

Sanat Müzelerinin Demokratikleşmesinde Çevrimiçi Araçların Rolü: Türkiye Örneği

The Role Of Online Tools In The Democratisation Of Art Museums: The Case Of Turkey

Dr. Sibel Alemdar ÇATALBAŞ

ORCID: 0000-0003-2600-618X ♦ Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Çorlu Meslek Yüksek Okulu
Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, Öğretim Görevlisi ♦ sibelelemdar@nku.edu.tr

Doç. Dr. Sibel TUĞAL

ORCID: 0000-0002-8155-5061 ♦ Işık Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Görsel İletişim
Tasarımı Bölümü, Bölüm Başkanı ♦ sibel.tugal@isikun.edu.tr

Özet



Sanat müzeleri, kültürel mirasın korunması ve erişilebilirliğini sağlama işlevleriyle önemli kültürel kurumlardır. Müzelerin dijitalleşme süreci, sanat eserlerine erişimde coğrafi ve sosyal engelleri ortadan kaldırarak geniş bir kitleye ulaşmayı mümkün kılmaktadır. Çevrimiçi araçlar, özellikle fiziksel olarak müzeleri ziyaret edemeyen veya dezavantajlı gruplar için sanatla bağ kurma fırsatı sunar. Pandemi döneminde müzeler, dijital teknolojilerin sanata erişim sağlama ve toplumsal katkı sunma potansiyelini daha net ortaya koymuştur. Bu araçlar, bireylerin estetik deneyimlerini demokratikleşme yönünde önemli bir adım olarak değerlendirilmiştir.

Bu çalışma, Türkiye'deki sanat müzelerinin çevrimiçi faaliyetlerinin toplumun sanata erişimi üzerindeki etkisini ve bu faaliyetlerin demokratikleşmeye katkısını incelemektedir. Araştırma sorusu, çevrimiçi araçların sanat müzelerinin daha geniş bir kitleye ulaşmasını ve toplumsal erişimi nasıl etkilediği üzerine odaklanmaktadır. Çalışma, müzelerin dijital platformları kullanımının incelenmesi, müze yetkilileriyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler ve çevrimiçi müze deneyimlerine katılan izleyicilerle yapılan anketler yoluyla gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırmada, Türkiye'de çağdaş sanat odaklı sergiler düzenleyen, çevrim içi platformlarda aktif olarak içerik üreten, eğitim ve izleyici etkileşimi alanlarında kurumsal yapılanmaya sahip sanat müzeleri ile sanat merkezleri örneklem olarak seçilmiştir. Bu çerçevede, çalışmanın analiz kapsamına Pera Müzesi, Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul Modern Sanat Müzesi, Odunpazarı Modern Müze ve müze işlevi üstlenen ARTER (Kültür ve Sanat Merkezi) dâhil edilmiştir. Literatür taraması ve vaka incelemelerinin yanı sıra, elde edilen nicel ve nitel veriler, çevrimiçi uygulamaların sanata erişimi demokratikleştirmede önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Özellikle Instagram, çevrimiçi müze etkinliklerinin duyurulmasında etkili platform olarak öne çıkmaktadır.

Ana bulgular, çevrimiçi araçların, coğrafi engelleri ortadan kaldırarak daha geniş bir izleyici kitlesine erişim sağladığını, ancak yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyine göre memnuniyet düzeylerinde farklılıklar olduğunu göstermektedir. Kadınlar ve yükseköğretim mezunları çevrimiçi etkinliklerden daha fazla memnuniyet duyarken, 45 yaş üstü bireylerin memnuniyeti daha düşük seviyede kalmıştır. Çalışma, çevrimiçi teknolojilerin etkin kullanımının sanata erişimi artırdığı ve sanat müzelerinin toplumla daha güçlü bir bağ kurmasına katkıda bulunduğunu vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sanat Müzeleri, Çevrimiçi Erişim, Demokratikleşme, Erişilebilirlik, İzleyici Memnuniyeti.

Extended Abstract



Art museums serve as vital institutions for preserving and disseminating cultural heritage. In recent years, the integration of digital technologies has significantly transformed how museums engage with their audiences. This shift has opened new avenues for inclusive participation by breaking down geographical, physical, and socio-economic barriers that traditionally limited access to art. Especially during the COVID-19 pandemic, the significance of online platforms in enabling cultural engagement and sustaining intellectual access became increasingly evident. This study investigates the role of online tools in promoting the democratisation of art museums in Turkey, focusing on how digital strategies enhance public access and participation.

The research employs a mixed-methods approach combining qualitative (literature review, case studies, semi-structured interviews) and quantitative (surveys) techniques to explore how Turkish art museums utilize digital platforms. The selected sample includes five prominent contemporary art institutions: Pera Museum, Sakıp Sabancı Museum, Istanbul Modern Art Museum, Odunpazarı Modern Museum (OMM), and ARTER (a cultural center functioning as a museum). These institutions were chosen based on their active engagement in online activities, commitment to public education, and efforts to reach diverse audiences.

Through interviews with museum professionals and surveys conducted with online event participants, the study reveals that online tools play a crucial role in expanding the museums' reach. Instagram emerged as the most effective platform for promoting digital events, followed by YouTube and Facebook. These platforms enable museums to announce exhibitions and programs and provide spaces for creative digital experiences, such as virtual exhibitions, live streams, artist talks, and online workshops. For example, the Pera Museum offers 3D exhibitions and VR-based experiences like the digitally reconstructed studio of Osman Hamdi Bey. At the same time, Sakıp Sabancı Museum provides extensive online access to its collections and archives.

Findings suggest that digital initiatives have helped museums connect with audiences beyond the physical boundaries of their institutions. However, the data also highlight essential disparities. Women and individuals with higher education levels reported greater satisfaction with online events, while participants over 45 were less engaged and reported lower satisfaction. This demographic divide underlines the need for museums to design content that is accessible and appealing to older audiences as well as to other underrepresented groups.

While most participants use digital platforms primarily to gain knowledge about exhibitions and artists, physical visits to museums still hold strong appeal and are seen as more enriching by many. Physical experiences allow visitors to engage more deeply with artworks and often enhance appreciation for the corresponding digital content. This observation suggests that online and in-person museum experiences are not mutually exclusive but complementary in fostering a holistic understanding and enjoyment of art.

The study also notes that museums' use of digital platforms is uneven. Istanbul Modern stands out with its broad digital engagement, including a dedicated "Digital Learning Program," while OMM has a more limited online presence and lacks mobile applications or YouTube content. The research indicates that further investment in digital infrastructure—such as user-friendly websites, mobile-friendly platforms, and cross-platform content strategies—would improve access and engagement.

Furthermore, audience research and feedback mechanisms appear underdeveloped in Turkish museums. Few institutions systematically collect and analyze visitor data to evaluate digital initiatives. Strengthening these feedback loops would allow museums to understand audience needs better and refine their strategies accordingly. International examples suggest that transparency through public reports and regular evaluation enhances institutional credibility and public trust—practices that Turkish museums might benefit from adopting.

The overarching themes emerging from the data include "access," "public openness," "digital transformation," "experiential engagement," and "spatial redefinition." These concepts reflect the museums' broader goal of making art more democratic by reaching wider audiences and offering diverse, meaningful experiences through both physical and virtual means. Notably, "access" was consistently emphasized by all interviewed institutions, highlighting a shared commitment to removing barriers and enhancing inclusivity.

To further democratize art access, the study recommends several strategic actions. These include the expansion of interactive digital programming, such as virtual guided tours and artist Q&As, and increased personalization through AI-based content recommendations; and developing specialized content for underserved groups such as older adults or those with limited digital literacy. Additionally, tailoring social media content to align with platform-specific user behavior—e.g., visual storytelling for Instagram, concise updates for X (formerly Twitter)—can improve engagement metrics.

In conclusion, online tools have emerged as powerful instruments for expanding access to art and democratizing the role of museums in contemporary society. In the case of Turkey, integrating digital platforms into museum operations has created new opportunities for audience outreach and education. However, challenges remain regarding digital inclusion, demographic disparities, and systematic feedback mechanisms. Addressing these issues will ensure that the digital turn in museology genuinely fosters inclusivity, participation, and sustained cultural engagement across all segments of society.

Keywords: Art Museums, Online Access, Democratisation, Accessibility, Audience Satisfaction.

Giriş

Müze kavramı, kökeni Antik Yunan'a dayanan ve ilham perileri olan Musalar'ın annesi Mnemosyne'ye atıfla şekillenen bir entelektüel merkez olarak doğmuştur (Karakuş, 2012). Ancak sanat ve değerli nesnelerin bir araya getirilip korunması fikri, bu dönemden çok daha öncesine uzanır. Mezopotamya, Antik Yunan ve Roma dönemlerinde kraliyet aileleri, rahipler veya aristokrat sınıflar tarafından kutsal ya da değerli kabul edilen objelerin toplandığı, sınırlı erişime açık koleksiyon mekânlarının varlığı bilinmektedir (MacGregor, 2007; Pearce, 1995). Rönesans döneminde ise koleksiyonculuk yeni bir boyut kazanmış; özellikle Medici ailesi gibi İtalyan soyluları ve papalık otoriteleri, başta antik sanat eserleri olmak üzere sistemli koleksiyonlar oluşturarak bu eserleri mekânsal olarak düzenlemeye başlamışlardır (Pomian, 1990; Greenhill, 1992).

16. yüzyılda Avrupa'da ortaya çıkan Wunderkammer (harikalar dolabı) veya nadire kabineleri ise, doğa tarihi, sanat, bilim ve egzotik nesneleri bir araya getiren ve zamanla sergileme işlevi kazanan özel koleksiyon mekânları olarak kabul edilir (Impey & MacGregor, 1985). Bu mekanlar, farklı türdeki nesnelerin temsili ve kategorize edilmesi yoluyla Batı'daki müzecilik anlayışının temellerini atmıştır (Findlen, 1994). Koleksiyonculuğun bu erken biçimleri zamanla organize sergileme alanlarına, daha sonra ise kamusal müze yapısına dönüşmüştür (Köse ve Özbaş, 2023).

Öte yandan, 1980'li yıllardan itibaren Batı'da yaşanan dijital devrim, müzecilik alanında kullanılan görsel ve işitsel iletişim yöntemlerinde köklü değişimlere yol açmıştır. Dijital teknolojilerin müze iletişiminde aktif olarak kullanılmaya başlanması ise 1990'lı yıllardan sonradır. Bu dönemde müzeler web siteleri aracılığıyla çevrimiçi varlık göstermeye başlamış, izleyiciyle internet üzerinden etkileşim kurarak kısa videolar, sanal sergiler gibi dijital içerikler üretmeye yönelmişlerdir (Papila, vd. 2021).

