

TC
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI
MÜZECİLİK YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYOKÜLTÜREL HAYATA YÖN VEREN
TEKNOLOJİK GELİŞMELER PARALELİNDE
21. YÜZYIL MÜZECİLİĞİ VE TÜRK
MÜZECİLİĞİ İÇİN BİR DEĞERLENDİRME

MEHMET AĞAOĞULLARI
05714005

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. İLKER BIÇAKÇI

İSTANBUL
2009

ÖZ

SOSYOKÜLTÜREL HAYATA YÖN VEREN TEKNOLOJİK GELİŞMELER PARALELİNDE 21. YÜZYIL MÜZECİLİĞİ VE TÜRK MÜZECİLİĞİ İÇİN BİR DEĞERLENDİRME

Mehmet AĞAOĞULLARI

Ekim, 2009

21. yüzyılın başlarından itibaren ağ tabanlı iletişim ve enformasyon teknolojileri bilgi organizasyon ve paylaşım biçimi olarak ön plana çıkmıştır. Uzmanlar tarafından damıtılan bilgilerin tek yönlü olarak kitlelere iletilmesi pratiği bugünün sosyalleşen ortamında özellikle yeni nesil için demode bir iletişim biçimi haline gelmiş ve teknolojinin yeniden kurguladığı beyinleri ile yepyeni iletişim biçimleri ve sosyal değerler geliştiren bu nesil artık kendi kültürel içeriğini kendi üretmeye başlamıştır. Sosyal medya adı verilen yeni ve masrafsız teknolojileri kullanan bireylerin iletişim ve yayıncılık süreçlerinde söz sahibi olmaya başlamaları ve pasif tüketicilerden aktif katılımcılara dönüşmeleri ile artan enformasyon yoğunluğunda, müzeler de diğer kültür üreticileri gibi ağ toplumunun doğal ekonomik düzeni olan "dikkat ekonomisine" tabi olmuştur. Herkese ücretsiz olarak fikirlerini yayınlama ve tartışma fırsatını sunan sosyal medya teknolojilerini kullanarak müzeler de kitleleriyle birebir iletişime geçme ve daha etkin iletişim kurma fırsatını yakalamıştır. Bu durumun müze çevrelerinde yarattığı paradigma kayması sonucunda, müzeler toplumsal anlamlarını korumak için hizmet ettikleri kitlelerle daha gelişkin sosyal ilişkiler kurma ve çok yönlü iletişim platformları oluşturma yolunda atılımlar yapmaya başlamıştır. Bu çalışma kapsamında sosyal müzecilik olarak adlandırılan bu dönemin hangi koşulların etkisinde ortaya çıkmış olduğu, bu dönemin kuralları ve hali hazırda bu sorgulama sürecine girmiş olan müzelerin sosyal medya teknolojilerini kullanarak ne gibi ağ ve topluluk inşa etme, sosyal sermaye oluşturma, sivil katılımçılık etkinlikleri yürüttükleri incelenmekte ve Türkiye müzeciliğinin ağ toplumunun yeni kültürel coğrafyasına ne kadar hazır olduğu sorgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler : Ağ toplumu, Sosyal müze, Dikkat ekonomisi, Sosyal medya, Sosyal Sermaye

ABSTRACT

CHALLENGES OF 21st CENTURY MUSEOLOGY IN LIGHT OF THE TECHNOLOGICAL ADVANCES THAT SHAPE THE SOCIOCULTURAL REALM AND AN ASSESSMENT FOR TURKISH MUSEOLOGY

Mehmet AĞAOĞULLARI

October, 2009

From the beginning of the 21st century, network based communication and information technologies have become increasingly dominant in organising and sharing information. The traditional methods of knowledge transition via distillation by experts and one-way transmission to masses have become outdated for the new generation of individuals using social media, and they have created their own communication modes and cultural content, thanks to their brains being rewired by technologies. The massive increase in available information, thanks to the shift of individuals from passive consumers to active participants in communication and publishing processes via free technologies dubbed the "social media", has increasingly made museums subject to the "attention economy" not unlike other cultural producers. By using social media technologies that give everyone the means to discuss and publish ideas without costs, museums now have the facilities to engage with their public directly. The resulting paradigm shift in museum circles led museums to increase the importance of enhanced social relationships with museum visitors and communities, and museums have started to become multi dimensional many-to-many communication platforms to preserve their social role in this era. With this dissertation I am going to examine the conjunctures which helped create the "social museum" and the rules to this new era. I will be examining the practices of museums who are using social media technologies to conduct their previously unreckoned activities such as social networking, community building, social capital forming and civic engagement. I will also question the capacity of Turkish museums to take part in the new cultural landscape of the network society via new communication technologies.

Keywords : Network Society, Social Museum, Attention Economy, Social Media, Social Capital

ÖNSÖZ

Dünya üzerinde çok heyecan verici gelişmelerin yaşandığı bir dönemden geçmekteyiz. Teknolojik gelişmelerin geometrik olarak arttığı ve her yeni teknolojinin bir başkasını tetiklediği, bu teknolojilerin özgürleştirici, demokratikleştirici ve paylaşımcı yanlarının sosyokültürel hayata kalıcı etkiler yaptığı bu dönem, aynı zamanda eski yapılar için de bir bahar temizliği ve dönüşüm beklentileri doğurmaktadır.

Yıldız Teknik Üniversitesi Müzecilik Bölümü'ndeki yüksek lisans eğitimine başladığımda emekleme aşamasında olan sosyal medya, aradan geçen dört yılda dünya çapında milyara yakın insan tarafından kullanılan, günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Ne ki, bu süre zarfında, Türkiye müzelerinde bu teknolojileri kullanan uygulamalar geliştirme yönünde bir hareket olmadığını üzülen gözlemlemekteyim. Yurtdışında ise bu dört senede sosyal medya uygulamaları giderek artmaya ve günlük müze pratiğinin içine girmeye, bu uygulamaların sonuçları analiz edilmeye ve yorumlanmaya başlamıştır. Bu tezin müzecilik camiasında geline yeni nokta ve anlayışın farkedilmesinde yardımcı olmasını temenni etmekteyim.

Öncelikle tezi hazırlama sürecinde benden yardımlarını ve birikimini esirgemeyen Prof. Dr. İlker Bıçakçı'ya teşekkür ve sevgilerimi sunmak isterim. Gereken yerlerde verdiği destek ve yaptığı yönlendirmeler, hissettirdiği güven ve aktardığı sakinlik bu tezi bitirmemde çok yardımcı olmuştur. Ardından bu tezi oluşturacak birikimi edinmemde katkıları olan Yıldız Teknik Üniversitesi Müzecilik Bölümü'nün değerli hoca ve asistanlarına hiçbirini ayırmaksızın teşekkür ederim. Bölüme girerken bulacağımı umduğum vizyon sahibi, yenilikçi ve paylaşımcı ortamı fazlasıyla bulduğumu belirtmek isterim. Ancak tabiki sevgili hocamız Prof. Tomur Atagök'ün yeri her zaman ayrıdır. Kendisinin vizyonu, enerjisi ve genç öğrencileriyle yaptığı fikir alışverişine verdiği önem, onunla beraber geçirdiğimiz zamanları tarifsiz bir keyifle doldurmuştur. Son olarak da tez aşamasında çektiğim sıkıntılara benimle beraber katlanan ailem ve arkadaşlarıma, özellikle de eksiklerimi tartışan dostlarım Boran Güney, Tolga Darcan, Melih Cılga ve Faruk Ahmet Koç'a teşekkürlerimi sunarım.

İstanbul; Eylül, 2009

Mehmet Ağaoğulları

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

TEZ ONAY SAYFASI

ÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi

1. GİRİŞ	1
2. TEKNOLOJİ KAYNAKLI SOSYAL DEĞİŞİM	5
2.1. Tarım Toplumu.....	6
2.2. Sanayi Toplumu	7
2.3. Bilgi Toplumu	9
3. SOSYAL MÜZECİLİK NEDİR?	16
4. SOSYAL MÜZECİLİK ANLAYIŞINI DOĞURAN KONJONKTÜR	27
4.1 Teknolojik boyut	27
4.1.1 Müzelerde dijital süreç	27
4.1.2 Sosyal Medya dönemi	30
4.2 Ekonomik boyut	33
4.2.1 Dikkat Ekonomisi.....	36
4.2.2 Dikkat Ekonomisi'nin kuralları	40
4.2.2.1 Bulunabilirlik	41
4.2.2.2 Kurumsal güven.....	43
4.2.2.3 Yaratıcılık	45
4.3 Sosyopolitik boyut.....	47
4.4 Kültürel boyut.....	52
5. MÜZENİN GÖREVLERİNDEKİ DEĞİŞİMLER.....	58
5.1 İletişim ve Erişim	58
5.2 Eğitim	60
5.3 Kültürel Çeşitlilik	66
5.4 Kentsel ve sosyoekonomik yeniden yapılanma.....	68
5.5 Sosyal sermaye üretimi	70
5.6 Sivil katılım	74
6. SOSYAL MEDYA ARACILIĞIYLA MÜZEDE SOSYAL SERMAYE OLUŞTURMA.....	80
6.1 Katılımcılık.....	82
6.2 Topluluk Oluşturma	84
6.2.1 Sosyal ağlar	90
6.2.2 Bloglar	92

6.2.3 Twitter	94
6.3 Bilgi yönetimi ve sosyal imleme teknolojileri	97
6.4 İşbirliği ve wiki teknolojisi.....	100
7. SOSYAL MÜZECİLİK UYGULAMALARI.....	105
7.1 Dünyadan Örnekler	105
7.1.1 steve.museum	105
7.1.2 Flickr Commons Projesi.....	106
7.1.3 Wikipedia loves art.....	108
7.1.4 CLICK!.....	109
7.1.5 Google Prado.....	110
7.1.6 Tate Google Street View	111
7.1.7 Tate Itunes U	111
7.1.8 1st fans.....	112
7.2 Türkiye'de sosyal müzecilik	113
8. SONUÇ	119
KAYNAKÇA	124
EKLER.....	139
Ek 1. Terimler Sözlüğü	141
Ek 2. Twitter hesabı olan müzeler.....	145
Ek 3. Youtube hesabı olan müzeler.....	146
Ek 4. Flickr hesabı olan müzeler	146
ÖZGEÇMİŞ	148

1. GİRİŞ

Teknoloji tarihi insanlık tarihi ile eş zamanlıdır. İki milyon yıl önce araç, gereç yapımıyla başlayan teknolojik evrim, tarih boyunca insanoğlunun doğa ile mücadelesinde enformasyon, bilgi ve kültür ile birlikte temel öğelerden biri olmuştur¹.

Geçmişten günümüze teknolojik gelişmelerin etkisiyle ortaya çıkan ekonomik, sosyal ve kültürel değişim sayesinde insanoğlu bugün içinde yaşadığı enformasyon zengini dünyaya ulaşmıştır. 150 yıldan uzun bir süredir büyük ölçüde endüstriyel enformasyon ekonomisine dayanan toplumlar, son 15 yıl içinde enformasyon üretimi ve organizasyonunda radikal değişimler geçirmiştir. Teknolojik gelişmeler doğrultusunda, ekonomik, kültürel ve sosyal hayatta birey ve topluluk üyeleri olarak varoluşsal dönüşümler yaşanmaktadır.

İnternet ile birlikte iç içe geçmiş (interconnected) ve yayılmış ağ yapıların ortaya çıkışıyla birlikte, stratejik ve merkezi edimlerin yerini, özerk bireylerin işbirliğine ve eşgüdümüne dayalı dağıtık / üleştirilmiş (distributed) edimler almaya başlamıştır. Enformasyon, bilgi ve kültürün üretim ve alışverişinde eskiye göre çok temel farklılıklar meydana gelmiştir².

Yeni bir toplumsal yapının ortaya çıktığını ileri sürebilmek için üretim, iktidar ve deneyim ilişkilerinde yapısal bir dönüşüm gözlenmesi gerekir³. Lyotard'ın belirttiği gibi “bilginin doğasındaki dönüşüm”, varolan kamusal güçler üzerinde yansımalar yapmış, enformasyon teknolojisi sadece fabrika, ofis gibi iş ortamlarına değil, kullanıcıların günlük hayatına geri döndürülemez şekilde entegre olmuştur. Devlet, sivil toplum, şirketler vb. aktörler arasındaki iktidar ilişkilerinde yeni düzenlemelere gidilmiştir⁴.

¹ Mahmut Kiper, “Sunuş”, Teknoloji, (Türkiye: Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği, 2004), 8.

² Yochai Benkler. **The Wealth of Networks**, (Amerika: Yale University Press, 2006), 3.

³ Felix Stalder, “The Network Paradigm : Social formations in the Age of Information”, **The Information Society Journal**, <http://www.indiana.edu/~tisj/readers/full-text/14-4%20Stalder.html>, [05.10.2009]

⁴ Jean-Francois Lyotard, “The Postmodern Condition”, <http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/lyotard.htm> [05.10.2009].

Medya sektörü 20. yüzyıl boyunca, televizyon ve gazetelerle elde ettiği tek yönlü hakimiyeti, İnternet'in çoğulcu yapısı nedeniyle hızla kaybetmeye başlamıştır. Yerel pazarları alternatifsizlik nedeniyle elinde tutan büyük aile şirketleri ve politik odaklar da, küresel ağların oluşumuyla birlikte pazar üzerindeki baskın rollerini yitirmeye başlamış, bu nedenle yeni koşullara uyum sağlayacak zoraki strateji ve davranış değişikliklerine yönelmişlerdir.

21. yüzyılda totaliter rejimler dışında tekel kurmak mümkün görünmediği için yeni dünyanın hızına ayak uyduramayan, modası geçmiş kurum ve kuruluşlar da yerlerini, daha iyi iletişim kuran, bilgiyi paylaşan, dünyanın her yerinden insanlarla stratejik işbirliği yapan kurumlara bırakmakta veya hayatta kalmak için bu yeni düzenin kurallarına uyum sağlamak zorunda kalmaktadır. Bu yapısal dönüşüm nedeniyle 21. yüzyılda varolmak isteyen kurum ve yapılar, teknolojik gelişmeler ile sosyoekonomik ve politik etmenleri dengeli, anlamlı ve faydalı şekilde bir araya getirmeyi amaç edinmiştir. İşbirliği ve katılım gibi temel kavramlar etrafında kurulan bu yeni ekonomi ve yönetim sistemi, bürokrasi gibi hiyerarşik yapılanmaların aksine, tüm katılımcıların birbirine bağlı olduğu dinamik sistemler aracılığıyla düşünceleri, kaynakları ve yetenekleri birbirleriyle paylaşan, hızlı düşünen ve hareket eden, çok yönlü yeni bir yapı oluşturmayı hedeflemiştir.

Müzeler, galeriler, dergiler, akademi gibi kültür alanının seçkin güç odaklarının otoritesi, söz konusu topluluğun dışında kalan insanlar tarafından sorgulanmaya başlanmış ve İnternet üzerinde yeni kaynaklar ve yeni sunum mecraları ortaya çıkmıştır. Bu ortamda geleneksel anlayıştaki Müze'nin sürdürülebilir olmadığı da ortadadır⁵.

Basında yaşanan sorunlar, hayal gücü veya önsezi eksikliğinden olmadığı gibi bireysel hatalardan da kaynaklanmamaktadır. Bu sorun büyük yapısal aksama yaşayan tüm kurumlarda görülebilen bir niteliktir. Bu nedenle soru “gazeteler ne yapmalı?” değil, “yıkıcı değişimin karşısında büyük organizasyonlar nasıl etkili bir şekilde organize olabilir?” olmalıdır⁶.

Bugün birçok düşünüre göre kas gücü ve üretime dayalı sanayi ekonomisinin yerine merkezinde kültürel üretim, semboller ve gösterenler olan bir değer ve enformasyon ekonomisi geçmiştir⁷. Küresel pazarın toplumsal değer ve beğenin belirleyicisi

⁵ Rooksana Omar , “Meeting the Challenges of Diversity in South African Museums”, **Museums International**, c. 57, s. 3, (UNESCO, 2005), 54.

⁶ Joshua-Michéle Ross, "Stop Giving the Newspapers Your Advice - They Don't Need It", **O'Reilly Radar**, <http://radar.oreilly.com/2009/09/stop-giving-the-newspapers-your-advice.html> [09.16.09].

⁷ Marc Pachter, Charles Landry, “Culture at the Crossroads”, <http://www.charleslandry.com/index.php?l=download&i=29> [07.12.09].

olarak ortaya çıktığı, devletlerin eskisine oranla politikada daha az söz sahibi olduğu, yepyeni politik kimliklerin ortaya çıktığı, çok kutuplu ve bireylerin daha fazla katılımda bulunduğu bu dünyada, kimlik kavramı da yerel, bölgesel ve milli açıdan yeniden düşünülmektedir⁸.

19. yüzyıl idealleri ile geliştirilmiş kültür kurumlarının kimi değerleri bugün hala geçerli olsa da, bu kurumları biçimsel olarak yeniden değerlendirmek gerekmektedir. Zira sosyal beklentileri karşılayamayan kurumlar, üreticilerin ağlar aracılığıyla tüketicileriyle doğrudan temas kurabilir hale gelmesi nedeniyle işlevsizlik tehditi ile karşı karşıya kalmıştır. Öncelikle müzik ve medya sektöründe görmeye başladığımız bu olgu, sektörü kendini sorgulamaya itmiştir. İki yüz yılı aşkın tarihi boyunca yeni teknolojiler ve toplumsal beklentiler doğrultusunda rolü sorgulanmış ve birçok kez de değişime uğramış olan müzecilikte de, günümüzde ağ tabanlı enformasyon ve iletişim sistemlerinin tetiklemiş olduğu sosyal beklenti nedeniyle uluslararası çapta yeni bir yapısal dönüşüm sürecinden söz edilmektedir.

Sosyal müzecilik olarak adlandırabileceğimiz bu anlayış, müzenin hizmet etmekte olduğu ziyaretçi kitlesiyle daha etkili iletişim kuran, farklı topluluklar için bir buluşma noktası ve köprü görevi gören, şeffaf erişim ve iletişim hizmetlerine önem veren ziyaretçi odaklı yeni bir bakış açısıdır. Ülkemizde çoğu müze ve sivil toplum kuruluşu İnternet'i sadece rapor ve posta göndermek için seri bir iletişim aracı olarak görürken, gelişmiş ülkeler çoktan benimseme aşamasına geçmiş ve ellerindeki bu yeni teknolojileri yaratıcı bir biçimde nasıl kullanabileceklerini ve ne gibi artı değerler yaratabileceklerini tasarlamaya başlamıştır.

Bu tezin amacı, enformasyon çağının getirdiği sosyoekonomik ve kültürel değişimin kültür kurumlarına olan etkilerini incelemek, Müze'nin halka karşı sorumlu bir kültür kurumu olarak toplumsal anlamını koruyabilmek ve toplumsal değişimde etkin rol oynayabilmek için değişen coğrafyaya nasıl ayak uydurabileceğini tartışmak ve çeşitli iletişim teknolojilerinin kullanımının Türkiye ve dünya müzeciliğine ne gibi katkıları olabileceğini irdelemektir. Tezin temel hipotezi, "Bilgi toplumunun ve İnternet'in ikinci evresi olan Ağ Toplum'da müzeler başta olmak üzere kültür kurumları, bulundukları ortamın değişen koşullarını analiz ederek sosyal medyanın

⁸ age.

sunduğu yeni enformasyon ve çoklu iletişim imkanlarını değerlendirip sosyal müzeciliği benimsemelidir." cümlesidir. Bu hipotez doğrultusunda ağ toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel koşulları incelenmiş, uluslararası çevrelerde bu değişimin getirdiği yeni anlayış olan sosyal müzecilik ve bu anlayışın araçları olan sosyal medya teknolojilerinin nasıl kullanıldığđ analiz edilmiştir. Bu bağlamda Türkiye'deki müzelerin eksiklerinin giderilmesi yönünde neler yapılabileceği konusunda öneriler sunulmuştur.

Çalışma sürecinde, İnternet üzerinden kapsamlı bir yayın taramasının yanı sıra, müzecilik kitapları, raporlar ve akademik veritabanlarından yararlanılmış, uluslararası olarak kabul gören çağdaş müzecilik kavramları ve uygulamaları üzerinden hareket edilmiştir.

Birinci bölümde toplumların zaman içerisinde geçirmiş olduğu yapısal değişimler ve farklı toplum tipleri incelenmiş, bugün içinde bulunduğumuz ağ toplum ve ağın yapısı tanıtılmıştır. İkinci bölümde müzeciliğin zaman içindeki değişiminden bahsedilmiş ve sosyal müzecilik anlayışđ tanımlanmıştır. Üçüncü bölümde sosyal müzeciliği doğuran sosyal, ekonomik, teknolojik ve kültürel etmenler açıklanmıştır. Dördüncü bölümde Müze'nin geleneksel toplumsal görevinin sosyalleşme akımları etkisiyle geldiği nokta ve sosyal sermaye kavramı irdelenmiştir. Beşinci bölümde sosyal medya araçları kullanarak müzede sosyal sermaye geliştirme imkanı üzerinde durulmuş ve sosyal medyanın uluslararası müzecilik camiasında nasıl kullanılmakta olduğu anlatılmıştır. Altıncı bölümde dünyadan belirli kullanımlar ve örnek olaylar incelenmiştir. Son bölümde ise Türkiye müzeciliği analiz edilip çıkan sonuç ortaya konulmuştur. Ekler arasında, tez içerisinde kullanılan terimlerin bulunabileceği bir terimler sözlüğü ve sosyal medya teknolojileri kullanan müzelerin internet adresleri yer almaktadır.

2. TEKNOLOJİ KAYNAKLI SOSYAL DEĞİŞİM

Teknoloji, insanların hayatlarını kolaylaştırmak ve toplumsal durumu iyileştirmek için araç ve sistem geliştirebilmenin bilgisidir⁹. Daniel Bell teknolojiyi "tabiatın gücünün maddi çıkarlar doğrultusunda kullanılabilmesi için işlevsel olarak örgütlenmesi" şeklinde tanımlamıştır. İnsanoğlu tabii ve coğrafi öğeler üzerinde ürettiği teknolojik araçlar ile etkili olabilir ve beşeri toplumlar sahip olduğu teknolojik aygıtlar olmadan anlaşılamaz ve ifade edilemez¹⁰.

Toplumlar sosyal yapıların etrafında organize olmuş insanların birbiriyle çelişen etkileşimleri sonucunda oluşur. Sosyal yapılar üretim/tüketim, iktidar ve deneyimsel ilişkilerin birbirlerini etkilemesi; anlam ise bu sosyal yapıların belirlediği aktörlerin sembolik etkileşimleri ile sürekli yeniden üretilir¹¹.

Toplumsal öğeler değişimden bağımsız düşünülemez ve sistem her öğenin değişime hem katkıda bulunduğu hem de değişimden etkilendiği geribeslemeli bir yapıdadır.¹² Castells, teknolojilerin sosyal olarak üretildiği, sosyal üretimin ise kültürden beslendiği bir üçlü etkileşim mekanizması çizer¹³. Teknolojik gelişmeler toplumsal süreçler ve sosyal yapılara etki eder aynı zamanda onlardan etkilenir. Bu nedenle ilk çağlardan itibaren ekonomik, sosyal ve politik hayatta ve sosyal yapılarda süregelen değişimlerde rol oynamıştır. Teknolojik değişimlerin her zaman toplumsal sonuçları olmuştur ve bu sonuçlar teknolojik değişimlerin yapısal bir fonksiyonudur.

Toplum, ürün ve hizmetleri, üretim biçimi denilen belirli toplumsal ilişkiler aracılığıyla sunar. Üretim biçimleri, Marx'a göre insan emeği ve üretim araçları ile bunlar arasındaki mülkiyet, güç ve kontrol mekanizmaları gibi kanunlarla belirlenmiş sosyal ilişkilerin özel bir kombinasyonudur¹⁴. Sosyal yapılar ve düzenlerin varlık

⁹ Mahmut Kiper, **age**.

¹⁰ Stalder, **age**.

¹¹ Manuel Castells, "Materials for an exploratory theory of network society", **British Journal of Sociology**, c. 51. s. 1, 7.

¹² Mehmet Özçağlayan, **Yeni İletişim teknolojileri ve değişim**, (İstanbul : Alfa, 1998), 15.

¹³ Manuel Castells, "The culture of the Internet", <https://www.wiki.ed.ac.uk/display/landS/Castells,+The+Culture+of+the+Internet+-+Ksenia> [05.03.2009].

¹⁴ Wikipedia, "Mode of Production", http://en.wikipedia.org/wiki/Mode_of_production [05.04.2009].

sebebi ve toplumsal değişim her toplumun içinde bulunduğu üretim şekilleri incelenerek bulunabilir¹⁵.

Alvin Toffler, Üçüncü Dalga (Third Wave) adlı kitabında uygarlığı, kendinden önce gelen Norbert Elias gibi yazarlardan esinlenerek, yüzyıllar boyunca üstüste entegre olmuş toplumları dalga benzetmesiyle anlatır. Bu üç toplumsal dalga, tarım, sanayi ve bilgi toplumlarıdır¹⁶.

2.1. Tarım Toplumu

Toffler'ın Birinci Dalga olarak nitelediği tarım devrimi (neolitik devrim) öncesinde insan toplulukları balıkçılık, avcılık ve hayvancılık ile beslenmekteydi. Alet yapımı ile başlayan süreçte ortaya çıkan avcı-toplayıcı kültür, kaynakların kıtlığı nedeniyle göçebe idi. Tarım ile başlayan yerleşik toplumda ana teknoloji kaynağı hammadde olmuş ve bireyler yerleşik hayat ile birlikte kültür üretmeye başlamıştır¹⁷.

Sanayi öncesi toplum, pre-modern toplum veya tarım toplumu olarak adlandırılan bu dönemin ekonomik, kültürel ve politik hayatı köy ve toprak etrafında şekillenmekteydi¹⁸. M.Ö. 8000'lerde başladığı tahmin edilen ve M.S. 1650-1750 yıllarına kadar egemen olan bu toplumsal düzende iş bölümü ve organizasyon ilkel bir biçimde yürütülmekteydi¹⁹. Ekonomi merkezileşmemiştir ve tüm topluluklar kendi ihtiyaçlarını üretmekteydi. Az sayıda tanımlanmış sınıf ve kast vardı. Toplum karmaşıklaşmaya ve işbölümü gelişmeye başladıkça, bireyler ve grupların hayatta kalabilmek için birbirine duyduğu ihtiyacı artmış ve bireyler topluma daha fazla entegre olmuştur²⁰.

Bu dönemde bilginin akışı zengin ve güçlüler tarafından sosyal ve politik hedefler doğrultusunda kontrol edilmiştir. Bilgi alışverişi yüz yüze ve sözel bilgiyle sınırlı kalmış, sıradan insanların derin bilgiye ulaşması engellenmiştir²¹. Günümüzde, Papua Yeni Gine gibi coğrafyalarda bulunan kimi ufak kabileler dışında Birinci Dalga'nın izlerini göremeyiz²².

¹⁵ Wikipedia, **age**.

¹⁶ Alvin Toffler, **Third Wave**, (ABD: Bantam Books, 1980), 5.

¹⁷ **age**, 13.

¹⁸ **age**, 21.

¹⁹ **age**, 27.

²⁰ Eva Etzioni-Halevy, **Social Change**. (İngiltere: Routledge, 1981), 11.

²¹ **age**, 33.

²² **age**.

2.2. Sanayi Toplumu

1712 yılında İngiliz mucit Thomas Newcomen'in kömürden buhar üreten bir pompa yapmasıyla birlikte, madencilik işlerinin daha ucuz ve etkili bir şekilde yapılması mümkün hale gelmiştir²³. Bu teknolojik gelişimin ardından gelen sanayi devrimi, Batı'da ortaya çıkan modern toplumsal yapı olan Sanayi Toplumu'nu doğurmuştur. Toffler'e göre bu toplum İkinci Dalga'yı oluşturmuştur²⁴.

İkinci Dalga'da, Birinci Dalga'daki hem üreten hem tüketen merkezsiz topluluklar yerini üretim ve tüketimin birbirinden ayrıldığı ve merkezi olarak kontrol edilen topluma bırakmış ve yiyecek, giyecek ve hizmetler için herkesin birbirine bağlı olduğu modern bir iş bölümü ortaya çıkmıştır²⁵. **Fabrika** ile beraber toplu üretim, toplu tüketim ve çalışan sınıfı gibi kavramlar ortaya çıkmış ve hızlı hareket edebilen (mobil) çekirdek aileler modern aile yapısı olarak kabul edilmiştir²⁶. Bu dönemin özellikleri standardizasyon, senkronizasyon, uzmanlaşma, merkezileşmedir. Enerji, para ve iktidar belirli odaklarda toplanmıştır.

Kitle tüketimi standardize edilmiş stabil ve değişmez üretim ilişkileri; kitle iletişimi ise belirlenmiş ortak değer kümelerinin yine belirli vericilerden tek yönlü olarak iletilmesi (ör: televizyon kanalları veya gazeteler) üzerine kurulmuştur. Tüm üretim, tüketim, dağıtım işlemleri, eğlence ve medya, hatta silahlar bile kitleseldir. Büyük kitlelere hitap eden, merkezi ve senkronize tek tip üretim, iş hayatı ve devletler bürokratik organizasyonlar ile yönetilmiştir²⁷.

Bürokrasi, ofislerin hiyerarşisinden oluşan, geniş çaplı bir organizasyon biçimidir. Bu sistemde görevler bölümlere ayrılır ve her ofis iş bölümü dahilinde bu görevin kendine düşen parçasını, kurallar, kanun ve yönetmeliklere tabi olarak yapmakla yükümlüdür. Sanayi toplumu gerek kapitalist gerek devletçi versiyonlarında ağırlıklı olarak büyük ölçekli, dikey üretim organizasyonları ve kimi zaman totaliteryen sistemlere evrilmiş olan ileri derecede hiyerarşik devlet araçlarıyla yönetilmiştir²⁸.

²³ Bill McKibben, **Deep Economy: The Wealth of Communities and the Durable Future**, (ABD: Times Books, 2007), 5.

²⁴ Toffler, **age**, 10.

²⁵ **age**, 40.

²⁶ **age**, 28.

²⁷ **age**, 31.

²⁸ Manuel Castells, "Informationalism, networks, and the network society: a theoretical blueprint", **The Network Society**, ed. Manuel Castells, İngiltere: Edward Elgar, 2004, 5.

Hasat ve ticaret biçimlerini belirleyen çeşitli pre-modern organizasyon biçimleri tarım toplumunda da gözlemlenmişse de bürokrasi sanayi toplumuna özel bir organizasyon biçimidir ve önceki ilkel organizasyon biçimlerinden daha verimli bir formel yapıya sahiptir. Sanayi devriminin getirdiği teknolojik değişim, ekonomik, sosyal, politik ve kültürel alana kentleşme, sanayi işçiliğinin artışı, yeni bir endüstriyel yatırımcı burjuva sınıfının oluşması ve verimlilik artışı şeklinde yansımıştır²⁹.

Sanayi toplumunda Batı'daki yaygın üretim biçimi olan modern Kapitalizm'in ortaya çıkışının ardında da tüm sosyal değişimlerde olduğu gibi, ekonomik etmenler ve sınıf çatışmaları yer almıştır³⁰. Sanayi toplumu'nun merkezinde insan ve makine arasındaki ilişkiler ve kültürel arketip olarak kapitalist - sermayedar, mühendis ve fabrika işçisi gözlemlenmiştir³¹.

Demiryolları, otoyollar ve kanalların artmasıyla üretim ve dağıtım çok geniş alanlara yayılmaya başlamış, tüketim ekonomisinin temelleri atılmıştır³². Üretimin artmasıyla birlikte ihtiyaç duyulan hammadde ve yeni pazarlar, sanayi devrimini yaratan ülkeleri dış pazar ve sömürge edinmeye yöneltmiştir³³. Bu durumun sonucunda, Birinci Dalga'nın kendi kendine yeten ve kendi tüketimi için üreten toplulukları, üretim aşamasının uzağında kalmış; yiyecek, eşya ve hizmetlerin satılık olduğu kitlesel bir uygarlık İkinci Dalga'da egemen olmuştur³⁴.

Birinci Dalga'da genellikle basit ve sözlü olan bilgi, İkinci Dalga ekonomilerinde üretilmesi ve dağıtılması gereken bir materyal haline gelmiştir. Matbaa ve fabrika, bilginin kitlevi hareketlerini mümkün kılmış, elektrik ve telekomünikasyon teknolojileri ise karşılıklı bilgi iletebilmeye olanak sağlamıştır. Bilgiye erişim sürecini kökten değişikliğe uğratan bu süreç, toplumun genelini etkileyen yeni kavram, düşünce biçimi ve ideolojilerin kritik kitle oluşturabilir ve toplumsal değişim icra edebilir hale gelmesini sağlamıştır³⁵.

Kültürel alanda, makineler aracılığıyla az eforla çok fazla üretim yapılmaya başlanması, iş dışı zamanı (leisure time) sadece zenginlere özgü birşey olmaktan

²⁹ George Ritzer, **The McDonaldization of Society**, (ABD: Sage, 1993): 25.

³⁰ Eva Etzioni-Halevy, **age**, 20.

³¹ Waters, **age**, 109.

³² Toffler, **age**, 27.

³³ Özçağlayan, **age**, 21.

³⁴ Toffler, **age**, 39.

³⁵ **age**, 33.

çıkarmış; artan boş zaman toplumda, çeşitli meslekler ve çeşitli kültürel ve sanatsal iş dışı zaman etkinlikleri olarak yer bulmuştur. Tarım uygarlığı süresince hamiler sayesinde üretilen sanat, küresel ekonominin etkisi altına girmiştir³⁶. Eğitim okul kurumuna bırakılmış ve kitleselleştirilmiş, Kütüphane, Müze, Opera Binası vb. yapılar kurumsallaşmış ve 18. yüzyılda kamu hizmeti haline gelmiştir.

2.3. Bilgi Toplumu

Toffler'in Üçüncü Dalga diye tanımladığı; "Enformasyon Çağı", "Uzay Çağı", "Elektronik Çağ", "Geç Modernite" gibi isimler de verilen bu dönem, araştırmacılara göre tarımsal ve endüstriyel olmayan yeni bir ekonominin filizlenmesiyle başlamıştır³⁷. Bu yeni ekonominin temelinde 1940 ve 1950'lerdeki mikroelektronik devrimi yatmaktadır³⁸.

