

Özgün Makale

COVID-19 Salgını Sürecinde İstanbul'daki Sanat Müzelerinin Erişilebilirliği: Sosyal Medya ve Dijital Uygulamalar Üzerinden Bir Değerlendirme

Accessibility of Art Museums in Istanbul during the COVID-19 Pandemic: An Evaluation via Social Media and Digital Applications

Aslıhan ERKMEN¹
M. Ali KILIÇ²
Derya KUTSAL³

Öz

Bu makalenin amacı COVID-19 salgını sebebiyle fiziksel mekânlarından uzaklaşan müzelerin dijital ve sanal uygulamalarını devreye sokarak bu küresel krizle nasıl başa çıktıklarını, sanat-müzecilik-iletişim arakesiti üzerinden irdelemektir. Çalışmada İstanbul'daki kamu müzeleri ile özel müzelerin koleksiyonlarına uzaktan erişimin, izleyiciye ve araştırmacıya yönelik çalışmaların, güncel sergilerin ve müze içindeki diğer etkinliklerin çevrimiçi faaliyetlerine odaklanılmıştır. Sanatın dijitalleştirilmesi, kullanılan mecralar, kamu-özel sektör ayrımı gibi parametreler ışığında sanat müzelerinin dijitalleşme ve sanal ortama taşınma kabiliyeti ile kriz yönetimindeki başarıları üzerinde durulmuştur. Zaman aralığı olarak resmî karantina dönemi esas alınmış; araştırma dijital kanallar ve sosyal medya kullanımı ve çevrimiçi anket çalışması yöntemiyle yürütülmüş; nitel ve nicel sonuçlar değerlendirilerek müzelerin salgın döneminde izleyiciye erişiminin yapısı belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda kamuya bağlı müzelerin dijital ortamda koleksiyonlarını izleyiciye yeterince ulaştıramadıkları, özel müzelerin büyük çoğunluğunun ise pandemi sürecinde takipçi sayılarını artırdıkları ortaya çıkmıştır. Küresel salgın -pek çok alanda olduğu gibi- sanat, müzecilik ve iletişim alanlarında da kriz yönetiminin önemini bir kere daha gündeme getirerek, internet ile sosyal medyanın klasik iletişim araçlarının önüne geçtiğini gözler önüne sermiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanat müzeleri, COVID-19 pandemisi, dijital müze koleksiyonu, sosyal medya, kriz yönetimi

* Makale başvuru tarihi: 14.09.2020. Makale kabul tarihi: 05.11.2020

¹ Dr., İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü ve Güzel Sanatlar Bölümü, erkmena@itu.edu.tr, ORCID No: 0000-0001-8266-7527.

² Sanat Tarihçisi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Müzecilik Yüksek Lisans Programı, ali.kilic@me.com, ORCID No: 0000-0002-7487-5980.

³ Sanat Tarihçisi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Müzecilik Yüksek Lisans Programı, deryaonelkutsal@gmail.com, ORCID No: 0000-0003-4056-4524



Abstract

The aim of this paper is to examine how the museums that had to be closed due to the COVID-19 epidemic deal with this global crisis by putting digital and virtual applications into effect, through the intersection of art-museums-communication. The study focuses on the online activities of public and private museums in Istanbul, via audience and researcher oriented events, current exhibitions, and other organizations within the museum. In the light of parameters such as the digitization of art, the media used, the distinction between the public and private sector, the digitalization ability of art museums in moving their capacity to the virtual environment as well as their success in crisis management are emphasized. The research was conducted with the use of digital channels, social media, and through an online survey. The official quarantine period was taken as the time interval. By evaluating the qualitative and quantitative results, the structure of museums' access to their audience during the epidemic was attempted to be determined. As a result of the research, it was revealed that public museums could not deliver their collections to the audience sufficiently in the digital environment, while the majority of private museums increased the number of their followers during the pandemic. The global epidemic has brought up the importance of crisis management in the fields of art, museums, and communication -as it is in many fields- and showed that the internet and social media outperform the classical communication tools.

Keywords: Art museums, COVID-19 pandemic, digital museum collections, social media, crisis management

Giriş⁴

2019 yılının Aralık ayında, Çin'in Hubei bölgesinin başkenti Wuhan'da ortaya çıkan ve daha önce bilinen Coronavirüs'ün bir türü olmasından dolayı ilk görüldüğü yıla atfen COVID-19 olarak isimlendirilen bir virüs salgına yol açmıştır. COVID-19 virüsü ortaya çıkışından itibaren hızla yayılarak, başta Avrupa ülkeleri olmak üzere birçok kıtaya sıçramış ve çok kısa zamanda yüzbinlerce kişiyi etkilemiştir. Bunun sonucunda, 11 Mart 2020'de Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından küresel salgın ilan edilmiştir. Türkiye'de ilk resmî vakanın 11 Mart 2020'de görülmesi üzerine 16 Mart 2020'den itibaren birtakım önlemler alınarak sosyal mesafeye ve izolasyona önem verilmiştir. Başta ilk ve orta okullar, daha sonra da üniversiteler tatil edilmiş, eğitimler uzaktan yürütülmeye başlamıştır. Vakaların artması sebebiyle spor karşılaşmaları, yurt dışı ve yurt içi seyahatler iptal edilmiş; müze ve ören yerleri, kafeler, spor salonları, restoran ve eğlence mekânları gibi toplu hareket edilen alanlar bir süreliğine kapatılmıştır. Bunların yanı sıra hastalık için dezavantajlı yaş gruplarına belli gün ve saatlerde sokağa çıkma yasağı getirilmiştir. Hafta sonları herkesi kapsayacak sokağa çıkma yasaklarıyla tedbirler artırılmıştır.

Dünya genelinde birçok ülkede gündeme gelen karantina süresince insanların evlerinde vakit geçirebilmeleri için çeşitli kurum ve kuruluşlar sanal ortamda ilgi çekmeye yönelik teknolojik faaliyetlere ağırlık vermişlerdir. Erişimleri kısıtlanan müzeler de bu küresel kriz sırasında, sosyal medya kanallarından iletişim kurarak, kurumsal sitelerini güncelleyerek, mevcut ve geçmiş

⁴ Bu çalışmanın gerçekleşmesinde, dönemin sıra dışı yoğunluğu içinde anket sorularını cevaplandıran müze yetkililerinin katkısı büyüktür. Arter Çağdaş Sanat Müzesi'nden Firdevs Ev Şimşek'e, Doğançay Müzesi'nden Billur Tansel'e, Müze Evliyagil'den İrem Haşifçi'ye, Rezan Has Müzesi'nden Zeynep Çulha'ya, Sadberk Hanım Müzesi'nden Cihan Andaç'a, Sakıp Sabancı Müzesi'nden Burcu Özkaçar ve Nazlı Beşer'e çok teşekkür ederiz. Ayrıca yazının erken bir taslağını okuyan Doç. Dr. Ayşe H. Köksal'ın yerinde önerileri ve katkılarına da minnettarız.



sergilerini dijital ortama aktararak erişim kısıtlamasının sanal deneyime dönüşmesi için çaba göstermiştir.⁵

Bu makale kapsamında yürütülen araştırmanın evrenini İstanbul'daki kamuya ve özel sektöre ait sanat müzeleri oluşturmaktadır (Ek 1).⁶ Sanatın duyulara hitap etmesi, sanatçı-izleyici-eser etkileşiminin önemi ve mekâna bağımlılık sanat müzelerinin seçilmesindeki öne çıkan ölçütlerdir. İnceleme dönemi ise müzelerin büyük çoğunluğunun kapalı kaldığı 16 Mart - 16 Haziran 2020 tarihleri ile sınırlanmıştır. İlk olarak listedeki tüm müzelerle e-posta aracılığıyla iletişim kurulmuş ve ilgili kişilere araştırma için özel olarak hazırlanan anket soruları yöneltilmiştir (Ek 2). Bir yandan da müzelerin aktif olan sosyal medya hesapları (Facebook, Twitter, Instagram, vb.) gün gün takip edilerek, müzelerin pandemi öncesi ve sırasındaki gönderileri, nitelik ve nicelik açısından değerlendirilmiştir. Ayrıca müzelerin kurumsal internet sitelerindeki güncellemeler de izlenerek, kaydedilmiştir.

Müzelerde Yeni Medya Teknolojileri Kullanımı, Sanal ve Dijital Uygulamalar

Müzeler için geçtiğimiz yüzyılın tanımlamaları, konumlandırmaları, sınırları, söylemleri ve politikaları artık yeterli gelmemektedir. “Günümüz müzeleri yeni beklentileri karşılamak durumundadırlar. Bu beklentiler müzeleri değiştirmiş, kitlesel bir iletişim aracına dönüştürmüştür.” (Üstünipek, 2013: 22). Nitekim Huyssen “Müze cephelerindeki afişler ve reklam panoları, müzenin gösteri dünyasına, popüler fuar ve kitlesel eğlence dünyasına ne kadar yaklaştığını gösteriyor” (1995: 21) derken, müzenin bir aracı olarak ne denli farklı bir dönüşüm geçirdiği konusunda isabetli bir saptamada bulunmaktadır.

Müzeler bazen iletişimin en temel öğelerinden biri olan “mesaj”ın taşıyıcısı, bazen de sergileri ve etkinlikleri aracılığıyla mesajın kendisi olabilmektedirler. Bu bağlamda çağdaş müze mekânları da birer mecra olarak nitelendirilebilir. Zira iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, birçok alanda olduğu gibi müzelerde de alışkanlıklarımızı değiştirmiştir. 21. yüzyılın hemen başında bloglar, zengin içerikle donatılmış internet siteleri, forumlar, Facebook, vb. uygulamalar müzelerin sıklıkla kullandıkları dijital kanallar olarak dikkati çekmekteyken, son on yıl içinde “sosyal medya” şemsiyesi altında değerlendirilen Twitter ve Instagram daha çok öne çıkmaktadır.⁷ Ayrıca müze içinde karekod uygulamaları, etkileşimli ekranlar, akıllı telefon ve tabletlere özel çevrimiçi erişim olanakları, sosyal medyada müze etiketi ile paylaşım yapmayı teşvik eden organizasyonlar da sıklıkla kullanılmaktadır.

“Müzelerin başarısının devamı için ziyaretçilerden bağışçılara, gönüllülerden alanın profesyonellerine kadar tüm hedef kitlesi ile güçlü ilişkiler kurması, geliştirmesi ve bu ilişkileri koruması gerekmektedir” (Fletcher ve Moon, 2012: 506). Dolayısıyla uygun olan tüm iletişim kanalları kullanılmalı ve gelişmelere hızla ayak uydurulmalıdır. Çünkü içinde bulunduğumuz çağda ancak dijital olarak var olabilen kurumlar ayakta kalabilmektedir.

Leicester Üniversitesi'nde düzenlenen 3. Müzecilik Çalışmaları Konferansı'nın 1993'teki ana teması “Müze İletişimi” olarak belirlenmiş, konferansın ardından yayımlanan bildirilerde de-

⁵ Müzelerin COVID-19 pandemisi sürecindeki faaliyetleri üzerine henüz yayımlanmış bilimsel bir analiz bulunmamakla beraber, müzecilik sektörünün muteber dergilerinden *Museum Management and Curatorship (MMC)*, 2020 yılının 3. sayısında, dört büyük müze ve kültür kurumunun yetkililerinin bilgi notu mahiyetindeki deneyimlerini paylaşmıştır. Bkz: MCM 35 (3) 2020: 213-232.

