



Bilgi Yönetimi Dergisi

Cilt: 7 Sayı: 1 Yıl: 2024

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/by>



Hakemli Makaleler

Araştırma Makalesi

Makale Bilgisi

Gönderildiği tarih: 16.02.2024
Kabul tarihi: 27.06.2024
Yayınlanma tarihi: 30.06.2024

Article Info

Date submitted: 16.02.2024
Date accepted: 27.06.2024
Date published: 30.06.2024

Anahtar Sözcükler

*Müzeler, Müzelere İlişkin
Web Siteleri, MuseumQual*

Keywords

*Museums, Websites
Related to Museums,
MuseumQual*

DOI numarası

10.33721/by.1438074

ORCID

0000-0002-5935-9136



Türkiye'deki Müze Web Sitelerinin Değerlendirilmesi: Kültür ve Turizm Bakanlığı Örneği

*Evaluation of Web Sites Related to Museums in Türkiye:
Example of Ministry of Culture and Tourism*

Nilay CEVHER

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, Arş. Gör.,
nilay.cevher@ikc.edu.tr

Öz

Bilginin hızlı bir şekilde erişilip tüketildiği günümüzde, bilgi hizmeti veren kurum ve kuruluşlar bilgi teknolojilerinin ve yeniliklerinin gerisinde kaldıkları durumlarda tercih edilebilirliklerini tehlikeye atmaktadır. Zira sundukları bilgiyi sanal ortama aktaran ve fiziksel ortamın yanı sıra internet ortamında da hizmet veren kurumlar daha popüler hâle gelmektedir. Aynı zamanda bilgi merkezlerinin geleneksel işleyişlerinde derin farklılaşmalar yaratan bu değişimi dikkate alan müzeler de coğrafi sınırların ötesine geçerek koleksiyonlarını ve hizmetlerini dijital ortamda duyurabildikleri web siteleri sayesinde, dünyanın her yerinden kullanıcıların erişimine açık hâle gelmeye başlamıştır. Müzelerin, yerel ve uluslararası düzlemde hizmet veren ve doğaları gereği devamlı gelişme ve iyileşme çabası içinde bulunması gereken bilgi kurumları olarak, bilişim teknolojileri ile ilgili yenilikleri sunulan hizmetlere ve koleksiyonlara yansıtılmaları beklenmektedir. Bu bağlamda, çalışma kapsamında giderek daha önemli hâle gelen müze web sitelerinin taşınması gereken özellikler ve kullanılabilirlikleri üzerine bir inceleme yapılması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı müzeler ile bazı özel müzelere ilişkin bilgilere topluca erişim sağlayan <https://turkishmuseums.com>, <https://muze.gov.tr> ve <https://sanalmuze.gov.tr> web sitelerinin, web ortamında ne kadar varlık gösterdiklerini ve ilgili sitelerin nicel ve nitel özelliklerini değerlendirmeye çalışmaktır. Çalışmada hedeflenen değerlendirmenin yapılabilmesi için içerik analizi ve doküman analizi yöntemlerinden yararlanılmıştır. İçerik analizi incelemesinde müze web sitelerinin değerlendirilmesi amacıyla geliştirilmiş MuseumQual ölçeğinde yer alan 6 ana başlıktan (*İçerik, Sunum, Kullanılabilirlik, Etkileşimlilik ve Geri bildirim, E-hizmetler ve Teknik*) ve bu başlıkların altında yer alan 35 kategoriden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, ilgili web sitelerinin olumlu özellikleri (farklı tarayıcılarla uyumlu çalışma, sosyal medyaya yönlendirme gibi) bulunsa da yetersiz düzeyde olan kısımlarının da olduğu tespit edilmiştir. Ziyaretçiler açısından gerekli ve kullanışlı olan güncel bilgiler, farklı dil seçenekleri, sık sorulan sorular, eşzamanlı iletişim ve kişiselleştirme gibi bilgilerin yer almaması ya da var olan bilgilerin yetersiz düzeyde olması gibi durumlar belirlenmiştir. Bulgular ışığında yapılan değerlendirmeye göre ise, web sitelerinin, kullanıcılara daha detaylı bilgi sunma ve onlar için daha ilgi çekici hâle gelme konularında geliştirilebilir düzeyde olduğu söylenebilir. Aynı zamanda konuyla ilgili Bakanlığa bağlı birden fazla web sitesi olmasının kafa karışıklığı yaratabileceği şeklinde bir değerlendirme yapılabilir. Bu konuda daha özenli olunması ve müzelerin web sitelerini iyileştirmek üzere çaba gösterilmesi gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Tüm bu değerlendirmeler ışığında, müzelerin kendilerine ait resmî web sitelerinin olması ve topluca müzeler hakkında bilgi veren web sitelerinin tek bir web sitesine dönüştürülmesi önerilmektedir.

Abstract

Institutions and organizations providing information services risk diminishing their preferability if they lag behind advancements in information technologies and innovations in the contemporary world, where information is rapidly accessed and consumed. Institutions that transition information to the virtual environment and offer services both online and in physical settings are gaining popularity. Museums, in particular, have transcended geographical boundaries, becoming accessible to global users through their websites, which digitally present their collections and services. As information institutions serving both local and international audiences, museums must inherently pursue continuous development and improvement. They are expected to integrate innovations in information technologies within their services and collections. This study examines the features and usability of museum websites, specifically analyzing how effectively and user-friendly the websites (<https://turkishmuseums.com>, <https://muze.gov.tr>, <https://sanalmuze.gov.tr>) are, and evaluating their quantitative and qualitative attributes. These websites provide collective access to information about independent museums and those affiliated with the Ministry of Culture and Tourism in Türkiye. Content analysis and document analysis methodologies were utilized to conduct the evaluation. For content analysis, the MuseumQual scale, encompassing 35 categories under six main subjects (Content, Presentation, Usability, Interactivity & Feedback, E-services, and Technical), was employed to assess the museum websites. The findings reveal that while the websites exhibit positive features, such as compatibility with different browsers and redirection to social media, there are notable deficiencies. Identified issues include the absence of necessary and up-to-date information for visitors, limited language options, lack of frequently asked questions, inadequate simultaneous communication, and insufficient personalization. The evaluation suggests that these websites have significant potential for enhancement to provide more detailed and engaging information to users. Moreover, the existence of multiple websites affiliated with the Ministry may lead to user confusion. Therefore, it is recommended that efforts be directed toward improving museum websites. Based on these evaluations, it is suggested that museums maintain their official websites and that the collective information websites be consolidated into a single platform.

1. Giriş

Müzeler, kültürel miras değeri olan nesnelerin korunması, saklanması ve sergilenmesi gibi görevleri olan bir kültür kurumu olarak betimlenebilir. Davis (2020, s.89), müzeyi, geçmiş ile gelecek arasında bağ kuran, koleksiyon oluşturma, sergileme ve eğitime misyonları olan ve kâr amacı gütmeyen bir kurum şeklinde tanımlamaktadır. Türk Dil Kurumuna (TDK) göre ise müze “sanat ve bilim eserlerinin veya sanat ve bilime yarayan nesnelerin saklandığı, halka gösterilmek için sergilendiği yer” şeklinde tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu Sözlükleri, 2023). Bu tanımlar ışığında müzeler nesnelerin korunması ve sergilenmesi ile ilişkilendirilirken, müzelerin işlevleri zamanla çeşitlenmiş ve eğitim, araştırma, iletişim, onarım, tasarım gibi görevler de bu kültür kurumlarının sorumluluk kapsamına dâhil edilmiştir. Bu durum, müzelerin ana bileşenleri olan nesne ve bilgi kavramlarını da dönüştürmüştür. Eskiden bilgi yalnızca nesne ile sınırlıyken, günümüzde müzelerdeki bilgi, nesnenin çok ötesine geçmiş ve nesne bilginin yalnızca bir parçası haline almıştır. Nesne ile ilgili etiket bilgileri fiziksel özellikler, dönem bilgileri, nesnenin öyküsü gibi çeşitli bilgileri de içermeye başlamıştır. Yaşanan çok katmanlı değişimle birlikte müzelerin işlevleri, toplumlara yalnızca fiziksel mirası sunmanın ötesine geçmiştir. Müzeler hizmet verdikleri toplumun gelişmesi için gereken bilgileri onlara her şekilde erişilir kılmaya başlamıştır (Macdonald, 1991, s.305; Uralman, 2006, s.252-256).