2000 yılı sonrasında yaşanan tarihsel dönüşümle birlikte müzeler, yalnızca kültürel mirasın korunmasına odaklanan yapılar olmaktan çıkarak, toplumsal temsiliyet, erişilebilirlik ve katılımcılık gibi çağdaş müzecilik ilkelerini benimseyen kurumlara dönüşmüştür; bu bağlamda, cinsiyet, etnik köken, yaş, kültürel geçmiş ya da fiziksel engel farkı gözetmeksizin toplumun tüm kesimlerine eşit erişim sağlamayı hedefleyen kapsayıcı bir yaklaşımı benimsemişlerdir (Mazlum, 2022, s. 109; Papila, vd. 2021). Özellikle dijital çağda müzeler, fiziksel sınırların ötesine geçerek çevrim içi platformlar aracılığıyla topluma ulaşma imkanlarını genişletmiştir. Çevrim içi araçlar yalnızca müzelerin web siteleriyle sınırlı kalmayıp; sosyal medya platformları (Instagram, Facebook, X), sanal turlar, dijital sergiler, canlı yayınlar ve mobil uygulamalar gibi çeşitli ortamları kapsamaktadır.

Bu bağlamda, çalışma kapsamında *erişilebilirlik* kavramı, bireylerin yaş, cinsiyet, engellilik, sosyoekonomik durum gibi faktörlerden bağımsız olarak sanat içeriklerine ulaşabilmesini; *eşit erişim* ise kültürel içeriklerin toplumun tüm kesimlerine yönelik olarak planlanmasını ifade etmektedir. Eşit erişim, müzelerin bulunduğu toplumu oluşturan bireylerin yaş, eğitim düzeyi, etnik köken ve kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak herkes için kapsayıcı etkinlikler düzenlemesini gerekli kılar. Ancak çağdaş sanatın kavramsal ve deneysel doğası, kimi zaman elitist bir anlayışı besleyerek bu hedeflerin gerçekleşmesini zorlaştırabilir. Bu durum, toplumun belirli kesimlerinin sanata katılımını sınırlayabilmektedir.

Literatürde müzelerin çevrimiçi erişimi ve dijitalleşmesi üzerine birçok çalışma bulunmakla birlikte (Yüzer ve Boyraz 2023; Mazlum, 2022; Walsh ve ark.; 2020; Amestoy, 2023; Avgousti ve Papaioannou, 2023; Sheriff ve ark., 2023; Moiety, 2022; Kist ve Tran 2021; Çakır ve Aktuğlu, 2023; Barnes ve McPherson, 2019), özellikle Türkiye'deki sanat müzelerinin çevrimiçi uygulamalarının toplumsal erişim üzerindeki etkisini derinlemesine inceleyen çalışmalar sınırlıdır. Mevcut çalışmalar genellikle müzelerin dijitalleşmesi üzerine genel bilgi sunarken, Türkiye özelinde bu dijitalleşme sürecinin müzeler ve toplum üzerindeki etkilerine dair veri eksikliği dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın önemi, Türkiye'deki sanat müzelerinin çevrimiçi uygulamalarının, toplumun sanata erişimini ve katılımını nasıl etkilediğini analiz ederek literatürdeki bu boşluğu doldurmasından kaynaklanmaktadır.

Bu çalışma, Türkiye'deki sanat müzelerinin çevrim içi erişim stratejilerini değerlendirerek toplumun sanata katılım düzeyine etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında hem müze web siteleri hem de sosyal medya platformları analiz edilerek, çevrim içi araçların demokratikleşme süreçlerine nasıl katkı sunduğu incelenmiştir. Böylece, çevrim içi araçların sanatı daha kapsayıcı ve erişilebilir kılma potansiyeli, farklı demografik grupların deneyimleri üzerinden değerlendirilmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Bu çalışma, sanat müzelerinin demokratikleşme sürecini dijitalleşme bağlamında ele almakta ve çevrimiçi araçların bu dönüşümdeki rolünü kavramsal bir çerçeve içerisinde incelemektedir. Demokratikleşme kavramı, yalnızca fiziksel erişimi artırmakla sınırlı kalmayan; aynı zamanda katılım, temsil ve toplumsal kapsayıcılığı içeren çok boyutlu bir dönüşüm süreci olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda müzeler, yalnızca kültürel mirasın sergilendiği mekânlar olmaktan çıkıp, toplumsal diyalogun ve katılımcı kültür politikalarının üretildiği kamusal alanlara dönüşmektedir. Çalışmanın kuramsal temelleri, kültürel kurumların dönüşümünü açıklayan yeni müzecilik (new museology) yaklaşımı ile dijital katılım ve kültürel demokrasi kavramları üzerine kuruludur. Çevrimiçi araçların, müzelerin erişilebilirliğini artırmanın ötesinde, kullanıcıların aktif katılımını teşvik eden demokratikleşme pratiklerine nasıl olanak sağladığı bu çerçevede analiz edilmektedir.

Sanat Müzeleri ve Demokratikleşme Kavramı

Müzecilik, insanlık tarihinin başlangıcından bu yana önemli bir kültürel birikim ve bilgi kaynağı olmuştur. Antik dönemlerden itibaren nadir ve değerli objelerin toplanmasıyla başlayan bu süreç, özellikle Rönesans döneminde toplumsal bir boyut kazanmış, özel koleksiyonların halka açılmasıyla müzeler modern anlamda şekillenmeye başlamıştır (Atagök, 1999, s. 143). 19. yüzyılda müzeler, yalnızca sanat eserlerini sergilemekle kalmamış, aynı zamanda bilimsel araştırmalara katkı sağlayan ve estetik eğitimi geliştiren eğitim kurumları haline gelmiştir (Tezcan, 2006, s. 50; Mazlum, 2022, s. 109). Bu dönemde Batı'da başlayan müzecilik hareketi, toplumun geçmişini anlamasına ve kültürel mirasını korumasına olanak tanıyan önemli bir sosyal yapı olarak kabul edilmiştir (Preziosi, 2006, ss. 56-60; Köse ve Özbaş 2023, s. 56).

Sanat müzeleri, toplumların kültürel ve sanatsal miraslarını geniş kitlelere ulaştırmada önemli bir role sahiptir. Demokratikleşme kavramı, toplumun tüm kesimlerinin eşit hak ve fırsatlara sahip olmasını ifade ederken, sanat müzelerinin bu sürecin bir parçası olması, topluma erişimlerini ve sanat eserlerini paylaşma biçimlerini etkiler. Müzelerin demokratikleşmesi, yalnızca belirli bir kesime değil, tüm topluma hitap etmeyi gerektirir. Bu süreçte müzelerin toplumla kurduğu ilişki, kültürel değerlerin paylaşımı, sanatın kitlelere ulaştırılması ve eğitimsel faaliyetleri gibi unsurlarla şekillenir.

Demokrasi, Yunan Uygarlığının dünyaya kazandırdığı bir kavram olup, halkın doğrudan veya seçtikleri temsilciler yoluyla yönetimde söz sahibi olması anlamını taşımaktadır (Held, 2006). Zamanla

“Demokrasi” farklı açılımlarla anlamı genişletilerek, başka alanlarda da kullanılmaya başlanmıştır. “Demokratikleşme” “Demokrasi”den türetilmiş bir kavram olup, insanların eşit haklara sahip olması, eşit koşullarla, eşit olanaklara ulaşabilmesi şeklinde açıklanabilir (Dahl, 1971, s. 257). Demokratikleşme, sosyoloji, sanat, eğitim gibi farklı disiplinlerde incelenen bir olgudur. Daha önce yapılan çalışmalardan ortaya çıkan önemli bir sonuç, demokrasinin daha gelişmiş ülkelerde daha olası olduğudur (Mouffe, 2000). Demokratik hükümet ile ekonomik kalkınma arasındaki pozitif ilişki, makul şüphenin ötesinde ampirik olarak da doğrulanmıştır. Przeworski ve Limongi (1997), demokratikleşmenin hangi nedenle olursa olsun, belirli bir ekonomik gelişme seviyesinin üzerindeki ülkelerde varlığını sürdürdüğünü, bu eşiğin altındaki ülkeler arasında, ekonomik gelişme düzeyi düştükçe otoriterliğe dönüş olasılığının yükseldiğini belirtmiştir (Geddes, 1999).

Sanat müzelerinde “demokratikleşme” kavramı; halk tabanına fiziksel ve entelektüel erişim, müzelerin bağımsız kurum olup olmadıkları veya sanatçılara eşit mesafede yaklaşıp yaklaşmadığı gibi çeşitli açılardan ele alınabilir. Bu çalışmada sanat müzelerinin toplumun entelektüel erişimini sağlamakta çevrimiçi yöntemlerin etkinliği incelenmektedir.

Halkı gerçekte kimin oluşturduğunu kesin olarak belirlemek her zaman kolay değildir. Müzeler, bulundukları şehir ya da ülkenin sınırlarını aşarak uluslararası düzeyde farklı yaş, eğitim, kültürel geçmiş ve dilsel çeşitliliklere sahip ziyaretçilere açık kurumlardır. Bu nedenle, ziyaretçi profillerini tanımlama çabaları, yalnızca bireysel alıcı ya da müşteri gibi ticari kavramlarla değil; izleyici, katılımcı ya da kullanıcı gibi daha kapsayıcı ve kamusal kavramlar üzerinden ele alınmalıdır. Nitekim, kültürel kurumların erişilebilirlik politikaları doğrultusunda izleyicilerin yaş grupları, engel durumları, dil yeterlilikleri gibi farklı ihtiyaçları gözetilerek içeriklerin çeşitlendirilmesi, katılımın artırılmasına yönelik önemli bir strateji olarak kabul edilmektedir (Nessel, 2017). Ancak eğer demokratikleşmeden söz ediliyorsa, önemli olan bu kişilerin de müzelere nasıl çekileceği sorunsalıdır. Müzeler için doğru yön, kültüre katılanların sayısını artırmayı amaçlayan çabalara katılmanın yanı sıra, toplumsal yaşamın bu özel alanının demokratikleşmesine giderek daha fazla dahil olacaklarını gösterebilmektir (Lukasik, 2017).

Görsel İdeolojiler ve Müze: Sanatın Politik ve Sosyal Bağlamı

Sanat müzeleri, tarihsel olarak egemen ideolojilerin temsili ve yeniden üretimi açısından önemli bir rol üstlenmiştir. Ancak dijitalleşmenin ve çevrimiçi araçların yaygınlaşmasıyla birlikte, bu kurumların demokratikleşme süreçleri farklı bir boyut kazanmıştır.

Her ideolojik tasarım, belirli bir düzeye kadar hakikatin temsili içerirken, aynı zamanda bir yanılsama üretme eğilimindedir. İdeolojiler bireylere kendi dünyalarına dair bir tür bilgi sağlamakla birlikte, onları yaşamları hakkında hatalı değerlendirmelere yönlendirebilir. Bu bağlamda, ideolojinin doğası gereği yanılsamayı da içkin bir şekilde barındırdığı söylenebilir. Toplumsal sınıflar arasındaki ideolojik ayrışma dikkate alındığında, egemen sınıflar ile egemenlik altında bulunan sınıfların aynı ideolojiyi paylaşmaları olası değildir. Dahası, her sınıfın kendi içinde dahi ideolojik farklılıklar taşıyan çeşitli gruplar bulunmaktadır (Hadjinicolaou, 1998, ss. 107-108).

