler Tablo 1’de sunulmuştur. Örneğin, yüksek bağlamlı kültürlerden gelen Çinli ve Japon turistler sembolik anlamlara ve dolaylı iletişime daha fazla önem vermektedir. Buna karşılık, Amerika Birleşik Devletleri ve Almanya gibi düşük bağlamlı kültürlerden gelen turistler genellikle açık ve özlü bilgilere, yapılandırılmış rehberli hizmetlere öncelik vermektedir (Li vd., 2022).

Tablo 1. Ülke kültürlerinin boyutları ve özellikleri

Kültürel Boyut	Özellikler	Öne Çıkan Örnekler
Yüksek Bağlamlı Kültür	Davranış normları, kurallar ve değerler yalnızca sözlü ifadelerle değil; ses tonu, beden dili, yüz ifadeleri ve mevcut bilgi gibi bağlamsal ipuçlarıyla aktarılır.	Brezilya, Tayvan, Fransa, İspanya
Düşük Bağlamlı Kültür	İletişimde doğrudan ve açık bir dil kullanılır; kelimeler ve net ifadeler ön plandadır.	Kanada, ABD, Almanya, İsveç
Güç Mesafesi (Yüksek)	Liderler ile astlar arasında sosyal mesafe korunur ve sınıf ayrımları sıklıkla vurgulanır.	Suudi Arabistan, Endonezya, Fransa, Çin
Bireycilik	Bireyler daha çok kendilerine yöneliktir ve öncelikli olarak kendi refahlarıyla ilgilenirler.	ABD, Hollanda, Almanya, Avustralya
Kollektivist	İnsanlar diğerleriyle nasıl uyum sağladıklarına, toplumdaki rollerine ve toplumsal iyiliğe nasıl katkıda bulunduklarına daha fazla önem verirler.	Japonya, Türkiye, Meksika, Çin
Belirsizlikten Kaçınma (Yüksek)	Yüksek belirsizlikten kaçınan kültürlerde öngörülebilirlik ve kontrol esastır. Belirsizlikten ve kontrolsüz durumlardan genellikle kaçınılır.	Rusya, Finlandiya, Güney Kore, Yunanistan
Hazcılık	Toplumlar lüks ürünlere daha fazla para harcar ve boş zaman etkinliklerine daha çok zaman ayırır. Arkadaşlık, mutluluk ve başarı duygusunu dışa vurmak yaygındır.	Kanada, ABD, Nijerya, Şili

Kısıtlayıcılık	Kısıtlayıcı toplumlar kişisel arzuları kontrol eder ve hazları toplumsal normlara uyum sağlamak için sınırlar. Olumlu duygular daha az ifade edilir; boş zaman ve lüks daha az değer görür.	Rusya, Çin, Japonya, Pakistan
Erillik	Eril kültürler cinsiyet rollerini, iddia ediciliği, kişisel hırsları, egoyu ve servet arayışını vurgular.	Avusturya, Hindistan, Meksika, Macaristan
Dişillik	Dişil kültürlerde şefkat ve bakım davranışları, cinsiyet eşitliği, kişisel ilişkiler, çevresel hassasiyet ve yaşam kalitesi öne çıkar.	İsveç, Danimarka, Tayland, Kosta Rika
Uzun Vadeli Yönelim	Geleceğe yönelik erdemler ön plandadır; tutumluluk, sebat ve hazırlıklı olma gibi özellikler önemlidir.	Finlandiya, Yeni Zelanda, Arjantin, Malezya

Kaynak: Hall (1977, 2000) ve Hofstede vd. (2010).

Hofstede'nin teorisine göre, Amerika Birleşik Devletleri ve Avustralya gibi bireyselci kültürlerden gelen turistler bireysel keşfe değer verirken, Çin ve Kore gibi kolektivist kültürlerden gelen turistler grup etkinliklerini tercih etmektedir (Crotts ve Erdmann, 2000; Park ve Reisinger, 2009). Öte yandan, Hindistan ve Rusya gibi yüksek güç mesafesine sahip toplumlarda, turistlerin yetkililerden gelen talimatları kabul etme olasılığı daha yüksektir (Smith vd., 2002). Kültürel farklılıkları anlamak, kültürel mirası yönetmek için çok önemlidir. Örneğin, Japonya ve Yunanistan gibi belirsizlikten kaçınma düzeyi yüksek kültürlerden gelen ziyaretçilere iyi yapılandırılmış programlar sunmak, deneyimlerini önemli ölçüde iyileştirir (Litvin vd., 2004).

Inglehart'ın kültürel değişim teorisi (Inglehart ve Baker, 2000), turist davranışı ile kültürel değerler ve ekonomik kalkınma düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek için önemli bir modeldir. Bu teoriye göre, geleneksel değerlerden seküler-rasyonel değerlere ve hayatta kalma değerlerinden kendini ifade etme değerlerine doğru bir kayma meydana gelmektedir. Buna ek olarak, bu kayma turistlerin deneyim beklentilerini, çevre bilincini ve otantik kültürel unsurlara duydukları ihtiyacı da değiştirmektedir.

3.2. Bilgi, Kültürel Farkındalık ve Duyarlılık

Kültürel mirası anlamak, insanların duygularını, ne yapmak istediklerini ve bu tür yerlere karşı nasıl davrandıklarını şekillendirmede çok önemlidir (Kim vd., 2010). Son araştırmalar, kültürel miras hakkındaki bilginin, turistlerin bu yerlere seyahat etme istekliliğinde, deneyimlerinin zenginliğinde ve tekrar

ziyaret etme eğiliminde önemli bir rol oynayabileceğini öne sürmektedir (Hu ve Md Noor, 2024).

Kültürel miras hakkındaki bilgi düzeyine bağlı olarak, bu yerlere sadece seyahat edenler ile onları daha derin bir şekilde deneyimleyenler arasında farklılıklar vardır. McKercher (2002), kültürel turistleri bilgi ve ilgi düzeylerine göre sınıflandırmıştır. Bunlardan biri de amaç odaklı turistlerdir. Bu gruptaki turistler yüksek bir farkındalık düzeyine sahiptir ve daha zengin deneyimler yaşamaktadırlar. Poria vd. (2006) ise insanların kültürel miras alanlarını kendi veya gruplarının tarihiyle ilişkilendirdiklerinde daha çok değer verdiklerini savunmaktadır. Bu da daha bilinçli ziyaret davranışına yol açmaktadır.