⁶ Koleksiyonunda sanat eserleri de bulunmasına rağmen başlı başına sanat müzesi kategorisine girmeyen şehir müzeleri, tarih müzeleri, bilim ve teknoloji müzeleri, askerî müzeler, ekonomî müzeler, vb. kurumlar araştırma evreninin dışında bırakılmıştır.

⁷ Sosyal medyaya ve müzecilikteki uygulamalarına ilişkin kapsamlı bir çalışma için bkz: Pett, 2012. Pett, çevrimiçi etkileşim faktörlerini beş ana grupta değerlendirir: erişim, öğrenme, deneyim, paylaşım, yaratım. Bu faktörlerin müze ve kültür kurumlarının sosyal medyada aktif olmasının ve söz konusu platformları ciddi bir pazarlama kanalı hâline getirmesinin önemini vurgular (s. 1-2).

ğişen mecralara, mesajlara ve müzelerin aldıkları aksiyonlara ilişkin erken veriler ortaya konulmuştu (Hooper-Greenhill, 2005). Takip eden yirmi beş yıl içinde müze iletişimde dijital ve sanal uygulamalar, değişen müze-ziyaretçi ilişkileri, müzenin yeni işlevleri, birbirine bağlanan müzeler vb. konularda, dünyanın pek çok müzesinden örnek vaka çalışmalarını da içeren kuramsal ve özgün yayınlar yapılmaktadır (Hooper-Greenhill, 2005; Henning, 2006; Lang, Reeve ve Woollard, 2006; Russo, Watkins, Kelly ve Chan, 2007; Galani ve Chalmers, 2010; Parry, 2010; Black, 2012; Fletcher ve Moon, 2012; Russo, 2012; Bertacchini ve Morando, 2013; Holdgaard, N. ve Klastrup, L., 2014; Davis ve Smeds, 2016). Türkiye’de de son yıllarda müzeler ve sosyal medya kullanımı ile ilgili çalışmalar yaygınlaşmaya başlamıştır (Üstünipek, 2013; Okan, 2018; Utkan Özden, 2019; Çelik, 2020).

Müzelerdeki yeni medya uygulamaları kullanımının en önemli hedeflerinden biri ziyaretçi ile etkileşimi⁸ sürdürmek, onlar hakkında veri toplamak, mevcut hedef kitleye kendini düzenli hatırlatmak ve yeni ziyaretçilere bilgi sunmaktır. Müzeler bir yandan müze içi iletişim kanallarını geliştiren teknolojiye uyarlarlarken, diğer yandan müze dışında sosyal medya ve internet siteleri aracılığıyla, klasik iletişim araçlarından daha hızlı ve daha ölçülebilir veriyi elde edebilmektedir. Toplanan etkileşime ilişkin veriler yine bu alanda uzmanlaşmış ajanslar tarafından değerlendirilerek, daha duyarlı bir hedef kitle profili ortaya koyulabilmektedir.

Son on yıldır insan oturduğu yerden dünyanın farklı müzelerini bilgisayar, tablet veya akıllı telefon aracılığıyla gezebilmektedir. 3D mekânlar, sanal müzeler, *Google Arts & Culture*’da bulunan dijital sergiler, müzelerin kendi internet sitelerinden erişilebilen arşivler bu deneyimi müze mekânından bağımsız olarak ekrana taşıyabilmektedir. “21. yüzyıl müze izleyicileri daha iyi bağlanan, mobil, bilgiye ve içeriklere nerede, ne zaman isterlese erişen, aktif katılımcılar olacaktır. Sağlanan fırsatlar göz önüne alındığında, bağlanan müzeler de esnek, hareketli, canlı ve değişken olmalıdır. Yine de, müzelerin bu zorlukları aşmaya ve git gide daha bağlantılı hâle gelen bir dünyada dönüştürücü olmaya gerçekten hazır olup olmadıkları sorusu bakidir” (Kelly, 2013: 67).

COVID-19 sebebiyle fiziksel mekânlar kapandığında müzelerin izleyicilere ulaşabileceği yegâne kanallar dijital ve sosyal medya platformları olmuştur. Bu medyayı hem aktif olarak hem de geliştirerek izleyiciye sunan müzelerin süreci en az zararla atlatma konusunda daha başarılı oldukları düşünülebilir. Araştırmanın çıkış noktasını da bu hipotez oluşturmuştur. Ocak 2020 itibariyle Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı 201 devlet ve vakıf müzesi, 142 ören yeri, 269 özel müze bulunmaktadır.⁹ T.C. Cumhurbaşkanlığı bünyesindeki Millî Saraylar İdaresi Başkanlığı’na bağlı ise 14 müze faaliyet göstermektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı müzelerin, bakanlığın internet sitesinde yer alan tanıtım bilgileri, indirilebilecek formatta sunulmaktadır. Ayrıca “sanalmuze.gov.tr” adresinden Türkiye’deki 16 müze sanal olarak gezilebilmektedir. Bazı müzelerin kendilerine ait sosyal medya hesapları da mevcuttur. Cumhurbaşkanlığı’na bağlı olan tüm müze ve koleksiyon bilgileri tek bir web sitesinde toplanmıştır; burada genel bilgiler ve blog yazıları yayımlanmaktadır. Özel müzelerin ise her birinin kendilerine ait internet siteleri, sosyal medya hesapları ve farklı dijital uygulamaları bulunmaktadır.

Araştırma kapsamında İstanbul’daki aktif durumda olan 37 sanat müzesinin 16 Mart - 16 Haziran 2020 tarihleri arasında sosyal medyadan ve kurumsal internet sitelerinden yürüttükleri faaliyetler takip edilmiştir. Öncelikle her müzenin mevcut dijital altyapısı incelenmiş; pandemi öncesindeki sosyal medya paylaşımları sayıca tespit edilmiştir. Ardından pandemi ile birlikte her müzenin sosyal medya ve dijital kanallarda yürüttüğü etkinlikler izlenerek, değişim ve nitelik üzerinden değerlendirmelerde bulunulmuştur. Araştırmanın içeriğine ilişkin ayrıntılar,

⁸ Sosyal medya açısından “etkileşim” kelimesi farklı bir bağlamda kullanılmaktadır. Kişi, kurum ya da kuruluşun sosyal medyada paylaştığı içeriklere kullanıcın çeşitli yollarla (beğenmek, yorum yapmak, başkalarıyla paylaşmak vb.) tepki vermesi *etkileşim* olarak nitelendirilmektedir.

⁹ Bu sayıya, araştırmanın yürütüldüğü dönemde Kültür ve Turizm Bakanlığı’na ait müzeler arasında bulunan Ayasofya ve Kariye dahildir.



müzelerin bağlı buldukları kurumlara göre sınıflandırılarak ve alfabetik sırada aşağıda verilmektedir.¹⁰

İstanbul'daki Kamuya Bağlı Sanat Müzelerinin Pandemi Sürecinde Kullandıkları Sanal ve Dijital Uygulamalar

İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne (İBB) Bağlı Müzelerdeki Uygulamalar

Bir İBB iştiraki olan İstanbul Kültür A.Ş.'ye bağlı olarak faaliyet gösteren altı müze bulunmaktadır: Miniaturk, Panorama 1453 Tarih Müzesi, Şerefiye Sarnıcı, Tekfur Sarayı Müzesi, Türk Dünyası Kültür Mahallesi, Yerebatan Sarnıcı.¹¹ Bu müzeler ile ilgili çok genel bilgilere resmî internet sitesinden erişilebilmektedir.

Tekfur Sarayı Müzesi'nin¹² kendine ait güncel bir web sitesi bulunmaktadır. Müze pandemi kapsamında ziyarete kapalı olacağını 12 Mart 2020'de Instagram hesabı üzerinden duyurmuştur. Pandemi sürecinde Instagram hesaplarından yaptıkları paylaşımlar ise salgın bilgilendirmeleri ve dinî-millî bayram kutlamalarıyla sınırlı kalmıştır.

Kendisine ait tüm bilgilerin ve görsellerin yer aldığı güncel bir internet sitesi olan Yerebatan Sarnıcı'nın¹³ Facebook, Twitter, Instagram hesapları da mevcuttur. Tüm sosyal medya hesaplarından ortak paylaşım yapan müze pandemi sürecinde sadece önemli günlerin kutlamalarını yapmış, bu dönemde takipçi sayısını artırmamıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'na Ait Müzelerdeki Uygulamalar

Dünya genelinde hızla yayılan COVID-19 tehdidine karşı alınan önlemler kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı tüm müze ve ören yerleri 18 Mart 2020 tarihinde ziyarete kapatılmıştır. Başlangıçta 30 Mart 2020'de yeniden hizmete açılmaları planlanırken, ziyarete kapalı tutulma süresi ikinci bir duyuru ile 1 Haziran 2020 tarihine kadar uzatılmıştır. 1 Haziran 2020 itibarıyla açılan müze ve ören yerleri ile ilgili tüm iletişim Bakanlığın ortak hesaplarından yürütülmüştür.¹⁴

Bakanlığın Facebook, Twitter, Instagram hesabı olarak *@officialturkishmuseums* adını kullandığı, Türkiye'nin belli başlı müzelerinden sistemli bir biçimde paylaşımlar yaptığı saptanmıştır. Bu hesaptan pandeminin ilk günlerinden bu yana günlük gönderi yönünden koleksiyonlardan seçilen eserleri temel alan zengin içerikler paylaşılma ile birlikte, hiçbir müze için özel bir içerik üretilmemiştir. Bakanlığa bağlı müzelerle ilgili ve zaman zaman İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün sosyal medya hesaplarından da paylaşım yapıldığı gözlenmiştir. Ayrıca *www.turkishmuseums.com* sitesi, Kültür ve Turizm Bakanlığının *www.muze.gov.tr* adresinde bulunan internet sitesi ile İstanbul Valiliği'nin kontrolündeki *istanbul.gov.tr* üzerinden de müzelerle ilgili kısa tarihçe, mimarî, ziyaret bilgileri sağlanmaktadır. Bunun yanı sıra taşeron olarak hazırlatılan 3D mekânlar projesi kapsamında bazı müzeleri sanal olarak gezmek mümkün olabilmıştır.¹⁵

İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nin¹⁶ kendi sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Müzenin Facebook, Twitter ve Instagram'daki varlığı incelendiğinde müze ile ilgili gönderilerin ortalama iki

¹⁰ İnternet siteleri ve diğer çevrimiçi kanallardan edinilen bilgilerin, bu makale hazırlanırken hâlâ erişilebilir olup olmadıkları, her biri 7-8 Eylül 2020 tarihlerinde tek tek ziyaret edilerek kontrol edilmiştir.

¹¹ <https://kultur.istanbul/meکانlar/> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

¹² Bizans İmparatorlarının 12. yüzyıldan itibaren imparatorluk sarayı olarak kullandıkları yapı, İstanbul'un fethinden sonra çini üretim merkezi hâline gelmiştir. <https://www.tekfursarayı.istanbul/tr/tekfur-sarayı-muzesi> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

¹³ Bizans İmparatoru I. Justinianus tarafından yaptırılan büyük bir yeraltı sarnıcıdır. <https://www.yerebatan.com/> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

¹⁴ <https://kvmmg.ktb.gov.tr/> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

¹⁵ <http://www.3dmekanlar.com/tr/3d-muzeler-istanbul.html> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

¹⁶ Türkiye'nin ilk müzesidir ve "Müze-i Hümayun" adıyla 1869 yılında kurulmuştur. Arkeoloji Müzesi, Eski Şark Eserleri Müzesi ve Çinili Köşk Müzesi olarak üç birimden oluşmaktadır. İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nin koleksiyonlarında çeşitli kültürlere ait bir milyona yakın eser bulunmaktadır. <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=IARo1&DistId=IAR> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

haftada bir, müze koleksiyonundan seçilmiş bir eserin tüm hesaplardan eşzamanlı paylaşılması şeklinde olduğu gözlemlenmiştir. Pandemi sürecinde ise gönderi sayısı ve niteliği aynen korunmuştur.

