www.turkishstudies.net/turkishstudies

Turkish Studies

eISSN: 1308-2140

Research Article / Araştırma Makalesi

Pandemi Döneminde Ziyaretçi Yönetiminin Sanal Müzeler Aracılığıyla Şekillenmesi

Shaping Visitor Management Through Virtual Museums During The Pandemic Period

Hicran Hanım Halaç* - Büşra Sağlam Doruk**

Abstract: While visitor management is a planning made on visitor density when historical environments are accessible to the user, it has gained a different dimension with the inability to access these areas during the pandemic process. In this period, the historical environment and the fact that museums can only be visited in a virtual environment increased the interest in virtual museums, and it was seen that virtual museums were an important method in providing visitor management in these areas. The aim of this study is to determine the effect of virtual museums in providing visitor management in situations such as pandemics and disasters where accessibility to museums is restricted. For this purpose, one of the quantitative research methods, time series analysis method was used. With this method, the viewing data of the museums was determined by recording the number of views of the museums in the specified time period. The data were first recorded on April 3, 2020, and finally on June 5, 2020, and the weekly viewing numbers were entered in the table. As other factors that may affect the number of views, the status of virtual museums to be the subject of news and their priority encounters in search engines were also determined and their relationship with the number of views was investigated. Virtual museums were divided into news items and non-news items and the relationship between the number of views was examined. As a result of searching virtual museums with various keywords on Google and Yandex search engines, the relationship between the priority encounter and the number of views was determined. In the light of these data, it was concluded that there was a significant increase in the number of virtual museum views during the pandemic process and that the priority status of the news and search engines was related to the number of views of virtual museums.

Structured Abstract: Visitor management can be expressed as an arrangement made to control the visitor circulation. This type of management multiplies its importance and gains a different dimension when it comes to historical environments. The reason for this is that in historical environments, visitor management is not only the control of human movement, but also includes visitor effects. However, today, the concept of visitor management has gained another dimension and has come to the fore for situations where visitors do not have access to these areas. With the declaration of the Covid-19 epidemic as a pandemic on December 31, 2019, lifestyles have been reshaped. Schools have switched to distance education, places such as cinema restaurants and museums have been closed to use. The restriction of access to museum venues during the

* Doç. Dr., Eskişehir Teknik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü

Assoc Prof., Eskişehir Technical University, Faculty of Architecture and Design

ORCID 0000-0001-8046-9914

hhhalac@eskisehir.edu.tr

** Doktora Öğrencisi, Eskişehir Teknik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü

PhD student, Eskişehir Technical University, Faculty of Architecture and Design

ORCID 0000-0002-8989-8616

saglambusra7@gmail.com

Cite as/ Atıf: Halaç, H. H. & Doruk, B. S. (2021). Pandemi döneminde ziyaretçi yönetiminin sanal müzeler aracılığıyla şekillenmesi. *Turkish Studies*, 16(4), 1261-1277. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.50048>

Received/Geliş: 21 March/Mart 2021

Checked by plagiarism software

Accepted/Kabul: 25 August/Ağustos 2021

Published/Yayın: 30 August/Ağustos 2021

CC BY-NC 4.0

pandemic period increased the tendency for a different field of activity for visitors, and virtual museum visits increased day by day. . During this period, the historical environment and museums can only be visited in a virtual environment, which increased the interest in virtual museums, and it was seen that virtual museums were an important method in providing visitor management in these areas. In this study, it is aimed to determine the effect of virtual museums in providing visitor management in situations such as pandemics and disasters where accessibility is restricted or even disappeared. In addition to this purpose, news and search engines were included in the research in order to determine the situations where the number of views depends on the virtual museum visits and to see how effective they are. In the first part of the study, the concepts of visitor management and virtual museum are explained with a literature review, and the effect of virtual museum applications on visitor management is discussed. In the second part of the research, in order to reveal the visitor management in virtual museums, the time series analysis method, which is one of the quantitative research methods, was used to determine the number of views of virtual museums in a certain time period. A list of museums with a virtual museum created in Turkey reached 32 when the museum is kept within their scope of monitoring data to reach 28 of them. With this method, the number of views of museums in the specified time interval was recorded and the viewing data within the process was measured directly by observation. The data were first recorded on April 3, 2020, and finally on June 5, 2020, and the weekly viewing numbers were entered in the table. As other factors that may affect the number of views, the status of virtual museums as the subject of the news as well as the priority encounters in search engines were determined and their relationship with the number of views was investigated. Virtual museums were divided into news items and non-news items and the relationship between the number of views was examined. As a result of searching virtual museums with various keywords on Google and Yandex search engines, the relationship between the priority encounter and the number of views was determined. In line with the data obtained, weekly increases of the number of viewers were determined and the weekly averages of virtual museums and the average of individual increases of virtual museums were calculated. In the light of weekly increases in the number of viewing virtual museums, it was determined that the Hagia Sophia Museum, Dolmabahçe Palace and Topkapı Palace remained above the average in all weeks. In order to examine the status of virtual museums in the news, the news about virtual museum applications were followed in the determined date range, the relationship of the news with the number of views was investigated, and the news about the virtual museum was scanned through search engines. A data table was created by recording the publication dates of the news and the museums mentioned in these news. According to the data, while Göbeklitepe is the most seen virtual museum with 5 news items, the Anatolian Civilizations Museum and Ephesus Museum are the other virtual museums with the most news. When the viewing graphics of museums seen in the news and the news published about virtual museums are crossed, it is seen that the number of views of virtual museums shows a fluctuating distribution during the period of follow-up, but it is seen that the number of viewers generally increased and the concentration of the virtual museum topic in the news was in the same period.

In the last step, it was aimed to determine the relationship between the priority encounter situation and the number of views as a result of searching the virtual museums with various keywords in the search engines that are used extensively. As a result of the research carried out in this direction, Hagia Sophia Museum became the first museum encountered in 3 different keywords in the search made in the search engine "Google", while it was the first museum encountered with 1 keyword in the search engine "Yandex". At the same time, the Hagia Sophia museum has become the second place with all other keywords in Yandex searches. Hagia Sophia Museum is one of the museums with the highest number of views in the weeks of observation.

In the light of these data, it was concluded that there was a significant increase in the number of virtual museum views during the pandemic process and that the priority status of the news and search engines was related to the number of views of virtual museums. Although virtual museums have an important place in ensuring visitor accessibility, it is a matter of concern that these museums are developed and used effectively in processes such as pandemics. In the next stage of the study, the effects of the virtual tour contents on the visitor management can be analyzed, together with the status of their appearance in the evaluated news and their relationship with the priority encounters in search engines.

