

## Kültürel Bellek Aktarımında Dijital Medyanın Kullanımı: Türkiye'nin En Çok Ziyaret Edilen Müzeleri Üzerine Bir İnceleme

Hatun BOZTEPE TAŞKIRAN

İstanbul Üniversitesi

İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

İstanbul

[hatun.boztepe@istanbul.edu.tr](mailto:hatun.boztepe@istanbul.edu.tr)

### Özet

Kültürel bellek, kolektif bir bellek türü olarak bir grup insan tarafından paylaşılan ve kendisini paylaşan insanlara kolektif bir kültürel kimlik kazandıran bir bellek türüdür. Kültürel belleğin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında, hatırlanmasında ve canlandırılmasında iletişimin ve medyanın önemli bir işlevi bulunmaktadır. Literatürde kültürel belleğin iletişimsel bir fenomen olduğuna ve medyayla olan ilişkisine vurgu yapan görüşler dikkat çekmektedir. Aynı zamanda kültürel bellek kurumlarının dijitalleşme sürecine adaptasyonunun gerekliliğine, dijitalleşmenin kültürel içeriklerin erişilebilirliği ve korunması ile iletişim açısından sunduğu fırsatlardan yararlanılması gerektiğine yönelik görüşler de ilgi uyandırmaktadır. Bu çalışma literatürde ön plana çıkan söz konusu görüşler doğrultusunda kültürel bellek ile iletişim arasındaki bağlantıyı, kültürel bellek aktarımında dijital medyanın kullanımı odağında incelemek üzere planlanmıştır. Çalışmada Türkiye'nin en çok ziyaret edilen ilk 10 müzesinin kültürel bellek aktarımında dijital medyayı kullanım durumunu tespit etmek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniğinin kullanıldığı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada müzelerin web siteleri, mobil uygulamaları ve sosyal medya hesapları incelenmiş ve bu ortamlarda gerçekleşen dijital iletişim uygulamalarının kültürel bellek aktarım amacına odaklanıp odaklanmadığının ortaya konması hedeflenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular, dijital medyanın müzeler tarafından kültürel bellek aktarımı amacıyla kullanılmadığını göstermiştir.

**Anahtar kelimeler:** Kültürel bellek, müze, kültürel bellek aktarımı, dijital medya

### Use of Digital Media in Cultural Memory Transmission: A Study on Turkey's Most Visited Museums

#### Abstract

Cultural memory, as a kind of memory, is shared by a group of people and provides a cultural identity to people who share it. Communication and media have an important role in sustaining, remembering and reviving of cultural memory. In the literature opinions which emphasize that cultural memory is a communicational phenomenon and it is related to media take attention. Also opinions that indicate the necessity of adaptation of digitalization process of cultural memory institutions arouse interest. According these opinions it is required to benefit of digitalization process in terms of communication for accessibility and protection of cultural

contents. This study is planned in line with the prominent opinions in the literature and it aims to determine use of digital media for purpose of cultural memory transmission. In the study a research has been conducted by using content analysis technique. Web sites, mobile applications and social media accounts of Turkey's top 10 visited museums has been examined to determine cultural memory transmission oriented usage. Findings points out that digital media has not been use by museums for the cultural memory transmission purpose.

**Keywords:** Cultural memory, museum, cultural memory transmission, digital media

## Giriş

Kültür, insanların ortak bir payda etrafında bir araya gelmesini ve kolektif bir kimlik ile hafızayı paylaşmasını sağlayan önemli bir unsurdur. Her birey dünyaya geldiği andan itibaren kendisine kimlik kazandıracak ve aynı kültüre mensup bireylerle ortak bir belleğe sahip olmasını sağlayacak bir kültürel sistemin içine doğmakta; zaman içinde kültüre ait unsurları öğrenmekte, değiştirmekte ve geliştirmektedir. Kültürün süreklilik özelliğine sahip olmasında ise kültürel bellek aktarımı büyük önem taşımaktadır.

Kültürel bellek, insanların dışsallaştırılmış belleği olarak ifade edilebilmekte (Laland ve Rendell, 2013); aynı zamanda kolektif bir bellek türü olarak da bir grup insan tarafından paylaşılan ve kendisini paylaşan insanlara kolektif bir kültürel kimlik ileten bir bellek türü olarak da tanımlanmaktadır (Assmann, 2011: 16-17). Kültürel bellek çalışmaları pek çok disiplinin odağında yer alan bir konu olarak ilgi uyandırmaktadır. Tarih, sosyoloji, edebiyat, iletişim ve medya çalışmaları gibi pek çok disiplinin ortak çalışma konusu olarak kültürel bellek, özellikle iletişim ve medya çalışmaları bağlamında ele alınmalıdır. İletişimin ve medyanın kültürel belleğin inşasında, aktarılması, hatırlanması ve canlandırılmasında üstlendiği kritik rol bu gerekliliği gündeme getirmektedir.

Literatürde kültürel belleğin iletişimsel bir fenomen olduğu ve medyayla olan ilişkisine vurgu yapan görüşler dikkat çekmektedir (Assmann, 2008; Assmann, 2010; Begy, 2017; Erll ve Rigney, 2006; Möchel-Rieke, 1998; Sell, 2012; Sanko, 2016). Bununla birlikte kültürel bellek kurumlarının dijitalleşme sürecine adaptasyonunun gerekliliğine; dijitalleşmenin kültürel içeriklerin erişilebilirliği ve korunması ile iletişim açısından sunduğu fırsatlardan yararlanılması gerektiğine yönelik görüşler de ilgi uyandırmaktadır (Akça, 2020; Çakmak, 2018; Haux vd., 2021; Sayao, 2016; UNESCO, 2021). Bu çalışma literatürde ön plana çıkan söz konusu görüşler doğrultusunda kültürel bellek ile iletişim arasındaki bağlantıyı, kültürel bellek aktarımında dijital medyanın kullanımı odağında incelemek üzere planlanmıştır.

Çalışmada kültürel bellek aktarımında dijital medyanın kullanılması konusu müzeler özelinde ele alınmıştır. Müzeler; arşivler, kütüphaneler, dokümantasyon merkezleri ile birlikte temel birer kültürel kurum olarak kabul edilmekte (Çakmak ve Yılmaz, 2012); aynı zamanda kolektif hafızanın koruyucu mekânı (Stainforth, 2016), hatırlama mekânı (Demir, 2012) ve hafıza mekanı (Özrili ve Başak, 2021) olarak da nitelendirilmektedir. Hangi şekilde tanımlanırsa tanımlansın müzelerin birer kültürel bellek kurumu olduğu ve müzeler tarafından gerçekleştirilecek iletişim faaliyetlerinin kültürel belleğin aktarımı, hatırlanması, canlandırılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında etkili olduğu söylenebilmektedir. Bu nedenle de kültürel belleğin iletişim ile olan bağlantısını temel bir kültürel bellek kurumu olarak müzeler ve müzelerin kültürel bellek aktarımında gerçekleştirdikleri dijital iletişim faaliyetleri üzerinden ele almak önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, Türkiye'nin en çok ziyaret edilen ilk 10 müzesinin kültürel bellek aktarımında dijital medyayı kullanım durumunu tespit etmek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniğinin kullanıldığı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada müzelerin web siteleri, mobil uygulamaları ve sosyal medya hesapları incelenmiş ve bu ortamlarda gerçekleşen dijital iletişim uygulamalarının kültürel bellek aktarımına odaklanıp odaklanmadığının ortaya konması hedeflenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular, dijital medyanın müzeler tarafından kültürel bellek aktarımı amacıyla kullanılmadığını göstermiştir. Müzelerin kendilerine özel bir web sitesinin yapılandırılmamış olması, müzelere ilişkin bilgilerin Kültür ve Turizm Bakanlığı ile bağlantılı pek çok farklı web sitesinde yer alması ve buralarda paylaşılan bilgilerin ve görsellerin sadece müze tanıtımına yönelmesi birer dijital iletişim ortamı olarak web sitelerinin kültürel bellek aktarıcısı olarak kullanılmadığına işaret etmiştir. Web siteleri üzerinden gerçekleştirilen dijital iletişimde kültürel bellek aktarımı ile bağlantılandırılan dijital sergi, arşiv ve koleksiyonlara hiç yer verilmediği, sanal müze deneyiminin ise az sayıda müze için (n=4) geçerli bir seçenek olduğu görülmektedir. Araştırmada müzelerin mobil uygulamalara sahip olmadıkları tespit edilmiştir. Ayrıca sosyal medyada müzelerin resmi hesaplara sahip olmadıkları (n=9), resmi sosyal medya hesapları bulunan tek müze olarak Topkapı Sarayı Müzesi'nin ise sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen iletişimde, müze tanıtımı amacının yanı sıra koleksiyon parçalarının dijital sunumunu yaparak kültürel bellek aktarımı amacına da yöneldiği ortaya konmuştur.

### **Kültürel Bellek Kavramı ve Kültürel Bellek Kurumu Olarak Müzeler**

İnsanoğlu yaşantısı boyunca araç gereçler, eserler, gelenek, görenekler, ritüeller, değerler ve normlar oluşturma yoluyla kendilerine özgü bir kültür sistemi meydana getirmekte ve bunları

kendisinden sonraki nesillere aktarmaktadır. Dünyaya gelen her bir birey bir kültür sisteminin içine doğmakta, toplumsallaşma yoluyla ait olduğu kültüre dair unsurları öğrenmekte; kültürel sistemin unsurlarını geliştirmekte ve değiştirmektedir. Kültür bu doğrultuda sürdürülebilir bir yapıdır ve dinamiklik özelliğine sahiptir.