Fethiye Müzesi'nin¹⁷ ve Kariye'nin¹⁸ Instagram'da kendilerine özel hesapları bulunmakla beraber, pandemi sürecine özel içerik paylaşılmamıştır.

Ayasofya,¹⁹ Büyük Saray Mozaikleri Müzesi,²⁰ Galata Mevlevihânesi²¹ ve Türk ve İslâm Eserleri Müzesi²² ile ilgili resmî bilgilere Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ortak internet sitesinden ulaşılmaktadır. Pandemi sürecinde anılan müzelerden doğrudan bir paylaşım yapılmamıştır.

Millî Saraylar İdaresi Başkanlığı'na Bağlı Müzelerdeki Uygulamalar

Pandemi sürecinin başında, 18 Mart 2020'de, Cumhurbaşkanlığı'na bağlı tüm müze, köşk, kasır ve saraylar kapatılmıştır. Söz konusu müzelerin sosyal medya faaliyetleri -Topkapı Sarayı Müzesi'ninki hariç olmak üzere- "Millî Saraylar" adı altında Twitter, Instagram, Facebook üzerinden toplu olarak yürütülmektedir.²³

Saraylar: Beylerbeyi Sarayı,²⁴ Dolmabahçe Sarayı²⁵ ve Yıldız Sarayı²⁶ müzelerinin özel internet siteleri veya sosyal medya hesapları bulunmamaktadır. Daha önce Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı bir kurum olan Topkapı Sarayı Müzesi²⁷ ise hem Bakanlık altındayken hem de Millî Saraylar İdaresi Başkanlığı'na geçtikten sonra da sosyal medya platformlarının çoğunluğunda kendi alan adı ile aktif olarak faaliyet göstermektedir. Topkapı Sarayı Müzesi'nin sosyal medya hesapları üzerinden Millî Saraylar sosyal medya hesaplarının paylaşımları da eşzamanlı olarak yapılmaktadır.

Topkapı Sarayı Müzesi pandemiye bağlı karantina sürecinin öncesinde, yeni hazırlanan internet sitesi ve dijital iletişim yönetimi stratejileri ile öne çıksa ve "Müze Selfie Günü" gibi kolektif etkinlikler düzenlemiş olsa da pandemi süreci bu faaliyetleri sekteye uğratmıştır. Müze, kapalı kaldığı zaman içinde sosyal medya iletişimine aynı şekilde devam etmiştir.

¹⁷ İstanbul'un fethinden sonra patrikhane olarak kullanılan kilise, III. Murad (s. 1574-1595) döneminde camiye çevrilerek "Fethiye" adını almıştır. Hâlihazırda tadilat nedeniyle kapalıdır. <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=FET01&DistId=MRK> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

¹⁸ Büyük bir yapı kompleksinin günümüze ulaşan tek binasıdır. Kariye Camii, bu makalenin yazıldığı sırada Cumhurbaşkanlığı kararı uyarınca Diyanet İşleri Başkanlığı'na devredilerek, ibadete açılmıştır (Resmî Gazete, 21 Ağustos 2020, sayı: 31220, karar sayısı: 2840).

¹⁹ Araştırmanın yürütüldüğü dönemde Ayasofya, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na ait müzeler arasındaydı. O nedenle araştırma evreninde yer almaktadır. Ayasofya-i Kebîr Cami-i Şerîfi, 10 Temmuz 2020 tarihinden itibaren Türkiye Cumhurbaşkanlığı Diyanet İşleri Başkanlığı'na bağlı bir cami olarak ibadete açıktır (Resmî Gazete, 10 Temmuz 2020, 1. mükerrer sayı: 31181, karar no. 2729).

²⁰ Müze, Sultanahmet Camii'nin Külliyesi'nde Arasta Pazarı'nın içindedir ve Doğu Roma Dönemi'ne ait Büyük Saray'ın avlusundaki kısmen sağlam kalan mozaik taban döşemesini içerecek şekilde oluşturulmuştur. <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=MOZ01&DistId=MOZ> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

²¹ İstanbul'un ilk mevlevihanesi ve Beyoğlu'ndaki en önemli Osmanlı dönemi eserlerindedir. <https://muze.gov.tr/muze-detay?sectionId=GLT01&distId=MRK> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

²² Evkâf-ı İslâmiye (İslâm Vakıfları) Müzesi adıyla 1914'te ziyarete açılan müze, koleksiyonunun çeşitliliği ve emsalsiz eserlerin varlığı ile dünyanın sayılı İslam Sanatları müzelerindedir. Günümüzde Sultanahmet Meydanı'ndaki İbrahim Paşa Sarayı'nda yer almaktadır <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=TIE01&DistId=TIE> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

²³ <https://www.millisaraylar.gov.tr/anasayfa> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

²⁴ İlk olarak II. Mahmut (s. 1808-1839) tarafından inşa ettirilen, geçirdiği yangından sonra Sultan Abdülaziz (s. 1861-1876) tarafından yeniden yaptırılan sarayın mimarı Sarkis Balyan'dır (Sözen, 1992: 77-78).

²⁵ 1843 yılında yapımına başlanan ve 1856 yılında kullanıma açılan Dolmabahçe Sarayı 1984 yılından bu yana müze-saray olarak ziyarete açıktır (Sözen, 1994: 503).

²⁶ Eğimli bir arazi üzerine yayılmış köşk ve kasırlardan meydana gelen saraydaki yapıların en erkeni 18. yüzyılın sonlarına tarihlenir. Daha sonra çeşitli padişahlar döneminde bina eklemeler ile genişlemiştir. II. Abdülhamid (s. 1876-1909), Dolmabahçe Sarayı'ndan ayrılıp Yıldız Sarayı'na taşınmış ve padişahlığı süresince bu sarayda kalmıştır. Onun zamanındaki eklemelerle bugünkü saray kompleksi ortaya çıkmıştır (Bilgin, 2013: 541). 1978 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı'na devredilen yapı günümüzde TBMM Genel Sekreterliği'ne bağlıdır.

²⁷ Fâtiht Sultan Mehmed (s. 1444-1446, 1451-1481) tarafından 1465-1478 yılları arasında inşa ettirilen Topkapı Sarayı, zaman içinde ihtiyaç duyulan yapıların eklenmesiyle 19. yüzyılın ortalarına kadar gelişerek son şeklini almıştır. Topkapı Sarayı 3 Nisan 1924'te Atatürk'ün isteği ve İcra Vekilleri Heyeti'nin kararı ile müze hâline getirilmiş; 1927'de bazı bölümleriyle, 1934'te ise tamamen halkın ziyaretine açılmıştır. (Aydın, 2012: 261). Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı bir kurum olarak faaliyetlerini sürdüren Topkapı Sarayı Müzesi'nin yönetim, restorasyon, tanıtım hizmetleri de dahil olmak üzere tüm hizmetleri, 6 Eylül 2019 tarihinde Cumhurbaşkanlığı kararnamesi uyarınca Milli Saraylar İdaresi Başkanlığı'na devredilmiştir (Resmî Gazete, 6 Eylül 2019, sayı: 30880, kararname no. 44).



Müzeler: Resim Müzesi²⁸ ve Saray Koleksiyonları Müzesi²⁹ ile ilgili bilgilere Millî Saraylar'ın kurumsal sitesinden erişilmektedir. Pandemi sürecinde eserler sanal olarak izleyiciye sunulmamış; web sitesinde ve sosyal medya hesaplarında rutin gönderiler ve görseller paylaşmaya devam edilmiştir.

Köşk ve Kasırlar: Aynalıkavak Kasrı,³⁰ Beykoz Mecidiye Kasrı,³¹ İhlamur Kasrı,³² Küçükusu Kasrı,³³ Maslak Kasırları,³⁴ ve Yıldız Şale Köşkü³⁵ ile ilgili bilgilere, Millî Saraylar İdaresi Başkanlığı'nın ortak internet sitesinden ulaşılabilmektedir. Pandemi döneminde Millî Saraylar İdaresi kasırlara dair özel bir paylaşımında bulunmamıştır.

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi (MSGSÜ) İstanbul Resim ve Heykel Müzesi'ndeki Uygulamalar

1937 yılında Türkiye'nin ilk Güzel Sanatlar Müzesi olarak açılan İstanbul Resim ve Heykel Müzesi'nin (İRHM) ilk teşhir mekânı Dolmabahçe Sarayı'nın Veliht Dairesi'dir. Türkiye'nin Batılı anlamda ilk sanat müzesi olan İRHM, günümüzde MSGSÜ'ye bağlıdır (Köksal, 2011: 54). Müze açıldıktan kısa bir süre sonra, İkinci Dünya Savaşı nedeniyle 1939'da kapanmış ve 1951 yılına kadar kapalı kalmıştır. 1951 yılı sonrasında yine açılrsa da bu defa 1976 yılında tekrar kapanmıştır. Etkinlikleri koleksiyonun sergilenmesi ve Akademi ile ilişkili eğitimle sınırlı olan müze (Köksal, 2011: 74), 1999 Marmara Depremi'nde zarar görmesi üzerine mekân açısından sorunlar yaşamış, nitekim 2012 yılında Dolmabahçe Sarayı Veliht Dairesi'nden çıkarılmıştır. İRHM için Tophane'de Emre Arolat'ın tasarladığı yeni bir bina yapılmış ve koleksiyon buraya taşınmıştır. Pandemi nedeniyle müzenin açılış tarihi şu an için belirsizdir. İRHM'nin kendine ait bir web sitesi bulunurken, henüz sosyal medya hesapları aktif hâle getirilmemiştir.

Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne Bağlı Müzelerdeki Uygulamalar

Türkiye genelinde Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne bağlı 11 müze vardır ve resmî internet sitesi³⁶ üzerinden bu müzelerle ilgili kısa bilgilere ulaşılmaktadır. Sultanahmet Camii Hünkar Kasrı'nda bulunan Halı Müzesi, Türkiye'nin tek tematik halı müzesidir. Bayezid Medresesi'nde bulunan Türk Vakıf Hat Sanatları Müzesi ise restorasyon nedeniyle ziyarete kapalıdır. Müzelerin herhangi bir sosyal medya hesabı yoktur; Genel Müdürlüğün Facebook ve Twitter hesaplarından güncel duyurular, zaman zaman da "Turkish Museums" hesapları üzerinden müze arşivindeki eserlere ait görseller paylaşılmaktadır.