Güncel araştırmalar, ziyaretçilerin kültürel miras alanları hakkındaki bilgilerinin, onlarla etkileşimleriyle doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Örneğin, sanal gerçeklik destekli deneyimler öğrenmeyi geliştirmektedirler. Bu tür deneyimleri yüksek düzeyde etkileşimle birleştirmek, turistlerin etkileşim kurma niyetini daha da artırmaktadır (Lee vd., 2024; Wen vd., 2023). Li vd. (2022) ise kültürel ilgi ve bilginin turist deneyimleri üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Araştırmacılar, Çin'deki Mogao Mağaraları bağlamında Eğilim-Etki-Deneyim (TIE) modelini kullanmışlardır. Bu çalışmaya göre, daha fazla bilgi mutlaka daha fazla etkileşim anlamına gelmese de bilgi odaklı içerikler, zengin ve ilgi çekici deneyimler yaratmada çok önemlidir.

Bir kişinin bir destinasyona ilişkin algısı, memnuniyet düzeyi ve tekrar ziyaret etme olasılığı, sahip olduğu bilgilerden etkilenmektedir. Chen ve Tsai (2007), destinasyon imajının büyük ölçüde ziyaret etme niyetimizi şekillendirdiğini savunmaktadır. Destinasyon imajı da büyük ölçüde algı ve bilgi tarafından şekillendirilmektedir. Alberini ve Longo (2006) konuya farklı bir bakış açısıyla yaklaşmakta ve kültürel miras alanlarında kaliteli bilgi sağlamanın önemini vurgulamaktadırlar. Bu, ziyaretçi deneyimini iyileştirmekte ve koruma çabalarına desteği artırmaktadır. Bununla birlikte, kültürel miras hakkındaki bilgi, bireysel seyahat eğilimlerinin ötesinde bir etkiye sahiptir. Eğitim, insanların kültürel mirası koruma, sahiplenme ve değer verme eğilimini teşvik etme potansiyeline sahiptir (Timothy ve Boyd, 2003). Bir başka çalışmada ise yerel rehberlerin diyalog ve hikâye anlatımının, ziyaretçilerin genel bilgilerini artırarak deneyimlerini zenginleştirdiği sonucuna ulaşılmıştır (Leong vd., 2024).

Kültürel duyarlılık ve kültürel farkındalık, turistlerin kültürel miras algılarını etkileyen faktörler arasındadır. Bireylerin ve toplumların yüksek kültürel farkındalığı ve duyarlılığı, somut ve soyut kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliği ile doğrudan ilişkilidir. Kültürel farkındalık, bireyin

kendi ve başkalarının kültürel kimliklerinin farkında olmasını içermektedir (Winkelman, 2005). Kültürel duyarlılık ise diğer kültürlerle saygılı, açık ve empatik ilişkiler kurmayı ifade etmektedir (Foronda, 2008).

Son çalışmalar, kültürel duyarlılık ve farkındalığın eğitim yoluyla geliştirilebileceğini göstermiştir. Örneğin, Srivastava (2015), üniversite öğretmenleri arasında yaptığı bir çalışmada, eğitim seviyesi arttıkça kültürel mirasa ilişkin farkındalığın da arttığını bulmuştur. Bu durum, öğrenciler arasında kültürel değerlere saygının artmasına yol açmaktadır. Başka bir çalışmada ise Aktaş vd. (2025), ders dışı etkinliklerin öğrencilerin kültürel mirasa duyarlılığını artırmada önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır. Bu bulgu, kültürel farkındalığın sadece geleneksel eğitim yoluyla değil, aynı zamanda pratik deneyimler yoluyla da geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Kültürel farkındalık ve duyarlılığı sadece örgün eğitimle sınırlamak bir hatadır. Bunun yerine, medya, sosyal medya, turizm ve topluluk projeleri tarafından da desteklenmelidir. Somut olmayan kültürel mirasa odaklanan yaratıcı ve ilgi çekici öğretim yöntemleri, gençlerin kültürel değerlere olan ilgisini artırmada önemli bir rol oynamaktadır (UNESCO, 2025).

Yüksek düzeyde kültürel farkındalığa sahip gençlerin kültürel etkinliklere katılma ve kültürel mirası koruma olasılıkları daha yüksektir (Singh vd., 2024). Dahası, araştırmalar kültürel farkındalık ile sosyal sorumluluk sahibi davranış arasında önemli ve pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir (Zhang vd., 2024). Buna göre, kültürel eğitim programları sadece bireylerin bilgi düzeylerini değil, aynı zamanda değerlerini de şekillendirmekte ve daha fazla sosyal katılımı teşvik etmektedir.

3.3. Sosyal Etki ve Dijital Aracılık

Dijitalleşmenin kültürel miras alanları üzerindeki etkisi, özellikle sosyal medya ve dijital teknolojilerin sosyal davranışları nasıl değiştirdiği göz önüne alındığında, giderek daha fazla ilgi görmektedir. Sosyal medya platformları, sadece bilgi paylaşımı ve iletişim yerleri olmanın ötesine geçerek, insanların kültürel mirası nasıl algıladıkları, bekledikleri ve deneyimledikleri üzerinde aktif bir etkiye sahip ortamlar haline gelmiştir. Bu nedenle, insanların kültürel miras turizmiyle etkileşimleri büyük ölçüde dijital medyada paylaşılan içeriğe bağlıdır (Li vd., 2024).

Sosyal medya kullanıcıları tarafından oluşturulan görsel materyaller ve hikayeler, kültürel miras destinasyonlarının çekiciliğini artırmakta, estetik değerlerini vurgulamakta ve potansiyel ziyaretçilerin bu yerlerden ne bekleyebileceklerini belirlemektedir. Instagram, TikTok ve YouTube gibi

platformlarda paylaşılan fotoğraflar, videolar ve açıklamalar artık sadece görüntüler olmaktan çıkarak kültürel mekanların sosyal temsilleri haline gelmiştir (Liang vd., 2021). Bu içerik, kültürel mirasla nasıl etkileşim kurulduğunu şekillendiren elektronik bir çerçeve sağlamaktadır (Lee ve Hudson, 2013).