Geride kalan yüzyılın son çeyreği ile yeni medya teknolojilerinin gelişmesi, ekonomiden politikaya, gündelik yaşam etkinliklerinden iş ortamlarına kadar her alanı hızla etkisi altına almıştır. Kültürel bellek kurumları olan müzeler de teknolojinin hızlı gelişiminden payını almış ve müzelerdeki bilgi kaynakları daha çeşitli şekillerde sunulmaya başlanmıştır. Bu sayede müzeler, kullanıcıyı ön plana koyan ve daha erişilebilir hizmetler sunan bilgi merkezlerine dönüşme çabasına girmiştir. Söz konusu çabanın bir yansıması olarak müzeler artık günümüzde eserlerini sanal ortamda sergileyebilmekte, kullanıcılarıyla farklı kanallar aracılığıyla iletişim kurmakta ve özetle varlıklarını daha geniş kitlelere duyurabilmektedirler (Fotakis ve Economides, 2008, s.37; Akça, 2020, s.263). Bu değişimin en etkin, önemli ve kurumsal işleyişi kolaylaştıran araçlarından biri de müzelerin web siteleridir. Müze web sitelerinin içeriğinde kurum, koleksiyon, etkinlikler, iletişim ve erişim hakkında bilgiler yer almaktadır. Müze web siteleri; tüm dünyadan her bireyin erişimine açık, müze-kullanıcı arasında yeni bir iletişim sağlayan, eğitim amacıyla da kullanılabilen, güvenilir bilgi kaynaklarıdır. Bir müze web sitesinde ana sayfanın anlaşılır ve sade; konu

başlıklarının net; iletişim bilgilerinin kolay erişilir; anlatım özellikleri tüm site içinde tutarlı; yazılı bağlantılar kolayca fark edilir; hareketli görseller varsa kullanıcı tarafından müdahale edilebilir; görsel malzemeler ve metinlerin birbiriyle uyumlu ve kolay anlaşılır olması beklenmektedir (Çolak, 2012, s.266-268, 271).

Günümüzde birçok müzenin eserlerinin sanal kopyalarını sergileyebildiği, müze hakkında genel bilgi sunduğu, ziyaretçilerle iletişim kurabildiği bir web sitesi vardır. Müzelerin web sitelerinin olması ve bunların koruma ve iletişim amaçlı kullanımı ilk kez 2003 yılında United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO - Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) Dijital Mirasın Korunması Sözleşmesi'nde yer almıştır (UNESCO, 2003). Bu bağlamda kullanıcı beklentilerini karşılamak için bu beklentilerin analiz edilmesi gibi yöntemlere başvurulmaktadır (Marty, 2007, s.97). Log analizleri, doğrudan gözlem, çevrim içi anketler ve geri bildirimler, inceleme gibi yöntemler, müzelerin web sitelerinin analizi için kullanılan yöntemler arasındadır. Müze ve ziyaretçi yakınsamasını geliştirme açısından her bir yöntemin avantajları ve eksik yönleri bulunmaktadır. Bu gerçeklikten hareketle alan yazınında, bir müze web sitesinin farklı yöntemlerin bir arada kullanılmasıyla en iyi şekilde değerlendirilebileceği öne sürülmüştür (Cunliffe, Kritou ve Tudhope, 2001, s.248; Kabassi, 2017).

Bu bilgiler ışığında çalışmanın amacı, müzelere ilişkin web sitelerinin taşıması gereken özellikleri ortaya koymaya çalışmaktır. Bu bağlamda öncelikle bahsi geçen çalışmalar literatür değerlendirmesi başlığı altında ayrıntılandırılmıştır. İncelenen web sitelerinden elde edilen bulgulara göre ise web sitelerinin kullanıcılar için daha çekici hâle getirilmesi yönünde bazı aksiyonların alınması gerektiği ve bunun için bazı özelliklerin eklenmesi ve var olan özelliklerin geliştirilmesi gerektiği önerilmiştir.

2. Literatür Değerlendirmesi

Müzelerin web sitelerini değerlendirmek için araştırmacılar, çeşitli yöntemler ve yaklaşımlar benimsemişlerdir. Vito, Sorrentini, Palma, Raiola ve Tabouras (2017), kullanıcı perspektifinden müze web sitelerini değerlendirmek için kullanım kolaylığına ve erişime odaklanan Museum's Sites Evaluation Framework (MUSEF-Müze Sitelerini Değerlendirme Çerçevesi) modelinden yararlanmıştır. Guccio, Martorana, Mazza, Pignataro ve Rizzo (2020) müzelerin etkisini artırmak için yenilikçi bilgi ve iletişim teknolojilerinden ve etkili yöntemlerden yararlanmanın önemini vurgulamaktadır. Benzer şekilde, Kabassi, Bekatoros ve Botonis (2022) ve Kabassi (2017), değerlendirme sürecinde tutarlılığın ve kıyaslamamanın önemine vurgu yaparak çok kriterli karar verme yöntemlerinin müze web sitelerinin değerlendirilmesine odaklanmaktadır. Kabassi, Karydis ve Botonis (2020) sistematik ve yapılandırılmış bir değerlendirme sürecine duyulan gereksinimi vurgulamaktadır. Ayrıca Kabassi (2019), müze web sitelerinin değerlendirilmesinde karar verme teorilerinin kullanımını araştırır ve değerlendirme sürecinde teorik bir çerçevenin önemini vurgular.

Değişen bilgi ekosisteminde bilgiye erişim kanallarının artması ve çeşitlenmesi, kullanıcıların bilgiye ulaşma yollarını da etkilemektedir. Bu durum, kullanıcıların aralarında müzelerin de yer aldığı bilgi kurumlarıyla ilişkisini dönüştürmektedir. Müzelerin web siteleri aracılığıyla ziyaretçiler, sergilenen eserleri görmenin yanı sıra yeni medyanın avantajları sayesinde farklı ve yenilikçi deneyimler edinebilmektedirler (Fotakis ve Economides, 2008). Bu bağlamda, *Kanada Kültürel Miras Bilgi Ağı* tarafından yürütülen bir proje sonunda, bir müze web sitesinin kaliteli kullanıcı hizmeti sunması için gerekli beş etken belirlenmiştir. Bu etkenler kullanıcı beklentilerinin ve gereksinimlerinin belirlenmesi; hedef, sonuç ve başarı göstergelerinin önceden planlanması; geri bildirim ve değerlendirme ve değişen gereksinimlerin takibi şeklinde kurgulanmıştır (Soren ve CHIN, 2005).