Toplumun üyeleri tarafından oluşturulan ve sonraki nesillere aktarılan maddi unsurlar ile (araç, gereç vb.) maddi olmayan unsurları (gelenek, görenek, ritüeller vb.) kapsayan kültürün oluşturucusu olan insanlar, mevcut bir kültürün içine doğmakla birlikte bu yapının gelişmesine ve değişmesine de etki etmektedir. Oluşturulan, öğrenilen, değiştirilen, geliştirilen ve aktarılan bir sistem olarak kültür (Boztepe Taşkiran, 2021: 13) aynı zamanda insanlara bir kimlik kazandırmakta ve kolektif bir belleği paylaşmalarını mümkün kılmaktadır. Assmann'ın belirttiği üzere (2011: 16-17) kolektif belleğin bir türü olan kültürel bellek, bir grup insan tarafından paylaşılır ve kültürel bellek kendisini paylaşan insanlara kolektif bir kültürel kimliği de iletir. Grupların ve toplulukların maddi kültür öğeleri ile kültürel miras yoluyla sahip oldukları ve paylaştıkları kültürel değerler, kimlik inşasını, aidiyet duygusunu ve hafızayı geliştirmeyi, pekiştirmeyi sağlar (Apaydın, 2020: 17).

Kültür kavramı, insanların ortak bir kimlik paydası etrafında bir araya gelmesini, kültür etrafında kolektif bir hafıza geliştirmesini sağlayan yapısıyla bellek çalışmalarının odağında yer almış bir konu olarak ilgi uyandırmaktadır. Erll (2008: 1), 1990'lerden itibaren kültür ve bellek arasındaki ilişkilerin dünyanın pek çok noktasında tarih, sosyoloji, sanat, edebiyat, medya çalışmaları, felsefe, teoloji, psikoloji ve nörobilim gibi alanlardaki disiplinlerinler arası araştırmaların konusunu oluşturduğuna işaret etmektedir.

Kültürün doğası gereği bellek ile bağlantılı olduğuna yönelik bir kanaatin varlığı da dikkat çekmektedir. Kültür mevcut dönemde yaşayan insanlar, ölmüş insanlar ve henüz dünyaya gelmemiş olanlar arasında bir anlaşma meydana getirmektedir. Kültürle ilgili hatırlama, tekrarlama, okuma, yorumlama, eleştirme ve tartışma faaliyetleri uzak veya yakın geçmişte depolanmakta ve bu faaliyetler aracılığıyla insanlar anlam üretiminin boyutlarına katılmaktadır. İnternetin uzay boşluğundaki geniş uzaklıklar arasında iletişimin sağlanması için oluşturduğu yapı gibi, kültürel bellek de zaman boşluğu içinde iletişimin sağlanmasına yönelik bir yapı oluşturur (Assmann, 2008: 97). Kültürel bellek, aynı kültüre mensup insanların kültürel öğelere ilişkin bilgi, deneyim ve iletişimleri doğrultusunda ortak bir hafıza geliştirmesini sağlamaktadır. Kültür öğelerini hatırlama, bunları tekrarlama, yorumlama, anlamlandırma ve tartışma faaliyetleri neticesinde kültürel bellek şekillenmekte ve aynı kültüre mensup insanlar için ortak bir hafıza inşa edilmektedir.

Assmann ve Czaplika (1995: 130-132) kültürel belleğin temel özelliklerini aşağıda özetlendiği şekilde aktarmaktadır:

- Kimliğin somutlaşması ya da bir gruba olan ilişkisi: Kültürel bellek bir grubun türemesini sağlayan ve aynı zamanda grubun özgünlük ve birliğini temsil eden bilgi deposunu korur. Kültürel belleğin nesnel dışavurumları olumlu (biz buyuz şeklinde) ya da olumsuz şekilde (bizim karşıtımız şeklindeki) bir tür kimlik tanımlayıcı saptamalarla ifade edilir.

- Yeniden inşa kapasitesi bulunmaktadır. Hiçbir bellek geçmişi tam olarak koruyamamaktadır. Kültürel belleği, toplum her çağda, kendi çağdaş referans çerçevesi içerisinde yeniden inşa edebilir.

- Oluşum: Toplumun kültürel olarak kurumsallaşmış mirasının aktarılmasında kolektif olarak paylaşılan bilgi ve anlamların iletişimi bir ön koşuldur.

- Organizasyon: Kültürel bellek bir tür özelleşmiş uygulama olarak yetiştirmeye dayanmaktadır.

- Yükümlülük: Grubun normatif bir kendilik imajıyla ilişkisi, kültürel bilgiler ve semboller aracılığıyla önem açısından farklılıklar ve açık bir değer sistemi oluşturmaktadır. Semboller bu kendilik imajının üretiminde, temsilinde ve yeniden üretiminde işlev üstlenirler.

- Yansıtılabilirlik: Kültürel bellek yaygın faaliyetleri atasözleri, deyişler ve ritüeller gibi birtakım kavramlar aracılığıyla yansıtır ve aynı zamanda grubun kendilik imajının yansıtıcısıdır.

Assmann ve Czaplika'ya (1995) göre kültürel bellek her toplumun kendisine özgü, her çağda defalarca kullanılabilir olan metinleri, imgeleri ve ritüelleri kapsayan bir kavramdır ve bunların aktarımı toplumun kendilik imajının sağlamlaştırılmasında ve iletilmesinde fonksiyon üstlenmektedir. Çoğu geçmişle ilgili olan bu tür kolektif bilgi üzerine her grup, birliktelik ve özel olma yönündeki farkındalıklarını yapılandırmaktadır. Bu bakış açısının da işaret ettiği gibi kültürel bellek, toplumların biz ve öteki ayrımlarının şekillenmesinde etkili olmakta ve aynı kültürel belleği paylaşan insanlarda ait olma hissiyatını sağlayarak bütünleştirici bir etki yapmaktadır.

Laland ve Rendell (2013) kültürel belleği insanların dışsallaştırılmış belleği olarak ifade etmekte; öğrenilmiş kültürel gelenekler ve korunmuş bilgilerle bu dışsallaştırılmış belleğin nesilden nesile aktarılabilirdiğini belirtmektedir. Bu doğrultuda kültür, insanlar arasındaki öğrenilmiş bilgilerin öğretme ve kopyalama yoluyla geçişine dayanmaktadır. Bu bakış açısına göre de kültürel belleğin, insanların içinde oldukları kültürel sistemin etkisiyle dış kaynaklı unsurlar etrafında şekillenen, dışsallaştırılmış bir bellek olarak ele alınabileceği görülmektedir.

İnsanlar öğrendiği ve kendisine öğretilen bilgileri kullanma, birtakım uygulamaları kopyalama yoluyla dışsallaştırılmış bir bellek oluşturmaktadır ve benzer şekilde aynı kültüre mensup kişiler de bu yönde dışsallaştırılmış bir bellek yapılandırmaktadır. Assmann da (2010: 122) kültürel belleği benzer bir bakış açısıyla, bireysel ve iletişimsel olan metinler, görüntüler, ritüeller vb. sembollerde belirgin olan belleğin dışsallaştırılması ve nesneleştirilmesi olarak ele almaktadır.

Bilgi, tarih, inanç, mit, değer, kurum, uygulama, yetenek, imge, eser ve bağlantılı diğer pek çok unsuru kapsayan kültürel bellek, iletişimsel bir fenomendir ve insanlardan diğer insanlara aktarılmaktadır (Sell, 2012: 206). Kültürel belleğin devamlılığında ve nesiller arasında sürekliliğinin sağlanmasında iletişim oldukça önemli bir konuma sahiptir. Tüm toplumu etkileyen sosyal bir süreç olarak ele alınabilecek iletişim faaliyetleri; yazma, semboller oluşturma ve diğer pek çok yolla bilgilerin sonraki nesillere iletilmesini sağlamakta, bilgilerin saklanması ve kayıt altına alınmasını mümkün kılmaktadır (Rayudu, 2010: 7). Kültürel belleğin inşası ve sürekliliğinin garanti altına alınması iletişim faaliyetleri ile olanaklı hale gelmektedir. İletişim olmaksızın kültüre ilişkin bilgilerin, eserlerin, ritüellerin, değerlerin korunması ve sonraki nesillere iletilmesi yani bir diğer ifadeyle kültürel belleğin aktarımı gerçekleşmemektedir.

Sanko'ya (2016) göre de kültürel bellek iletişim yoluyla inşa edilmiştir ve iletişim süreçleri geçmişe yönelik bilgilerin inşası ve transferinde anahtar bir rol üstlenmektedir. Erll ve Rigney (2006: 111) de kültürel belleğin toplumların geçmişlerini bir dizi iletişim aracını kullanarak hatırlamalarına yönelik ortaya konan şemsiye bir terim olarak ele almaktadır. Bu doğrultuda bellek, aynı nesil içerisinde ya da farklı nesiller arasında çeşitli iletişim araç ve yöntemlerinin kullanımı yoluyla gerçekleştirilen hatırlamaya yönelik toplumsal faaliyetlerin ürünü olarak yorumlanabilmektedir. Mitroui'nin (2014: 87) de belirttiği gibi kültürel bellek tek bir disiplinin çalışması konusu değildir, disiplinlerarası bir fenomendir ve bu alandaki çalışmaların başarısı farklı disiplinlerin iş birliğine bağlıdır. Bu nedenle de kültürel bellek konusunun iletişim ve medya ile olan bağlantısının da değerlendirilmesi gereklilik taşımaktadır. Çünkü kültürel bellek ve medya birbirleriyle açık bir şekilde bağlantılıdır, kültürel bellek sadece iletişim araç, yöntem ve uygulamalarıyla oluşturulmaktadır (Möchel-Rieke, 1998: 8) ve ayrıca kültürel belleği oluşturan geçmişle ilgili bilgiler medya ve iletişim aracılığıyla yapılandırılmakta, yayılmakta ve korunmaktadır (Begy, 2017: 719). Kültür ve bellek arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesinde iletişim bilimleri ve medya çalışmaları kapsamında incelemelerin gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Kültürel belleğin oluşturulması,

korunması, geliştirilmesi ve aktarılmasında iletişimin önemli bir konuma sahip olduğu bilinmektedir. Sözlü, sözsüz, yazılı, görsel-işitsel ve dijital iletişim gibi iletişim türlerinden hangisinin kapsamında yer alırsa alsın tüm iletişim süreçlerinin, araç ve yöntemlerinin kültürel bellek yönünden önemli işlevlere sahip olacağı görülmektedir.