Keywords: Sociology, visitor management, visitor effects, virtual tour, virtual museum, pandemic

Öz: Ziyaretçi yönetimi, tarihi çevrelerin kullanıcı için erişilebilir olduğu durumlarda ziyaretçi yoğunluğu üzerinde yapılan bir planlamayken, pandemi sürecinde bu alanlara erişimin mümkün olmaması ile farklı bir boyut kazanmıştır. Bu dönemde tarihi çevre ve müzelerin sadece sanal ortamda ziyaret edilebilir olması sanal müzelere olan ilgiyi arttırmış, bu alanlarda ziyaretçi yönetimi sağlamada sanal müzelerin önemli bir yöntem olduğu görülmüştür. Bu çalışmada amaç, müzelere erişilebilirliğin kısıtlandığı pandemi, afet gibi durumlarda ziyaretçi yönetiminin sağlanmasında sanal müzelerin rolünü tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda nicel araştırma yöntemlerinden zaman serisi analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemle, belirlenen zaman aralığında müzelerin izlenme sayıları kaydedilerek süreç içerisindeki izlenme verileri tespit edilmiştir. Veriler ilk olarak 3 Nisan 2020, son olarak 5 Haziran 2020 tarihlerinde kaydedilerek haftalık olarak izlenme sayıları tabloya girilmiştir. Bu izlenme sayılarını etkileyebilecek diğer unsurlar olarak sanal müzelerin haberlere konu olma durumları ile arama motorlarında öncelikli karşılaşılma durumları da belirlenerek izlenme sayıları ile ilişkisi araştırılmıştır. Sanal müzeler haberlere konu olanlar ve olmayanlar olarak ayrılmış, incelenen haberlerin yayınlanma tarihleri ile takibi yapılan izlenme sayılarının tarihsel süreci arasındaki ilişki incelenmiştir. Google ve Yandex arama motorlarında sanal müzelerin çeşitli anahtar kelimelerle aratılması sonucu öncelikli karşılaşılma durumu ile izlenme sayıları arasındaki ilişkinin tespiti yapılmıştır. Bu veriler ışığında pandemi sürecinde sanal müze izlenme sayılarında önemli bir artışın gözlemlendiği ve haberler ile arama motorlarındaki öncelik durumu ile sanal müzelerin izlenme sayılarının ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyoloji, ziyaretçi yönetimi, ziyaretçi etkileri, sanal tur, sanal müze, pandemi

Giriş

Ziyaretçi yönetimi, günümüzde en çok üzerinden durulması gereken konulardan biridir. Ziyaretçi yönetimi, korunan alanlarda ziyaretçi kaynaklı istenmeyen etkileri en aza indirmeyi hedefleyen, ziyaretçilerin alandan en üst düzeyde memnun ayrılmasını sağlayan bir yöntemdir (Düzgüneş & Demirel, 2018: 105). Pedersen, ziyaretçi yönetiminin gerekliliği üzerine yaptığı araştırmasında ziyaretçi yönetim stratejilerini pek çok hedef ile ilişkilendirmiştir. Bunlar; ziyaretçi sayılarının düzenlenmesine yönelik, belirli bölgelerin kullanımını düşürmeye yönelik, ziyaretçi hareketlerini düzenlemeye yönelik, alan yöneticilerinin ziyaretçilerin belirli aktivitelere katılımını teşvik etmesine yönelik, alanın fiziksel yapısının ziyaretçi etkilerine karşı daha dayanıklı hale getirilmesine yönelik, ziyaretçiler arası çatışmayı azaltmaya yönelik, yerel halk ve topluluklar arasında çatışmayı azaltmaya yönelik olarak ifade etmektedir (Pedersen, 2002: 65).

Doğal, kültürel, tarihsel ve dinsel alanlar gibi korunan alanlarda ziyaretçi kullanımının denetlenmemesi ve ziyaretçi kullanımı sonucu oluşan olumsuz durumlara yaptırım uygulanmaması gibi alan yönetimiyle ilgili problemler, korunması gerekli bu değerlerin negatif yönde etkilenmesine sebep olmaktadır. Dinsel mekanlar gibi hassas alanlarda ise ziyaretçi beklentisi ile bu beklentinin karşılanması durumunun dengede tutulması ve negatif etkilerinin en aza indirgenmesi yalnızca ziyaretçi kapasitesinin bilinmesi ve yönetilmesi ile mümkün olmaktadır (Akten vd., 2012:58). Yıllar içerisinde, doğal, kültürel ya da dinsel açıdan önemli bulunan korunması gereken alanlara yönelik beklenti ve buna bağlı olarak ortaya çıkan ziyaretçi sayılarının artışı, bu değerler üzerinde olumsuz etkilere sebep olmuştur. Bu değerlerin aşırı ve yanlış şekilde kullanımı, değerlere pek çok yönden zarar vermiş ve sonucunda ziyaretçi memnuniyetinde düşüşler meydana getirmiştir (Göktuğ & Kurkut, 2016).

Ziyaretçi yönetimi ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında bu kavramın tümüyle tarihi çevre ve yapıların fiziksel kullanımı sonucu ortaya çıkabilecek durumlar ile ilgili olarak tartışıldığı görülmektedir. Ziyaretçi yönetiminin, alanının değerinin anlaşılması, alana pozitif etkinin artırılması, mevsimselliğin azaltılması gibi amaçlar doğrultusunda şekillendiği görülmektedir (Düzgüneş & Demirel, 2018: 105). Ancak günümüzde tarihi çevre ve yapıların fiziksel olarak erişilebilir olduğu durumlarla birlikte bu alanların ziyaret edilemediği durumlar için de erişilebilirliğini ve ziyaretçi yönetimini sağlamak gerekmektedir.

Covid-19 salgını, 30 Ocak 2020 tarihinde “Uluslararası Öne Sahip Halk Sağlığı Acil Durumu” olarak ilan edilmiştir. 11 Şubat 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü’nün, salgını pandemi ilan etmesiyle birlikte alışılmışın dışında bir yaşam biçimi gündeme gelmiştir. Türkiye bu sürece 11 Mart tarihinde ilk vakanın görülmesiyle dahil olmuş, salgından korunmak adına alınan tedbirlerle birlikte günlük yaşantıda pek çok değişiklik gündeme gelmiştir. Okullar uzaktan eğitim sürecine başlamış, sinema, restoran gibi pek çok toplanma mekanı kullanıma kapatılmış, sokağa çıkma yasağı ilan edilerek salgının bulaşma riski en aza indirilmeye çalışılmıştır.

Pandemi döneminin etkilediği ve erişim kısıtlılığı yaşanan bir diğer faaliyet alanı müzeler olmuştur. ICOM, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu, Amerikan Müzeler Birliği, Avrupa Müzeleri Organizasyon Ağı başta olmak üzere, müzecilikle ilgili birçok kurum ve kuruluş tarafından, pandeminin müzelere etkisi ile ilgili pek çok çalışma yürütülmüş, çevrimiçi toplantılarda bu konu tartışılmıştır (Ertürk, 2020: 392). Yapılan bir çalışmada Mart-Haziran 2020 döneminde ziyaretçilerin fiziksel erişiminin kısıtlandığı müzelerin bu krizi sanal ve dijital uygulamalarla nasıl yönettikleri ile ilgili nitel ve nicel verilere ulaşmak amaçlanan bir çalışma yürütülmüştür. (Erkmen vd., 2020: 283).

Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’na, belediyelere, vakıflara ait müzeler Mart ayı ortasında kapatılmış, ilk kararda 16 Mayıs’a kadar iki ay süre ile kapatıldığı belirtilen müzelerin, ikinci bir kararla 1 Haziran’a kadar kapalı kalacağı açıklanmıştır (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-52751379>, 2020). Dünya genelinde varlık gösteren pandemi, müzelerin erişilebilirliğini engellemiş, müzelerin tamamının ziyaretçiyle ilişkisini kesmiştir. Sanal müzeler, müzelere fiziksel erişimin kısıtlandığı bu dönemde, müzelerin hiç olmadığı kadar erişilebilir olmasını sağlamıştır (Aksoy, 2020). Sanal müzelerin yanında, çok sayıda müze, sivil toplum kuruluşu, üniversite ve dernek, Instagram, Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal medya hesapları aracılığıyla müzecilik konusunda düzenledikleri webinarlar, sohbetler, çalıştaylar ve konferanslarla bu süreci “yeni medya” aracılığıyla yönetmişlerdir (Akyol, 2020: 79).

Çalışmanın Amacı ve Önemi

Çağdaş müzecilik anlayışıyla yeniden şekillenen kültür temsilcisi müzelerin sanal ortamda gezilmesi durumu gün geçtikçe artmaktayken, pandemi döneminde varlık göstermeye çalışan kültür faaliyetleri kapsamında pek çok sanal müze erişime açılmıştır. Bu noktada sanal müzeler, dünyanın her bir bölgesindeki müzeler ile ziyaretçiler arasında mesafeyi kaldırmış, pandemiden etkilenmeden müzelerin ziyaretçileri ağırlaması sağlanmıştır. “Google Trends” verilerine bakıldığında Türkiye’de sanal müze konusunda yapılan aramalarda pandemi döneminde ciddi bir artış olduğu görülmektedir (Şekil 1). Sanal müzelere olan ilginin artması ve faaliyetlerin dijital ortamda sürdürülmesi üzerine bu dönemde ülkemizde de Kültür ve Turizm Bakanlığı bir çalışma yürüterek çeşitli il ve ilçelerdeki müzelere ait sanal müzelerin erişime sunulduğu bir internet sitesi oluşturmuştur (<https://sanalmuze.gov.tr/>).

Şekil 1. Google Trends Verilerine Göre “Sanal Müze” Arama İlgisi

Bu çalışmanın problemi, pandemi döneminin yaşantı üzerinde meydana getirdiği yeni düzen ile müze ziyaretlerinin sanal müzeler aracılığıyla yapıyor olması durumunda sanal müze uygulamalarının ziyaretçi yönetimini sağlamada bir yöntem olarak kullanılabilirliğini tartışmaktadır. Bu çalışmada müzelerde ziyaretçi yönetiminin sağlanmasında sanal müzelerin etkisini görmek amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda pandemi döneminde sanal müze uygulamalarının izlenme sayıları ile bu sayıların artış oranlarını belirlenmiştir. Sanal müzelerin izlenme sayılarının bağlı olduğu durumları tespit edilmek amacıyla takip edilen dönemde haberler, yeni meyda ve arama motorları da gözlemlenmiştir. Araştırmanın kapsamını Türkiye’de sanal müzesi olan 32 müze oluşturmaktadır. Müzelerin izlenme sayılarına erişim, belirlenen internet sitesi¹ üzerinden sağlandığından izlenme sayılarına erişilebilen 28 sanal müze kapsam dahilinde tutulmuştur. Sanal müzelerinin tamamının izlenme sayılarına kendi internet siteleri üzerinden erişilemediğinden, incelenen sanal müzelerin izlenme sayılarına ulaşılabilen bu internet sitesi seçilmiştir. Ayrıca tek bir platform üzerinden incelemenin yapılması, ziyaretçilerin sitelere erişimi, sitelerin arayüzünün kullanılabilirliği gibi diğer etkenleri ortadan kaldırdığından tercih sebebi olmuştur.

Yöntem

Araştırma modeli

Çalışmanın ilk bölümünde literatür taraması ile ziyaretçi yönetimi ve sanal müze kavramları açıklanmış, sanal müze uygulamalarının ziyaretçi yönetimine etkisi tartışılmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde sanal müzelerde ziyaretçi yönetimini ortaya koymak adına belirli bir zaman aralığında sanal müzelerin izlenme sayılarını belirlemek amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden zaman serisi analizi yönteminden yararlanılmıştır. Araştırma konusu olan büyüklüğün zaman içindeki bir dizi ölçümlerinin oluşturduğu diziye zaman serisi adı verilmektedir. Zaman serisi ile yapılan inceleme amaç; gözlem yapılan zaman aralığında temsil edilen gerçek bilginin anlaşılmasıdır (Allen, 1951). Böylelikle zaman içerisindeki durum tespit edilerek gelecek zaman dilimi ile ilgili öngöründe bulunulabilmektedir.

¹ <https://www.360tr.com/>

Çalışmada elde edilen veriler zaman içerisinde süreklilik göstermediğinden ve sadece pandemi döneminde belirli periyotlarla toplanan veriler üzerine kurulu olduğundan kesikli zaman serisi olarak nitelendirilebilir.

Evren ve Örneklem

Araştırmada Türkiye’de bulunan sanal müzeler evreni oluşturmaktadır. Müzelerin bir listesi yapıldığında 32 müzeye ait sanal tur uygulaması bulunmuştur. Bu müzeler Sanal müzeler: Anadolu Medeniyetler Müzesi, Ankara Resim ve Heykel Müzesi, Antalya Müzesi, Ayasofya Müzesi, Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi, Burdur Arkeoloji Müzesi, Antalya Etnografya Müzesi, Konuralp Müzesi, Muğla Müzesi, Edirne Müzesi, Efes Müzesi, Kariye Müzesi, Jandarma Müzesi, S.O.K.M. Müzesi, Sabancı Müzesi Önü, Mardin Müzesi Önü, Mevlana Müzesi, 15 Temmuz Hafıza Müzesi, Side Müzesi, Milli Parklar Müzesi, Türk İslam Eserleri Müzesi, Kapadokya Karanlık Kilise, Anamur Müzesi, Anıtkabir, İstanbul Kız Kulesi, Dolmabahçe Sarayı, Topkapı Sarayı, Göbeklitepe, Panorama 1453 Tarih Müzesi, İstanbul Oyuncak Müzesi, Rahmi Koç Müzesi’dir.

Bu sanal müzelerden araştırmada incelenecek izlenme sayılarına erişim sağlanan 28 müze araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. İzlenme sayıları takip edilen sanal müzelerin kentlere göre dağılımı Şekil 2’de verilmiştir. Haritada kullanılan renkler kentlerde araştırmaya dahil edilen müze sayısının yoğunluğuyla doğru orantılı olarak koyulaşmaktadır.

Şekil 2. Sanal Müzesi Bulunan Müzelerin İllere Göre Dağılımı

Şekil 2’ye göre çalışmada yer verilecek müzelerin 8’i İstanbul, 5’i Ankara, 3’ü Antalya, 2’si Muğla’da bulunmaktadır. Burdur, Çanakkale, Düzce, Edirne, İzmir, Konya, Mardin, Mersin, Nevşehir ve Şanlıurfa’da 1’er müze araştırma kapsamında tutulmuştur.