Bilgi ve kullanıcı arasındaki ilişkinin farklılaşmasıyla, değişen kullanıcı beklentilerini karşılamakla yükümlü bilgi profesyonellerinin de görev ve sorumlulukları dönüşüp çeşitlenmeye başlamıştır. Konuyla ilgili başka bir çalışmada, günümüz müzelerinde çalışan bilgi profesyonellerinin görev ve sorumluluklarını belirlemek için gerçekleştirilmiş 21 yarı yapılandırılmış görüşme sonucu, dört adet profil ortaya çıkmıştır. Bu yeni profiller, müzelerin değişen gereksinimlerini karşılamak için müze çalışanlarında bulunması beklenen bilgi donanımlarıdır. İlgili dört profil; bilgi ve iletişim teknolojileri uzmanı, web uzmanı, bilgi

kaynağı uzmanı ve bilişim uzmanı şeklindedir. Buna göre, müzede çalışan bilgi profesyonelinden beklenen yalnızca veri tabanı tasarlamak, projeler planlamak, web siteleri geliştirmek değil aynı zamanda kullanıcı beklentilerini analiz etmek ve bilgi gereksinimlerini değerlendirmektir (Marty, 2006; Marty, 2008, s.97).

Müzelerin web ve sosyal medya kullanım analizlerinin yapıldığı bir başka çalışmada, müzelerin web kullanmadaki öncelikli amaçlarının koleksiyonları için bir veri tabanı oluşturmak ve ziyaretçilerine eğitsel hizmetler vermek olduğu ortaya konulmuştur. Bununla birlikte, web kullanımının yaygın olduğu fakat internet, TV gibi daha yenilikçi hizmetlerden yararlanmak yerine PDF'e erişmek gibi "modası geçmekte olan" hizmetlerin tercih edildiği tespit edilmiştir. Dolayısıyla nitelikli Web 2.0 örnekleri çok yaygın bulunmamıştır (Padilla-Meléndez ve Del Águila-Obra, 2013, s. 896). Benzer şekilde, farklı ülkelerdeki toplam 242 müze web sitesinin Web 2.0 kullanımının değerlendirildiği bir çalışmada ise müzelerin Web 2.0 araçlarının kullanımının oldukça düşük bir düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır (Lopez, Margapoti, Maragliano ve Bove, 2010).

Önde gelen uluslararası müzelerin web sitelerinin etkileşimli olma özelliklerini değerlendiren bir çalışmada da hem sunulan araçlar hem de kaynaklar bakımından bu web sitelerinin etkileşimli olma düzeyleri düşük bulunmuştur. Buna karşın, müzelerin diyaloga dayalı ve etkileşimli web sitelerine sahip olma yolunda adım ilerleme kaydettikleri belirtilmiştir (Capriotti, Carretón ve Castillo, 2016, s.97). Fransa'da gerçekleştirilen başka bir araştırmayla, bir müzede 174 kişiye uygulanan bir anket çalışmasının sonucunda, kullanım kolaylığı ve etkileşim özelliklerinden dolayı bilgi teknolojilerinin bireyleri bilişsel olarak etken kılarak ve onlarda merak, eğlenme gibi duygular yaratarak öğrenmeyi olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir (Pallud, 2017, s.465).

Proctor (2010, s.35), müzelerin ve müze yönetiminin geleceğine dair modası geçmekte olan ve önemi artan konuları değerlendirdiği makalesinde sabit kalmanın, uzman olan yöneticilerin, monografların, kontrolcü olmanın ve Web 1.0'ın önemini yitirdiğini; artık değişimin, iş birlikçi yöneticilerin, hikâyelerin, iş birliğinin ve Web 1.0¹'in yanı sıra 2.0² ve 3.0³'ün önemli hale geldiğini belirtmiştir. Müze materyalleriyle ziyaretçiler arasındaki etkileşimi artırmanın yollarından biri, ziyaretçilerin müze web sitesinde kendilerine dijital bir koleksiyon oluşturmalarına izin vermektir. Böylece ziyaretçiler müzenin sergilediği çevrim içi eserleri tekrar inceleyebilir, üzerinde değişiklik yapabilir ve sosyal medya aracılığıyla paylaşabilir. Eskiden müzeler eserleri çevrim içi ortamda paylaşmayı, eserlerin "çalışması" korkusuyla riskli bulurken, günümüzde paylaşımın da ötesinde ziyaretçilerin kendi koleksiyonlarını oluşturmaları için onları teşvik etmektedir. Ziyaretçiler genellikle çevrim içi hâlini gördükleri eserlerin orijinalini görmek için daha sonra müzeyi ziyaret etmek istemektedirler (Marty, 2011, s.211, 215).

Türkiye'de de müzelerin dijital ortamlardaki varlıklarını değerlendirmeye çalışan araştırmalara rastlanmaktadır. Müzelerin koleksiyonlarında yer alan nesnelere, bilgi sistemlerini kullanarak erişime açma durumlarının değerlendirildiği bir çalışmada, ele alınan müzelerin çoğunun kendine ait web sitesiyle ya da bağlı bulunduğu kurumun web sitesiyle bazı genel bilgileri paylaştığı fakat koleksiyondaki nesnelere doğrudan erişime sunmadığı sonucuna varılmıştır. Müze yetkililerinin ilgili web sitelerinin, ziyaretçilerin bilgi gereksinimini karşıladığını belirttikleri vurgulanmıştır. Yine de müzelerin kendilerine ait web sitelerinin olması gerektiği ve bu sitelerde eserlerin ve eserlere ait bilgilerin paylaşılması gerektiği önerilmiştir (Özel, 2016).

Müzelerin yeni teknolojileri hizmetlerine nasıl uyarladıklarını inceleyen bir çalışmada, Bakanlığa bağlı 107 müzenin yöneticisine sosyal medya kullanımları, dijitalleştirme gibi konularda anket uygulanmış ve dijital ortam temsil yetileri ölçülmeye çalışılmıştır. Bu kurumlardan yalnızca 23 tanesinin kendine ait bir web sitesi olduğu belirlenmiştir. İlgili müzelerin bilgi teknolojilerini ve interneti hizmetlerine yeterince entegre edememiş oldukları ve dijital temsil yetilerinin düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durumun

¹ Etkileşim olmayan, yalnızca okumaya izin veren versiyon,

² Etkileşime ve bilgi paylaşımına izin veren versiyon,

³ Semantik web olarak da anılan, anahtar sözcüklerle içerikte arama yapmaya izin veren versiyon (Latorre, 2021).

müzelerimizin ulusal ve uluslararası görünürlüğünün ve erişilebilirliğinin az olması anlamına geldiği belirtilmiştir (Akça, 2020, s.263).

Müzeler ve dijital teknolojiler arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmada, web siteleri de dâhil olmak üzere müzelere ilişkin pek çok kaynak bir araya getirilmiş ve etnografi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmanın birinci aşaması olan fiziksel ziyaret öncesi aşamasında web siteleri incelenmiştir. Çalışma kapsamında ele alınan müzelerin, ziyaretçi deneyimi bağlamında dijital teknolojileri hizmetlerine entegre etmenin önemini yeterince anlamamış oldukları sonucuna varılmıştır (Gökçe Parsehyan, 2020).

Kültürel bellek aktarımı ve iletişim arasında doğrudan bir ilişki olduğu fikri üzerine inşa edilen bir çalışmada ise, Türkiye’de en çok ziyaret edilen 10 müzenin dijital medya kullanımının kültürel bellek aktarımına etkisi nitel araştırma yöntemleriyle incelenmiştir. Çalışmada, müzelerin web sitelerinin yanı sıra, sosyal medya hesapları ve mobil uygulamaları da dikkate alınmıştır. Araştırmaya dâhil edilen müzelerin kendilerine ait bir web sitesi olmadığı tespit edildiği için, müze bilgilerinin yer aldığı web siteleri incelenmiştir. Müzelerin kendilerine ait bir web sitesi olması gerekliliğinin altı çizilmiştir. Araştırmanın sonuçları, müze dijital medya kullanımının sanal müzecilik uygulamaları ve koleksiyonun dijital sunumu için kullanılmadığı göstermektedir. (Boztepe Taşkıran, 2022).