Sosyal medya öneri sistemleri, kullanıcıların dikkatini kültürel cazibe merkezlerine yönlendirmekte ve popüler içerik aracılığıyla turizm trendlerini şekillendirmektedir “Instagram’da paylaşılabılır” olarak tanımlanan destinasyonlar, yalnızca kültürel önemleri nedeniyle değil, aynı zamanda ilgi çekici ve paylaşılabılır görsel içerik sunmaları nedeniyle de tercih edilmektedir (Milano vd., 2019b). Bu durum, kültürel miras deneyimlerini değerlendirmek için görsel tabanlı bir sistem oluşturmuştur. Bu sistemde, estetik arayışı bazen kültürel anlamın önüne geçebilmektedir (Loke vd., 2022).

TripAdvisor gibi kullanıcı tarafından oluşturulan içerik platformları, kültürel miras alanlarının çevrimiçi olarak nasıl algılandığı konusunda büyük bir etkiye sahiptir. Ziyaretçilerin yorumları, puanları ve önerileri kişisel görüşlerin ötesine geçerek diğer turistlerin seçimlerini etkileyen kaliteli bilgi kaynakları olarak işlev görmektedir (Zeng ve Gerritsen, 2014). Bu platformlar, kültürel miras alanlarının dijital temsiliinin ortak bir hafızasını oluşturmakta ve kamuoyu algısında önemli bir rol oynamaktadır (Kladou ve Mavragani, 2015). Bununla birlikte, bu platformlardaki özgünlüğün kaybolması, güzelliğe ve ticarileşmeye aşırı odaklanma, eleştirilere yol açmıştır. Çevrimiçi olarak paylaşılan görsel içerik kültürel bağlamı arka plana iterse, kültürel mirası derinlemesine yorumlamak zorlaşmaktadır (Mkono, 2019). Kültürel mirası “mutlaka görülmesi gereken yerler” listesine indirgemek, yerel halkın kültürel değerleriyle uyumlu olmayan tüketim kalıplarına yol açabilmektedir (Munar ve Jacobsen, 2014).

Ancak, dijital içerik, kültürel mirasın daha az bilinen yönlerini temsil ederek kültürel çeşitliliğe erişim sağlamaktadır. Bu anlamda, sosyal medya hem ana akım hem de alternatif ve yerel içerik için bir platformdur (Cohen ve Cohen, 2012). İçerik oluşturucular, kültürel mirasın farklı boyutlarını daha çeşitli ve zengin bir şekilde sunma fırsatına sahiptir. Dijitalleşme perspektifinden dikkate alınması gereken bir diğer önemli unsur ise sanal deneyimlerin gerçek deneyimleri nasıl etkilediğidir. Artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) ve 360 derecelik videolar, ziyaretçilerin fiziksel olarak orada bulunmalarına gerek kalmadan kültürel miras alanlarını gezmelerine olanak tanımaktadırlar. Bu şekilde, potansiyel ziyaretçiler bu alanlar hakkında bilgi edinebilirler ve ziyaret etmeden önce zihinsel bir imaj oluşturabilirler (Champion, 2021).

Pandemi sırasında fiziksel ziyaretlerin zorlaştığı zamanlarda, sanal deneyimler kültürel miras alanlarına erişimi sağlamada önemli bir rol oynamıştır (Resta vd., 2021). Araştırmalar, sanal deneyimlerin kültürel ilgi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve insanları fiziksel ziyaretler yapmaya teşvik ettiğini göstermektedir (Han vd., 2014; Tussyadiah vd., 2018). Müzeler gibi yerlerin sanal turları, ziyaretçilerin bilgi düzeyini artırmakla kalmamaktadır. Aynı zamanda destinasyonla olan duygusal bağlarını da güçlendirmektedir. Bununla birlikte, bazı araştırmacılar, sanal deneyimlerin duygusal etkileşim ve kültürlerarası alışveriş sağlamadığı için gerçek dünya deneyimlerinin yerini tamamen alamayacağına inanmaktadır (Bekele vd., 2018). Bu nedenle, sanal deneyimlerin gerçek dünya deneyimlerini tamamlayacak şekilde kullanılması daha uygundur (Ma vd., 2024). Ayrıca, sanal deneyimler fiziksel erişim zorlukları yaşayan bireyler için büyük fırsatlar sunmaktadır. Engelli bireyler, yaşlılar veya hareket kısıtlılığı olanlar, dijital platformlar aracılığıyla kültüre erişebilirler. Buna bağlı olarak, sosyal katılımlarını ve kültürel anlayışlarını artırabilirler (Chong vd., 2021). Dijital kültürel içerik ayrıca genç nesillerde kültürel bilginin gelişimini de desteklemektedir (Aktaş vd., 2025).

4. Kültürel Miras Turizminde Zorluklar ve Etik Hususlar

Kültürel miras turizmi, yerel kimliği koruma ve ekonomik büyümeyi teşvik etme fırsatları sunmaktadır. Ancak bazen kültürel miras turizmi ciddi etik ve çevresel endişelere yol açabilmektedir. Turistlerin dikkatsiz veya sorumsuz davranışları, kültürel miras alanlarında kalıcı hasara neden olabilir (Timothy ve Boyd, 2003). Kültürel miras turizminin yol açtığı zararlar arasında vandalizm, aşırı turizm, fiziksel yıkım ve yerel topluluklar ile ziyaretçiler arasında artan gerilimler yer almaktadır (McKercher ve du Cros, 2002).