Erlil'in (2011: 113) ifade ettiği gibi kültürel bellek medya olmadan düşünülemez. Medyanın her iki boyutta, hem bireysel hem de kolektif düzeyde oynadığı rol kültürel bellek açısından önem taşımaktadır. Bireysel boyutta, anıların sosyokültürel şekillenmesi büyük ölçüde dolayımamaya dayanır: bir anne ve çocuğu arasındaki belleğe ilişkin konuşmalar, aile içindeki sözel iletişim, çocukluğu yeniden inşa etmeyi sağlayacak fotoğraflar, kitle iletişim araçlarının etkisi ve yaşam deneyimlerini kodlama biçimlerini şematize etmesi vb. gibi. Aynı zamanda sosyokültürel bağlamda ortak geçmişe yönelik bilgi ve hikayelerin dolaşımı ve inşası olarak kolektif düzeyde bellek de medya yardımıyla ortaya çıkmaktadır: temel mitlerin sözlü ve yazılı olarak sonraki nesillere aktarılması, basın, radyo, televizyon ve internet aracılığıyla ortak geçmişin aktarılması, anıtlar, heykeller gibi sembolik medya aracılığıyla kültürel hatırlamanın sağlanması vb. Medyanın kültürel belleğin inşası ve dolaşımındaki etkisini değerlendirdikleri çalışmalarında Gambarato ve arkadaşları da (2022: 282) benzer şekilde basılı medya, radyo, televizyon ve internetin kültürel içeriklerin hatırlanması ve unutulmasında başat bir rol oynadığına dikkat çekmektedir. Özey ve Deveci (2020) ise kültürel belleğin inşasında gelenek ve göreneklerin, ortak hafıza mekanlarının, ortak tarihsel olayların ve kitle iletişim araçlarının etkili birer unsur olduğunu belirtmektedir.

Geçmiş hakkındaki fikirlerin medya aracılığıyla inşa edildiğine, çerçeveslendiğine ve korunduğuna dikkat çeken Begy'e (2017: 719) göre ise kültürel bellek çalışmaları kültürlerin geçmişlerini nasıl yapılandırdıkları ile ilgili bir disiplindir ve tatillerden, ritüellere, medyadan resmi tarihe kadar her şey bu alandaki çalışmaların nesnesi durumundadır. Begy bunlara ek olarak kültürel belleğin inşası, kültürün geçmişi hakkında düşünme ve geçmişi hatırlama açısından oyunların sahip olduğu potansiyelin altını çizilmekte ve oyunların kültürel belleğin birer nesneleştirilmesi ve dışsallaştırılması olabileceğini ifade etmektedir. Kılıç (2020) da geçmişe ilişkin bilgilerin ve belleğin medya dolayımamasıyla yeniden inşa edildiğini belirterek dijital oyunların bu açıdan birer araç olarak konumlanabileceğine dikkat çekmektedir. Bu bilgilerden hareketle kültürel belleğin inşasında ve dolaşımında medya aracılığının sahip olduğu kritik fonksiyonun, hem geleneksel hem de dijital medya açısından dikkatle değerlendirilmesi ve dijitalleşme sonucu ortaya çıkan iletişim ortamları ve araçlarının kültürel

bellek çalışmaları açısından sahip oldukları potansiyelin irdelenmesi gerekliliği gündeme gelmektedir.

Yukarıda yer verilen ve literatürde ön plana çıkan söz konusu görüşler doğrultusunda kültürel bellek çalışmalarının iletişim ve medyayla olan bağlantısının ele alınması gerekliliği dikkat çekmektedir. Bu çalışma, bu gereklilikten ötürü, kültürel bellek ve iletişim arasındaki bağlantıyı temel bir kültürel bellek kurumu olarak müzeler ve müzelerin kültürel bellek aktarımında gerçekleştirdikleri dijital iletişim faaliyetleri üzerinden incelemektedir.

Müzeciliğin dünyada nadir eserlerin nüfuz sahibi kişiler tarafından toplanmasıyla başladığı ve 18. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar süren kurumsallaşma sürecinde nadir eser koleksiyonlarının güç, statü ve prestij bir göstergesi olarak elit zümrelere sergilendiği bilinmektedir. 19. yüzyıla gelindiğinde ise Fransız devriminin getirdiği eşitlik temelli bakış açısı doğrultusunda müze özel bir gücü temsil etme işlevinden uzaklaşmış ve kamuya açık hale gelmiştir (Özmen, 2018). Günümüzde kamu sermayesiyle kurulan ve işletilen devlet müzeleri ile bireysel girişimciler tarafından ya da kurumların sosyal sorumluluk yaklaşımları doğrultusunda kurulan özel müzeler de bulunmaktadır. Hem devlet hem de özel müzeler koleksiyonlarını tüm toplumun erişimine açık bir şekilde sergilemektedir. Müzeler sadece kültürel mirasın sergilendiği mekanlar olarak kalmamakta; kültürün toplumla bütünleşmesinde, kültürel mirasın korunmasında ve gelecek nesillere aktarılmasında, kültürün sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli işlevler üstlenmektedir.

Müzeler içinde bulunduğumuz yüzyılda kültür alanında yaşanan değişim ve gelişimlerin temel kaynağı ve kültürün sürdürülebilirliğinin temel göstergesi olarak ele alınabilmektedir. Müzeler geleneksel yaklaşımda var olan kültürel mirasın toplanması, korunması, gelecek kuşaklara aktarılması ve sergilenmesi işlevlerine çağdaş yaklaşımların işaret ettiği işlevlerini de eklemiş ve kültürel mirasın yaşatılması, yeniden canlandırılarak tanıtımı, çağdaş eğitim yaklaşımları doğrultusunda kullanımı ile kültürün sürdürülebilirliğini sağlama stratejilerini geliştirme işlevlerini de yerine getiren kurumlar olarak ön plana çıkmıştır (Karadeniz ve Okvuran, 2018: 101). Müzeler yerine getirdikleri bu işlevlerin yanı sıra kültürel belleğin depolandığı, hatırlandığı ve aktarıldığı yerler olarak da temel birer kültürel bellek kurumu olarak işlev görmektedir.

Arşivler, dokümantasyon merkezleri, kütüphaneler ve müzeler kültürel bellek kurumları olarak ifade edilmektedir (Çakmak ve Yılmaz, 2012: 146) ve uzun dönemden beri kolektif hafızanın koruyucu mekanları olarak kabul edilmektedirler (Stainforth, 2016: 323). Müzelerin kültürel bellek kurumu olarak değerlendirilmesinin temel nedenleri arasında kültürel bellek ile



hatırlama kavramı arasındaki bağlantı ve müzelerin hatırlamayı sağlayan mekanlar olması bulunmaktadır. Müze kavramını bu doğrultuda hatırlama kavramı ile ilişkili biçimde ele alan Demir (2012: 185), müzeleri modern dönemin hatırlamayı somutlaştıran suretleri olarak yorumlamaktadır. Demir, sözlü kültürün egemen olduğu dönemde belleğin taşlar, mağaralar gibi mekanlara raptedildiğinden bahsetmekte ve günümüzde müzelerin de belleği saklayan mekanlar olduğunu ifade etmektedir. Bu bakış açısının da işaret ettiği gibi müzeler kültürel bellek kurumları olarak, hafıza mekanları şeklinde de yorumlanabilmektedir. Benzer şekilde Özrili ve Başak da (2021: 83) nesnelere ve objelere gibi kültürün maddi unsurları ile efsaneler, ritüeller, destanlar ve öyküler gibi kültürün manevi unsurlarını, olgu, olay ve varlıklarını koruyarak sergileme ve tanıtmaya amacına sahip müzeleri birer hafıza mekânı olarak ele almaktadır.

Müzeler kültürel belleğin somutlaştığı, kültüre ilişkin bilgi, araç ve gereç, nesne ve eserlerin korunarak sergilendiği birer hafıza mekanıdır ve kültürel belleğin aktarılmasında birer araç olarak işlev görmektedir. Thylstrup'un (2018: 183) belirttiği gibi kültürel belleğin aracılığı bellek olduğu hatırlandığında, kültürel belleğin aktarımı için birtakım hafıza araçlarına gereksinim bulunduğu söylenebilmektedir. Kültürel belleğin aktarımı için kitaplar, binalar, medya içerikleri, görsel sanat eserleri, doğal nesnelere, müzeler, medya kurumları, doğal mekanlar vb. gibi hafıza araçları sayesinde bireyler ve gruplar geçmişleriyle bağlantı kurmakta ve geçmişlerini yapılandırmaktadır.

Kültürel belleğin somutlaşması, hatırlanması ve aktarılmasında temel bir kültürel bellek kurumu olarak ele alınabilecek müzelerin, günümüzde hafıza mekanları ve kültürel belleğin hatırlama aracı olarak işlevlerini yerine getirebilmesi için kültürel bellek aktarımında dijital iletişim ortamlarının sunduğu olanaklardan yararlanmaları gerekmektedir. Bu gereklilik kültürel bellek aktarımında müzelerin dijital iletişim faaliyetlerinin inceleyecek çalışmaların gerçekleştirilmesi gereksinimini ortaya çıkarmaktadır.

### **Müzelerin Kültürel Bellek Aktarımı ve Dijital Medyanın Kullanımı**

Müzeler sadece kültürel mirasın sergilendiği mekanlar değildir, müzeler bir toplumun kültürüne ait hafıza mekanlarıdır ve kültürel belleğin nesilden nesile aktarılacak canlı ve sürdürülebilir olmasını sağlayan kültürel bellek kurumlarıdır. Kültürel belleğin aracılığı ve iletişimsel bir fenomen olduğu tekrar hatırlandığında, müzelerin gerçekleştirdikleri iletişim faaliyetleri ile kültürel bellek kurumu olma işlevini yerine getirebilecekleri söylenebilmektedir.