Mazlum (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, müze web siteleri için geliştirilen değerlendirme ölçütleri göz önünde bulundurularak incelemelerde bulunulmuştur. İncelenen müzeler arasında Türkiye’de yer alan müzelerin web sitelerinin eğitim ve iletişim alanlarında eksiklikleri olduğu tespit edilmiş ve sosyal medya kullanımının ve sanal müze uygulamalarının artırılması gerektiğinin altı çizilmiştir.

Literatür incelemesi, müzelerin dijitalleşme sürecinde çeşitli zorluklar ve fırsatlarla karşılaştığını ortaya koymaktadır. Uluslararası ve Türkiye'deki çalışmalar, müzelerin dijital platformlarda daha etkili olabilmesi için teknolojik altyapılarını güçlendirmeleri ve kullanıcı beklentilerini dikkate almaları gerektiğini göstermektedir. Müzelerin dijital medyayı etkin kullanımı hem ulusal hem de uluslararası görünürlüklerini artırmakta ve kullanıcı deneyimini zenginleştirmektedir. Ancak, bu alanda daha fazla araştırma ve geliştirme çalışmasına ihtiyaç olduğu açıktır.

3. Araştırma Tasarımı

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kamuya hizmet veren pek çok kurum gibi müzelerin de son kullanıcıların beklenti ve gereksinimlerini karşılamak için çağa ayak uydurması gerekmektedir. Söz konusu gerekliliğin en yaygın araçlarından biri de müzelerin aktif ve etkin web siteleridir. Bu siteler ne kadar kullanıcı dostu ve etkileşimli olursa o kadar çok kullanıcıya hitap edecektir ve sonunda müzenin sanal ve fiziksel ziyaretçi sayısı artacaktır. Böylece kültürel miras varlıkları daha fazla kişiye görünür ve daha kolay erişilir hâle gelecektir. Müzelerin web sitelerinin değerlendirilmesi, ziyaretçi gereksinimlerinin karşılanması bakımından önem taşımaktadır. Bu sayede, web sitesinin kolay keşfedilebilen bir arayüze sahip olup olmadığı belirlenebilmektedir. Bu bağlamda, ziyaretçilerin müze ziyareti ya da etkinlikleri için rezervasyon yapıp yapamaması, sanat eserlerinin reproduksiyonlarını satın alıp alamaması gibi özelliklerin varlığı ve niteliği ayırıcı unsur olabilmektedir (Fotakis ve Economides, 2008).

Buradan yola çıkılarak, çalışmada yanıtları aranan araştırma soruları şöyledir:

A.S.1. Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı resmî müzelerin ve özel müzelerin web siteleri genel anlamda yeterli düzeyde midir?

A.S.2. İlgili web sitelerini oluşturan bölümler nicelik ve nitelik bakımından ne durumdadır?

Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Türkiye’deki Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı resmî müzelerin ve özel müzelerin topluca yer aldığı üç resmî web sitesinin yeterli ve eksik yönlerini belirlemeye çalışmaktır. Böyle bir değerlendirme, ilgili web sitelerinin geliştirilmesi için müze web sitelerini geliştiren uzmanlara, müze yöneticilerine ve müze çalışanlarına fikir verebilir. Literatürde de incelendiği üzere, ilgi çekici web siteleri kullanıcıların müzelere olan ilgisini artıracak ve müzeler daha çok ziyaretçiyi ağırlayabilecektir. Bu

başlamda çalışmada ortaya konan tablo, söz konusu müzelerin unsurları ve paydaşları açısından bir rehber olma amacını taşımaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) güncel verilerine göre 2022 yılında Türkiye'de yer alan 552 müzenin 211 tanesi Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlıken, 341 tanesi özel müze kategorisinde yer almaktadır (TÜİK, Eylül 2023). Yapılan ön araştırmada, Türkiye'de bulunan her müzenin ayrı bir web sitesi bulunmadığı tespit edilmiştir. Söz konusu tespit, çalışmanın odağı doğrultusunda, Türkiye'deki müzeler hakkında toplu bilgi veren web sitelerinin referans alınmasını gerektirmiştir. Bu nedenle, 362 adet müzeye ilişkin verilerin topluca yer aldığı *muze.gov*⁴ sitesi, 424 müzenin bilgilerine ve görsellerine erişilebilen *turkishmuseums.com*⁵ sitesi ve 56 müzenin görsellerine ulaşılabilen *sanalmuze.gov*⁶ sitesi çalışma kapsamında incelenmek üzere seçilmiştir. Seçilen web sitelerinde hakkında bilgi verilen müzelerin sayılarına bakıldığında, Türkiye'de bulunan müzelerin tamamı hakkında bilgilerin verildiği tek bir web sitesinin olmadığı, araştırmanın evrenini oluşturan müzelerin de tamamının ilgili web sitelerinde yer almadığı görülmektedir.

muze.gov sitesinde müzeler hakkında açıklayıcı bilgiler, açılış kapanış saatleri, giriş ücretleri ve müzelerin görselleri bulunsa da ağırlıklı olarak "Müze Kart" hakkında bilgilendirme ve yönlendirme yapmaktadır. *turkishmuseums.com* sitesi daha çok doğrudan müzelerin görselleri ve olanakları ile ilgili bilgiler sunmaktadır. Ayrıca çocuklar için tasarlanmış oyunlar ve sanal müze turu gibi etkileşimli ortamları mevcuttur. Bu sayfada sunulan sanal tur, 50 müze için geçerlidir. *sanalmuze.gov* sitesinde ise 56 sayıda müzeyi sanal olarak ziyaret etme fırsatı sağlanmaktadır. Bu web sitelerinde hem Bakanlık bağlantısı hem de özel müze kategorisinde bulunan müzelere yer verilmektedir (TÜİK, Eylül 2023).

İlgili web sitelerinin ikisi (*muze.gov* ve *sanalmuze.gov*) gov⁷ uzantılı iken, bir tanesi (*turkishmuseums.com*) com⁸ uzantılıdır. Bu durum, gov uzantılı web sitelerinin resmî olarak adreslendiğini gösterse de Kültür ve Turizm Bakanlığının web sitesinde (ktb.gov.tr) ve muze.gov.tr sitesinde *turkishmuseums.com*'a doğrudan yönlendirme yapılmaktadır. Aynı zamanda *turkishmuseums.com*'un çerez politikalarının site server'ının da Bakanlığa ait olduğu tespit edilmiştir.

İlgili müzelerin web sitelerinin irdelenmesinde nitel araştırma yöntemlerinin tekniklerinden içerik analizi ve doküman analizinden yararlanılmıştır. "İçerik analizi, metin içeriği toplama ve analiz etme tekniğidir" (Neuman, 2012, s.466). Doküman analizi ise, basılı ve elektronik kaynaklarda yer alan bilgi ve belgenin değerlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Bowen, 2009). Web sitelerinin içerik analizi ile incelenmesinde Fotakis ve Economides tarafından 2008 yılında geliştirilen bir kalite değerlendirme sistemi olan MuseumQual'dan yararlanılmıştır. Müze web siteleri için hazırlanmış olan MuseumQual değerlendirme sistemi, *İçerik, Sunum, Kullanılabilirlik, Etkileşimlilik ve Geri bildirim, E-hizmetler* ve *Teknik* olmak üzere altı ana başlıkta sınıflandırılmış 35 kategoriden oluşmaktadır (bkz. Tablo 1).

