

## KİTAP TANITIMI

**Güzin Ilıcak Aydınalp, *Müze İletişimi*, İstanbul: Akademik Kitaplar, 2019, ISBN: 978-605-9786-47-8. 216 sayfa**

**Gizem SİVRİKAYA<sup>1</sup>**

### **Sosyal Platform Olarak Müzelerde Halkla İlişkilerin Rolü ve Türkiye Müzelerinin Halkla İlişkiler Bağlamında Değerlendirilmesi**

Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanında öğretim üyesi olan Doç. Dr. Güzin Ilıcak Aydınalp, bu kitabında, müzeleri halkla ilişkiler perspektifi ile ele almaktadır. Yazar, temel olarak üç bölümden oluşan kitabında *Müzecilik ve Halkla İlişkiler*; *Müzelerde Halkla İlişkilerin Uygulama Alanları*; *Türkiye’de Müze Halkla İlişkilerinin İşleyişi* başlıklarına yer vermektedir.

Kitabın ilk bölümü olan *Müzecilik ve Halkla İlişkiler* başlığında öncelikli olarak, geçmişten günümüze müzenin tarihine

---

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi ABD, gizemsivrikaya55@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5923-785X>

değınilmektedir. Kitapta, müzenin günümüzdeki konumu, eğlence kültürü ve popülerleşme kavramlarıyla birlikte anılmakta ve yazar, müzelerin halkla ilişkiler ile olan bağıını bu konum üzerinden kurmaktadır. Yazar, bu temas noktasından yola çıkarak müzelerin kendini tanııtma, ifade etme gereksinimlerinin halkla ilişkiler alanı ile karşılanabileceğini ifade etmektedir. Müzeler ve halkla ilişkiler çalışmalarının kesişim alanı ise ikinci bölümde sunulmaktadır.

Kitabın en hacimli kısmı olan ikinci başlıkta, halkla ilişkiler bilim dalının müzelerdeki uygulama alanları ele alınmıştır. Bu noktada, müzenin kurum kimliğinden başlayarak müzenin imajı ve itibarına yönelik olan; gerek müzenin felsefesinin oturtulması gerekse müzenin misyon ve vizyonunun tutarlı hale getirilmesine ilişkin -bir diğer deyişle müzenin kendi yerini bulmasına yönelik olarak yapılması gereken- çalışmalardan söz edilmiştir. Belirtilen çalışmalarla bağlantılı olarak gerçekleştirilmesi beklenen medya, reklam, sponsorluk çalışmaları, marka yönetimi, teknoloji kullanımı gibi başlıklara da değinilen bu bölümde müzenin toplumu yönlendiren mesajlar vermesi fikrinden yola çıkıldığı görülmektedir. Bu noktada, kitapta sunulan bazı bilgilerin müzecilik alanında çalışan kişilerce ipucu veya kontrol listesi olarak kullanılabilmesi söylenebilir. Bunların yanı sıra müzede etkinlik yönetimi ve sosyal sorumluluk ile lobicilik, kriz iletişimi, kurum içi iletişim gibi başlıklara da değinilen kitapta halkla ilişkilerin görev yelpazesinin epey geniş olduğu görülmektedir. Bu geniş yelpaze içinde müzelerin ekonomi, hukuk, güvenlik, tanıtım gibi ihtiyaçları ile sosyal sorumlulukları arasındaki koordinasyonun ve en önemlisi sürekliliğın

sağlanmasının, halkla ilişkiler uzmanlarının müzelerde yer bulması ile mümkün kılınacağı söylenebilir.

Kitabın son bölümü olan *Türkiye’de Müze Halkla İlişkilerinin İşleyişi* başlığında ise Türkiye’deki müzecilik çalışmaları, halkla ilişkiler yönüyle ele alınmıştır. Bölümde, öncelikli olarak Osmanlı Devleti’ndeki müzecilik faaliyetlerinin günümüz halkla ilişkiler çalışmalarıyla örtüştüğü örnekler ele alınmıştır. Daha sonrasında ise Türkiye’deki müzeler, Cumhuriyet’in ilanından günümüze, halkla ilişkiler faaliyetleri açısından değerlendirilmiştir. Devlet müzeleri ile özel müzelerin ayrı başlıklar altında değerlendirildiği bu kısımda, halkla ilişkiler faaliyetleri içinde ele alınabilecek örneklere yer verilmiştir. Ayrıca yapılan çalışmaların eksikliklerine bütüncül bir bakış açısıyla değinilmiştir.

2010 yılında yapılan “Mükemmel Halkla İlişkiler Değişkenleri Bağlamında Türkiye’de Müze Halkla İlişkileri” adlı tez çalışmasının kitaplaştırılması ile ortaya çıkan kitapta yazılı kaynakların yanı sıra bazı müze uzmanlarıyla yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin de kullanıldığı görülmektedir. Bu anlamda kitabın, tezin yapıldığı yıl itibariyle Türkiye’deki müze halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir resmini sunduğu söylenebilir.

Değerlendirme sonrasında somut önerilere de yer verilen kitapta halkla ilişkilerin birçok farklı kişiyi, birimi, alanı, kurumu ve topluluğu bir araya getiren bir unsur olduğu görülmektedir. Müzelerin, insanlık tarihinin geçtiği yolların göstergesi niteliğindeki nesne ve eserlerle

ilgilenen arkeoloji, sanat tarihi, antropoloji, restorasyon ve konservasyon gibi alanları bir araya getiren bir mekan olarak tanındığı gözlemlenmektedir. Diğer yandan günümüzde müzelerin değeri, toplum için sağladığı yararlar ölçülmektedir. Bu noktada, müzedeki nesne ve eserler ile insan faktörü arasındaki ilişkinin kurulmasına yardımcı olan tasarım, psikoloji, eğitim, sosyoloji, iletişim bilimleri, halkla ilişkiler gibi alanların da müzelerin asli unsurları olduğunun altının çizilmesi önemlidir. Dolayısıyla müzelerin, bu büyük resim içinde halkla ilişkiler alanıyla birlikte irdelendiği bu kitabın, izleyiciyi merkeze alan çağdaş müzecilik anlayışı açısından ülkemiz adına önemli bir çalışma olduğu söylenebilir.