28 Dolmabahçe Sarayı'nın Veliht Dairesi'nin bir bölümünde faaliyet gösteren müzede on bir bölümde sınıflandırılmış 200'e yakın eser sergilenmektedir. Tefriş nedeniyle geçici olarak kapalıdır. <https://www.millisaraylar.gov.tr/muzeler/resim-muzesi> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

29 19. yüzyıla ait Osmanlı saraylarında kullanılan günlük yaşam nesnelere ilişkin oluşan geniş bir koleksiyona sahip olan müze bir depo müzedir. <https://www.millisaraylar.gov.tr/muzeler/saray-koleksiyonlari-muzesi> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

30 İstanbul Hasköy'de bulunan, Osmanlı İmparatorluğu döneminde "Tersane Sarayı" olarak da bilinen yapılar grubundan günümüze yalnızca Aynalıkavak Kasrı kalmıştır (Eyice, 1991: 264).

31 Sultan Abdülmecid'e (s. 1839-1861) armağan olarak, dönemin Mısır valisi Mehmed Paşa tarafından yaptırılan kasrın inşası 1854 yılında tamamlanmıştır. <https://www.millisaraylar.gov.tr/kasirlar/beykoz-mecidiye-kasri> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

32 1855 yılında saray yapıları başkalfası Karabey Balyan tarafından inşaatı tamamlanan kasır Merasim ve Maiyet köşkleri olmak üzere iki yapıdan meydana gelmektedir. <https://www.millisaraylar.gov.tr/kasirlar/ihlamur-kasirlari> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

33 İstanbul'da, Göksu ve Küçükusu derelerinin arasında bulunan Küçükusu Kasrı I. Mahmut (s. 1730-1754) döneminde konaklama amacıyla inşa ettirilmiştir. Günümüzde müze-saray ve mesire olarak hizmet vermektedir (Eyice, 2002: 530-32).

34 Sultan II. Abdülhamit'in (s. 1876-1909) şehzadelik yıllarını geçirdiği ve şahsi mülkü olarak bilinen Maslak kasırları Limonluk Külhanı, Ağalar Dairesi ve Çadır Köşkü'nden oluşmaktadır. <https://www.millisaraylar.gov.tr/kasirlar/maslak-kasirlari> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

35 Adını Fransızca "dağ evi" anlamına gelen "chalet" sözcüğünden alan yapı köşk konukevi olarak hizmet vermiştir. <https://www.millisaraylar.gov.tr/blog/yildiz-sale-kosku> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

36 <https://www.vgm.gov.tr/faaliyetler/kulturel-faaliyetler/muzeler> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

İstanbul'daki Özel Sanat Müzelerinin Pandemi Sürecinde Kullandıkları Sanal ve Dijital Uygulamalar

*Ara Güler Müzesi*³⁷

Ara Güler Müzesi'nin kurumsal internet sitesinden sadece güncel sergilerin duyuru afişlerine ve ziyaret bilgilerine ulaşılmakta;³⁸ aktif olarak ise sürekli güncellenen ve sıklıkla bilgi paylaşımları yapılan Facebook ve Instagram hesapları kullanılmaktadır. Facebook hesabından sergi davetleri ve Instagram ortak paylaşımları yapılırken, Instagram hesabı ortalama dört günde bir güncellenmektedir. Ara Güler Müzesi, iletişim stratejilerini inhouse olarak sürdürmektedir. Bomontiada'da bulunan müze binasında dijital arşiv çalışmaları yürütülmekte; buna karşın çevrimiçi sergilere yönelik bir faaliyet henüz bulunmamaktadır.

*Arter Çağdaş Sanat Müzesi*³⁹

Arter, pandemi sürecinde aktif bir çevrimiçi görünürlük sağlamıştır. Öncelikle 18 Mayıs Dünya Müzeler Günü kapsamında *Google Arts & Culture*⁴⁰ sayfasının lansmanı ile birlikte bir yandan *Altan Gürman: Türkiye Çağdaş Sanatında Bir Öncü* başlıklı güncel sergisini izleyicisiyle buluştururken, diğer yandan aynı platformda “Çağdaş Sanat”, “Performans Sanatı”, “Fluxus”, “Kavramsal Sanat” olarak adlandırılan başlıklar altında güncel sergilerden yüksek çözünürlüklü görseller paylaşmaktadır.

Geçmiş konserleri, performansları, konuşma etkinliklerinin kayıtlarını izleyiciye aktararak farklı içerikler üreten Arter, bu bağlamda *CANAN: Kaf Dağının Ardında* sergisini de dijital ortama taşımıştır. Pandemi sürecinde her pazartesi saat 19.00'da *#EvdenAnlat* etiketiyle sanat etrafındaki diyalogu ev ortamında sürdürmeye devam etmiştir. On katılımcıyla sınırlı olan ücretsiz *#EvdenAnlat* etkinliğinde, her katılımcı evinde bulunan bir sanat yapıtını/sanat nesnesini diğer katılımcılara anlatırken; Arter de *#EvideÇal* etiketiyle, kendi koleksiyonunda bulunan video seçkileri 15 Mayıs - 15 Haziran arasında izleyiciyle buluşturmuştur.

Instagram adresinden de aktif olarak paylaşım yapan müze 2010 yılından itibaren müzenin ev sahipliği yaptığı sergileri çoklu fotoğraflı gönderilerle takipçilerine ulaştırmıştır. Sergilere yönelik bir diğer çalışma ise dijital ortamda sundukları sergilere eşlik etmesi için çevrimiçi rehberli turlara geçiş yapması olmuş; “Hareket Atölyeleri” ve “Çağdaş Sanat Seminerleri” de çevrimiçi olarak devam etmiştir. Ayrıca dünya çapında milyonlarca şarkıya ve diğer içeriğe anında erişim sağlayan bir dijital müzik, podcast ve video aktarma hizmeti sunan Spotify⁴¹ üzerinden sanatçı konuşmaları ve eser anlatımları yayınlanmaktadır.

Arter Çağdaş Sanat Müzesi'nin pandemi sürecinde kapanma kararı aldığı 14 Mart 2020 tarihinden sonra takipçi sayılarında artış görülmüştür. Instagram hesabında takipçi sayısı 17 Mart 2020 itibariyle 75.600 iken, 28 Nisan 2020 tarihinde 76.134'e çıkmış, 25 Mayıs 2020 itibariyle ise 76.852 kişiye ulaşmıştır.⁴²

³⁷ 2016 yılında Ara Güler arşivinin büyük bölümünün Doğan Grubu tarafından satın alınması sonrasında Bomontiada'da bulunan yerinde müzeye dönüştürülen Ara Güler Müzesi, 4 milyon parçalık arşivi ile Türkiye'nin en zengin sanatçı müzelerinden biridir. http://www.mimarizm.com/haberler/gundem/ara-guler-muzesi-acildi_129392 Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

³⁸ <http://aragulermuzesi.com/> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

³⁹ Bir Vehbi Koç Vakfı kuruluşu olarak 2010-2018 yılları arasında İstiklal Caddesi'ndeki binasında faaliyet gösteren Arter, 13 Eylül 2019'da Dolapdere'deki yeni binasında Arter Çağdaş Sanat Müzesi olarak hizmet vermeye başlamıştır. <https://www.arter.org.tr/hakkimizda> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

⁴⁰ <https://artsandculture.google.com/partner/arter> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

⁴¹ <https://support.spotify.com/tr/article/what-is-spotify/> Erişim tarihi: 8 Eylül 2020.

⁴² Anket sorularına Arter Çağdaş Sanat Müzesi Medya ve Pazarlama Koordinatörü Firdevs Ev Şimşek'in Haziran 2020'de verdiği yanıtlardan derlenmiştir.



*Doğançay Müzesi*⁴³

Doğançay Müzesi'nin kurumsal internet sitesinin yanı sıra Facebook ve Instagram hesapları aktiftir. Pandemi sürecinde en çok Instagram adresi üzerinden, günde en az bir gönderi ile paylaşım yapan müze, Çarşamba günleri "Pub Quiz" adıyla Doğançay Müzesi'ni tanıtmaya amaçlı anket çalışması yürütmüştür. Bu dönemde dijitalleşme bağlamında farklı bir yön çizen müze YouTube'da kanal açarak (*Dogancay Museum*), buraya Doğançay Müzesi ile ilgili konuşmalar, güncel kayıtlar yüklemeye başlamıştır.⁴⁴ Fakat söz konusu kanalın tanıtımına ilişkin paylaşım olmadığı ve sadece dört takipçisi bulunduğu gözlenmiştir.

*Elgiz Müzesi*⁴⁵

Kalıcı koleksiyonu, geçici sergileri ve terasındaki açık hava sergileri ile öne çıkan müzenin güncel bir internet sitesi ile Instagram, Facebook ve Twitter hesapları bulunmaktadır. Pandemi öncesinde en çok Instagram hesabı üzerinden paylaşım yapan Elgiz Müzesi, pandemi döneminde geçmiş sergi ve etkinliklerin fotoğraflarını Instagram ve Facebook hikayeleri üzerinden takipçileriyle paylaşmıştır. Elgiz Müzesi, Instagram hesabında "Çevrimiçi Sanat Buluşmaları" düzenleyerek, kayıtlı konuşmaları izleyicisiyle buluşturmuştur. Elgiz Müzesi'nin bu sürecin ardından düzenlediği açılış sergisi *Wuhan'dan İstanbul'a Yıkılan Hayaller* başlığını taşımaktadır.

*Halûk Perk Müzesi*⁴⁶

Müzenin kurumsal internet sitesinden güncel verilere erişilememektedir. Sosyal medya ve dijital kanallarda da herhangi bir varlık göstermeyen Halûk Perk Müzesi ile ilgili kısıtlı bilgiye ancak çeşitli haber sitelerinden ulaşılabilmektedir.

*İstanbul Modern Grafik Sanatlar Müzesi (IMOGA)*⁴⁷

IMOGA'nın çevrimiçi görünürlüğü kurumsal internet sitesi ve Facebook hesabıyla sağlanmaktadır. İnternet sitesinde güncel sanat etkinlikleri ile ilgili haberler yer alırken, site aynı zamanda eser satın almak isteyen sanatseverler için e-ticaret işlevini de taşımaktadır. Müzenin sanal tur ile gezilmesi, üçüncü parti bir internet sitesi olan www.mekandagez.com aracılığı ile mümkündür.