Bu çalışmada kullanılan ölçekte toplam 20 kategori bulunmaktadır (bkz. Tablo 2). MuseumQual ölçeğinde yer alan kategorilerden bazıları (örn. "içeriğin niceliği", "içeriğin niteliği", "teknik hizmetler", "bilgi hizmetleri", "multimedya niteliği ve "multimedya niceliği" gibi) genel ifadelerden oluşmakta ve mevcut düzeyi ölçmeyi zorlaştırmaktadır. Bu durumun çalışmanın objektiflikten uzaklaşmasına neden olabileceği düşüncesiyle ilgili maddeler bu çalışma kapsamında yer alan kategoriler arasına alınmamıştır. Onların yerine, "yabancı dil seçeneği", "sık sorulan sorular" gibi web sitelerinde yer alıp almama durumlarının kolayca belirlenebileceği maddeler eklenmiştir. MuseumQual ölçeğinin uygulandığı 2008 yılından bu yana teknolojik anlamda pek çok yenilik gerçekleşmiş ve sosyal medya platformları ile mobil uygulamalar çeşitlenmiş ve daha sık kullanılır hâle gelmiştir. Dolayısıyla, bu çalışmada uygulanan ölçeğe, MuseumQual'da yer almayan sosyal medya ve mobil uygulamalarla ilgili yeni kriterler de ("mobil uygulamalara yönlendirme", "sosyal medyaya yönlendirme") eklenmiştir. Bu kategorilere ek olarak

⁴ 3 Aralık 2023 tarihinde <https://muze.gov.tr> web sitesinden erişildi.

⁵ 3 Aralık 2023 tarihinde <https://turkishmuseums.com> web sitesinden erişildi.

⁶ 3 Aralık 2023 tarihinde <https://sanalmuze.gov.tr> web sitesinden erişildi.

⁷ Hükümet anlamına gelen İngilizce government sözcüğünün kısaltması.

⁸ Şirket anlamına gelen İngilizce company sözcüğünün kısaltması.

engellileri de kapsayan erişilebilirlikle ilgili bazı kriterler (“görselleri büyütme/küçültme özelliği”, “yazıları büyütme/küçültme özelliği” ve “işitsel bilgilendirmeler”) çalışma kapsamına giren web sitelerinde yer alıp almamaları ve nitelikleri bakımından irdelenmeye çalışılmıştır. Engellilerin web sitesi erişilebilirliğine dair eklenen maddeler için üniversite web sitelerinin görme ve işitme engelli kullanıcılar açısından erişilebilirliğine ilişkin gerçekleştirilen bir çalışmadan yararlanılmıştır (Şerefoğlu ve Henkoğlu, 2019) Bunun yanı sıra, web sitelerinin erişilebilirliğinin artırılmasına ilişkin olarak geliştirilmiş olan Web Content Accessibility Guidelines (WCAG-Web İçeriği Erişilebilirlik Rehberi) görme, işitme, öğrenme, konuşma engeli ve bilişsel sınırlılıkları olan bireylerin web içeriklerine daha kolay bir şekilde erişebilmelerini hedeflemektedir (w3.org/TR/WCAG20). Bu standarda dayalı olarak geliştirilen bir site olan achecks.org aracılığıyla çalışma kapsamına dâhil edilen web sitelerinin erişilebilirlikleri kontrol edilmiştir. Bu yöntemle müzelerin web sitelerinin temel durumlarını ortaya koymak hedeflenmiştir.

Tablo 1

MuseumQual Kalite Değerlendirme Sistemini Oluşturan 6 Ana Başlık ve 35 Kategori

İçerik	Sunum	Kullanılabilirlik	Etkileşimlilik Geri bildirim	E- hizmetler	Teknik
İçeriğin niceliği	Multimedya niceliği	Kullanıcı arayüzü	Eşzamanlı olmayan iletişim	E- hizmetlerin niceliği	Uyumluluk (tarayıcılar, vb.)
İçeriğin niteliği	Multimedya niteliği	Site yapısı ve organizasyonu	Eşzamanlı iletişim	E- hizmetlerin niteliği	Özel yazılıma gereksinim duymama
Kişiselleştirme	Kişiselleştirme	Site içi arama	E-topluluklar	Çevrim içi alışveriş ve ödeme	Güvenirlik ve geçerlilik
	Stiller ve Format	Sayfada kolay gezinim	Etkileşimli multimedya uygulamaları	Bilgi hizmetleri	Performans
	Doğru yazım, gramer, dilbilim kuralları vb.	Alternatif yollar		Sanal turlar	Güvenlik ve Gizlilik
		Ana sayfaya dön		Çevrim içi öğrenme	Çerez yok
		Site yapım aşamasında olmayan sayfalar ve linkler		Çevrim içi eğlence	
		Oryantasyon		Teknik hizmetler	
		Site haritası			

4. Bulgular ve Değerlendirme

Bu bölümde çalışma kapsamında ele alınan üç web sitesinin (*turkishmuseums.com*, *muze.gov*, *sanalmuze.gov*) sahip oldukları kriterlerin iki araştırma sorusu bağlamında MuseumQual ölçeğinden de yararlanılarak değerlendirilmesi yapılmıştır. Elde edilen veriler ise Tablo 2’de gösterilmiştir. Buna göre, nicelik bakımından değerlendirildiğinde, sahip olması beklenen toplam 20 kriterin en fazlasını karşılayan sitenin *turkishmuseums.com* olduğu görülmektedir (n=13). Diğer iki web sitesinin (*muze.gov* ve *sanalmuze.gov*) sırayla 12 ve 9 kriteri karşıladığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, web sitelerinin

erişilebilirliğini test eden web sitelerinden biri olan *achecks.org* kullanılarak sayfalarda erişim hatalarının olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Buna göre, *turkishmuseums.com* sayfasının 86 hata ile en fazla erişim hatası veren site olduğu tespit edilmiştir. *sanalmuze.gov* sayfası 70 hata verirken, *muze.gov* sitesi 8 hata ile en az erişim hatası barındıran sayfa olarak belirlenmiştir. Tespit edilen hatalar, okuma güçlüğü yaratan kontrast hataları, kalın harf veya italik harf kullanımı, içeriği boş olan bağlantılar ya da üst verisi eksik olan görseller şeklindedir. Bu tip erişim hataları web sitelerinin kullanımını zorlaştırmakta ve özellikle engelli bireylerin erişimini kısıtlamaktadır.

Tablo 2

Araştırma Kapsamında İncelenen Web Sitelerinin Bulundurduğu Kriterler

Kriterler	<i>turkishmuseums.com</i>	<i>muze.gov</i>	<i>sanalmuze.gov</i>
Kişiselleştirme	√	√	
Site içi arama	√	√	
Site haritası	√		√
Eşzamanlı olmayan iletişim		√	√
Eşzamanlı iletişim			
Etkileşimli multimedya uygulamaları	√	√	
Sanal turlar	√		√
Çevrim içi alışveriş ve ödeme	√	√	
Farklı tarayıcılarla uyumluluk	√	√	√
Mobil uygulamalara yönlendirme		√	√
Sosyal medyaya yönlendirme	√	√	√
Görselleri büyütme/küçültme özelliği			√
Yazıları büyütme/küçültme özelliği			
İşitsel bilgilendirmeler			
Çerez politikası	√	√	
Gizlilik politikası	√	√	
Güncel duyurular	√		
Sık sorulan sorular			√
Yabancı dil seçeneği	√	√	
Diğer bağlantılar	√	√	√

Kişiselleştirme:

Web sitelerinin sahip olmadıkları kriterlerin birer eksiklik olarak görülmesinin yanı sıra, sahip oldukları kriterlerin ne kadar işlevsel olduğu da önem taşımaktadır. Bu bağlamda ilk olarak kişiselleştirmeye ilgili “favori eserlerim”, “araştırmacı profili” gibi yönlendirmelerin ve site üyeliğinin olup olmadığı kontrol edilmiştir. *turkishmuseums.com* web sitesi incelendiğinde, kişiselleştirmeye ilişkilendirilebilecek “Giriş” seçeneğinin olduğu görülmektedir. Fakat giriş yapmak istendiğinde hâlihazırda üyeliğin olduğunu var sayan bir durumla karşılaşılmakta ve nereden üye olunabileceği anlaşılmamaktadır. *muze.gov*'da üyelik yapma alternatifini bulunmakta fakat üye olup sisteme giriş yaptıktan sonra kişiye özel bir sayfa ile karşılaşılmamaktadır. Üyelik sisteminin site üzerinden alışveriş yapıldığında, bu alışverişin kaydının tutulması gibi bir işleve sahip olabileceği değerlendirilmektedir. *sanalmuze.gov* sayfasında ise kişiselleştirme ile ilişkilendirilebilecek herhangi bir seçenek bulunmamaktadır.