Santone ve Straw'un (2009: 260) belirttiği gibi bellek çalışmaları da medya çalışmalarında meydana gelen dönüşümü takiben söylem, yorumlama ve iletişim gibi insan merkezli kavramlardan uzaklaşarak depolama, kayıt ve tekrar erişim gibi makine merkezli kavramlara odaklanmaya başlamıştır. Bu doğrultuda dijitalleşmenin bellek çalışmaları üzerinde de önemli etkilere sahip olduğu ve iletişimde meydana gelen dönüşümün kültürel bellek çalışmalarında ve kültürel bellek kurumu olarak müzelerin faaliyetlerinde de değişimlere yol açtığı ifade edilebilmektedir.

Akıncı Vural (2006: 1) teknolojik gelişmelerin bilginin üretimi, arşivlenmesi, düzenlenmesi, işlenmesi, dağıtılması ve kullanımı aşamalarında devrim niteliğindeki değişiklikleri gündeme getirdiğini belirtmektedir. Teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelerin ortaya çıkardığı dijital çağ, kültüre ilişkin bilgi ve eserlerin saklanmasına, dağıtılmasına ve ulaşılmasına yönelik yeni yol ve yöntemleri ortaya çıkarmıştır. Dijital çağın iletişimde meydana getirdiği en büyük etkilerden bir diğeri ise iletişimin de dijital bir dönüşüme uğramasıyla ilintili olarak ortaya çıkan yeni medya ya da bir diğer ifadeyle dijital medyadır.

Manovich'in (2006: 10) belirttiği gibi bilgisayar teknolojisine dayanan ve dijital kodlar aracılığıyla oluşturulan tüm içerikler yeni medya kapsamındadır. Yeni iletişim ortamları olarak ifade edilen cep telefonları, e-posta, intranet, web sayfaları ve sosyal medya ise dijital medya kapsamında bulunmaktadır (Gershon ve Bell, 2013: 259). Dijital medya kapsamında yer alan bu ortamlara ise akıllı telefonlar aracılığıyla kullanılabilen mobil uygulamalar da dahil edilebilmektedir. Bu çerçevede ise müzelerin kültürel bellek aktarımında söz konusu dijital medyadan yararlanabilecekleri söylenebilmektedir.

Dijital medyanın en temel özelliği girdi niteliğindeki tüm verilerin rakamlara dönüştürülmesi (Lister vd., 2009: 16), bir diğer ifadeyle dijital kodlar aracılığıyla üretilen dijital içerikler aracılığıyla dijital medya üzerinden iletişim gerçekleştirilmesidir. Dijitalleşme süreci ve dijitalleşme sonucu ortaya çıkan dijital medya, kültürel belleğe olan etkisinin yanı sıra farklı boyutlara odaklanan diğer bellek çalışmaları açısından da yeni kavramların ve bakış açılarının ortaya konmasına yol açmıştır. Dijital teknolojiler bireysel belleğin dijitalleşmesini sağlayarak insanların anılarını daha fazla belgeleyebilmesini ve geniş hedef kitlelerle paylaşmasını olanaklı kılmıştır ve günümüzde pek çok insanın bireysel belleklerini dijitalleştirme eğilimi sergiledikleri dikkat çekmektedir (Eliseev ve Marsh, 2021). Cannelli ve Musso'ya (2022) göre de dijital medyanın önemli bir boyutunu oluşturan sosyal medya bireyler için anlam taşıyan içeriklerin oluşturulduğu ve korunduğu sanal bir ortam haline gelerek kişisel dijital arşivlerin parçası haline gelmiş ve dijital bellek aracı olarak konumlanmaya başlamıştır.

Dijitalleşme sürecinin bellek çalışmaları açısından ele alındığında ortaya koyduğu etkinin önemli bir boyutunu bireysel belleğin dijitalleşmesini olanaklı kılması oluştururken; kültürel belleğin dijitalleşmesi ve kültürel bellek aktarımında dijital medyanın rolünün sorgulanması da bir diğer önemli boyutunu oluşturmaktadır. Zingone'nin (2019: 53) belirttiği gibi dijitalleşme süreci kültür kurumları üzerinde de etki yapmıştır. Kültür kurumları günümüzde bu dijitalleşme sürecine adaptasyon için yeni metotlar ve stratejiler geliştirme eğilimi göstermektedir.

Günümüzün modern müzecilik yaklaşımında müzeler, yeni iletişim ortamlarına adapte olarak geleneksel yaklaşımda olduğu gibi ziyaretçi bekleyen kurumlar olmanın ötesine geçmiş ve modern iletişim uygulamaları ile müzeyi insanların bulunduğu yere götüren kurumlar haline gelmiştir (Okan, 2018: 217). Fahy'nin (1995: 87) ifade ettiği gibi teknolojik gelişmeler müzelerin hem birbirleriyle hem de geniş hedef kitleleriyle bilgi paylaşımı amacına dönük kullanabilecekleri yeni fırsatları gündeme getirmiştir.

Mao'ya (2019) göre de bilgi iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler kültürün gösterilme ve yayılma biçimlerini köklü biçimde değiştirmiştir. Bu bağlamda pek çok müze dijital müzelerini kurmuş ve müzelerdeki kültür eserleri, dijital ortamlara aktararak kültürel belleğin önemli taşıyıcıları haline gelmiştir.

Sanal müzecilik faaliyetleri, koleksiyonların dijitalleştirilerek web siteleri, mobil uygulamalar ve sosyal medya platformları aracılığıyla sunumu gibi birtakım uygulamalar bir yandan müzeleri mekândan bağımsız hale getirmekte, bir diğer yandan ise kültürel belleğin aktarımının dijital iletişim ortamlarından yararlanma yoluyla gerçekleştirilmesine imkân tanımaktadır. Dijital iletişim ortamları bu açıdan kültürel bellek aktarımının mekâna ve zamana bağlı olmasının önüne geçerek hedef kitlelerin herhangi bir maliyet gerekmeksizin, hızlı bir biçimde kültürel içeriklere ulaşmasını da olanaklı hale getirmektedir.

Dijitalleşmenin kültür ve kültürel eserlerin erişebilirliği üzerinde meydana getirdiği etki ve kültürel bellek aktarımında kullanılabilirliği bu alanda faaliyet gösteren uluslararası kuruluşların da dikkatini çekmiştir. Birleşmiş Milletler Bilim, Eğitim ve Kültür Örgütü (UNESCO) kültür içeriklerinin dahil olduğu belge niteliğindeki mirasın dijitalleştirilmesine yönelik çerçeve sunan temel birtakım ilkeler ortaya koymuştur. UNESCO'ya (2021: 1) göre belge niteliğindeki mirasın dijitalleşmesi fiziksel, analog orijinal eserlere ilişkin dijital nesnelere tarayıcı, kamera ya da diğer elektronik araçlar yoluyla oluşturulmasıdır. Dijitalleşme aşağıdaki süreç boyutları şeklinde ele alınabilmektedir:

- Seçim
- İhtiyaçların değerlendirilmesi
- Önceliklendirme
- Dijitalleştirme için orijinalerin hazırlanması
- Meta data toplama ve üretimi
- Veri koleksiyonlarının oluşturulması ve dijitalleştirilmesi
- Dijital kaynakların dağıtım sistemlerine ve depolara sunulması

UNESCO tarafından ortaya konan kültürel eserlerin ve kültürel mirasın dijitalleşmesi süreci, orijinal eserlerin tarayıcı, kamera vb. araçların kullanımı yoluyla dijital ortama aktarılmasına dayanmakta ve dijitalleşen kültürel belleğin dijital medyanın kullanımı yoluyla geniş hedef kitlelere iletilmesi gündeme gelmektedir. Dijital içeriklerin ve dijital medyanın müze tanıtımını yapma amacıyla kullanılacak bir kapasiteyi barındırdığı bilinmektedir. Dijital medya bununla birlikte kültürel belleğin hatırlanmasını ve canlanmasını sağlayacak dijital koleksiyonların hazırlanıp sergilenmesine, üç boyutlu sanal müze deneyimiyle kültürel bellek unsurlarının görülmesine, fiziksel eserlerin dijital kopyalarının üretilmesi yoluyla kültürel bellek unsurlarının daha erişilebilir ve görünür olmasına katkı sunmaktadır. Bu yönden değerlendirildiğinde dijital medyanın müzeler tarafından kültürel bellek aktarımı amaçlı kullanımında dijital koleksiyonların hazırlanması ve sanal müze deneyiminin sunulmasının önemli araçlar olduğu söylenebilmektedir.

Son yıllarda günlük yaşantının büyük ölçüde dijital teknolojilerle şekillendiği ve insanoğlunun kaçınılmaz olarak bu teknolojileri her alana taşıdığı bilinmektedir. Kültür açısından da müzeler, galeriler, kütüphaneler ve diğer bellek kurumlarının dijitalleşmeye adaptasyonu müzeleri ya da sergileri ziyaret etmek ve kültürel miras kaynaklarına erişmek mümkün olabilmektedir (Haux vd., 2021: 769). Aynı zamanda dijital enformasyonun artan erişebilirlik oranları ve toplumun kültür, bilimsel araştırma, eğitim, kamu yönetimi, işletme gibi tüm segmentleri tarafından yoğun biçimde dijital teknoloji ve araçlarının kullanımı, kültürel miras kurumlarının online hizmet sunumlarına yönelik talebi de arttırmıştır. Dünyanın her yerinde müzeler ve diğer kültürel miras kurumları bu durumun önemini farkına vararak koleksiyonlarını dijitalleştirmekte ve eserlerin dijital kopyalarını üretmekte ve bunları web teknolojileri aracılığıyla erişilebilir kılmaktadır. Dijital kültür koleksiyonları sadece kurumun dış hedef kitlelerine çevrimiçi hizmet sunmak için kullanılmamaktadır. Ayrıca bu dijital varlıklar, fiziksel koleksiyonların dokümantasyonu, korunması, restorasyonu ve güvenliğinin sağlanması süreçlerinin yönetim aracı olarak da kullanılmaktadırlar (Sayao, 2016: 245).