IMOGA geçmişte Türkiye'nin ilk sanat kanalını kurma girişiminde bulunmuş bir müze olarak öne çıkmaktadır. Toplum ve sanatseverler için bir sanat belleği ve referans noktası olmak amacıyla 2015'ten bu yana içerik üretmekte olan IMOGA Channel⁴⁸ esas itibarıyla internet tabanlı bir TV kanalıdır. Görsel sanatlar, tasarım, gösteri sanatları, edebiyat, müzik, sinema ve fotoğraf alanlarını kapsayan zengin kültür-sanat programları planlayan kanalda pandemi döneminde de IMOGA arşivlerinden video, belgesel, vb. programlar gösterilmeye devam etmektedir.⁴⁹

43 2004 yılında Beyoğlu'nda tarihi bir binada ziyarete açılan Doğançay Müzesi'nin koleksiyonunda Burhan Doğançay ve babası Adil Doğançay'ın eserleri bulunmaktadır. <http://www.dogancaymuseum.org/pPages/pGallery.aspx?pgID=579&lang=TR§ion=9¶m1=138> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

44 Anket sorularına Doğançay Müzesi Direktörü Billur Tansel'in Haziran 2020'de verdiği yanıtlardan derlenmiştir.

45 Eski adı Proje4L olan ve 2001 yılında Türkiye'nin ilk çağdaş sanat müzesi olarak koleksiyoner Sevda ve Can Elgiz tarafından kurulan müze, genç, gelecek vadeden sanatçılar ve küratörler için deneysel bir platform işlevi görmektedir. http://elgizmuseum.org/en/?page_id=174 Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

46 Türk Nümsimatik Derneği ve Arkeolojik Eser Koleksiyoncular Derneği kurucusu, koleksiyoncu Halûk Perk tarafından 1995 yılında açılan Halûk Perk Müzesi, tematik koleksiyonlar barındıran özel bir müzedir. Avclar'daki müzede arkeolojik buluntular ve Osmanlı dönemine ait eserler başta olmak üzere Halûk Perk'e ait üç yüz bin parçayı aşan eser korunmaktadır. <https://www.muzeasist.com/muze/profil/haluk-perk-muzesi> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

47 Ülkemizin önemli baskı resim ustalarından Süleyman Saim Tekcan tarafından 2004 yılında açılan IMOGA, Türkiye'nin grafik sanatlar üzerine kurulmuş ilk tematik müzesidir. <https://imoga.org/pages/tarihce-history> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

48 <https://imogachannel.com/> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

49 IMOGA bu makale yayına hazırlandığı sırada henüz yeniden açılmamıştı.

*İstanbul Modern Sanat Müzesi*⁵⁰

İstanbul Modern sosyal medya ve yayıncılık alanında seri olarak üretimi sürdürmekte; özellikle tanıtım-iletişim stratejik trendlerini dikkate almaktadır. İnternet sitesi 2006 yılında 5. Altın Örümcek Ödülleri'nde "en iyi site" ödülünü kazanmıştır.⁵¹ Sosyal medya kanallarını ilk açıldıkları zamandan itibaren aktif olarak kullanan ve bu medyumlara özel içerikler üreten İstanbul Modern, pandemi öncesi süreçte atölye ve sergi faaliyetlerini sosyal medya ile entegre olarak duyurmuştur. Salgına bağlı önlemler sonucu 16 Mart 2020'de ziyaretçilere kapılarını kapayan müze sürece adapte olma stratejisi bakımından aşağıdaki çalışmaları yapmıştır:

Bir dijital sergi olan ve sanatçıları pandemi günlerinde gerçekleştirdikleri yeni çalışmalarını paylaşmaya davet eden müze, "Pandemi Günlerinde Fotoğraf" projesinde farklı kuşaklardan 43 sanatçının işlerini İstanbul Modern'in çevrimiçi platformlarında izleyicilere sunmuştur. Müze, Sanat Tarihi Seminerleri'ni yaz döneminde düzenlemeye devam etmiştir. COVID-19 salgını nedeniyle sosyal mesafenin korunmaya özen gösterildiği bu dönemde uzaktan gerçekleştirilen "Atölye Modern Çevrimiçi" seminerleri, modern ve çağdaş sanata dair temalar üzerinden tarihsel bir perspektifle yeni bir akış sunan dört ayrı dersten oluşmuştur. 4-30 Haziran 2020 tarihleri arasında "Online Sinema Gösterimleri" düzenlenmiştir. Bağımsız film gösterimleri de pandemi sürecinde çevrimiçi olarak güncellenmiştir. Ayrıca İstanbul Modern Fotoğraf Galerisi *Lütfi Özkök: Portreler* başlıklı fotoğraf sergisi sanal tur ile ziyarete açılmıştır.

Müzenin Twitter hesabı *istanbulmodern_* 2,8 milyon takipçi sayısı ile Türkiye'nin en çok takipçisi olan müze hesabıdır. Twitter üzerinden, iki günlük bir plan söz konusudur: Bir gün günde üç post, sonraki gün ise günde bir post olacak şekilde gününbirlik olarak paylaşımlarını sürdüren hesap, son derece aktif ve organik takipçi bakımından etkileşime ve trafiğe açıktır.⁵²

İstanbul Modern Sanat Müzesi kullandığı bir diğer medyum ise YouTube kanalınıdır. Haftada iki video ile müzede gerçekleşmiş etkinlik, seminer, konuşma ve sosyal medyaya özel video içeriklerinin paylaşıldığı kanalın yedi bin abonesi bulunmaktadır.

*Müze Evliyağil*⁵³

Güncel bir internet sitesine sahip olan Müze Evliyağil, sosyal medya kanallarından Instagram ve Facebook'u aktif olarak kullanmaktadır. Bu dönemde açtığı yeni YouTube kanalında da geçmiş sergileri ile eşzamanlı düzenlenen konuşma dizilerini izleyiciyle paylaşmaktadır. Müze Evliyağil bünyesindeki sergiler çevrimiçi sergilenme üzerine kurgulanmadığı için pandemi döneminde dijital olarak sunulamamıştır. Ayrıca müzeden alınan bilgiye göre, sosyal medya hesapları müzenin sergilerini ve etkinliklerini duyurmak, takipçileri müzeye gitmeye teşvik etmek amacıyla kullanılmaktadır. Sergilerin müzenin kendi mekânında ziyaret edilmesinin ziyaretçiler ve müze için daha verimli olduğu düşüncesi hâkimdir. Bu nedenle de pandemi döneminde canlı yayınlar, sanal turlar, vb. çevrimiçi faaliyetler yürütülmemiştir.

⁵⁰ İstanbul Modern'in tohumları, 1987 yılında, 1. Uluslararası Çağdaş Sanat Sergileri'nde (bugünkü adıyla Uluslararası İstanbul Bienali'nde) atılmıştır. İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı'nın (İKSÜ) kurucusu Dr. Nejat F. Eczacıbaşı, İstanbul'da daimi bir modern sanat müzesi kurmak üzere harekete geçmiş ve Türkiye'nin sanatsal yaratıcılığını ve kültürel kimliğini ulusal/uluslararası sanat ortamıyla paylaşmak amacıyla 2004 yılında İstanbul Modern açılmıştır. 14 yıl boyunca müzecilik faaliyetlerini ve disiplinlerarası etkinliklerini MSGSÜ Fındıklı Yerleşkesi'nin yanında yer alan dört numaralı gümrük antrepoşunda sürdüren İstanbul Modern, bu bölgedeki yeniden yapılanma nedeniyle Mayıs 2018 itibarıyla Meşrutiyet Caddesi'ndeki tarihi Union Française binasındaki geçici mekânına taşınmıştır. <https://www.istanbulmodern.org/tr> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

⁵¹ <https://www.altinorumcek.com/2006/sonuclar/> Erişim tarihi: 8 Eylül 2020.

⁵² Twitter ile ilgili yapılan bu alandaki erken araştırmalardan biri için bkz: Üstünipek, 2013.

⁵³ Müze Evliyağil ilk olarak 2014-2015 yılları arasında Ankara'da kapılarını sanatseverlere açmıştır. Nüvesini Sarp Evliyağil'in kendi koleksiyonunun oluşturduğu oluşan müze genç sanatçıları buluşturan bir mekân hâline gelmiştir. 2019 yılında Dolapdere'nin dönüşümüne katkı sağlayarak Müze Evliyağil'in İstanbul ayağı hizmete girmiştir. Ankara'daki vizyonunu Dolapdere'de yaşatmaya devam eden müze yerel ve uluslararası sergilere ev sahipliği yapmaktadır. <http://www.muzeevliyagil.com/tr> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.



*Pera Müzesi*⁵⁴

Pera Müzesi'nin aktif trafik hâlinde kurumsal web sitesi, Twitter ve Instagram hesapları ile YouTube kanalı bulunmaktadır. Pera Müzesi, sosyal medya ve dijital iletişim konularında öncü müzelerden biridir. Twitter'ın ilk dönemlerinde müze kendi blog adresine yönlendirme yaparak sergi kuruluşu ile ilgili aşamaları ve görselleri izleyenlerle paylaşmıştır. Böylece sosyal medya, toplumla iletişime geçme ve kurumsal yapıyı paylaşma amacıyla bir bütün olarak kullanılmıştır (Üstünipek, 2013: 24). Pandemiye bağlı olarak kapatıldıktan sonra ürettikleri güncel içerikler arasında, Ulya Soley imzalı, 13 Nisan 2020 tarihli "Salgın ve Sanat: Sanal Müze Pratikleri" yazısı dikkat çekicidir.⁵⁵

Pera Müzesi'nin bülten sistemi, benzeri müze web sitelerine oranla daha hızlı ve aktüel çalışmaktadır. Pandemi öncesinde koleksiyon sergilerindeki eserler sayısallaştırıldığından dijitalleşme açısından önemli bir aşama kaydedilmiştir. Müze geçici olarak kapandığı zaman müze binası sanal olarak açılmış; müzeye çevrimiçi ziyaret olanağı sağlanmıştır. Twitter ve YouTube hesabından, Pera Müzesi mekânında gerçekleşen geçmiş etkinlikler paylaşılmıştır. On bine yakın aboneliği olan YouTube kanalında her beş günde bir video paylaşılmaktadır. Ayrıca bu dönem içinde pek çok serginin kataloğu çevrimiçi okunabilir veya indirilebilir formatta sanatseverlerle paylaşılmıştır.

*Rezan Has Müzesi*⁵⁶

Pandemi sürecinde çok çeşitli sanal, dijital ve çevrimiçi kanalları kullanan Rezan Has Müzesi'nin koleksiyonu *Google Arts & Culture* üzerinden sanatseverlerle buluşturulmuş; koleksiyondaki eserler 3D taranarak "sketchfab" platformu üzerinden paylaşımına açılmıştır. Ayrıca YouTube kanalı ve bir müzik paylaşım uygulaması olan Soundcloud aracılığıyla geçmiş etkinliklerin, sergi konuşmalarının ve söyleşilerin kaydına erişim sağlanmıştır.

Bu dönemde izleyici taleplerini dikkate alan Rezan Has Müzesi, geri bildirimlerle çocuk etkinliklerini artırmış, günlük soru-cevap çalışmalarıyla izleyici dikkatini diri tutmayı başarmıştır. Özellikle çocuk etkinliklerine çok fazla talep aldıklarını belirten müze yetkilileri, ailelerin ve çocukların istekleri doğrultusunda geçmiş sergi etkinliklerini takipçilerle paylaşmıştır. Çocuk etkinlikleri kapsamında mitolojik tanrı, tanrıçalar ve kahramanlar serisini yayınlayarak bilgi pekiştirmeyi amaçlamış, kısa videolarla el becerilerini geliştirecek formlar üretmişlerdir. Müzenin kendi yayını olan çocuk kitapları da seslendirilerek erişime açılmıştır.

Bu dönemde Instagram, Facebook ve Twitter adreslerinden günde en az bir paylaşım yaparak ziyaretçilerinin ilgisini sıcak tutan Rezan Has Müzesi, merak uyandıracak seriler üretmeye devam etmiş, pandemi öncesinde açmayı planladığı *Kayıp Dillerin Fısıldadıkları* sergisini de internet sitesi üzerinden çevrimiçi erişime açmıştır.⁵⁷ Sergiye paralel çocuk eğitimleri tasarlayan müze, öğretmenler ve veliler için ücretsiz kullanılacak eğitim malzemesi de hazırlamıştır. Müzenin bildirdiği verilere göre ilk etapta okul öncesi eğitime devam eden 4.000 öğrenci online eğitim ve etkinliklerden yararlanmıştı.