1962'de Machlup "bilgi temelli endüstri"nin ilk izlerini sürerken, 1977'de Marc Uri Porat yeni ekonomik koşulları "enformasyon ekonomisi (information economy)" olarak adlandırmıştır³⁹. Aynı dönemlerde üretim organizasyonu, ürün ve hizmetlerin dağıtımı ve daha genel olarak ekonomi ve toplumsal yapıdaki dönüşümü gören Bell, bu değişimi aynı postmodernizmin yaptığı gibi, varolan paradigma üzerinden "Sanayi sonrası (post-endüstriyel) toplum" olarak tanımlamıştır⁴⁰.

Bell'in gözlemlediği en önemli değişim, ekonominin temel odağının imalat ve sanayiden, hizmet ekonomisine geçmesi ve sanayi toplumunun yerini yeni bir teknoekonomik yapıya bırakmasıdır⁴¹. Yeni sosyal ve ekonomik düzenlemeler fiziksel ürünlerin değil, bilginin üretim, organizasyon ve değiş tokuşuna yönelik olmuş, sanayi toplumunda ön planda olan maddi ürünlerin yerini bilişim teknolojisi ve bilgi üretimi almıştır. Toplum sanayiye dayalı ekonomiden hizmete dayalı ekonomiye geçmiş, milli ve küresel kapital merkezi güçlerin egemenliğinden toplumun daha fazla kesimine yayılmıştır. Bankacılık, reklamcılık, eğitim, bilim,

³⁶ Toffler, *age*, 31.

³⁷ Toffler, *age*, 9.

³⁸ Castells, *The Network Society*, 6.

³⁹ Joy Aswalap, "Information Society development in Thailand, *First Monday*, c. 10, s. 10 (2005): <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1285/1205> [05.05.2009].

⁴⁰ Roberto Verzola, "Information Economy", <http://vecam.org/article724.html>, [05.10.2009].

⁴¹ Daniel Bell, *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, (İngiltere: Heinemann (1974), 127 'den aktaran http://www.technology-essays.com/essays/bells_post_industrial_society_essay.htm#top [05.10.2009].

medya ve kültür sektörleri sanayi sektörünün yerine geçmiş ve ön plana çıkmıştır⁴². Bu ekonomik değişimle birlikte bilgi üretimi önem kazanmış ve kuramsal bilgi siyasa belirleyici olarak ampirik bilginin yerine geçmiştir⁴³.

Bu noktada enformasyon çağının temel değerlerinden olan veri, enformasyon ve bilgiyi tanımlamak gereklidir. **Veri** (data) enformasyon ve bilginin hammaddesidir. **Enformasyon**, verilerin anlam taşıyacak biçimde işlem görmüş, iletmeye ve kullanılmaya hazır halidir. Enformasyon anlam içermez. “Maddi bir gerçeğin, sığ bir klişenin ya da ulvi bir gerçekliğin ifadesi” aynı değerde enformasyondur⁴⁴. **Bilgi** ise, enformasyonun kişisel deneyimler, sezgiler, değerler vb. süzgeçlerden geçirildikten sonra karşılaştırma, değerlendirme, analiz etme gibi süreçlerde kullanılan halidir⁴⁵. Bell bilgiyi "mantıklı bir yargı ya da deneysel bir sonuç sunan, başkalarına sistemli bir biçimde bir iletişim aracıyla aktarılan olgular ya da düşüncelere ilişkin örgütlü ifadeler dizisi” olarak tanımlamıştır⁴⁶. Enformasyon, bir amaç doğrultusunda analiz ve sentez sürecine sokacak bilgi olmaksızın fazla değer taşımaz⁴⁷.

1970'li yıllarda başlayan "büyük dönüşüm" ile birlikte "burjuvazinin ayrıcalıklı dünyasına" ait olan kültürel ve sanatsal etkinlikler ve moda vb. normalde "iş" olarak kabul edilmeyen etkinlikler, artan bir şekilde kitlesel entelektüellik olarak tanımlanan dünyanın parçası haline gelmiştir⁴⁸. Sanayi sonrası ekonominin tüm özellikleri bugün giderek önem kazanan görsel-işitsel üretim, reklamcılık, moda, bilgisayar yazılımı, fotoğrafçılık, kültürel etkinlikler vb. "gayri-maddi" üretim biçimlerinde gözlemlenmektedir⁴⁹. Bu etkinlikler “kültürel ve sanatsal standartları, modayı, tüketici normlarını ve daha önemlisi kamuoyunu oluşturmaya” yaramaktadır⁵⁰.

⁴² age, 519.

⁴³ age, 487.

⁴⁴ Theodore Roszak. **The cult of information: The folklore of computers and the true art of thinking**. (İngiltere: Lutterworth, 1986), 14. ‘den aktaran Vivienne Waller, “The Relationship between public libraries and Google : Too much information”, **First Monday**, c. 14, s. 9 (2009): <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2477/2279> [09.14.2009]

⁴⁵ Bengü Çapar, "Bir iletişim sistemi olarak bilgi yönetimi, teorik bir yaklaşım", http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=677 [08.23.2009]

⁴⁶ Burhanettin Dönmez, Mehmet Sincar, “Avrupa Birliği sürecinde yükselen ağ toplumu ve eğitim yöneticileri”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, c.7, s.24 (Bahar 2008)

⁴⁷ Castells, **The Network Society**, 7.

⁴⁸ Maurizio Lazzarato, “Gayri-maddi emek”, **Muhtelif**, s. 4 (Güz 2008)

⁴⁹ age.

⁵⁰ Mark Coté, Jennifer Pybus, “Learning to Immaterial Labour 2.0”, **ephemera**, c.7, s. 1 (2007): <http://www.ephemeraweb.org/journal/7-1/7-1cote-pybus.pdf> [09.15.2009].

Bu dönemin özellikleri, medya ve iletişimde kitlesellikten uzaklaşma, kültürel çeşitlilik, bilgiye dayalı üretim ve hızlanan değişimdir⁵¹. Sanayi toplumunda üretim aracı ve mekanı olarak ön planda olan fabrikalar, yerini bilişim teknolojisine dayalı ağ ve ofislere bırakmış ve bu ortamın sonucunda ekonomik faaliyet küreselleşme eğilimine girmiştir. Egemen meslekler, mühendisler ve bilim adamlarının ön planda olduğu profesyonel ve teknik sınıf olmuştur.

Önceki dönemlerde, şehirlerin altyapı ihtiyaçlarını karşılamayı hedefleyen, su borusu, kanalizasyon sistemi ve elektrik gibi teknolojilerin yerine, bireyler ve topluluklar arasındaki küresel bağlantıların altyapısını inşa etmeyi hedefleyen araştırmalar başlamıştır⁵². Yeni iletişim teknolojileri karşılıklı iletişimi mümkün kıldığından, kitle iletişim dönemindeki pasif bireyler, artarak etkileşimli iletişim sistemlerini kullanmaya başlamıştır. Bilgi toplumunun bu teknolojik sistemiyle kaynaşmadan herhangi bir ülke veya bölgenin yeni ekonomide gelişmesi mümkün olmadığından, tüm toplumların bir organizasyon dönüşümü ile birlikte gelişkin enformasyon ve iletişim teknolojilerini kullanma yetisi kazanmaya çalışmaktadır⁵³.

Sanayi çağındaki değişimin temelinde kitle üretimi ve fabrika olduğu gibi enformasyon çağıının temelinde de organizasyon biçimi olarak ağlar vardır⁵⁴. Toplumsal üretim döngüsü incelendiğinde iş dünyasında varolan “araştırma, kavramsallaştırma, insan kaynakları yönetimi gibi çeşitli etkinliklerin tamamı artık bilgisayar ve çoklumedya ağlarında düzenlenmeye başlamıştır. Lazzaratto'ya göre bu "gayri-maddi emek", doğrudan kolektif biçimlerde kendini kurar; yalnızca ağ üzerinde ve akış biçiminde var olur⁵⁵. Bu nedenle Castells "enformasyon toplumu" tanımının, içinde bulunduğumuz tekno-ekonomik toplumsal yapıyı betimlemekte yeterli olmadığını ve yeni dönemin asıl özelliğinin "mikro elektronik temelli teknolojiler aracılığıyla enformasyonun işlendiği ve yönetildiği toplumsal ağlar" şeklinde ifade edilmesi gerektiğini öne sürmüştür⁵⁶.

⁵¹ Toffler, **age**, 164-165.

⁵² Michael Arnold, “The concept of community and the character networks”, **The Journal of Community Informatics**, c.3. s. 2 (2007): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/327/315> [09.12.09].

⁵³ Manuel Castells, “Information Technology, Globalization and Social Development”, UNRISD Paper, s. 114, (Eylül 1999), 6.

⁵⁴ Castells, **age**, 3.

⁵⁵ Lazzaratto, **age**.

⁵⁶ Castells. **Materials**, 10.

Ağlar, doğada ve toplumlarda bulunan karmaşık sistemlerde (complex systems) ortaya çıkan etkili bir organizasyon biçimidir. Atomlar ve moleküller gibi basit sistemlerin elemanları arasındaki ilişki hiyerarşik ve sabittir. Ancak gerek canlı, gerek maddi sistemler, karmaşıklıkla kaotik olmaya meyil ettiklerinden, bu sistemlerin elemanlarının daha uygun nitelikli yapılarla organize edilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır⁵⁷. Hiyerarşilere oranla enformasyonun daha etkili bir şekilde yayılmasına izin veren ağlar, kaos içinde düzen kurmaya göreceli olarak daha yetkin organizasyon biçimleridir. Bu nedenle 20. yüzyıl boyunca sanayi toplumunun kitle iletişimi ve tüketimine yönelik yapısı giderek yerini ağı yapıya bırakmıştır⁵⁸.

Ağları oluşturan bireysel aktörlere düğüm (node), düğümler arasındaki ilişkilere de bağcık (link) ismi verilir. Ağlar, düğümler ve aralarındaki bağların toplamı olarak tanımlanmaktadır⁵⁹. Castells ağın birbirlerine bağlı düğümler olduğunu ve ağın biçimine göre düğümlerin niteliğinin de değiştiğini belirtmiştir.

Düğümler, küresel finans akışında borsa ve gelişmiş hizmet merkezleri, Avrupa Birliği'ni yöneten politik ağda farklı milletlerin bakanlar kurulları, kültürün ve kamuoyu oluşturmaının kökenlerinde yer alan yeni medya ağında ise sinyal üreten, alan ve yayın televizyon sistemleri, eğlence stüdyoları, haber merkezleri ve mobil aygıtlar biçiminde karşımıza çıkar⁶⁰.

Ağların geleneksel anlamda bir yöneticisi ve merkezi yoktur. Ağın hedefleri için önem taşıyan enformasyona daha hızlı erişen ve daha etkili işleyen düğümler göreceli olarak iktidar odakları oluşturmaktadır⁶¹. Dağıtık (distributed) ağlarda iktidar odakları (örneğin kimi websiteleri) kümelenerek diğer düğümlere oranla daha önemli olan süperdüğümler (supernode) haline gelebilmektedir⁶². Ancak geleneksel organizasyon sistemlerinin aksine, hiçbir düğümün ağ üzerindeki tüm enformasyona tek başına sahip olma veya tüm ağa hükmetme gücü yoktur. Her düğüm farklı uzmanlıklar ve bilgiler için başka düğümlere bağımlıdır ve ağın tamamı her zaman bir düğümden daha güçlüdür.

Çağdaş ağların en geniş olan İnternet de, yapısal olarak 1987'de Deleuze ve Guattari'nin "Bin Yayla : Mille Plateaux" adlı eserde bahsetmiş oldukları rizom (köksap) biçiminde şekillenmiştir⁶³. Rizomlar "hiyerarşik, dikey ve merkeziyetçi

⁵⁷ Jan Van Dijk, **The Network Society**, (SAGE Publications, 2006), 24.

⁵⁸ **age**, 34.

⁵⁹ **age**, 24.

⁶⁰ Manuel Castells. **The Rise of the Network Society**, (İngiltere: Wiley-Blackwell,2000),501.

⁶¹ Castells, **Network Society**, 3.

⁶² Castells, **The Rise of the Network Society**, (İngiltere: Wiley-Blackwell,2000), 19.

⁶³ Cheun-Ferng Koh, "Internet: Towards a Holistic Ontology",
<http://www.mcc.murdoch.edu.au/ReadingRoom/VID/jfk/thesis/ch1.htm> [06.09.2009].

yayılmanın aksine hiyerarşik olmayan (heterarşik), tek bir birleşik yapıyla sınırlandırılmayan ve sistemin tüm elemanlarının bir başka elemanla bağlı olabileceği yatay bağlantı biçimleridir.⁶⁴ Bu yapılarda her şey çevresel⁶⁵, merkezsiz ve açıktır⁶⁶. Van Dijk, örümcek ağlarına benzettiği bu çokmerkezli (polycentric) yapılanma nedeniyle, ekonomi, politika, yönetim, kültür ve sosyal hayata hükmeden tekil merkezlerin yerini birbiriyle rekabet eden veya işbirliği yapan merkez yığınlarının aldığı öne sürmüştür⁶⁷. Bu yapısal özelliğinden dolayı ağlar bir birey ya da grubun tamamen yönetemediği, çağdaş iktidar ve kontrol biçimleri olarak nitelendirilmektedir⁶⁸.

Ağlar tarih boyunca bir organizasyon biçimi olarak doğada varolmalarına rağmen, belirli bir büyüklük, karmaşıklık ve hacmi aştıktan sonra emir-komuta zincirlerinden daha verimsiz hale gelirler⁶⁹. Bu nedenle belirli hedeflere kaynak odaklama ve koordine yönetim konusunda ustalaşmış olan, askeriye, bürokrasi, fabrika ve şirketler gibi merkezi emir komuta zincirleri, 20. yüzyıl ortalarında yeni ve esnek enformasyon teknolojileri ortaya çıkana dek, hakim organizasyon biçimi olmuşlardır.

Yaşanan ekonomik krizler sonrası kapitalizmin liberalizasyon vurgusu ile yeniden tanımlanması, devletçiliğin enformasyon çağına adapte edilmesi ve 1960'ların sonunda ortaya çıkan özgürlükçü hareketler arasındaki etkileşimler bu dönüşüme yol açan diğer etmenler olmuştur⁷⁰. Bu süre zarfında kan bağı veya coğrafyaya dayalı eski organizasyon ve topluluk biçimleri kırılırken, ağlar bireylere ve kurumlara yeni pazar, ortaklık, kontrol ve yönetim biçimleri sunmuştur⁷¹. 20. yüzyılın son çeyreğinde Castells'in enformasyonculuk (informationalism) adını verdiği teknolojik paradigma, iki yüz yıldır hakim paradigma olan sanayiciliği yerinden etmiştir⁷².

Bu organizasyonel değişimin çeşitli kültürel ve kurumsal tezahürleri, günlük hayata yayılırken ağa bağlı tüm toplumlara nüfuz etmiştir. Bugün ağlara olan bağımlılık o

⁶⁴ Ronald Bogue, **Deleuze and Guattari**, (İngiltere: Routledge (1989). aktaran <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/327/315>

⁶⁵ Francis Coté, Philippe Dube, "Museum, Motion and Emotion in the City", UNESCO, 2006

⁶⁶ Castells, **Materials**, 15.

⁶⁷ Van Dijk, **age**, 36.

⁶⁸ Alexander R. Galloway, Eugene Thacker, **The Exploit: A Theory of Networks**, (Amerika, University of Minnesota Press, 2007), 5

⁶⁹ Castells, **Network Society**, 5.

⁷⁰ Galloway, Thacker, **age**, 16.

⁷¹ Van Dijk, **age**, 29.

⁷² Castells, **Network Society**, 8.

kadar ileri boyuttadır ki, radyo, televizyon yayıncılık ağları, telefon ve İnternet gibi iletişim sistemlerinde sorunlar yaşanması durumunda sistemin tamamen durması söz konusudur⁷³.

İnsanlık tarihinin en önemli merkezi gücü olan devlet bile yeni koşullara adapte olarak "dramatik bir dönüşüm geçirmektedir"⁷⁴. Küreselleşme ve liberalleşme sonrasında finansal marketlerdeki küresel akışı kontrol edemeyen devletler egemenliklerinin büyük bölümünü Avrupa Birliği, NATO, IMF, Birleşmiş Milletler, Dünya Ticaret Örgütü gibi çok uluslu ve milletlerüstü kurumlara devretmiştir. Castells'e göre Enformasyon Çağı'nın hakim politik yapısı, devletler, milletlerüstü kurumlar, bölgesel idareler, sivil toplum örgütleri vb. birçok odağın iktidarı paylaştığı bir çeşit "ağ devlet"tir⁷⁵. Ağ kültürü sadece teknolojik gelişmelere veya yeni medyaya bağlı olmayan, postmodernite gibi geniş bir sosyokültürel değişim yaratmıştır⁷⁶.

Bütün bu değişimler ağın ve enformasyonun doğasından kaynaklanmaktadır. Ağ toplumunda "üretim ve performansın hammaddesi kesintisiz enformasyon akışıdır"⁷⁷. Ağ tabanlı sosyal yapılar son derece dinamik ve yenilikler üretebilen açık sistemler olduklarından bilgi akışını kısıtlamak için koyulan engeller işe yaramaz; akıntı engellerin etrafından dolaşır ve yeni, beklenmedik ilişki ve tasarımlar ortaya çıkartır⁷⁸. Bu durum enformasyona dayalı farklı sektörlerde (basın, eğlence, kültür vb.) iş yapış kurallarının son yıllarda engellenemez bir değişim geçirmesine neden olmuş; tek yönlü kitle iletişim araçlarının yerini etkileşimli medya ve organizasyonlar almaya başlamıştır.

Bugün popüler kültür ve eğlence sektörleri kadar yüksek kültür kurumları da ağların etkisini hissetmektedir. Müzeler, kütüphaneler, sanat merkezleri, galerileri, performans alanları, tiyatrolar vb. geleneksel kültür kurumları, "21. yüzyılın başında hala geçen yüzyılda olduğu gibi etkili mi?" sorusu sorulmaktadır. Gerçek zamanlı,

⁷³ Van Dijk, **age**. 1.

⁷⁴ Castells, **age**. 14.

⁷⁵ Castells, **age**, 14.

⁷⁶ Kazys Varnelis, "The Immediated Now: Network Culture and the Poetics of Reality", <http://varnelis.networkedbook.org/the-immediated-now-network-culture-and-the-poetics-of-reality> [07.21.2009].

⁷⁷ "The Return of Investment in Interaction", <http://www.fastforwardblog.com/2009/05/25/the-return-on-investment-in-interaction-roii-using-twitter-for-purposeful-contextual-social-search-in-social-medical-networks/> [06.09.2009].

⁷⁸ Sara Diamond, "Participation, Flow, and the Redistribution of Authorship", The Challenges of Collaborative Exchange and New Media Curatorial Practice, **Museums and the Web 2005**, <http://www.archimuse.com/mw2005/papers/diamond/diamond.html> [06.09.2009].

etkileşimli iletişimin, nesne yerine hizmetin, mülkiyet yerine kullanımın ve tüketim yerine tamamlayıcılığın önem kazandığı bu dönemde, bu kurumların biçim değiştirmesi ve yeni şekillerde hayal edilmesi mümkündür⁷⁹.

Basın, yayıncılık sektörlerinde gözlemlenen sosyalleşme eğilimlerinin benzerleri, müzelerin kültür üretimindeki imtiyazlı ve tartışılmaz konumunu da sarsmıştır. Bireylerin araçlara ihtiyaç olmadan kültür üretiminde bulunabilir hale gelmeleri, - popüler kültür ve yüksek/üst kültürün arasındaki savaşın popüler kültür lehine sonuçlandığı bu dönemde - müzeleri ağ toplumun etkileşimli ve katılımcılığa yönelik yapılarına adapte olmaya zorlamaktadır. Müze sosyal medya araçlarının yardımı ile, toplum ve bireylerle direkt ilişkiye gireceği, onların beklentilerini karşılayacağı, sosyoekonomik hayata büyük katkılar sağlayabileceği bir döneme girmektedir.

Bir sonraki bölümde, müzeciliğin tarih boyunca geçirdiği kuramsal değişimler incelenecek ve sosyal müzeciliğin tanımı yapılacaktır.

⁷⁹ Adam Greenfield, “The Elements of Networked Urbanism”, <http://speedbird.wordpress.com/2009/03/22/the-elements-of-networked-urbanism/>

3. SOSYAL MÜZECİLİK NEDİR?

Her toplumda, içinde bulunduğu zamanın ruhuna uygun, birbirini etkileyen bilimsel, teknolojik, ekonomik, kültürel ve toplumsal dengeler söz konusudur. Bu alanların herhangi birinde ortaya çıkan değişim, toplum geneline yayılır. İlk bölümlerde bahsedildiği gibi tarihte tarım ve fabrika gibi kilit teknolojik gelişmelerin ardından köklü sosyoekonomik ve kültürel değişimler meydana gelmiştir. Bu değişimlerin hızı ve derinliği yeni mesleki çalışma biçimleri, sosyal roller ve en önemlisi "yeni bir vizyon" gereksinimini ortaya çıkarmıştır⁸⁰.

Son yirmi yılda müzeler ziyaretçi kitlelerini genişletmek için yeni temalar işlemeye ve yeni teknolojiler kullanmaya başlamıştır. Müzeler boş zaman aktiviteleri için eğlence sektörüyle yarışır hale gelmiş ve popüler konulara kapılarını açmıştır⁸¹. Bu durum günümüzde müzelerin devlet ve sermaye ile ilişkileri, eğitsel işlevleri, ekonomik olarak sürdürülebilirliği, kapsayıcılığı ve tarafsızlığı gibi konular ile birlikte sorgulanmaktadır.

Müzecilik tarihine baktığımızda bu tartışmaların her dönemde var olduğunu görmekteyiz. Müzeler her ne kadar tarihsel olarak kendilerine verilmiş olan "rasyonellik miti"nden⁸² ötürü güncel politik, ekonomik ve sosyal tartışmaların üzerinde görülmüş olsalar da, 20. yüzyıl boyunca gerçekleşen tüm teknolojik ve sosyokültürel gelişmelerden etkilenmişlerdir⁸³. Bugün kültürel alanda pasif tüketicilerin aktif üretici-tüketici (prosumer) olarak yeniden konumlanmaları, üretilen içeriğin muazzam şekilde artması, özgürlükçü düşüncenin yaygınlaşması ve beraberinde gelen bilgiye erişimin engellenmemesi yönündeki anlayış; müzelerin işlediği habitatı tanınmayacak ölçüde değiştirmiş ve yeni bir sosyal müzecilik anlayışının gerekliliğini ortaya koymuştur⁸⁴.

⁸⁰ Hooper-Greenhill, Training for Cultural Change in Museums, 1.

⁸¹ Chris Bruce, "Spectacle and Democracy: Experience Music Project as a Post-Museum", **New Museum theory and practice**, ed. Janet Marstine, (ABD: Blackwell, 2006), 130.

⁸² Karsten Schubert, Kûrâtörün Yumurtası, (İstanbul: İstanbul Sanat Müzesi Vakfı (2001), 15.

⁸³ **age**, 65.

⁸⁴ Alvin Toffler'in ortaya attığı Prosumer terimi, "kişilerin kendi ihtiyaçları ve tüketimi için yapılan üretim"i simgeler ve Producer ve Consumer (üretici ve tüketici) terimlerinin birleşiminden türetilmiştir.

Müze'nin bir kamu kurumu olarak ortaya çıkışı, yine sosyopolitik bir olay olan Fransız Devrimi ve bu devrimin ortaya çıkardığı yeni gerçekçilik ve akılcılığa dayanmaktadır⁸⁵. Fransız Devrimi öncesinde bir iktidar simgesi olarak görülen Müze, özel koleksiyonlarda gizli duran kültürel zenginliklerin halka açıldığı, eski yönetim biçimlerinin yozluğu ve zalimliğinin ortaya koyulduğu ve yeni Cumhuriyet düzeninin eşitlikçiliğinin vurgulandığı, vatandaşları eğiten ve ahlaki değerler aşılayan bir kamu kurumu olarak yeniden konumlandırılmıştır⁸⁶.

Bugün AAM tarafından "Mozole Müze" olarak adlandırılan bu ilk müze tipi, geçmişin ve geçmişin zevklerinin korunduğu; eski şeyleri görmeye gittiğimiz bir depo ya da kültürel mezarlık olarak görülmüştür⁸⁷. Bu bağlamda bir görevi de modernitenin zarar vermekte olduğu nesne, fikir ve yaşam biçimlerini korumak ve yok olmalarını önlemek olan bu kurum için Huyssen "moderniteyi kendi müze projesi olmadan hayal etmek imkansızdır" demiştir⁸⁸.

Benedict Anderson da, Müze'yi, harita ve nüfus sayımı ile birlikte, iktidarın en önemli araçları arasına koymuştur. Müze özellikle sömürgeci devletlerin, sömürgelerinin tarih ve kültürlerini inceleyip, çözümleyip, yeniden kurduğu ve sergilediği bir iktidar aracı olmuştur⁸⁹. Anderson bu düşüncenin, "devletin gerçekten kontrol ettiği ya da etmeyi düşündüğü her şeye – halklara, bölgelere, dinlere, ürünlere, anıtlara ve benzeri – sonsuz bir esneklikle uygulanabilecek, bütünsel, sınıflandırıcı bir ızgara olduğunu" söylemiştir⁹⁰.

İktidar hiyerarşisi ve düzenin sembolleri olan müzeler, bireyin ve topluluğun hatırlama ihtiyacını karşılamıştır. Toffler'e göre Birinci Dalga'da Homeros, bilge adamlar, kabile ihtiyarları vb. bireylerin zihninde yaşayan toplumsal bellek, İkinci Dalga'da, kitlelerin okuma yazma oranlarının artması ve sistemli kayıtların tutulmaya başlamasıyla birlikte kütüphaneler ve müzelerde oluşmaya başlamıştır⁹¹. Müzeler, imaj ve nesnelere yayılmış iletileri geçmişten gelecek nesillere ulaştıran bir

⁸⁵ Eilean Hooper-Greenhill, "The Museum in the Disciplinary Society", **Museum Studies in Material Culture**, ed. J. Pearce, (İngiltere: Leicester University Press, 1989), 63.

⁸⁶ **age**, 68.

⁸⁷ Adam Gopnik, "The Mindful Museum", **Museum News Kasım/Aralık 2007**, <http://www.aam-us.org/pubs/mn/mindfulmuseum.cfm> [05.10.2009].

⁸⁸ E. Çiğdem Artan, "Consuming in Museums: Visitor Behaviours in Postmodern Era", **International Journal of the Humanities**, c. 6, s. 7 (2008): 4.

⁸⁹ Benedict Anderson, **Hayali Cemaatler**, 3. bs. (Beyoğlu: Metis, 2004), 199.

⁹⁰ **age**, 204.

⁹¹ Toffler, **age**, 176.

aracı konumuna gelmiş ve bu iletiler ile kimlik (özellikle modern dönemde milli kimlik) oluşturma etkinliğine girişmiştir⁹².

Müzeolojinin sanat tarihi ya da sosyoloji gibi alanlardan farklı bir kimlik ortaya koyması, 1900'lerin başında İngiltere'de MA ve Amerika'da AAM gibi birliklerin ortaya çıkması, 1901'de Museums Journal'in yayınlanmaya başlaması ve 1908'de Philadelphia Pennsylvania Müzesi'ndeki ilk müzecilik çalışmalarına dayanır⁹³. Aynı yıllarda antropologlar arasında fiziksel nesnelerin kültürel anlamı yeterince ifade edemediği yönünde fikirler yayılmaya başlamıştır⁹⁴. Ne ki müzeolojik olarak, D. Murray'in 1904 yılında yapmış olduğu "bilimsel metotlarla analiz edilen ve sergilenen, akademisyen ve bilim adamına ilginç görünen nesnelerden ve antik eserlerden oluşan bir koleksiyon" tanımı 20. yüzyılın ikinci yarısına değin yeterli görülmüştür⁹⁵.

1950'li yıllarda, geçmişle sohbet edip modern olmanın öğrenilebileceği, dönüştürücü etkisiyle "makine müze", "mozole müze"nin yerini almıştır. İçinde bulunduğumuz dönemde dahi, eğitim programları ve aile gezmeleri gibi toplumsal dönüştürücü işlevsellikler nedeniyle "Makine Müze" dönemi devam etmektedir.

Makine müze, nesne toplayıp bunları teşhir etmiştir. Müzelerin iletişim yoluyla yarattığı eksiksiz anlatılar, aslında belirli davranış ve fikir kalıpları sunmalarına rağmen Müze'nin otoritesi nedeniyle salt gerçeğe dönüşmüştür. Müzeler, Batı uygarlığının egemen algı ve değer sistemlerinin sembollerini kullanmalarına rağmen, ansiklopedik ve evrensel bir kurum olarak görüldüklerinden dolayı, küratöryel seçimlerinin altında yatan sosyal ve kültürel değer sistemleri gizli kalmıştır⁹⁶. Bu otoriter anlatım biçimi müze ziyaretçilerini de pasif bir konuma sokmuştur.

Ne ki hiyerarşi, kronoloji, düzen, otorite ve normlaştırıcı sınıflandırmaya meyilli Müze için biçilmiş kaftan olan Modernizm'in hakimiyetinin, bu fikirlerin zıttını savunan Postmodernizm tarafından büyük ölçüde sonlandırılmasıyla birlikte müzelerin toplumsal rolü de tekrardan sorguya açılmıştır⁹⁷. Postmodern dönemde

⁹² Artan, **age**, 1.

⁹³ Peter van Mensch, "Towards a methodology of museology", 1992, 4.

⁹⁴ Museology : A Timeline, <http://oceanflynn.wordpress.com/homepage/timelines/museology-a-timeline/>

⁹⁵ Fiona McLean, "Introduction", **Marketing the Museum**, (İngiltere: Routledge, 1996), 9.

⁹⁶ Eilean Hooper-Greenhill, **Training for Cultural Change in Museums**, http://www.hlf.org.uk/NR/rdonlyres/586C64BD-39E5-4E4F-B055-97566EDA8751/0/needs_training.pdf [09.03.09].

⁹⁷ Schubert, **age**, 60.

evrensel bilgi ve değerlerin reddi ile birlikte ağırlık daha çok kişisel öğrenim ve bağlamlı bilgiye (contextualized knowledge) kaymıştır⁹⁸.

Yine bu devirde, tüm kurum ve projelerin Modernist dönemde kabul gören içkin toplumsal değerlerinin yeterli olmadığı; her birinin çalışma mantıkları, ekonomik fizibilitelerini ve toplumsal önemlerini ispat etmesi gerektiğinin ortaya koyulmasıyla, eskiden varoluşu, binası ve koleksiyonlarıyla yetinen ve kendini halka hizmet zorunluluğunda görmeyen Müze, geleneksel görevlerine ek olarak ziyaretçilerle iletişim çabası içine girmiştir. Halkla ilişkiler, ziyaretçi çalışmaları, üyelik ve gönüllü programları, eğitim etkinlikleri, hediyelik eşya satışı gibi çeşitli yan etkinlikler Müze'nin temel etkinlikleri arasına katılmış, bu tip yeni sosyal işlevler kitlelerin kimlik inşa etmek için kullanabileceği sanat ve kültür ağırlıklı yeni tüketim biçimlerini doğurmuştur⁹⁹.

2. Dünya Savaşı'nın ardından müzeolojiyi bir disiplin olarak kabul ettirme çabaları ağırlık kazanmış ve Müzeoloji, 1958'de Rio de Janeiro'daki UNESCO Müze Semineri'nde müzelerin organizasyonu ve amaçları ile ilgili bir bilgi dalı olarak tanımlanmıştır¹⁰⁰. 60'lı yıllarda bu tanımın yaygınlaşmasıyla birlikte müzelerin sosyal ve eğitimsel rolü de ön plana çıkmıştır.

1968 sonrasında Müze'nin hizmet amaçları ve küratöryel özgürlük varsayımı sorgulanırken, müze anlatıları yeniden değerlendirilmeye ve farklı seslere yer verilmeye başlanmıştır¹⁰¹. Müze geçmişteki otoriter ve hata yapmaz görünümünden uzaklaşmış; daha saydam, daha güvenilir ve bunun sonucunda daha demokratik bir kurum olma yoluna girmiştir¹⁰².

1972'de UNESCO ve Uluslararası Müzeler Komitesi ICOM'un ortaklaşa yayınladığı Santiago bildirgesi ile Müze¹⁰³,

"[...] toplumun hizmetinde ve onun ayrılmaz bir parçası olan, hizmet ettiği toplulukların vicdan oluşturmalarını kolaylaştıran özellikleri ihtiva eden; etkinliklerini günümüz problemlerini çözmeye yarayan tarihsel çerçevenin içinde konumlandırıan [...] var olan uzmanlık müzelerinin yok olmasına değil, rasyonel ve mantıksal biçimde evrim geçirip topluma daha iyi hizmet etmesine olanak tanıyan"

bir kurum olarak tanımlanmıştır.

⁹⁸ Mette Houlberg Rung, "Art Museums and Creative Citizens", *Museological Review*, 2008, 5.

⁹⁹ Artan, *age*, 1.

¹⁰⁰ Mensch, *age*, 5.

¹⁰¹ Schubert, *age*, 56.

¹⁰² Schubert, *age*, 57.

¹⁰³ Mario Canova Moutinho, "The Informal Museology", *Sociomuseology*, http://cadernosociomuseologia.ulusofona.pt/Arquivo/caderno_27/pdf_27/artigo_11.pdf

Yetmişli yıllarda müzeciler ve akademisyenlerin, Müze'nin politik, ekonomik ve sosyal rollerinin yeniden incelenmesi çağrısı, “müzeciliğin amaçlar yerine yöntemler üzerine düşünmüş olmasından kaynaklanan tatminsizlik sonucu” ortaya çıkan “Yeni Müzecilik” akımında vücut bulmuştur¹⁰⁴.