Site içi arama:

Anahtar sözcükler kullanılarak site içi arama yapmaya izin veren ve aranan bilgiye daha hızlı ulaşılmasını sağlayan kısım, *sanalmuze.gov* web sitesinde yer almamaktadır. Diğer iki web sitesinde ise aranan sözcük ilgili kısma girildikten sonra, o sözcüğün içinde geçen sonuçlar kullanıcıya sunulmaktadır.

Site haritası:

turkishmuseums.com ve *sanalmuze.gov* web sitelerinde, site içinde gezinmeyi kolaylaştıran bir site haritası yer alırken, *muze.gov*'da böyle bir seçenek ile karşılaşmamıştır. *turkishmuseums.com* sitesinde site haritasına, "Menü" bölümüne tıklanıldığında erişilebilmekte, *sanalmuze.gov* sitesinde ise sayfanın en altında "Site ağacı" kısmına tıklanıldığında, içeriği sunulan müzelerin tıklanabilir bir listesi ile karşılaşmaktadır.

Eş zamanlı iletişim - Eş zamanlı olmayan iletişim:

Eş zamanlı olmayan iletişim kısmı, *turkishmuseums.com* web sitesinde yer almamaktadır. Diğer iki sitenin "İletişim" bölümlerinin altında müzelerin siteleri, sabit hat numaraları, çağrı merkezi numaraları ve e-posta adresi bilgileri sunulmuştur. *muze.gov* sitesinde, site üzerinden mesaj bırakma seçeneği de mevcuttur. Üç web sitesinin hiçbirinde de eş zamanlı iletişim olanağı yer almamaktadır. Örneğin bir "Chat" kısmı bulunmamakta ve kullanıcı merak ettiği soruları anında sorabileceği bir muhatap ile karşılaşmamaktadır.

Sanal turlar:

turkishmuseums.com sitesi, çocuk oyunları seçeneği ile etkileşimli multimedya uygulamalarına fırsat sunan bir site olarak da hizmet sunmaktadır. Ayrıca bu sitede müzeleri puanlayarak değerlendirmek mümkündür. *muze.gov* sitesinde de ziyaretçilere müzelere puan vererek onları değerlendirme seçeneği sunulmaktadır. *sanalmuze.gov* sitesi, yalnızca bazı müzelerin sanal turlarından oluşan bir sayfa olması dolayısıyla sanal tur kriterini karşılamaktadır. *turkishmuseums.com* sitesinde de bazı müzelerin sanal turlarından yararlanılabilmektedir. *muze.gov* sitesi ziyaretçilerine böyle bir fırsatı sunmamaktadır.

Çevrim içi alışveriş ve ödeme:

turkishmuseums.com ve *muze.gov* web sitelerinde çevrim içi alışveriş yapma olanağı bulunurken, *sanalmuze.gov* sitesinde ziyaretçilere böyle bir seçenek sunulmamıştır. *muze.gov* sitesinde "Müze Kart" ve müzelere giriş e-biletleri satılmaktadır. *turkishmuseums.com* sitesindeki satın alma kısmına girildiğinde ise, site *muze.gov* sitesine yönlendirmektedir. *sanalmuze.gov* web sitesinde kart ya da e-bilet satın alma hizmetine yönelik herhangi bir yönlendirme yer almamaktadır.

Farklı tarayıcılarla uyumluluk – Mobil uygulamalara yönlendirme – Sosyal medyaya yönlendirme:

Her üç sitenin de farklı tarayıcılarda çalıştığı gözlenmiştir. Müzelerle ilgili mobil uygulamalara yapılan yönlendirmeler ise *muze.gov* ve *sanalmuze.gov* sitelerinde yer almaktadır. Diğer yandan, sosyal medya hesaplarına ilişkin bilgiler her üç web sitesinde de sembollerle ya da yazılı olarak görünür şekildedir.

Görselleri büyütme/küçültme özelliği – Yazıları büyütme/küçültme özelliği – İşitsel bilgilendirmeler:

Özellikle görme, okuma ya da işitme bozukluğu olan engelli bireylerin web sitelerini kullanmalarını kolaylaştırmaya yarayan ve okuma/gezinme esnekliği sağlayan görsel ve yazı büyütme ya da yazılanları dinleyebilme özellikleri hiçbir sitede yer almamaktadır. Yalnızca *sanalmuze.gov* sitesinde, sanal turlar sırasında eserlere yaklaşma özelliği bulunmaktadır. Bu durumda da görüntü kalitesinin düştüğü dikkat çekmektedir.

Çerez politikası – Gizlilik politikası:

sanalmuze.gov sitesinde çerez ve gizlilik politikalarına yönelik bir yönlendirme bulunmazken, *turkishmuseums.com* sitesinde her ikisi de bulunmaktadır. *muze.gov* sitesinde ise KVKK başlığı altında gizlilik politikasına yer verilmekte ve çerez politikasına da erişilebilmektedir. Kullanıcı deneyimini artırmak için web sitesi ziyaretçilerinin bilgilerini toplayan çerez uygulamaları hakkında kullanıcıların açık rızasının alınmadığı noktalarda, bilinçli kullanıcılar ilgili web sitelerini kullanmaktan vazgeçebilirler. Bu nedenle sitelerin çerez politikalarını açıkladıkları metinleri yayınlamaları günümüz web sitelerinin kullanım yaygınlığı ve bireysel kabulü açısından son derece önemli bir belirleyicidir.

Güncel duyurular – Sık sorulan sorular:

Müzelerle ilgili açılış-kapanış saatleri ve etkinlik bilgilerine ilişkin güncel duyurular *turkishmuseums.com* sitesinde yer alırken, diğer iki sitede yaklaşık bir yıl öncesinin haber ve duyurularının yer aldığı dikkat çekmektedir. Kullanıcıların merak ettikleri ve sıkça karşılaşılan soruların kısaca yanıtladığı “Sık Sorulan Sorular” bölümü yalnızca *sanalmuze.gov* sitesinde erişilir durumdadır. Bu bölüme tıkladığında ise Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü sayfası açılmakta ve kültür varlıkları ile ilgili “Sıkça Sorulan Sorular” başlığı altında yer alan soru ve yanıtlarla karşılaşılmaktadır.

Yabancı dil seçeneği – Diğer bağlantılar:

Yabancı dil seçeneği yalnızca İngilizce dili olarak *turkishmuseums.com* ve *muze.gov* sitelerinde bulunmaktadır. Fakat bu seçenekte her içeriğin tam olarak ilgili dile çevrilmediği ve Türkçe olarak bırakıldığı görülmektedir. Son olarak, her üç sitede de müzelerin bağlı olduğu üst kurum olan Kültür ve Turizm Bakanlığının farklı sitelerine bağlantı verilmektedir.