Sanat eserleri, özgün niteliklere sahip olmalarının yanı sıra, kolektif görsel ideolojilerin bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Hadjinicolaou, 1998, s. 154). Sanat üretimi tarih boyunca egemen sınıfların ideolojilerini yayma aracı olarak kullanılmış, bu bağlamda sanatçılar ya bu ideolojileri desteklemiş ya da eleştirel bir duruş sergilemiştir. Egemen ideolojilerin demokratiklik ve hoşgörü düzeyine bağlı olarak, eleştirel sanatçılara yönelik tepkiler ve baskılar farklı boyutlarda gözlemlenmiştir.

Sanatın temsili ve dolaşıma girdiği en önemli kurumlardan biri olan müzeler, sanatın ideolojik manipülasyonuna aracılık eden yapılar haline gelmiştir. Müzeler, içlerine dahil ettikleri her öge üzerinde otorite kurma, disipline etme ve kendi sistemlerine entegre etme eğilimindedir. Sanatı ve

sanatçıyı belli kurallar çerçevesinde yapılandırarak muhafaza eden müze, sanatçının mücadele alanlarından biri olmuştur. Sanat eserin müze bağlamındaki özerkliği, sanatçının müzeye olan bağımlılığını artırmış ve müzeyi bilginin denetlenmesi bağlamında bir otorite konumuna taşımıştır (Kahraman, 2020, s. 15).

Amerika Birleşik Devletleri'nde Roosevelt döneminde gerçekleştirilen "Federal Sanat Projesi" kapsamında sanatçılar maaşa bağlanmış ve dönemin sosyopolitik yapısına uygun olarak "sanat için sanat" anlayışı teşvik edilmiştir. Bu doğrultuda, sanatçılar reel dünyadan, gerçeklikten ve politikadan soyutlanarak mutlak bir özgürlük anlayışı içinde üretim yapmaya yönlendirilmiştir (Aydın, 2017). Bununla birlikte, sanatın propaganda aracı haline getirilmesine ya da sanatçıların politikadan uzaklaştırılmasına yönelik çabalara rağmen, eleştirel ve alternatif yaklaşımlar geliştiren sanatçılar her dönemde varlıklarını sürdürmüştür. Örneğin, Hans Haacke'nin 1969 tarihli "MoMA Anketi" adlı çalışması, Vali Rockefeller'ın, Başkan Nixon'ın Indochina (Hindçini) politikalarına verdiği desteği eleştirel bir biçimde ele almıştır. Müze ziyaretçilerine yöneltilen "Vali Rockefeller'ın Başkan Nixon'ın Hindçini politikasını kınamamış olması, Kasım ayında ona oy vermemeniz için bir neden olur mu?" sorusu, demokratik katılımı teşvik eden bir yöntemle sergilenmiş ve oy kullanma sürecini şeffaflaştırmıştır (Lillemose, 2006, s. 125).



Resim 1. MoMA Anketi, Hans Haacke (MoMA Poll, 1970)

Öte yandan, müze bağlamının dışında yer alan, politik ve sarsıcı sanat üretimleri de dikkat çekmektedir. İnternet ve dijital ağlar, çağdaş sanatın nesnel aura paradigmasını sorgulayan yeni ifade biçimlerine olanak tanımıştır. Örneğin, Lizlax ve Hans Bernhard'dan oluşan UBERMORGEN sanatçı kolektifinin 2000'li yıllarda gerçekleştirdiği *Vote-Auction (Oylama-Açık Artırma)* adlı projesi, ABD başkanlık seçimlerinde Amerikalı seçmenlerin oylarını çevrimiçi olarak satmalarına olanak tanıdığı iddiasıyla büyük yankı uyandırmıştır (Fiore, 2019). Bu tür nesnel olmayan, ağ tabanlı sanat üretimleri, sanatın tanımı konusunda yeni tartışmaları beraberinde getirdiği gibi, müze kurumunun otoritesini de sarsmaktadır.

Sanatın geleneksel sınırlarını zorlayan bir diğer örnek, sanatçı yapımı bir tarayıcı olan "Web Stalker"dir. Bu çalışma, Netscape Navigator ve Microsoft Internet Explorer gibi ticari tarayıcıların pasif ve kısıtlayıcı modlarını eleştiren radikal bir arayüz sunarak, internetin yapısıyla etkileşimli bir biçimde

yeniden tasarlanmasını sağlamıştır. Kullanıcıların metinler arasındaki bağlantıları vurgulayarak özgürce hareket etmelerine olanak tanıyan bu çalışma, kurumsal internet kültürüne yönelik eleştirel bir yaklaşım geliştirmiştir (Matthew Fuller, 1997).

Sanatta demokrasi kavramı, cinsiyet ayrımcılığı ve feminist hareketler bağlamında da incelenebilir. 1960'lı yılların sonlarında genel feminist hareketin ve siyasi aktivizmin etkisiyle gelişen feminist sanat hareketi, özellikle New York'ta cinsiyet temelli ayrımcılığı eleştirmiş, ekonomik eşitlik ve sergilerde kadın sanatçıların eşit temsili yönünde mücadele etmiştir. 1969 yılında New York'ta kurulan "Kadın Sanatçılar Devrimde (Women Artists in Revolution: WAR)" ve 1970'te Lucy Lippard öncülüğünde oluşturulan "Kadın Sanatçılar Geçici Komitesi (Committee of Women Artists)" bu hareketin önemli girişimleri arasındadır. 1971 yılında kurulan "Sanatta Kadınlar (Women in the Arts)" örgütü, 109 kadın sanatçının eserlerini içeren büyük bir sergi düzenleyerek, kadın sanatçıların temsiliyetine yönelik önemli bir adım atmıştır. Aynı yıl, siyah kadın sanatçılar tarafından "Where We At" adlı bir örgüt kurulmuş ve bu grup, siyah sanatçıların sanat dünyasındaki görünürlüğünü artırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirmiştir (Mathews, 2008, ss. 19-20).



Resim 2. Do Women Have To Be Naked To Get Into the Met. Museum? 1989, Guerrilla Girls, (Tate Art, 2025)

Feminist sanat hareketinin en dikkat çeken oluşumlarından biri, 1985 yılında kurulan "Guerrilla Girls" kolektifidir. Sanat tarihindeki cinsiyetçi yaklaşımları görünür kılmayı ve bunlarla mücadele etmeyi amaçlayan bu grup, sanat kurumlarına yönelik eleştirel performanslar ve afiş kampanyaları düzenlemiştir. "Kadınların müzeye girebilmeleri için illaki çıplak mı olmaları gerekir?" sorusunu içeren ünlü afişleri, sanat tarihindeki cinsiyetçi bakışı sorgulayan önemli bir görsel eleştiri örneğidir. Guerrilla Girls, sanatın tarihsel ve güncel bağlamda erkek egemen yapısını ifşa etmek ve kadın sanatçıların temsiliyetini artırmak adına sanatsal ve aktivist pratikleri bir araya getiren önemli bir oluşum olarak sanat tarihindeki yerini almıştır (Mathews, 2008, ss. 7-8).

Sanat Müzelerinde Demokratikleşme ve Toplumsal Erişim

Sanat müzeleri, yalnızca kültürel mirası koruyan ve sergileyen kurumlar olmanın ötesinde, sanatın toplumun farklı kesimlerine ulaşmasını sağlayan önemli kamusal alanlar olarak konumlanmaktadır. Bu anlayış, modern müzecilik yaklaşımlarında giderek daha belirgin hale gelmiş ve "erişilebilirlik" ilkesini temel değerlerden biri haline getirmiştir. Ancak her ne kadar bu ilke benimsenmiş olsa da uygulamada tüm toplumsal kesimlerin sanat müzelerine eşit düzeyde erişim sağlayabildiğini söylemek zordur. Özellikle sosyoekonomik, kültürel veya coğrafi nedenlerle dezavantajlı gruplar hâlâ müze deneyiminden yeterince yararlanamamaktadır. Bu durum, müzelerin yapısal ve kavramsal çerçevelerinin ne ölçüde kapsayıcı ve dönüştürücü olduğunu sorgulamayı

gerektirmektedir. Dolayısıyla kültürel mirasın korunması ve sanatın yaygınlaştırılması misyonunu üstlenen sanat müzelerinin, gerçekten demokratik bir yapıya kavuşup kavuşmadığı, yani toplumun tüm kesimlerine eşit biçimde hitap edip etmediği önemli bir tartışma konusudur. Bu bağlamda müzelerin toplumsal işlevlerinin sadece söylem düzeyinde mi kaldığı, yoksa pratikte de karşılık bulup bulmadığı analiz edilmelidir.

Sanat, bireylerin yaşam deneyimini zenginleştiren, eleştirel düşünmeyi destekleyen ve toplumda olumlu dışsallıklar yaratan bir olgudur (Burdo, 2020). Bu bağlamda sanat müzeleri, salt bir sanat koleksiyonunun sergilendiği mekânlar olmanın ötesine geçerek, toplumsal etkileşimi ve eğitimi destekleyen kurumlar olarak önem kazanmaktadır. Müzelerde demokratikleşme süreci, yaş, cinsiyet, etnik kimlik, dil, din veya sosyoekonomik statü fark etmeksizin herkesin sanatla etkileşim kurabilmesini sağlamaya yönelik bir dönüşümü ifade etmektedir. Kamu kaynaklarıyla desteklenen müzeler, toplumun tüm kesimlerine hitap etme sorumluluğu taşıırken, aynı zamanda sosyal dışlanmayı azaltan ve farklı kültürel gruplar arasında diyalog kuran bir misyon üstlenmektedir (Belfiore, 2010, s. 93). Bu bağlamda, müzelerin yalnızca sanat eserlerini muhafaza eden ve sergileyen kurumlar olmanın ötesine geçerek, toplumun farklı kesimlerine hitap eden dinamik yapılar hâline gelmeleri gerekmektedir.

Sanat müzeciliğinde, ziyaretçilerin katılımını ve erişimini artırmayı amaçlayan daha demokratik bir anlayış gelişmiştir. Kate Booth, *The Democratization of Art: A Contextual Approach* (Sanatın Demokratikleşmesi: Bağlamsal Bir Yaklaşım) adlı makalesinde, sanatın akademik ve kültürel politikalar çerçevesinde demokratikleştirilmesine yönelik bağlamsal modelleri incelemiştir. Booth, ziyaretçilerin sosyo-demografik verilerinin toplanmasının, sanatın hem ziyaretçilerin hem de ziyaret etmeyen bireylerin günlük yaşamlarındaki rolünü anlamak açısından önemli olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, yüksek kültürle doğrudan bir bağ kurmaksızın nitelikli bir yaşam sürmenin mümkün olduğunun kabul edilmesi gerektiğini ve bunun sanatın demokratikleşmesi sürecinin temel bir parçası olduğunu savunmaktadır (Booth, 2014, ss. 207-208).