54 Kapılarını 2005 Haziran ayı başlarında açan Pera Müzesi, Suna ve İnan Kırac Vakfı'nın hayata geçirdiği geniş kapsamlı bir kültür girişiminin ilk adımıdır. Bir "müze-kültür merkezi" işlevini üstlenen Pera Müzesi, 1893 yılında mimar Achille Manoussos tarafından inşa edilen Tepebaşı'ndaki tarihi yapıda yer almaktadır. <https://www.peramuzesi.org.tr/icerik/pera-muzesi-hakkinda/13> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

55 Ulya Soley, "Salgın ve Sanat: Sanal Müze Pratikleri", <https://blog.peramuzesi.org.tr/sergiler/sanal-muze/> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

56 2002 yılında Kadir Has Vakfı tarafından Cibali Tütün ve Sigara Fabrikası'ndan dönüştürülen Kadir Has Üniversitesi merkez binasının restorasyonu sırasında, tarihi binanın alt kısmında yer alan Osmanlı dönemi yapı kalıntısı ve Bizans Dönemi su sarnıcının gün yüzüne çıkmasıyla, bu alan restorasyonun tamamlanmasından sonra Rezan Has Müzesi olarak ziyarete açılmıştır. <http://www.rhm.org.tr/tr/tarihce> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

57 <http://www.rhm.org.tr/tr/node/204> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

Bu süreçte yetişkinler için de *Cibali Tütün Fabrikası: Emeğin Mekânı ve Toprağın Mirası* sergilerinden eserler çevrimiçi olarak sanatseverlerle buluşmuştur. Pandemi sürecinde müzenin kapanmasıyla sosyal medya hesaplarını aktif ve başarılı bir şekilde kullanan müzenin takipçi sayısında % 30 artış gözlenmiştir.⁵⁸

*Sadberk Hanım Müzesi*⁵⁹

Sadberk Hanım Müzesi'nin kurumsal internet sitesinin yanı sıra Instagram, Twitter ve Facebook hesapları bulunmaktadır. Kapalı kaldığı süre boyunca *Google Arts & Culture* üzerinden *Yazıda Ahenk ve Renk ve El Emeği Göz Nuru* başlıklı iki sergi çevrimiçi olarak izleyiciyle buluşmuştur. Sadberk Hanım Müzesi'nin pandemi sürecinde, daha önce de olduğu gibi, Instagram ve Twitter hesapları üzerinden koleksiyon tanıtımına yönelik paylaşımları devam etmiş; gündeme özel bir paylaşım yapılmamıştır.

*Sakıp Sabancı Müzesi*⁶⁰

Sakıp Sabancı Müzesi Türkiye'de müzelerdeki dijitalleştirme sürecini gerçekleştiren en erken örneklerdendir. Müze, 2013 yılında koleksiyonlarını dijital ortama aktararak "Digital SSM" adıyla sanal ziyaretçilere ve araştırmacılara büyük kolaylık sağlamıştır. Bu girişim Türkiye'de bir müzeye ait tüm koleksiyonun ve arşivin dijital ortama sunulması açısından çok önemlidir. Müze aktif olarak Instagram, Twitter, Facebook, YouTube kanallarını kullanmakta ve gün içinde eşzamanlı paylaşımlar yapmaktadır. Pandemi sürecinde özellikle koleksiyonun ve arşivinin dijital olmasıyla izleyicisinden kopmadan iletişimi sürdürmeye devam eden müze bir yandan geçmiş sergilerini de dijital ortama aktarmış; sergilerle ilgili konferans ve video kayıtlarını izleyiciye ve araştırmacıya sunmuştur. Hem kalıcı koleksiyon hem de geçici sergiler YouTube kanalı üzerinden ve çevrimiçi sergileme teknikleriyle gezilebilmektedir. Söz gelimi 2005-2006 yılları arasında açılan *Picasso İstanbul*'da sergisinin kataloğu hem çevrimiçi olarak yayımlanmış, hem de Müşfik Kenter'in seslendirdiği rehberli tur sosyal medya kanallarıyla sanal ziyaretçilerin erişimine sunulmuştur.

Sakıp Sabancı Müzesi sergiler kapsamında yer alan çocuk etkinliklerini de izleyiciyle video kanalıyla buluşturmuştur. Müze yetkilileri, izleyici taleplerinin eğitim programları, etkinlikler ve konferansların seçiminde yönlendirici olduğunu belirtmiştir.⁶¹ Yetişkin etkinlikleri kapsamında, daha önce müzede düzenlenen "Osmanlı Resim Sanatı" isimli ders çevrimiçi tekrarlanarak, farklı şehirlerden birçok kişiye ulaşma imkânı sağlamıştır. Pandemi öncesinde geleneksel bahar-yaz etkinliği olan ve her Çarşamba müze bahçesinde yapılan "Müzedeki Yoga" etkinliği yine her çarşamba günü "Yoga Şimdi Evde" başlıklı canlı yayınlara izleyiciye ulaşmıştır. Müze, sosyal medyayı aktif olarak kullanmayan izleyicileri için de etkinliklerin ve duyuruların yer aldığı basın bültenlerini e-posta yoluyla izleyicilerine iletmektedir.

Sakıp Sabancı Müzesi yürüttüğü dijital ve çevrimiçi faaliyetlerle sosyal medya iletişimi ve kriz yönetimini başarıyla gerçekleştirmektedir. Salgın önlemleri kapsamında müze kapanmasına rağmen ziyaretçisiyle bağını koparmamıştır. Müzenin ilk sergisinden itibaren kayıtlı olan her

⁵⁸ Anket sorularına Rezan Has Müzesi Koordinatörü Zeynep Çulha'nın Haziran 2020'de verdiği yanıtlardan derlenmiştir.

⁵⁹ Vehbi Koç Vakfı Sadberk Hanım Müzesi 14 Ekim 1980 tarihinde Sarıyer-Büyükdere'de Azaryan Yalısı olarak adlandırılan yapıda, Vehbi Koç'un eşi Sadberk Koç'un anısına, O'nun kişisel koleksiyonunu sergilemek üzere açılmış, Türkiye'nin ilk özel müzesidir. <https://www.sadberkhanimmuzesi.org.tr/tr/muze> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

⁶⁰ Emirgan'da yer alan Sakıp Sabancı Müzesi, "Atlı Köşk" olarak bilinen ve 1925 yılında İtalyan mimar Edoardo De Nari tarafından tamamlanan yapıda faaliyet göstermektedir. Sabancı Ailesi'nin uzun yıllar boyunca ikametgâhı olan Atlı Köşk, 1998'de aile tarafından içindeki koleksiyon ve eşyalar ile müzeye dönüştürülmek üzere Sabancı Üniversitesi'ne bağışlanmıştır. Modern bir galerinin eklenmesiyle 2002 yılında ziyarete açılan müzenin sergileme alanları 2005 yılındaki düzenleme ile genişletilmiştir. <https://www.sakipsabancimuzesi.org.tr/sayfa/muze-tarihi> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

⁶¹ Sabancı Müzesi'nden Burcu Özkaçar ile Haziran 2020'de yapılan e-posta yazışması.



bilgi arşivde izleyiciye sunulmuştur. Pandemi sürecinde en aktif olduğu sosyal medya uygulaması olan Instagram üzerinden duyurular, gönderiler, anketler ve etkinlikler paylaşan müzenin 17 Mart 2020 tarihinde takipçi sayısı 177.476 iken 28 Mayıs 2020 tarihinde 182.587'ye ulaşmış, 25 Mayıs 2020 tarihinde ise 188.300'e çıkmıştır.⁶²

*Türker İnanoğlu Vakfı (TÜRVAK) Sinema-Tiyatro Müzesi*⁶³

Kurumsal internet sitesinin yanı sıra Facebook, Twitter ve Instagram hesapları olan TÜRVAK Sinema-Tiyatro Müzesi'nin kullandığı dijital mecralar tek bir elden idare edilmekte olup, haftalık paylaşımlar bu üç platformdan ortak yapılmaktadır. Kurumun sosyal medya stratejisinden, kendini bir müze olarak değil bir tür sivil toplum kuruluşu olarak konumlandığı anlaşılmaktadır. Sosyal medya hesapları "TÜRVAK Müzesi" olarak varlık gösterse de paylaşımlar müzenin tanıtımından çok, sinema ve tiyatro ile ilgili duyarlık oluşturma amacını taşımaktadır.

Kurum pandemi sürecinde, önceden sahip olduğu takipçi sayısını % 15 oranında artırmış olmasına karşın pandemiye özel bir strateji geliştirmemiş, haftada ortalama bir paylaşım yapmış ve bunun dışında bayram ve özel günler için hazırlanan kutlama mesajları yayımlamıştır.

Sonuçlar ve Değerlendirme

İnsanlık tarihinde uygarlığın seyrini değiştiren, çok sayıda kişinin canını kaybetmesine neden olan salgın hastalıklar bugüne kadar birer "tarihsel bilgi" idi. Oysa 2019 Aralık ayından bu yana, gelecekteki tarih kitaplarında kendine büyük küresel salgınlar arasında yer bulacak olan COVID-19 pandemisi günümüz insanı için yeni bir yaşam şeklinde dönüşmüş durumdadır. Çok kısa bir süre içinde Çin'den Avrupa ve Kuzey Amerika'ya, ardından Güney Yarımküre'ye yayılan bu salgın tüm dünyayı daha önce hiç karşılaşmadığı, hazırlıklı dahi olmadığı bir krizle karşı karşıya bıraktı. Salgının boyutu, virüsün türü ve bulaşıcılığın şiddeti netleşene kadar epeyce yıkıcı sonuçlar yaşanırken, hükümetler acil önlemler ilan etmek zorunda kaldılar. Okulların tatil edilmesi, toplu hâlde bulunulan mekânların geçici bir süre için kapatılması, sokağa çıkma yasakları, evden çalışma, uzaktan eğitim vb. tedbirler ile virüsün bulaşma riskinin azaltılmasına çalışıldı. Bu süreçte başta sağlık olmak üzere tüm sektörler, virüsün yanı sıra ortaya çıkan yeni sorunlarla mücadele etmek durumunda kaldılar. Sanat da önünde sonunda bu büyük krizden nasibini aldı ve tüm sanat kurumları ülke genelinde alınan önlemlere uyarak fiziksel mekânlarını erişime kapattılar.

Sanatın bu çaptaki olaylar karşısındaki kırılganlığına ne yazık ki yakın tarihlerde pek çok kez şahit olunmuştur. Afganistan'da veya Suriye'de olduğu gibi sanat kimi zaman terörist saldırıların doğrudan hedefindedir veya 11 Eylül'de İkiz Kuleler'le birlikte içindeki paha biçilmez eserlerin de yok olması gibi dolaylı olarak zarar görür. Ağustos 2020'de Beyrut'ta yaşanan patlamadan sonra şehir merkezindeki onlarca galeri ve müzedeki eserler de tahrip olmuştur. Her ne kadar yüzlerce can kaybına sebep olan bu tip olayların yanında sanat eserlerinin kıymeti hep tartışılan bir konu olsa da sanat tarihçileri için bunların kayda alınması, gelecek nesillere birer veri bırakmak açısından önemlidir.

İçinde yaşadığımız çağda artık tarihe sadece tanıklık etmiyor, onu dijital olarak kayıt da ediyoruz. Harflerden, rakamlardan, görsellerden oluşan kayıt biçimimiz 1 ve 0'dan ibaret kodlara, piksellere, megabaytlara dönüştü bile. Her şey herkes tarafından küçük bir alete kaydedilebilir,

⁶² Sabancı Müzesi'nden Burcu Özkaçar ile Haziran 2020'de yapılan e-posta yazışması.