Özetle, her üç web sitesi de MuseumQual kategorilerini, sosyal medya ve uygulamalara ilişkin kategorileri ve özellikle engelli bireyler için kritik olan erişilebilirlik kategorilerini tam anlamıyla karşılayamamaktadır. Bu bağlamda yeterlilikler olsa da eksiklikler de olduğu gözlenmiştir. Web sitelerinin bağlı olduğu üst kurumun adreslenmesi konusunda kafa karışıklığına yol açabilecek yönlendirmeler bulunmaktadır. Özellikle güncel olmayan bilgiler gibi ziyaretçiler açısından olumsuz izlenimler oluşmasına neden olabilecek temel gerekliliklerin yoksunluğu dikkat çekmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, müzelere ilişkin bilgiler sunan *turkishmuseums.com*, *muze.gov* ve *sanalmuze.gov* web sitelerinin MuseumQual ölçeğinden ve literatürdeki başka çalışmalardan yararlanılarak değerlendirilmesine odaklanmıştır. Araştırma sonuçları, Türkiye'deki müzelerin çoğunun kendine özgü bir web sitesine sahip olmadığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı müzeler ile özel müzeler hakkında genel bilgiler sunan farklı web siteleri mevcuttur. Ancak, bu siteler arasında önemli ölçüde örtüşen bilgiler bulunmaktadır, ki bu durum kullanıcılar açısından kafa karışıklığına neden olabilir.

Yapılan araştırma, incelenen web sitelerinin birbiriyle doğrudan bağlantı kurmaması ve organizasyon hiyerarşisi açısından birbirine bağlı gibi görünmelerine rağmen ayrı siteler olarak varlıklarını sürdürmeleri konusunda dikkat çekici bulgular sunmaktadır. Ayrıca, bu web sitelerinin erişilebilirlik ve kullanılabilirlik kriterlerini tam anlamıyla karşılamadığı, mevcut özelliklerin ise nitelik açısından sorunlu olduğu belirlenmiştir.

Öncelikle sitelerde belirlenen erişim hatalarının web sitelerine gerçekleştirilen ziyaretler sırasında zorluk/engel teşkil edebileceği düşünülmektedir. Değerlendirme ölçeğiyle yapılan ayrıntılı analiz ise, web sitelerinin, erişilebilirlik ve kullanılabilirlik açısından önemli kriterlere tam anlamıyla sahip olmadıklarını ve sahip oldukları özelliklerin nitelik bakımından sorunlu olduğunu göstermektedir. Bu durum, özellikle engelli bireylerin bu siteleri etkili bir şekilde kullanmalarını zorlaştırabilir. Ayrıca, dijitalleşen dünyada müzelerin eserlerini dijital platformlara taşıma çabalarına rağmen, incelenen web sitelerinin bu amaç için yeterince uygun bir ortam sunmadığı tespit edilmiştir.

Diğer yandan, sanal tur olanaklarının ise, Türkiye'deki müzelerin sadece küçük bir kısmında uygulandığı görülmektedir. Ayrıca, çoğu müzenin eserlerinin ve ilgili bilgilerin yeterince detaylı ve kapsayıcı olmadığı belirlenmiştir. Genel olarak, ilgili web sitelerinin olumlu yönleri bulunsa da kullanımı zorlaştıran ve ziyaretçilerde kafa karışıklığına neden olabilecek yönleri de azımsanmayacak düzeydedir.

Bu bağlamda, dünya genelinde örnek hizmetler sunan müzelerin web siteleri, örneğin Louvre Müzesi (Fransa), British Museum (İngiltere) ve Rijksmuseum (Hollanda), incelenerek ilham alınabilir. Müze web sitelerinin sadece kısa bilgiler sunan platformlar olmaktan çıkartılarak, koleksiyonları dijital olarak kapsamlı bir şekilde sergileyebilecekleri daha etkili ve kullanıcı dostu ortamlar hâline getirilmelidir. Bu şekilde, müzelerin kültürel miras eserlerinin zamanla görebileceği tahribat riskine karşı kısmi bir önlem alınabilir.

ve müzenin koruma ve sergileme işlevlerinin sürdürülebilirliği sağlanabilir. Tüm bu değerlendirmeler ışığında müze web sitelerinin geliştirilmesi için yapılan öneriler aşağıda sıralanmaktadır:

- *Erişilebilirlik ve Kullanılabilirlik İyileştirmeleri:* Müze web siteleri, engelli bireylerin de rahatça kullanabileceği bir yapıya kavuşturulmalıdır. Erişilebilirlik standartlarına uygunluk sağlanmalı ve kullanılabilirlik kriterleri göz önünde bulundurulmalıdır.
- *Dijitalleşmeye Yatırım:* Müzeler, eserlerini dijital platformlarda kapsamlı bir şekilde sergilemek için gerekli altyapıyı oluşturmalıdır. Sanal tur olanakları genişletilmeli ve eserlere dair detaylı bilgiler sunulmalıdır.
- *Sosyal Medya Kullanımı:* Sosyal medya bağlantıları web sitelerinde açıkça belirtilmelidir. Web sitelerinin yanı sıra daha etkileşimli ortamlara olanak sağlayan ve her geçen gün daha fazla kullanıcıya hizmet veren sosyal medya araçları ya da sosyal ağ siteleri de müzelerin seslerini duyurabilmeleri için önemli fırsatlar sunmaktadır. Müzelerin bu araçlardan yararlanmaya başlayıp web sitelerinde sosyal medya bağlantılarını duyurmaları, kullanıcı sayılarını önemli ölçüde geliştirecektir.
- *Uzman Yardımı ve Güncel Değerlendirmeler:* Müze web sitelerinin geliştirilmesi için uzmanlardan destek alınmalıdır. Aynı zamanda, güncel ölçeklerle ve farklı değerlendirme yöntemleri kullanılarak periyodik olarak değerlendirmeler yapılmalıdır.
- *MuseumQual Benzeri Araçların Kullanımı:* Daha güncel ve kapsamlı müze web sitesi değerlendirme araçları geliştirilmelidir. Bu durum, müzelerin sürekli olarak iyileşme çabalarını destekleyebilir. Yapılacak ilgili çalışmalarda müze web siteleri daha güncel ölçeklerle ve farklı yöntemler bir arada kullanılarak değerlendirilmelidir.
- *Kullanıcı ve Paydaş Katılımı:* Söz konusu çalışmalara kullanıcılar ve diğer paydaşların dâhil edilmesi ve görüşlerine yer verilmesi, web sitelerinin daha kullanıcı odaklı geliştirilmelerini sağlayacaktır.

Sonuç olarak, araştırmada elde edilen bulguların literatür değerlendirmesinde sözü edilen daha önceki çalışmalarla paralel olduğu ortaya koyulmuştur. İçerik, sunum, kullanılabilirlik, etkileşimlilik gibi özellikler bir web sitesinin temel taşlarıdır. Ziyaretçiler, müze ile ilgili aradıkları herhangi bir konuda içeriğe erişemediklerinde veya aradıklarını bulamadıklarında müze web sitesini tekrar ziyaret etmekten vazgeçebilmekte ve müzenin kendisine olan ilgilerini kaybedebilmektedirler. Dolayısıyla pek çok farklı ziyaretçi türüne uygun donanım özelliklerine sahip olması bir web sitesinin zenginleşmesini sağlayacak önemli unsurlardan biridir. Bu nedenle, müzelerin dijital dönüşüm sürecine ayak uydurması, müze web sitelerinin geliştirilmesi için önemli bir adımdır. Bu çabaların, müzelerin toplumsal kültürdeki rolünün sürdürülmesine ve güçlendirilmesine yardımcı olabilir şeklinde değerlendirilmektedir. Müzeler, doğaları ve hizmet ilkeleri gereği kurumsal gelişim ve iyileşme çabasının sürekli olması gereken toplumsal kültür kurumlarıdır. Günümüzde bu çabanın en önemli unsurlarından biri, bilişim teknolojilerinin getirdiği olanaklardan işlevsel bir biçimde yararlanmaktır. Bu noktada ise internet dünyası ön plana çıkmaktadır. Müzelerin internet ve hatta sosyal medya dünyasındaki yeri, bu yerin bilinirliği ve görünürlüğü bu kurumların varlıklarının anlamını muhafaza etmesi açısından belirleyici roldedir. Söz konusu rol, tüm unsurlarıyla birlikte müzeleri hizmetler, pazarlama, tanıtım gibi açılardan internet ve sosyal medyayı daha etkin ve verimli kullanma çabasına itmektedir. Çalışma, bu konuya ilişkin farkındalığa ve planlı bir sürekliliği gerektiren çabaya katkı sağladığı ölçüde amacına ulaşmış olacaktır.