Dijitalleşme ve kültürel bellek aktarımı bağlamında değerlendirildiğinde, müzeler tarafından oluşturulan dijital koleksiyonların önemli bir yere sahip olduğu dikkat çekmektedir. Dijital koleksiyonların kültürel bellek kurumlarının dijitalleşme çabalarının sonucunda ortaya çıktığını ifade eden Çakmak (2018: 240), koleksiyonların dijital hale getirilmesinin toplumun kültür mirasının korunması ve gelecek kuşaklara iletilebilmek üzere erişebilirliğinin sağlanması gibi temel amaçlara hizmet ettiğine işaret etmektedir.

Bilgisayar ve internetin günümüz koşullarında yaşantının her noktasında önemli bir yer edindiğinden bahseden Akça'ya (2020) göre de kültürel bellek kurumları olarak müzelerin dijital medyayı kullanması gereklilik taşımaktadır. Dijitalleşmenin yön verdiği günümüz dünyasında ortaya çıkan dijital çağın, içinde yaşanan toplumu dijital toplum haline getirdiği bilinmektedir. Dijital toplum içinde ise kültürel belleğin de dijitalleşmeye başladığı, dijital yöntem ve araçlarla kültür kurumları tarafından bellek unsurlarının aktarıldığı söylenebilmektedir.

## **Müzelerin Dijital Medya Kullanımının Kültürel Bellek Aktarımı Yönünden Analizi**

### **Amaç ve Yöntem**

İçinde bulunduğumuz dijital çağın tüm alanlarda olduğu gibi kültür ve iletişim alanlarında da çeşitli değişiklik ve gelişmelere yol açtığı bilinmektedir. İletişim kurma araç ve yöntemlerinin dijital hale geldiği günümüz toplumlarında, aynı zamanda kültür unsurlarının dijitalleşerek daha erişilebilir olması da söz konusu olmuştur. Ayrıca temel birer kültür kurumu olarak müzelerin kültürel mirasın sergilenmesi, korunması, kültürel belleğin hatırlanması, canlandırılması ve aktarılması gibi çeşitli işlevlerini dijital teknolojiler ve dijital iletişim yoluyla yerine getirmesi de gündeme gelmiştir. Günümüz çağdaş müzecilik anlayışı bağlamında değerlendirildiğinde, müzelerin toplumların kültürlerine ilişkin hafıza mekanları oldukları ve birer kültürel bellek kurumu olarak ele alındıkları söylenebilmektedir. Müzelerin kültürel bellek kurumu olarak sahip oldukları fonksiyonları yerine getirmesi için dijitalleşme sürecine adaptasyonu ve dijital medyayı kültürel bellek aktarımı amacıyla kullanması gereklilik taşımaktadır.

Dijital medya son yıllarda kültürel bellek açısından sunduğu kapasite nedeniyle ilgi uyandırmaktadır. Hedef kitlelerin müzelerin web siteleri ya da mobil uygulamaları aracılığıyla sanal müze deneyimi yaşaması, kültür koleksiyonlarının dijitalleştirilerek web siteleri, mobil uygulamalar ve sosyal medya platformları üzerinden sergilenmesi gibi birtakım uygulamalar kültürel belleğin dijital medya aracılığıyla aktarılması kapsamında ele alınabilmektedir. Bu

uygulamalar aracılığıyla kültürel belleğin aktarımı zaman ve mekâna bağlı olma kısıtından uzaklaşmakta, kültürel belleğin geniş hedef kitlelere aktarılması, kültürel belleğin hatırlanması ve canlandırılması daha olanaklı hale gelmektedir. Günümüzde kültürel bellek aktarımı için artık hedef kitlelerin müzeleri fiziksel olarak ziyaret etmeleri gerekmemektedir; sanal müzecilik uygulamaları ve koleksiyonların dijitalleştirilerek sunumu kültürel bellek aktarımının temel araçları haline gelmiştir ve bu yöndeki kültürel bellek aktarımında dijital medya önemli bir rol oynamaktadır.

Bu çalışmada, dijital medyanın müzeler tarafından kullanımı kültürel bellek aktarımı açısından ele alınmış ve sanal müzecilik ile dijital koleksiyonlar aracılığıyla gerçekleşen kültürel bellek aktarımında dijital medya ortamlarının müzeler tarafından kullanılıp kullanılmadığının tespiti amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında müzelerin web siteleri, mobil uygulamaları ve sosyal medya platformları üzerinden bir inceleme gerçekleştirilerek dijital medyanın müzeler tarafından kültürel bellek aktarımı amacıyla kullanım durumunun ortaya konması hedeflenmiştir. Bu amaçla gerçekleştirilen araştırmanın aşağıdaki sorulara yanıt vermesi beklenmektedir:

- Müzeler web siteleri üzerinden sanal müzecilik uygulaması ve dijital koleksiyon sunumuyla kültürel bellek aktarımı gerçekleştirmekte midir?

- Müzelerin mobil uygulamaları bulunmakta mıdır ve bu ortamlar kültürel bellek aktarımı amacıyla kullanılmakta mıdır?

- Müzelerin sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirdikleri faaliyetler kültürel bellek aktarımı amacına dönük müdür?

- Müzelerin dijital medya aracılığıyla gerçekleştirdiği kültürel bellek aktarımı faaliyetlerinde hangi tür dijital içeriklere yoğunlaşmaktadır?

Araştırmada verilerin toplanmasında nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Örneklem dahilinde bulunan müzelerin kurumsal web siteleri, mobil uygulamaları ve sosyal medya hesapları 28.11.2021 ile 12.12.2021 tarihleri arasında incelenmiştir.

### **Evren ve Örneklem**

Bu araştırmanın evrenini Türkiye’de faaliyet gösteren müzeler, örneklemine ise Türkiye’nin en çok ziyaret edilen ilk 10 müzesi oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemine oluşturan müzelerin belirlenmesinde Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü (<http://www.dosim.gov.tr/assets/documents/2019->

[ZİYARETÇİ-WEB-SİTESİ.pdf](#), Erişim tarihi: 28.11.2021) tarafından en son açıklanan 2019 yılı müze ziyaretçi istatistikleri baz alınmıştır. Söz konusu listede Türkiye'nin en çok ziyaret edilen müzeleri ve ören yerlerine ilişkin ziyaretçi sayıları bulunmaktadır.

Müze ziyaretçi istatistiklerine ilişkin liste doğrultusunda ise müze statüsünden cami statüsüne geçen İstanbul Ayasofya Müzesi (Ziyaretçi sayısı: 3 milyon 727 bin 361) ile İstanbul Kariye Müzesi (Ziyaretçi sayısı: 200 bin 173) ziyaretçi sayıları açısından ilk 10'da yer almalarına rağmen örneklemin dışında tutulmuştur. Ayrıca İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi Harem Bölümü de (Ziyaretçi sayısı: 303 bin 806) ziyaretçi sayısı bakımından ilk 10'da yer almasına rağmen, İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi'nin örnekleme bulunmasından ve harem bölümünün doğrudan müzeyle bağlantılı olmasından ötürü örneklem dışında bırakılmıştır. Aşağıdaki tabloda örnekleme bulunan müzelere ilişkin bilgiler yer almaktadır:

Müze	Ziyaretçi Sayısı
Konya Mevlana Müzesi	3.464.155
İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi	2.364.946
Nevşehir Hacı Bektaş Müzesi	592.727
Ankara Cumhuriyet Müzesi	327.695
İstanbul Arkeoloji Müzesi	427.643
Antalya Aziz Nikolaos Anıt Müzesi	384.893
Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi	367.395
Sivas Atatürk ve Kongre Müzesi	345.760
Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi	327.695
Diyarbakır Cahit Sıtkı Tarancı Evi Kültür Müzesi	305.629

**Tablo 1:** Türkiye'nin En Çok Ziyaret Edilen İlk 10 Müzesi

### Kapsam ve Sınırlılıklar

Bu araştırmada müzelerin kültürel bellek aktarımı, sadece dijital medya üzerinden gerçekleştirilen faaliyetler ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca araştırmanın bir diğer temel sınırlılığını incelemelerin sadece Türkiye'nin en çok ziyaret edilen ilk 10 müzesinin dijital medya uygulamalarının analiz edilmesi oluşturmaktadır.

## Bulgular ve Yorumlar

İçerik analizi doğrultusunda gerçekleştirilen araştırmada tüm veriler kodlanarak SPSS Programı'na aktarılmış ve frekans analizleri yapılmıştır. Araştırmada öncelikle örneklem dahilindeki müzelerin web siteleri üzerinden bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Yapılan incelemelerde örneklem dahilindeki müzelerin kendilerine ait resmi bir web sitesinin bulunmadığı tespit edilmiştir. Müzelere ilişkin bilgilerin Kültür ve Turizm Bakanlığı'na ait ilgili birkaç resmi platformda yer aldığı görülmüştür. Aşağıdaki tablo müzelere ilişkin bilgilerin yer aldığı web sitelerine ilişkin bilgileri sunmaktadır:

Müze Bilgilerinin Yer Aldığı Web Sitesi	Frekans	Yüzde
<a href="http://www.muze.gov.tr">www.muze.gov.tr</a> (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın "Dünyanın En Büyük Müzesi Türkiye" sloganıyla oluşturduğu resmi bir platformdur.)	8	%22,85
<a href="http://www.kulturportali.gov.tr">www.kulturportali.gov.tr</a> (Bilgi Toplumu Stratejisi 2006-2010 Eylem Planı kapsamında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından il kültür ve turizm müdürlükleri ile çeşitli kamu kurumlarından alınan verilerin bir araya getirildiği, kültürel öğelerin sunulduğu bir portaldır.)	9	%25,71
<a href="http://www.sanalmuze.gov.tr">www.sanalmuze.gov.tr</a> (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulan bazı müzeler için sanal müze deneyiminin sunulduğu bir dijital iletişim aracıdır.)	4	%11,42
<a href="http://www.millisaraylar.gov.tr">www.millisaraylar.gov.tr</a> (T.C. Cumhurbaşkanlığı bünyesindeki Milli Saraylar İdaresi Başkanlığı'na bağlı saray, köşk, kasır, müze ve tarihi fabrikalara ilişkin bilgilerin yer aldığı bir web sitesidir.)	1	%2,85
<a href="https://kvmgm.ktb.gov.tr/">https://kvmgm.ktb.gov.tr/</a> (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün web sitesidir.)	5	%14,30
<a href="http://dosim.kulturturizm.gov.tr/">http://dosim.kulturturizm.gov.tr/</a> (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü'nün web sitesidir.)	5	%14,30