Vandalizm, sorumsuz turizm faaliyetlerinden kaynaklanan kültürel mirasa yönelik en ciddi tehditlerden biridir. Tarihi yapıları tahrip eden, anıtlara isimlerini kazıyan veya kültürel eserleri yağmalayan turistler, kültürel mirasın özgünlüğüne ve bütünlüğüne ciddi bir tehdit oluşturmaktadır (McKercher ve du Cros, 2002). Bu olaylar genellikle açık ve kontrolsüz alanlarda meydana gelmekte ve yetkililerin müdahale etmesini zorlaştırmaktadır. Örneğin, İtalya'daki Kolezyum'a grafiti yapan veya Peru'daki Machu Picchu'daki kültürel yapıları tahrip eden turistler, kültürel mirasın korunmasıyla ilgili ciddi etik ve güvenlik endişelerini gündeme getirmişlerdir (Deseret News, 2025; Deutsche Welle, 2025).

Aşırı turizm de kültürel miras alanları için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Özellikle, sosyal medyadan kaynaklanan ani ziyaretçi akışları veya yoğun

sezonlardaki aşırı kalabalıklar, bu alanların taşıma kapasitesini aşabilmekte ve ciddi hasara neden olabilmektedir (Seraphin vd., 2018). Bu durum sadece ziyaretçi deneyiminin kalitesini düşürmekle kalmamaktadır. Aynı zamanda, kültürel yapılara fiziksel ve çevresel zarar vermekte ve turistler için güvenlik riski oluşturmaktadır (Gössling vd., 2020). Örneğin, Barselona, Dubrovnik ve Venedik'in tarihi şehir merkezlerindeki yapısal bozulma ve kontrolsüz turist akışları, turistler ve yerel halk arasında artan gerilimlere yol açmıştır (Milano vd., 2019a).

Turizmin kültürel miras üzerindeki etkisi, yapıların fiziksel yıkımıyla sınırlı değildir. Turizm, yerel yaşam tarzlarını, özgün gelenekleri ve kültürel mirası da değiştirebilmektedir. Örneğin, kutsal törenler sırasında yüksek sesle konuşmak, fotoğraf çekmek veya yerel halkı alaya almak ve aşağılamak gibi uygunsuz turist davranışları, yerel kimliği zayıflatmakta ve yerel halk ile turistler arasındaki çatışmaları şiddetlendirmektedir (Reisinger ve Steiner, 2006). Bu nedenle, kültürel miras alanlarına yönelik etik yükümlülükler hem yerel hem de küresel düzeyde dikkate alınmalıdır.

Kültürel mirasın sürdürülebilir yönetimi için çeşitli yaklaşımların geliştirilmesi ve uygulanması gerekmektedir. Bunlar arasında ziyaretçi eğitimi, kamu katılımı, dijital izleme sistemlerinin kullanımı ve ziyaretçi kısıtlamaları yer almaktadır. Farkındalık kampanyaları, saygılı davranışları teşvik etmede ve kültürel alanları korumada önemli bir rol oynamaktadır (Timothy ve Nyaupane, 2009). Uluslararası kuruluşlardan gelen sürdürülebilirlik kılavuzları da miras alanlarında etik standartların korunması için önemli yönergeler sağlamaktadır (Albert, 2015).

Kültürel miras ekonomik açıdan önem kazandıkça, bölgeler ticarileşme riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum, kültürel unsurların orijinal anlamlarından ayrılmasına ve yapay, yüzeysel deneyimlerin ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Uslu vd., 2023). Bu süreç, eğlence amacıyla kültürün çok yönlü zenginliğinin basitleştirilmesini ifade eden “Disneyleşme” olarak tanımlanmıştır (Bryman, 2004).

Disneyleşme, tarihi gerçekleri ve kültürel çeşitliliği kolayca tüketilebilmekte ve eğlenceli biçimlere dönüştürmektedir. Güncel araştırmalar, bu olgunun özellikle tarih ve gelenek açısından zengin bölgelerde hızlandığını göstermektedir. Örneğin, Tayland'daki geleneksel festivallerin sadece turistler için birer gösteriye dönüştürülmesi veya Yunanistan'daki antik sit alanlarının turistik mekanlara dönüştürülmesi, bu yaygın olgunun örnekleridir (Chantamool vd., 2015; Hartzoulaki, 2019). Bu durum, kültürün sunulma biçimini bozmakla kalmaz, aynı zamanda yerel toplulukların kendi kimlikleriyle olan bağını da zayıflatmaktadır. Ticari amaçlarla üretilen ve

turistleri hedefleyen yerel sanat eserleri, dini gelenekler veya halk adetleri, yerel halkı miraslarından uzaklaştırabilmektedir. Bu nedenle, özellikle yoksul topluluklardaki gençler arasında kültürel özgüven kaybı ve artan bir kültürel kopukluk hissi oluşmaktadır (Alamineh vd., 2023). Ayrıca, kültürel miras alanlarının artan ticarileşmesi mekânsal dönüşümlere de yol açmaktadır. Örneğin, zincir mağazaların tarihi pazarlara girmesi veya yerel restoranların kapanıp yerlerine küresel fast food zincirlerinin gelmesi, kültürel özgünlüğün incelikli bir şekilde kaybolmasına neden olmaktadır. Bu durum, kültürü tüketime yönelik tamamen paketlenmiş bir meta haline getirmektedir (Zukin, 2010).

Ticarileştirmenin etik boyutu da giderek daha önemli hale gelmektedir. Kültürel mirasın öncelikle kâr amacıyla sömürülmesi, kamusal değerini azaltmakta ve yerel halkı karar alma süreçlerinden dışlamaktadır (Gill, 2024). Bu durum, özellikle turizm politikalarının genellikle yabancı yatırımcıları desteklediği ve yerel toplulukları karar alma mekanizmalarından dışladığı Küresel Güney ülkelerinde belirgindir (Brooks vd., 2023). Bu bağlamda, çağdaş miras yönetimi, kamu katılımı da dahil olmak üzere kültürel sürdürülebilirliği ve yerel kimliği korumaya odaklanmaktadır. Uzmanlar, ticarileşme baskılarına karşı koruma politikaları geliştirilmesini, yerel topluluklarla iş birliği içinde kültürel anlatılar oluşturulmasını ve turizmin sosyal ve kültürel yönlerini dikkate alan yönetim stratejilerinin benimsenmesini önermektedir (Waterton ve Smith, 2010).

