

Bölüm 5

ÇAĞDAŞ MÜZECİLİK ANLAYIŞI EKSENİNDE DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI

Emel DEMİR ASKEROĞLU¹

GİRİŞ

Geçmişten günümüze kültürel unsurların taşıyıcısı olarak müzeler, günümüzün teknolojik gelişmelerinden de etkilenerek, yeni uygulamalara yönelmiştir. Hızla gelişen iletişim teknolojileri ile müzecilik, alternatif uygulamalar ile değişen dünya koşullarına ayak uydurmaya çalışmaktadır. Örneğin küreselleşme sonucu, sanat eserlerinin tüm dünyayı gezme imkanı bulmasıyla birlikte geçici süreli sergiler mümkün olmakta ve dünyaca ünlü eserler meraklıları ile buluşmaktadır. Bir diğeri ise iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte, müzelerin dijitalleşmesidir. Mobil müzecilik, sanal müzeler ve online gösterimler, dijital rehberlik ve üç boyutlu gösteriler bu duruma örnek olarak verilebilir. Dijitalleşmeden bu denli etkilenen müzeler, hedef kitlelerine ulaşabilmek için de yeni iletişim biçimlerinden faydalanmaktadır. Var olan dijital imkanlar ile müzelerin halkla ilişkiler uygulamaları yeniden şekillenmiştir.

Halkla ilişkilerin en önemli unsuru olan hedef kitle, günümüz teknolojik gelişmeler ile birlikte farklı iletişim kanallarını kullanmaya başlamıştır. İnternet teknolojisinin hızla gelişmesi ve medya yakınsamasının yaygınlaşması ile birlikte özellikle genç nüfusa ulaşmak için yeni iletişim kanalları tercih etme gerekliliği doğmuştur. We Are Social ve Hootsuite verilerine göre Türkiye'de (2018); 81 milyon nüfusun %67'sini oluşturan 54.3 milyon internet kullanıcısı yer almaktadır. Bu nüfusun %51'ini oluşturan 51 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı, nüfusun %54'ünü oluşturan 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Verilere göre, insanlar internette günde ortalama 7 saat geçirmektedir (Dijilopedi, 2018). Tüm bu verilerden de anlaşılacağı üzere günümüz hedef kitesine ulaşmak için yeni seçenekler ve yöntemler bulmak gerekliliği doğmuştur. Müzeler hedef kitlelerine ulaşmak, gerçekleştirilen etkinlikleri duyurabilmek ve hedef kitlenin dikkatini çekebilmek için halkla ilişkiler uygulamalarını dijital ortamda gerçekleştirmek durumundadır.

¹ Öğr. Gör. Dr., Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, edemir@nku.edu.tr

KAYNAKLAR

1. Abrak, E. (2018) Spor Müzelerinin Dijital Halkla İlişkiler Çalışmalarına Yönelik Bir İnceleme: Beşiktaş JK Müzesi Örneği, *AJITe-Online Academic Journal of Information Technology*, 9(35).
2. Aşman Alikılıç, Ö. (2011) *Halkla İlişkiler 2.0 Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar Yeni Teknikler*, Efil Yayınevi, Ankara.
3. Cengiz, E. (2006) Müze Pazarlaması: Pazarlama Karması Elemanlarının Müzelere Uyarlanması, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C15(1), ss.87-108.
4. Keleş V. (2003). Modern Müzecilik ve Türk Müzeciliği, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1-2), <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423871935.pdf>
5. MiniaTürk Müzesi, 2019, <https://www.miniaturk.com.tr>
6. Okan, B. (2018). Günümüz Müzecilik Anlayışındaki Yaklaşımlar ve Müze Oluşumunu Etkileyen Unsurlar, *Tykhe Sanat ve Tasarım Dergisi*, 03(04), ss. 215-242.
7. Özgen E. (2012) Sosyal Medya ve Halkla İlişkilerde Değişen Medya Anlayışı, Ed.Kara T. ve Özgen E. *Sosyal Medya Akademi* içinde (9-20). Beta Yayınları:İstanbul.
8. Öztürk, M. &Ayman, M . (2013) Web Sayfalarının Halkla İlişkiler Amaçlı Kullanımı. *Selçuk İletişim*, 4(4), 57-66. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19014/200741>
9. Pelenk Özel, A. ve Yılmaz Sert N. (2015) *Dijital Halkla İlişkiler Kavram ve Araçları*, Derin Yayınları, İstanbul.
10. Peltekoğlu Balta F. (2018) Halkla İlişkiler Nedir?, 10. Baskı, Beta Yayınları: İstanbul.
11. Spiliopoulou, A., Mahony, S., Routsis, V., Kamposiori, C. (2014) Cultural institutions in the digital age: British Museum's use of Facebook Insights, Participations, *Journal of Audience & Reception Studies*, 11(1), ss.286-303.
12. Theocharidis, A., Nerantzaki, D.M., Vrana, V., Paschaloudis, D. (2014) Use of the web and social media by Greek museums, *International Journal of Cultural and Digital Tourism*, 2(2).
13. Topkapı Türk Dünyası Müzesi, 2019, <https://www.topkapiturkdunyasi.com>
14. Yerebatan Sarnıcı Müzesi, 2019, <https://www.yerebatan.com><https://www.panoramikmuze.com>