Verilerin Toplama ve Analiz

Bu çalışmada belirlenen internet sitesi üzerinden araştırma örneklemini oluşturan sanal müzelerin belirli zamanlarda izlenme verileri doğrudan doğruya gözlem yapma yoluyla ölçülmüştür. Belirlenen örnekleme ait tüm verilerin toplanması mümkün olmadığından örneklem üzerinde yapılan çalışmada belirlenen müzelerin izlenme sayıları belirlenen tarihler arasında haftalık olarak yapılmıştır. Veriler ilk olarak 3 Nisan 2020, son olarak 5 Haziran 2020 tarihlerinde kaydedilerek haftalık olarak izlenme sayıları tabloya girilmiştir.

Haberlerin sanal müzelerin izlenme sayılarındaki etkisini gözlemleyebilmek, bu çalışmada bir diğer amacı oluşturduğundan, çalışmada belirlenen zaman aralığında incelenen müzelerle ilgili

yapılan haberlerle ilgili veriler toplanmış, bu haberlerle sanal müzelerin izlenme sayıları ilişkisi araştırmaya dahil edilmiştir.

Çalışmanın bir diğer bölümünü incelenen müzelerin arama motorlarında öncelikli olarak karşılaşımla durumu ile izlenme sayıları arasında bir ilişkinin varlığını araştırmaktır. Bu amaçla Google ve Yandex arama motorlarında çeşitli anahtar kelimelerle aramalar yapılarak araştırma dahilindeki müzelerin karşılaşımla durumu araştırılmıştır.

Bulgular

Müzelerin İzlenme Sayılarının Analizi

Sanal müzelerin izlenme verileri 03.04.20 ile 08.05.20 tarihleri arasında haftalık olarak ölçülmüştür. Elde edilen veriler doğrultusunda izlenme sayılarının haftalık artışları belirlenmiş ve sanal müzelerin haftalık ortalamaları ile sanal müzelerin bireysel olarak artışlarının ortalamaları hesaplanmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. Müzelerin İzlenme Sayılarının Haftalık Artışları

Müzeler/Haftalar	03.04	10.04	17.04	24.04	01.05	08.05	15.05	22.05	29.05	ORT.
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	10.04	17.04	24.04	01.05	08.05	15.05	22.05	29.05	05.06	
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	
	hafta	hafta	hafta	hafta	hafta	hafta	hafta	hafta	hafta	
Anadolu Medeniyetler Müzesi	2794	10504	80484	53976	19092	19158	19158	25110	10896	26797
Ankara Resim ve Heykel Müzesi	21036	13188	18888	28908	11820	4018	4018	20198	6612	14298
Antalya Müzesi	156	132	348	384	132	97	97	131	132	179
Ayasofya Müzesi	63192	29424	49860	56856	16956	51070	51070	27890	19632	40661
Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi	14844	8028	21996	21540	6276	12360	12360	3924	4332	11740
Burdur Arkeoloji Müzesi	108	72	216	204	120	51	51	93	72	110
Efes Müzesi	3470	4579	34320	41856	10056	16896	29484	15132	10632	18492
Mevlana Müzesi	13524	7464	11136	13224	2976	9004	14624	7464	2904	9147
Anıtkabir	1284	900	3264	1836	1260	1067	1021	720	648	1333
Dolmabahçe Sarayı	34512	16596	26748	34464	9324	18465	15651	17064	7728	20061
Topkapı Sarayı	39252	23124	41940	55944	21132	27625	17171	24264	13536	29332
Göbeklitepe	3835	17021	79896	12619	21984	31889	31279	36816	15216	40459
Antalya Müzesi – Etnoğrafya	6888	2832	3432	3660	792	1566	834	744	396	2349
Konuralp Müzesi	696	48	216	132	132	62	82	72	60	167
Muğla Müzesi	119	132	324	265	167	139	53	228	144	175
Edirne Müzesi	4620	2484	4824	5136	1992	2449	2267	3492	4908	3575
Kariye Müzesi	288	192	144	336	132	104	256	96	84	181
Jandarma Müzesi	6732	3684	5856	10128	2928	3724	2972	6660	2304	4999
S.O.K.M. – Müzesi	96	48	132	84	48	41	79	48	48	69
Sabancı Müzesi	6264	2532	4572	6360	2088	2579	2257	2952	1740	3483
Önü										
Mardin Müzesi Önü	5148	3156	5328	6180	1500	1991	2389	2676	1812	3353
15 Temmuz Hafıza	96	108	180	156	108	88	140	156	132	129

Müzesi										
Side Müzesi	24	48	96	84	72	96	72	48	60	67
Milli Parklar Müzesi	1644	348	780	2088	264	92	196	228	144	643
Türk İslam Eserleri Müzesi	2895	1827	14104	75	129	50	70	96	48	2144
Kapadokya Karanlık Kilise Anamur Müzesi	14352	6024	10188	16056	4812	12592	4508	7896	3540	8885
İstanbul Kız Kulesi	180	300	564	252	180	157	179	144	144	233
	156	432	720	576	228	376	176	240	120	336
ORTALAMA	8864	5544	15020	17391	4882	7779	7590	7306	3858	

03.04.20 tarihi ile 10.04.20 tarihleri arasında sanal müzelerin izlenme sayılarının ortalaması 8.864'tür. İncelenen müzelerin 21 tanesi ortalamanın altında kalırken 7 sanal müze ortalamanın üstündedir. 10.04.20 tarihi ile 17.04.20 tarihleri arasında izlenme sayılarının ortalaması 5.544'tür. Bu tarihlerde 18 müze ortalamanın altında kalırken 10 müze ortalamanın üzerinde izlenme sayısına sahip olmuştur. 17.04.20 ile 24.04.20 tarihlerinde yapılan araştırmada izlenme sayıları ortalaması 15.020'ye yükselmiştir. Bu tarihlerde 20 müze ortalamanın altında kalırken sadece 8 müze ortalamanın üzerinde kalmıştır. 24.04.20 ile 01.05.20 tarihleri arasında sanal müzelerin izlenme sayılarının ortalamasının 17.392'e çıktığı gözlemlenmiştir. Bu hafta içerisinde 19 müze ortalamanın altında kalmış, 9 müze ortalamanın üzerinde izlenme sayısına ulaşmıştır. 01.05.20 tarihi ile 08.05.20 tarihlerinde müzelerin izlenme sayısı ortalaması 4.882'ye gerilemiştir. Bu haftada 19 müze ortalama altında kalırken 9 müzenin ortalama üzerinde olduğu tespit edilmiştir. 08.05.20 ile 15.05.20 tarihleri arasında izlenme ortalaması 7.779 olmuş, bu haftada da önceki iki haftada gözlemlendiği gibi 19 müze ortalama altında kalırken 9 müze ortalama üzerinde izlenme sayısına ulaşmıştır. 15.05.20 ile 22.05.20 tarihlerinde izlenme sayısı ortalaması 7.590 olmuş, 20 müze ortalama altında kalırken 8 müze ortalama üzerinde kalmıştır. 22.05.20 ile 29.05.20 tarihleri arasında sanal müzelerin izlenme sayıları ortalaması 7.306'dır. Bu tarihlerde 19 müze ortalama altında kalırken 9 müze ortalama üzerinde kalmıştır. İzlenme verilerinin gözlemlendiği son hafta olan 29.05.20 tarihi ile 05.06.20 tarihi arasında müzelerin izlenme sayılarına ait ortalamanın 3.858'e gerilediği görülmektedir. Bu haftada 19 müze ortalama altında kalmış, 9 müze ortalama üzerinde izlenme sayısına ulaşmıştır.