Kültürel miras alanlarının korunması ve sürdürülebilir turizmin başarısı büyük ölçüde gönüllü ve sorumlu turizm davranışına bağlıdır. Bu nedenle, turizm eğitimi sürdürülebilir davranışı teşvik etmek için önemli bir strateji olarak kabul edilmektedir (Ballantyne ve Packer, 2011). İnsanları kültürel mirasın önemi, korunması ve etik standartlara uyma gerekliliği konusunda bilgilendirmek hem fiziksel hem de kültürel bütünlüğün korunmasına yardımcı olmaktadır (Moscardo, 1996). Ziyaretçilerin kültürel ve çevresel konulara duyarlılığını artırmak için eğitim programları ve bilgilendirme materyalleri geliştirilmelidir. Bu tür uygulamaların ziyaretçilerde olumlu davranış değişiklikleri yarattığı gösterilmiştir (Ballantyne ve Packer, 2011). Deneyimsel öğrenme uygulamaları, etkileşimli sergiler ve dijital medya, ziyaretçilerin bilişsel ve duygusal öğrenmelerini geliştirerek sürdürülebilir ve sorumlu davranışları teşvik etmektedir (Walker ve Moscardo, 2014; Weiler ve Kim, 2011). Bu nedenle, ziyaretçi eğitimi empati gelişimine, kültürel değerlerin içselleştirilmesine ve bilgi aktarımına katkıda bulunmaktadır (Kang, 2022).

Katılımcı ve etkileşimli eğitim sistemlerinin, kültürel miras alanlarında çevresel farkındalığı ve sorumluluk duygusunu artırmada önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir (Ding vd., 2022). Oyunlaştırma ve artırılmış gerçeklik gibi gelişmiş teknolojiler kullanıldığı bu uygulamalar, öğrenmeyi eğlenceli hale getirmekte ve sürdürülebilir davranışların gelişimini desteklemektedir (Chauhan ve Karthikeyan, 2025). Bununla birlikte, ziyaretçilerin sosyo-kültürel geçmişi, deneyim düzeyi ve bilgisi, öğrenme sürecini önemli ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle, eğitim programları hedef kitleye uygun hale getirilmeli ve farklı öğrenme stillerine göre çeşitlendirilmelidir (Gössling vd., 2012; Stern vd., 2013).

5. Sonuç

Bu bölüm, kültürel miras turizmini farklı bir bakış açısıyla incelemekte; öncelikle kültür, miras ve turizm deneyimi kavramlarını kavramsal ve teorik olarak açıklamaktadır. Ardından, turistlerin kültürel miras turizmi deneyimlerini etkileyen faktörleri ele almaktadır. Bu faktörler arasında kültür, değer yönelimi, bilgi, kültürel farkındalık, duyarlılık, sosyal etki ve dijital aracılık yer almaktadır. Bununla birlikte, kültürel miras turizminde etik konulara ilişkin bilgiler de sunulmaktadır. Kültürel miras turizmi sadece tarihi yerleri ziyaret etmekle sınırlı değildir. Aynı zamanda bireysel kimliği şekillendirmede, aidiyet duygusunu güçlendirmede ve kültürel anlamları zenginleştirmede aktif bir rol oynamaktadır (Biran vd., 2020; Waitt, 2000). Turistlerin motivasyonları, kültürel bilgileri ve deneyime ilişkin beklentileri, bu süreçte ortaya çıkan temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Bu kitap bölümü, teorik temelleri vurgulamaktadır (Hofstede vd., 2010; Inglehart ve Baker, 2000) ve kültürel miras turizmindeki zaman içindeki değişen eğilimleri anlamak için önemli bir referans noktası sağlamaktadır. Özellikle, ziyaretçi bilgisi ve kültürel duyarlılığın deneyimlerin kalitesini artırdığı (Kim vd., 2010) ve sosyal medya ile dijital teknolojilerin turist davranışlarını değiştirdiği (Lee vd., 2024) gerçeği, uygulayıcılar için önemli sonuçlar doğurmaktadır. Bu kanıtlara dayanarak, turizm planlamacıları ve destinasyon yöneticileri, son derece ilgi çekici, çok boyutlu ve kişiselleştirilmiş deneyimler tasarlayarak ziyaretçi memnuniyetini artırabilir ve sürdürülebilir turizm uygulamaları geliştirebilirler.

Aşırı turizm, vandalizm ve kültürün ticarileştirilmesi gibi kültürel miras alanlarının karşı karşıya kaldığı etik zorluklar (McKercher ve du Cros, 2002; Bryman, 2004), bu alanların geliştirilmesi ve korunması için ciddi tehditler oluşturmaktadır. Bu zorluklara yanıt vermek, yerel halkı sürece dahil etmeyi,

ziyaretçi eğitim programlarını artırmayı ve dijital teknolojileri koruma ve kullanım arasında denge kuracak şekilde kullanmayı gerektirmektedir.

Gelecekteki araştırmaların, kültürel miras turizminin sosyal ve psikolojik etkilerini incelemesi, farklı kültürel gruplar arasındaki deneyim farklılıklarını araştırması ve dijitalleşmenin uzun vadeli sonuçlarını belirlemesi önemlidir. Ayrıca, sürdürülebilir turizm modellerinin yerel ekonomiler ve kültürel mirasın korunması üzerindeki etkisini nicel ve nitel analizlerle inceleyen çalışmalar, literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır. Sonuç olarak, bu kitap bölümü kültürel miras turizmine kapsamlı bir genel bakış sunmakta, araştırmacılar, politika yapıcılar ve uygulayıcılar için yararlı bir kaynak görevi görmektedir. Kültürel mirasın uzun vadeli korunması ve sürdürülebilir turizm, ancak disiplinlerarası araştırmalar ve yaratıcı müdahalelerle mümkündür. Gelecekteki araştırmalar için en önemli hedeflerden biri, teorik araştırmalar ile pratik uygulamalar arasındaki uyumu güçlendirmek olmalıdır.