Müzenin yer aldığı il kültür ve turizm müdürlüklerine ait web siteleri	3	%8,57
<b>Toplam</b>	<b>35</b>	<b>%100</b>

**Tablo 2:** Müzelere İlişkin Bilgilerin Yer Aldığı Web Siteleri

Tablodan da görülebileceği üzere örneklem dahilinde yer alan müzelere ilişkin bilgiler çoğunlukla Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı web siteleri aracılığıyla sunulmaktadır ve her bir müzeye ilişkin bilgilerin tabloda yer verilen birden fazla platformlarda yer aldığı görülmektedir. Yukarıda tabloda yer verilen internet ortamlarına ek olarak valilik ve belediyeler gibi kamu kurumlarının da kendi faaliyet sınırları içinde bulunan müzelere ilişkin bilgiler paylaştıkları, ancak müzeler için her bir müzeye özel bir web sitesi yapılandırılmadığı dikkat çekmektedir. Müzelere ilişkin bilgiler resmi platformlar aracılığıyla sunulmakla birlikte, müzelerin sanal ortamdaki varlıklarını temsil eden kurumsal web sayfalarının her bir müzeye özel olacak şekilde oluşturulması önem taşımaktadır. Ayrıca müzelere ilişkin söz konusu her bir web sitesinde ayrı ayrı verilen bilgilerin müze için oluşturulan tek bir web sitesi üzerinden verilmesi müzelerin iletişim süreçlerini başarılı biçimde yönetebilmesi için daha yararlı olacaktır. Aşağıdaki tablo web sitelerinde yer verilen içeriklerin türlerine göre dağılımlarını göstermektedir:

Web Sitelerinde Yer Verilen İçerik Türleri	Frekans	Yüzde
Metin	31	%46,97
Fotoğraf	27	%40,91
Video	0	%0
Broşür	8	%12,12
<b>Toplam</b>	<b>66</b>	<b>%100</b>

**Tablo 3:** Web Sitelerinde Yer Alan İçeriklerin Türlerine Göre Dağılımı

Web sitelerinde yayınlanan içerikler değerlendirildiğinde ise çoğunlukla bilgilendirici metinlerin kullanıldığı ve müzelerin iç ve dış mekân fotoğrafları ile müze koleksiyonunda yer alan az sayıda eserin görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir. Müzelere ilişkin videolara hiç yer verilmezken, müze tanıtımının yapıldığı metin ve görsellerden oluşan kısa broşürlerin yer aldığı web sitesi sayısı ise 8'dir. Ayrıca web sitelerinde müzelere ilişkin sunulan bilgilerin ise

müze tanıtımını yapma ve müzeye ziyaret niyeti oluşturma amacına dönük olduğu ortaya konmuştur. Aşağıda ise müzede yer alan görsel içeriklerin türlerine göre dağılımlarını gösterir tablo yer almaktadır:

Web Sitelerinde Yer Verilen Görsel İçerik Türleri	Frekans	Yüzde
Müzenin dış mekan görüntüsü	43	%30,50
Müzenin iç mekan görüntüsü	48	%34,05
Kültürel eserlerin görüntüsü	46	%32,62
Dijital sergi, arşiv, koleksiyonlar	0	%0
Sanal müze deneyimi	4	%2,83
<b>Toplam</b>	<b>141</b>	<b>%100</b>

**Tablo 4:** Web Sitelerinde Yer Alan Görsel İçeriklerin Türlerine Göre Dağılımı

Tablo 4’te de sunulduğu üzere müzelere ilişkin paylaşılan görsel içerikler müzenin iç mekân görüntülerini, kültürel eserlerin fotoğraflarını ve müzenin dış mekân görüntülerini kapsamaktadır. Web sitelerinde kültürel bellek aktarımı ile ilişkili olarak sadece kültürel eser görüntülerinin paylaşıldığı, dijital kültürel bellek aktarımı açısından ön plana çıkan dijital sergi, arşiv ve koleksiyonlara ise yer verilmediği görülmektedir. Ayrıca yine kültürel bellek aktarımı açısından önem taşıyan sanal müze deneyiminin söz konusu olabileceği müze sayısının da fazla olmadığı dikkat çekmektedir. Bu bulgular açısından değerlendirildiğinde web sitelerinin dijital sergi, arşiv ve koleksiyonların sergilenmesi ve sanal müze deneyiminin sağlanması gibi kültürel bellek aktarımı ile ilişkili uygulamalar yönünden yeterli ölçüde kullanılmadığı dikkat çekmektedir.

Araştırmanın ilerleyen kısımlarında akıllı telefonlar aracılığıyla kullanılabilen mobil uygulamaların müzeler tarafından kültürel bellek aktarımı amacıyla yararlanılabilecek bir dijital medya olarak kullanılıp kullanılmadığının ortaya konması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda öncelikle örneklem dahilindeki müzelerin mobil uygulamaya sahip olup olmadıkları incelenmiştir. Gerçekleştirilen inceleme sonucunda örneklem kapsamında bulunan hiçbir müze için özel mobil uygulama gerçekleştirilmediği görülmüştür. Mobil uygulama olarak sadece T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulmuş “Türkiye’nin Müzeleri” açıklamasının yer aldığı Müze Kart isimli bir mobil uygulamanın bulunduğu tespit edilmiştir. Uygulamada 309 müze ve ören yerine ilişkin bilgilere ulaşılabilmekte, her bir müze ve ören yerine ilişkin

kısa bir bilgilendirici metin, bir görsel ve iletişim bilgilerine yer verildiği görülmektedir. Ayrıca mobil uygulama üzerinden müze kart ve müze giriş bileti de satın alınabilmektedir. Söz konusu uygulamada örneklem dahilinde yer alan Türkiye'nin en çok ziyaret edilen ilk 10 müzesinden çoğunluğuna dair (n=9) kısa bir bilgilendirici metin ile tek bir görsel yer almakta; müzelerin iletişim ve ulaşım bilgileri paylaşılmaktadır. Mobil uygulamada yer almayan tek müze ise İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi'dir. Mobil uygulama, müzelerin kültürel bellek aktarımında dijital medya kullanımı bağlamında değerlendirildiğinde ise, web siteleri ile benzer bir kullanımın varlığı dikkat çekmekte ve mobil uygulamaların kültürel bellek aktarımı açısından sunduğu kapasiteden tam olarak yararlanılmadığı söylenebilmektedir. Mobil uygulamaların müzelere özel olmaması ve mobil uygulamada müzelere ilişkin dijital sergi, arşiv ve koleksiyonlara yer verilmemesi, sanal müze deneyiminin sunulmaması gibi hususlar bu iletişim ortamının da sadece müze tanıtımını yapma amaçlı kullanıldığını göstermektedir.

Araştırmanın son kısmında müzelerin 01 Eylül 2021 ile 01 Aralık 2021 tarihleri arasındaki dönemde sosyal medya platformlarından Facebook, Instagram ve Twitter üzerinden yaptıkları paylaşımlar kültürel bellek aktarımına yönelik olup olmaları yönünden analiz edilmiştir. Öncelikle müzelerin sosyal medya platformlarında resmi bir hesabının bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Müzeler için çeşitli kişiler tarafından açılan hesaplar var olmakla birlikte, örneklem dahilindeki on müzeden sadece Topkapı Sarayı Müzesi'nin Facebook, Twitter ve Instagram olmak üzere üç sosyal mecra da resmi hesaplarının bulunduğu tespit edilmiştir. Konya Mevlana Müzesi'nin ise Instagram'da resmi bir hesabının bulunduğu, bu hesapta Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın web sitesine yönlendirme yapıldığı görülmüştür. Instagram hesabında müzenin dış görüntüsünü içeren altı adet resim ise herhangi bir metin açıklaması olmaksızın 8 Kasım 2020 ile 19 Aralık 2020 tarihleri arasında paylaşılmıştır. Bu hesabın aktif bir şekilde kullanılmadığı dikkat çekmektedir. Bu nedenle de incelemeye dahil edilmemiştir.