⁶³ Türkiye'nin ilk ve tek sinema müzesi olarak açılan TÜRVAK Sinema-Tiyatro Müzesi, 2001 yılında Türker İnanoğlu Vakfı bünyesinde kurulmuştur. Müze mekânı ilk olarak Kavacık'ta olup, 2010 yılında Beyoğlu'na taşınmış; 2011 yılından itibaren ziyaretçilere açılmıştır. TÜRVAK Sinema-Tiyatro Müzesi'nde 1.000'in üzerinde cihaz, 6.000'in üzerinde yerli film afişi ve 10.000'in üzerinde sinema-tiyatro fotoğrafı bulunmaktadır. <http://www.turvak.com/?s81/turker-inanoglu-vakfi> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.



yeniden başvurulabilir, paylaşılabilir hâle geldi. Üstelik bunun maliyeti geçmişe göre çok daha ucuzladı. Dolayısıyla bu yeni iletişim kanalı, moda deyimle yeni medya, kurumlar tarafından daha sık tercih edilen bir araç oldu. Öte yandan pandemi döneminde hepimizin bir şekilde deneyimlediği üzere, herhangi bir etkinliğe katılmak için -gerekli altyapının sağlanması durumunda- fiziksel olarak etkinlik mekânında olmak gerekmediğinden, yeni medyanın kullanım alanları da genişledi. Sanatın ve müzelerin bu aracı tercih etmeleri artık kaçınılmaz bir durum hâline geldi. Amelia Wong 2012’de “Müze dünyası artık sosyal medyadan bahsediyor. Azalan bütçeler karşısında, sosyal medya, nispeten düşük kurulum maliyetleri, kullanımı ve sürdürülmesi için çok az teknik eğitim gerektirmesi ile kitlelere erişim için yeni kanallar sunuyor” (s. 281) derken sosyal medya ve müze ilişkisinin günümüzdeki karşılığının erken tahminlerinden birini yapmıştı. Mehmet Üstünipek de “bloglar, forumlar, networkler, e-mail, facebook, twitter, youtube, instagram ve mobil uygulamaların kitle iletişimde sağladığı avantajlardan kısa sürede müzeler de yararlanmaya başlamıştır” (2013: 23) diyerek merceği Türkiye’ye odaklayan bir araştırmanın sonuçlarını paylaşmıştı. Son yıllarda sadece müze profesyonelleri değil iletişimciler, bilişimciler, turizmciler, eğitimciler de sosyal medya üzerine bilimsel çalışmalar yürütmekte; bu mecralara uygun içeriklerin teorisi üzerine araştırmalar yapmaktadırlar (Weilenmann, Hillman ve Jungseilius, 2013; Özdemir ve Çelebi, 2017; Suess, 2018).

Bu makalede Mart-Haziran 2020 döneminde zorunlu olarak kapılarını ziyaretçilere kapatan müzelerin bu krizi sanal ve dijital uygulamalarla nasıl yönettikleri ile ilgili nitel ve nicel verilere ulaşmak için yapılan araştırmanın sonuçları değerlendirilmiştir. Özellikle 2010’lardan bu yana dünyada da sosyal medyanın iletişim kanalları arasında belirgin bir üstünlüğü gözlemlenmektedir. “Sosyal görünürlük” de sosyal medyanın önemli bir yönü olarak ortaya çıkmaktadır (Shirky 2008: 11). Müzelerin sosyal medya ve dijital kanallar aracılığıyla, pandemi döneminde ne denli “görünür” olduklarını saptamak üzere yapılan araştırmada hem müzelerin var olan dijital iletişim kanalları takip edilerek, buradan gerekli veriler toplanmış hem de anket yöntemi (Ek 2) ile konunun yetkililerinden iletişim stratejilerine ilişkin bilgi edinmek amaçlanmıştır.

Ankete dönüş yapan müzelerin cevapları ile sosyal medya ve dijital kanallardaki etkinlikleri arasında olumlu yönde bir ilişki olduğu bulgulardan biridir. Sosyal medya yönetimini iletişim stratejileri içinde ayrıca değerlendiren müzelerde konuyla ilgili bir yetkili veya uzman görev almaktadır. Müzenin kurumsal kimliğinin gözetilerek ve koleksiyon yönetimi, özel sergiler, eğitim, yayınlar gibi birimlerle işbirliğine gidilerek sosyal medya için kriz dönemine özel içerikler üretilmiş olduğu anlaşılmıştır.

Araştırma evrenini oluşturan müzelerin kullandıkları dijital kanallar arasında kurumsal internet siteleri, bloglar, 3D sanal müze siteleri, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest, LinkedIn gibi sosyal medya kanalları, Spotify, Soundcloud, Google Art & Culture gibi uygulamalar yer almaktadır. Ayrıntıları Ek 1’de verilen tabloda görüleceği gibi müzeler çoğunlukla Mart 2020’de kapanmış ve Haziran 2020 itibarıyla yeniden ziyarete açılmıştır. Pandemi sürecinde müzelerin en yoğun kullandıkları mecralar internet siteleri ve sosyal medya hesapları olmuştur.

Kamu müzelerinin genellikle bağlı buldukları üst kurum (Bakanlık, Daire Başkanlığı, Belediye vb.) yönetiminde ortak yönetilen hesaplardan paylaşım yaptıkları görülmüş; Topkapı Sarayı ve İstanbul Arkeoloji Müzeleri dışındaki müzelerin aktif kullanılan özerk hesapları olmadığı saptanmıştır. Özel müzelerin ise en çok etkileşim sağladığı sosyal medya kanalı Instagram hesaplarıdır. Güncel ve sık sık paylaşım yaparak izleyicilerin müzelerle olan ilgisini diri tutan Instagram hesaplarında izleyici talepleri, etkileşim ve yorumlar da önemli birer etkidir.

Paylaşımların sayısı ve içeriği değerlendirildiğinde ise özel müzelerin kamu müzelerinden daha çok ve sık paylaşım yaptıkları ortaya çıkmıştır. Kamu müzelerinin bağlı buldukları mec-



radan ortak paylaşımlar yapıldığı için, bu paylaşımların içeriğini ağırlıklı olarak koleksiyondan öne çıkan eserler oluşturmaktadır. Bu dönemde pandemiye özel bir içeriğe çok az rastlanmış, bayramlar ve benzeri özel gün kutlamaları eser dışı paylaşımların ana konusunu oluşturmuştur. Özel müzeler ise bir yandan koleksiyonlarındaki eserlerden örnekler paylaşırken, diğer yandan geçmiş sergileri, etkinlikleri, kayıtları takipçilerine ulaştırarak, ilgilerini canlı tutmaya yönelik iletişimi güçlendirmektedirler. Kamu ve özel müzelerin paylaşımlarının içeriğine ilişkin bir diğer saptama ise kamu müzelerinin güncel olaylarla bağlantılı konulardan ziyade akademik bilgi sunmaları; buna karşılık özel müzelerin paylaşımlara gelen etkileşimleri dikkate alarak izleyiciyi daha çok müzeye çekebilecek, etkileşimi artıracak, samimi ve basit bir dil kullanmalarındır.

Yaşayan müze kavramını sanal ve dijital ortamda uygulayabilmek amacıyla güncel akımları takip etmek müzeler için gereklilik hâlini almıştır. Müzeler zamanın ruhuna ayak uydurabildikleri ölçüde izleyici kitlesini geliştirebilir ve dönüştürebilir. Pandemi sürecinde değeri daha çok anlaşılan dijital ve sanal uygulamaları, artık her müzenin kendi profilini oluştururken öncelikli olarak gündeme alması, iletişim stratejilerinde bu kanallara yer vermesi ve bilgi paylaşımında hedef kitleyi de göz önünde bulundurması elzemdir. Bu bağlamda kamu müzelerinin ortak hesapları olması yerine her müzenin kendi hesabında o müzeye özel gönderi paylaşılması, bu müzelerin görünürlüğü için önemli bir adım olacaktır. Özel müzeler ise izleyici tepkilerine göre paylaşımlarını düzenleyebilmekte; kullandıkları uygulamaların güncel yeniliklerine anket çalışmaları, soru-cevaplar, ödüllü sorular gibi gönderilerle izleyiciyi de paylaşımın bir parçası, hatta yönlendiricisi hâline getirmektedir.

İletişim kanalları yerinde kullanıldığı zaman farkına varılmaz ama eğer verimli kullanılmamış, yanlış yönlendirilmişse kriz zamanlarında eksikliği hemen hissedilir. Pandemi sürecinin, müzelerin dijital kanallarını doğru kullanıp, izleyicilerinden uzaklaşmadan onlara sanal müze deneyimleri yaşatması açısından önemli bir iletişim fırsatı olduğu aşikârdır. Kurumsal iletişime yatırım yapan müzelerin, bu fırsatı iyi değerlendirdiği araştırmanın en önemli sonuçlarından biridir.

Kaynaklar

- Aydın, H. (2012). Topkapı Sarayı Müzesi. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. 41, İstanbul, 261-263.
- Bertacchini, E. ve Morando, F. (2011). The future of museums in the digital age: New models of access and use of digital collections. *International Journal of Arts Management* 15 (2), 1-14.
- Bilgin, B. (2013). Yıldız Sarayı. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. 43, İstanbul, 541-544.
- Black, G. (2012). *Transforming museums in the twenty-first century*. London: Routledge.
- Davis, A. ve Smeds, K. (2016). *Visiting the visitor: An enquiry into the visitor business in museums*. Bielefeld: Transcript Publishing.
- Drotner, K. ve Schrøder, K. C. (der.) (2013). *Museum communication and social media: The connected museum*. New York, London: Routledge.
- Eyice, S. (1991). Aynalıkavak Sarayı. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. 4, İstanbul, 264-266.
- Eyice, S. (2002). Küçüksu Sarayı. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. 26, Ankara, 530-532.
- Fletcher, A. ve Moon, J. L. (2012). Digital heritage: Current social media uses and evaluations in America. *Museum Management and Curatorship*, 27 (5), 505-521.
- Galani, A. ve Chalmers, M. (2010). Empowering the remote vsitor: Supporting social museum experiences among local and remote visitors. *Museums in a Digital Age*. London: Routledge, 159-169.
- Henning, M. (2006). *Museums, media and cultural theory*. Berkshire: Open University Press.

Holdgaard, N. ve Klastrup, L. (2014). Between control and creativity: Challenging co-creation and social media use in a museum context. *Digital Creativity*, 25 (3), 190-202.

Hooper-Greenhill, E. (ed.). (1995). *Museum, media, message*. New York, London: Routledge.

Hooper-Greenhill, E. (ed.). (1995). Museum and communication: An introductory essay. *Museum, media, message*, (ed. E. Hooper-Greenhill), New York, London: Routledge, 1-16.

Huyssen, A. (1995). *Twilight memories: Marking time in a culture of Amnesia*. New York, London: Routledge.

Kelly, L. (2013). The connected museum in the world of social media. *Museum communication and social media: The connected museum*. New York, London: Routledge, 54-71.

Köksal, A. H. (2011). *Sanatın kurumsallaşmas sürecinde İstanbul Resim ve Heykel Müzesi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Lang, C., Reeve, J. ve Woollard, V. (ed.). (2006). The responsive museum. *Working with audiences in the twenty-first century*. Hampshire ve Burlington: Ashgate Publishing.

Okan, B. (2018). Günümüz müzecilik anlayışındaki yaklaşımlar ve müze oluşumunu etkileyen unsurlar. *Tykhé Sanat ve Tasarım Dergisi*, 3 (4), 215-242.