Kaynakça

- Agapito, D. (2020). The senses in tourism design: A bibliometric review. *Annals of Tourism Research*, 83, 102934. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102934>
- Aktaş, V., Tokmak, A., & İlhan, G. O. (2025). Improving sensitivity to cultural heritage through out-of-school learning activities. *Participatory Educational Research*, 12(1), 98-117. <https://doi.org/10.17275/per.25.6.12.1>
- Alamineh, G. A., Hussein, J. W., Mulu, Y. E., & Tadesse, B. (2023). The negative cultural impact of tourism and its implication on sustainable development in Amhara Regional State. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1), 2224597.
- Alazaizeh, M. M., Hallo, J. C., Backman, S. J., Norman, W. C., & Vogel, M. A. (2016). Value orientations and heritage tourism management at Petra Archaeological Park, Jordan. *Tourism Management*, 57, 149-158. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.05.008>
- Alberini, A., & Longo, A. (2006). Combining the travel cost and contingent behavior methods to value cultural heritage sites: Evidence from Armenia. *Journal of Cultural Economics*, 30(4), 287-304. <https://doi.org/10.1007/s10824-006-9020-9>
- Albert, M. T. (2015). *Perceptions of sustainability in heritage studies (Vol. 4)*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (1999). Old cities, new pasts: heritage planning in selected cities of central europe. *GeoJournal*, 49(1), 105-116.
- Aulet, S., & Vidal, D. (2018). Tourism and religion: sacred spaces as transmitters of heritage values. *Church, Communication and Culture*, 3(3), 237-259.
- Ballantyne, R., & Packer, J. (2011). Using tourism free-choice learning experiences to promote environmentally sustainable behaviour: the role of post-visit 'action resources.' *Environmental Education Research*, 17(2), 201-215. <https://doi.org/10.1080/13504622.2010.530645>
- Beeho, A. J., & Prentice, R. C. (1997). Conceptualizing the experiences of heritage tourists: A case study of New Lanark World Heritage Village. *Tourism Management*, 18(2), 75-87.
- Bekele, M. K., Pierdicca, R., Frontoni, E., Malinverni, E. S., & Gain, J. (2018). A survey of augmented, virtual, and mixed reality for cultural heritage. *Journal on Computing and Cultural Heritage*, 11(2), 1-36.
- Ben-Dalia, S., Collins-Kreiner, N., & Churchman, A. (2013). Evaluation of an urban tourism destination. *Tourism Geographies*, 15(2), 233-249.
- Biran, A., Poria, Y., & Oren, G. (2020). Sought experiences at (dark) heritage sites. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 820-841.

- Brooks, C., Waterton, E., Saul, H., & Renzaho, A. (2023). Exploring the relationships between heritage tourism, sustainable community development and host communities' health and wellbeing: A systematic review. *PloS one*, 18(3), e0282319. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0282319>
- Brown, T. C. (1984). The concept of value in resource allocation. *Land economics*, 60(3), 231-246.
- Bryman, A. (2004). *The Disneyization of society*, SAGE Publishers.
- Campos, A. C., Mendes, J., Valle, P. O., & Scott, N. (2017). Co-creation of tourist experiences: A literature review. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 369-400.
- Cesário, V., & Nisi, V. (2023). Designing mobile museum experiences for teenagers. *Museum Management and Curatorship*, 38(3), 272-292.
- Cesário, V., Freitas, J., & Campos, P. (2025). Empowering cultural heritage professionals: designing interactive exhibitions with authoring tools. *Museum Management and Curatorship*, 40(2), 210-224.
- Champion, E. M. (2021). *Virtual heritage: A Guide*, Ubiquity Press: London, <https://doi.org/10.5334/bck>
- Chantamool, A., Laoakka, S., & Phaengsoi, K. (2015). Traditional festivals: Development of tourism routes for linking cultural heritage sources in the catchment watershed of Mekong River Basin in Thailand. *International Journal of Sociology and Anthropology*, 7(11), 233-245.
- Chauhan, N., & Karthikeyan, A. (2025). Usage of augmented reality and gamification elements to enhance engagement and learning experiences in heritage tourism sites: case studies and insights. In Tyagi, P. K., Nadda, V., Singh, A. K. (Eds.) *Meaningful Tourism: Strategies and Future Development* (pp. 31-52). Emerald Publishing Limited.
- Chen, C. F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?, *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
- Chong, H. T., Lim, C. K., Ahmed, M. F., Tan, K. L., & Mokhtar, M. B. (2021). Virtual reality usability and accessibility for cultural heritage practices: Challenges mapping and recommendations. *Electronics*, 10(12), 1430. <https://doi.org/10.3390/electronics10121430>
- Cohen, E., & Cohen, S. A. (2012). Authentication: Hot and cool. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1295-1314.
- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, 30(3), 336-344.
- Crotts, J. C., & Erdmann, R. (two thousand). Does national culture influence consumers' evaluation of travel services? A test of Hofstede's model of cross-cultural differences. *Managing Service Quality: An International Journal*, 10(6), 410-419.