Araştırmanın bu kısmında bu sebeple müzelerin kültürel bellek aktarımı açısından sosyal medyadan yararlanma durumu her üç mecra da kullanan Topkapı Sarayı Müzesi'nin sosyal medya paylaşımları üzerinden incelenmiştir. Aşağıdaki tablo müzelerin sosyal medyada bulunma durumlarını göstermektedir:

<b>Müzelerin Sosyal Medyadaki Resmi Hesapları</b>	<b>Facebook</b>	<b>Twitter</b>	<b>Instagram</b>
Konya Mevlana Müzesi	Yok	Yok	Var
İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi	Var	Var	Var
Nevşehir Hacı Bektaş Müzesi	Yok	Yok	Yok
Ankara Cumhuriyet Müzesi	Yok	Yok	Yok
İstanbul Arkeoloji Müzesi	Yok	Yok	Yok
Antalya Aziz Nikolaos Anıt Müzesi	Yok	Yok	Yok
Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi	Yok	Yok	Yok
Sivas Atatürk ve Kongre Müzesi	Yok	Yok	Yok
Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi	Yok	Yok	Yok
Diyarbakır Cahit Sıtkı Tarancı Evi Kültür Müzesi	Yok	Yok	Yok

**Tablo 5:** Müzelerin Sosyal Medyadaki Resmi Hesapları

Topkapı Sarayı Müzesi'nin Facebook, Twitter ve Instagram üzerinden gerçekleştirdiği sosyal medya iletişimi kapsamında 1 Eylül 2021-01 Aralık 2021 tarihleri arasındaki paylaşımları, paylaşımda kullanılan içerik türleri ve paylaşım amaçları doğrultusunda incelenmiştir. Topkapı Sarayı Müzesi'nin resmi Facebook hesabından 11, resmi Twitter hesabından 18 ve resmi Instagram hesabından toplam 17 paylaşım yapılmıştır. Her üç mecradaki tüm paylaşımlarda açıklayıcı ve bilgilendirici metinler kullanılmakla birlikte, her bir paylaşımda bazen bir bazense birden fazla görsel kullanılmıştır. Söz konusu zaman zarfında yapılan paylaşımların hiçbirinde video kullanılmamıştır. Paylaşımların müze tanıtımı ve kültürel eserlerin dijital resimlerinin sergilenmesi yoluyla kültürel bellek aktarımı amacıyla gerçekleştirildiği, bunların dışında ise özel günlere yönelik az sayıda paylaşım yapıldığı ortaya konmuştur. Aşağıdaki tablo Topkapı Sarayı Müzesi'nin sosyal medya paylaşımlarına ilişkin bilgileri içermektedir:

<b>Sosyal Medya Paylaşımlarının İçerik ve Amacı</b>	<b>Facebook</b>	<b>Twitter</b>	<b>Instagram</b>
Metin	11	18	17
Fotoğraf	26	28	28

Video	0	0	0
Müze tanıtımına yönelik paylaşım	6	8	7
Kültürel bellek aktarımına yönelik paylaşım	5	7	8
Özel günlere yönelik paylaşım	0	2	1

**Tablo 6:** Topkapı Sarayı Müzesi'nin Sosyal Medya Kullanımı

Tablo 6'da da sunulduğu üzere Topkapı Sarayı Müzesi'nin sosyal medya hesapları birbiriyle benzer bir yoğunlukta kullanılmaktadır. Her üç mecradaki tüm paylaşımlarda metinler ve görseller yer almakta, bu metin ve görseller ise müzenin tanıtımını yapma ya da kültürel bellek unsurlarının hedef kitlelere aktarılması amacıyla kullanılmaktadır. İncelenen sosyal medya paylaşımlarında müzeyi tanıtmaya amacı ön plana çıksa da, kültürel bellek unsurlarının aktarılması, kültürel koleksiyon parçalarının dijital ortamda sunulması gibi amaçların tanıtım amacını takip ettiği görülmektedir. Sosyal medya paylaşımlarındaki ilk amacın müze tanıtımı olduğu (n=21), kültürel bellek aktarımı amacına yönelik paylaşımların bunu takip ettiği (n=20) dikkat çekmekte ve bu paylaşımların dışında kalan paylaşımlar ise özel günlere yöneliktir (n=3). Topkapı Sarayı Müzesi'nin sosyal medya üzerinden gerçekleştirdiği iletişim faaliyetlerinde kültürel bellek aktarımı ile ilişkilendirilebilecek dijital sergi, arşiv ve koleksiyon sunumuna yer vermediği ve sanal müze deneyimi seçeneğinin sunulmadığı da belirtilmelidir.

### Sonuç

Sürekli ve dinamik bir yapıya sahip kültür, insanların ortak bir payda etrafında bir araya gelmesini sağlayarak kolektif bir kültürel kimliğin edinilmesini olanaklı kılmaktadır. Kültür aynı zamanda kendisini paylaşan insanların kolektif bir belleğe sahip olması durumunu da gündeme getirmektedir. İnsanlar tarafından oluşturulan, geliştirilen ve değiştirilen kültür, ortaya çıkmasına yol açtığı kolektif hafıza nedeniyle bellek çalışmalarının odağında yer almaktadır. Kültür ve bellek arasındaki bağlantı pek çok disiplinin ortak çalışma konusunu oluşturmaktadır. Tarihten sosyolojiye, sanattan edebiyata, felsefeden psikolojiye, din bilimden sinir bilime ve iletişim çalışmalarına kadar farklı disiplinlerin kültür ve bellek arasındaki bağlantıları tesis etmeye yönelik çalışmalara yöneldikleri görülmektedir.

Kültürün süreklilik ve değişebilirlik özelliği doğrultusunda kültürel bellek çalışmalarının gerçekleştirilmesi ve özellikle de iletişim yoluyla kültürel bellek aktarımının incelenmesi gereklilik taşımaktadır. Kültürel bellek aynı kültüre sahip insanların kültürel öğeler hakkındaki

bilgileri, deneyimleri ve iletişimleri doğrultusunda gelişen ortak hafızaya işaret etmektedir. Kültürel bellek, kültür öğelerinin hatırlanması, tekrarlanması, yorumlanması, anlamlandırılması ve canlandırılması gibi her biri iletişimle bağlantılı faaliyetler sonucunda oluşmakta ve nesilden nesile aktarılmaktadır. Bu nedenle de kültürel bellek ve kültürel bellek aktarımında iletişimin oldukça önemli bir rolü bulunduğu söylenebilmektedir.

Kültürel bellek çalışmaları kapsamında birer kültürel bellek kurumu ve aynı zamanda birer hafıza mekânı olarak nitelendirilen müzelerin, arşivlerin, kütüphanelerin ve dökümantasyon merkezlerinin önemli yere sahip olduğu bilinmektedir. Söz konusu kültürel bellek kurumları tarafından yerine getirilen iletişim faaliyetlerinin kültürel belleğin devamlılığının sağlanmasında etkili olacağı öngörülmektedir.

Günümüzde iş yapma biçimlerini ve iletişim kurma yöntemlerini büyük ölçüde değişikliğe uğratan dijitalleşme süreci nedeniyle günlük yaşantının çok yüksek oranda dijital teknolojilerle şekillendiği bilinmektedir. İçinde bulunduğumuz dijital çağ ve içinde yaşadığımız dijital toplum kültürel bellek kurumlarının da dijitalleşmeye adaptasyonunu gerekli kılmaktadır. Dijitalleşmeye adaptasyon aynı zamanda kültürel bellek kurumları için kültürel bellek aktarımında dijital teknolojilerden ve dijital medyadan yararlanmayı da beraberinde getirmektedir.

Son yıllarda kültürel bellek kurumlarının koleksiyonlarını dijitalleştirilmesi, eserlerinin dijital kopyalarını üretmesi ve bunları internet temelli teknolojiler ile geniş hedef kitlelere sunması yönünde bir yönelim olduğu dikkat çekmektedir. Kültürel bellek kurumlarının dijitalleşmeye adaptasyonu ve kültürel bellek aktarımının dijital teknolojiler aracılığıyla gerçekleştirilmesi, kültürel bellek aktarımında dijital medyanın kullanımının incelenmesi gereken bir konu olmasını sağlamıştır.

Bu bilgilerden hareketle söz konusu çalışma, temel bir bellek kurumu olarak müzeler odağında, kültürel bellek aktarımında dijital medyanın kullanımını konu edinmiştir. Hedef kitlelerin müzelerin web siteleri ya da mobil uygulamaları aracılığıyla sanal müze deneyimi yaşaması, kültür koleksiyonlarının dijitalleştirilerek web siteleri, mobil uygulamalar ve sosyal medya platformları üzerinden sergilenmesi gibi birtakım uygulamalar kültürel belleğin dijital medya aracılığıyla aktarılması kapsamında ele alınmıştır. Çalışmada Türkiye'nin en çok ziyaret edilen ilk 10 müzesinin web siteleri, mobil uygulamaları ve sosyal medya hesapları üzerinden bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgular örnekleme oluşturan müzelerin, kültürel bellek aktarımı amacıyla dijital medyayı etkin bir şekilde kullanmadıklarına işaret etmiştir. Müzelerin kendilerine özel bir web sitesinin yapılandırılmamış olması, müzelere ilişkin bilgilerin Kültür ve Turizm Bakanlığı ile bağlantılı pek çok farklı web sitesinde yer alması ve buralarda paylaşılan bilgilerin ve görsellerin sadece müze tanıtımına yönelmesi birer dijital iletişim ortamı olarak web sitelerinin kültürel bellek aktarıcısı olarak kullanılmadığını göstermektedir. Web siteleri üzerinden gerçekleştirilen dijital iletişimde kültürel bellek aktarımı ile bağlantılandırılan dijital sergi, arşiv ve koleksiyonlara hiç yer verilmediği, sanal müze deneyiminin ise az sayıda müze için (n=4) geçerli bir seçenek olduğu görülmektedir.

Araştırmada ayrıca müzelerin mobil uygulamalara sahip olup olmadıkları ve bu dijital iletişim ortamının kültürel bellek aktarımı amacıyla kullanıp kullanılmadığı da incelenmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda müzelerin hiçbirinin mobil uygulamaya sahip olmadığı tespit edilmiş; bakanlık tarafından geliştirilen Müze Kart mobil uygulamasında ise örneklem dahilindeki 9 müzeye ilişkin tanıtıma yönelik kısa bir bilgilendirici metin ile tek bir görselin yer aldığı görülmüştür. Bu bulgular da mobil uygulamaların kültürel bellek aktarımı amacıyla kullanılan bir dijital iletişim ortamı olmadığını ortaya koymuştur.

Sosyal medya açısından ise yine benzer bulgular ortaya çıkmış ve müzelerin kendilerine ait resmi sosyal medya hesaplarının bulunmadığı görülmüştür. Sadece Topkapı Sarayı Müzesi'nin incelenen sosyal medya platformları olarak Facebook, Twitter ve Instagram'da resmi hesaba sahip olduğu, burada gerçekleşen iletişimde ise sosyal medyanın müze tanıtımı amacının yanı sıra koleksiyon parçalarının dijital sunumu yapılarak kültürel bellek aktarımı amaçlı kullanımı da tespit edilmiştir. Ancak Topkapı Sarayı Müzesi'nin sosyal medya üzerinden gerçekleştirdiği iletişim faaliyetlerinde kültürel bellek aktarımı ile ilişkilendirilebilecek dijital sergi, arşiv ve koleksiyon sunumuna yer verilmediği ve sanal müze deneyimi seçeneğinin sunulmadığı da hatırlatılmalıdır.