Sanat müzelerinin demokratikleşmesi, tarihi ve sosyolojik bir perspektiften ele alındığında, kökenlerini modern devlet yapılanmaları ve toplumsal değişim süreçlerinde bulmaktadır. Modern müzecilik anlayışının temelleri, Fransız Devrimi sonrasında Louvre Müzesi'nin halkın erişimine açılmasıyla atılmış ve zamanla müzeler, sanatsal ve kültürel mirasın toplumun geneline yayılmasını sağlayan kurumlar haline gelmiştir (Artun, 2018, ss. 106-108). Ancak, sanat müzelerinin bu açılımının ne derece etkili olduğu tartışmalara konu olmuş, bazı sanat tarihçileri ve eleştirmenler, halkın sanata erişiminde yeterli derinliğin sağlanamadığını ileri sürmüştür. Wendy Shaw, müzelerin birer ziyaret alanı olmasına rağmen, toplumsal uzaklıklar nedeniyle gerçekte sınırlı bir kitleye hitap ettiğini belirtirken (Artan, 2014, s. 107), Linda Nochlin sanat ile eğitimsiz ve ekonomik açıdan dezavantajlı kesimler arasındaki derin uçurumun devam ettiğini vurgulamaktadır (Nochlin, 2017, ss. 34-43).

Bu noktada, sanat müzelerinin ziyaretçi profillerine yönelik incelemeler önem kazanmaktadır. *Museum* dergisinde yayınlanan bir araştırmaya göre, halk modern sanatın soyut ve deneysel yaklaşımlarını genellikle reddetme eğilimindedir. Geleneksel sanat formlarına daha yatkın olan ziyaretçiler, sanat eserlerini değerlendirirken çoğunlukla konusunu, tarihi önemini, tanınırlığını ve maddi değerini temel almaktadır (Zacks, Cameron, & Abbey, 1970). Bu noktada, sanat müzelerinin kapsayıcılığını artırmak için eğitici programlar, dijital erişim olanakları ve izleyici odaklı yaklaşımlar geliştirmesi önem arz etmektedir. Bu durum, müzelerin daha kapsayıcı ve erişilebilir olabilmesi için ziyaretçilerin görsel okuryazarlığını geliştiren programlar düzenlemesi gerekliliğini ortaya koymaktadır (Burnham ve Kai Kee, 2020, s. 61).

Andreas Huyssen, yeni müzecilik anlayışının müzeleri seçkin birer sanat mabedi olmaktan çıkarıp, kitle iletişim aracı ve deneyim merkezine dönüştürdüğünü belirtmektedir (Huyssen, 1999, ss. 26-27). 1990'lı yıllardan itibaren müzeler, ziyaretçi deneyimini merkeze alan yeni bir yaklaşım

benimsemeye başlamış, sanat eğitmenleri uzman bilgisini halkla nasıl paylaşacakları konusunda yeni metotlar geliştirmeye yönelmişlerdir (Burnham ve Kai Kee, 2020, s. 100). Danielle Rice'a göre, sanat eğitmenleri bu noktada bir misyoner rolü üstlenerek, sanatın üst tabaka tarafından sahiplenilen bir alan olmaktan çıkmasını sağlamakla yükümlüdür (Rice, 1991, ss. 134-135).

Mirosław Borusiewicz ve Beata Nessel gibi araştırmacılar, halkın sanat müzelerine ilgisini ve erişim engellerini incelemiş; zaman yetersizliği, entelektüel yetersizlik algısı ve sanata dair bilinmeyen unsurların caydırıcı etkisini vurgulamıştır (Borusiewicz, 2013, ss. 98-101). Nessel (2017, ss. 308-310), müzelerin sadece fiziksel ziyaretlerle değil, dijital platformlar ve toplumsal etkileşim alanları aracılığıyla da halkla bağlantı kurması gerektiğini ifade etmektedir.

Sanatın toplumsal erişimi noktasında, Yuha Jung ve Emilie Sitzia gibi akademisyenler, Jacques Rancière'in özgürleştirici eğitim ilkelerini sanat müzelerine uyarlamış ve 'Cahil Müzeci' kavramı ile sanatın elitist yapıdan sıyrılması gerektiğini savunmuşlardır (Mullen, 1923, s. 24; Sitzia, 2017, s. 75)

Dijital çağın ivmelenen gelişimi, bireylerin yaşam pratiklerinden çalışma biçimlerine uzanan geniş bir yelpazede dönüşümlere yol açmış; bu bağlamda müzecilik alanı da söz konusu dönüşüm sürecinden önemli ölçüde etkilenerek yeniden şekillenmiştir (Gül ve Kavut, 2025). Sanat müzelerinin dijitalleşme süreci, erişim ve kapsayıcılık açısından yeni fırsatlar sunmaktadır. COVID-19 pandemisi ile birlikte, müzelerin çevrimiçi platformlara yönelmesi, sanatın daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamış ve sanatsal etkinliklerin daha demokratik bir çerçeveye oturmasına katkı sağlamıştır (Burdo, 2020). Ancak dijital erişim de bazı sorunları beraberinde getirmektedir. Dijital sanat deneyimi, fiziksel sanat deneyiminin yerini ne kadar tutabilir? Teknolojiye erişimdeki eşitsizlikler, dijital müzeciliğin kapsayıcılığını ne ölçüde sınırlamaktadır?

Sonuç olarak, sanat müzelerinin demokratikleşme süreci, yalnızca fiziksel erişim olanaklarıyla değil, aynı zamanda sanatın anlaşılabilirliğini ve toplumun farklı kesimlerinin ilgisini çekecek etkinlikleri de kapsayacak şekilde ele alınmalıdır. Sanatın toplumun geneline yayılması ve müzelerin herkes için erişilebilir hale gelmesi, yalnızca bir kültürel gereklilik değil, aynı zamanda toplumsal adaletin bir parçası olarak da görülmelidir.

Müze Söylemleri ve Kültürel Politikalar

Müzeler, toplumsal çeşitliliği ele alma ve topluluklarla güç paylaşımı konusunda eşitlikçi bir yapıya sahip değildir. Darlene Clover'ın (2015, s. 303) ifade ettiği gibi, "*Kamusal sanat galerileri ve müzeler taraf tutar*". Müzelerin görünürde tarafsız olan söylemleri ve mekânsal konumlarının görünmezliği, baskıcı ve dışlayıcı yapıları pekiştirebilir. Müze yönetimleri, hangi kültürlerin ve bireylerin temsil edileceğine, hangi anlatıların ön planda tutulacağına karar verme gücüne sahiptir (Mullen, 1923, s. 24).

Bu bağlamda, performans sanatçısı James Luna'nın 1987 yılında San Diego'daki Museum of Man'de gerçekleştirdiği "Artifact Piece" performansı, müzelerin yerli kültürleri nasıl nesneleştirdiğini ve bu temsil biçimine karşı bir eleştiri sunduğunu göstermektedir. Luna, yalnızca bir peştamal giyerek, etrafını kişisel eşyalarıyla çevrelemiş ve müze etiketi kullanarak hem vücudundaki yara izlerini hem de bu nesneleri açıklamıştır (Luna, 2019). Sanatçının bu performansı, yerli halkların kültürel varlıklarının müzelerde birer tarihsel kalıntı olarak sergilenmesine yönelik bir tepki olarak okunabilir. Luna,

performansı ile yerli halkların hâlâ var olduğunu ve modern hayatın içinde yer aldıklarını vurgulayarak müze söylemlerine meydan okumuştur.



Resim 3. *The Artifact Piece (Eser Parçası)*, James Luna, 1987, San Diego Museum of Man, (Art, 2022).

Kültürel ve sanatsal faaliyetler günümüzde ekonomik kalkınmayla ilişkilendirilmekte olup, kültür ile ekonomi arasındaki bağ akademik çevrelerde tartışılmaktadır. Küresel rekabet ortamında ülkeler ve yerel yönetimler, imajlarını güçlendirmek ve sosyo-ekonomik performanslarını artırmak için kültürel politikaları önceliklendirmektedir (Chiswick, 1983). Son yıllarda İspanya, İngiltere, Almanya ve Fransa gibi ülkeler, gayrimenkul odaklı kalkınma projeleri yerine toplumsal bütünleşme, sürdürülebilirlik, erişilebilirlik ve sosyal faydayı önceleyen kültür odaklı kent gelişimi projelerine yönelmektedir. İşsizlik oranlarının yüksek olduğu bölgelerde kültürel yatırımlarla kentsel canlanma sağlanmaya çalışılmaktadır. Bilbao, Glasgow ve Liverpool gibi kentler, bu stratejinin başarılı örnekleri olarak öne çıkmaktadır (Okan, 2015, s. 190).

Zamanla özerk hareket eden ve bağımsız bir kimlik kazanan müzeler, yalnızca sanat eserlerini sergileyen yapılar olmaktan çıkıp, sanatsal anlamın üretildiği ve meşrulaştırıldığı kurumsal yapılara dönüşmüştür. Her ne kadar müzeler, çoğu zaman koleksiyonlarını belirli bir ideoloji ya da kültürel çerçeve doğrultusunda oluşturdukları hâlde, kamuoyu tarafından tarafsız bilgi alanları olarak algılanabilmektedir (Kahraman, 2020, s. 14). Ancak bu algı, özellikle Arthur C. Danto'nun kurumsal sanat teorisi çerçevesinde eleştiriye açıktır. Danto'ya göre, bir nesnenin "sanat" sayılabilmesi, onu sanat olarak tanıyan ve sunan bir kurumun (müze, küratör, sanat eleştirmeni vb.) onayına bağlıdır. Bu bağlamda, müzeler yalnızca sanatın sergilendiği değil, aynı zamanda sanatın ne olduğunun tanımlandığı ideolojik yapılardır (Gültekin, 2014). Son 25–30 yılda, özellikle İngiltere başta olmak üzere birçok ülkede kamu destekli müzeler ve galeriler, yalnızca belirli bir toplumsal kesime değil, daha geniş halk kitlelerine erişmeyi amaçlayan politikalar benimsemiştir. Bu eğilim, kamu kaynaklarının kullanımının meşrulaştırılması ve toplumsal faydanın artırılması amacıyla desteklenmektedir. Yerel yönetimler ve resmî kurumlar, sanat galerilerini ve müzeleri, kentsel gelişim, sosyal bütünleşme ve ekonomik canlanma için stratejik araçlar olarak değerlendirmektedir (Barker, 1999, ss. 149-150). Ancak bu politikalar her zaman istenen sonuçları doğurmamış; özellikle modern ve çağdaş sanat müzeleri söz konusu olduğunda, bu kurumların içerik ve sunum biçimlerinin hâlâ belli bir kültürel sermayeye sahip kesimlere hitap ettiği eleştirisi gündemde kalmıştır. Sanatın diline, sunumuna ve ele alınış biçimine ilişkin bu elitist yapılar, eşit erişimi engelleyen önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

İngiltere'nin kuzeyindeki eski endüstriyel bölgelerde kültürel altyapıyı geliştirmek amacıyla yapılan yatırımlar, kentsel canlanmayı teşvik etmekte ve yaşam koşullarını iyileştirmeyi hedeflemektedir. Örneğin, 2002 yılında bir sanayi binasında açılan Baltic Centre for Contemporary Art, Gateshead'in kültürel kimliğini yeniden şekillendirmiştir. Benzer şekilde, 2007 yılında Middlesbrough Modern Sanat Enstitüsü ve Birmingham'daki New Art Gallery of Walsall, kültürel dönüşüm projelerinin önemli örneklerindendir (Lorente, 2016, s. 230).