Sanal müzelerin izlenme sayılarının haftalık artışları ışığında, gözlemlenen tüm haftalarda ortalama üzerinde kalan 3 müze olduğu tespit edilmiştir. Ayasofya Müzesi, Dolmabahçe Sarayı ve Topkapı Sarayı izlenme verileri tespit edilen tüm haftalarda ortalama üzerinde kalmıştır. Anadolu Medeniyetler Müzesi, Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi ve Göbeklitepe izlenme sayıları belirlenen 9 hafta içerisinde 8 hafta ortalama üzerinde kalmıştır. Ankara Resim ve Heykel Müzesi ve Efes Müzesi 7 hafta ortalama üzerinde kalırken Mevlana Müzesi 6 hafta ortalama üzerinde izlenme sayısına ulaşmıştır.

İzlenme sayılarındaki artış tablosundan elde edilen bir diğer veri ise gözlemlenen sanal müzelerin belirlenen haftalar aralığında izlenme ortalamaları ve haftalara göre bu ortalama değere karşı durumudur. Anadolu Medeniyetler Müzesinin 9 hafta boyunca elde edilen izlenme verileri ışığında ortalama 26.797 kez izlendiği ve 2 hafta bu ortalamanın üzerinde izlenme sayısına sahip olduğu görülmektedir. Ankara Resim ve Heykel Müzesi 14.298 izlenme sayısı ortalamasına sahipken, 4 hafta ortalama üzerinde izlenme sayısına eriştiği gözlenmektedir. Antalya Müzesi 179 izlenme ortalaması ile 2 hafta bu ortalamanın üzerinde izlenme sayısına sahip olmuştur. En çok izlenme sayısına sahip sanal müzelerden biri olan Ayasofya Müzesi, belirlenen tarih aralığında ortalama 40.661 defa izlenmiş, 4 haftalık bir süreçte bu ortalamanın üzerinde izlenme sayısına erişmiştir. Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi 11.740 izlenme ortalamasıyla 3 haftalık süreçte bu ortalamanın üzerinde izlenmiştir. Burdur Arkeoloji Müzesi 110 izlenme ortalaması ile 3 hafta ortalama üzerinde

kalmıştır. Efes Müzesi ortalama 18.492 defa izlenmiş, takip edilen 9 haftada 3 hafta boyunca ortalama üzerinde izlenme sayısına sahip olduğu görülmüştür. Mevlana Müzesi, 9.147 izlenme ortalamasıyla 4 hafta, Anıtkabir 1.333 izlenme ortalamasıyla 2 hafta, Dolmabahçe Sarayı 20.061 izlenme sayısı ile 3 hafta, Topkapı Sarayı, 29.332 izlenme ortalamasıyla 3 hafta ortalama üzerinde kalmıştır. Göbeklitepe, gözlemlenen müzeler içerisinde en çok izlenme sayısına sahip müzelerden biri olarak 40.459 izlenme ortalamasına eriştiği görülmektedir. Kaydedilen haftalarda 2 hafta ortalama üzerinde izlenme sayısını elde ettiği gözlemlenmektedir. Antalya Etnografya Müzesi 2349 izlenme ortalamasıyla 4 hafta, Konuralp Müzesi 167 ortalama ile 1 hafta, Muğla Müzesi 175 ortalama ile 3 hafta, Edirne Müzesi 3575 ortalama ile 4 hafta, Kariye Müzesi 181 ortalama ile 4 hafta ortalama üzerinde izlenmiştir. Jandarma Müzesi 4.999 izlenme ortalamasıyla 4 hafta, S.K.O.M. Müzesi 69 izlenme ortalamasıyla 4 hafta, Sabancı Müzesi Önü 3.483 ortalama ile 3 hafta, Mardin Müzesi Önü 3.353 ortalama ile 3 hafta, 15 Temmuz Hafıza Müzesi 129 ortalama ile 5 hafta, ortalama üzerinde izlenme sayısına ulaşmıştır. Side Müzesi 67 ortalama ile 5 hafta, Milli Parklar Müzesi 643 izlenme ortalamasıyla 3 hafta, Türk İslam Eserleri Müzesi 2.144 izlenme ortalamasıyla 1 hafta, Kapadokya Karanlık Kilise 8.885 ortalama ile 4 hafta, Anamur Müzesi 233 ortalama ile 3 hafta ve İstanbul Kız Kulesi 336 izlenme ortalamasıyla 4 hafta ortalama üzerinde izlenme sayısına sahip olmuştur.

Sanal Müzelerin Haberlere Konu Olma Durumu

Yeni medya, sanal müzelerin izlenme sayıları üzerinde oldukça etkili bir kaynaktır. Çeşitli zamanlarda yapılan gazete haberleri, sosyal medyada yapılan paylaşımlar veya iletişim kanalları üzerinden gönderilen bilgilendirme mesajları bu müzelere ilginin artmasını ve bununla bağlantılı olarak izlenme sayısında yükselişi sağlamaktadır. Bunun tespitinin yapılabilmesi ve doğruluğunun araştırılması adına belirlenen tarih aralığında sanal müze uygulamaları ile ilgili haberler takip edilerek haberlerin izlenme sayıları ile ilişkisi araştırılmıştır.

Bu doğrultuda çalışma yapılan zaman aralığında belirlenen tarihlerde Google arama motoru üzerinden “sanal müze” anahtar kelimesiyle arama yapılmış, haberler sekmesine girilerek güncel haberler tespit edilmiştir. Konu ile ilgili yapılan haberler, haberlerin yayınlanma tarihleri ve bu haberlerde adı geçen müzeler kayıt altına alınarak veri tablosu oluşturulmuştur (Tablo 2).

Tablo 2. Sanal Müzelerin Haberlerde Görülme Durumu

Müzeler/Haftalar	17.04.2	22.04.2	23.04.2	25.04.2	28.04.2	22.05.2	04.06.2	Topla m
Anadolu Medeniyetler Müzesi	1	0	0	1	1	1	0	4
Ankara Resim ve Heykel Müzesi				1				1
Antalya Müzesi	1			1		1		3
Ayasofya Müzesi			1	1				2
Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi				1				1
Burdur Arkeoloji Müzesi				1				1
Efes Müzesi	1			1	1	1		4
Mevlana Müzesi				1				1
Anıtkabir			1					1

Dolmabahçe Sarayı				1				1
Topkapı Sarayı				1			1	2
Göbeklitepe	1	1	1		1	1		5
Haberlerde Görülen Müze Sayısı	4	1	3	10	3	4	1	

Tablo 2'ye göre izlenme sayıları incelenen 28 sanal müzeden 12 sanal müzenin takibi yapılan zaman aralığında haberlerde görüldüğü tespit edilmiştir. Haberlerde en çok görülen sanal müze 5 haber ile Göbeklitepe olurken, 4 haber ile Anadolu Medeniyetleri Müzesi ve Efes Müzesi en fazla haberde rastlanılan diğer sanal müzelerdir. Bu sanal müzeleri takip eden diğer müzeler 2 haberde görülme durumuyla Antalya Müzesi ve Ayasofya Müzesidir. 6 sanal müze 1 haberde görülerek en az haberde görülen müzeler olmuştur.