- Deseret News (AP). (2025, Ağustos). Bad tourist behavior, from the Colosseum to Machu Picchu, <https://www.deseret.com/2023/6/28/23777186/bad-tourist-behavior-colosseum-machu-picchu-moab-utah/>
- Deutsche Welle (DW). (2025, Ağustos). Peru to deport tourists for damaging Machu Picchu, <https://www.dw.com/en/peru-tourists-accused-of-damaging-defecating-on-machu-picchu/a-52007055>
- Ding, Y., Zhao, M., Li, Z., Xia, B., Atutova, Z., & Kobylkin, D. (2022). Impact of education for sustainable development on cognition, emotion, and behavior in protected areas. *International journal of environmental research and public health*, 19(15), 9769.
- Foronda, C. L. (2008). A concept analysis of cultural sensitivity. *Journal of Transcultural Nursing*, 19(3), 207–212. <https://doi.org/10.1177/1043659608317093>
- Gill, G. (2024). Heritage and entrepreneurial urbanism: unequal economies, social exclusion, and conservative cultures. *Urban Research & Practice*, 18(2), 196–216. <https://doi.org/10.1080/17535069.2024.2382245>
- González, R., & Medina, J. (2003). Cultural tourism and urban management in northwestern Spain: the pilgrimage to Santiago de Compostela. *Tourism Geographies*, 5(4), 446–460.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M., Ceron, J. P., & Dubois, G. (2012). Consumer behaviour and demand response of tourists to climate change. *Annals of tourism research*, 39(1), 36–58.
- Hall, E.T. (1977). *Beyond culture*. Anchor Press.
- Hall, E.T. (2000). Monochronic and polychronic time. In L.A. Samovar and R.E. Porter (Eds.) *Intercultural Communication: A Reader* (pp. 280–286). Belmont, CA: Wadsworth.
- Han, D. I., Jung, T., & Gibson, A. (2014, January). Dublin AR: implementing augmented reality in tourism. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2014: Proceedings of the International Conference in Dublin, Ireland, January 21-24, 2014* (pp. 511–523). Cham: Springer International Publishing.
- Hartzoulaki, K. (2019). Use and protection of archaeological sites in Greece: policies and practices 1975–2018. *Heritage*, 2(1), 366–379.
- Hofstede, G., Hofstede, G.J. and Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the Mind (3rd edn)*. McGraw-Hill.
- Hu, J., & Md Noor, S. (2024). Knowledge, attitudes and practices of intangible cultural heritage among youth in Sichuan, China: a cross-sectional study.

Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development,
<https://doi.org/10.1108/JCHMSD-10-2023-0174>

- Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65(1), 19–51.
- Ivanovich, M. & Saayman, M. (2015). Authentic economy shaping transmodern tourism experience. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, Supplement 1 (December), 24–36.
- Kang, S. J. (2022). Emotional exhibition, visitors' empathy, and history education and heritage education in the museum. *Korean Hist. Educ. Rev*, 161, 181–214.
- Kang, S. K., Lee, C. K., & Lee, D. E. (2016). Examining cultural worldview and experience by international tourists: A case of traditional house stay. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(5), 477–499.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2010). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *European Journal of Tourism Research*, 3(2), 123–126.
- Kladou, S., & Mavragani, E. (2015). Assessing destination image: An online marketing approach and the case of TripAdvisor. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 187–193.
- Koç, E. (2021). *Cross-cultural aspects of tourism and hospitality: A Services Marketing and Management Perspective*. Routledge.
- Koç, E., & Yazıcı Ayyıldız, A. (2024). Intercultural perspectives on shopping and tourism, In Timothy, D. J. (Ed.), *Contemporary Perspectives on Shopping, Retail and Tourism* (pp. 37–56), Channel View Publications: UK.
- Kong, W. H. (2010). Development of a structural model for quality cultural heritage tourism. Nottingham Trent University (United Kingdom).
- Lee, J., Jung, T., Tom Dieck, M. C., García-Milon, A., & Kim, C. S. (2024). Affordance, digital media literacy, and emotions in virtual cultural heritage tourism experiences. *Journal of Vacation Marketing*, 13567667241255383.
- Leong, A. M. W., Yeh, S.-S., Zhou, Y., & Huan, T.-C. (2024). Exploring the influence of historical storytelling on cultural heritage tourists' value co-creation using tour guide interaction and authentic place as mediators. *Tourism Management Perspectives*, 50, Article 101198. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101198>
- Li, Y., Jiao, L., & Zhou, M. (2024). How does cultural heritage destination digitalization influence tourists' attitudes? The role of constructive authenticity and technology-destination fit. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 41(2), 221–234.

- Li, Y., Tang, Y., & Yang, S. (2022). Role of cultural tendency and involvement in heritage tourism experience: developing a cultural tourism tendency-involvement-experience (TIE) model. *Land*, 12(1), 370.
- Liang, X., Lu, Y., & Martin, J. (2021). A review of the role of social media for the cultural heritage sustainability. *Sustainability*, 13(3), 1055.
- Litvin, S. W., Crotts, J. C., & Hefner, F. L. (2004). Cross-cultural tourist behaviour: a replication and extension involving Hofstede's uncertainty avoidance dimension. *International Journal of Tourism Research*, 6(1), 29-37.
- Loke, T., Teramoto, Y., Camargo, C. Q., & Eccles, K. (2022). Heritage site-seeing through the visitor's lens on Instagram. *Journal of Cultural Analytics*, 7(3), 1-28.
- Ma, C., Somrak, T., Manajit, S., & Gao, C. (2024). Exploring the potential synergy between disruptive technology and historical/cultural heritage in thailand's tourism industry for achieving sustainable development in the future. *International Journal of Tourism Research*, 26(5), e2759.
- Marjerison, R. K., Kim, J. M., Jun, J. Y., Liu, H., & Kuan, G. (2024). A cross generational exploration of motivations for traditional ethnic costume photography tourism in China. *Sustainability*, 16(24), 10882.
- Mason, R. (2002). Assessing values in conservation planning: methodological issues and choices. *Assessing the values of cultural heritage*, 1, 5-30.
- McKercher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4(1), 29-38.
- McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management*. NY: Haworth Hospitality Press.
- Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (2019a). *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism*. CABI.
- Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019b). Overtourism and degrowth: A social movements perspective. *Journal of sustainable tourism*, 27(12), 1857-1875.
- Mkono, M. (2019). Neo-colonialism and greed: Africans' views on trophy hunting in social media. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(5), 689-704.
- Moscardo, G. (1996). Mindful visitors: Heritage and tourism. *Annals of tourism research*, 23(2), 376-397.
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism Management*, 43, 46-54.
- Park, K. S., & Reisinger, Y. (2009). Cultural differences in shopping for luxury goods: Western, Asian, and Hispanic tourists. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(8), 762-777.

- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2001). Clarifying heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 1047–1048.
- Poria, Y., Reichel, A., & Biran, A. (2006). Heritage site management: Motivations and expectations. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 162–178.
- Reisinger, Y., & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 65–86.
- Resta, G., Dicuonzo, E., Karacan, E., & Pastore, D. (2021). The impact of virtual tours on museum exhibitions after the onset of covid-19 restrictions: visitor engagement and long-term perspectives. *SCIRES-IT-SCIENTIFIC RESEARCH and Information Technology*, 11(1), 151–166.
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of tourism research*, 85, 102922.
- Robinson, V. M., & Schänzel, H. A. (2019). A tourism inflex: Generation Z travel experiences. *Journal of tourism futures*, 5(2), 127–141.
- Rokeach, M. (1968). The role of values in public opinion research. *The Public Opinion Quarterly*, 32(4), 547–559.
- Ryan, C., & Zhang, X. N. (2024). *Tourist Experiences: Insights from Psychology* (Vol. 98). Channel View Publications.
- Seraphin, H., Sheeran, P., & Pilato, M. (2018). Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374–376.
- Singh, A., Singh, P., Saraswat, V., Pushparajesh, V., Goyal, S., Zaveri, B., & Reddy, B. (2024). Examining the impact of young people's involvement in cultural heritage preservation and promotion. *Evolutionary Studies in Imaginative Culture*, 8(2), S2, 924–934. <https://doi.org/10.70082/esi-culture.vi.1090>
- Smith, P. B., Peterson, M. F., & Schwartz, S. H. (2002). Cultural values, sources of guidance, and their relevance to managerial behavior: A 47-nation study. *Journal of cross-cultural Psychology*, 33(2), 188–208.
- Srivastava, S. (2015). A study of awareness of cultural heritage among the teachers at university level. *Universal Journal of Educational Research*, 3(5), 336–344. <https://doi.org/10.13189/ujer.2015.030506>
- Stern, M. J., Powell, R. B., & Hill, D. (2013). Environmental education program evaluation in the new millennium: what do we measure and what have we learned? *Environmental Education Research*, 20(5), 581–611. <https://doi.org/10.1080/13504622.2013.838749>
- Thompson, M., Ellis, R., & Wildavsky, A. (1990). *Cultural theory*, Westview. Press. Colorado, CO.

- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Pearson Education.
- Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (Eds.). (2009). *Cultural heritage and tourism in the developing world*. New York: Routledge.
- UNESCO (2025, Ağustos). *About living heritage and education*, <https://ich.unesco.org/en/about-01159?utm>
- Tussyadiah, I. P., Wang, D., Jung, T. H., & Tom Dieck, M. C. (2018). Virtual reality, presence, and attitude change: Empirical evidence from tourism. *Tourism management*, 66, 140-154.
- Urry, J. (1992). The tourist gaze and the 'environment'. theory, *Culture & Society*, 9(3), 1-26. <https://doi.org/10.1177/026327692009003001>
- Uslu, F., Yayla, O., Güven, Y., Ergun, G. S., Demir, E., Erol, S., Yıldırım, M. N. O., Keleş, H., & Gözen, E. (2023). The perception of cultural authenticity, destination attachment, and support for cultural heritage tourism development by local people: The moderator role of cultural sustainability. *Sustainability*, 15(22), 15794. <https://doi.org/10.3390/su152215794>
- Waitt, G. (2000). Consuming heritage: Perceived historical authenticity. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 835-862. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00115-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00115-2)
- Walker, K., & Moscardo, G. (2014). Encouraging sustainability beyond the tourist experience: ecotourism, interpretation and values. *Journal of sustainable tourism*, 22(8), 1175-1196.
- Waterton, E., & Smith, L. (2010). The recognition and misrecognition of community heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 16(1-2), 4-15. <https://doi.org/10.1080/13527250903441671>
- Weiler, B., & Kim, A. K. (2011). Tour guides as agents of sustainability: Rhetoric, reality and implications for research. *Tourism Recreation Research*, 36(2), 113-125.
- Wen, X., Sotiriadis, M., & Shen, S. (2023). Determining the key drivers for the acceptance and usage of AR and VR in cultural heritage monuments. *Sustainability*, 15(5), 4146.
- Wiangkham, A., Kiewanwatana, K., & Vongvit, R. (2025). A comparative study of baby boomers and Gen Z on virtual reality adoption for travel intentions: a PLS-MGA and GRNN model. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 41(13), 8224-8245.
- Winkelman, M. (2005). *Cultural awareness, sensitivity and competence* (pp. 1-15). Peosta, IA: Eddie Bowers Publishing.
- Wu, G. M., Chen, S. R., & Xu, Y. H. (2023). Generativity and inheritance: Understanding Generation Z's intention to participate in cultural heritage tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 465-482. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2023.2178927>

- Xie, Y., & Wu, K. (2000). From expectations to feelings: An interactive model for quality tourist experience. *Tour. Sci*, 2, 1-4.
- Xu, L., Zhang, J., & Nie, Z. (2022). Role of cultural tendency and involvement in heritage tourism experience: developing a cultural tourism tendency–involvement–experience (TIE) model. *Land*, 11(3), 370.
- Yale, P. (1991). *From tourist attractions to heritage tourism*. London: ELM Publications: Huntingdon, UK.
- Yang, Y., Wang, Z., Shen, H., & Jiang, N. (2023). The impact of emotional experience on tourists' cultural identity and behavior in the cultural heritage tourism context: An empirical study on Dunhuang Mogao Grottoes. *Sustainability*, 15(11), 8823.
- Yousaf, A., Amin, I., & C Santos, J. A. (2018). Tourist's motivations to travel: A theoretical perspective on the existing literature. *Tourism and hospitality management*, 24(1), 197-211.
- Zayım, M. (2024). The relationship between culture, geography, and tourism: interconnected and influential factors. In *Cases on Innovation and Sustainability in Tourism* (pp. 267-283). IGI Global.
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27–36.
- Zhang, Y. (2010). *Institutional approach of self-governance on cultural heritage as common pool resources (Vol. 2)*. Ebla working paper. Available online: https://www.css-ebbla.it/wp-content/uploads/22_WP_Ebla_CSS.pdf (Erişim Tarihi: 16 Temmuz 2025).
- Zhang, Y., Ikiz Kaya, D., van Wesemael, P., & Colenbrander, B. J. (2024). Youth participation in cultural heritage management: a conceptual framework. *International Journal of Heritage Studies*, 30(1), 56-80.
- Zukin, S. (2010). *Naked city: the death and life of authentic urban places*. Oxford University Press.