Müzeler, bir kentin hafızasını inşa eden ve belirli sanat tarzlarını destekleyerek yönlendiren güçlü kurumlar haline gelmiştir. Örneğin, Los Angeles Çağdaş Sanat Müzesi (LACMA), Guggenheim Bilbao Müzesi ve Modern Sanatlar Müzesi (MoMA) gibi uluslararası sanat müzeleri, kavramsal sanat, performans sanatı ve disiplinler arası uygulamalara ağırlık vererek, seçtikleri sanatçıların uluslararası alanda tanınmasını sağlamaktadır (Kahraman, 2020, s. 16).

Amaç

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'deki sanat müzelerinin dijitalleşme süreci kapsamında gerçekleştirdikleri çevrim içi faaliyetleri, toplumsal erişilebilirlik açısından değerlendirmektir. Araştırmada, dijital araçların sanat müzeleri tarafından nasıl kullanıldığı, bu araçların demokratikleşme sürecine ne ölçüde katkı sunduğu ve toplumun farklı kesimlerine erişimi nasıl etkilediği analiz edilmektedir. Dijitalleşmenin yalnızca teknolojik bir dönüşüm değil, aynı zamanda kültürel katılımın artırılmasına yönelik bir araç olarak değerlendirilebileceği kabulünden hareketle, sanat müzelerinin bu dönüşüme verdikleri tepkiler incelenmektedir.

Araştırma problemi şu soruya dayanmaktadır: Türkiye'deki sanat müzeleri, dijitalleşme süreçleri doğrultusunda gerçekleştirdikleri çevrim içi faaliyetlerle topluma ne ölçüde erişebilmekte ve bu faaliyetler müzelerin demokratikleşmesine nasıl katkı sunmaktadır?

Araştırmanın Alt Amaçları: 1. Türkiye'deki sanat müzelerinin çevrim içi platformlarda sundukları içerik türlerini belirlemek,

2. Bu içeriklerin toplumun farklı kesimlerine hitap edip etmediğini analiz etmek,

3. Erişilebilirlik ve kapsayıcılık ilkeleri bağlamında çevrim içi müze faaliyetlerinin yeterliliğini değerlendirmek,

4. Sanat müzelerinin dijital araçları ne ölçüde interaktif ve katılımcı biçimde kullandığını tespit etmek,

5. Sanat müzelerinin dijitalleşme yoluyla kültürel demokratikleşmeye katkı sunma potansiyelini irdelemek.

Bu çalışma genel bir varsayım çerçevesinde yürütülmektedir: Sanat müzelerinin dijitalleşme sürecinde gerçekleştirdikleri çevrim içi faaliyetler, uygun şekilde tasarlandığında kültürel katılımı artırabilir ve müzelerin topluma daha demokratik biçimde erişmesini sağlayabilir.

Araştırma Yöntemi

Araştırmada, konunun çok yönlü olarak ele alınabilmesi amacıyla hem nitel araştırma yöntemlerinden (literatür taraması, vaka analizi, görüşmeler gibi) hem de nicel veri toplama

tekniklerinden (anket uygulamaları) yararlanılmış; bu kapsamlı yaklaşım, çalışmanın plüralist yani karma araştırma yöntemiyle yürütülmesini sağlamıştır.

Araştırma örneklemini, Türkiye’de çağdaş sanat koleksiyonlarına sahip, çevrimiçi faaliyetlerde aktif olan ve eğitim etkinlikleri düzenleyen müzelerden oluşmaktadır. İncelenen müzeler Pera Müzesi, Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul Modern Sanat Müzesi, Odunpazarı Modern Müze ve müze işlevi üstlenen ARTER (Kültür ve Sanat Merkezi)’dir. Toplanan veriler tümevarımcı analizle değerlendirilmiş, çeşitli kaynaklardan elde edilen bilgiler ilişkilendirilerek genel sonuçlara ulaşılmıştır. Bu çalışma, çevrimiçi erişim çalışmalarının topluma etkilerini değerlendirerek sanat müzelerinin kültürel mirasın paylaşılmasında daha kapsayıcı bir rol üstlenmesine katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

İstanbul Modern¹

Türkiye’nin ilk modern ve çağdaş sanat müzesi olan İstanbul Modern, yerel ve uluslararası sanat sahneleri arasında bir köprü kurmayı hedeflemektedir. Yeni binasında çok disiplinli sanat üretimlerine ev sahipliği yaparken, her yaşta ziyaretçiye yönelik erişilebilir eğitim programları sunmaktadır. Müzenin çevrim içi görünürlüğü; kapsamlı ve kullanıcı dostu bir web sitesi ile desteklenmekte, buna ek olarak Facebook, Instagram, X, YouTube, LinkedIn ve Google Arts & Culture gibi çeşitli dijital mecralarda da aktif olarak sürdürülmektedir. Özellikle Instagram’da yüksek düzeyde etkileşim elde eden müze; sosyal medya içeriklerini tüm platformlarda eşzamanlı olarak paylaşmaktadır.

Pera Müzesi²

Suna ve İnan Kiraç Vakfı tarafından kurulan Pera Müzesi, özgün koleksiyonlarının yanı sıra uluslararası sergilere de yer vermekte ve bu içerikleri çeşitli eğitim ve kültürel etkinliklerle desteklemektedir. “Pera Öğrenme” ve “Pera Engelsiz” gibi programlarla kapsayıcı erişim ilkelerini benimseyen müze hem yüz yüze hem de çevrimiçi etkinliklerle geniş bir kitleye ulaşmaktadır. Pera Müzesi, Instagram, Facebook, X, YouTube, Google Arts & Culture ve Spotify gibi çeşitli dijital platformlarda aktif olarak yer almakta; bu mecralarda genellikle sergi ve etkinlik duyuruları paylaşmakta, içerikler ise çoğunlukla eş zamanlı biçimde yayınlanmaktadır.

Sakıp Sabancı Müzesi (SSM)³

Zengin koleksiyonları, uluslararası geçici sergileri ve disiplinler arası etkinlikleriyle dikkat çeken SSM, erişilebilirlik ve dijitalleşme konularında da güçlü bir kurumsal yapıya sahiptir. Sanat eğitimi, bedensel erişilebilirlik ve dijital katılım olanaklarını bütüncül bir yaklaşımla geliştirmektedir. Sakıp Sabancı Müzesi, sanatsal ve kültürel içeriklerini yalnızca fiziksel mekânla sınırlamamakta; Instagram, Facebook, X, YouTube ve TripAdvisor gibi çevrim içi platformlarda da aktif biçimde yer alarak dijital etkileşimi güçlendirmektedir.

ARTER Kültür ve Sanat Merkezi⁴

Çağdaş sanatı çok disiplinli bir yaklaşımla sunan ARTER, sergi mekânlarının yanı sıra performans salonları, öğrenme alanları ve kütüphanesiyle kapsamlı bir kültür merkezidir. Sanat eğitimi programlarında katılımcı odaklı içerikler sunan kurum, sosyal medya platformlarında görünürlüğünü

¹ <https://www.istanbulmodern.org/>

² <https://www.peramuzesi.org.tr/>

³ <https://www.sakipsabancimuzesi.org/>

⁴ <http://www.arter.org.tr/>

artırmakla birlikte özellikle ARTER, dijital iletişimini Facebook, Instagram, X, YouTube ve LinkedIn gibi sosyal medya platformları üzerinden sürdürmekte; farklı kullanıcı gruplarına yönelik içerikler üretmektedir. Instagram üzerinden daha yoğun etkileşim almaktadır. Tüm platformlarda benzer içeriklerin paylaşıldığı, ancak etkileşim düzeylerinin platformlara göre değiştiği görülmektedir.

Odunpazarı Modern Müze (OMM)⁵

Modern ve çağdaş sanatın Anadolu'daki önemli temsilcilerinden biri olan OMM, mimari yapısıyla da dikkat çeken bir kurumdur. Sanat eğitimi ve çevre bilinci gibi toplumsal sorumluluk projelerine önem veren müze, çevrimiçi platformlarda özellikle Instagram'da aktif olarak içerik üretmektedir. Odunpazarı Modern Müze, çevrim içi görünürlüğünü Instagram, Facebook ve LinkedIn üzerinden sürdürmekte ve bu platformlarda düzenli içerik paylaşımı gerçekleştirmektedir. Ancak son dönemde takipçi sayılarında düşüş gözlenmesi, dijital stratejilerinde yeniden değerlendirme yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Tablo 1. İncelenen Müzelerin Kullandığı Çevrimiçi Platformlar (Alemdar, 2024)

	İstanbul Modern	Sakıp Sabancı Müzesi	Pera Müzesi	ARTER	OMM
Müze Web Sitesi	+	+	+	+	+
Instagram	+	+	+	+	+
Youtube	+	+	+	+	-
X	+	+	+	+	
Facebook	+	+	+	+	+
Apps (mobil uygulam)	+	+	-	-	-
Google Arts&Culture	+	+	+	+	-
LinkedIn	+	-	+	+	-
Tripadvisor	+	+	-	-	+

Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler

Sanat müzelerinin toplumla ilişkilerini güçlendirme motivasyonunu ve bu doğrultuda hayata geçirdikleri stratejileri anlamak amacıyla, Pera Müzesi, Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul Modern, OMM ve ARTER yetkilileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler e-posta yoluyla başlatılmış, ardından yüz yüze ve Zoom üzerinden çevrimiçi biçimde sürdürülmüştür. Görüşmelerin süresi, müze yetkilisinin konumu ve görüşme yöntemi gibi değişkenlere bağlı olarak farklılık göstermiştir. Bu süreçte, ses kayıtları eksiksiz biçimde çözümlenmiş ve müzelerin dijital platformlardaki

⁵ <https://omm.art/tr>

etkinlikleri detaylı şekilde analiz edilmiştir.