Haberlerde görülen müzelere ait izlenme sayıları haftalık olarak kaydedilmiş ve bu sanal müzelerin takibi yapılan süre içerisindeki izlenme sayılarının toplamı ve ortalamaları hesaplanmıştır (Tablo 3)

Tablo 3. Haberlerde Görülen Müzelerin Belirlenen Tarih Aralığında İzlenme Sayıları

Müzeler/ Haftalar	Toplamı									
	03.04- 10.04 1. hafta	10.04- 17.04 2. hafta	17.04- 24.04 3. hafta	24.04- 01.05 4. hafta	01.05- 08.05 5. hafta	08.05- 15.05 6. hafta	15.05- 22.05 7. hafta	22.05- 29.05 8. hafta	29.05- 05.06 9. hafta	Toplam
Anadolu Medeniyetler Müzesi	2794	10504	80484	53976	19092	19158	22054	25110	10896	241172
Ankara Resim ve Heykel Müzesi	21036	13188	18888	28908	11820	4018	4550	20198	6612	128686
Antalya Müzesi	156	132	348	384	132	97	105	131	132	1609
Ayasofya Müzesi	63192	29424	49860	56856	16956	51070	34087	27890	19632	365950
Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi	14844	8028	21996	21540	6276	12360	7837	3924	4332	105660
Burdur Arkeoloji Müzesi	108	72	216	204	120	51	89	93	72	987
Efes Müzesi	3470	4579	34320	41856	10056	16896	29484	15132	10632	166425
Mevlana Müzesi	13524	7464	11136	13224	2976	9004	14624	7464	2904	82320
Anıtkabir	1284	900	3264	1836	1260	1067	1021	720	648	12000
Dolmabahçe Sarayı	34512	16596	26748	34464	9324	18465	15651	17064	7728	180552
Topkapı Sarayı	39252	23124	41940	55944	21132	27625	17171	24264	13536	263988
Göbeklitepe	3835	17021	79896	126192	21984	31889	31279	36816	15216	364128
Toplam	198007	131032	369096	435384	121128	191700	195984	178806	92340	

Verilen tabloda haberlerde görülen sanal müzelerin toplam izlenme sayılarına bakıldığında en çok izlenen müzenin 365.950 ile Ayasofya Müzesinin olduğu görülmektedir. Ayasofya müzesini 332.343 izlenme sayısı ile Göbeklitepe ve 253.259 ile Topkapı Sarayı takip etmektedir. Haberlerde görülen müzelerden en az izlenen müze 987 izlenme sayısı ile Burdur Arkeoloji Müzesi'dir.

Haberlerde görülen müzelerin izlenme grafiği ile sanal müzelerle ilgili yayınlanan haberler çaprazlandığında sanal müzelerin izlenme sayılarının, takibi yapılan dönem içerisinde dalgalı bir dağılım gösterdiği görülsede izlenme sayılarının genel itibariyle artışta olduğu dönem ile haberlerde sanal müze konusunun yoğunlaşmasının aynı dönemde olduğu görülmektedir (Şekil 3).

Şekil 3. Haberlerde Görülen Müzelerin İzlenme Sayıları İle Haber Tarihlerine Göre Durumu

Şekil 3'te verilen grafiğe göre 24.04.20 tarihi ile 01.05.20 tarihleri arasında sanal müzeler ile ilgili haberlerin yoğunluk kazandığı görülmektedir. Bu tarih aralığında haberlere konu olan müzelerin izlenme sayılarının ilk aralıkta artış trendine geçtiği, ikinci aralıkta azaldığı gözlemlenmektedir. 17.04.20 tarihi ile 24.04.20 tarih aralığında artışın en çok gözlemlendiği müze %58 oranla Göbeklitepe'dir. Bu tarihlerde gözlenen belirgin bir diğer durum Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin %33 oranla düşüş eğiliminde olmasıdır.

Sanal müze haberlerinin yapıldığı bir diğer tarih aralığı 15.05.20 ile 22.05.20 tarihleri arasındır. Bu aralıkta da gözlemlenen durum, müze izlenme sayılarının ilk aralıkta artış eğilimi gösterirken ikinci aralıkta azalmaya başladığıdır. Bu aralıkta en belirgin izlenme artışı %75 oranla Efes Müzesi'nde görülmüştür.

İzlenme sayıları incelenen 28 sanal müzenin 16'sı ile ilgili incelenen haberlerde herhangi bir habere rastlanmamıştır (Tablo 4).

Tablo 4. Haberlerde Görülmeyen Müzelerin İzlenme Sayılarının Haftalık Artışı

Müzeler/ Haftalar	03.04- 10.04	10.04- 17.04	17.04- 24.04	24.04- 01.05	01.05- 08.05	08.05- 15.05	15.05- 22.05	22.05- 29.05	29.05- 05.06	Topla m
----------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------

	1. hafta	2. hafta	3. hafta	4. hafta	5. hafta	6. hafta	7. hafta	8. hafta	9. hafta	
Antalya Müzesi	6888	2832	3432	3660	792	1566	834	744	396	21144
– Etnoğrafya Konuralp Müzesi	696	48	216	132	132	62	82	72	60	1500
Muğla Müzesi	119	132	324	265	167	139	53	228	144	1571
Edirne Müzesi	4620	2484	4824	5136	1992	2449	2267	3492	4908	32172
Kariye Müzesi	288	192	144	336	132	104	256	96	84	1632
Jandarma Müzesi	6732	3684	5856	10128	2928	3724	2972	6660	2304	44988
S.O.K.M. – Müzesi	96	48	132	84	48	41	79	48	48	624
Sabancı Müzesi	6264	2532	4572	6360	2088	2579	2257	2952	1740	31344
Önü										
Mardin Müzesi	5148	3156	5328	6180	1500	1991	2389	2676	1812	30180
Önü										
15 Temmuz Hafıza Müzesi	96	108	180	156	108	88	140	156	132	1164
Side Müzesi	24	48	96	84	72	96	72	48	60	600
Milli Parklar Müzesi	1644	348	780	2088	264	92	196	228	144	5784
Türk İslam Eserleri Müzesi	2895	1827	14104	75	129	50	70	96	48	19294
Kapadokya Karanlık Kilise	14352	6024	10188	16056	4812	12592	4508	7896	3540	79968
Anamur Müzesi	180	300	564	252	180	157	179	144	144	2100
İstanbul Kız Kulesi	156	432	720	576	228	376	176	240	120	3024
Toplam	50198	24195	51460	51568	15572	26106	16530	25776	15684	

Haberlerde görülmeyen müzelerin izlenme sayılarına bakıldığında bu müzelerin en çok izlenen sanal müzenin 79.968 izlenme sayısı ile Kapadokya Karanlık Kilise olduğu görülmektedir. Bu müzelerden en az izlenme sayısına sahip müze ise 600 izlenme sayısı ile Side Müzesi olduğu tespit edilmiştir.