Klasik müzecilik anlayışında müzenin merkezinde nesne ve koleksiyonlar bulunmaktadır¹⁰⁵. Yeni Müzecilik akımı ise çoklu perspektifleri ve eleştirel düşünceyi barındıran heterojen bir mekan olan, ırk, sınıf ve cinsiyet konularını ifade ederken hakim görüşleri sorgulayan ve içeriğin rolünü nesnenin önüne çeken bir müze yaratmak istemiştir¹⁰⁶. Yeni Müzeciler, Müze'nin sadece geçmiş nesillerin eserlerini toplamak ve korumak için değil, bu eserlerin içerdiği bilgileri toplumun kalkınması ve günümüzün sorunlarının çözümü için kullanması fikrini şiar haline gelmiştir¹⁰⁷. Başta Fransız kuramcıların çabaları ile ilerleyen, 1984'ten sonra uluslararası destek görmeye başlayan bu düşünce akımı müzelerin toplumsal hizmet görevine ve disiplinlerarası doğasına dikkat çekmiştir¹⁰⁸.

Yeni Müzecilik, tarihi malzemenin ve genel olarak koleksiyonların korunmasının önemini yadsımayan, demokratik, katılımcı bir kurumsallaşmayı öngörmüş ve nesnelerin tarihsel, kültürel arka planlarından yoksun bir biçimde sunulduğu sürekli sergilere dayanan klasik müzeciliğin müzeleri birer tapınak ya da mezarlığa dönüştürmesini eleştirmiştir¹⁰⁹. Postmodernizm'in "deha", "sanat şaheseri", "yazar" gibi kavramların etrafındaki mistik havayı dağıtması da bu başkalaşım sürecinde önemli rol oynamıştır.

Seksenli yıllarda Müze'nin nesnelerden çok enformasyona önem vermesi gerektiğini düşünen MacDonald gibi akademisyenler, Müze'nin asli görevini “enformasyon hizmeti” olarak tanımlamıştır¹¹⁰. Aynı dönemlerde ağırlık verilen ziyaretçi çalışmalarının bulguları da ziyaretçilerin nesneler kadar enformasyonla ilgilendiğini

¹⁰⁴ Joze Hudales, “Museums at the heart of community”, **Etnografica**, 423.

¹⁰⁵ Graciela de la Torre, “The Post Museum Paradox”, 7. UMAC Konferansı, 19-24 Ağustos 2007 (Viyana, 2007), http://publicus.culture.hu-berlin.de/umac/pdf07/DeLaTorre_07.pdf

¹⁰⁶ Mia Thornton, “The Museum as an Intercultural Site”, <http://www.museumaustralia.org.au/dbdoc/Thornton,%20Mia%20-%202005.pdf>

¹⁰⁷ de la Torre, **age**.

¹⁰⁸ John Smith, “Museology: Back to the Bases. Fundamental Concepts of Museology”, <http://www.icom.org.il/icom/flash/showmutzag.asp?catID=91&subCatID=582&artID=3997>

¹⁰⁹ Orhan Silier, Kent Müzeleri ve Türkiye'de bu tür müzelere duyulan ihtiyaç, <http://www.tarihvakfi.org.tr/download/kentmuzemakale.doc> [06.10.2009].

¹¹⁰ Werner Schweibenz, “The Virtual Museum”, http://www.informationswissenschaft.org/download/isi1998/14_isi-98-dv-schweibenz-saarbruecken.pdf, [09.13.09].

ve bu enformasyonu alamadıkları zaman müze nesneleriyle bağ kuramadıklarını göstermiştir. Bu durum Chapman'a göre "nesnelerin kendi kendini anlattığı" mitinin gerçek olmadığını ve öğrenimin bağlamsal olduğunu kanıtlamıştır¹¹¹.

1989 yılında ICOM'un 15. Genel Konferansı şerefine yapılan konuşmada UNESCO Genel Koordinatörü Federico Mayor, Müze'nin "halktan kopuk, aristokrat ve takıntılı bir biçimde nesneleri sadece kendi sınıflandırma amacı" için kullanan bir yapıdan, "çevresine açık, sosyal bağlamı ile olan organik ilişkisinin farkında" bir yapıya dönüşmekte olduğunu altını çizmiştir. Eko-müzeler, seyyar müzeler, topluluk müzeleri vb. "modern iletişimin tüm imkanlarını zorlayan" müzelerde vücut bulan bu müzeolojik devrimin köklerinde bu "organik bilinç ve farkındalık" yatmaktadır¹¹².

Farklı kültürel grup, ırk, milliyet, cinsiyet ve topluluklara karşı daha kapsayıcı ve demokratik olan bu yaklaşım, özellikle eko-müzeler, toplum ve kent müzeleri, bilim ve teknoloji merkezleri gibi kültürel mirasın günümüzde kalkınma amaçlı kullanılmasına yönelik çalışmalar yapan kurumlar tarafından benimsenmiştir¹¹³. Dünyanın birçok kentinde, Yeni Müzecilik hareketini benimsemiş kent müzeleri ortaya çıkmıştır¹¹⁴.

Seksenli yılların sonunda bu müzelerden çıkan sergilerde, nesnelerin kişisel hatıralar anımsamak için çok değerli olduğu; bu şarkı ve hikayelerin ziyaretçilere yeni anlamlar üretmek için ilham verdiği gözlemlenmiştir. Bunun sonucunda özellikle yerel kültürlerin anlatıldığı etnografya müzelerinde nesneler ikinci plana düşmeye başlamış, anlatımın merkezini hikayeler ve şarkılar almıştır¹¹⁵.

Aynı dönemde, önceden ticari işletme olarak başarı beklenmeyen, genellikle devlet veya belediyeler tarafından yönetilen müzeler, turizm ve küreselleşme gibi ekonomik etmenlerin etkisi altına girmiştir. Amerika ve İngiltere'de hükümet yardımının azalması ve müze bütçelerinin kısıntıya uğraması ile birleşen bu durum, ziyaretçilerin ekonomik değerinin ilk kez keşfedildiği yeni bir dönemi başlatmıştır.

¹¹¹ Schweibenz, **age**.

¹¹² Federico Mayor, "1985 15. ICOM Genel Konferansı konuşması", <http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000840/084007Eo.pdf> [09.20.09]

¹¹³ John Smith, **age**.

¹¹⁴ Silier, **age**.

¹¹⁵ Museology : A Timeline

Ziyaretçi ve gereksinimlerinin ilk defa başarının anahtarı olduğu bu durum kurumsal uygulamanın tamamen değişmesine neden olmuştur¹¹⁶.

Müze tecrübelerinin sosyal değerinin ön plana çıkmaya başlamasıyla birlikte, günümüzdeki sosyal müzecilik anlayışının ilk adımları da atılmıştır. Sergiler, küreselleşme sonrası dünyada bilgi, iktidar, eşitlik, çeşitlilik, geçicilik ve kalıcılık gibi konularla ilgilenmeye başladıkça, müzeler eski içe dönük ve etkisiz duruşlarından sıyrılmaya ve yerel toplulukların kendilerini ifade edebileceği kurumlar haline gelmeye başlamıştır.

Ziyaretçilere ve topluluklara hizmet etmenin giderek önem kazandığı bu ortamda, modern şehir hayatının birbirinden kopardığı insan kitlelerini çeşitli yollarla birbirine bağlayan, toplumsal katılıma önayak olan ve sosyal ilişkilerin yaratımı, yeniden düzenlemesi ve korunmasıyla sosyal sermaye üretimine katkıda bulunan bir Müze yönünde arayışlar belirginleşmiştir.

ICOM'un 2004 yılında kabul ettiği son tanıma göre "kültürel değer taşıyan unsurlardan oluşan bir bütünü, çeşitli biçimlerde koruyan, inceleyen, değerlendiren ve özellikle halkın beğenisinin yükselmesi ve eğitimi için sergilemek amacıyla toplum yararına sürekli yöneten bir kurum" olan Müze, 1990'lardan itibaren günlük hayatta iyice yaygınlaşan elektronik devrim nedeniyle giderek daha fazla sosyalleşmiştir¹¹⁷.

Dijital teknolojiler, matbaanın icadından beri iletişim teknolojileri üzerinde varolan merkezi kontrolün kırılmasını sağlarken eş zamanlı olarak müze ziyaretçilerini de dönüştürmüştür. Bireylerin ilgi alanları genişlemiş, elektronik alet ve uygulamalara olan yatkınlığı artmış, kitleler artık ayrıcalıklı kişi ve grupların kendilerine hayatlarını ve kültürel besinlerini dikte etmesine razı gelmemeye, boş zamanlarını ne şekilde değerlendireceklerine kendileri karar vermeye başlamıştır. Televizyon, radyo ve gazete gibi tek yönlü iletişim ağlarının iktidarının, merkezi yapıların kontrolünden çıkarak ağ üzerinde dağılmaya başlamasıyla birlikte, müze ziyaretçi kitlesi artık salt enformasyon tüketicisi olmayı reddetmeye ve müze ile olan ilişkilerine kendi tecrübe

¹¹⁶ Schubert, **age.** 68

¹¹⁷ Tomur Atagök, "Çağdaş Müzeciliğin Anlamı; Müze ve İlişkileri", **Yeniden Müzeciliği Düşünmek**, (İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi, 1999), 131.

ve yorumlarını katmak istemeye başlamıştır¹¹⁸. Ziyaretçilerin müze deneyimini kitle medyası gibi algıladığı ve müzelerin diğer kitle medyalarıyla iş dışı zaman için rekabette olduğu düşünüldüğünde, müzelerin enformasyon ve eğlenceyi bir araya getiren sunumlar yapması için enformasyon teknolojilerini daha iyi kullanması gerekmektedir¹¹⁹.

Son on yılda müzeler kurumsal işleyişlerini daha demokratik hale getirme, toplumun kültürel çeşitliliğini ifade etme ve sosyal entegrasyon çabası ile sosyal kapsayıcılık ve toplumsal uyum konularıyla ilgilenmeye başlamıştır¹²⁰. Fakat sosyal katılımcılık ve çok yönlü iletişim ve paylaşım idealini kapsamadığı için ICOM'un 2004 tanımının da eskimeye başladığı söylenebilir.

Bu durum National Endowment for the Humanities, Amerika Müzeler Birliği AAM'nin "Center for the Future of Museums" komitesi ve İngiliz Müzeler Birliği MA gibi birçok müzelerüstü kurumu, 21. yüzyılda müzeciliğin ne anlama geldiğini ziyaretçi kitlelerine sormaya yöneltmiştir. İngiliz Müzeler Birliği MA'nın İnternet çağında müzenin ne ifade ettiğini sorduğu videoya¹²¹ gelen "anlam ve erişim sunmak, var olan içeriği tartışmaya davet eden, ilham veren bağlamlar sunmak, fikir ve tartışma ortamını teşvik etmek, ziyaretçileri düşündürücü sergiler aracılığıyla kendileri için düşünmeye yöneltmek ve fikirlerin dolaşabileceği bir kamusal alan yaratmak" gibi cevaplar bize sosyal ağların ortaya çıkışıyla beraber kamunun müzelere bakışının ne yönde değiştiğini gösterir niteliktedir¹²².

Yeni Müzecilik son yıllarda "odak noktası nesnelerde olan ve öznenin pasif olmaya devam ettiği modernist müze modelinin devamı olduğu" yönünde eleştirilere maruz kalmaktadır¹²³. Yeni Müzecilik akımının içinden gelen "**post-müze**" kavramının içinde bulunduğumuz sosyal müzecilik dönemi için daha kapsamlı bir altyapı oluşturduğu söylenebilir¹²⁴.

¹¹⁸ Jeffrey T. Grabill, Stacey Pigg, Katie Wittenauer, "Take Two: A Study of the Co-Creation of Knowledge on Museum 2.0 Sites", **Museums and the Web 2009**, <http://www.archimuse.com/mw2009/papers/grabill/grabill.html> [05.19.2009].

¹¹⁹ Schweibenz, **age**.

¹²⁰ Saima Kaur, "The Politics of Self Definition", **Museological Review**, 2008, 29

¹²¹ Youtube, <http://www.youtube.com/watch?v=FL97IJ2rSdI>

¹²² "Museum's Most Important Function Part II", New Curator Blog, <http://newcurator.com/2009/01/museums-most-important-function-part-ii/>

¹²³ de la Torre, **age**.

¹²⁴ Thornton, **age**.

Tüm gelişmelere karşın, Müze'nin hala karar alma mekanizmalarını gizleyen, kendi seçimlerinin incelenmesini engelleyen, kamuyu birleştirmeyi amaçlayan ancak farklı ve değişken kimlikleri kabul etmeyen bir kurum olmasını eleştiren, Post-müze döneminin temel unsuru; kültür, iletişim, öğrenim ve kimlik arasındaki karmaşık ilişkiler hakkında daha gelişkin bir anlayışa sahip olması nedeniyle ziyaretçilerine olan farklı yaklaşımıdır¹²⁵. Bu doğrultuda müzeolojik olarak en önemli değişim, müze etkinliğindeki en önemli unsur olarak ziyaretçi ilişkilerinin koleksiyonun önüne geçmesi ve Müze'nin odağının nesnelerden, bu nesnelerin nasıl ve kim tarafından kullanılmakta olduğuna kaymasıdır¹²⁶.

Post-müze döneminde müzelerin nesne toplama aşaması ikinci planda kalmıştır¹²⁷. Müzeler koleksiyonlarındaki nesneleri korumaya devam ederken, nesnelerden ziyade bu nesnelerin içerdiği bilginin paylaşılması ve yorumlanmasına odaklanmaktadır¹²⁸. Günümüzde müze nesnesinin elle tutulur ya da gayri-maddi, sanal ya da gerçek, görsel, işitsel, soyut veya kavramsal, hatta orijinal ya da sahte, simüle edilmiş ve yeniden üretilebilir olabileceği kabul görmeye başlamıştır. Sergiler artık mutlaka gerçek ve doğal bir uzayda değil, sanal ya da boş alanlarda da olabilmektedir¹²⁹.

Enformasyon devrimi sonrasında post-müzenin ziyaretçi, iletişim ve bilgi odaklı anlayışı daha rahat uygulanabilir hale gelmiştir. Müzeler sosyal işlevlerini sanal ortamda daha zengin bir şekilde yerine getirilebilmeye başlamış, aynı süreçler katılım konusunda yüksek beklentileri olan, enformasyon toplumunun aktif üyesi, yeni bir müze ziyaretçi tipolojisini de doğurmuştur¹³⁰.

Genç nesillerin kültürel içeriğe ulaşım biçimleri ve beklentileri değiştikçe, müze içeriğine ilgi duymalarının sağlanması için bilginin sadece "eğitim" ile değil, ziyaretçinin kendi tecrübeleri ve müze alanında yaratılan fikir teatileri gibi çoklu süreçlerle oluştuğu yapısalci sergi tecrübeleri ve bireysel öğrenim önem kazanmıştır. Aynı zamanda sergi gezmeye gelen diğer bireylerle aktif veya pasif sosyal etkileşimler kurulabilecek ortamlar oluşturulması yönünde de tabandan baskılar gelmeye başlamıştır.

¹²⁵ Eilean Hooper-Greenhill, **Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance** (İngiltere, Routledge, 2007), 1.

¹²⁶ de la Torre, **age**.

¹²⁷ Janet Marstine, "Introduction", **New Museum theory and practice**, ed. Janet Marstine, (ABD: Blackwell, 2006), 28.

¹²⁸ Hooper-Greenhill, **Training for Cultural Change in Museums**, 2.

¹²⁹ de la Torre, **age**.

¹³⁰ de la Torre, **age**.

Post-müze döneminde müzelerin ortak, meslektaş, öğrenci ve hizmet sağlayıcı gibi çok çeşitli roller ve kimlikler üstleneceği ortaya atılırken, Gurian 1994 yılında, yirmibeş sene içinde müzelerin sınırlarının flulaşacağını ve toplumdaki sosyal hizmet merkezleri, kütüphaneler, okullar, alışveriş merkezleri, arşivler, tiyatrolar ve kafeler gibi birçok farklı yapının hizmetleriyle iç içe geçeceğini öngörmüştür.¹³¹ . Bugün bu tahminin doğruluğunu Singapur'daki "Post-Museum" gibi çok kimlikli ve geniş tanımlı kurumlarda¹³² ve eski salonları andıran yemek ve tartışma klüpleri ve seminerler, yemekler ve sergilerin bir araya geldiği melez etkinliklerde görmekteyiz¹³³. Post-Müze döneminin ruhu Müze'yi "ziyaret edilen bir binadan", "bir süreç veya bir deneyime çevirmeyi"; sergileri de "dinamik müze etkinliklerinin odak noktası" yapmayı hedeflemektedir¹³⁴.

Post-müze, iktidarını hizmet ettiği topluluklarla aktif olarak paylaşmak amacındadır. Ziyaretçilerin pasif tüketiciler olmadığını, kendi seçim kapasiteleri olduğunu kabul ederek kitlesel yayın yapmaktansa, çeşitli grupların karar verme süreçlerinde aktif katılımcılar olmasını teşvik etmektedir¹³⁵.

Kopenhag'daki National Gallery'de yer alan Art Labs oluşumu, müzenin genç ziyaretçilerine sunulacak olan hizmetlerinin yine gençlerin katılımıyla kavramsal ve pratik olarak geliştirildiği bir projedir. Art Pilots ismini alan on kişilik grup, gençlerin katılımına yönelik etkinlikler hazırlamaktadır. Ziyaretçilerin kendisinden güç alan bu yeni yöntem, müzenin hedeflediği genç kitleye ilgi çekici gelmesini sağladığı gibi müzenin gençler tarafından nasıl kullanıldığının daha iyi görülmesine de imkan tanımıştır¹³⁶.

Batı'da müze ziyaretleri önemli sosyal etkinlikler olarak görülmekte ve nesnelerin etrafındaki sohbetlere artık eğitsel değerler atfedilmektedir. İngiltere'de yayınlanan "Kültür ve Öğrenim" raporunda Kids in Museums oluşumunun kurucusu Dea Birkett'e göre :

"Kültür sohbetlerden oluşur. Birbirimizle yeteri kadar konuşmadığımız ve nesillerin birbirinden koptuğu bir dönemde bu sohbetler giderek önem kazanmaktadır. Müze ve galeriler bu nesil farklılıklarını ortadan kaldırmak için en iyi yerlerdendir. Müze ve galeriler gibi

¹³¹ Elaine Heumann Gurian, **Civilizing the Museum**. (İngiltere: Routledge, 2006), 171.

¹³² Post-Museum, <http://www.post-museum.org/>

¹³³ Pachter, Landry, "Culture at the Crossroads", 43.

¹³⁴ Suzanne Keene, "All that is solid? Museums and the postmodern", **Public Archaeology**, c. 5, s. 3, (2006); <http://www.suzannekeene.info/articles/pomo/pomo-pubarch.pdf> [08.06.09].

¹³⁵ Marstine, **age**, 19.

¹³⁶ Rung, **age**, 7.

kamusal alanlardaki nesneler, sanat eserleri, sergiler ve gösterimler bu sohbetlerin kendiliğinden açılmasına yardımcı olurlar. Her yaştan insanı konuşmaya, zevk almaya, cevap vermeye, tecrübe etmeye ve birbirlerinin hikayelerini dinlemeye teşvik eder¹³⁷."

Hem tabandan hem de üst kurumlar tarafından yapılan benzeri baskılar nedeniyle, halka uzak ve aristokrat olan, erişim ve bilgi paylaşımındansa nesnelerin sınıflandırılmasına daha fazla önem veren ve kimileri tarafından "katı modernitenin baskıcı ve otoriter sembolü" olarak görülen Müze, halka açık, bulunduğu sosyal bağlamla olan organik ilişkisinin farkında, toplulukların buluşma noktası ve şehir merkezlerinin vazgeçilmez unsuru bir kurum olarak yeniden tanımlanmıştır¹³⁸. Pazarlama son on yıl içinde isteksizce kabul edilen bir yan alan olmaktan çıkıp, modern müzenin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir¹³⁹.

Bütün bu değişimler Müze'nin içinde yaşadığı kültürel alanı dönüştürmüştür. Gerek sanal ortamda, gerek Museums and the Web gibi profesyonel müzecilik konferanslarında, müzeciliğin İnternet'le olan ilişkisinin ve 21. yüzyıldaki müzecilik anlayışının son beş yılın en önemli tartışma konusu haline gelmesi bu nedenle olmuştur. Bu tartışmaları daha iyi sindirebilmek ve müzelerin geleceği hakkında daha geniş bir açıdan bakabilmek için, bu anlayışın temellendiği teknolojik, ekonomik, sosyopolitik ve kültürel ortamı daha iyi anlamak gerekmektedir.

¹³⁷ "Culture & Learning Printed Report", <http://www.cultureandlearning.org.uk/> [04.10.2009].

¹³⁸ Eilean Hooper-Greenhill, **Museums: Learning and Culture**, 1.

¹³⁹ Schubert, **age**, 75.

4. SOSYAL MÜZECİLİK ANLAYIŞINI DOĞURAN KONJONKTÜR

Bugün yaşamakta olduğumuz değişimlerin merkezinde mikroelektronik tabanlı yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri olmakla birlikte, sosyoekonomik, kültürel ve politik etmenler de bu değişimde büyük önem teşkil etmektedir¹⁴⁰. 1990'lardan itibaren bütün dünyada telekomünikasyon ağları ile bağlı bilgisayarların tüm enformasyon ve iletişim süreçlerinin merkezinde olması nedeniyle, bu değişim tüm eko-sosyal sisteme etki etmiştir¹⁴¹.

Bu bölüm sosyal müzecilik anlayışının ortaya çıkmasına yol açan, teknolojik, ekonomik, sosyopolitik ve kültürel alanlarda değişen çeşitli koşulları incelemektedir.

4.1 Teknolojik boyut

Teknolojik boyutu iki ayrı bölümde izlemek gerekmektedir. Birinci bölümde bilgisayarların yaygınlaşmasıyla mümkün hale gelen veri yönetimi ve dijital görüntüleme teknolojilerinin müzelerde kullanıma giriş süreci anlatılmıştır. Tezin asıl konusu olan sosyal müzecilik ile ilgili sosyal medya uygulamalarının doğuşu ve etkileri ayrı bir başlık altında incelenmiştir.

4.1.1 Müzelerde dijital süreç

Müzelerde dijital süreç 1960'ların başında otomasyon teknolojilerinin kullanılmasıyla başlamıştır. 1965'te ilk otomasyon sistemlerinden biri olan SELGEM'e projeyi üreten Smithsonian, UCLA-Berkeley, Florida Üniversitesi'ne bağlı Lowe Sanat Müzesi ve Oklahoma Etnoloji Koleksiyonu gibi kurumlar veri girmeye başlamıştır¹⁴².

Bu projeyi takiben 1967 yılında müzelerde bilgisayar kullanımının yerleşmesi konusunda New York Eyalet Üniversitesi'nde bilgisayar profesörü olan Jack Heller tarafından GRIPHOS projesi başlatılmıştır. New York'da temel görevi müze koleksiyon bilgilerinin otomatize edilmesini sağlamak olan ve müzeler

¹⁴⁰ Castells, **Information Technology**, 2.

¹⁴¹ Castells, **Materials**, 10.

¹⁴² Katherine Jones-Garmil, "Laying the Foundation", **The Wired Museum**, ed. Katherine Jones-Garmil, (ABD: AAM, 1997), 36.

konsorsiyumu oluşturmaya çalışan Heller'in GRIPHOS adlı uygulaması, Museum Computer Network (Müze Bilgisayar Ağı) üyesi olan müzelere sunulmuştur¹⁴³.

1970'lerde GRIPHOS ve SELGEM sistemlerinin kullanımının yaygınlaşması sürecinde müzeler koleksiyonları ile ilgili enformasyonu bilgisayara aktarmanın değerini anlamaya başlamıştır¹⁴⁴. Örneğin 1972 yılında NIP adıyla (Milli Envanter Programı) başlatılan program, Kanada mirasını korumak ve Kanadalıları bu miras hakkında eğitmek amacını gütmektedir.

1970'lerin sonunda Detroit Sanat Enstitüsü'nde üretilen DARIS teknolojisi ile kataloglamaya ek olarak, sergi yönetimi, nesne kayıt ve yer takibi gibi işlemler de otomasyona tabi tutulabilir hale gelmiştir. Yine aynı dönemlerde videodiskler aracılığıyla koleksiyonlar dijital ortama taşınmaya başlanmış ve Boston Müzesi'nin 2000 imajlık koleksiyonu ile başını çektiği bir seri videodisk yayınlanmıştır¹⁴⁵.

1980'lerde müzelerde DARIS benzeri bilgisayar destekli veritabanı kontrol sistemlerinin sayısında patlama olmuştur. MIMSY, Quixis ve ARGUS gibi farklı şirketlere ait sistemlere ek olarak üyelik ve bilet satışını kontrol edebilecek sistemler de geliştirilmiştir¹⁴⁶.

IBM ve Apple firmalarının ürettiği PC ve Macintosh gibi kişisel masaüstü bilgisayarların yaygınlaşmasıyla birlikte, müze özel yazılımlar çalıştıran pahalı bilgisayar sistemlerinden, daha masrafsız kişisel bilgisayarlara geçmeye başlamıştır. 1984'te Smithsonian Müzesi'nin ilk kez müzelerde kişisel bilgisayarları kullanmasıyla birlikte müzelerde merkezi işlem bilgisayarları kullanılmaktan vazgeçilmiştir¹⁴⁷. Teknolojik gelişmeler ve fiyat ters orantılı olduğu için, giderek daha iyi teknolojiler daha ucuza elde edilmiş ve müzelerde kişisel bilgisayarların kullanımı yaygınlaşmıştır¹⁴⁸.

1990'ların ilk yarısında Berkeley'deki Müze Enformatik Projesi'nin (MCN) başlattığı CIMI (Computer Interchange of Museum Information - Bilgisayar destekli Müze Enformasyon değiş tokuşu) projesi de veritabanları ve bilgi yönetimine yöneliktir. Ancak Tim Berners Lee'nin 1990 yılında CERN laboratuvarında üstmetin (hypertext)

¹⁴³ age.

¹⁴⁴ age, 37.

¹⁴⁵ age, 41-42.

¹⁴⁶ age, 44.

¹⁴⁷ age, 42.

¹⁴⁸ age.

sistemini İnternet'e adapte etmesiyle bugün bildiğimiz anlamdaki Web'in ortaya çıkışı sonrası İnternet sadece üniversitelerde araştırma yapan akademisyenlerin ve hackerların kullandığı bir teknolojik araçtan, herkesin içinde yer aldığı sanal bir dünyaya dönüşmüş ve müzeleri özellikle iletişim, erişim ve eğitim gibi sosyal alanlarda değişime yöneltmiştir¹⁴⁹. Telekomünikasyon teknolojilerinin kullanılmaya başlanmasıyla müzeler geleneksel müze deneyimine yeni, dijital bir boyut ekleyebilir hale gelmiştir. Sanal müzelerin temelinde nesnelerin taranarak dijital ortama eklenmesi yatmaktadır¹⁵⁰.

Bugün içinde bulunduğumuz ağ toplumuna giden yoldaki en önemli adım olan İnternet'in kullanıcı sayısının 1990'ların ortasından itibaren düzenli bir şekilde artmasıyla birlikte çevrimiçi hizmet sunan firma ve enformasyon kaynakları da artmaya başlamıştır. İlk dönemlerinde sadece ileri seviyede kullanıcıya yönelik olan bu hizmetler, Web'in kullanıcı arayüzünü sadeleştirmesi ile birlikte giderek düşük seviyede bilgisayar bilgisine sahip kullanıcılara bile hitap eder hale gelmiştir.

Web'in ilk dönemlerinde sayfaların durağan ve salt-okunur (read-only) olması web sitelerinin genel olarak rehber, el ilanı veya katalogların sanal versiyonu olarak görülmesine neden olmuştur¹⁵¹. Bu dönemde müzeler de İnternet'i sadece bir pazarlama ve tanıtım mekanizması olarak görmüş, sadece açılış kapanış saatleri, adres bilgileri ve güncel sergiler hakkında merak uyandıran reklamlar ile sınırlı siteler yapmıştır¹⁵². Kütüphaneler ise daha önce kullandıkları kartoteks sistemlerinin benzerlerini elektronik ortamda yeniden yaratmayı hedeflemiştir. İlerleyen yıllarda müzeler fiziksel olarak sundukları turları sanal ortama taşımış; etkileşimli sergiler ve eğitmenlere referans olabilecek eğitim materyallerini paylaşmaya başlamıştır. Ne ki, bu çabalar, çoğunlukla tek yönlü iletişime yönelik olup ziyaretçileri iletişim kurmaya veya katılımda bulunmaya özendirmemiştir¹⁵³.

2000'den sonra, artan genişbant hızlarının "çevrimiçi olmak" ya da "İnternet'e bağlanmak" gibi kavramları anlamsız hale getirmesi ve İnternet'in ilk dönemlerinde

¹⁴⁹ Andrew Hinton, "The Machineries of Context", **Journal of Information Architecture**, c.1. s. 1 (2009); <http://journalofia.org/volume1/issue1/04-hinton/jofia-0101-04-hinton.pdf> [05.10.2009].

¹⁵⁰ Schweibenz, **age**.

¹⁵¹ Jeffrey Schnapp, "Animating the Archive", **First Monday**, c.13, s. 8 (2008), <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2218/2020> [04.25.2009].

¹⁵² Karla Goldman, "Museums in Cyberspace", <http://www.ujc.org/page.aspx?id=7757> [05.10.2009].

¹⁵³ Kevin von Appen, Bryan Kennedy, Jim Spadaccini, "Community Sites & Emerging Sociable Technologies", **Museums and the Web 2006**, (Toronto, 2006): <http://www.archimuse.com/mw2006/papers/vonappen/vonappen.html>

teknik imkansızlar nedeniyle tek iletişim aracı olan metinlerin imaj, video ve üç boyutlu etkileşimli medyalar ile bir araya gelmesiyle; İnternet üzerinden yüksek miktarda enformasyon daha kolay ve daha ucuz sunulabilir hale gelmiştir. Bu gelişmelerle birlikte müzeler de etkileşimli sergiler yapmaya ve eğitim malzemesi paylaşmaya başlamıştır. Ancak bu çabalar da ağırlıkla tek yönlü iletişim kuran ve ziyaretçilerin katılımcılığına olanak tanımayan bir biçimde olmuştur¹⁵⁴.

2000'li yıllarda müzeler enformasyon ağlarını müzenin fiziksel alanında da kullanmaya başlamıştır. Ağa bağlı bilgisayar kioskaları ve yakın dönemlerde kablosuz ağlara bağlanan mobil araçlar ile yeni iletişim ve katılım imkanları sunulmaktadır. Bu teknolojiler artık dünya müzelerinde yaygınlaşmaya ve standart haline gelmeye başlamıştır¹⁵⁵.

4.1.2 Sosyal Medya dönemi

İnternet ve ağların asıl potansiyelinin keşfedilmesi, 2003 ve 2004'de eşzamanlı olarak ortaya çıkmaya başlayan AJAX, RSS, wiki ve blog gibi muhtelif yeni web teknolojileri aracılığıyla olmuştur. Web 2.0, "sosyal web" veya "sosyal medya" gibi isimlerle betimlenen bu teknolojilerin İnternet'in çehresinde yaptığı değişimler Web'i okunur-yazılır (read-write web) hale getirmiş ve kitlelere birbiriyle fikir, görüş, tecrübe ve perspektiflerini paylaşmak için basit ve masrafsız araçlar sunmuştur.

20. yüzyılın ortalarında beliren radyo ve televizyon gibi teknolojilere oranla sosyal medyanın daha büyük sosyal ve kültürel çığır açmakta olmasının nedeni bu iki teknolojinin yüksek masraflardan ötürü aktif olarak sadece devletler ya da büyük şirketler tarafından kullanılabilmesi; sosyal medyanın ise aksine bedava ve herkesin kullanımına açık olmasıdır. Telekomünikasyon sistemleri, kişisel bilgisayarlar ve erken dönem İnternet'i masrafsız bir şekilde birebir iletişimin yollarını açmışsa da bu süreç, sosyal medyanın getirdiği sosyal yayıncılık ve çoklu iletişim imkanlarının yarattığı etkiyi yapmamıştır¹⁵⁶.

Bahsedilen teknolojiler aracılığıyla bugün bireyler ve büyük gruplarla mekan ve zaman kaygısı olmadan iletişim kurma ve çoklumedya sistemleri aracılığıyla enformasyon yayınlama masrafları asgariye inmiştir. Bilgiye anında erişim, bizi daha

¹⁵⁴ Kevin von Appen, **age**.

¹⁵⁵ David Scruton, "The Networked Museum", **New Review of Information Networking**, c. 11, s. 2, (Kasım 2005): 174.

¹⁵⁶ Andrew Hinton, **age**.

önceden yaşanmamış bir küresel gerçeklik ile karşı karşıya getirmiş, sınırları, coğrafi farklılıkları ve bunların getirdiği fiziksel mesafeleri önemsiz kılmıştır¹⁵⁷. İnternet sitelerinden yayın yapmak herkes için daha kolay ve daha hızlı hale gelmiş ve bu teknolojiler sayesinde teknik olarak "konuşmak ve dinlemek arasında bir fark kalmamıştır"¹⁵⁸. Forumlar, mesaj panoları, bloglar, wikiler, podcast ve videobloglar, fotoğraf ve video paylaşım siteleri vb. çoklu (many-to-many) iletişim teknolojileri aracılığıyla, İnternet milyonlarca insanın her gün profesyonel veya kişisel enformasyon eklediği muazzam hacimli bir kişisel yayın platformuna dönüşmüştür¹⁵⁹.

Kişisel yayıncılığın yanı sıra sosyal medya uygulamaları, genişleyen enformasyon ekolojisinden daha kuvvetli ve daha dinamik yöntemlerle (imleme, wikiler, arama motorları) anlam çıkarmaya ve insanları ağ üzerinde birbirleriyle işbirliği yapma ve enformasyon paylaşmaya teşvik etmektedir¹⁶⁰.

İnternet 1990'ların ikinci yarısında enformasyon olarak zengin ama organizasyon olarak başarısız kaotik bir ortam olduğu ve "bilgi yerine veri ürettiği" için eleştirilmekteydi¹⁶¹. Sosyal Web'de yer alan arama ve tavsiye motorları (recommendation engines), sosyal imleme, çoklumedya paylaşım siteleri, mikroformatlar vb. sürekli olarak çeşitlenen teknolojiler kullanıcılara bu sınırsız veri uzayından kendileri için gereken anlamlı enformasyona ulaşmak için araçlar sunmuş ve bu kaosu yavaş yavaş kullanıcılar lehinde çözmeye başlamış olsa da, enformasyon aşırı yüklenmesi (information overload) kaçınılmaz bir hal almıştır. İnsanoğlu ilk kez tüketebileceğinden daha fazla enformasyona maruz kalmış, eskiden görmek istediğini seçerken, şimdi görmek istemediğini seçmek durumunda kalmıştır.¹⁶² Bu durum "dikkat ekonomisi" kavramının giderek daha fazla ciddiye alınmasına ve dikkatin bir meta olarak (commodity) değer elde etmesine neden olmuştur.