Özdemir, G., ve Çelebi, D. (2017). A social media framework of cultural museums. *Advances in hospitality and tourism research* (AHTR), 5 (2), 101-119.

Parry, R. (ed.) (2010). *Museums in a digital age*. London: Routledge.

Pett, D. (2012). *Use of social media within the British Museum and the museum sector*. https://www.researchgate.net/publication/325285000_Uses_of_social_media_within_the_British_Museum_and_museum_sector. Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

Russo, A., Watkins, J., Kelly, L., Chan, S. (2007). Social media and cultural interactive experiences in museums, *Nordisk Museologi*, 2007/ 1, 19-29.

Russo, A. (2012). The rise of the media museum: Creating interactive cultural experiences through social media. *Heritage and social media: Understanding heritage in a participatory culture* (der. E. Giaccardi). London and New York: Routledge, 145-157.

Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. New York: Penguin Press.

Sözen, M. (1992). Beylerbeyi Sarayı. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. 6, İstanbul, 77-78.

Sözen, M. (1994). Dolmabahçe Sarayı. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. 9, İstanbul, 503-507.

Suess, A. (2018). Instagram and art gallery visitors: Aesthetic experience, space, sharing and implications for educators. *Australian Art Education*, 39, 107-122.

Utkan Özden, H. (2019). *Türkiye sanat müzeciliğinde internet kanallarının etkin kullanımı* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Üstünipek, M. (2013). İstanbul sanat müzeleri ve sosyal medya: Twitter örneği. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 3 (4), 20-28.

Weilenmann, A., Hillman, T., ve Jungselius, B. (2013). Instagram at the museum: communicating the museum experience through social photo sharing. *CHI '13: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1843-1852.

Zafiroopoulos, K., Vrana, V., ve Antoniadis, K. (2015). Use of Twitter and Facebook by top European museums. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 1 (1), 16-24.

İnternet Siteleri

<https://kultur.istanbul/mekanlar/> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

<https://www.tekfursarayi.istanbul/tr/tekfur-sarayi-muzesi> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

<https://www.yerebatan.com/> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.

<https://kvmgm.ktb.gov.tr/> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.



- <http://www.3dmekanlar.com/tr/3d-muzeler-istanbul.html> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=IARo1&DistId=IAR> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=FETo1&DistId=MRK> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=MOZo1&DistId=MOZ> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://muze.gov.tr/muze-detay?sectionId=GLTo1&distId=MRK> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=TIEo1&DistId=TIE> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://www.Millisaraylar.gov.tr/anasayfa> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://www.Millisaraylar.gov.tr/muzeler/resim-muzesi> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://www.Millisaraylar.gov.tr/muzeler/saray-koleksiyonlari-muzesi> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://www.Millisaraylar.gov.tr/kasirlar/beykoz-mecidiye-kasri> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://www.Millisaraylar.gov.tr/kasirlar/ihlamur-kasirlari> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://www.Millisaraylar.gov.tr/kasirlar/maslak-kasirlari> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://www.Millisaraylar.gov.tr/blog/yildiz-sale-kosku> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://www.vgm.gov.tr/faaliyetler/kulturel-faaliyetler/muzeler> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- http://www.mimarizm.com/haberler/gundem/ara-guler-muzesi-acildi_129392 Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <http://aragulermuzesi.com/> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <https://www.artter.org.tr/hakkimizda> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <https://artsandculture.google.com/partner/artter> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <https://support.spotify.com/tr/article/what-is-spotify/> Erişim tarihi: 8 Eylül 2020.
- <http://www.dogancaymuseum.org/pPages/pGallery.aspx?pgID=579&lang=TR§ion=9¶m1=138> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- http://elgizmuseum.org/en/?page_id=174 Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <https://www.muzeasist.com/muze/profil/haluk-perk-muzesi> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <https://imoga.org/pages/tarihce-history> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <https://imogachannel.com/> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <https://www.istanbulmodern.org/tr> Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- <https://www.altinorumcek.com/2006/sonuclar/> Erişim tarihi: 8 Eylül 2020.
- <http://www.muzeevliyagil.com/tr> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <https://www.peramuzesi.org.tr/Icerik/pera-muzesi-hakkinda/13> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <https://blog.peramuzesi.org.tr/sergiler/sanal-muze/> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <http://www.rhm.org.tr/tr/tarihce> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <http://www.rhm.org.tr/tr/node/204> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <https://www.sadberkhanimmuzesi.org.tr/tr/muze> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <https://www.sakipsabancimuzesi.org/tr/sayfa/muze-tarihi> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- <http://www.turvak.com/?s81/turker-inanoglu-vakfi> Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.

Resmî Gazete

Resmî Gazete, 6 Eylül 2019, Sayı: 30880, Kararname No. 44.

Resmî Gazete, 10 Temmuz 2020, 1. Mükerrer Sayı: 31181, Karar No. 2729.

Resmî Gazete, 21 Ağustos 2020, Sayı: 31220, Karar No. 2840.

Ek 1.

MÜZE YAPISI	MÜZE ADI	MÜZENİN AÇILDIĞI YIL	PANDEMİ SÜRECİNDE KAPALI KALDIĞI TARİHLER	PANDEMİ SÜRECİNDE EN ÇOK KULLANILAN SOSYAL MEDYA HESAPLARI	PANDEMİ SÜRECİNDE İNSTAGRAM HESABINDA PAYLAŞTIĞI GÖNDERİ SAYISI	İNSTAGRAM TAKİPÇİ SAYILARI
ÖZEL	Ara Güler Müzesi	2016	16.03.2020-16.06.2020	Instagram	58	10.900 üzeri
ÖZEL	Arter Çağdaş Sanat Müzesi	2010	14.03.2020-16.06.2020	Instagram	64	78.000 üzeri
KAMU	Ayasofya	1935	18.03.2020-01.06.2020	Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı web sitesi		
KAMU	Aynalıkavak Kasrı	2010	18.03.2020-30.04.2020	Milli Saraylar'a bağlı web sitesi		
KAMU	Beylerbeyi Sarayı	1865	18.03.2020-01.06.2020	Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı web sitesi		
KAMU	Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	1953	18.03.2020-01.06.2020	Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı web sitesi		
KAMU	Beykoz Mecidiye Kasrı	2017	18.03.2020-30.04.2020	Milli Saraylar'a bağlı web sitesi		
ÖZEL	Doğançay Müzesi	2004	13.03.2020-01.06.2020	Instagram	26	505
KAMU	Dolmabahçe Sarayı Müzesi	1984	18.03.2020-01.06.2020	Milli Saraylar'a bağlı web sitesi		
ÖZEL	Elgiz Müzesi	2001	13.03.2020-07.07.2020	Instagram	17	21.000 üzeri
KAMU	Fethiye Müzesi	2006	KAPALI	Instagram	0	334
KAMU	Galata Mevlevhanesi	1975	18.03.2020-01.06.2020	Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı web sitesi		
KAMU	Halı Müzesi	1979	16.03.2020-30.04.2020	Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne bağlı internet sitesi		
ÖZEL	Halûk Perk Müzesi	1995	18.03.2020-30.04.2020	-		
KAMU	Ihlamur Kasrı	1985	18.03.2020-30.04.2020	Milli Saraylar'a bağlı web sitesi		
KAMU	İstanbul Arkeoloji Müzeleri	1891	18.03.2020-01.06.2020	Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı web sitesi		
ÖZEL	İstanbul Modern Grafik Sanatlar Müzesi (İMOGA)	2004	17.03.2020	Web, Instagram, Facebook, Twitter	5	10.600 üzeri
ÖZEL	İstanbul Modern Müzesi	2004	16.03.2020-16.06.2020	Instagram	91	320.000 üzeri
KAMU	MSGSÜ İstanbul Resim ve Heykel Müzesi	1937	KAPALI	Üniversiteye bağlı web sitesi		
KAMU	Kariye	1945	18.03.2020-01.06.2020	Instagram	0	1721
KAMU	Küçüksu Kasrı	1983	18.03.2020-30.04.2020	Milli Saraylar'a bağlı web sitesi		
KAMU	Maslak Kasrıları	1984	18.03.2020-30.04.2020	Milli Saraylar'a bağlı web sitesi		
ÖZEL	Müze Eviyagil	2014	26.01.2020-06.08.2020	Instagram	35	6291
ÖZEL	Pera Müzesi	2005	16.03.2020-16.06.2020	Instagram	93	194.000 üzeri
KAMU	Resim Müzesi	2014	KAPALI	Milli Saraylar'a bağlı web sitesi		
ÖZEL	Rezan Has Müzesi	2007	11.03.2020-01.06.2020	Instagram	98	2424
ÖZEL	Sadberk Hanım Müzesi	1980	17.03.2020-30.06.2020	Instagram	69	13.000 üzeri
ÖZEL	Sakıp Sabancı Müzesi	2002	17.03.2020-16.06.2020	Instagram, Facebook, Youtube	97	191.000 üzeri
KAMU	Saray Koleksiyonları Müzesi	2011	18.03.2020-01.06.2020	Milli Saraylar'a bağlı web sitesi		
KAMU	Tekfur Sarayı Müzesi	2019	12.03.2020-01.07.2020	Instagram	19	841
KAMU	Türk ve İslam Eserleri Müzesi	1914	18.03.2020-01.06.2020	Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı web sitesi		
ÖZEL	Türker İnanoğlu Vakfı Sinema-Tiyatro Müzesi	2001	18.03.2020-30.04.2020	Web, Instagram, Facebook	18	1.500 üzeri
KAMU	Topkapı Sarayı Müzesi	1924	18.03.2020-01.06.2020	Milli Saraylar'a bağlı web sitesi, Instagram	26	30.900 üzeri
KAMU	Vakıf Hat Sanatları Müzesi	1984	KAPALI	Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne bağlı internet sitesi		
KAMU	Yerebatan Sarnıcı	1987	12.03.2020-01.07.2020	Instagram	13	1526
KAMU	Yıldız Sarayı Müzesi	1994	18.03.2020-30.04.2020	Milli Saraylar'a bağlı web sitesi		
KAMU	Yıldız Şale Köşkü	1985	18.03.2020-30.04.2020	Milli Saraylar'a bağlı web sitesi		



Ek 2.

1. Müze pandemi sürecinde hangi tarihte kapanma kararı aldı?
2. Müze pandemi sürecinde güncel koleksiyonunu ve sergilerini izleyiciyle online olarak buluşturuyor mu?
3. Geçmiş koleksiyon ve sergilemelerin, konuşmaların kayıtları ve podcastlerine izleyici ulaşabiliyor mu?
4. Ziyaretçi ve izleyicilerin talepleri nasıl?
5. Ziyaretçi ve izleyicilerin talepleri yönünde yayın ve etkinlik yapıyor mu?
6. Online yetişkin veya çocuk etkinliği olarak yapılıyor mu? Evetse, neler yapılıyor?
7. En çok hangi sosyal medya organından duyuru ve paylaşım yapıyorsunuz? Günlük paylaşım sınırınız var mı?
8. Sosyal medya kanallarınızda takipçi sayılarınızda, pandemi sürecinde net bir artış yüzdesi verebilir misiniz?
9. Pandemi sürecinde yaşadığınız sıkıntılar nelerdir? Müze olarak yeterince dijital kanallarınız olduğunu düşünüyor musunuz?
10. Müze yeni normal dönem içinde hangi tarihte tekrar açıldı?