Haberlerde görülmeyen müzelerin izlenme grafiğine bakıldığında haftalara göre dalgalı bir dağılım gözlemlense de belirgin bir yükseliş görülmemektedir (Şekil 4).

Şekil 4. Haberlerde Görülmeyen Müzelerin İzlenme Sayıları Grafiği

Sanal Müze İzlenme Verilerinin Arama Motorlarında Öncelik Durumu İle İlişkisi

Sanal müzelerin izlenme sayılarının durumu üzerindeki bir diğer etki de arama motorları sonuçlarında öncelikli gelme durumudur. Bu hipotezin araştırılabilmesi için sanal müzeleri ziyaret etmek isteyen kişilerin kullanabileceği anahtar kelimeler belirlenmiş, bu anahtar kelimelerle Google ve Yandex arama motorlarında aramalar yapılarak belirlenen sanal müzelerin hangi sırayla bulunabildiği kaydedilmiştir. Bu müzelerin diğer müzeler ile kıyaslanması ile sonuca varılmıştır.

Araştırma için anahtar kelimeler, “360 tur”, “sanal müze gez”, “sanal müze turu”, “Türkiye 360 sanal tur” ve “Türkiye sanal müze” olarak belirlenmiştir. Bu anahtar kelimelerin belirlenen arama motorlarında aratılması ile araştırma dahilinde tutulan müzelerden arama motorunda görülen ilk 10 müzenin görülme sıralaması tabloda verilmiştir. Belirlenen anahtar kelimeler ile 10 müzeye ulaşamadığı durumlarda tüm sayfalar taranmış, ulaşılabilen müzeler sıralanarak tabloya girilmiştir (Tablo 5).

Tablo 5. Sanal Müzelerin Arama Motorlarında Öncelik Durumu

Müzeler/ Arama Motorları	Google					Yandex				
	360 Müze	Sanal Müze Gez	Sanal Müze Turu	Türkiye 360 Sanal Tur	Türkiye Sanal Müze	360 Müze	Sanal Müze Gez	Sanal Müze Turu	Türkiye 360 Sanal Tur	Türki ye Sanal Müze
Anadolu Medeniyetler Müzesi		4	5		2	7	4	1		3
Ankara Resim ve Heykel Müzesi	6				5	8				
Antalya Müzesi	1	8	8		4		7			
Ayasofya Müzesi	5	1	1		1	2	2	2	1	2
Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi										
Burdur Arkeoloji Müzesi						4	6			5
Antalya Müzesi – Etnografya										
Konuralp Müzesi	3									
Muğla Müzesi	2									
Edirne Müzesi										
Efes Müzesi	7	3			9	1	10			
Kariye Müzesi					7					
Jandarma Müzesi			9							
S.O.K.M. – Müzesi										
Sabancı Müzesi										
Önü										
Mardin Müzesi										
Önü										
Mevlana Müzesi	9	2	2		3	6	5	3	4	6
15 Temmuz Hafıza Müzesi										
Side Müzesi							8	7		
Milli Parklar Müzesi										
Türk İslam Eserleri Müzesi		7	7		10					
Kapadokya Karanlık Kilise										
Anamur Müzesi										
Anıtkabir	8	5	4	2	8	3	1	4	2	1
İstanbul Kız Kulesi										
Dolmabahçe Sarayı						9				
Topkapı Sarayı	10	6	6	3	6	5	3	5	3	4
Göbeklitepe	4		3	1		8	9	6		7

Tabloya göre, Google arama motorunda yapılan “360 müze” anahtar kelimeli aramada Antalya Müzesi ilk karşılaşılan müze olurken Topkapı Sarayı 10. Sırada görülen müze olmuştur. “Sanal müze gez” anahtar kelimesiyle yapılan aramada Ayasofya Müzesi 1. sırada, Antalya Müzesi 8. sırada görülürken, “sanal müze turu” anahtar kelimesiyle yapılan aramada 1. sırada “Ayasofya Müzesi”, 9. sırada Jandarma Müzesi görülmüştür. “Türkiye 360 sanal tur” anahtar kelimesi ile

yapılan Google aramasında sadece 3 müzeye rastlanmıştır, 1. sırada Göbeklitepe, 2. Sırada Anıtkabir, 3. Sırada Topkapı Sarayı görülmüştür. “Türkiye sanal müze” anahtar kelimesi ile 1. sırada Ayasofya Müzesi, 10. sırada Türk İslam Eserleri Müzesi görülmüştür.

Araştırma için kullanılan bir diğer arama motoru da Yandex’tir. Yandex arama motorunda yapılan “360 müze” anahtar kelime aramasında Efes Müzesi ilk karşılaşılan müze olurken, Dolmabahçe Sarayı 9. Sıra ile son rastlanılan müze olmuştur. “Sanal müze gez” anahtar kelimesiyle yapılan araştırmada öncelikli karşılaşılan müze Anıtkabir, 10. Karşılaşılan müze Efes Müzesi olmuştur. “Sanal müze turu” aramasında araştırılan müzelerden 7 müzeye rastlanmıştır, 1. sırada Anadolu Medeniyetleri Müzesi, 7. sırada Side müzesi görülmüştür. Belirlenen bir diğer anahtar kelime olan “Türkiye 360 sanal tur” aramasında 1. sırada Ayasofya Müzesi, 4. sırada Mevlana müzesi görülmüştür. “Türkiye sanal tur” aramasında 7 müzeye rastlanmıştır, 1. sırada Anıtkabir görülürken 7. sırada görülen müze Göbeklitepe olmuştur.

İncelenen sanal müzelerin arama motorlarında öncelik durumunun ortalamaları Tablo 6’da verilmiştir. Tabloda arama motorlarında karşılaşılmayan müzeler dışarıda tutularak ortalama hesaplanmıştır. Tablo 6’ya göre arama motorlarında en sık öncelikli görülen müzeler %9,7 oranla Jandarma Müzesi ve Dolmabahçe Sarayı olmuştur. Ayasofya Müzesi %1,9 öncelikli görülme oranıyla en az görülen müze olmuştur (Tablo 6).