¹⁵⁷ Mehmet Özçağlayan, **age**, 173.

¹⁵⁸ Felix Stalder, "Bourgeois anarchism and authoritarian democracies", **First Monday**, c. 13, s. 7 (2008): <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2077/1989>

¹⁵⁹ Jose-Marie Griffiths, Donald W.King, Sarah E. Aerni, "The Use, Usefulness and Value of Museums in the U.S", **Museums and the Web 2007**, <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/griffiths/griffiths.html>

¹⁶⁰ James Yasko, "Museums and Web 2.0", **Museum News**, (Temmuz/Ağustos 2007).

<http://www.aam-us.org/pubs/mn/museumswb1.cfm>

¹⁶¹ Diane M. Zorich, "Beyond Bitslag, Integrating Museum Resources on the Internet", **The Wired Museum**, ed. Katherine Jones-Garmil, (ABD: AAM, 1997), 172.

¹⁶² Baekdal, "Where is everyone?", <http://www.baekdal.com/articles/Management/market-of-information>

Müzelerin, bu devirde var olmak isteyen tüm kurumlar gibi, sosyal medya teknolojilerinin deneysel evresinin bittiğini ve süregelen bir gerçeklik haline geldiğini farketmesi gerekmektedir. Her yıl dünyada bu konularda yapılan "Museums and the Web" gibi konferans ve seminerler artmakta, uluslararası müze camiası sosyal medya teknolojilerinden nasıl yararlanılacağını araştırmaktadır. Eski yöntemlerde ısrarcı olmak, kurumların toplumsal rollerini yitirmesi ve sosyal sermaye üretme potansiyellerini boşa harcaması anlamına gelmektedir. Müzeler kendilerini güvenilir kültürel ağlar olarak tanımlayabileceği ve topluluklar arasında bilgi yayılımına yardımcı olabileceği yeni bir döneme girmektedir¹⁶³.

O'Reilly gibi Web 2.0'ın önde gelen kuramcılarına göre asıl önemli olan RSS beslemesi ve bloglar gibi teknolojik gelişmelerin arkasında yatan, Web'in bilgi ve içerik gibi "nesneler"in paylaşıldığı bir platform olmasına yönelik felsefedir. Yeni nesil kullanıcılar pasif enformasyon tüketiminden **seçme, sohbet, kürasyon, yaratım ve işbirliği** gibi yaratıcı ve katılımcı kullanıcı davranışlarına geçmiş, kullanıcıların ürettiği içerik ile kurumsal içeriğin kuramsal olarak eşit değerde olması da bireyler ve kurumlar arasında süren güç dengesini değiştirmiş ve daha eşitlikçi ve özgürlükçü bir ortamın yolunu açmıştır¹⁶⁴.

Museum 2.0 blogunu yayınlayan Nina Simon, sosyal medya uygulamalarının kendinden önceki Web dönemi ile temel farkını "sosyal etkileşim" olarak betimlemiştir¹⁶⁵. Ağ üzerinden sosyal sermaye üretmek için kullanıcıyı merkeze koyan bu anlayış, işbirliği ve katılıma açık bir sistemin evrilmesinde asli rol oynamaktadır. Bu bağlamda Web 2.0'ın temel niteliği, eşler (peer) arasında işbirliği sağlayabilmek için şeffaf ve güvenilir bilgi mimarisini sağlamak olmuştur¹⁶⁶.

Bu teknolojilerin desteklediği şeffaflık, açık iletişim, otoritenin merkezleşmesi, özgür paylaşım ve yeniden kullanma gibi sosyopolitik özelliklerin kullanıcılara yansması sayesinde, bilgi birikimi, öğrenim, yayıncılık, kültürel üretim gibi konularda paradigma kaymaları olmuş, sosyal medya geri döndürülemez bir şekilde

¹⁶³ Angelina Russo ve diğ., "How will social media affect museum communication?" **Nordic Digital Excellence in Museums (NODEM)**, 7-9 Aralık 2006, (Norveç, 2006): <http://www.intermedia.uio.no/download/attachments/9402/061202NODEMv2.pdf> [06.10.2009].

¹⁶⁴ Jim Spadaccini, "Museums and the Web 2.0", <http://www.ideum.com/chin/museums-web2.pdf> [06.10.2009].

¹⁶⁵ Yasko, J. **age**.

¹⁶⁶ Caroline Bassett, "New Maps for Old?: The Cultural Stakes of '2.0'. **Fibreculture Journal** s. 13, http://journal.fibreculture.org/issue13/issue13_bassett.html [05.10.2009].

bireylerin hayatına girmiş ve çok yönlü bir sosyal iletişim ortamı ilk kez karşımıza çıkmıştır¹⁶⁷.

Bu değişimi fark eden kimi müzeler topluluk oluşturma ve ziyaretçi kitleleriyle iletişim için sosyal medya ve altında yatan davranış biçimlerinin önemini kavramış ve sosyal medyanın sağladığı yeni teknolojileri uygulamaya başlamıştır¹⁶⁸. Fakat müzelerin bu teknolojilerin sosyal yönünü tam olarak kavrayamadığı ve gereken zihniyet değişiminin yaşanmadığı yönünde şüpheler de mevcuttur¹⁶⁹.

4.2 Ekonomik boyut

Bütün ekonomik olaylar özünde teknolojik bir sürecin yer aldığı sosyal ilişkiler sisteminden oluşur ve bu süreçteki değişimler ilk olarak tekrar ekonomik alanda gözlemlenir¹⁷⁰. Örneğin 15. yüzyılda Avrupa'yı yöneten sınıf olan derebeyleri ve feodal ekonominin güç kaybı, Amerika'nın keşfi sonrasında Yeni Dünya'da kurulan kapitalist sistem ve ortaya çıkan serbest pazar ekonomisiyle birlikte güçlenen burjuvazi nedeniyle olmuştur¹⁷¹. Bu nedenle ekonomi her zaman kalkınmanın, dolayısıyla iletişim ve taşımacılık ağları kurmanın ardındaki temel unsur olarak göze çarpmıştır¹⁷².

Yeni teknoloji tarafından yaratılmamış olsa da bu teknolojinin kullanıma girdiği ilk sosyal ağ yapısı olan küresel pazarın etkisiyle¹⁷³, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren klasik işlevselci ekonomik yapılar, dikey organizasyon biçimleri ve oligopol tarzı kontrol mekanizmaları gibi geleneksel organizasyon modellerinde kriz yaşamaya ve hızla değişen iş ortamları ve pazar dinamiklerine ayak uyduramamaya başlamıştır¹⁷⁴. Bu durum geleneksel pazar ekonomisinin enformasyon toplumuna uyumlu hale getirilmesi çabalarını gündeme getirmiştir.

¹⁶⁷ Center for Social Media, **Public Media 2.0 : Dynamic, Engaged Publics**, (Amerika, Şubat 2009) <http://www.centerforsocialmedia.org/documents/whitepaper.pdf>

¹⁶⁸ Grabill, **age**.

¹⁶⁹ Coté, Dube, **age**, 44.

¹⁷⁰ Özçağlayan, **age**, 17-18.

¹⁷¹ Michael Goldhaber, "The Attention Economy and the Net", **First Monday**, c. 2, s. 4 (1997) <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/519/440> [05.10.2009].

¹⁷² Van Dijk, **age**, 61.

¹⁷³ Felix Stalder, "Global Financial Networks and the Bias of Networks", <http://felix.openflows.com/html/biasofnetworks.html> [06.09.2009].

¹⁷⁴ James Slevin, **The Internet and Society**. (İngiltere: Wiley-Blackwell Publishers Ltd, 2000), 21.

Castells'e göre 21. yüzyılda içinde bulunduğumuz "yeni ekonomi"nin üç asli özelliği vardır¹⁷⁵. İlki, ekonominin enformasyon tabanlı olması ve bunun sonucunda şirketler, bölgeler veya devletler gibi ekonomik birimlerin üretkenliği ve rekabetçiliğinin; bilgi üretme, işleme ve yönetme süreçleri tarafından belirlenmesidir. Enformasyon teknolojilerinin etkileme hızı ülkeye ve ülke içinde de sektöre bağlı olarak değiştiğinden bu etkiler ilk olarak yüksek teknoloji kullanan sektörlerde hissedilmiştir¹⁷⁶. Daha sonra sektörün ötesine taşan etkiler kendinden önceki sanayi yapısının temellerini sarsarken, girişimcilik ve rekabetin kurallarını değiştirmiştir. Bilginin yayılması yüzyıllardır ekonomik gelişmenin temel gücü olsa da ilk kez bugün bilgiye dayalı kurumlar enformasyon ve iletişim teknolojilerini kullanma, işleme, analiz etme ve paylaşma kabiliyetleri sayesinde büyük farklılıklar yaratmaktadır¹⁷⁷.

İkinci özellik, ekonominin küreselliği ve “çekirdek stratejik aktivitelerinin, dünya genelinde eşzamanlı olarak çalışma kapasitesine sahip olması”dır. Kapitalizmin en önemli süreçlerinden olan küreselleşme, farklı uluslardan devletler, şirketler ve bireylerin hızlanan ve yoğunlaşan ekonomik etkileşimleriyle ortaya çıkmıştır¹⁷⁸. Sanayi ve taşımacılık alanlarındaki yenilikler, ağların sosyal organizasyon biçimi olarak güç kazanması ve bilgisayar destekli iletişim ve haberleşme sistemlerinin yaygınlaşması sayesinde hızlanan bu süreç, yirmi yıl içerisinde yeni bir ekonomik durum olan “enformasyon tabanlı küresel ekonomiyi” doğurmuştur¹⁷⁹. Zaman içinde şirketler küresel ölçekte personel ve ortak bulmaya, maddi sermaye ülkeler ve firmalar arasında özgürce dolaşmaya başlamıştır¹⁸⁰.

Küreselleşme süreçlerinin hızlanması ve küresel ölçekli müzelerin içinde işlediği bağlamın artarak ticarileşmesi, müzelerin kimliğinde de değişimlere neden olmuştur¹⁸¹. Özellikle 1990'larda Los Angeles'teki Getty ve Bilbao'daki Guggenheim

¹⁷⁵ Castells, **Materials**, 10.

¹⁷⁶ Lyotard, **age**.

¹⁷⁷ Cosima Orsi, “Knowledge Based society, peer production and the common good”, **Capital & Class** (2009), <http://www.thefreelibrary.com/Knowledge-based+society,+peer+production+and+the+common+good.-a0194549142>, [05.10.2009].

¹⁷⁸ “Globalization 101”, <http://www.globalization101.org/> [05.10.2009].

¹⁷⁹ Joe McKendrick, “Enterprise 2.0 : innovation is the name of the game”, <http://blogs.zdnet.com/service-oriented/?p=1422> [05.10.2009].

¹⁸⁰ “The Information Age/Information Knowledge and the New Economy” - Wikibooks, http://en.wikibooks.org/wiki/The_Information_Age/Information_Knowledge_and_the_New_Economy [05.10.2009].

¹⁸¹ Saloni Mathur, “Museums and Globalization”, **Anthropological Quarterly**, c. 78, s. 3, (Yaz 2005): 697.

gibi, dünyaca ünlü mimarlara yaptırılmış ve eskisine oranla daha fazla popüler kültürden beslenen sergiler ve yeni “mega-müzeler“ ortaya çıkmıştır. Bu dönem, Guggenheim Müzesi'nin Yale işletme mezunu olan yöneticisi Thomas Krens ve sergilediği "Küresel Guggenheim" yaklaşımında vücut bulmuştur. Krens'in yönetiminde Guggenheim, New York'ta tek bir binası olan bir müzeden, Berlin, Bilbao ve Las Vegas'da şubeler açmış uluslararası yarı özerk uydu kurumlarından oluşan bir küresel zincire dönüşmüştür ve bu bağlamda şirket uygulamalarında görülen küreselleşme ilk kez kültürel bir kuruma uygulanmıştır¹⁸².Guggenheim'le başlayan bu süreç hızla diğer müzelere de yayılmış ve müzelerin çalışma pratiği giderek Hollywood, Disneyland veya moda sektörü gibi popüler ve ticari bir modelin içine yoğunlaşmıştır¹⁸³.

Üçüncü özellik yeni ekonominin ağ tabanlı oluşudur. Küresel ekonominin bağlantılılığının (connectivity) ve enformasyon üretiminin esnekliğinin merkezinde, yeni bir ekonomik organizasyon biçimi olan ağı girişim (network enterprise) yer almaktadır. Benkler'e göre bugün doğuşunu izlemekte olduğumuz, 19. yüzyılın son yarısı ve 20. yüzyılda hakim olan endüstriyel enformasyon ekonomisini yerinden eden “ağı enformasyon ekonomisi”dir¹⁸⁴. Bu ekonominin karakteristik özelliği, pazar ekonomisinden etkilenmeyen, dağıtık mekanizmalar aracılığıyla işbirliği ve koordinasyonla hareket edebilen merkezsiz bireysel eylemlerdir¹⁸⁵.

Bu değişimin katalizörü bilgisayar, iletişim ve veri depolama teknolojisinin fiyatındaki düşüş ile birlikte, bir önceki nesilde teknik yetersizlikler nedeniyle endüstriyel modellerle örgütlenmiş olan enformasyon ve kültür üretiminin aynı anda milyara yakın kişinin eline geçmesidir¹⁸⁶.

"Britannica Ansiklopedisi'ne tek ciddi rakip olan Wikipedia'yı beraberce düzenleyen 50 bin gönüllü buna neden bedava erişim izni veriyor? 4.5 milyon gönüllü neden bilgisayarlarının kullanmadıkları enerjisini SETI@Home projesine hibe ediyor? Bu olguları açıklayacak makul bir analitik model olmadan, onları geçici birer heves veya moda olarak görebiliriz. Doğru olan onları olduğu gibi görmemizdir: Dünyanın en gelişmiş -en fazla ağı bilgisayar bulunan ve enformasyon ürünleri ve hizmetlerinin en değerli görüldüğü- ekonomilerinde ortaya çıkmakta olan yeni bir üretim tarzı.¹⁸⁷"

¹⁸² Schubert, **age**, 111.

¹⁸³ Mathur, **age**, 700.

¹⁸⁴ Benkler, **The Wealth of Networks**, 3.

¹⁸⁵ **age**, 3.

¹⁸⁶ **age**, 4.

¹⁸⁷ **age**, 5-6.

Günümüzde en karmaşık ve masraflı projeler, geniş gönüllü ağları kullanılarak yapılabilmektedir. Müzeler de, ileriki bölümlerde bahsedilecek olan ağ kurma, topluluk oluşturma, crowdsourcing, vb. sosyal sermaye oluşturma uygulama ve projeleri aracılığıyla geniş kitlelere yayılabileceği ve özellikle ülkemizdeki ekonomik ve insan kaynağı eksiklerini giderebileceği bir döneme girmektedir.

Bu özelliklerin, önceki bölümde bahsedilen enformasyon aşırı yüklemesi ile birleşiminin akademisyenler tarafından daha iyi algılanmaya başlamasıyla birlikte Nobel ödüllü Herbert Simon'un 1971 yılında tanımladığı "dikkat/ilgi ekonomisi" (Attention Economy / Aufmerksamkeit) kavramı odak noktası haline gelmiştir.

4.2.1 Dikkat Ekonomisi

İnsanoğlu doğası gereği, sürekli dikkat arar, verir veya alır. Ancak bu ilişki tek tarafı kuvvetli bir ilişkidir. İnsan beyni milyonlarca "bit" veriyi işleme kapasitesine sahip olmasına rağmen, fiziksel olarak sınırlı hareket kabiliyetine sahiptir. İnsanlar gözlerini aynı anda sadece bir yere çevirebilmekte, uzay zamanda aynı anda sadece bir yöne hareket edebilmektedir. Bu durum enformasyona odaklanmada bir "darboğaz"a yol açmaktadır¹⁸⁸. Evrimsel süreçlerden dolayı meydana gelen bu darboğaz, vahşi doğada yaşayan canlıların tehlike anında tek bir şeye odaklanıp geride kalan her şeyi yok sayabilmesini sağlamaktadır.

Dikkat aynı anda sınırlı uyarana yönlendirilebilirken, dikkat çekmek özellikle yeni iletişim teknolojileri ile kuramsal olarak sınırsızdır. Mikrofon, hoparlör, video konferans sistemleri, İnternet, radyo ve televizyon, fiziksel kısıtlamalar yaşamaksızın bireyleri milyonlarca insana ulaştırabilmektedir.

Simon, bu dikkat eşitsizliği nedeniyle enformasyon zengini ekonomilerde başka bir sorunun ortaya çıkacağını öngörmüş ve enformasyon arttıkça bireylerin enformasyonu seçme ve yararlı biçimde kullanma kapasitesi azalmakta olduğundan, enformasyon zengini bir dünyanın, enformasyonun tüketmekte olduğu başka bir nüvenin azlığına yol açacağını öne sürmüştür. Bir başka deyişle “enformasyon zenginliği dikkat fakirliği yaratmaktadır”¹⁸⁹.

¹⁸⁸ Michael Goldhaber, “The Value of openness in an attention economy”, **First Monday**, c. 11, s. 6, (2006): <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1334/1254>

¹⁸⁹ Herbert Simon, “Designing Organizations for an Information-Rich World”, **Computers, communications, and the public interest**, ed. M. Greenberger (Baltimore: The Johns Hopkins Press,

Enformasyon devriminin erken dönemlerinde temel sorun, enformasyonu etkin bir şekilde yönetebilmek olmuştur. Bu nedenle hem donanım hem yazılım tasarımcıları karmaşık ve kuvvetli teknolojiler aracılığıyla daha fazla bilgiyi daha çok insana mükemmel bir şekilde ulaştırmaya yönelik sistemler kurmayı amaçlamıştır. Ancak bugün enformasyonun küresel ölçekte taşınması, yönetilmesi vb. konularda gelişmiş yazılım ve donanımlar olmasına rağmen enformasyon yönetimindeki sorunlar bitmediği gibi aksine artma eğilimindedir. Zengin enformasyon ortamının yarattığı dikkat azlığı nedeniyle dikkat, Simon'un öngördüğü gibi, yönetilmesi gereken bir kaynağa dönüşmüştür. Bu nedenle sorunun çözümü daha fazla enformasyon yerine, doğru zamanda doğru enformasyon olarak görülmeye başlanmıştır.

Dikkatin, ağ etkileri (network effects) nedeniyle pozitif geri besleme yapması, ünlüler, sanatçılar veya politikacılar gibi halkın gözü önündeki insanların, bir kez dikkat çeker hale geldikten sonra sahip oldukları dikkat miktarının katlanarak artmasına neden olmaktadır¹⁹⁰. Bu yüzden, dikkat kavramı son yıllarda tüketim, iş dışı etkinlik, iş gücü, pedagoji, psikoloji ve medya kültüründe temel bir unsur olarak ön plana çıkmıştır. Dikkat hem sermaye, hem meta olarak yoğun bir değer edinmiştir¹⁹¹.

Medya kuruluşları ve içerik üreticilerinin, kitlelerinin dikkatini ellerinde tutabilmek için artan bir şekilde magazine yönelmesi de dikkate yönelik bu mücadelenin bir sonucudur. Bu nedenle yeni ekonomide dikkatin toplumsal adalet, politik sistemler ya da diğer uzun vadeli konulardan, hava durumu, borsa, ünlülerin hayatı gibi günlük ve geçici konulara kaymakta olduğunu görmekteyiz¹⁹².

1960'larda artan üretkenliğin çalışma saatlerini gitgide azaltacağı ön görülmektedir. Bu durumun sonucunda artacak olan boş zamanın nasıl değerlendirileceğinin geleceğin en önemli sosyal problemlerinden olacağı düşünülürken, teknolojik gelişmelerin sonucunda 2000'lerin ilk on yılında boş zaman artış değil azalma göstermiş ve tam tersine bir "dikkat yetmezliği" şeklinde tezahür etmiştir¹⁹³.

1971), 40-41'den aktaran Josef Falkinger, "Limited Attention as the Scarce Resource in an Information-rich Economy", 2005, IZA Discussion Paper No. 1538,

¹⁹⁰ Kevin Kelly, "Increasing Returns", **New Rules for the New Economy**, <http://www.kk.org/newrules/newrules-2.html> [06.10.2009].

¹⁹¹ Vilma Luoma-aho, David Nordfors, "Attention and Reputation in the Innovation Economy", 4, <http://www.innovationjournalism.org/archive/injo-6-2.pdf> [06.01.2009].

¹⁹² Breitenstein, **age**.

¹⁹³ Michael Goldhaber, "Attention Economy and the Net - Part II", <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/6/6202/1.html>

Özellikle son yıllarda gelişen mobil teknoloji ve araçlar (cep telefonu, PDA, Blackberry, Iphone vs.) sayesinde, çalışanlar sürekli olarak işleriyle ilgilenebilir hale gelmiş ve endüstri devriminin karakteristik iş ve ev, iş ve iş dışı etkinlik ayrımı anlamını yitirmiştir. Aynı süre zarfında küresel nüfus artışı ve kültürel üretim teknolojilerinin ucuzlaması ile sınırsız şekilde çeşitlenmekte olan bir kültürel üretim manzarasının ortaya çıkmasıyla birlikte bugün insanlar boş zamanlarını sayısız aktivite ve kültürel tüketim ürünü arasında paylaştırmaya çalışmaktadır.

Her ekonomi, kendi varlığını sürdürebileceği sosyal yapılar, değer sistemleri ve üretim biçimlerine ihtiyaç duyar. Bu nedenle pazar ekonomisinin kalıcı olarak yeni ekonomiyle aynı anda var olmaya devam etmesi mümkün gözükmemektedir¹⁹⁴. Goldhaber, dikkat ekonomisinin İnternet'in baskın ekonomisi olduğunu ve buradan tüm topluma yayılacağını öne sürmektedir¹⁹⁵. İnternet'in doğal ekonomisi olan bu ekonominin temel motivasyonu sadece para veya maddiyata yönelik malları artırmak değil, kendisi nadir bir meta olan, insan dikkati miktarını artırmaktır. Bu durum, dikkatin gitgide paraya alternatif, yüksek takas ve fayda değeri olan bir sembolik değiş tokuş aracı (currency) olarak görülmesine neden olmuştur¹⁹⁶. Aynı para ekonomisinde olduğu gibi hayatta kalmak için herkesin minimum miktarda dikkate ihtiyacı vardır¹⁹⁷. Bu nedenle günümüzde bireyler ve kurumların televizyon ve İnternet'te para yerine dikkat çekmek için çaba sarfetme eğilimine girdiğini gözlemlemekteyiz.

Zenginliğin ve refahın yaygın olduğu toplumlarda, sadece sayılı kişi tarafından sahip olunabilen ve genellikle kalıcı olmayan bir durum olan şöhretin (dikkat hamili olma durumu), seçkinliğin yeni bir ölçüsü olarak ortaya çıktığı görülmektedir¹⁹⁸. Bu Richard Lanham'a göre çağdaş toplumun "eşya" ekonomisinden "dikkat ekonomisine" geçişidir. Bu ekonomide var olmak isteyen kurumların da bu nedenle "dikkat yapıları" oluşturması ve sürdürmesi gerekmektedir¹⁹⁹.

¹⁹⁴ Goldhaber, **age**.

¹⁹⁵ Goldhaber, **The Value of Openness**.

¹⁹⁶ Doro Franck, Georg Franck, "The Economy of Attention", http://www.alamut.com/subj/economics/attention/frank_discussion.html [06.04.2009].

¹⁹⁷ Goldhaber, **Attention Economy and the Net – Part II**.

¹⁹⁸ Mikel Breitenstein, "Push and Pull in The Attention Economy", **American Society for Information Science and Technology**, 2007,

http://dlist.sir.arizona.edu/2063/01/Breitenstein-Attention_Economy-Sept07woillus.doc [05.10.2009].

¹⁹⁹ Richard Lanham, The Economics of Attention, 2006'dan aktaran Angelina Russo, Darren Peacock, "Great Expectations: Sustaining Participation in Social Media Spaces". **Museums and the Web 2009** (Toronto: 2009). <http://www.archimuse.com/mw2009/papers/russo/russo.html> [05.19.2009].

Dijitalleşme, enformasyon üretimi, dağılımı ve tüketimini artırmıştır. Donanımda "hızlı" anahtar kelime olmuş, hızlı bilgisayarlar, hatlar ve programlara yönelik beklentiler arttıkça, hız için olan açlığın hiçbir zaman doyurulamadığı bir hız kültürü ortaya çıkmıştır²⁰⁰. Enformasyonun bir yerden bir yere ulaşım hızı inanılmaz boyutta artmıştır. Örneğin 1805'deki Trafalgar savaşının haberlerinin Londra'ya ulaşması 17 gün sürmüştür. 1865'de Abraham Lincoln'un suikaste kurban gitmesinin haberi Londra'ya 13 günde gelmiştir. Bugün ise 2008 Sichuan depremi Londra'dan 5100 kilometre uzakta olmasına rağmen Twitter'da İngilizce olarak 7 dakika içinde belirmiştir²⁰¹.

Bu durum kaliteli, derin ve uzun zamanda sindirilebilen içeriğin gitgide daha az ilgi çekmeye başlamasına neden olmuştur. Zamanla yarış haline gelen 21. yüzyıl hayat tarzı nedeniyle, daha kısa sürede daha fazla verim alma ihtiyacı, özellikle önceki dönemlere yabancı olan blüç çağındakileri ve bir üst jenerasyonun gençlerini etkilemiştir. Genç kullanıcıların içeriği günden güne daha hızlı tüketmeye başlaması ile birlikte eskiden saatlerce okunan gazeteler ve dergiler çok daha hızlı geçerliliğini kaybederken içerik sağlayıcıları çareyi en yeni ve en flaş içeriğin peşinden koşmakta bulmuştur. Müze sergileri de bu değişimden payını almıştır. Özellikle genç nesiller daha kısa sürede daha fazla sergi gezmek isterken, aynı zamanda ziyaretlerinden de daha fazla değerle ayrılmak istemektedir. Kültür kurumları, yüz yıllardan gelen bilgi sunma geleneklerini tersine çeviren böylesi hızlı bir dünyaya ayak uydurmak durumundadır.

“21. yüzyılın gerçek değer birimi para değil zamandır. Rekabet insanların zamanı, ihtiyaçları ve kimliğin değeri üzerinedir. Müzelerin rekabet ettiği iş ortamı budur. İnsanların zamanı ve keyifli deneyimleri için rekabette değilmiş gibi davranmak anlamsız: bu değerler için “rekabet” kelimesinin en gerçek anlamıyla rekabet ediyoruz²⁰²”.

Müşteri ve ziyaretçilerin alışveriş ederken, müze ziyaret ederken, restorana giderken, her şeyin iç içe geçtiği duyuşsal etkinliklere katılması, Hard Rock Cafe gibi dükkanların müzeleri andıran hizmetler ve orijinal nesneler sunması ya da müzelerin Las Vegas gibi eğlence merkezlerinde yer alması gibi durumlarla; alışveriş, öğrenim ve kültürel deneyimlerin sınırları birbirine geçmiştir²⁰³. Bu trend müze, kütüphane,

²⁰⁰ Van Dijk, **age**, 193.

²⁰¹ Jason Kottke, “The Speed of Information Travel”, <http://kottke.org/09/09/the-speed-of-information-travel-1798---2009>, [09.03.2009].

²⁰² Nina Simon, “Thriving in Knowledge Age”, <http://museumtwo.blogspot.com/2009/08/thriving-in-knowledge-age-interview.html>, [09.09.2009].

²⁰³ Pachter, Landry, **age**, 24.

ve sanat galerilerini, sinemalar, alışveriş merkezleri ve eğlence deneyimleri sunan kurumlarla rekabet etmek zorunda bırakmıştır. Kullanılabilir teknolojinin artışı ile müze çalışanları, daha fazla ve çok yönlü ziyaretçi kitlelerine hizmet edebilmek için hangi teknolojileri seçmeleri gerektiğini düşünmek durumundadır²⁰⁴. Pazarlamacılar daha fazla seçeneğin sunulduğu ve daha fazla beklentinin olduğu bu ortamda kitlelerin dikkatini çekmek için, enformasyon yüklenmesinin yarattığı duyuşsal karmaşı ve yüzeyselliği aşır derinlik sunmaya çalışmaktadır. Bu doğrultuda tasarım, multimedya, sahne ve ses düzenlemeleri artarak önem kazanmıştır. Hatırda kalıcı bir mesaj verebilmek ve ön plana çıkabilmek için markalar özel efektler ve hikaye anlatımlarına yönelmiştir²⁰⁵.

21. yüzyılda toplumsal rollerini kaybetmek istemeyen müze ve kültür kurumlarının bu kültürel manzaraya hazırlıklı olması gerekmektedir. Enformasyon yüklemesi nedeniyle enformasyondan derin anlamlar çıkarılması ve bilgiye dönüştürülmesi için yeterince zaman olmaması, insanları anlam aramaya sevk etmiştir. Bu arayışın farkında olan ticari firmalar ürünlerinden daha büyük hikayeler yaratmaya ve aidiyet hissi vermeye önem göstermektedir.

Önceki bölümde bahsi geçen Yeni Müzecilik akımı doğrultusunda hareket eden eko-müzeler, kent ve sanat müzeleri, “deneyim ekonomisi” olarak da adlandırılan hikayeleştirme, üç boyutlu saran deneyimler (immersive), şarkılar, görseller, belgeseller vb. ile bu durumdan yararlanmaktadır. Dokunma/koklama/hissetme anlarını yaşatmakta ve bu duyuların hepsini birlikte kullanarak optimum öğrenim imkanı sunmaktadır. 21. yüzyılın çok yönlü iletişim döneminde var olabilmek için enformasyon ve içerik zengini bu ortamın kuralları anlaşılmalıdır²⁰⁶.

4.2.2 Dikkat Ekonomisi'nin kuralları

Kültür kurumları, ticarileşmiş ve enformasyon bombardımanına uğramış kültürel alanda ziyaretçilerin dikkatini çekmek ve bunu kalıcı kılabilmek için yeni stratejiler geliştirmelidir. Fakat kültür kurumları ticari şirketler ile aynı şartlarda rekabet edemez. Müzelerin rekabetçilik nedeniyle doğabilecek popülizm ve yüzeyselleşme

²⁰⁴ Omar, **age**, 55.

²⁰⁵ Pachter, Landry, **age**, 24.

²⁰⁶ Seb Chan, “On Platform Power: Museums, Authority, Digital Culture”, <http://www.powerhousemuseum.com/dmsblog/index.php/2008/10/15/on-platform-power-museums-authority-digital-culture>, [09.10.2009].

konusunda dikkatli olması gereklidir. Dikkat ekonomisinin kurallarının iyi anlaşılması, bu süreçte önem taşımaktadır.

4.2.2.1 Bulunabilirlik

İnternet üzerindeki kullanılabilir bilgi her gün büyük bir hız ve katılımla artmaktayken, insanın gün içinde bilgi edinimine ayırdığı süre fiziksel koşullar nedeniyle aynı oranda artmamaktadır. 1472 İngilteresinde Cambridge Üniversitesi'nin kütüphanesinde sadece 199 adet kitap varken, bugün sadece Amerikan yayınevleri her sene 60.000'den fazla kitap, 18.000 dergi ve toplamda 225 milyar sayfa editöryel içerik yayınlamaktadır²⁰⁷. 20. yüzyılın başlarında iyi eğitilmiş bir insan bilim ve sanatlarda var olan bilginin neredeyse tamamına hakim olabilirken bugün bilgiyle uğraşan tüm alanlar uzmanlık alanlarına bölünmüş durumdadır. Dahası, bir insanın herhangi bir uzmanlık alanının ürettiği bilgiyi bile tamamen sindirmesi imkansız hale gelmiştir²⁰⁸.

Kitaplar ve DVD benzeri metaların artmasına ek olarak bilgisayar oyunları gibi yeni popüler kültürel tüketim ürünleri de geniş kitlelerce tüketilmeye başlanmıştır. Teknolojik maliyetin ucuzlaması sayesinde çok sayıda yapımcı, kendi stüdyosunda yeni medya ürünleri (podcastler, videobloglar, amatör filmler, belgeseller) üretebilir hale gelmiştir. Üretimdeki bu artış, kullanıcıları bir "enformasyon oburluğuna" yöneltmektedir²⁰⁹.

Bugün müzeler, kapitalist tüketim ekonomisinin etkisi altındaki milyarlarca insana ulaşmak için gerek sinema ve konser gibi popüler kültür aktiviteleri, gerekse televizyon ve İnternet gibi mecralar ile rekabet etmek zorunda kalmıştır. 20. yy'da sergi ve paneller gibi yüksek kültürel faaliyetlerin icrasında müzeler büyük oranda yalnızken, bugün bu alanda da kültür üretimi sektörüne giriş yapan farklı medya ve kurumlar nedeniyle müzelere yönelik dikkat potansiyeli düşmüştür. Müşteri dikkatinin kimlerin başarılı olup kimlerin olamayacağını belirlediği medya ortamında (rating sistemleri, tiraj, İnternet'te Alexa gibi trafik ölçüm sistemleri aracılığıyla) artan gürültü oranı, bireylerin aradıkları içeriğe ulaşabilmesini güçleştirmiştir. Bu nedenle bulunabilirlik (findability) hayati bir önem kazanmıştır.

²⁰⁷ Davenport, Beck, **age**, 4.

²⁰⁸ Davenport, Beck, **age**, 219.

²⁰⁹ Goldhaber, **The Attention Economy and the Net**.