Etik Standartlar ile Uyumluluk

Çıkar Çatışması: Yazar herhangi bir çıkar çatışmasının olmadığını beyan eder.

Etik Kurul İzni: Bu çalışma için etik kurul iznine gerek yoktur.

Yazar Katkı Beyanı: Makale tek yazarlıdır.

Finansal Destek: Yoktur.

Kaynakça

- Akça, S. (2020). Teknoloji ve bilgi çağında müzeler: Genel bakış. *Türk Kütüphaneciliği*, 34(2), 263-274.
- Bowen, G.A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Boztepe Taşkıran, H. (2022). Kültürel bellek aktarımında dijital medyanın kullanımı: Türkiye'nin en çok ziyaret edilen müzeleri üzerine bir inceleme. *Global Media Journal TR Edition*, 12(24), 1-29.
- Capriotti, P., Carretón, C. ve Castillo, A. (2016). Testing the level of interactivity of institutional websites: From museums 1.0 to museums 2.0. *International Journal of Information Management*, 36(1), 97-104. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2015.10.003
- Cunliffe, D., Kritou, E., ve Tudhope, D. (2001). Usability evaluation for museum web sites. *Museum Management and Curatorship*, 19(3), 229-252.
- Çelik, T. (2020). Müzelerin tanıtım aracı olarak sosyal medya kullanımını üzerine bir inceleme: Troya Müzesi örneği. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (15), 97-115.
- Çolak, C. (2012). Bir iletişim aracı olarak müze web sitelerinin yönetimi. Nevra Ertürk ve Hanzade Uralman (Ed.). *Müzebilimin ABC'si* içinde. (s.263-275). İstanbul: Ege Yayınları.
- Davis, A. (2020). Defining the museum, *ICOFOM Study Series*, 48(2), 85-94.
- Fotakis, T. ve Economides, A. A. (2008). Art, science/technology and history museums on the web. *International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism*, 1(1), 37-63. doi:10.1504/IJDCET.2008.020134
- Gökçe Parsehyan, B. (2020). Digital transformation in museum management: The usage of information and communication technologies. *Turkish Studies-Social Sciences*, 15(8), 3539-3550.
- Guccio, C., Martorana, M., Mazza, I., Pignataro, G., & Rizzo, I. (2020). Is innovation in ICT valuable for the efficiency of italian museums?. *European Planning Studies*, 30(9), 1695-1716. https://doi.org/10.1080/09654313.2020.1865277
- Kabassi, K. (2017). Evaluating websites of museums: State of the art. *Journal of Cultural Heritage*, 24, 184-196. doi:10.1016/j.culher.2016.10.016
- Kabassi, K. (2019). Evaluating museum websites using a combination of decision-making theories. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5-6), 544-560. https://doi.org/10.1080/1743873x.2019.1574301
- Kabassi, K., Bekatoros, S., & Botonis, A. (2022). Checking consistency and comparing multi-criteria decision making methods in the evaluation of museums' websites. *Digital*, 2(4), 484-500. https://doi.org/10.3390/digital2040026
- Kabassi, K., Karydis, C., & Botonis, A. (2020). Ahp, fuzzy saw, and fuzzy wpm for the evaluation of cultural websites. *Multimodal Technologies and Interaction*, 4(1), 5. https://doi.org/10.3390/mti4010005
- Latorre, M. (2021). Web 1.0, 2.0, 3.0 ve 4.0'ın tarihi. (Çev. Özgür Yılmaz). *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 344-350. (Orijinal Yayın Tarihi 2018).
- Lopez, X., Margapoti, I., Maragliano, R., ve Bove, G. (2010). The presence of Web 2.0 tools on museum websites: A comparative study between England, France, Spain, Italy, and the USA. *Museum Management and Curatorship*, 25(2), 235-249.
- Macdonald, G. F. (1991). The museum as information utility. *Museum Management and Curatorship*, 10, 305-311.
- Marty, P. F. (2006). Meeting user needs in the modern museum: Profiles of the new museum information professional. *Library and Information Science Research*, 28(1), 128-144. doi:10.1016/j.lisr.2005.11.006

- Marty, P. F. (2007). The changing nature of information work in museums. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(1), 97–107. doi:10.1002/asi
- Marty, P. F. (2008). Museum websites and museum visitors: Digital museum resources and their use. *Museum Management and Curatorship*, 23(1), 81–99. doi:10.1080/09647770701865410
- Marty, P. F. (2011). My lost museum: User expectations and motivations for creating personal digital collections on museum websites. *Library and Information Science Research*, 33(3), 211–219. doi:10.1016/j.lisr.2010.11.003
- Mazlum, Ö. (2022). Müze iletişimi ve müze web siteleri üzerine bir inceleme. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 100-136.
- Neuman, W.L. (2012). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nitel ve nicel yaklaşımlar 2*. Yayın Odası.
- Özel, N. (2016). Müzelerde bilginin düzenlenmesi ve erişime sunulması: Ankara'daki müzelere yönelik bir araştırma. *DTCF Dergisi*, 56(1), 177-209.
- Padilla-Meléndez, A. ve Del Águila-Obra, A. R. (2013). Web and social media usage by museums: Online value creation. *International Journal of Information Management*, 33(5), 892–898. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2013.07.004
- Pallud, J. (2017). Impact of interactive technologies on stimulating learning experiences in a museum. *Information and Management*, 54(4), 465–478. doi:10.1016/j.im.2016.10.004
- Proctor, N. (2010). Digital: Museum as platform, curator as champion, in the age of social media. *Curator*, 53(1), 35–43.
- Soren, B. J. ve Canadian Heritage Information Network (CHIN). (2005). Best practices in creating quality online experiences for museum users. *Museum Management and Curatorship*, 20(2), 131–148. doi:10.1080/09647770500402002
- Şerefioğlu, H. ve Henkoğlu, T. (2019). Türkiye'deki üniversite web sitelerinin görme ve işitme engelli kullanıcılar açısından erişilebilirliklerinin değerlendirilmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 9(1), 111-122.
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu. *Kültürel Miras İstatistikleri, 2022* (Eylül 2023). <https://bit.ly/40LYO7A>
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri. (2023). “Müze”. 20 Kasım 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr> adresinden erişildi.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO]. (2003). *Charter on the preservation of digital heritage*. Paris: UNESCO. 17 Kasım 2023 tarihinde <https://en.unesco.org/about-us/legal-affairs/charter-preservation-digital-heritage> adresinden erişilmiştir.
- Uralman, H. N. (2006). 21. Yüzyıla girerken bir bilgi kurumu olarak müze. *Bilgi Dünyası*, 7(2), 250–266.
- Vito, G., Sorrentini, A., Palma, D., Raiola, V., & Tabouras, M. (2017). New frontiers of online communication of small and medium museums in campania region, Italy. *American Journal of Industrial and Business Management*, 7(9), 1058-1078. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2017.79075>