Tablo 6. Sanal Müzelerin Arama Motorlarında Öncelik Durumu Ortalama ve Yüzdeleri

Müzeler	Anadolu Medeniyetleri Müzesi	Ankara Resim ve Heykeli Müzesi	Antalya Müzesi	Ayasofya Müzesi	Burdur Arkeoloji Müzesi	Konuralp Müzesi	Muğla Müzesi	Efes Müzesi	Kariye Müzesi
Ortalama	3,7	6,3	5,6	1,9	5	3	2	6	7
Yüzde	4%	6,8%	6%	2,1%	5,4%	3,2%	2,2%	6,5%	7,6%
Müzeler	Jandarma Müzesi	Mevlana Müzesi	Side Müzesi	Türk İslam Eserleri Müzesi	Anıtkabir	Dolmabahçe Sarayı	Topkapı Sarayı	Göbeklitepe	
Ortalama	9	4,4	7,5	8	3,8	9	5,1	5,4	
Yüzde	9,7%	4,7%	8%	8,6%	4%	9,7%	5,5%	5,8%	

Sonuç ve Öneriler

Pandemi dönemi sürecinde ziyaret kısıtlamasına gidilen müze ve tarihi çevrelerde ziyaretçi yönetiminin sağlanabilmesi adına sanal müzeler önemli bir yöntem teşkil etmektedir. Müzeler fiziksel olarak erişilebilirliğin tamamen ortadan kalktığı ve insanların sokağa çıkma yasaklarıyla birlikte vakitlerini büyük bir çoğunlukla evde geçirdiği dönemde sanal müzeler önemli bir faaliyet alanı oluşturmuştur. Bu süreçte çeşitli sanal müzelerin erişime açılması ve bakanlık yoluyla bir internet sitesinin oluşturulması, sanal müzelere olan ilginin artmasını sağlamıştır. Çalışmada müzelerde ziyaretçi yönetiminin sağlanmasında sanal müzelerin etkisini görmek amaçlanmış olup bu doğrultuda gözlemler yapılarak çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır.

Çalışmanın ilk aşamasında 9 hafta boyunca yapılan izlenme sayıları takibi sonucunda elde edilen ortalamalara bakıldığında bu haftalar içerisinde en çok izlenen sanal müzeler 40.000 izlenmenin üzerinde değerleriyle Göbeklitepe ve Ayasofya Müzesi olmuştur. S.O.K.M. Müzesi ve Side Müzesi ortalama 100 izlenme sayısının altında kalarak en az izlenen sanal müzeler olmuştur. İzlenme sayılarının haftalık olarak gözlemlenmesi sonucu elde edilen bir diğer veri de haftalık ortalamalardır. Bu doğrultuda bakıldığında 17.04.20 ve 01.05.20 tarihleri arasında kapsayan ve

gözlem sürecinin 3. ve 4. haftalarını oluşturan süreçte müze izlenmeleri 15.000 üzerinde izlenmelere ulaşarak en çok izlenme ortalamasına ulaşmıştır.

Sanal müzelerin haberlere konu olması ile izlenme sayıları arasındaki durumun incelenmesi çalışmanın bir diğer bölümünü oluşturmaktadır. Bu bölümde sanal müzeler haberlere konu olanlar ve olmayanlar olarak ayrılmış ve izlenme sayıları arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan bu araştırma sonucunda haberlerin yapıldığı tarihler ile sanal müzelerin izlenme sayılarındaki artışın aynı zaman dilimlerinde gerçekleştiği ve grafiğe döküldüğünde izlenme sayılarında ciddi yükselişler olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte haberlere konu olmayan müzelerin izlenme sayıları gözlenen zaman aralığında gözle görülür değişiklikler oluşturmamaktadır.

Çalışmada son basamakta yoğunluklu kullanılan arama motorlarında sanal müzelerin çeşitli anahtar kelimelerle aratılması sonucu öncelikli karşılaşılan durumu ile izlenme sayıları arasında ilişkiyi tespit etmek amacı güdülmüştür. Bu doğrultuda yapılan araştırma sonucunda Ayasofya Müzesi “Google” arama motorunda yapılan araştırmada 3 farklı anahtar kelimeyle ilk sırada karşılaşılan müze olurken, “Yandex” arama motorunda yapılan aramada 1 anahtar kelimeyle ilk karşılaşılan müze olmuştur. Aynı zamanda Ayasofya müzesi Yandex aramalarında diğer tüm anahtar kelimelerle 2. Sırada karşılaşılan müze olmuştur. Ayasofya Müzesi, gözlem yapılan haftalar içerisinde en çok izlenme sayısına sahip müzelerin başında gelmektedir.

Yapılan araştırma sonucunda, sanal müzelerin yeni medya unsurları tarafından yansıtılması ve arama motorlarında öncelikli karşılaşılan durumu sanal müzelerin ziyaretçiler tarafından ziyaret edilmesine etkili olduğu söylenebilir. Bu bağlamda müzelerde ziyaretçi yönetimi sağlanmasında sanal müzelerin kullanımında bu unsurların göz önünde bulundurulması ziyaretçi erişilebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda bakıldığında sanal müze uygulamalarının gerekliliği büyük önem taşırken bu uygulamaların geliştirilerek içeriklerinin zenginleştirilmesi ziyaretçi erişilebilirliği açısından üzerinde durulması gereken bir durumdur. Çalışmanın bir sonraki basamağında sanal tur içerikleri analiz edilerek değerlendirmeye alınan ölçütler üzerindeki etkisi ele alınabilir.

Kaynakça

- Allen, R. G. D. (1951). *Statistics for economists*. Hutchinson's University Library.
- Aksoy, Suay. (2020). <https://icom.museum/en/covid-19/advocacy/museumswill-move-on-message-from-icom-president/>. (Erişim tarihi: 26.07.2021)
- Akten, S., Gül A. & Akten, M. (2012). Korunan doğal alanlarda kullanılabilecek ziyaretçi yönetim modelleri ve karşılaştırılması. *SDÜ Orman Fakültesi Dergisi*, 13(1), 57-65.
- Akyol, P. K. (2020). Covid-19 küresel salgın dönemi ve sonrası müze etkinlikleri. *Millî Folklor*, 16(127), 72-86.
- Düzgüneş, E. & Demirel, Ö., (2018). Milli Park Planlamasında Ziyaretçi Yönetimi. *Lambert Academic Publishing*.
- Erkmen, A., Kılıç, M. A. & Kutsal, D. (2020). COVID-19 Salgını Sürecinde İstanbul'daki Sanat Müzelerinin Erişilebilirliği: Sosyal Medya ve Dijital Uygulamalar Üzerinden Bir Değerlendirme. *MSGSÜ Sosyal Bilimler Dergisi MSFAU Journal of Social Sciences*, 271.
- Ertürk, N. (2020). Müzeler karantinada!. *Electronic Turkish Studies*, 15(4).
- Göktuğ T. H. & Kurkut, G. (2016). Korunan alanlarda sürdürülebilir ziyaretçi yönetimi: Stratejiler ve araçların incelenmesi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 18(1), 118-131.

Pedersen, A. (2002). *Managing tourism at world heritage sites. A practical manual for World Heritage site managers*. ICOMOS,

İnternet Kaynakları

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-52751379> Erişim Tarihi: 01.09.20

<https://sanalmuze.gov.tr/> Erişim Tarihi: 25.08.20

<https://www.360tr.com/> Erişim Tarihi: 22.08.20

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Araştırmacıların katkı oranı beyanı / Contribution rate statement of researchers: Hicran Hanım Halaç/First author % 50, Büşra Sağlam Doruk/Second author % 50.

2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).