Bugün, İnternet ve fiziksel dünyadaki sayısız kanallar içerisinde yayın yapmakla yetinmek mümkün değildir. Önemli olan gerek Google benzeri arama motorları, gerekse sosyal ağlar aracılığıyla müzenin küresel ölçekte enformasyon arayan kullanıcılara ulaşabilmesidir. Dikkat ekonomisinde, bulunamamak, sadece yazarlar ve sanatçılar gibi bireyler için değil, tüm yaratıcı işlerle ilgilenen kişi ve kurumlar için çok önemli bir tehlike olmuştur. Müzeler ellerinde olan bilginin kalitesi ve biricikliği nedeniyle diğer bilgilere oranla daha fazla içkin değeri olduğunu düşünebilir. Ancak içerik sağlayıcılar enformasyonu ağılı ortama entegre etmemiş ve bulunabilir hale getirmemişse dikkat ekonomisinde bu bilginin değeri büyük oranda azalacaktır.²¹⁰

Müzeler dijital ortamdaki alanını belirlemediği oranda ortaya çıkan boşluk, yeni kurum ve kuruluşlar tarafından doldurulmaktadır. Amerikan Müzeler Birliği AAM, milyonlarca kişinin kullanmakta olduğu imaj paylaşım sitesi Flickr ve video paylaşım sitesi Youtube başta olmak üzere paylaşım sitelerinin, kendilerini dijital dünyanın müzeleri olarak konumlandırmış olduğuna ve kullanıcılarına sunduğu araçlar sayesinde kürasyonu yeniden tanımladığına dikkat çekmektedir²¹¹.

Örneğin 2004 yılında Kuzey Amerika'da kurulan ve bugün 35 milyon kullanıcısı olan imaj paylaşım sitesi Flickr'da kullanıcılar sadece kendi çektikleri fotoğrafları değil, illüstrasyonlar, eski kitaplar, efemeral (geçici) belgeler, plak kapakları hatta tablolar gibi sayısız fiziksel materyali dijital ortama aktarıp bu materyaller etrafında gruplar ve iletişim alanları kurabilmektedir. Bu çoklu paylaşım imkanı her türlü kültürel üretimin paylaşılıp üzerinde yorum yapılabilirdiği bir iletişim ortamı yaratmıştır²¹². Yeni dönemde kullanıcılar bilgiye istediği zaman ve şekilde erişmek ve kendi kontrolü altında tüketmek eğiliminde olduğundan, enformasyon temelli her alanda uygun yapılar büyüyüp gelişirken, bu özellikleri sağlamayan yapılar göreceli olarak kan kaybetmektedir.

Yine de sosyal medya sitelerinin, müzelerin fiziksel dünyada ve sanal dünyada üstlenmekte olduğu rolleri sahiplenmesi mümkün değildir. Flickr gibi yeni ortamlar müzelere sadece toplumsal rollerini korumak için değil, yepyeni bir kitleyi de

²¹⁰ Zorich, **age**, 172.

²¹¹ AAM: Center for the Future of Museums, **Museums & Society 2034 : Trends and Potential Futures**, (ABD, 2008): <http://aam-us.org/upload/museumssociety2034.pdf> [05.05.09].

²¹² Michael Arrington, "Three Billion Photos at Flickr", <http://www.techcrunch.com/2008/11/03/three-billion-photos-at-flickr/> [01.04.09].

müzelere çekmek ve farkındalık yaratmak için fırsat sunmaktadır. Müzeler, sahip oldukları koleksiyonlar ve kendilerine has eğitim yaklaşımlarının gücü sayesinde yeni nesil sosyal topluluk sitelerinde etkin hale gelebilir ve önemli farklılıklar yaratabilirler²¹³.

MOMA, Metropolitan, Smithsonian gibi Amerika'nın önde gelen müzelerin Flickr Commons benzeri projeler ile koleksiyonlarını sadece kendi sitelerinde değil, sosyal ağlarda da bulunabilir hale getirmesinin altında yatan neden, bu ağlar aracılığıyla ziyaretçilerle aktif ve çok yönlü ilişkiler kurmanın mümkün olduğunu kavramalarıdır. Müzeler toplumun ilgilendiği güncel kültürel olayları kendine özgü bir bakış açısı ile yorumlayarak, koleksiyonu ve bilgisi ile birleştirmeli, bunları küresel kullanıcının aktif olarak kullandığı kanallarda yayınlamalıdır.

4.2.2.2 Kurumsal güven

Ağ yapıların hayatımızda oynadıkları rolün artması ile birlikte toplumsal rol olarak "uzman" arketipinin yerini "meslektaş/denk" (peer) ağları almaya; kişi ve kurumlara duyulan güven de bu tip ağlara dağılmaya başlamıştır. Bireyler ağ teknolojileri sayesinde arkadaşları, meslektaşları ve güven duydukları sanal kaynaklardan oluşan güven çemberleri oluşturmaya başlamıştır. Bu tür grupların bireyleriyle şeffaf ve aktif iletişim kurmayan geleneksel kurumlar, güven çemberlerinin dışında kalmaktadır.

2005 yılı başında yayınlanan 6. Edelman Güven Barometresi'nde küresel kanaat önderleri, CEO'lar, iş sektörü, devlet başkanları ve geleneksel medyaya olan güven azalırken "meslektaşlar", "aile ve arkadaşlar", "benim benzerim" gibi farklı ağlar ile doktor ve akademisyenler gibi bağımsız uzmanlara duyulan güvenin arttığı görülmektedir. Özellikle "benim benzerim" kategorisine olan güven Amerika'da Ocak 2003'ten Ocak 2005'e %22'den %56'ya, Avrupa'da %33'den %53'e çıkmış ve azımsanamayacak bir artış göstermiştir²¹⁴.

Bu değişim sürecinde haberler, artarak gazete editörleri yerine Facebook gibi sosyal ağlardaki arkadaş kitlesinden, bilgi Britannica Ansiklopedisi gibi uzmanlar tarafından hazırlanan ansiklopediler yerine Wikipedia'nın amatörler konsensüsünden

²¹³ Jim Spadaccini, **age**.

²¹⁴ Edelman Güven Barometresi (Edelman Trust Barometer) Bağımsız Edelman Halkla İlişkiler Şirketi tarafından güven ve kredibilite konularında yapılan yıllık ankettir.
<http://www.edelman.com/trust>

edinilmeye başlanmıştır. Bilginin daha hızlı ve kolay yayılmasının yanı sıra uzman kişi ve kurumların da bu ağlarda yeterince yer almaması sonucunda bilginin doğruluğu da otoriteler tarafından denetlenemez hale gelmiştir.

21. yüzyıl öncesinde müzelerin hakimiyetinde olan sanat ve kültürel üretimler üzerine bugün İnternet'te birçok farklı ortamda herkes tarafından bilgi üretilmekte ve paylaşılmaktadır. Sosyal Medya ortamında müze için ortaya çıkan meselelerden bir tanesi de kültürel içeriği çevreleyen enformasyonun doğruluğunun temin edilmesidir²¹⁵.

Müzeler, başta güven eksikliği ve telif kaygılarından dolayı koleksiyonlarının ürettiği bilgiyi kamuyla paylaşmamaktadır. Ne ki amatör bireyler neredeyse yok sayılabilecek masraflarla İnternet'te ilgilendikleri konularda sanal "müze"ler açıp kimi zaman tarihsel gerçeklerle ters düşen yorumların da yer aldığı birçok konuda yayın yapmaktadır. Müzeler tarihleri boyunca bilgi üzerinde tek yönlü bir iletişim ve kontrolü benimsemiştir, ancak Sosyal Medya'nın temsil ettiği katılımcı, kolektif, amatör, sanal topluluklar tartışılmayacak bir demokratikleşme ve bilgiye ulaşım ortamı yaratmış ve bilgi üzerindeki tekelleri zayıflatmıştır²¹⁶. Güvensizlik, enformasyon paylaşımı ve işbirliği için merkezsiz yöntemler kullanmanın önünü kesen en önemli engellerdendir. Enformasyon ekonomisinde başarı ise paylaşım ve işbirliğinden geçmektedir²¹⁷.

Bu amatörleşmenin tüm sonuçları pozitif yönde olmamıştır. İnternet'te spesifik uzmanlık gerektiren konularda kimi zaman sağlıklı bilgiye ulaşmakta zorluklar çekilmekte, manipülatif veya yanlış bilgiler de sağlıklı bilgilerle aynı ortamlarda bulunabilmektedir. Sidney Gözlemevi'nin küratörünün 2006 yılında İnternet'te "Mars'ın Dünya'ya çok yaklaştığı için 27 Ağustos 2006'da gökyüzünde iki tane ay varmış gibi görüneceğine" dair söylentilerle ilgili, Sidney Gözlemevi bloguna yaptığı açıklama üzerine bir ay içinde 135 ziyaretçiden Gözlemevi'ne "kamuyu aydınlattığı" ve "profesyonel"lerin görüşünü aktardığı için teşekkür yorumları gelmiştir. Bu örnek sosyal medyanın kültürel diyalog kurmadaki başarısını ve çoklu iletişim modelinin hem kitle etkileşimini hem de müzenin otoritesini artırabileceğini göstermektedir²¹⁸.

²¹⁵ Russo ve diğ., **age**.

²¹⁶ Jim Spadaccini, **age**.

²¹⁷ Harold Jarche, "The knowledge economy is the trust economy", <http://www.jarche.com/2007/09/the-knowledge-economy-is-the-trust-economy/>

²¹⁸ Russo ve diğ., **age**.

Örneğin demokratik özelliği nedeniyle amatörler ve uzmanlar arasında ayrım yapmayan ve konsensüse dayalı olarak yazılan Wikipedia'da kimi yazarlar "kamunun düşüncesinin aksine olan fikirlerin temsil edilmesinde zorluklar ve bir çeşit çoğunluk hegemonyası yaşandığını" öne sürmüştür. Bu gerekçeyle Wikipedia kurucularından bir kısmı ayrılarak uzmanların makalelerine öncelik veren Citizendium adlı ansiklopedi projesine başlamıştır²¹⁹. Ancak, dikkat ekonomisinin artan geribesleme kuralı nedeniyle bu oluşum, Wikipedia'nın sahip olduğu dikkat ve etki alanının çok küçük bir kısmına erişebilmiştir.

Müzeler açıklık, evrensel erişim, güven, ifade ve tartışma özgürlüğü gibi sivil toplumu şekillendiren önemli değerleri kabul etmiş kurumlar olmaları sayesinde 2001'de AAM'in yaptığı anketle Amerikalıların en güvendiği kurumlar arasında yer almayı başarmıştır²²⁰. Bunun nedenleri arasında politik olarak tarafsız enformasyon kaynakları olarak görülmeleri ve akademik araştırma yapmaları gelmektedir.

Müzeler, kitleleriyle şeffaf, saygılı ve çift yönlü bir iletişim kurduğu ve daha fazla geribeslemeye önem verdiği oranda güven kazanacaktır. İnternet'te hatalı bilgi arttıkça güvenilir ve faydalı bilgiyi ayırt etme yetkinliğine sahip kurumların sahip olduğu toplumsal değer de artacaktır²²¹. Ancak müzelerin bu güven ortamındaki yerini alabilmesi için toplum ve sanal topluluklar için var olan ve benimsenmiş iletişim kanal ve ağlarını kullanmaları bir ön koşul olarak gözükmektedir.

4.2.2.3 Yaratıcılık

Yeni ekonomik yapı, bilişimci girişimcilik olarak adlandırılan, dinamik bir karar mekanizması üzerine inşa edilen, iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin yoğun bir şekilde kullanıldığı yenilikçi ve yaratıcı bir rekabeti de beraberinde getirmiştir²²².

Enformasyon teknolojisi, kimi mesleklerin gerektirdiği yetenek seviyelerini artırıp yeni meslekler ortaya çıkarırken, kimi meslekler için gerekenleri de azaltmış veya o

²¹⁹ Citizendium, http://en.citizendium.org/wiki/Welcome_to_Citizendium

²²⁰ LORD Kültürel Kaynak Planlama ve Yönetim, "Museums and Sustainability: Economy, Culture and Community". http://www.lord.ca/Media/Artcl_MSustainability-EconomyCultureComm-GL-Irish.pdf

²²¹ Peter Muhlberger, "Human agency and the revitalization of the public sphere." **Political Communication**, s. 22 (2005), 163-178.

²²² Özçağlayan, **age**, 239.

mesleklere olan ihtiyacı tamamen ortadan kaldırmıştır²²³. Bugünkü ekonomik dönüşüm, tarımdan endüstri toplumuna geçiş kadar önemli ve zorluklarla doludur. Dünya ekonomisi fiziksel yetenekler ve rutin işlerden analitik ve yargı yetenekleri isteyen işler üzerine yoğunlaşmaya başlamıştır²²⁴.

Yaratıcılık çağı, bu çağı yakalamış olanlar için daha önce görülmemiş küresel fırsatlar, önemli maddi ve manevi zenginlikler sunmaktadır. Ne ki, gerekli önlemler alınmazsa yeterli eğitim, yetenek ve fırsata sahip olmayanlar için aradaki uçurumun eskiye oranla daha çabuk büyüyebileceği de göz ardı edilmemelidir. Halihazırda yaşanan ekonomik kriz, tarım ve endüstri işlerinin giderek azalması bunun ilk sinyallerini vermektedir. Müzeler eğitsel rolleri doğrultusunda bu uçurumu kapatmak ve yeni nesil bilgi teknolojilerinin kullanımı ve bilgi okuyuculuğunu geliştirmek için örgün öğretim kurumlarına yardımcı olmalıdır.

Dijital ekonomi, serbest pazar ekonomisi özelliklerinin yanı sıra hediye ekonomisi (gift economy) özellikleri de taşır. Fiziksel uzaklıkların ortadan kalktığı bir ortamda ağ kullanıcıları para ve siyasetin aracılığına ihtiyaç duymadan birbirleriyle enformasyon alışverişinde bulunmaktadır. Yaratıcılığa izin veren araç ve düşünce tarzlarının gelişmesi sonucunda amatör kitlelerin artan bir şekilde üre-ketimle²²⁵ uğraşmaya başlaması, kültürel ve sanatsal üretim yapan yerleşik kurum ve sanatçıları etkilemiştir. Profesyonel kameraların ucuza temin edilebilmesi, amatör fotoğraf meraklılarının rahatlıkla profesyonellerle yarışan fotoğraflar çekmesi ve İnternet aracılığıyla yayınlatabilmesine dayalı olarak kültür kurumlarına fotoğraf satan Harmel gibi profesyonel fotoğrafçılar, iş kaybına uğramıştır²²⁶. Devlet ve piyasa her ne kadar son yıllarda İnternet üzerinde denetim kurma eğilimine girdiyse de, fiziksel dünyaya oranla daha serbest olan ağ üzerinde topluluklar zaman ve fikirlerin gönüllü olarak hediye edilmesi sırasında oluşan karşılıklı yükümlülükler etrafında kurulmaya devam etmektedir²²⁷.

²²³ Karen Mossberger, Caroline J. Tolbert, Ramona S. McNeal, "Excerpts from Digital Citizenship: The Internet, Society and Participation, **First Monday**, c. 13, s.2 (2008): <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2131/1942> [05.22.2009].

²²⁴ Martin Prosperity Institute, "Ontario in the creative age report", <http://martinprosperity.org/research-and-publications/publication/ontario-in-the-creative-age-project>

²²⁵ İngilizce Producer (Üretici) ve Consumer (Tüketici) kelimelerinin birleşimiyle oluşturulan terim.

²²⁶ Jeff Howe, "The Rise of Crowdsourcing" <http://www.jr.co.il/articles/the-rise-of-crowdsourcing.txt>

²²⁷ Richard Barbrook, "The High-Tech Gift Economy", http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors3/barbrooktext2.html

Kültür kurumları için koleksiyonlarındaki görsel imajları dijital ortama taşımada telif hakları ve lisanslama konusu engel oluşturmaktadır. Lisanslama kimi müzeler için önemli bir gelir kaynağı olduğundan bu tür enformasyonun İnternet'te kullanıma açılması müze yöneticilerince benimsenmemektedir. Ancak İnternet üzerindeki mevcut imaj havuzu büyüdükçe dijital imajların maddi değerinin düşmekte olduğu da bilinmektedir²²⁸.

Flickr vb. imaj paylaşım sitelerinin kullanıcıları aracılığıyla İnternet'teki imaj sayısının muazzam artışı, müzelerin elinde bulunan imajların içkin değerlerini ortadan kaldırmaktadır. Bugün sadece Flickr'da kullanıcılar tarafından yüklenmiş 3 milyardan fazla imaj olduğundan, müzelerin telif hakları korkusuyla erişime açmaması, müzelere katkı sağlamak yerine bu imajların kültürel dolaşımdan çıkması ve toplum belleğinden silinmeye başlamasına neden olmaktadır.

Bu durumun farkında olan Smithsonian, Amerikan Kongre Kütüphanesi ve Avustralya Powerhouse Müzesi gibi kurumlar tarihi fotoğraf koleksiyonlarını Flickr Commons projesi ile Flickr ortamına taşımış ve bir ilki başlatmıştır. İleriki bölümlerde istatistiklerini göreceğimiz bu projenin müzelere gelir kaybı yaşatmadığı gibi büyük bir reklam ve dikkat artışı yarattığı gözlemlenmektedir. Bu rapor asıl değer in imajların kendisinden değil içerdiği bilgid en kaynaklandığını öne sürenleri doğrular niteliktedir²²⁹.

4.3 Sosyopolitik boyut

Sanayi devrimi ile birlikte malların buhar gücüyle kıtalararası taşınabilmesi, fabrikalar arasında koordinasyon, kitle taşımacılığı, toptan ürünlerin perakende satış dükkanlarına ulaştırılması gibi yeni sorunlar doğurmuştur. 19. yüzyılın ortalarında sanayi devriminin yetersiz altyapısının yol açtığı "kontrol krizi" nedeniyle bir enformasyon ve iletişim devrimi yaşanmıştır. Bürokratik işlevler için keskin görev dağılımları ve hiyerarşiler, kitlesel insan ve eşya taşımacılığındaki artışla başa çıkabilmek için de yeni bir taşımacılık ve iletişim altyapısı kurulmuştur²³⁰.

Her ne kadar Avrupa'da bürokrasi, 19. yüzyılın başlarından itibaren "tembellik ve verimsizliği nedeniyle eleştirilse ve memurların sosyal hayatı olması gerektiğinden

²²⁸ Maxwell L. Anderson, "Introduction", **The Wired Museum**, ed. Katherine Jones-Garmil, (ABD: AAM, 1997), 27.

²²⁹ Anderson, **age**, 27.

²³⁰ Van Dijk, **age**, 64.

fazla düzenleme çabaları ve gücü suistimal etmelerinden doğan sorunlar" halk arasında konuşulur olsa da²³¹, ancak 2. Dünya Savaşı'nın ardından bilgisayarların ortaya çıkması ile bürokratik yönetime alternatif organizasyon sistemleri kurulabilmeye başlamıştır²³².

Batı Avrupa ve diğer sanayileşmiş devletlerde 2. Dünya Savaşı sonrasında gözlenen yolsuzluk, yanlış yönetim, israf ve rötat ile kamusal ilişkilerin idare edilişindeki sorunların halkta kamu sektörüne karşı yarattığı tatminsizliğe küresel ağların ortaya çıkması ile birlikte alternatif rekabetçi çözümler sunulmaya başlamıştır²³³.

Bu sayede 1970 ve 1980'lerde bürokratik yönetimin kitle medyası, küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle uyumsuz olması öne sürülerek özelleştirme, serbestleştirme (deregülasyon) , merkezsizleşme ve pazar benzeri mekanizmaların kamu sektörüne adapte edilmesi gibi önlemler alınmış ve kamu yönetiminin halkın taleplerine daha uyumlu olduğu, hiyerarşilerin düzlendiği ve geleneksel otorite yapılarının zayıfladığı bugünkü ağ toplumunun zihniyetinin temellerinin bulunabileceği bir bürokrasiden arınma (de-bureaucratization) süreci başlamıştır²³⁴.

Popüler kültürde Mayıs 1968 ile özdeşleştirilen, sosyal, politik, yönetişimsel, teknolojik ve entelektüel ortamda yaşanan iç içe geçmiş çeşitli hareketler; katılım çağı adı verilen 70'ler ve 80'lerde önceki dönemin kültürel siyasasını eleştirmiştir. Feminizm, çevrecilik, üniversite isyanları, eşcinsel ve etnik azınlıkların aktivizm hareketleri, deneysel tiyatro grupları, bağımsız sinemacılar, ücretsiz festivaller, bağımsız plak şirketleri, rock grupları, ufak basımevleri, gazete ve dergiler gibi alternatif kültürel üretimden beslenmekteydi²³⁵.

Ulus devletler, son 50 yıl içerisinde tanımlanamayan iktidar odakları arasındaki rekabete tabi olmuştur. Bu iktidar odakları yeni kapital, üretim, iletişim, suç ağları ve uluslararası kurumlar, devletlerüstü askeri organizasyonlar, kamuoyu hareketleri ve milletlerarası oluşumlardan gücünü alan ağların bir kombinasyonudur²³⁶.

²³¹ Eva Etzioni-Halevy, **Bureaucracy and Democracy**. (İngiltere: Routledge, 1983), 9.

²³² Van Dijk, **age**, 64.

²³³ Driss Kettani, Michael Gurstein, Asmae Elmahdi, "eFez: Local Good Governance Outcomes in a developing world context", **The Journal of Community Informatics**, c. 4, s. 2 (2008): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/448/410>

²³⁴ United Nations Department of Economic and Social Affairs, "**World Public Sector Report, Globalization and the State**", 2001, 34.

²³⁵ Pachter, Landry, **age**, 28.

²³⁶ Slevin, **age**, 19.

Bugün devam etmekte olan bu sürece Avrupa Birliği Komisyonu 2004 Lizbon toplantısında, bilgi ekonomisi ve bilgi toplumu modeli ile yeni ekonominin ortaya koyduğu zorluklardan bahsederek dikkat çekmiştir. Bu doğrultuda AB'nin ilk on yıl hedefi, "en dinamik ve rekabetçi bilgi ekonomisi haline gelmek, sosyal uyum ve daha iyi işler ile birlikte sürdürülebilir bir ekonomik büyümeye muktedir olma ve çevrecilik" olarak belirlenmiştir²³⁷.

Ağ toplumunun ortaya çıkışında en büyük etken 1990'larda gündeme gelen İnternet kültürüdür. Birbirini etkileyen dört katmanlı bir yapıya sahip olduğu gözlenen İnternet kültürü Castells'e göre, tekno-liyakatçı kültür, hacker kültürü, sanal cemaatçi (communitarian) kültür ve girişimci kültürün bir birleşimidir²³⁸.

En etkin kültür olan tekno-liyakatçılık, İnternet'i ortaya çıkaran akademik kültür, akademik açıklık ile bilimsel ve teknolojik gelişmenin insanlığın ilerlemesinde en önemli bileşenlerden olduğu inancından beslenir. Bu kültürde liyakat, teknolojik sistemin bütün kullanıcı topluluğunun iyiliği yönünde gelişmesine katkıda bulunarak elde edilmektedir²³⁹.

Bu süreç, açık iletişim ve ağı işbirliğinden doğan ilerlemeye dayanır. Akademik araştırmanın temel kuralı olan hakemli inceleme, eleştiri ve atıf döngüsüne benzer bir mekanizmanın işlediği bu sistemde şeffaflık olmazsa, topluluğun tüm üyeleri kendi bireysel ve rekabetçi gündemlerini takip etmeye çalışacak ve iletişim durma noktasına gelecektir.

İç içe geçmiş bu dört katman İnternet'te hakim olan özgürlük ideolojisinin de temellerini oluşturmaktadır. Landow "yazıdan üstmetine enformasyon teknolojilerinin tarihinin, artan bir demokratikleşme ve gücün yayılmasını gösterdiğini" ileri sürmektedir²⁴⁰. Bugün birçok alanda 2.0 zihniyeti olarak adlandırılan bu zihniyetin önemli özellikleri şeffaflık ve açıklıktır²⁴¹.

İnternet'in açıklık kavramının arkasında yatan temel öge, bireylerin olabildiğince geniş düzlemde kendini ifade edebilmesi ve fikirlerini açıklayabilmesidir. İnternet'ten daha öncesine dayanan bu özgeci (altruist) paylaşımcılık, İnternet'ten

²³⁷ Orsi, **age**.

²³⁸ Manuel Castells, **The Internet Galaxy**, (İngiltere: Oxford University Press, 2001), 37.

²³⁹ Castells, **age**, 39.

²⁴⁰ George P. Landow, **Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology**. (ABD, Johns Hopkins University Press, 1992), 174.

²⁴¹ "In Transparency, we trust?",

http://www.ncoc.net/index.php?tray=content_blog&tid=top14&cid=2gp1 [05.25.2009].

çok iyi bir şekilde faydalanmıştır. Örneğin açık içerik (open content) adı verilen herkesin erişimine açık hakemli dergi ve kütüphaneler, bireylerin özgürce ulaşip araştırmalarında kullanabildiği bilimsel kaynak ve materyalleri artırırken, açık veri (open data) olarak adlandırılan resmi / özel veri kaynakları, isteyen bireylere açık format ve yöntemlerle uygulama yazabilme ve yenilikler yapabilme fırsatı tanımaktadır²⁴². Açık kaynak endüstrisine hizmet eden **Ohloh** ağında yaklaşık 250.000 kişi 275.000'den fazla açık kaynak projesi üzerinde çalışmaktadır²⁴³.

Eskiden beri kültür üreten ve yarattığı değerini kendi kontrolünde olmasına alışmış olan kurum ve kişiler İnternet'in getirdiği açıklık ve özgür paylaşım kültüründen rahatsızlık duymaktadır. Enformasyon devrimi öncesinde yaratılmış olan telif hakları kanunu ve bu kanunun ortaya koyduğu düşünce tarzıyla bugünkü sosyal ortam arasında gözle görülür bir uyumsuzluk vardır. Bu nedenle telif hakları düşüncesine alternatif olarak çoklu paylaşımı önemseyen Creative Commons gibi bilginin akışkanlığına, yaratıcılık ve paylaşım öncelik veren yeni anlayış ve modeller ortaya çıkmıştır.

Center for the Public Domain tarafından finanse edilen, kar amacı gütmeyen bir organizasyon ve hukuki sözleşme türü olan Creative Commons, konvansiyonel telif hakkı kanununa (copyright) alternatif olarak, derecelendirilmiş mülkiyet ve kontrol sözleşmesi imkanı sunmaktadır. Creative Commons sözleşmesi sanatçı ve üreticilerin ticari haklarını korumaya devam ederken, eserlerin kitleler tarafından rahatça paylaşılması, remiksleme ve harmanlama (mash-up) gibi çeşitli yeniden kullanım ve geliştirmelere izin vererek, eserleri kamunun yararına açmakta ve daha serbest bir fikir paylaşım ortamı oluşturmaktadır²⁴⁴. Ticari amaçlar dışında tüm bilgi ve kültürel üretimin (müzik, video, fotoğraf başta olmak üzere fikirler de dahil olmak üzere) serbestçe paylaşılabilir, yeniden işlenebilir ve yine ticari amaç gütmeyen yayımlanabilir olması ile kişiler arasında yaratıcı işbirlikleri kurulması cesaretlendirilmektedir. Bu gönüllü özgecilik sayesinde sanatçılar ve kurumlar

²⁴² "Açık Veri", <http://ucuncudalgageliyor.blogspot.com/2009/04/ack-veri.html>

²⁴³ OHLOH, <http://www.ohloh.net> [06.02.2009].

²⁴⁴ Son zamanlarda müzik dünyasında görülen popüler bir kavram "harmanlama (mash-up)" birbiriyle ilgisiz iki popüler şarkıyı birleştirerek üretim yapmaktır. İngiliz The Beatles grubu ve Amerika'lı hip-hop sanatçısı Jay-Z'nin şarkılarının birleştirildiği Gray Album bu alandaki önemli örneklerdendir ve harmanlama kavramını geniş kitlelere yaymıştır.

Creative Commons anlayışını benimseyen tüketiciler arasında daha fazla dikkat çekmektedir²⁴⁵.

Sosyal müzenin temelinde yer alan katılımcılık ve paylaşımcılık 1980'ler siberuzayı ve 1990'lar erken dönem İnternet kültüründe büyük yer tutmaktadır²⁴⁶.

"Artık çiftlikler yerine kolektif dünyalarda bir araya geliyoruz. Devletin yönettiği fabrikaların yerine, sanal ortaklara bağlı masaüstü fabrikalarımız var. Kazma kürek yerine, bilgisayar uygulamaları ve betikler (script) paylaşıyoruz. Kimliği belirsiz politbüroolar yerine tek önemli olan şeyin iş yapmak olduğu kimliği belirsiz meritokrasilere sahibiz. Milli üretim yerine, eşler arası üretim yapıyoruz (peer production). Devlet sübvansiyonu yerine, birçok ücretsiz mala sahibiz.²⁴⁷"

Sınırların ortadan kalktığı bir sanal ortam, sıkı bir şekilde iç içe geçmiş küresel ekonomi, merkezsizleşme ve bireysel özerklik kavramları Kelly gibi düşünürler için yeni bir sosyal düzen ortaya koymaktadır²⁴⁸. Benkler de "sosyal üretim ve eşler arası üretimin, devlet eliyle veya piyasa aracılığıyla yapılan üretime alternatif sunduğunu ve bu etkinliklerin yaratıcılık, üretkenlik ve özgürlüğü geliştirdiğini" öne sürmüştür²⁴⁹.

Devlet desteği veya kontrolünde olmayan Craigslist seri ilanlar sitesi, bireylerin aracısız bir şekilde başka bireyler ile bir araya geldiği, ücretsiz bir piyasa kurarak devlet veya geleneksel şirketleri zorlayacak bir verimlilikte sosyal fayda sağlamaktadır²⁵⁰. PatientsLikeMe sitesinde hastalar tedavi sonuçlarının bir araya geldiği bir enformasyon havuzu oluşturarak doktor ve hastanelerden bağımsız özerk bir sağlık hareketi başlatmıştır²⁵¹.

Ağlı ortamlarda kurumlar ağdan bağımsız olarak var olamadıklarından, Schnapp gibi yazarlar, kütüphaneler ve müzelerin de, dosya paylaşımı, remiksleme ve harmanlama gibi müzik endüstrisinde yer bulan yeni üre-ketim uygulamalarının ve bahsi geçen kolektif sosyal hareketlerin etkisi altında kalacağını öngörmüştür. Müzeler yeni dönemde kendi sosyal medya siyasa ve uygulamalarını nasıl düzenlediklerinden bağımsız olarak kurumlarını,

²⁴⁵ Maureen O'Sullivan, "Creative Commons and contemporary copyright", **First Monday**, c. 13, s. 1 (2008): <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2087/1919>

²⁴⁶ Bassett, **age**.

²⁴⁷ Kevin Kelly, "The New Socialism: Global Collectivist Society is Coming Online", http://www.wired.com/culture/culturereviews/magazine/17-06/nep_newsocialism?currentPage=all

²⁴⁸ Kelly, **age**.

²⁴⁹ Benkler, **age**, 120

²⁵⁰ Craigslist, <http://www.craigslist.org>

²⁵¹ Patientslikeme, <http://www.patientslikeme.com/>

- * açık kaynak ve kültürel depoların artarak norm halini aldığı,
- * ziyaretçilerin site dışı erişimi daha artarak istedikleri ve dahil oldukları çevrimiçi topluluklarda bu materyalleri yayma, kullanma ve değiştirme hakkını istedikleri,
- * site içi ziyaretçilerin kültürel nesnelere artırılmış (augmented) erişim modları istedikleri,

bir ortamda bulacaktır²⁵².

Müzelerin bu uygulamaların yaşandığı sanal ortamlarda bulunmaması, hem İnternet'in ağ kurma potansiyelini büyük oranda kullanamaması hem de kendini toplumdan izole etmesi anlamına gelmektedir²⁵³.

4.4 Kültürel boyut

Kültür, tarihin belirli bir dönemindeki insanların yaşayış biçimlerinin ürettiği, gelecek nesillere enformasyon ve iletişim kanalları aracılığıyla aktarılabilen, sembol, gösteren (sign) ve eserlerdir²⁵⁴. Kültür kurumları, odak noktası veya coğrafi konumu ne olursa olsun kimlik, bellek ve yaratıcılık ile ilgilenir. Kültür üzerine düşünmek ise belleği çalıştırır, yaratıcılık aracılığıyla bir yöre veya insan grubunun değer sistemlerini farklı şekillerde ifade eder²⁵⁵.

İnsan toplulukları kültür olarak geçmiş kuşaklardan miras aldığı değer, norm, davranış kalıpları ve dünya görüşlerini korumak istediğinden, sosyal sistemlerdeki maddi ve maddi olmayan değişimlerin kültürel alana yansımaları, ekonomik ve sosyal alanlarla aynı hızda olmamaktadır. Ancak yine de kültür tarihinde çeşitli iletişim devrimleri yaşanmıştır²⁵⁶.

Örneğin ilk çağlardaki zaman ve uzayda sınırlı ilkel iletişim imkanları, duman ya da ulaklar aracılığıyla farklı uzaylara; çömlek ve mağara duvarlarına yapılan çizimler aracılığıyla da geleceğe açılmıştır. Yazının icadı zaman ve uzay kısıtlamalarının iyice aşılmasını sağlamıştır²⁵⁷.

Sanayi devrimi sonrasında giderek artan iş dışı zaman (leisure time), İkinci Dünya Savaşı sonrasında, aile başına düşen gayrisafi milli hasıla, okuryazarlık oranları,

²⁵² Schnapp, **age**.

²⁵³ Zorich, **age**, 173.

²⁵⁴ Van Dijk, **age**, 192.

²⁵⁵ Pachter, Landry, **age**, 40.

²⁵⁶ Özçağlayan, **age**, 19.

²⁵⁷ Van Dijk, **age**, 4.

ortalama yaşam süresi ve haftada beş gün çalışanların sayısındaki artışa eklenilerek, toplumun büyük bir kesiminde bu zamanı değerlendirecek etkinliklere yönelimler doğurmuştur²⁵⁸. 1960'larda taşımacılık sektöründeki ilerlemelerle birlikte doğan kitle turizmi ve küresel yolcu sayısındaki üç misli artış bu etkinliklere bir örnektir²⁵⁹.

Bu durum 2000'li yıllarda iş dışı zamanı değerlendirme adına artan bir şekilde kültürel faaliyetlere ilgi duyan, kendi kendine yayıncılık yapabilen, kayda değer miktarda kültürel ve bilişsel sermaye elde etmiş ve bunun sonucunda artan bir emsalsizlik hevesi içerisinde olan bir kitleyi karşımıza getirmiştir²⁶⁰.