Tüm müzelerin kurumsal web siteleri mevcut olup, Instagram ve Facebook gibi sosyal medya platformları en yaygın kullanılan araçlardır. YouTube ve X (eski Twitter) platformları ise bazı müzeler tarafından aktif şekilde kullanılmakta, ancak OMM bu platformlarda daha az görünür durumdadır. Mobil uygulama kullanımında İstanbul Modern ve Sakıp Sabancı Müzesi öne çıkarken, diğer müzelerde bu konuda eksiklikler göze çarpmaktadır. Dijital etkileşim alanlarının genişletilmesi, özellikle OMM gibi sınırlı çevrimiçi varlığı olan müzeler için önemli bir gelişim alanı olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 2. Araştırma Kapsamındaki Müzelerin İzleyicilere Entelektüel Erişimde Çevrimiçi Yöntemleri (Alemdar, 2024)

Çevrimiçi Etkinlikler	İstanbul Modern	Sabancı Müzesi	Pera Müzesi	ARTER	OMM
Rehberli turlar	+	+	+	+	
Çocuk atölyeleri	+	+	+	+	+
Yetişkin atölyeleri	+	+	+	+	+
Çevrimiçi okul turları	+			+	
Çevrimiçi sergiler (3B sanal tur)	+	+	+	+	
Sanatçı, Küratör, Uzman Söyleşisi	+	+	+		+
Dijital arşiv, kütüphane		+	+		
Konferans, Panel, Seminer	+	+	+	+	+
Film, Belgesel Gösterimi	+	+	+		
Konser, Tiyatro ve Dans Gösterimi		+	+		
Yabancı kaynak çevirisi ve erişimi			+		
Özel öğrenci eğitimi (engelsiz müze)			+		
Üç boyutlu sergiler	+		+		
Dijital oyunlar	+		+		
Eser detayları (büyük boyutlu görsel, künye bilgileri vs.)		+			
Dijital eser konservasyonu		+			

Müzeler, dijital platformları kullanarak hem çocuklara hem yetişkinlere yönelik çevrimiçi atölyeler, eğitim etkinlikleri, paneller ve seminerler düzenlemektedir. Pera, Sabancı ve İstanbul Modern bu konuda daha geniş bir içerik yelpazesine sahipken, ARTER ve OMM daha sınırlı etkinlikler

sunmaktadır. Pera ve Sabancı Müzeleri, koleksiyonlarının dijitalleştirilmesi ve sergilerin sanal ortama taşınması konusunda öncülük etmektedir. Özellikle Pera Müzesi'nin üç boyutlu sergileri ve VR uygulamaları, dijital deneyimleme kavramına somut örnekler sunmaktadır.

Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, sanat müzelerinin çevrimiçi ortamları kullanmadaki temel motivasyonlarının "erişim", "kamuya açıklık", "dijitalleşme", "deneyimleyebilme" ve "mekânsallık" olduğunu göstermektedir. Müze yetkilileri, çevrimiçi ortamların sanatı daha geniş ve farklı sosyal gruplara ulaştırma aracı olarak önem kazandığını vurgulamıştır. Bununla birlikte, izleyici geri bildirimlerinin yeterince değerlendirilmemesi ve çevrimiçi erişimde yaşanan teknik sorunların çözülmemiş olması, bu sürecin geliştirilmesi gereken yönlerine işaret etmektedir.

İzleyici Anketi

Araştırmada, Pera Müzesi, Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul Modern Sanat Müzesi, OMM ve ARTER müzelerin çevrimiçi etkinliklerini deneyimleyen katılımcıların görüşlerini toplamak amacıyla, 44 sorudan oluşan bir anket (Ek 1), FMV Işık Üniversitesi Bilimsel Etik Kurulu onayına sunulmuş ve Etik Kurulu onayı (04.12.2023 tarih ve E-32760440-050.01.04-32861 sayılı) alındıktan sonra, Google Formlar üzerinden ve bir araştırma şirketi aracılığıyla 07.12.2023- 27.02.2024 tarihleri arasında uygulanmıştır. Araştırma kapsamında toplam 413 katılımcıya ulaşılmıştır.

Verilerin analizi için LISREL ve SPSS programları kullanılmıştır. Analizlerde %95 ve %99 güven düzeyleri esas alınmıştır. Ölçek güvenilirliği, iç tutarlılık yöntemiyle hesaplanmış ve Cronbach Alpha katsayısı kullanılmıştır. Ölçek maddelerinin toplam puanla korelasyonu incelenmiş ve herhangi bir maddenin çıkarılması durumunda Cronbach Alpha değerlerinde oluşabilecek değişiklikler analiz edilmiştir. Ölçek geçerliliğini test etmek amacıyla açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. DFA'da model uygunluğunu değerlendirmek için Ki Kare Uyum İyiliği İndeksi ile IFI, CFI, RMSEA, GFI ve RMR gibi çeşitli uyum indeksleri dikkate alınmıştır (Schermmelleh ve Moosbrugger, 2003).

Katılımcıların demografik özelliklerini analiz etmek için frekans ve yüzdelik dağılımları hesaplanmıştır. Ölçek puanlarının demografik gruplar arasındaki farklılıklarını belirlemek amacıyla, iki gruplu karşılaştırmalar için Bağımsız Örneklem T-Testi, ikiden fazla grup için ise Tek Yönlü ANOVA Testi uygulanmıştır. Bu yöntemlerle elde edilen sonuçlar, araştırmanın güvenilirliği ve geçerliliğini desteklemek için kapsamlı bir şekilde değerlendirilmiştir.

Bulgular

Araştırmaya katılan bireylerin %45,50'si kadın, %43,10'u erkek ve %11,40'ı cinsiyetini belirtmek istememiştir. Katılımcıların çoğunluğu 35-44 yaş aralığında, yüksekokul veya üniversite mezunu olup, %19,40'ı İstanbul'da yaşamaktadır. Katılımcıların %42,40'ı internete erişimde sorun yaşamazken, %34,59'u çevrimiçi platformları üniversite veya iş yerinde kullanmaktadır. Ayrıca, %30,69'u bu platformları çalışmalarının bir parçası olarak değerlendirmiştir.

Tablo 3. Ana Çalışma Sonucunda Ulaşılan Katılımcılara Ait Demografik Özellik Dağılımları (Alemdar, 2024)

Demografik	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Kadın	188	45,50%

	Erkek	178	43,10%
	Belirtmek istemiyorum	47	11,40%
Yaş	18-24	62	15,00%
	25-34	70	16,90%
	35-44	88	21,30%
	45-54	66	16,00%
	55-64	64	15,50%
	65 ve üzeri	63	15,30%
Eğitim Seviyesi	Ortaokul ve altı	84	20,30%
	Lise	94	22,80%
	Yüksel okul/Üniversite	98	23,70%
	Yüksek lisans/Doktora	74	17,90%
	Diğer	63	15,30%
İkamet adresi	İstanbul	80	19,40%
	Ankara	26	6,30%
	İzmir	28	6,80%
	Bursa	26	6,30%
	Tekirdağ	36	8,70%
	Adana	31	7,50%
	Muğla	28	6,80%
	Antalya	29	7,00%
	Sivas	29	7,00%
	Eskişehir	31	7,50%
	Trabzon	25	6,10%
	Sakarya	23	5,60%
	Diğer	21	5,10%

İkamet edilen yerde internete bağlanmakta sorun yaşama durumu	Hayır, hiç sorun yaşamıyorum	175	42,40%
	Pek sorun yaşamıyorum	96	23,20%
	Çoğunlukla sorun yaşıyorum	142	34,40%
Toplam		413	100,00

İstanbul Modern Sanat Müzesi, çevrimiçi ve fiziksel ziyaretlerde en çok tercih edilen müze olmuş, katılımcıların %24,18'i bu müzeyi gezmiştir. Çevrimiçi ziyaretlerde İstanbul Modern, müzenin kendi web sitesi üzerinden; Pera Müzesi, Facebook üzerinden; Sakıp Sabancı Müzesi ve Arter, X üzerinden; Odunpazarı Modern Müzesi ise Instagram üzerinden en çok ziyaret edilmiştir. Genel olarak, müze web siteleri, Facebook, Instagram ve X platformları, çevrimiçi müze ziyaretlerinde en çok tercih edilen araçlar olarak öne çıkarken Zoom platformu en az tercih edilmiştir.

Katılımcıların çevrimiçi müze ziyaret sebeplerinin başında "güncel sergiler ve etkinlikler hakkında bilgi edinmek" ve "ziyaret ettikleri müzelerle bağlantı kurmak" gelmektedir. Bunun yanı sıra, "sanat eserlerinin fotoğraflarını görmek" ve "yorumlarda kendini ifade etmek" gibi amaçlar da önemli yer tutmaktadır. En az yaygın sebepler ise "ortak ilgi alanlarına sahip insanları bulmak" ve "ilginç sanat eserleri hakkında bilgi edinmek" olmuştur. Bu bulgular, çevrimiçi müze ziyaretlerinin bilgi edinme ve bağlantı kurma odaklı olduğunu, aynı zamanda sanatsal içeriklere erişim ve sosyal etkileşim arayışıyla ilişkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Ana Çalışma Sonucunda Ulaşılan Katılımcıların Çevrimiçi Olarak Ziyaret Ettikleri Müzelere ve Ziyaret Sebeplerine Ait Özellik Dağılımları (Alemdar, 2024)

Müze	Platform	n	%
İstanbul Modern Sanat	Müze web sitesi	241	30,47
	Youtube, Vimeo	82	10,37
	Instagram	100	12,64
	Facebook	141	17,83
	X	180	22,76
	Zoom	47	5,94
	Toplam	791	100
Pera	Müze web sitesi	110	14,18
	Youtube, Vimeo	113	14,56
	Instagram	155	19,97

	Facebook	231	29,77
	X	148	19,07
	Zoom	19	2,45
	Toplam	776	100
Sakıp Sabancı	Müze web sitesi	69	12,73
	Youtube, Vimeo	85	15,68
	Instagram	77	14,21
	Facebook	128	23,62
	X	176	32,47
	Zoom	7	1,29
	Toplam	542	100
Odunpazarı Modern Müze	Müze web sitesi	89	13,51
	Youtube, Vimeo	80	12,14
	Instagram	189	28,68
	Facebook	129	19,58
	X	156	23,67
	Zoom	16	2,43
	Toplam	659	100
Arter	Müze web sitesi	62	10,84
	Youtube, Vimeo	78	13,64
	Instagram	114	19,93
	Facebook	134	23,43
	X	177	30,94
	Zoom	7	1,22
	Toplam	572	100
Ziyaret sebepleri#	Güncel sergiler/etkinlikler hakkında bilgi edinmek	129	16,93

Resimlerin/sanat eserlerinin fotoğraflarını görmek	103	13,52
Müzenin yayınladığı videoları izlemek	84	11,02
İlginç nesneler/sanat eserleri hakkında bilgi edinmek	83	10,89
Ortak ilgi alanlarına sahip diğer insanları bulmak	71	9,32
Yorumlarda kendimi ifade etmek	93	12,20
Ziyaret ettiğim ve beğendiğim müzelerle bağlantı kurmak	113	14,83
Diğer	86	11,29
Toplam	762	100

#Çoklu yanıt olduğundan n sayısı örneklem sayısını geçebilir.

Genel olarak, İstanbul Modern Facebook'ta, Pera Müzesi Instagram ve YouTube/Vimeo'da, Sakıp Sabancı Müzesi ise daha dengeli bir platform kullanımında dikkat çekmektedir. Bu bulgular, etkinlik türlerine göre platform seçimlerinin müzeler için stratejik bir önem taşıdığını ve katılımcıların platform tercihlerinin etkinliklerin başarısında kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Araştırmada elde edilen verilerin dağılımı, ölçekler arasındaki ilişkiler ve ölçek puanlarına ilişkin betimsel bulgular değerlendirilmiştir. Ortalama ve medyan değerlerinin birbirine yakın olması, dağılımın simetrik olduğunu göstermektedir. Örneğin, sanat müzelerine çevrimiçi erişim kolaylığı, koleksiyon hakkında bilgilenme, etkinlik memnuniyeti ve çevrimiçi gezinti memnuniyeti gibi ölçümlerdeki ortalama ve medyan değerleri birbirine oldukça yakındır. Bu durum, dağılımların büyük ölçüde simetrik olduğunu işaret etmektedir.