Literatür doğrultusunda müzelerin birer kültürel bellek kurumu olarak dijitalleşme sürecine adaptasyonunun gerekliliği ve dijital medyanın kültürel bellek aktarımı açısından önemli fırsatlar sunduğu ifade edilebilmektedir. Literatürün işaret ettiği bu duruma karşın araştırmadan elde edilen tüm bulgular birlikte değerlendirildiğinde örneklem dahilindeki müzelerin kültürel bellek aktarım aracı olarak dijital medyanın kapasiteden yeterli ölçüde faydalanmadığı görülmektedir. Gelecek çalışmalarda müzeler dışındaki diğer kültürel bellek kurumlarının kültürel bellek aktarımında dijital medyayı kullanma durumuna yönelik

araştırmaların gerçekleştirilmesi ve ayrıca diğer ülke uygulamaları ile kıyaslamaların yapılmasını amaçlayan araştırmaların yürütülmesi önerilmektedir.



**Kaynakça**

- Akça, S. (2020). “Teknoloji ve Bilgi Çağında Müzeler: Genel Bakış”, *Türk Kütüphaneciliği*, 34(2), 263-274.
- Akıncı Vural, Z. B. (2006). “Bilgi İletişim Teknolojilerine Genel Bir Bakış”, Z. B. Akıncı Vural (Ed.), *Dijital Platform ve İletişim*, İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Apaydın, V. (2020). “The Interlinkage of Cultural Memory, Heritage and Discourses of Construciton, Transformation and Destruction”, V. Apaydın (Ed.), *Critical Perspectives on Cultural Memory and Heritage Construction, Transformation and Destruction*, London: UCL Press, s. 13-29.
- Assmann, A. (2008). “Canon and Archive”, A. Erll ve A. Nünning (Eds.), *Cultural Memory Studies An International and Interdisciplinary Handbook*, Berlin: Walter de Gruyter, s. 97-107.
- Assmann, J. (2010). “Globalization, Universalism, and the Erosion of Cultural Memory”, A. Assmann ve S. Conrad (Eds.), *Memory in Global Age Discourses, Practices and Trajectories*, New York: Palgrave Macmillan Memory Studies, s. 121-137.
- Assmann, J. (2011). “Communicative and Collective Memory”, P. Meusburger, Michael Heffernan ve Edgar Wunder (Eds.), *Cultural Memories*, New York: Springer Science+Business Media, s. 15-27.
- Assmann, J. ve Czaplicka, J. (1995). “Collective Memory and Cultural Identity”, *New German Critique*, 65, s. 125-133.
- Begy, J. (2017). “Board Games and the Construction of Cultural Memory”, *Games and the Culture*, 12(7-8), s. 718-738.
- Boztepe Taşkiran, H. (2021). “Kültür ve Sanat İletişimi Bağlamında Müzelerin Sosyal Medyaya Adaptasyonu: Devlet ve Özel Müze Kullanımlarını Karşılaştırmaya Yönelik Bir Araştırma”, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 6(1), s. 11-31.
- Cannelli, B. ve Musso, M. (2022). “Social Media As Part of Personal Digital Archives: Exploring Users’ Practices and Service Providers’ Policies Regarding the Preservation of Digital Memories”, *Archival Science*, 22(2), s. 1-25.

- Çakmak, T. (2018). “Dijitalleştirilen Kültürel Miras Ürünlerinin Erişime Sunulmasına Yönelik Bir Çalışma: Türkiye Yardım Sevenler Derneği Dijital Arşivi”, E. M. Metinsoy (Ed.), *Cumhuriyet’le Büyüyen Yardım Sevenler*, Ankara: MRK Baskı Tanıtım, s. 249-250.
- Çakmak, T. ve Yılmaz, B. (2012). “Overview of the Digitization Policies in Cultural Memory Institutions in Turkey”, *3rd International Symposium on Information Management in a Changing World*, Ankara, s. 146-154.
- Demir, S. (2012). “Kültürel Bellek, Gelenek ve Halk Bilimi Müzeleri”, *Milli Folklor*, 95, s. 184-193.
- Eliseev, E. D. ve Marsh, E. J. (2021). “Externalizing Autobiographical Memories in the Digital Age”, *Trends in Cognitive Sciences*, 25(12), s. 1072-1081.
- Erl, A. (2008). “Cultural Memory Studies: An Introduction”, A. Erl ve A. Nünning (Eds.), *Cultural Memory Studies An International and Interdisciplinary Handbook*, Berlin: Walter de Gruyter, s. 1-15.
- Erl, A. (2011). *Memory in Culture*, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Erl, A. ve Rigney, A. (2006). “Literature and the Production of Cultural Memory: Introduction”, *European Journal of English Studies*, 10(2), s. 111-115.
- Fahy, A. (1995). “New Technologies for Museum Communication”, E. Hooper-Greenhill (Ed.), *Museum Media Message*, Oxon: Routledge, s. 82-96.
- Gambarato, R. R., Heuman, J. ve Lindberg, Y. (2022). “Streaming Media and the Dynamics of Remembering and Forgetting: The Chernobyl Case”, *Memory Studies*, 15(2), s. 271-286.
- Gershon, I. ve Bell, J. A. (2013). “Introduction: The Newness of New Media”, *Culture, Theory&Critique*, 54(3), s. 259-264.
- Haux, D. H., Dominice, A. M. ve Raspotnig, J. A. (2021). “A Cultural Memory of the Digital Age?”, *International Journal for the Semiotics of Law*, 34, 769-782.
- Karadeniz, C. ve Okvuran, A. (2018). “Cumhuriyetin İlanından Günümüze Türkiye’de Müze Eğitimi: Tarihsel Gelişim ve Gelecek Tasarıları”, *Milli Folklor*, 30, s. 101-113.
- Kılıç, N. P. (2020). “Dijital Oyunlarda Belleğin Yeniden İnşası: Nusrat Örneği”, *Moment Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 7(2), s. 265-286.
- Laland, K. N. ve Rendell, L. (2013). “Cultural Memory”, *Current Biology*, 23(17), s. 736-740.

- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. ve Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*, 2nd edition, New York: Routledge.
- Manovich, L. (2006). "What is New Media", R. Hassan ve J. Thomas (Eds.), *New Media Theory Reader*, Buckingham: McGraw-Hill Education, s. 5-10.
- Mao, Y. (2019). "Image Representation, Visual Performance and Embodied Practice: Cultural Memory Construction of Online Digital Museum", *Advances in Social Sciences*, 8(7), 1157-1161.
- Mitroiu, S. (2014). "Considerations on Cultural Memory and Its Institutionalization Process", *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 6(2), s. 86-96.
- Möchel-Rieke, H. (1998). "Introduction: Media and Cultural Memory", *American Studies*, 43(1), s. 5-17.
- Okan, B. (2018). "Günümüz Müzecilik Anlayışındaki Yaklaşımlar ve Müze Oluşumunu Etkileyen Unsurlar", *Tykhé Sanat ve Tasarım Dergisi*, 3(4), s. 215-242.
- Özay, D. ve Deveci, A. (2020). "Geleneğin İcadı Bağlamında Ramazan Sohbet Programlarının Kültürel Belleğin İnşasındaki Rolü ve Araçsallaştırılması", *Turkish Studies*, 15(7), s. 3061-3073.
- Özmen, S. S. (2018). "Müze Eğitiminin Gelişimi", *Humanitas*, 6(11), s. 301-324.
- Özrili, Y. ve Başak, O. (2021). "Hafıza Odası Müzeler ve Kültürel Kimlik", *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, s. 83-93.
- Rayudu, C. S. (2010). *Communication*, Mumbai: Himalaya Publishing House.
- Sanko, C. (2016). "Communication, Generation and Cultural Memory: Insights from Fieldwork in Vietnam", N. Carpentier ve P. Pruulmann-Vengerfeldt (Eds.), *Politics, Civil Society and Participation, Media and Communications in a Transforming Environment*, Bremen: Ecrea, s. 213-226.
- Santone, J. ve Straw, W. (2009). "Editorial: Cultural Memory and Digital Preservation", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 15(3), s. 259-262.
- Sayao, L. F. (2016). "Digitization of Cultural Collections: Reuse, Curation and Preservation", *IV Seminario Serviços de Infarmação em Museums*, Sao Paulo, s. 245-258.

- Sell, R. D. (2012). “Cultural Memory and the Communicational Criticism of Literature”. *Journal of Communication Studies*, 5(2), s. 201-225.
- Stainforth, E. (2016). “From Museum to Memory Institution: The Politics of European Culture Online”, *Museum&Society*, 14(2), s. 323-337.
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021). *2019 Yılı Türkiye'nin En Çok Ziyaret Edilen Müze ve Ören Yerleri*, <http://www.dosim.gov.tr/assets/documents/2019-ZIYARETCI-WEB-SITESI.pdf>, Erişim Tarihi: 28.11.2021.
- Thylstrup, N. B. (2018). “Cultural Memory in the Digital Age”, G. Föllmer ve A. Badenoch (Eds.), *Transnationalizing Radio Research New Approaches to an Old Medium*, Bielefeld: Transcript Verlag, s. 183-195.
- UNESCO (2021). *Fundamental Principles of Digitization of Documentary Heritage*, [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/mow/digitization\\_guidelines\\_for\\_web.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/mow/digitization_guidelines_for_web.pdf), Erişim Tarihi: 18.11.2021.
- Zingone, M. (2019). “Instagram as Digital Communication Tool for the Museums: A Reflection on Prospectives and Opportunities through the Analysis of the Profiles of Louvre Museum and Metropolitan Museum of New York”, *European Journal of Social Science Education and Research*, 6(3), s. 53-63.