Biyolojik zaman ve endüstri devrinin karakteristik özelliği olan saat zamanının (clock time) yerine "zamansız zaman" (timeless time) gelmiş, zaman algısı İnternet'in her şeyi aynı anda ve zamansız sunan doğası nedeniyle yok olmuştur. Uzay mekan coğrafi yakınlığa gerek duymadan, organizasyon ve ilişkilerin kurulabileceği bir akışkan uzaya dönüşmüştür. Zamanın ortadan kalkması ve uzayın akışkanlaşarak tüm sembollerin bir arada var olduğu bir alana dönüşmesi ile birlikte sanal kültür ortaya çıkmıştır²⁶¹.

McLuhan, birbirinden farklı medyaların kendilerine özgü bilişsel süreçler ve sonuçlar doğurduğunu "The medium is the message" (araç iletinin kendisidir) tümcesiyle özetlemiştir. McLuhan'a göre aslolan içerikten ziyade iletişim aracı ve teknolojisinin kullandığı dildir ve bu dil algımızı ve düşünce tarzımızı şekillendirmektedir. Bu doğrultuda yeni teknolojilerin imkan verdiği çoklumedya ve sosyal medya uygulamalarının toplumsal bellek, dil, kimlik ve zaman algısında köklü değişimler yarattığını söyleyebiliriz²⁶².

Modernite, kilise ve devlet gibi geleneksel yapıların artık vatandaşlara hiyerarşik bir toplumdaki yerlerini veya evrendeki rollerini belirleyen hazır kimlikler veremediği bir dönemdir. Zamanın hızlanması ve uzay mekanın çökmesi sonucu bireylerin alışılmış yaşam biçimi tedirgin edici bir şekilde değişmiş ve bu durum enformasyonu

²⁵⁸ Clay Shirky, "Gin, television and Social Surplus",
<http://www.herecomeseverybody.org/2008/04/looking-for-the-mouse.html>

²⁵⁹ Schubert, **age**, 55.

²⁶⁰ Stalder, **Bourgeois anarchism and authoritarian democracies**.

²⁶¹ Castells, **Materials**, 21

²⁶² "Social Networks and Mind Evolution",
<http://posthumanmarxist.wordpress.com/2009/03/07/social-networks-and-mind-evolution/>
[05.10.2009].

tutarlı bir şekilde hazmetmelerini engellemiştir. Bu durum modern bireyde bir kimlik krizine neden olmuştur²⁶³.

20. yüzyılda geniş alanlara yayılmış nüfuslara ve uzun mesafelere ürün sevkiyatının yüksek maliyeti, kültürel medya üretimini sabit giderleri geniş kitlelere bölünebilen televizyon dizileri, filmler ve plaklar gibi kitlesel üretimlere yönlendirmiş olsa da İnternet ile birlikte üretim yapısı ve enformasyon sevkiyatı merkezlesleşmiş ve ağ üzerindeki kültürel ve düşünsel kapital difüzyona uğramıştır. Bu gibi süreçlerin ardından eski tek yönlü kitlesel üretim trendleri tersine dönmeye başlamış ve alternatif kültürel üretim ve dağıtım fırsatları ortaya çıkmıştır²⁶⁴. Düşük masraflı kültürel üretim teknolojilerinin yeni sosyal hareketlerde kullanılmaya başlaması, ticari ile ticari olmayan, amatör ve profesyonel, üretici ve tüketici arasındaki ayrımı azaltmıştır²⁶⁵.

Mc Luhan ve Nevitt'in 1972'de öngördüğü üzere düşük bütçelerle dijital içerik üretme ve yayın yapma araçlarının artmasıyla birlikte kendini ifade etmek isteyen herkesin pasif tüketicilerden aktif üretici-tüketiciler (Prosumer) haline dönüşebileceği bir ortam oluşmuş²⁶⁶, medya tüketicileri artık "kültür programcıları" olmuştur²⁶⁷. Sanayi devrimi sonrasında genişleyen tüketici ve üretici arasındaki ayrımın hafiflemesine neden olan bu gelişme, Toffler'in Birinci Dalga'sındaki kendi tüketimi için üreten toplumu andıran yeni bir nesil ortaya çıkarmıştır²⁶⁸.

Bireyler, ellerindeki potansiyel bilişsel enerjiyi Web 2.0'ın kullanıcı/üreticiye sunduğu olanaklar sayesinde anlamlı projelere dönüştürmeye başlamıştır. Bu üretimin en bilindik örnekleri Linux'u ve ardından binlerce bilgisayar yazılımını ortaya çıkaran açık kaynak (open source) hareketi ve küresel ölçekte milyonlarca insanın beraberce geliştirdiği "Wikipedia" projesidir. Shirky ve Wattenberg bu projeye yaklaşık 100 milyon saatlik düşünce enerjisi harcanmış olduğunu hesaplamıştır²⁶⁹. Bu rakam sadece Amerika'da her yıl televizyon izlemeye harcanan

²⁶³ Stephen Hinerman, "Star Culture", **Culture in the Communication Age**, ed. James Lull, (İngiltere: Routledge, 2001): 202.

²⁶⁴ Benkler, **age**, 30.

²⁶⁵ Pachter, Landry, **age**, 28.

²⁶⁶ Coté, Dube, **age**, 44.

²⁶⁷ James Lull, "Superculture for the Communication Age", **Culture in the Communication Age**, ed. James Lull, (İngiltere: Routledge, 2001): 135.

²⁶⁸ Benkler, **age**, 4.

²⁶⁹ Clay Shirky, "Gin, Television and Social Surplus", <http://www.herecomeseverybody.org/2008/04/looking-for-the-mouse.html>, [05.10.2009].

200 milyar saat potansiyel bilişsel enerji düşünüldüğünde insanların ne kadar büyük bir bilişsel enerjiye sahip olduğunu göstermektedir.

İnternet üzerinde, özellikle genç nesilde ortaya çıkan, "tüketici"lerin anlatıyı yönlendirmesi durumu, özellikle bilgisayar oyunlarının, oyuncuyu anlatının gidişatını etkileyen başrol oyuncusu konumuna getirmiştir. Dahası, modifiye edilerek oyunun yapısının da değiştirilebilmesi, Machinima adı verilen, sanal oyun dünyalarında bireylerin tek başına veya başka bireylerle beraber kendi anlatılarını yarattığı videoların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu bağlamda kullanıcılar, içinde bulundukları ortamı aktif olarak yönetme iradesine sahip olmaktadır.

Müzeler açısından bu durum, ziyaretçilerde sunulan ortamın bir parçası olma isteğinin artması anlamına gelmektedir. Sunulan bilgiler değişmese de, sunum aşamasında, ziyaretçiler başrol oyuncusu olarak işlev üstlenmek isteyecektir. Bu değişim, müzelerin anlatıyı nasıl yapılandırması gerektiğini önemli şekilde biçimlendirirken bunun sonucunda ziyaretçilere daha kalıcı, daha kişisel ve daha gerçekçi tecrübeler sunma imkanını da sağlayacaktır.

Conner Prairie Yaşayan Tarih Müzesi'nin "Kuzey Yıldızını Takip Et" adlı sergisinde, katılımcıların, Underground Railroad'da kaçak bir köle rolünü oynaması gibi deneyimlerle, müzeler anlattıklarını daha içinde hissettirici ve etkileşimli (interactive) hale getirmektedir ve bu durum yeni nesil müzelerde istisna değil norm haline gelecektir²⁷⁰.

Öncülü olan sanayi toplumunun üretim biçimi ve ekonomik sistemi, aynı maldan bol miktarda üretilmesi ve kitlesel tüketime dayalıyken, yeni ağ tabanlı ekonomide fiziksel kısıtlamaların aşılmasıyla birlikte, yaratıcılık, üretim sürecinde temel değer birimi olmaya başlamıştır. 2020 yılına ilişkin öngörüler, herkesin kolektif geleceği yapılandırmak için sorumluluk ve fırsat sahibi olarak bir yaratıcılık kültürünü başlatacağı; insanların yeni organizasyonlar, sistemler, toplumlar, ekonomiler ve bilgiler oluşturacağı yönündedir²⁷¹. Çağdaş kültürel arketipler ve toplumsal roller de süratle bu değişimin etkilerini yansıtmaya başlamıştır.

²⁷⁰ Conner Prairie Müzesi, "<http://www.connerprairie.org/Plan-Your-Visit/Special-Events/Follow-the-North-Star.aspx>", [09.12.09].

²⁷¹ Knowledgeworks Foundation, "2020 Forecast: Creating the Future of Learning", <http://www.futureofed.org/forecast/> [05.10.2009].

Yeni kültürel üretim arketipinde, evinde yalnız başına çalışan münzevi yazarın yerine ağa sürekli bağlı olan blog yazarı geçmiştir²⁷². Böylelikle toplayıcı sanatçı (aggregator), üretici sanatçıyı yerinden etmeye başarmıştır. Başkalarının ürettiği müzik yapıtlarının arasından seçim yapan ve bunları bir araya getiren DJ'ler ya da kimi zaman sanatçıların dahi önüne geçen küratörler ve küratöryel seçimler bu süreçte damgasını vuracaktır. Bu tip toplayıcı sanatsal etkinliklerden bir başkası da remikstir. Geleneksel üretim ve tüketim ilişkisinin zayıflaması ile birlikte, genellikle geleneksel medya kaynaklarından gelen materyalin remikslenmesi ile ortaya çıkan amatör içerik İnternet'i sarmıştır. Özellikle Youtube gibi video paylaşım siteleri ve bloglarda yayılan amatör içerik yine başka amatörler tarafından tüketilerek ikinci nesil remiks projelerinin yolunu açmaktadır²⁷³.

Bir yaratıcılık rönesansı olarak adlandırılabilen bu kültürel kaymanın sonucunda önceki nesillere nazaran yaratıcılığın çok daha fazla peşinde olan genç bir nesil ortaya çıkmaktadır. Bu nesil, birçok dijital araca ve yaratıcı kaynağa sahip olduğu için normal üstü bir yaratı, üretim ve tüketim kaynağına ihtiyaç duymaktadır. Ancak bu yaratıcılık aynı zamanda daha önceki kültürel ikonların kesilip biçilmesi ve yeniden yorumlanması şeklinde görünmektedir. Yeni ve orijinal işleri görme olasılığı giderek azalmakta, daha çok başkalarının işlerinin yeniden işlenmiş, adapte edilmiş versiyonları üretilmektedir. Bu durum kimilerine göre sanatın evriminde yeni bir aşamadır. Modern tarih boyunca sanat adım adım sanatçının elinden alınmış ve tüketicinin eline bırakılmıştır²⁷⁴.

İnternet aracılığıyla yapılan çevrimiçi ziyaretçilerin içerik tüketim biçimleri ve beklentileri değişirken kültürel miras kurumlarının ziyaretçilerine sunduğu içerikler de değişmektedir. Müzeler, mevcut koleksiyonu sanal ortama taşıma çabalarının yanı sıra iletişim faaliyetleri için de çeşitli Web 2.0 teknolojilerini kullanmaya başlamıştır.

Müzelerin geleneksel olarak ziyaretçilerine sunmakta olduğu pasif ziyaret deneyimleri ve İnternet'in ilk dönemlerindeki durağan ve derinliksiz siteler bugün artan bir şekilde kullanıcı / ziyaretçi odaklı haline gelmiştir. Bilgiye, müzenin dikte ettiği şekilde değil, ziyaretçilerin kendi ilgilerini çekecek şekilde ulaşmalarını

²⁷² Felix Stalder, "Our new public life, 2.0", http://felix.openflows.com/pdf/Ars_new-public-life.pdf [05.10.2009].

²⁷³ Varnelis, **age**.

²⁷⁴ Van Dijk, **age**, 192.

sağlamak; ilgilenilen konuyu ayrıntısıyla öğrenmeye teşvik etmek temel düstur olarak benimsenmiştir²⁷⁵.

Müzeler belleği korumak, kültürü sürdürmek ve kimlik oluşturmak için hayati önem taşıyan kurumlardır. Bu üç olgu, bireylerin, toplulukların ve toplumun genelinin, ahlaki ve psikolojik gelişimi için asli unsurdur²⁷⁶. Bu bölümde çok boyutlu olarak irdelenen değişimler; özellikle de postmodernizmin kültürel elitizme karşı çıkışı, “Müze’nin kitleleri eğitime ve sosyal düzene destek verme gibi Modernist işlevlerini” temelsiz bırakmıştır²⁷⁷.

Bugün uluslararası müzecilik çevrelerinde, 21. yüzyılda postmodern dünya ile uyumlu müzeciliğin nasıl olacağı ve geleceğin müzesinin değişen görevleri tartışma konusudur. Bir sonraki bölümde Müze’nin eski görevlerindeki değişim ve yeni ortaya çıkan görevler incelenmektedir.

²⁷⁵ Jenny Berthling, Anna Engquist, “Transcending The Boundaries Of The Museum! Managing Organisational Change in the Museum and on the Web”, **Museums and the Web 2007**, <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/berthling/berthling.html> [05.09.2009].

²⁷⁶ Christopher T. Gates, “The Civic Landscape”, **Mastering Civic Engagement**, (ABD: AAM, 2002): 27.

²⁷⁷ Keene, **age**.

5. MÜZENİN GÖREVLERİNDEKİ DEĞİŞİMLER

Önceki bölümlerde bahsedilen koşullar ve etmenler sosyalleşme süreci içerisindeki müzelerin görevlerine eklentiler ve değişimler getirmiştir. İnternet ve dijital arşivleme gibi enformasyon çağının diğer araçlarının, dünyayı daha derin, daha geniş ve daha yaratıcı bir şekilde anlamamıza katkıda bulunduğu ortadadır²⁷⁸. Eskiden ikincil önem taşıyan ziyaretçilerin Müze'nin merkezine yerleşmesiyle birlikte, yorumlama süreci tek taraflı bir ilişkiden, anlatıların ziyaretçilerin katkılarıyla zenginleştiği bir sürece dönüşmüştür.

Bu değişimler iletişim, erişim ve eğitim gibi geleneksel işlevleri dönüştürmekle kalmamış, 20. yüzyılda yönetim ve kalkınma alanındaki yeni bulgular ışığında önem kazanan kentsel kalkınma, sivil katılım ve sosyal sermaye gibi konuları da müze uygulamaları arasına sokmuştur.

5.1 İletişim ve Erişim

Müzelerin bilgi çağındaki gereksinimlere paralel olarak ilk yenilenmeye başladıkları alanlar iletişim ve erişim olmuştur. 20. yüzyılın ikinci yarısına kadar, müzeler ana görevleri olan kültürel veya doğal zenginlikleri koruma kapsamında yaptıkları sergilemelerde özellikle iletişim amacı gütmemiştir. Teknolojik gelişmelerle birlikte müzeden kamuya doğru olan tek yönlü iletişim kırılmış, müzelerin hizmet ettiği toplulukların katılımına değer verdiği çok yönlü bir iletişim dönemine girilmiştir²⁷⁹.

Sınırsız enformasyonun, İnternet'in açık uzayına uygun olduğunun ve bilginin arama motorları tarafından daha iyi bulunduğu anlaşılmaya birlikte, bireylerin bilgiye erişim yöntemleri değişmiştir²⁸⁰. Günümüz teknolojileri sayesinde, koleksiyonların toplumun her kesiminin fiziksel ve entelektüel erişimine açılması kolaylaşmıştır. Bu sayede "müzeyle hiç gitmeyen insanlarla birlikte çalışarak onların müzeyle

²⁷⁸ Bruce Cole, "The Humanities in the Digital Age", **First Monday**, c. 13, s. 8 (2008): <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2216/2015>

²⁷⁹ John Smith, **age**.

²⁸⁰ Robert Darnton, "The Library in the New Age", **The New York Review of Books**, c. 55, s. 10, (2008): <http://www.nybooks.com/articles/21514> [05.14.2009].

gitmemelerine neden olan kültürel ve psikolojik engelleri ortadan kaldırma" gibi amaçlara daha kolay ulaşabilme fırsatları bulunmuştur²⁸¹.

21. yüzyılda müze ve kütüphaneler içlerinde barındırdıkları ve topladıkları materyalden ziyade, kullanıcının kendi isteği doğrultusunda hangi materyale ulaşabildiğiyle değer kazanmaya başlamıştır. Bugün bilgi yönetim sistemlerinde doğru bilgiyi doğru kişiye doğru zamanda verebilmek, ("just-in-time" knowledge management) kütüphaneler başta olmak üzere tüm enformasyon ve medya sektöründe hakim paradigma haline gelmiştir²⁸². "Google'lamak" İnternet'te enformasyon aramak ile eşanlamlı olarak kullanılmaya başlamıştır. Gelecekte tüm araştırmaların Google'la başlayacağına dair görüşler dahi dillendirilmektedir²⁸³.

Öğrenciler ve araştırmacılar hala fiziksel olarak kütüphanelerde vakit geçirmeye devam etseler de, postmodern araştırma zaman ve mekana bağlı olmadığından araştırmacıların büyük bir kısmı araştırmalarını İnternet üzerinden çevrimiçi olarak yürütmeye başlamıştır.

Bu değişimler doğrultusunda Google gibi İnternet teknoloji şirketleri bilgiye erişimi yaygınlaştırmak için atılımlarda bulunmuştur. Google'ın 2006'da dünyanın önde gelen beş kütüphanesi New York, Harvard, Michigan, Stanford ve Oxford Bodleian ile anlaşarak başlattığı Google Scholar ve Google Books projeleri, kamuya ait olan eserleri tarayarak yazılı kültürel mirası dijital ortama aktarmaya başlamıştır. İlerleyen dönemde bu proje kapsamında telif hakkı süren kitaplar da kısıtlı erişime açılmış, bu kitaplara hangi kütüphanelerden ulaşılacağı bilgisine ulaşılabilmeye başlanmıştır.

Google bu projenin başından itibaren tam sayısını açıklamamış olsa da, yılda birkaç milyon kitap hızında ilerlediği ileri sürülmüştür. İngilizce'ye ve Batı kültürünün uygun gördüğü kitaplara öncelik tanıdığı algısını üzerinden atmak isteyen Google Mayıs 2008'de İsviçre, Japonya, Belçika, İspanya'da üniversite kütüphaneleri ve Alman Devlet Kütüphanesi ve Katalonya Milli Kütüphanesi ile anlaşmalar yapmıştır. Bu çabalara rağmen Google gibi ticari bir kuruluşun dünyanın tüm bilgilerini

²⁸¹ Nick Merriman, "Müzeler koleksiyonlar için mi, insanlar için mi?", **Müzecilikte Yeni Yaklaşımlar**, (İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları, 2000), 71.

²⁸² Howard Besser, "The Transformation of the Museum and the way it's perceived". **The Wired Museum**, ed. Katherine Jones-Garmil, (ABD: AAM, 1997), 154.

²⁸³ Waller, **age**.

taraması ve erişime aracılık etmesini, insanlığın edebi mirasının “özelleştirilmesi” olarak görenler de vardır²⁸⁴.

Bununla birlikte tek dijitalleştirme projesi Google’ınki değildir. UNESCO tarafından desteklenen Dünya Dijital Kütüphanesi (World Digital Library) veya dijitalleştirmeye Google’dan önce başlayan Project Gutenberg gibi projeler bize dijitalleşmenin vazgeçilmezliğini kanıtlar niteliktedir.

Bu gelişmelerle eş zamanlı olarak, açık erişim düşüncesi de giderek yaygınlaşmıştır. Geleneksel olarak kapalı bir zümreye hitap eden hakemli dergiler açık kaynaklı olarak İnternet’te yayınlanmaya, e-kitaplar üreticileri tarafından ücretsiz olarak paylaşmaya başlanmıştır. Bu değişiklikler bilgiye erişimin maddi olanaklardan bağımsızlaşmasına, demokratikleşmesine ve kişiselleşmesine imkan tanımıştır²⁸⁵.

Günümüzde müze ve kütüphanelerin sanal veya fiziksel ortamdaki varlığı çeşitli görünümelerde olabilmektedir. Fiziksel bir alan ve bir buluşma yeri, Web’de bir araç çubuğu, ders yönetim sisteminde hizmetler kümesi, Facebook uygulaması, RSS beslemeleri vs. gibi farklı şekillerde vücut bulabilen kurumlar, kimlik ve benliklerini kaybetmeden, içeriklerini değişik sunuş ve iletişim biçimlerine uygulayarak, hem erişimi artırmakta hem de web’in yapısına uygun bir şekilde ağı entegre olarak yayılmaktadır.

Massachusetts’teki Cushing Academy, geleneksel kitaplıktan vazgeçen ilk eğitim kurumlarından olmuştur. Okul yönetimi 2009 yılında, 20.000 kitaptan oluşan koleksiyonlarını dijital ortama aktarmış ve kütüphaneyi İnternet’e entegre bir öğrenim merkezine çevirmiştir. Elektronik okuyucular ve büyük ekranlar aracılığıyla öğrencilerin milyonlarca kitaba erişebileceği bir sanal kütüphane kuran okulun yöneticisi James Tracy’e göre bu 21. Yüzyılın okul modelidir²⁸⁶.

Bu görüşler henüz büyük kitlelerde kabul görmediyse de, erişim ve iletişime ek olarak eğitimde de büyük değişimlerin bizi beklediği ortadadır.

²⁸⁴ age.

²⁸⁵ Özçağlayan, age, 167-168

²⁸⁶ The Boston Globe, “A library without the books”,
http://www.boston.com/news/local/massachusetts/articles/2009/09/04/a_library_without_the_books/

5.2 Eğitim

1920'lerin sonlarında eğitimin günlük hayatın süregelen bir yönü olduğuna dair fikirlerin dile getirilmeye başlanmasıyla birlikte eğitim anlayışı gitgide "öğretim" ve sonrasında "öğrenim"e dönüşmeye başlamıştır²⁸⁷. Bireylerin günlük tecrübelerini değerlendirebildiği ve çevrelerindeki insanlardan davranış biçimleri, değerler ve bilgi edindiği hayat boyu öğrenim anlayışı, yaygın öğrenim (Informal learning) adı verilen ve bir okul ya da eğitim merkezinde belirli bir yapı dahilinde gerçekleşmeyen öğrenim süreci ön plana çıkmıştır. 1976'da UNESCO Genel Konferansı'nda hayat boyu eğitim, mevcut eğitim sistemini yeniden yapılandırmayı ve eğitimle ilgili olup da eğitim sisteminin dışında kalan tüm potansiyeli geliştirmeyi amaçlayan genel bir düzenleme olarak sunulmuştur.²⁸⁸

Müzelerde 19. yüzyıl sonlarına doğru benimsenmeye başlayan eğitsel işlevler, 20. yüzyılın ortalarına değin tek yönlü bir iletişim ve enformasyon akışı ile işlemiştir. Uzmanan acemiye yönelen, otoriter bir anlatımın tercih edildiği didaktik eğitsel etkinlikler uzun bir süre nesneleri teşhir etmenin ötesine geçmemiştir. 1960'lı yıllarda gelişmiş ülkelerde örgün eğitimin tek başına yeterli olmadığı iddiasıyla eğitim sistemleri tartışılmaya başlanmış, müzeler 20. yüzyıl ortalarından itibaren hayat boyu öğrenim kurumları olarak örgün öğretimi tamamlayıcı programlar üretmeye başlamıştır²⁸⁹.

Öğreniciyi pasif, öğrenimi kümülatif, uzmanlar tarafından seçilen bilgiyi ise nötr, objektif ve evrensel gören didaktik eğitim biçimi toplumun farklı kitlelerine farklı öğrenim biçimleri sunmaz. Bu yaklaşımın öğrenme için etkili olmadığı kanısının yaygınlaşmasıyla müzelerde aktif öğrenim ve yapısalcılık gibi yeni kuramlar ön plana çıkmıştır. Ancak günümüzde dünya müzelerinde eğitime bakışta hala bir standardizasyon sağlanamamıştır. Kimi müzeler özellikle eğitime yönelik kurslar, atölye çalışmaları, rehberli turlar, sohbetler, konferanslar, aile gezileri vb. etkinlikler geliştirirken, kimi müzeler eğitimi hala müzenin asli görevlerinin yanında bir eklenti olarak görmekte ve eski yöntemlerine devam etmektedir²⁹⁰.

²⁸⁷ Mark K. Smith, "Lifelong learning", <http://www.infed.org/lifelonglearning/b-life.htm> [04.03.09].

²⁸⁸ Devlet Planlama Teşkilatı, "Hayatboyu eğitim veya örgün olmayan eğitim özel ihtisas komisyonu raporu", Ankara, 2001, 9

²⁸⁹ *age*, 1.

²⁹⁰ ECCOM (Italya), **Lifelong Learning in Museums. A European Handbook**. ed. Kirsten Gibbs, Margherita Sani, Jane Thompson, (Italya: EDISAI srl,2006), 20.

Oysa ki bu süre zarfında dünyada küresel bilgi ekonomisinin ortaya çıkışı ile birlikte, bilgiden sonuç üretebilen, rekabetçi, değişime açık ve en önemlisi yaşam boyu öğrenmeyi alışkanlık haline getirmiş bireylerin yetişmesi zorunlu hale gelmiş, günlük hayatın her bölümüne giren yaygın öğrenim aktiviteleri artmış, eğitim turlarından, spor klüplerine, yöneticilik seminerlerinden, elektronik ağlara ve kendi kendine öğrenme videolarına kadar çok çeşitli farklı bilgi edinme yöntemleri ortaya çıkmıştır²⁹¹.

Yaratıcı bir ortam öğrenim için gereken koşulları yaratır. Sosyal dönüşümün hızlı ve sürekli olduğu toplumlarda geleceği garanti altına almak için öğrenimin merkeze yerleştirilmesi gerektiği öne sürülmüştür. Bu sayede bireyler yeteneklerini geliştirirken, kurumlar da bünyelerinde çalışanların potansiyellerini üst düzeyde kullanma ve ortaya çıkan fırsat ve ihtiyaçlara esnek ve yaratıcı şekilde cevap verme şansı bulabilmektedir. Öğrenime önem verilen toplumlarda, topluluklar arasındaki çeşitlilik ve farklılıkların, zenginlik ve ileri seviyede anlayış için bir kaynak olduğunu anlaşılmıştır²⁹².

İnternet'in kitleler tarafından yaygın olarak kullanılmaya başlamasının ardından, bireyler öğrenmek, birbirlerine öğretmek ve belirli konularda araştırma yapmak için topluluklar oluşturma amacıyla sanal ortamlara güvenmeye başlamıştır. Metinlerin hiperlinkler aracılığıyla birbirine bağlanabildiği ve bir metinden bir başka metne gitmenin tamamen masrafsız (hem maddi hem de zamansal olarak) olduğu İnternet, doğrusal (lineer) öğrenime oranla daha karmaşık, iç içe geçmiş ve bağlantılı öğrenim ortamları yaratmıştır²⁹³. Yeni eğitim ve öğrenim uygulamaları yeni davranışlar ortaya çıkarmış, daha fazla insanın öğrenici olarak haklarını tanımladığı, işbirliğinin yaygınlaştığı ve eğitim kurumlarının tam olarak kendilerini tanımlayamadığı yeni bir "öğrenim ekosistemi" oluşmuştur²⁹⁴.

"Geleceğin okuluna giden yol tek değildir." sloganıyla yola çıkan School 2.0 gibi siteler, bu ekosistemde zengin öğrenim fırsatları sunmak amacıyla ev, okul ve toplulukların işbirliği yaptığı; planlama, yönetim ve tasarımın birleştiği ve kullanıcıların geliştirdiği sistemler için kaynak geliştirmeye çalışmaktadır. Geleceğin

²⁹¹ Smith, **age**.

²⁹² Pachter, Landry, "Culture at the Crossroads", 52

²⁹³ George Siemens, "Connectivism", <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm> [06.05.2009].

²⁹⁴ Knowledgeworks Foundation, **age**.

öğrenci ve okullarını inşa etmek için, var olan kaynakları bir araya getirmek ve öğrenim ekosistemine entegre etmek gerekmektedir.

Çevrimiçi olarak ulaşılabilen Sclipo adlı sistem²⁹⁵ bu entegrasyon için, ders planlayıcıları, döküman ve video kütüphaneleri, webcam tabanlı uzaktan erişim sınıfları ve ağ üzerinden yapılan seminerler gibi öğrenim ve öğretim araçları sunmaktadır. Bu system Koper ve Tattersall'ın ortaya attığı "Öğrenim Ağı" (Learning Network) kavramına uygundur. Öğrenim ağları yaygın öğrenim ortamının planlama ve kontrole müsaade etmemesi gibi nedenlerden ötürü ortaya çıkan sorunları çözmeye yönelik, "hayatboyu öğrenenlerin" neyi, nasıl ve nerede öğreneceğine kendi temposuyla yön vereceğini öngören ağlardır. Bu ağların merkezinde, eğitimciler yerine öğrenenler yer almaktadır. Öğrenim ağları, kendinden önce gelen sistemlerinin aksine, öğrenenlerin tabandan yaptığı aktif katılımlar yönünde evrim geçirmesi gerektiğini ve başarılı öğrenim için çok farklı yol ve yöntemlerin kullanılabileceğini kabul eder²⁹⁶.

Ağıdaki öğrenim aktivitelerinin, yayınlama, paylaşma, değerlendirme ve diğer kullanıcılardan alınan bilgiler ışığında yeniden düzenleme gibi özellikleri, Flickr, Wikipedia, Youtube vb. popüler sosyal medya uygulamalarıyla paralellikler göstermektedir. Mart 2009'da İngiltere'de yayınlanan "Web 2.0 dünyasında Yüksek Eğitim" adlı rapor, Web 2.0 teknolojilerinin kullanım oranlarının tüm yaş gruplarında yüksek olduğunu, bu teknolojilerin gençlerde yeni bir ağ ve ilgi temelli topluluklar oluşturma anlayışı yarattığını ve 21. yüzyılda gerekli olduğu kabul edilen iletişim, işbirliği, yaratıcılık, liderlik ve teknolojik beceri gibi yetenekleri geliştirmeye uygun olduğunu ortaya koymuştur²⁹⁷.

Bu doğrultuda son yıllarda öğrenci merkezli öğrenim ağlarının dışında kalmak istemeyen yüksek eğitim kurumları da kendi öğrenim ağlarını kurmaya başlamıştır. Bu ağların en çarpıcısı hiç kuşkusuz Amerika'nın en üst düzey üniversitelerinden Berkeley, Harvard, MIT, Princeton, Stanford ve Yale'in ortaklaşa kurdukları

²⁹⁵ Sclipo, <http://www.sclipo.com> [08.07.2009].

²⁹⁶ Rob Koper, Colin Tattersall, "New directions for lifelong learning using network Technologies". **British Journal of Educational Technology**, c. 35, s. 6, <http://dspace.ou.nl/bitstream/1820/247/2/Koper-Tattersal-Preprint.pdf> [06.03.2009].

²⁹⁷ Committee of Inquiry into the Changing Learner Experience, **Higher Education in a Web 2.0 World**, İngiltere, 2009. <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/publications/heweb20rptv1.pdf> [04.01.09].

"Academic Earth" sitesidir²⁹⁸. Astronomiden ekonomiye, hukuktan fiziğe onyediyana başlıkta 2400 ders videosu ücretsiz ve kesintisiz bir şekilde dünyadaki herkesin kullanımı, paylaşımı ve yorumlarına açılmıştır. Tüm insanlığa “önkoşulsuz olarak dünya çapında eğitim imkanı sunmak amacıyla” yola çıkan sitede, diğer sosyal medya sitelerinde olduğu gibi konular, üniversiteler, öğretmenler arasında arama yapabilmenin yanı sıra, tematik koleksiyonlar oluşturmak, oylamak ve paylaşmak da mümkündür²⁹⁹. Academic Earth üç ay içinde %54’ü Amerika dışından olmak üzere 213 ülkeden 1.190.000 izlenime ulaşmış ve büyük bir başarı elde etmiştir³⁰⁰.

Ağ tabanlı teknolojiler, geleceğin, okul ve öğrenim sistemlerini tabandan tepeye doğru değiştirmektedir. Ancak ağların kaotik ortamı ve yaşanan muazzam enformasyon patlaması, bilgi edinme donanımı yeterli olmayan öğrenciler ve eğitimciler için karmaşık bir enformasyon dünyası da ortaya çıkarmaktadır. Süreklilik ve hızın ön planda olduğu bu küresel ortamda, yeni nesillerin yeterli eleştirel bakışa sahip olma, doğru ve etik bilgiyi seçme ve yeni yetenekler edinme gibi yetileri erken dönemlerden itibaren edinmesi gerekmektedir.

Özellikle sanat, medya, tasarım ve sinema gibi sektörlerde yeni ekonomi doğrultusunda yaratıcı düşünmek ve yaratıcı çözümler üretmek olmazsa olmaz hale gelmiştir³⁰¹. Bu nedenle tüm eğitim kurumları, "özgün düşünebilen", "standart dışı hareket edebilen", "sorunlara çok yönlü yaklaşabilen ve bunların çözümünde her türlü teknolojiye dayanabilen" bireyler yetiştirmeye yönelmek zorundadır³⁰².

Bu durum bilgi hizmeti veren uzmanların da "bilgiye nasıl ulaşılacağını bilmek", "çok yönlü düşünme alışkanlığı edinmek", "önyargısız bakış açısına sahip olmak", "yenilikçi çalışma ve araştırmaların ve fikirlerin paylaşımının genç nesillere aktarılmasını sağlamak" gibi beceriler edinmelerini; genel kültür, yabancı dil, bilgisayar ve enformasyon okuryazarlığı gibi konularda da kendilerini yetiştirmelerini zorunlu hale getirmiştir³⁰³.

²⁹⁸ Academic Earth, <http://academicearth.org/subjects/> [06.04.2009].

²⁹⁹ Academic Earth, <http://academicearth.org/playlists/> [06.04.2009].

³⁰⁰ Academic Earth, <http://www.slideshare.net/academicearth/academic-earth-one-million-visits-1364816> [06.04.2009].

³⁰¹ Fiona Candlin, Margaret O’Brien, “Lifelong learning in museums: a critical appraisal”, <http://eprints.bbk.ac.uk/754/>

³⁰² Atılgan, **age**.

³⁰³ Bekir Kocadaş, “Bilginin Gücü Ve Medya”. Görsel Medya ve Şiddet Kültürü’nden aktaran Atılgan **age**.