Likert formatındaki ölçeklerde puan aralıkları 0,8 olarak belirlenmiş ve bu doğrultuda katılımcıların yanıtları, "çok düşük" ile "çok yüksek" arasında derecelendirilmiştir. Bu derecelendirmeye göre, 1-1,8 aralığı "çok düşük", 1,81-2,6 aralığı "düşük", 2,61-3,4 aralığı "orta", 3,41-4,2 aralığı "yüksek" ve 4,21-5,0 aralığı "çok yüksek" düzeylerini ifade etmektedir.

Araştırmaya katılan bireylerin çevrimiçi gezinti memnuniyetleri genel olarak 2.94 ± 0.79 puan ile "orta düzeyde" bulunmuştur. Alt boyutlar incelendiğinde, sanat müzelerine çevrimiçi erişim kolaylığı 2.80 ± 1.19 , müze koleksiyonları hakkında bilgilenme 2.76 ± 0.85 ve çevrimiçi etkinlik memnuniyeti 3.05 ± 0.86 puan ile yine "orta düzeyde" değerlendirilmiştir. Bu sonuçlar, katılımcıların çevrimiçi gezinti deneyimlerinden orta düzeyde memnuniyet duyduklarını göstermektedir.

Araştırmada, çevrimiçi gezinti memnuniyeti ile alt boyutlar arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon analizi ile incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, çevrimiçi gezinti memnuniyeti ile sanat müzelerine çevrimiçi erişim kolaylığı ($r=0.810$) ve çevrimiçi etkinlik memnuniyeti ($r=0.947$) arasında pozitif yönlü ve çok yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sanat müzelerinin koleksiyonu hakkında bilgilenme ile çevrimiçi gezinti memnuniyeti arasındaki ilişki ise ($r=0.645$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu bulgular, çevrimiçi gezinti memnuniyetindeki iyileşmenin, sanat müzelerine erişim kolaylığı ve çevrimiçi etkinliklerden duyulan memnuniyeti önemli ölçüde artıracığını göstermektedir.

Demografik özellikler ile çevrimiçi gezinti memnuniyeti ve alt boyutları arasındaki farklılıklar incelendiğinde, cinsiyet ve yaş gruplarına göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Erkek katılımcıların çevrimiçi gezinti memnuniyeti ve etkinlik memnuniyetleri, kadın ve cinsiyetini belirtmeyen katılımcılardan daha düşük bulunmuştur. Yaş grupları açısından, 45-54 ve 55-64 yaş aralığındaki katılımcılar, daha genç yaş gruplarına göre çevrimiçi gezinti memnuniyeti, erişim kolaylığı ve etkinlik memnuniyeti boyutlarında daha düşük puanlar almıştır.

Eğitim düzeyi ile çevrimiçi gezinti memnuniyeti arasında da anlamlı farklılıklar görülmüştür. Yüksekokul veya üniversite mezunu katılımcılar, daha düşük eğitim seviyesindekilere göre çevrimiçi gezinti memnuniyeti, erişim kolaylığı ve koleksiyon bilgilenme boyutlarında daha yüksek memnuniyet göstermiştir. Buna karşın, katılımcıların çevrimiçi gezinti memnuniyetinin ikamet adreslerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Sonuçlar, çevrimiçi gezinti memnuniyetinin demografik özelliklere göre farklılaştığını ve özellikle cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyinin memnuniyet düzeylerini etkilediğini ortaya koymaktadır. Ancak ikamet adresi, bu memnuniyet üzerinde belirgin bir etkiye sahip değildir.

Araştırma, çevrimiçi gezinti memnuniyeti ile müzelerin fiziksel etkinliklerine katılım arasındaki ilişkiyi incelemiş ve bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre, fiziksel etkinliklere katılan bireylerin, sanat müzelerinin koleksiyonları hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğunu göstermiştir. Bu bulgu, fiziksel etkinliklerin çevrimiçi etkinlikler üzerindeki tamamlayıcı rolünü vurgulamaktadır.

Anket sonuçlarına göre, çevrimiçi sanat etkinlikleri toplumun geniş bir kesimine ulaşmakta ve sanata olan ilgiyi artırmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu İstanbul'da yaşamakta ve internete sorunsuz bağlanabilmektedir. Çevrimiçi platformlar genellikle üniversite veya iş yerlerinden kullanılmakta, bu da erişim kolaylığının memnuniyet üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Kadınlar, gençler ve yüksek eğitim düzeyine sahip bireyler, çevrimiçi etkinliklerden daha fazla memnuniyet duymakta, bu gruplar etkinliklere daha olumlu tepki göstermektedir.

Müzeler, çevrimiçi etkinliklerini tanıtmak için kendi web siteleri, sosyal medya hesapları ve video platformları gibi çeşitli kanalları kullanmaktadır. Katılımcılar, bu platformlardan etkinliklere kolayca erişebilmekte ve genel olarak olumlu geri bildirimler sunmaktadır. Ayrıca, fiziksel etkinliklere katılım oranlarının yüksek olduğu ve bu katılımcıların çevrimiçi etkinliklerden de memnuniyet duyduğu görülmektedir.

Sonuç olarak, çevrimiçi sanat etkinlikleri, sanata erişimi artırırken toplumsal ilgi ve bilgi düzeyini güçlendirmektedir. Ancak, demografik farklılıklar erişim ve memnuniyet düzeylerini etkilemektedir. Bu bulgular, müzelerin çevrimiçi ve fiziksel etkinliklerini entegre ederek daha geniş kitlelere ulaşma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırma, Türkiye'deki sanat müzelerinin çevrimiçi faaliyetlerinin toplumun entelektüel erişimini nasıl etkilediğini ve bu uygulamaların nasıl geliştirilebileceğini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Pera Müzesi, Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul Modern, OMM ve ARTER gibi önemli sanat kurumlarının çevrimiçi platformlardaki etkinlikleri incelenmiştir. Bulgular, müzelerin çevrimiçi uygulamalarının geniş bir kitleye ulaşmada ve sanata olan ilgiyi artırmada etkili olduğunu göstermektedir. Özellikle Instagram gibi sosyal medya platformlarının, müzeler için en yüksek etkileşim oranlarını sağladığı, buna karşın X ve Facebook gibi platformların daha düşük etkileşim aldığı belirlenmiştir.

Çevrimiçi gezinti memnuniyetinin incelendiği çalışmada, katılımcıların büyük bir kısmının çevrimiçi sanat etkinliklerinden bilgi edinme amacı güttüğü, sosyal medya platformları ve müze web sitelerini yoğun olarak kullandığı görülmüştür. Ancak, fiziksel müze etkinliklerine katılım oranlarının çevrimiçi etkinliklere kıyasla daha yüksek olması, fiziksel erişimin toplumda hâlâ öncelikli olduğunu göstermektedir. Müzelerin fiziksel etkinlikleri, ziyaretçilerin koleksiyonlar hakkında daha fazla bilgi edinmesine ve çevrimiçi memnuniyetlerinin artmasına katkı sağlamaktadır. Bu da fiziksel ve çevrimiçi erişimin birbirini tamamlayıcı bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Demografik analizler, çevrimiçi sanat etkinliklerine ilginin kadınlar, gençler ve yüksek eğitim düzeyine sahip bireyler arasında daha yaygın olduğunu göstermiştir. Erkek katılımcıların memnuniyet düzeylerinin daha düşük olduğu, bunun da müzelerin erkek kullanıcılar için daha cazip içerikler geliştirmesi gerektiğine işaret ettiği belirlenmiştir. Ayrıca, 45 yaş üstü katılımcıların çevrimiçi etkinliklere ilgisinin ve memnuniyetinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, 45 yaş üstü kullanıcı grupları için erişimi kolaylaştıran ve ilgi çekici içerikler sunulmasının önemini vurgulamaktadır.

Müzelerin çevrimiçi etkinliklere erişim ve memnuniyeti artırmak için daha etkili stratejiler geliştirmesi gerektiği görülmüştür. Özellikle sosyal medya içeriklerinin platform dinamiklerine uygun şekilde tasarlanması, kullanıcı dostu web siteleri ve mobil uyumluluk gibi unsurların önceliklendirilmesi önerilmektedir. Canlı yayınlar, sanal turlar, sanatçılarla söyleşiler gibi etkileşimli etkinliklerin artırılması, kullanıcı memnuniyetini yükseltmede önemli bir adım olabilir. Ayrıca, yapay zekâ algoritmalarıyla kişiselleştirilmiş içerikler sunmak, müzelerin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayabilir.

Çalışma, sanat müzelerinin ziyaretçi geri bildirimlerini düzenli olarak değerlendirme konusunda yetersiz olduğunu ortaya koymuştur. İzleyici araştırmalarının artırılması ve ziyaretçi memnuniyetine yönelik sistemlerin geliştirilmesi, müzelerin etkileşim ve erişim kapasitesini güçlendirebilir. Örneğin, dünya çapında başarılı müzeler, yıllık raporlarını kamuoyuna sunarak şeffaf bir yönetim sergilemektedir. Türkiye'deki müzelerin de benzer bir yaklaşım benimseyerek toplumla daha güçlü bir bağ kurması önerilmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'deki sanat müzelerinin çevrimiçi uygulamaları, sanata erişimi artırmada önemli bir araçtır. Ancak, erişim ve memnuniyette bazı eksikliklerin olduğu ve bu alanların geliştirilmesi gerektiği görülmektedir. Daha kapsayıcı, erişilebilir ve ilgi çekici içerikler üretilmesi, müzelerin toplumun farklı kesimlerine ulaşmasını sağlayarak sanata olan ilgiyi ve bilgi düzeyini artırabilir.

Bu çalışmada kullanıcı deneyimlerinin anlaşılmasına yönelik yapılan anket için FMV Işık Üniversitesi Etik Kurulundan 04.12.2023 tarih ve E-32760440-050.01.04-32861 sayı ile onay alınmıştır.