Öğrenim ortamındaki bu değişimler sonucunda müzeler de 21. yüzyıldaki eğitsel görevlerini yerine getirebilmek için yeni kimlikler keşfetmeye başlamıştır. Avrupa Birliği'nin hayat boyu eğitim aracılığıyla sosyal sermaye üretimine yönelmesi, İngiltere hükümetinin sosyal kapsayıcılık ve hayat boyu öğrenime ağırlık vermesi gibi politik gelişmeler 1990'lardan itibaren, sosyal kapsayıcılık ve hayata dair yetenek geliştirmeye yönelik eğitim hedeflerinin gündeme gelmesine neden olmuştur³⁰⁴.

İngiltere'de yayınlanan "Herkes için müze, galeri ve arşivler: Sosyal Değişim Merkezleri" adlı rapor, hayat boyu öğrenimin, bireylere kendine güven, bilgi ve beceri gibi kaynaklar sunan, sosyal dışlanmayla mücadeleye yönelik çok önemli bir araç olduğunu öne sürmüştür; sınıf dışında gelişen bu öğrenimde müzelerin payının büyüklüğüne dikkat çekmiştir³⁰⁵.

Eğitim ajandasındaki bu değişikliklere adapte olma çabası müzelerde kurumsal değişim ihtiyacını da ortaya koymuştur. Sosyal medya teknolojileri müzelere, öğrenim, sosyal katılım ve toplumun hayat kalitesini artırmak için bütüncül projeler geliştirilmesini sağlayacak imkanlar sunmaktadır. İnternet ile birlikte disiplinlerarası/disiplinlerüstü (interdisciplinary / transdisciplinary) anlayışın yaygınlaşması, müzelere farklı sosyal bilimlere ait konuları, koleksiyonları etrafında yaratıcı şekillerde bir araya getirmeye yönelik, geniş kitlelere hitap eden, kapsayıcı, etkileşimli sanal ve fiziksel öğrenim programları oluşturma şansı sunmuştur.

Müzecilik eğitiminde de bu değişimleri irdeleyen yeni dersler yaratılmaya başlanmıştır. Amerika'daki Johns Hopkins Üniversitesi'nin açmış olduğu "Müzeler ve Web 2.0" ve "Dijital Çağ'da müzeler" gibi dersler, müze profesyonellerini küresel iletişim, enformasyon yayılımı ve kültürel anlayış gibi konular hakkında bilgilendirmeyi amaçlamaktadır³⁰⁶.

21. yüzyılda müzelerde eğitim alanında, diğer eğitim kurumları ile stratejik birliktelikler kurma yönelimi olmaktadır. Müzeler güçlü ve sürdürülebilir bir araştırma kültürünü inşa etmek için devlet, üniversiteler ve özel eğitim sektörüyle bağlantılar kurmaya çalışmaktadır.

³⁰⁴ John Field, "Social capital and lifelong learning", www.infed.org/lifelonglearning/social_capital_and_lifelong_learning.htm.

³⁰⁵ Fiona Candlin, Margaret O'Brien, **age**.

³⁰⁶ Johns Hopkins University, <http://advanced.jhu.edu/academic/museum/courses>

Ülkemizde yapılan çalışmalarda, esnek öğrenme metotları ve yaygın öğrenmenin onaylanması için sistemleri ve hayatboyu rehberliği geliştirmeyi hedefleyen Eğitim ve Öğretim 2010 çalışma programının yürürlüğe girmiştir. Hayatboyu öğrenme programı, Daha uyumlu ve toplumun ihtiyaçlarına daha çok cevap verecek şekilde yükseköğretim sistemlerini modernize etmek ve üniversiteleri bilgi toplumuna uyumlu hale getirmek gibi hedefleri belirtmesine rağmen, müzeler ile ilgili bir program henüz üretilmemiştir³⁰⁷.

5.3 Kültürel Çeşitlilik

Küreselleşme ve enformasyon devrimi ardından, karşı karşıya kaldığımız çok kültürlü toplumun karmaşıklığı, çeşitlilik, farklar ve ayrımlar ile yaşamayı öğrenmeyi 21. yüzyılın ana meselelerinden biri haline getirmiştir. Uygarlıklar veya kültürler çatışması olarak da adlandırılan bu küresel politik ve ekonomik sorunları çözebilmek için, farklılıklardan korkmadan diyalog kurabilen kültür kurumlarının kılavuzluk etmesi gerektiği müzebilimciler tarafından ısrarla vurgulanmaktadır³⁰⁸.

19. yüzyıl Avrupa Müzeciliği, Avrupa sanat ve kültürünü en asil olarak tepede konuşlandıran, hiyerarşik bir kültür anlayışına sahipti. Bu anlayış doğrultusunda, uzak kolonilerden getirilen kültürel ürünler etnografya müzelerinde katı sınıflandırmalarla sergilenmekteydi. Dünyada sömürge yönetimlerinin ardı ardına sona ermesi ile birlikte, sömürge kültürlerinin ilkel ve bayağı olarak gösterildiği Avrupa merkezli hiyerarşik anlayış, müzecilik uygulamalarından uzaklaştırılmaya başlamıştır³⁰⁹.

Post-kolonyal ve postmodern dönemde, baskı ve sömürgeye maruz kalmış kitlelerin sosyal hareketlere ve politik partilere katılmaya başlamasıyla birlikte özellikle Güney Afrika gibi ırkçılığın yoğun olarak yaşandığı coğrafyalarda, bu kitlelerin müzelerde temsil edilme yönünde talepleri olmuştur³¹⁰.

Bu doğrultuda kültürel hiyerarşi iddiaları yerini çok yönlü ve kutlanan bir çeşitliliğe bırakmış, post-kolonyal müzeler sergilerin yanı sıra müzik, şiir, dans ve performans sanatlarını programlarına dahil etmeye başlamıştır. Nesne kabinelerinden daha farklı

³⁰⁷ Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı, **Genel Teklif Çağrısı 2009 güncellemesi**, “http://www.ua.gov.tr/llp2009/uploads/LLP_2008-2010_Genel_Teklif_Cagrisi_2009_Guncellemesi_TURKCE.pdf” [08.01.09].

³⁰⁸ Pachter, Landry, **age**, 49

³⁰⁹ Kaur, **age**, 30.

³¹⁰ Omar, **age**, 54.

sunum ve ifade usullerinin devreye girmesiyle, müzeler toplumsal etkinlikler ve tartışmaların yer aldığı kamusal alanlara dönüşmüştür³¹¹. Uygun örnekler aracılığıyla evrensel kültürü anlamak ve bunları sindirirken kendi kültürünü yeniden yorumlamak post-kolonyal müzeciliğin hedefleri arasında görülmeye başlanmıştır³¹².

Kültürel farklılıklara saygı duyulması, kültürel hassasiye ve ifade hakları gibi kimlik politikaları günümüzde küresel politik gündemde büyük yer tutmaktadır. 11 Eylül olaylarının ardından UNESCO'nun 31. genel konferansında yayınladığı "Kültürel Çeşitlilik Evrensel Bildirgesi", kültürel çeşitliliğin uluslararası toplum için önemini vurgulamış, kültürel çeşitliliği geçmişte kalan ve değişmeyen bir miras yerine insanlığın hayatta kalmasını garanti eden bir süreç, yaşayan ve yenilenebilir bir hazine olarak tanımlamıştır³¹³.

Madde 1: Kültürel Çeşitlilik: İnsanlığın ortak mirası

Kültür, uzay ve zaman matrisinde çeşitli biçimler almaktadır. Yaratıcılık ve yenilikçiliğin kaynaklarından biri olarak kültürel çeşitliliğin önemi bio-çeşitliliğin doğa için olan önemi gibidir. Bu bakımdan insanlığın ortak mirasıdır ve gelecek nesillerin faydalanabilmesi için tanınması ve kabul edilmesi gerekir.

Madde 2: Kültürel Çeşitlilikten kültürel çoğulculuğa

Artarak çeşitlenen toplumlarımızda insanlar ile çoğulcu ve dinamik kültürel kimliklere sahip olan grupların uyum içerisinde etkileşmesini ve bir arada yaşamasını sağlamak temel zorunluluklardandır. Tüm vatandaşların kabul görmesi ve katılımında bulunmasına yönelik siyasalar sosyal uyumun garantisi ve sivil toplumun can damarıdır. Bu nedenle kültürel çoğulculuk politikası kültürel çeşitliliğin gerçekleşmesini sağlamaktadır. Çoğulculuk, kültürler arası paylaşımı ve kamusal hayatı sürdüren yaratıcı kapasitenin gelişmesini mümkün kılmaktadır.

Madde 7: Yaratıcılığın kaynağında kültürel miras

Yaratım, kültürel geleneğin köklerinden beslenirken kültürlerarası iletişim ile de zenginleşmektedir. Bu nedenle miras tüm şekilleriyle korunmalı, geliştirilmeli ve insanlığın tecrübe ve düşlerinin bir kaydı olarak, yaratıcılığı geliştirmek ve kültürler arasında diyalog geliştirmek için gelecek nesillere aktarılmalıdır.³¹⁴

UNESCO'nun bu bildirgesi ve takip eden ICOM bildirgeleri doğrultusunda müzeler kültürel çeşitliliği kutlayan, farklı topluluklar ve kültürler arasında diyalog kuran öncü kurumlar olma sürecine girmiştir. Kültürel saygı ve kültürlerarası diyalogu

³¹¹ Omar, **age**, 55.

³¹² Yani Herreman, "Museums and tourism: culture and consumption", **Museum International**, c. 50, s. 3, (1998), 8.

³¹³ UNESCO, **Universal Declaration on Cultural Diversity**, (2001)

<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf> [05.20.2009].

³¹⁴ **age**.

teşvik eden bu yaklaşım, kültürlerarası iletişim stratejilerini kullanarak diyalog kurmayı ve farklı gruplar arasında iletişim alanları açmayı hedeflemektedir³¹⁵.

Küreselleşme sonrası artan kültürel çatışmaları önleyecek sergi ve eğitsel etkinlikler yapan müzeler, koleksiyonlar aracılığıyla yerel ve küreseli bir araya getirirken, kişisel inançları evrensel gerçeklerle birleştirme fırsatına sahip oldukları için, yerel kültürler ve geleneklerin var olması bağlamında hayati önem taşımaktadır. Kültür kurumları, kültürel farklılıkları koruyup besleyerek, teşvik etmektedir³¹⁶.

Bu nedenle günümüz dünyasında müzeler, kültürel kimlik ve karşılıklı anlayışın geliştirildiği kamusal alanlar olarak görülmektedir. Bu kimlikler müze profesyonelleri ya da müzenin hizmet ettiği topluluklar tarafından yönlendirilebilmekte ve daha önce kabul edilmemiş tarihi gerçekleri veya yeni toplumsal değişimleri yansıtabilmektedir.

Bu tip gelişmeler ile birlikte yeni sorunlar da ortaya çıkmıştır. Kültür sektörünün artarak ticarileşmesi ve pazar ekonomisinin etkisi altına girmesi, kültürün steril bir şekilde paketlenip turistlerin beğenisine sunulması tehlikesini doğurmaktadır³¹⁷. Müzelerin turistik kazanç adına popülist politikalar uygulamaktan kaçınırken uygulayacağı şeffaf yaklaşım, kültürel mirasın kültürel çeşitlilik prensiplerinden yararlanan bir şekilde korunabilmesi için büyük önem taşımaktadır³¹⁸. Sosyal Medya uygulamalarının sunduğu şeffaflık ve katılımcı tartışma ortamları, müzeyi sahiplenen topluluklara, karar verme süreçlerine katılım imkanı sağlamakta ve müzenin korumaya çalıştığı kimlikleri daha doğru şekilde yansıtmaya yardımcı olmaktadır.

5.4 Kentsel ve sosyoekonomik yeniden yapılanma

İngiliz toplumunun sanayi devrimi sırasındaki yenilikçi düşünce tarzının; dinsel tabular ve toplumsal baskılara itaat etmek yerine eğitim ve kültüre önem vermenin ortaya çıkardığı açık ve eleştirel ruh sayesinde doğmuş ve dönemin girişimcileri ve kaşifleri bu ruhtan beslenmiş olduğu öne sürülmüştür³¹⁹.

³¹⁵ Thornton, **age**.

³¹⁶ “Musings on Cultural Organisations and Tourism”.

<http://nlablog.wordpress.com/2008/12/03/musings-on-cultural-organisations-and-tourism/> [05.22.2009].

³¹⁷ Omar, **age**. 58.

³¹⁸ Omar, **age**. 57.

³¹⁹ Iain Mc Calman, “Museum & Heritage Management in the new economy”

http://www.anu.edu.au/hrc/publications/hr/issue1_2001/download/mccalman.pdf [05.22.2009].

1970'li yıllarda, dünyada ağır sanayinin düşüşe geçmesinin ardından yaşanan iş kayıplarını telafi etmek amacıyla, kültür sektörünün ekonomik ve fiziksel yeniden yapılandırma potansiyeli değerlendirilmiştir³²⁰. Küreselleşme sonrasında kentler, geçmiştekinden daha geniş ve yoğun ilişki ağlarının ortasına yerleşmekte ve önem kazanmaktadır. Günümüzde yüksek bir yaşam kalitesi için yerel potansiyelleri doğru tanımlamak ve bunları kullanarak küresel yarışa girebilmek gerekmektedir. Bu bağlamda yeni kentsel kalkınma hamlelerinde yenilikçilik tekrardan öne çıkmaktadır³²¹.

1960 ile 1995 arasında uluslararası turist sayısının 70 milyondan 500 milyona çıkması müzeleri sosyoekonomik kalkınmanın merkezine geçirmiştir³²². Örneğin İngiltere'de Liverpool'un Avrupa Kültür Başkenti olmasıyla birlikte gelen 176 Milyon Pound'luk turizm girdisi, İngiliz hükümetini bu canlandırma hareketini ülke geneline yaymak için İngiliz Kültür Başkenti projesini başlatmaya sevk etmiştir. Dört senede bir düzenlenecek yarışmayı kazanan şehir yıl boyu sürecek bir sanat programı hazırlayacak ve BAFTA, Turner ve Brit Ödülleri gibi ülkenin en prestijli kültürel etkinliklerine ev sahipliği yapma şansı bulacaktır³²³. Dünya Turizm Organizasyonu'nun uluslararası turizmin 2010'da 1 milyar kişiye ulaşacağı öngörüsü, müzelerin turizmle ilişkisinin artarak süreceğini göstermektedir³²⁴.

Müzeler turistik değerlerinin yanı sıra küreselleşmenin yarattığı sosyoekonomik kutuplaşmayı tersine döndürmek için sektörler ve pazarlar arasında bağlantılar kuran yerel kalkınma stratejileri de geliştirmiştir. Müze, sanat ve yaratıcı ekonomi ağlarında kilit noktalarda olduğundan, yaratıcı ekonomileri harekete geçirmek ve yeniden yapılandırmak için birçok başarılı ve kalıcı proje üretmiştir. Modern şehircilik kuramlarına göre benzeri kültür organizasyonları, uluslararası iş kollarını ve şirketleri şehre yatırım yapmaya çeken ve turizmi canlandıran önemli altyapı özelliklerindendir³²⁵. Özellikle resesyon ekonomilerinde, insanlara sadece kendilerini iyi hissettirmenin ötesinde, onları haberdar ederek, eğiterek ve yeni yetenekler kazandırarak iş sahibi olmalarını sağlamak ve sosyal eşitsizliği dengelemek gibi

³²⁰ Pachter, Landry, **age**, 29.

³²¹ Silier, **age**.

³²² Nelson Graburn, "A quest for identity", **Museum International**, c. 50, s. 3 (1998): 13.

³²³ Telegraph, "Cities to compete for British culture capital status every four years" <http://www.telegraph.co.uk/news/4145229/Cities-to-compete-for-British-culture-capital-status-every-four-years.html>

³²⁴ Graburn, **age**.

³²⁵ Siobhan Daly, "Social Capital and the Cultural Society" http://www.lse.ac.uk/collections/CCS/pdf/Social_capital_and_the_cultural_sector.pdf [06.12.2009].

roller üstlenen kültür kurumlarına yapılan yatırımlar harap veya ihmal edilmiş kent bölgelerinin yeniden düzenlenmesinde etkin bir yöntem olarak benimsenmiştir³²⁶.

Örneğin, bugün Paris'in önemli turistik yerlerinden biri olarak kabul edilen Fransa'daki Centre Pompidou, zor dönemler geçirmekte olan yoğun bir yapılaşma bölgesinin yenilenmesi ve bir rönesans başlatması için Les Halles bölgesinde inşa edilmişti. Yine Londra'nın harap bölgelerinden biri olan Bankside'da ekonomik canlandırmayı hedefleyen Tate Müzesi ve bugün Bask bölgesinin önemli bir sembolü olan Bilbao Guggenheim Müzesi kültür sektörünün batmış endüstriyel alanları yeniden canlandırmakta başarılı olduğunun kanıtlarıdır³²⁷. Yeni kent manzarasında, güçlü mimari duruşu olan yeni müze binaları merkezi önem taşımaktadır³²⁸.

Ancak Frankfurt ve Berlin gibi birçok Avrupa şehrinde müze merkezli kentsel kalkınma hareketleri, sosyal ve kültürel sürdürülebilirlik adına sorunlar da meydana getirmiştir. Mutenalaştırma hareketleri, kira ve arazi değerleri ile birlikte yaşam giderlerinin artmasına neden olmuş, yerel sakinler ve otantik kültür üreticilerini kaçırmıştır³²⁹.

Bugün müzelerin ekonomik yeniden yapılanmaya ne boyutta katkıda bulunabilecekleri, bağlı bulundukları toplulukların doğasının yanı sıra, müzelere aktarılabilecek yatırım ve şehir planlaması gibi etmenlere de dayanmaktadır. Başarılı kentsel kalkınma için uzun soluklu taahhütler ve devletin farklı birimleri arasında gerçek bir işbirliği gerekmektedir. Bu durum kanun koyucuların sadece teknolojik altyapıya yatırım yapmakla yetinmeyip, eğitim, okuryazarlık oranı ve yaşam standartlarının artırılması gibi hedeflere de yönelmesini gerektirmektedir.

5.5 Sosyal sermaye üretimi

Sosyal sermaye, bir ülkenin finansal, doğal, beşeri ve fiziksel sermayeleri ile birlikte toplam zenginliğine katkıda bulunan bir sermaye tipidir. Bireyler arasında gerçekleşen sosyal (fikir, bilgi, yetenek vb.) alışveriş sonucunda ortaya çıkan sosyal

³²⁶ Schubert, **age**, 93.

³²⁷ **age**, 93-94.

³²⁸ Françoise Benhamou, Nathalie Moureau, "From Ivory Towers to Museums Open to the Community: changes and developments in France's cultural policy", **Museum International**, c. 58, s. 232 (2006): 22

³²⁹ Pachter, Landry, **age**, 29.

sermaye, Adler ve Kwon tarafından insanları birbirine bağlayan ilişkilerden kaynaklanan "iyi niyet" (goodwill) olarak tanımlamıştır³³⁰.

Bilginin sembolik olması dolayısıyla, bilgiyi somutlaştıran sermayenin de sembolik olması gerekmektedir. Bu düşünce, beşeri, sosyal ve kültürel sermayenin sosyal ve ekonomik organizasyon sürecinde göz önünde tutulmasını sağlamıştır³³¹. 1990'ların ortasında sosyal sermaye kavramını vurgulayarak gündeme taşıyan Putnam da sosyal güven ve normlara atıfta bulunmuş, sosyal sermayenin "tüm sosyal ağların kolektif değeri ve bu ağlarda var olan bireylerin birbirleri için birşeyler yapma eğilimlerinden" kaynaklandığını söylemiştir³³². Field'a göre sosyal sermaye, "sosyal ağlarda ortaya çıkan karşılıklılığın ortak hedeflere ulaşmadaki değeri"dir³³³. Bireyin sosyal çevresinden yararlanıp bir işte nasıl ustalaşacağını ya da yeni bir pazara nasıl gireceğini öğrenmesi gibi durumlar sosyal sermaye kullanımına örnektir³³⁴.

Sosyal sermayeyi bir araya getiren temel unsurlar aynı zamanda kavramın kapsamını da oluştururlar. Bireyler arasında duyulan güven, etkili ve güçlü iletişim ve çevre ağı ile bir aradılığı oluşturan ortak değerler, aidiyet ve aynılık duygusu bu kapsam içinde sayılabilir. İletişim ağı; sosyal normlar ve güven unsurlarının sosyal sermaye ile ilgili çalışmalarda üzerinde en fazla durulan konular oldukları dikkati çekmektedir.³³⁵

Bunun nedeni bireylerin sosyal sermayeyi kendi başlarına üretememesidir. Bu sermayenin üretim merkezinde bireyler arasındaki ilişkiler yer aldığından iletişim ağlarına erişim, karşılıklılık ve güven önemlidir³³⁶. Birbirinden kopmuş bireylerin bulunduğu ortamlarda sağlam bir toplum duygusu ve toplumsal adalet hissinin varolması söz konusu değildir. Güven, aidiyet hissi ve topluluğun tüm üyelerinin yeteneklerini özgüven ile kullanabileceği ve geliştirebileceği bir ortam yaratmak için sosyal sermaye oluşum süreçleri, doğru bir şekilde yönlendirilmelidir. Sağlıklı bir demokratik düzen ve ekonomik büyüme için sosyal sermayeyi arttıracak sivil toplum organizasyonlarını güçlendirmek gerekmektedir³³⁷.

³³⁰ Paul S Adler, Seok-Woo Kwon, "Social Capital: Prospects for a new concept", **Academy of Management Review**, c. 72. s. 1. (2002): 17-40

³³¹ Paul Temple, EUEREK Working Paper, University of London

³³² Robert Putnam. "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". **Journal of Democracy** (1995), 67.

³³³ Bob Edwards, Michael W. Foley. "Social Capital and Civil Society beyond Putnam"
<http://arts-sciences.cua.edu/pol/faculty/foley/putnam2.htm>

³³⁴ John Field, "Social capital and lifelong learning",

http://www.infed.org/lifelonglearning/social_capital_and_lifelong_learning.htm.

³³⁵ Asuman Altay, "Bir kamu malı olarak sosyal sermaye ve yoksulluk ilişkisi", **Ege Akademik Bakış**, C. 7, S. 1 (2007), 339.

³³⁶ Edwards, Foley, **age**.

³³⁷ Hans Westlund, **Social Capital in the Knowledge Economy**, (Amerika: Springer 2006), 107.

Toplumdaki bireylerin birbirlerine ve siyasi, hukuki ve ekonomik sisteme olan güvenlerinin artması, toplumsal dayanışmanın yüksek olması, girişimci gücünün ve demokrasi kültürünün yükselmesi gibi sosyal sermayenin çıktılarının artması anlamına gelmektedir. Bunların düzeyinin düşük olması ise adeta bir toplumun sosyal sermaye haritasını da vermektedir³³⁸.

Sosyal sermaye zenginliği ve sivil katılımın yaygınlaşmasının, daha iyi işleyen demokrasiler için tetikleyici rol oynadığı bilinmektedir³³⁹. Bu bilginin ışığında, Türkiye'nin Dünya Değerler Anketi'ndeki durumuna baktığımızda, sosyal sermayeyi oluşturan temel öğelerden biri olan 'birbirine güven'in yüzde 6.5 gibi çok düşük bir seviyede çıktığını; refahın çok yüksek olduğu İskandinav ülkelerinde ise güven unsuru ve sosyal sermayenin üst seviyelerde olduğunu görmekteyiz³⁴⁰.

Kuşkusuz sosyal sermayenin tek başına bu ağır sorunu çözebileceğini beklemek doğru olmayacaktır. Bununla birlikte, geliştirilen mücadele ya da çözüm stratejilerinde önemli bir eleman olarak kabul edilebileceği düşünülmelidir. Bunun için öncelikle kendilerini güvensiz, aciz, unutulmuş ve dışlanmış hisseden yoksul kesimlerin toplumsal katılım süreçlerine dahil edilmelerinin yolunun açılması gerekmektedir³⁴¹.

Sosyal sermaye de diğer sermaye türleri gibi coğrafi ve sosyal izolasyon benzeri nedenlerden ötürü herkesin kullanımına eşit olarak açık değildir. Sosyal sermaye oluşumu sırasında, ağa üye olmayanların dışlanması, ağ içinde bireysel özgürlüğün kısıtlanması gibi negatif gelişmeler de sıklıkla görülmektedir³⁴². Sivil katılım ve güçlü bir topluluk hissi, grup üyeleri için önemli bir destek niteliğinde olup sosyal sermayeyi de besleyip pekiştirmektedir³⁴³. Bu sebeplerden ötürü Batı müzeleri, halkı "eğitmek ya da bilgilendirmenin" ötesinde, hizmet ettiği topluluklar ve toplumun geneli için sosyal sermaye üretimine yönelik programlara ağırlık vermeye başlamıştır.

Sosyal sermayenin toplumdaki bireylerin her yönden gelişimine imkan hazırlayan bir kavram olduğu; eşitsizlikler ve yoksulluk gibi toplumsal konuların açıklanmasında çok önemli bir rol oynadığından yola çıkarak, toplumdan dışlanmanın fakirliğin bir sonucu değil, öncülü olduğu bilinmektedir³⁴⁴. Fakirlik "topluma katılım için yeterli maddi kaynak ve düzenli gelir bulunmaması" iken, toplumsal dışlanma "bir insanın topluma entegrasyonunu belirleyen sosyoekonomik, politik ve kültürel sistemlere

³³⁸ Altay, **age**, 356.

³³⁹ **age**, 352.

³⁴⁰ **age**.

³⁴¹ **age**, 357.

³⁴² Alejandro Portes, "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology", <http://www.soc.washington.edu/users/matsueda/Portes.pdf> [03.05.2009].

³⁴³ Jocelyn Williams, Frank Sligo, Catherine Wallace, "Free internet as an agent of community transformation". **The Journal of Community Informatics**, c. 2, s. 1, (2005):

<http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/234/193>

³⁴⁴ Altay, **age**, 356.

erişimi olmasını engelleyen dinamik süreçlerdir." Bu nedenle dışlanma çok boyutlu ve daha bütüncül bir kavramdır³⁴⁵.

Sosyal sermaye oluşumunun yeni bağlar ve şebekeler kurabilme kapasitesi ile doğru orantılı olması, dünyada kültürel faaliyetler, topluluk oluşturma ve ağ kurma etkinlikleri aracılığıyla sosyal sermaye oluşturma ve topluma eşit bir şekilde geri sunma amaçlı projeleri teşvik etmiştir. Eğitim, dış erişim (outreach) ve çeşitli yerel grup ve organizasyonlar arasında ortaklıklar oluşturmayı hedefleyen sivil katılım projeleri aracılığıyla, müzeler aktif sosyal sermaye üretimi için toplumsal ve fiziksel odak rolünü benimsemiştir³⁴⁶. Kültür kurumları kamusal alanlar olduğu için kültürel etkinliklerin tüm topluma yayılması konusunda sorumluluk sahibidir. Bu nedenle lotarya, kermes ve kitap kulüpleri gibi ufak çaplı etkinlikler ile festivaller, seminerler, atölyeler gibi büyük çaplı etkinlikler müze programlarında yer bulmaya başlamıştır.

Dijital ağlar sayesinde 21. Yüzyılda sosyal sermaye üretimi mekan ve coğrafyayla sınırlı kalmamış, ilgi alanları üzerinden organize olmaya başlamıştır. Ağ ortamında oluşan bu tür sermaye, **ağlı sermaye** olarak anılmakta ve "sosyal ağlar olarak yapılandırılmış toplulukların, üyeleri, diğer topluluklar ve toplumun geneli için üretmiş oldukları değer" olarak tanımlanmaktadır. Ağlı sermayenin ilk örneği **açık kaynak** (open source) yazılımlardır³⁴⁷.

Ağlı sermayenin temelinde bilgi üretimi yatmaktadır ve bu sermaye özellikle bilgi yoğunluklu araştırma geliştirme, bilimsel araştırma, siyasa belirleme ve geliştirme işbirliklerine katma değer sağlamaktadır. Bireylerin küresel vatandaşlık hissiyatını artırmasına ve bulundukları fiziksel ortama bağlı kalmaksızın küresel konular hakkında da bilinç sahibi olmalarına imkan tanımaktadır. Bireylerin dahil olduğu ağlardaki diğer üyelerin kaynaklarından gerektiği zaman faydalanabilmesi ve bilgi, kişisel ilişkiler veya gruplar organize etme kapasitesini artırması ağ sermayeyi zenginleştirmektedir. Yakın çevre dışındaki bireylere erişebilmenin, farklı enformasyon edinmek ve yeni iş bağlantıları kurmak gibi faydaları olduğu gibi, kimi

³⁴⁵ Jocelyn Dodd, Richard Sandell, "Including Museums: perspectives on museums, galleries and social inclusion". (Research Centre for Museums and Galleries, University of Leicester 2001), 9. <http://www.le.ac.uk/museumstudies/research/Reports/Including%20museums.pdf> [05.16.09].

³⁴⁶ Daly, **age**.

³⁴⁷ Manuel Acevedo, "Network Capital: an Expression of Social Capital in the Network Society", **The Journal of Community Informatics**, c. 3, s. 2 (2007): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/267/317>

araştırmacılar bireylerin psikolojik sağlığı, kendine güveni ve hayattan duyduğu tatminin de sosyal sermaye ile ilgili olduğunu ortaya koymuştur³⁴⁸.

Kurumsal sosyal sermaye üretimi, işletmelerin enformasyon teknolojilerini öğrenmeye olduğu kadar yaratıcılık, üretkenlik ve yenilikçilik konularında yerel girişimcileri eğitmeye ne kadar kaynak ayırdığıyla şekillenir³⁴⁹. Bu yetenekler biriken ve tekrarlanan yapıdadır. Günümüz dünyasında, bireyler ve kurumlar sürekli yeni donanımsal platformlara geçmek, yeni yazılımlar kullanmak ve yeni teknolojilere adapte olacak yeni yetenekler edinmek durumundadır. Meleke, bilgi, yetenek ve tecrübelerinde hali hazırda eksiklikler olan birey ve toplulukların İnternet'ten faydalanma yeteneği de azalmaktadır.

Sosyal medya teknolojileri, toplulukların sosyal ve ağılı sermaye oluşturmak için ihtiyaç duyduğu, kişisel veya profesyonel sosyal ağlar örme, işbirliği yapma ve içerik paylaşmaya yönelik e-araçları sağlamıştır³⁵⁰. Müzeler, sosyal medya aracılığıyla daha az para ve emek harcayarak, topluluk oluşturma, işbirlikleri kurma ve sivil katılıma daha fazla eğilebilme gücüne sahip olmuştur.

Ancak sosyal medya teknolojileri, kuramsal olarak yarattığı tüm fırsatlara rağmen, pratikte birbirini az tanıyan ya da hiç tanımayan bireyleri işbirliğine sevk etmek veya İnterneti düzenli olarak kullanma alışkanlığı geliştirmemiş insanları bu ortamı kullanmaya yöneltme konularında yeterli değildir. Bu kültürün sürdürülebilir hale gelmesi için, teknolojik araç ve uygulamaların stratejik bir plan dahilinde ve düzenli olarak kullanılması gereklidir. Sosyal sermaye konusuna doğru yaklaşım sosyal sermaye geliştirmenin idari hedefler içine alınması, doğru yatırım ve personel ile Müze'nin iletişiminin bütünsel bir şekilde planlanmasıdır.

5.6 Sivil katılım

Sivil katılım / yurttaş sorumluluğu (civic engagement), bireylerin ait oldukları topluluklara ve toplumun geneline olan bağlılıklarıdır. Sosyal eşitsizliklerin ortadan kaldırılmış olduğu güçlü bir toplumsal yapı için sosyoekonomik aktiviteler başta

³⁴⁸ Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lampe, "The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites". **Journal of Computer-Mediated Communication**, c. 12, s. 4 (2007): <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>

³⁴⁹ Lynette Kvasny, Nancy Kranich, Jorge Reina Schement, "Communities, Learning and Democracy in the Digital Age", **The Journal of Community Informatics**, c. 2, s. 2 (2006): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/341/247>

³⁵⁰ Acevedo, age.

olmak üzere tüm toplumsal aktivitelere katılımın mümkün olduğu bir sistemin tesis edilmesi gereklidir³⁵¹.

Hayır kuruluşlarına para ve zaman ayırmak, ait olunan topluluk ve arkadaş camialarının ağlarında katılımcı olmak, kamuya açık ve özellikle bireyleri ilgilendiren yönetim konuları hakkında fikir ve etki sahibi olmak gibi çeşitli şekillerde gerçekleşebilen bu katılım, bir topluluğun refah ve gelişmişliğinin en önemli göstergelerinden biridir³⁵².

Putnam'a göre aktif yurttaşlık ve sivil katılım, modern toplumda birbirine yabancı olan insanların ortak hedeflere yönelimleri sırasında karşılıklılık hissini yaşamaları nedeniyle sosyal sermayeyi en etkin şekilde artıran güçtür³⁵³. Güven, dayanışma, hoşgörü ve saygı kavramları, toplumdaki tüm bireylerin birbirlerine birçok yönden bağımlı olduklarının anlaşılmasıyla ortaya çıkmaktadır³⁵⁴.

Gelişmiş toplumlarda 1970 ve 1980'lerden itibaren kitle medyası ve küreselleşmenin, bürokratik yönetimin değişen küresel gerçeklikle uyumsuzluğunu ortaya koymasıyla birlikte, otoriter ve hiyerarşik dikey ilişkiler yerine, karşılıklılık ve yatay ilişkiler temeline dayanan, sivil topluluklar kurulmaya başlamıştır³⁵⁵. Bu tip sivil katılım ağlarının güçlü olduğu bölgelerde, görünmez (light-touch) devlet, bireyleri kendi aralarında işbirliğine ve kendi işlerini kendilerinin görmesine teşvik eder³⁵⁶.

Bu gibi güven ve karşılıklılık normlarının yaygın olmadığı ortamlarda ise, bireyler, hiyerarşik yapılar kurma, ikilem ve çıkar çatışmalarını güce başvurarak çözme gibi yollara başvurmaktadır. Ne ki, güvensiz vatandaşların sorunları karşısında hiyerarşik kanun kurumları dahi etkisiz kalmaktadır³⁵⁷.