EK 1: Müze Yetkilileri ile Yapılan Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

EK 2: İzleyici Araştırma Anketi Soruları

Kaynakça

- Alemdar, S. (2024). Türkiye'deki sanat müzelerinin çevrimiçi çalışmalarının topluma erişilebilirlik üzerinden değerlendirilmesi. [Doktora tezi, Işık Üniversitesi], Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi. (Tez No: 884285).
- Amestoy, V. A., Castiglione, C. (2023). Live and digital engagement with the visual arts. *Journal of Cultural Economics*, 47, 643–692. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10824-022-09466-3>

- Art, N. G. (2022, January 28). *Acquisition: James Luna*. National Gallery of Art: <https://www.nga.gov/press/acquisitions/2022/luna.html>. Erişim Tarihi: 03. 10, 2025.
- Artan, E. Ç. (2014). *Etkileşim Düzlemi ve Tüketim Mekânı Olarak Postmodern Müzeler İstanbul'daki Özel Müzeler Üzerine Bir İnceleme*. İletişim Dergisi, 2012 Özel Sayı (2) 105-132. <http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/tr/download/article-file/82905>.
- Artun, A. (2018). *Tarih Sahneleri-Sanat Müzeleri 1: Müze ve Modernlik* (Dördüncü b.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Atagök, T. (1999). Müze- Toplum ilişkisinde Eğitim. T. Atagök içinde, *Yeniden Müzeciliği Düşünmek*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım- Yayın Merkezi.
- Avgousti, A., Papaioannou, G. (2023). *The Current State and Challenges in Democratizing Small Museums' Collections Online*. *Information Technology and Libraries*, Chicago, 42 (1), 1-15. DOI: <https://doi.org/10.6017/ital.v42i1.14099>
- Aydın, S. (2017). *Mark Rothko: Sanat ve Yönlendirme*. <http://medakitap.com/2017/08/02/mark-rothko-sanat-ve-yonlendirme-serdar-aydin/>.
- Barker, E. (1999). Müzenin Toplumdaki Yeri. A. Artun (Dü.) içinde, *Tarih Sahneleri: Sanat Müzeleri 2 – Müze ve Eleştirel Düşünce* (Üçüncü Baskı b., 149-150). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Barnes, P. & McPherson, G. (2019). *Co-creating, co-producing and connecting: museum practice today*. *The Museum Journal*, 62 (2), 257–267. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/cura.12309>
- Belfiore, E. (2010, 09 17). *Art as a means of alleviating social exclusion: Does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact studies in the UK* 8, s. 93. *International Journal of Cultural Policy*, 8(1), 93. doi: 10.1080/102866302900324658.
- Booth, K. (2014, 09 25). *The Democratization of Art: A Contextual Approach*. 17(2), 207-221. doi:10.1080/10645578.2014.945353
- Borusiewicz, M. (2013). *Bilim veya Eğlence. Avrupa Müze Tanımlarında Yeni Müzecilik*. 03 03, 2025 tarihinde CEJSH : <https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.ceon.element-6e2abc96-1bab-3cc1-9d93-600c2650df52>.
- Burdo, C. A. (2020). *Exploring Art Democracy during the Pandemic. A Case Study Based on the Poldi Pezzoli Museum: the Effects of an Audience-Centred Approach*. CBS Copenhagen Business School. Copenhagen, İsveç: MSc in Social Sciences Management of Creative Business. <https://research.cbs.dk/en/studentProjects/exploring-art-democracy-during-the-pandemic-a-case-study-based-on>.
- Burnham, R., Kai-Kee, E. (2020). *Müze Dersleri- Yorum ve Deneyim*. (A. Onacak Çev.) (2. baskı). Koç Üniversitesi Yayınları. (Orijinal çalışma basım tarihi 2012)
- Chiswick, B. (1983). *The Earnings and Human Capital of American Jews*. *The Journal of Human Resources*, 18(3), 313-336.

- Clover, D. E. (2015, 01 14). *Kanada, İskoçya ve İngiltere'deki Çağdaş Kamu Sanat Galerileri ve Müzelerinde Sosyal ve Çevresel Değişim İçin Yetişkin Eğitimi*. International Journal of Lifelong Education, 34(3), 300-315. doi:10.1080/02601370.2014.993731
- Çakır, S. Y. Aktuğlu, I. (2023). *Ziyaretçi deneyimi ve sanal müzeler: Müzelerin web sitelerine yönelik bir analiz*. Selçuk İletişim Dergisi, 16 (2), 235-266. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3137266>
- Fiore, J. (2019, 05 28). *10 Artists Who Rebelled against the Patrons and Institutions That Supported Their Work*. Artsy: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-10-artists-rebelled-patrons-institutions-supported-work>.
- Giannini, T., Bowen, J. P. (2023). *Global cultural conflict and digital identity: Transforming museums*. MDPI HERITAGE Journal, 6 (2), 1986–2005. <https://doi.org/10.3390/heritage6020107>
- Geddes, B. (1999). *What Do We Know About Democratization After Twenty Years?* Annu. Rev. Polit. Sci., 44(115), 117.
- Gül, T. B., Kavut, İ. E. (2025). *Dijital Göçebeler için Mobil Yaşam ve Mekânsal Tasarım Çözümlerinin İncelenmesi*. İnsan ve Sanat Araştırmaları Dergisi, 10(1), 119-148. doi:<https://10.5281/zenodo.15033124>
- Hadjinicolaou, N. (1998). *Sanat Tarihi ve Sınıf Mücadelesi* (İkinci b.). (H. Spatar, Çev.) İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Huyssen, A. (1999). *Alacakaranlık Anıları: Bellek Yitimi Kültüründe Zamanı Belirlemek*. (K. Atakay, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Kahraman, M. E. (2020). *Müze ve Sanat*. İstanbul: Efe Akademi Yayınları.
- Karakuş, D. P. (2012, 06 30). *Müzelerde Uygulanabilecek Müze Eğitim Etkinlikleri*. Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi, 2(1), 131 - 138.
- Kist, C., Tran, Q. T. (2021). *Breaking Boundaries, Creating Connectivities: Enabling Access to Digitized Museum Collections*. *İnteraktif Kültürel Miras ve Sanat Konferansı bildirisi* (s. 406-422). İsviçre: Springer Nature Switzerland.
- Köse, F., Özbaş, B. Ç. (2023). *Çağdaş Müzecilikte Eski/Yeni Bir Kavram: "Müze Okuryazarlığı"*. R. Yağcı (Ed.), *Müzecilikte Yeni'nin Peşinde içinde* (55-69). Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Lillemose, J. (2006). *Conceptual Transformations Of Art: From Dematerialisation of the Object to Immateriality In Networks*. (J. Krysa, Dü.) *Curating Immateriality: The Work of the Curator in the Age of Network Systems* (Vol. 1).
- Lorente, J. P. (2016). *Milenyum Başında Çağdaş Sanat Müzelerinin Topografik İncelemesi*. *Çağdaş Sanat Müzeleri* (Ş. Öztürk, Çev.) içinde İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Lukasik, B. N. (2017). *Audience Outside The Museum*. The Józef Piłsudski Museum . Sulejówek: Rocznik. doi:10.5604/01.3001.0010.5264.

- Luna, J. (2019, 01 31). *Artifact Piece*. Tarihinde Marabau at the Museum: <https://marabouatthemuseum.com/2019/01/31/james-luna-artifact-piece/> Erişim Tarihi: 01.01.2022.
- Mathews, P., Gouma-Peterson, T. (2008). *Sanat, Cinsiyet – Sanat Tarihi ve Feminist Eleştiri*. (E. S. A. Antmen, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Matthew Fuller, C. G. (1997). *The Web Stalker*. I/O/D: <https://anthology.rhizome.org/the-Web-stalker>. Erişim Tarihi: 20.01.2021.
- Mazlum, Ö. (2022). *Müze iletişimi ve müze web siteleri üzerine bir inceleme*. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (1), 100-136. <https://doi.org/10.30561/sinopUSD.1106395>
- Moiety, L. (2022). *User Experience Of Art Museums Online*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Malmö Üniversitesi, Bilgisayar Bilimi ve Medya Teknolojisi Bölümü.
- MoMA Poll. (1970). WikiArt: <https://www.wikiart.org/en/hans-haacke/moma-poll-1970>. Erişim Tarihi: 10.03.2025.
- Mullen, M. (1923). *An Approach to Art*. Wisconsin Madison: The Barnes Foundation, The University of Wisconsin.
- Nessel, B. (2017, 10 13). *Müze Dışındaki İzleyici*. *Muzealnictwo*, (58) 307-315. doi:10.5604/01.3001.0010.5264
- Nochlin, L. (2017). *Müzeler ve Radikaller: Bir Olağanüstü Durumlar Tarihi*. A. Artun, & A. Artun (Dü.), *Tarih Sahneleri-Sanat Müzeleri 2: Müze ve Eleştirel Düşünce* (Üçüncü Baskı b.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Okan, B. (2015, 12). *Günümüzde Müzecilik Anlayışı*. *Anadolu Üniversitesi Sanat & Tasarım Dergisi*, 5(2), 187-198. doi:<https://doi.org/10.20488/austd.24699>.
- Przeworski, A., & Limongi, F. (1997). Modernization: Theories and facts. *World Politics*, 49(2), 155-183.
- Preziosi, D. (2006). *Sanat Tarihi ve Müzecilik: Görüneni Okunabilir Hale Getirmek*. E. S. Macdonald (Ed.), *A Companion to Museum Studies* içinde (50-64). Malden, USA: Blackwell Publishing.
- Rice, D. (1991). *The Art Idea in The Museum Setting*. *JSTOR*, 25(4), 127-136. doi:<https://doi.org/10.2307/3332910>
- Schermelleh, E., Moosbrugger, K., Müller, H. H. (2003) *Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures*, *Methods of Psychological Research*, 8 (2), 23-74, <https://www.researchgate.net/publication/251060246>
- Sheriff, S. R. J., Vuorre, M., Riga, E., Przybylski, A. K., Adams, H., Harmer, C. J., Geddes, J. R. (2023). *A co-produced online cultural experience compared to a typical museum website for mental health in people aged 16–24: A proof-of-principle randomised controlled trial*. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 22 (1), 745– 757. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34294126/>

- Sitzia, E. (2018). *The ignorant art museum: beyond meaning-making. International Journal of Lifelong Education*, 37 (1), 73-87. <https://doi.org/10.1080/02601370.2017.1373710>.
- Tate Art. (2025, 03 10). *Do Women Have To Be Naked To Get Into the Met. Museum?* [Görsel]. Tate Modern. <https://www.tate.org.uk/art/artworks/guerrilla-girls-do-women-have-to-be-naked-to-get-into-the-met-museum-p78793>.
- Tezcan, A. K., Ödekan, A. (2006). *Müze Eğitiminin Tarihsel Gelişimi*. itüdergisi, 3 (1), 47-58.
- Walsh, D., Hall, M., Clough, P., Foster, J. (2020). *Characterising online museum users: A study of the national museums Liverpool Museum Website. International Journal On Digital Libraries*, 21, 75–87. <https://link.springer.com/article/10.1007/s00799-018-0248-8>
- Yüzer, N.D., Boyraz, B. (2023). *Günümüz Sanat Müzelerinde İnternet Kullanımı ve Koleksiyonların Çevrimiçi Erişilebilirliğine Dair Bir Araştırma. International Social Sciences Studies Journal*, 115, s. 8613-8620. doi:http://dx.doi.org/10.29228/sssj.725 36
- Zacks, A., Cameron, D. F., & Abbey, D. S. (1970). *Public Attitudes Toward Modern Art*. ICOM (international council of museum), 22(3/4), 127-211. <https://icom.museum/en/ressource/public-attitudes-toward-modern-art/>

Etik Kurul Beyanı

Kurul adı: FMV Işık Üniversitesi Etik Kurul
Onay Tarihi: 04.12.2023
Sayı / Numara: E-32760440-050.01.04-32861

Çatışma Beyanı

Makalenin herhangi bir aşamasında maddi veya manevi çıkar sağlanmıştır.

Yayın Etiği Beyanı

Bu makalenin planlanmasından, uygulanmasına, verilerin toplanmasından verilerin analizine kadar olan tüm süreçte “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir. Bu araştırmanın yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamıştır. Bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.