İtalya'da güçlü ağlara sahip bölgelerin sivil katılım normları geliştirdiğine, bu ağları kuramayan bölgelerin ise sosyal hayatta parçalanma, izolasyon ve güvensizlik kültürüne sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu toplumsal gerçek sadece İtalya'ya özgü değil tüm toplumlar için geçerlidir³⁵⁸.

³⁵¹ Longford, **age**.

³⁵² Orsi, **age**.

³⁵³ Field, **age**.

³⁵⁴ Mark K. Smith, "Civic community and civic engagement", 2001, http://www.infed.org/association/civic_community.htm

³⁵⁵ Kettani, Gurstein, Elmahdi, **age**.

³⁵⁶ Robert Putnam, **Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy**, (ABD: Princeton University Press, 1993), 121-181'den aktaran <http://www.cooperationcommons.com/node/369>

³⁵⁷ **age**.

³⁵⁸ **age**.

Toplumsal dışlanma, finansal durum, ırk, sınıf, deri rengi, din, özürlülük, eğitim, yetenekler, cinsiyet, yaş, konum, hayat tarzı, ailevi durumlar gibi çeşitli kişisel koşullardan kaynaklanabilir³⁵⁹. Geleneksel olarak iyi eğitilmiş, beyaz, orta sınıf ailelere hitap eden ve koleksiyonlarını bu bakış açısı üzerine kuran müzelerin toplumun çok çeşitli gruplarına hitap etme gereksinimi sonucunda, toplumsal kapsayıcılık meselesi önem kazanmıştır.

Müzeler bu dışlanmanın kültürel boyutuna karşı halkın tamamına sundukları hizmetler ve ziyaretçileri müzeye buyur ettikleri etkinlikler aracılığıyla -özellikle kapsayıcılığın yaygın olarak teşvik edildiği Britanya gibi ülkelerde- geleneksel olarak müze kitlesi arasında yeteri kadar temsil edilemeyen gruplara erişim sağlamaya başlamıştır. Özellikle kent müzeciliğinde toplumun bütün kesimlerini kucaklayan “iki yönlü, yoğun bir kitle ilişkisi en önemli başarı ölçütü olarak” ele alınmıştır. Bu düşünce, müzelerin programları aracılığıyla kültürel, finansal, duygusal, fiziksel ve entelektüel engelleri aşmak için yollar araması gerektiğini savunmaktadır³⁶⁰.

Enformasyon ağlarına erişim, toplulukları ekonomik, politik ve sosyal olarak bir arada tutmaktadır. Bireylerin, ait oldukları toplulukların sosyoekonomik ve politik hayatına katılmalarının sağlanabilmesi, enformasyon ağlarına erişim ile sağlanmaktadır. Bu nedenle topluluğun merkezi ağlarına erişimin engellenmesi, günlük yaşamı aksatmakta ve izolasyon ve toplumsal dışlanmaya yol açmaktadır³⁶¹.

Bugün dünyada sağlıklı bir demokrasi için toplumsal diyalogun önemi kabul edilmektedir. Diyalog kurmak sorunlara tarafları yargılamadan; varsayım ve peşin hükümleri ortadan kaldırarak yaklaşmayı gerektirir. Bunun için taraflar arasındaki güç eşitsizliklerinin giderilmiş olduğu, eşitlikçi bir ortam kurulmalıdır. Diyalog kurmanın getirdiği güven ve anlayış iklimi, farklı görüşlerin irdelenmesine fırsat olmadığı için kilitlenmiş kimi politik ve sosyal problemlerin çözümlerini sağlar³⁶².

³⁵⁹ Lucy Mac Keith, **Embracing cultural diversity and social inclusion**, (İngiltere: South West Museums, Libraries and Archives Council, 2003): 5.

³⁶⁰ Silier, **age**.

³⁶¹ Kvasny, Kranich, Schement, **age**.

³⁶² Barbara Bacon, Pam Korza, Patricia E. Williams, "Giving Voice : A Role for Museums in Civic Dialogue", (AAM, 2002):

http://www.artsusa.org/AnimatingDemocracy/pdf/reading_room/giving_voice_a_role_for_museums_in_civic_dialogue.pdf, 2.

Müzeler gibi tarafsızlığına güvenilen kurumlar, bu tip konuların farklı boyutlarda incelenmesine, çok yönlü perspektiflerin ortaya koyulmasına ve ifade edilmesine önayak olarak tüm tarafların bakış açılarına saygı duyulmasını sağlayabilmektedir. Müzelerin, başta dini ve politik uçurumlar olmak üzere toplumdaki tüm fay hatları etrafındaki insanları bir araya getirebilmek için, farklı toplulukların kimliklerini yansıtan ve yüzeysel anlatımlardan kaçınan bir alan olması gerekmektedir³⁶³.

Müze'nin artarak toplumda konuşulması zor görünen, ihtilafli konuları masaya yatırması; sürekli değişen çoklu kimliklerin varlığını tanıyan ve sosyal eşitsizlikleri tamir etmeye çalışan bir kurum olarak ortaya çıkması bu bakış açısının ürünüdür. Tüm ekonomik sınıflardan insanları bir araya getirebilen bir kurum olması; Müze'ye kültürel, sanatsal ve bilimsel zenginliklere erişim sağlayarak gelir adaletsizliği sebebiyle oluşan kültürel uçurumu kapama imkânını sunmuştur. Müzelerin 1990'ların sonlarına doğru artan bir oranda toplumsal kaygılara yönelmeye başlamalarının ardında yatan etmen bu bilinç olmuştur.

Çağdaş sergilemeler, bir konunun tarihi ve küresel bağlamını ortaya koyarak, enformasyona yönelik daha derin bir anlayışın oluşmasını sağlar. Amerika'da yapılan "Without Sanctuary: Lynching Photography in America" adlı kadın ve erkeklerin linç edildiği fotoğrafların yer aldığı tartışmalı sergi, ırkçılık gibi yüzleşmesi zor konular üzerine fikir alışverişinde bulunulması fırsatı sağlamış ve toplumun yükselttiği farklı sesleri yakından dinleyen ve bu konuların rahatça konuşulmasını sağlayan bir ortam hazırlamıştır³⁶⁴.

2002'de Seattle'daki Henry Sanat Galerisi, insan genleriyle ilgili yeni gelişmeleri irdeleyen sanat eserlerini sergilemiştir. Küratörler bu sergiyle, Seattle'ın biogenetik sanayisini ve araştırmaları bağlamında, kamu dikkatini biogenetiğin ekonomik sosyal ve ahlaki yönlerine çekmiştir³⁶⁵. Yakın dönemde Birmingham Müze ve Sanat Galerisi'nin İslam kültüründen etkilenen sanatçıların işlerinin sergilediği "Art and Islam" (Sanat ve İslam) girişimi, Birmingham çevresindeki Müslüman toplulukların müzeye bakışını önemli ölçüde etkilemiş ve daha önce müzede yeteri kadar temsil

³⁶³ Kaur, **age**, 31.

³⁶⁴ Bacon, Korza, Williams, **age**, 3.

³⁶⁵ **age**, 2.

edilemeyen bu ziyaretçi demografisinin müzenin geniş programıyla ilişki kurmasını sağlamıştır³⁶⁶.

Ülkemizde toplumsal konularda aktif katılımın, genellikle seçimlerde oy vermeye indirgenmesi nedeniyle sivil toplumun devletin yönetim süreçlerine fikirsel katılımının çok kuvvetli olduğunu söylemek güçtür. Oysa ki sivil toplum ve devlet bağının, kamu yönetimi aracılığıyla kurulduğu ve toplumsal konularla ilgili yüksek katılımlı bir kamuoyu oluşturmanın, toplumsal huzur için büyük önem taşıdığının altı çizilmektedir³⁶⁷.

“Müzelerimizin büyük bölümü on yıllar boyu aynı kalan tek bir sergiye sahip oldukları için, düzenledikleri sergilerin ya da öteki etkinliklerin toplumu yakından ilgilendiren konularda olması, gündeme bile gelmemektedir. Dolayısıyla, toplumun üzerine tartıştığı, kutuplaşmaların ortaya çıktığı konularda, müzelerin bu tartışmanın içeriğine derinlik kazandırılmasını, kutuplaşmaların yumuşatılmasını sağlayarak uzlaşmalar yaratılmasında bir rol üstlenmesi de gündem dışıdır³⁶⁸”.

Günümüzde kalıcı sergi kavramı yavaş yavaş dünya müzeciliğinin kelime dağarcığından çıkmaktadır. Türkiye’de de son yıllarda özel müzeler başta olmak üzere yenilenen sergilemeler yapılmaya başlamışsa da, toplumda tartışmalı olan göç, işsizlik, çarpık kentleşme ve yakın tarih kaynaklı politik sorunlara katkıda bulunulan etkili sergilemeler yapılabildiğini söylemek güçtür.

Bu sorunu çözebilmek için sektör içinde müzelerin ziyaretçileriyle yeni ilişkiler kurması ve yeni roller üstlenmesi yönünde bir zihniyet değişimine gereksinim vardır. Bu değişim “ek ödenek çıkarılması, merkezden gelen siyasa değişiklikleri ve müzecilik eğitimi” gibi çözümlerin bütüncül olarak uygulanması ile olabilir. “Uzun dönemde sürdürülebilir değişiklik yaratabilmek için hem zorlayıcı (enforcing) hem de kolaylaştırıcı (enabling) mekanizmaların bütüncül bir kombinasyonu” gerekmektedir³⁶⁹.

Toplumda tartışmalı olan konuları farklı açılardan incelemek, konunun uzmanlarını ilgilenen ziyaretçiler ile çoklu karar verme ve iletişim süreçlerinde bir araya getirmek yoluyla müzeler, toplumsal uyuma katılım yapmaktadır. Sosyal medya teknolojileri, müze ziyaretçi kitleleriyle masrafsız bir şekilde ilişki kurma imkanı sunduğu için

³⁶⁶ “Art and Islam”. http://www.mla.gov.uk/what/raising_standards/best_practice/Art_and_Islam

³⁶⁷ Kettani, Gurstein, Elmahdi, **age**.

³⁶⁸ Silier, **age**.

³⁶⁹ Richard Sandell, “Museums, Galleries and Social Inclusion”, http://www.hlf.org.uk/NR/rdonlyres/DF2FCDA8-85B3-4A28-B68A-A59E2796951F/0/needs_inclusion.pdf

Ülkemiz müzelerinin kronik sorunları olan iletişimsizlik, ilgisizlik ve dolayısıyla bütçe açığını gidermek için imkanlar sunmaktadır.

6. SOSYAL MEDYA ARACILIĞIYLA MÜZEDE SOSYAL SERMAYE OLUŞTURMA

Sosyal medya ve web uygulamalarının yarattığı paylaşım, yeniden kullanım ve katılımcılık ekolojisi, günümüzde basın, yayıncılık, reklamcılık, pazarlama, insan kaynakları, eğitim gibi farklı sektörlerde yerleşik düzeni bozmuş ve günlük hayata entegre olmuştur. Önümüzdeki on yılda da “sosyal web”in sunduğu yazılım, araç ve iş modellerinin daha fazla kişinin toplumsal tartışmalara ve sivil yaşama katkıda bulunduğu bir toplumsal ortam yaratması beklenmektedir³⁷⁰.

Kamu kurumları da, 2000’lerin başından beri yeni nesil enformasyon ve medya şirketlerinin yapmakta olduğu gibi, geleneksel bürokratik yapılarını düşük masraflı ve büyük oranda kişisel ve toplu katılımdan beslenen ikinci nesil yapılarla değiştirdikleri oranda başarılı olmaktadır³⁷¹. Bu teknolojileri iş süreçlerine entegre etmek birçok yönden katkı sağlamaktadır. Amerikan danışma firması McKinsey’in farklı sanayii ve meslek gruplarından 1700 yöneticiyle yaptığı anket, sosyal medya kullanımının müşteriler ve ortaklar ile olan ilişkilerin yanı sıra, kurum içi ilişkilere olan etkisini değerlendirmiştir³⁷².

Bilgiye erişim hızında artış	%68
İletişim masraflarında azalma	%54
Pazarlama etkisinde artış	%52
Uzmanlara erişim hızında artış	%43
Müşteri memnuniyetinde artış	%43
Seyahat masraflarında düşüş	%40
Çalışan memnuniyetinde artış	%35

³⁷⁰ Charles Leadbeater, “Social software for social change”, 2007
http://www.charlesleadbeater.net/cms/xstandard/social_software.pdf [05.04.09].

³⁷¹ age.

³⁷² McKinsey Quarterly, “McKinsey Global Survey Results”, 2009,
http://www.mckinseyquarterly.com/Business_Technology/BT_Strategy/How_companies_are_benefiting_from_Web_20_McKinsey_Global_Survey_Results_2432

Ağ üzerinden verilen hizmetler arttıkça, bilginin akışında hızlanma ve iletişimde iyileşme görülmektedir. Aynı çalışmada daha fazla fayda elde eden firmaların, yeni web teknolojilerini çalışanlarının iş akışına entegre etmekle kalmayıp "ağlı şirket"ler kurmaya çalıştığını görmekteyiz³⁷³.

Kültür endüstrisi de, 2000'lerin başından itibaren artan sosyalleşme eğilimi için sosyal medyanın sunduğu fırsatları farketmiş ve özellikle ağ oluşturma ve topluluk geliştirme programlarında sosyal medya uygulamalarına yer vermeye başlamıştır. Son yıllarda yardım kuruluşlarından ticari firmalara kadar birçok yapı, ağlarda yer almak veya blog açmak gibi etkinlikler ile sosyal web'in sunduğu fırsatlardan yararlanmaya başlamıştır. İngiliz Kültür ve Medya Bakanlığı'nın (DCMS) 2005 yılında yayınladığı "21. Yüzyıl ve Müzeler" adlı raporda aşağıdaki üç soru sorulmaktadır³⁷⁴:

- * Müze sektörü başka sektörlerle nasıl ortaklıklar geliştirebilir,
- * Müze sektöründe başarı hangi yöntem ve sistemlerle değerlendirilebilir,
- * Müzeler arasında uluslararası stratejik işbirliği yapmak için neler gerekir.

Sosyal Medya teknolojileri, kurumlar ve bireyler arası ortaklıklar ve işbirlikleri geliştirme, topluluk ve ağ oluşturma gibi konularda bir devrim yapmış olduğundan, bu devrimin büyüklüğünün farkına varan kurumlar sosyal medyaya yönelmiştir. Avrupa ve Amerika'da kültür kurumları giderek farklı sektörlerden firmalar ve kurumlarla yaratıcı işbirliği imkanları aramaya, İnternet üzerinden ziyaretçi takibi ve istatistik izlemesi yapmaya başlamıştır. Bütün bu gelişmeler kültür sektörünü İnternet'ten alabildiğince faydalanma noktasına getirmiştir.

Ancak sosyal medyayı müzelerin kullanabileceği bir alet çantası olarak görmek gerekmektedir. Tüm sosyal medya siteleri birbirinden farklı amaçlarla inşa edildiği ve kullanıcılar birbirleriyle farklı biçimlerde etkileşim kurduğu için, sosyal webde yer almadan önce ziyaretçilerinin kullanmakta olduğu araç ve siteleri anlaşılması; hedefler doğrultusunda strateji geliştirilmesi gerekmektedir. Sosyal Medya ortamı sürekli değişmekte olduğundan, ziyaretçilerin hangi siteleri aktif olarak kullandığı dikkate alınmalıdır. Bu ağların nasıl çalıştığını anlama zahmetine katlanmadan bu

³⁷³ age.

³⁷⁴ DCMS, "Understanding the Future: Museums and 21st Century Life", 2005, http://www.culture.gov.uk/reference_library/consultations/1186.aspx/, 33.

teknolojileri kullanmaya başlamak, kurumların kullanıcılara yapmacık ve uzak görünmesine neden olabilmektedir³⁷⁵.

Bu nedenle bu bölümde sosyal medya uygulamalarının, kültür kurumları tarafından ne gibi faaliyetler için kullanılmakta olduğu incelenmiştir.

6.1 Katılımcılık

Sosyal yapıların işlev ve sorumluluklarındaki küreselleşme ve merkezlesleşme eğilimleri, merkezi yönetimlerin yerine, yerel kurumların bulundukları alanın gerçeklerine dayalı stratejiler geliştirmesini geçerli kılmıştır. Bu durum bireylerin sosyal programlara katılımında bulunmasını ve kurumlar arası entegrasyonu teşvik etmiştir³⁷⁶.

Kültürel kapsayıcılık, kendi kararlarını kendisi veren demokratik toplumlarda önemli bir haktır. Bu hak, bireylerin kültürel karar verme süreçlerine - kültürel anlatılar hakkında yorum yapabilmesi ve hatta bunların yeniden yazılmasına katkıda bulunabilmesi - aktif olarak katılımı ve kendi platformlarını yaratmak için lazım olan kaynaklara erişimini gerektirir³⁷⁷.

Sosyal medyanın temel felsefi özelliği olan katılımcılık, yorum yapma, puan verme, oy verme, remiksleme gibi doğrudan olabildiği gibi, kullanım sırasında istatistiklere etki etmek gibi dolaylı şekillerde de olabilmektedir³⁷⁸. Bu etki küratör, sanatçı, eğitimci gibi diğer kültür profesyonellerini yerinden etmekten ziyade onları, açık bir tartışma ortamında ziyaretçi kitleleriyle ortaklık yapma yolları bulmaya yönlendirmektedir.

Sosyal medya stratejisi geliştirmenin temel ögesi, ziyaretçilerin katılımında bulunacağı fırsatlar yaratmaktır. Zira sosyal medya teknolojilerinin kullanılması ziyaretçi kitlesinin otomatik olarak siteye gelmesi ve bu teknolojileri kullanması anlamına gelmez. Farklı sektörlerde yapılan araştırmalar, teknolojik mimarinin kullanıcılara dosya yükleme, yorum yapma, etiketleme ve blog yazma gibi konularda imkan

³⁷⁵ Jim Richardson, "Creating a social media plan for a museum", <http://www.museummarketing.co.uk/?p=151> [09.03.2009].

³⁷⁶ UN World Public Sector Report, "Globalization and the State", New York, 2001, 87.

³⁷⁷ Pachter, Landry, **age**, 50.

³⁷⁸ Angelina Russo - Darren Peacock , **age**.

tanınmasına rağmen, sadece teknolojik imkanların, kitlelerin katılımında bulunması için yeterli olmadığını göstermiştir³⁷⁹.

Wikipedia ve Youtube gibi herkese katılım imkanı tanınması sayesinde büyümüş ve içeriğini zenginleştirmiş siteler dahi, tüm sosyal sitelerde gözlemlenen 1/9/90 yasasına tabidir. Bu yasa katılımcıların %1'inin aktif, %9'unun ara sıra ve %90'ının tek seferlik ziyaretçiler veya aktif katılımında bulunmayan tüketiciler olduğunu ileri sürmektedir³⁸⁰.

Müzelerde katılımın aktif ve sürdürülebilir bir şekilde büyümesi için, kullanıcı kitlelerinin sayısız karmaşık motivasyon nedenlerinin incelenmesi ve bu doğrultuda stratejik ve sürdürülebilir ilişkilerin de inşa edilmesi gereklidir³⁸¹. Waterson, 5 örnek olay incelemesi sonucunda sanal topluluklarda katılımında bulunmanın on ortak motivasyonunu şöyle belirlemiştir³⁸²:

- * Kişisel çıkar için enformasyon aramak
- * Varolan problemlere çözüm bulmak ve fikir teatisinde bulunma fırsatlarını değerlendirmek
- * Eğlenmek
- * Diyalog fırsatı bulmak
- * Başkalarına yardım etme fırsatı bulmak
- * Bir toplulukta saygı ve görünürlük kazanmak
- * Bir grup içerisinde sosyal uyum inşa etmek
- * Ortak kimlik ve aidiyet duygusunu geliştirmek
- * Meslektaşlarla iletişim kurmak
- * Ortak değer ve normlara bağlılık geliştirmek

Karşılıklı güven ortamı yaratmak için, katılıma imkan verecek şekilde tasarlanmış, ziyaretçiler ile empati kuran ve merkezinde müze yerine ziyaretçinin bulunduğu iletişim yöntemlerinin geliştirilmesi gerekmektedir³⁸³.

Metropolitan Müzesi'nin "It's time we met - Metropolitan'la tanışma zamanı" adını verdiği ve Flickr üzerinden yürüttüğü ödüllü fotoğraf yarışması, yaratıcı projeler

³⁷⁹ age.

³⁸⁰ J.D. Lasica, "Civic Engagement on the Move", 26.

³⁸¹ age.

³⁸² Angelina Russo - Darren Peacock, age.

³⁸³ age.

aracılığıyla katılım sağlamaya güzel bir örnektir³⁸⁴. Müze tanıtım kampanyasında kullanacağı fotoğrafları, ziyaretçilerden müzede dostlar ve aile ile geçen zamanı resimleyen fotoğraflar göndermelerini istemiştir. Bir ay süren yarışmaya toplam 999 fotoğraf katılmış ve kazanan foto kampanyada kullanılmıştır.

Sosyal medya uygulamaları kullanarak katılımcı bir ortam yaratılabilmesi için her kurumun kendi özel ihtiyaçları ve kitlesi doğrultusunda yaratıcı fikirler geliştirmesi gerekmektedir. Bu katılımın öncülleri arasında:

- * katılıma yönlendiren bir site kurmak,
- * insanlara fikirlerini paylaşacak ve birbirleriyle bağlayacak mekanizmalar sağlamak ve bu mekanizmaları kullanmak yönünde cesaretlendirmek,
- * yeni sosyal ağlar kurmaya yatırım yapmak yerine varolan ağlarda yer almak.

sayılmaktadır³⁸⁵

“Daha fazla insan bağlantılarınızı paylaştıkça, o bağlantılar sizin için daha değerli hale gelir. Paylaşmak görünürlük, görünürlük trafik, trafik de iş yaratır. Aksine, eğer insanlar içeriğinizi paylaşmıyorsa, çok şey kaçıyorsunuz. Çünkü bugün web üzerindeki en etkili pazarlama hareketi bilgisayar ekranından bilgisayar ekranına geçen sosyal sermaye aracılığıyla olmaktadır.”³⁸⁶

Günümüzde katılım sağlayabilmek ve ağ üzerinde yayılmanın öncüllerinden biri paylaşımın kolay hale getirilmesidir. Bireylerin, enformasyonu, Twitter, Digg veya Del.icio.us benzeri sistemlerle kendi çevrelerine yayabilmesi için, içerik üreten sitelerin bu içeriğin kolayca paylaşılabilmesine uygun yapılar oluşturması gerekmektedir. Paylaşım ve katılımın kolaylaşması, farklı çevreler ve ağlardan insanları bir araya getiren topluluk oluşturma etkinliklerine de katkıda bulunmaktadır.

6.2 Topluluk Oluşturma

Sosyologlar tanımı üzerinde tam olarak hemfikir olamasa da topluluklar, coğrafya, aidiyet hissi, ortak bellek veya hedefler, sosyal sorumluluk ve etkileşimin hayati önem taşıdığı sosyal yapılardır³⁸⁷. Beşeri toplumların her döneminde toplulukların

³⁸⁴ Metropolitan Müzesi, <http://www.metmuseum.org/metshare/timewemet>

³⁸⁵ Ben Claxton, “Building participation on charity websites: lessons from the social web” <http://www.panlogic.co.uk/insite/What%20charities%20can%20learn%20from%20the%20social%20web.pdf>

³⁸⁶ “The Whuffie powered search engine”, <http://blog.oneriot.com/content/2009/07/the-whuffie-powered-search-engine> [08.04.2009].

³⁸⁷ Lyn Simpson, “Community Informatics and Sustainability: Why Social Capital Matters”. **The Journal of Community Informatics**, c. 1, s. 2 (2005):

önem kaybetmesi ve bireyselleşmeye yönelik kaygılar varolmuştur. 1800'lerden itibaren Tönnies ve Durkheim gibi yazarlar, teknolojik yenilikler sonucu tarım toplumundan kentli sanayi toplumuna geçiş aşamasında insanlar arası ilişkilerin yapısının değiştiğine ve kentleşme sonrasında akrabalık, komşuluk ilişkileri ve birarada yaşamın güç kaybettiğine dikkat çekmiştir³⁸⁸.

Bireyciliğin siyasi yükselişi ve pazar ekonomisinin toplumsal ilişkilerde hakem rolü oynamaya başlaması ile birlikte geçtiğimiz yüzyılda toplum, sendika, sınıf, mahalle, cinsiyet, hatta milliyet, ırk ve din bazlı topluluklar statü kaybına uğramış ve eleştiri konusu olmuştur³⁸⁹. Yerleşim alanlarının giderek banliyölere kayması, bireylerin birden fazla meslekle uğraşması gibi yanal etmenler de kahvelerde ya da ortak yaşam alanlarında bir araya gelen toplulukların sayısını azaltmıştır³⁹⁰.

Ağ topluma geçiş, kırsaldan kente geçiş döneminde olduğu gibi, bireyi geleneksel organik ilişkilerin sıkıntı ve önyargılarından kurtarıırken, yerel toplulukların gücünü erozyona uğratmıştır. Özellikle 20. yüzyılın sonlarından itibaren toplulukların oluşumunda sosyal ilişkiler, coğrafi yakınlıktan daha fazla belirleyici olmaya başlamış, mahalleler, akrabalık ve yerellik temelli topluluklar yerlerini ortak ilgi, çıkar veya kimlikler ile tanımlanan topluluklara bırakmaya başlamıştır³⁹¹.

Topluluk oluşturma, ortak bir geçmiş veya ilgi alanına sahip insanların bilinçli bir şekilde bir araya gelmesine ya da halihazırda varolan topluluklardaki ilişkilerin geliştirilmesine yönelik etkinliklere verilen isimdir. Bu etkinliklerin genel özelliği, sosyal etkileşim süreçleri sonucunda topluluk yararına olacak sosyal değişimi gerçekleştirmeye yönelik olmalarıdır. Kararların topluluk dışından verildiği tepeden inmecili projelerin aksine, topluluk üyelerinin aktif katılımı sayesinde sorunların müşterek olarak çözüldüğü tabandan tepeye giden program ve projelerdir. Bu süreç kendi kendine yetme (self-help), yetkilendirme, ağ kurma ve sosyal adalet ile desteklenmektedir. Bugün bir topluluğun sağlığı, üyelerinin kendilerini nasıl yönettiği, yönetişimin diğer yapılarıyla nasıl etkileşim kurduğu ve üyelerinin karar

<http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/210/169>

³⁸⁸ Keith N. Hampton, "Networked sociability online, off-line", **The Network Society**, ed. Manuel Castells, 217.

³⁸⁹ Arnold, **age**.

³⁹⁰ Wellman, **age**, 7.

³⁹¹ Wellman, **age**, 4.

verme sürecine katılıp katılmadığı ile anlaşılmaktadır³⁹². Kapsayıcılık, toplumsal stabilite ve sosyal uyumun temin edilmesinde önem taşımaktadır³⁹³.

Müzeler, insanların bir araya gelip kolektif tecrübeler yaşadığı ortamlar olarak Batı'da uzun bir süredir hem ufak topluluklar hem de toplumun geneli için kritik bir rol oynamıştır. ICOM'un "Müzeler için etik kurallar" belgesi, müzelerin "koleksiyonlarını besleyen gruplar ve hizmet ettikleri topluluklar ile yakın temas halinde olmaları gerektiğini" vurgulamıştır³⁹⁴. Müzeler, okullarla kuvvetli bağları olan, turistik değer yaratan, ekonomiye katkıda bulunan, bireylerin birbirleriyle buluşup hediye almak veya kahve içmek gibi ikincil etkinliklerde de bulunabileceği bir toplumsal mekan olarak, topluluk inşa etme ve geliştirmeyi temel bir zorunluluk olarak kabul etmekte ve bu yönde bireyler ve organizasyonlarla beraber çalışmak için yeni yollar aramaktadır³⁹⁵.

Klasik müzecilik anlayışında ikinci planda kalan bu rol, sosyal medya döneminde ön plana çıkmış ve müzelerin toplum sağlığı açısından önemi daha fazla vurgulanmaya başlamıştır. Amerikan Müzecilik Birliği AAM Temmuz 2000 ve Nisan 2001 arasında farklı şehirlerde yapmış olduğu bir dizi diyalog çalışması ile müzeleri, sosyal hizmet gönüllülerine destek veren kurumlar haline getirmek için farklı topluluklarla beraber çalışmaya yönelik alternatif yollar aramıştır. Bu çalışma sonucunda, Müze'nin aktif değerleri olarak şunlar ortaya çıkmıştır³⁹⁶:

- * Ulaşılabilir : Geniş bir insan kesitine ulaşmak için uygun,
- * Bağlantılı : Pozitif kişisel bağlar, aidiyet ve kimlik hissi aşılır,
- * Emniyetli : İfade edilmesi zor ve ihtilaflı olan birçok fikir ve inancın ifade edilebileceği yargılamayan bir yer,
- * Tarafsız : Dengeli, adaletli ve farklı perspektiflere açık,
- * Güvenilir : İyi niyetli, sözüne güvenilir ve şeffaf,
- * Faydalı : Duygusal olarak cazip ve entelektüel olarak uyarıcı,
- * Anlamlı : Değer ve bağlam sunar ve anlamı şekillendirir,
- * Karşılıklı : Ortak hedef ve menfaatlere özveriyle bağlı.

³⁹² Michael Gurstein, "E-Governance and Community Informatics". **The Journal of Community Informatics**, c. 4, s. 2 (2008): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/505/412> [07.13.2009].

³⁹³ Simpson, **age**.

³⁹⁴ ICOM, "Code of Ethics for Museums", <http://icom.museum/ethics.html#section5>

³⁹⁵ Ellen Hirzy, "Mastering Civic Engagement: A Report from the American Association of Museums", **Mastering Civic Engagement: A Challenge to Museums**, (ABD: AAM, 2002): 15

³⁹⁶ **age**.

Müzelerin kitlelerini çeşitlendirmesi ve beraber çalışmayı istemesi bir topluluk oluşturmak için yeterli değildir. Bu tip işbirlikleri, karşılıklılık ilkesine dayanan, farklı kurumların değer ve hedeflerini birbirine bağlayan, beraber yaratılmış ilişkiler kurulması ile gerçekleşmektedir³⁹⁷.

İletişim teknolojileri kullanarak topluluk oluşturma önündeki coğrafi sınırların ortadan kaldırılması sonrasında, insani hissiyatı da içinde barındıran sanal topluluklar kurulabilir hale gelmiştir. Çevrimiçi "sanal topluluklar" yaratan İnternet agoralarının coğrafi kısıtlamalardan arındırılmış olması, kafeler, restoranlar, meydanlar vb. kamusal alanlardan farklı, mekana dayalı olmayan yeni toplulukların kurulabilmesini mümkün kılmıştır³⁹⁸. İnternet üzerinden kurulan sanal toplulukların "evde televizyon izleyen yalnız bireyi" tekrar sosyalleştirmeye başladığı söylenmektedir³⁹⁹. Bu durum devletin araç ve uzmanlarının üstlendiği merkezi roller, cemiyetler, gönüllüler ve kar amacı gütmeyen sivil toplum örgütleri tarafından doldurulmaya başlanmış ve topluluk ağları kurmak tekrardan önem kazanmıştır.

Bu tip toplulukları ağ üzerinde kurulan diğer geçici ilişkilerden ayıran özellikler, bu toplulukların gerçek hayattaki gibi kendi kültür, kimlik ve sorunlarıyla ilgilenmesi, sorunların çözümü için forumlar oluşturması, topluluğun içindeki tüm birey ve gruplara ulaşma çabası göstermesi ve temelinde müşterek ilgi alanları ve paylaşım olan gelişmiş sosyal bağlar kurmasıdır⁴⁰⁰. Topluluk ağları sadece teknik değil aynı zamanda sosyal düzenlemelerdir ve bir topluluğun kimliğini oluşturmaktadır⁴⁰¹.

"Canlı ve etkili bir topluluk neye benzer? Araştırmacılar canlı ağların niteliklerini keşfetmek için çalışmalar yapmıştır. Sosyologlar, fizikçiler, matematikçiler ve işletmeciler etkili ağların yapısında hep benzer cevaplar almışlardır. Beşeri organizasyonlar, İnternet ağları, bir sinir sistemindeki hücreler, protein etkileşimlerine girmiş moleküller, bir ekosistemdeki hayvanlar ve webdeki sayfaların hepsinin ortak özellikleri vardır⁴⁰²."

Ortak özellik ve hedefler, düğümleri birbirine bağlar, ancak bağlantıların çeşitliliği ağın genelindeki yeniliği artırdığından çok önemlidir. Yeni fikirler ve bakış açıları ancak topluluğa yeni üyelerin katılması sonucu ortaya çıkmakta olduğundan, plansız bırakılan sosyal ve ekonomik ağlar çeşitlenememektedir. Ağa farklı özelliklere sahip

³⁹⁷ age, 16.

³⁹⁸ Jeffrey S. Juris, "Networked social movements: global movements for global justice", **The Network Society**, ed. Manuel Castells, 342.

³⁹⁹ Wellman, age, 7.

⁴⁰⁰ Arthur Cordell, Paula Romanow, "Community Networking and Public Benefits", **The Journal of Community Informatics**, c. 2, s. 1 (2005): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/238/201>

⁴⁰¹ Arnold, age.

⁴⁰² Valdis Krebs, June Holley, "Building smart communities through Network Weaving", <http://www.orgnet.com/BuildingNetworks.pdf>, 3. [03.06.09].

yeni ögelerin katılımı sağlanmazsa, bir süre sonra ağın dışarıyla kopan etkileşim, yeni fikirler ve icatların ortaya çıkma olasılığını azaltmaktadır⁴⁰³. Bu nedenle ağ örmenin iki önemli bölümü, farklı topluluklar arasında ilişki kurmak ve kurulan ilişkileri herkesin ortak çıkarı doğrultusunda yönlendirmektir.

Toplulukların yeniden değer kazanması ve sosyal medyanın topluluk oluşturma için sunduğu fırsatlar, uluslararası müzecilik çevrelerinde yoğun ilgi çekmiştir. Sosyal ağlar, bloglar ve Twitter gibi teknolojileri kullanan müzeler, aktif ağlar inşa ederek, toplulukları ile çok yönlü bir iletişim alanı yaratmayı hedeflemiştir. Bu ağlar, uzun süreli ve sürdürülebilir ilişkiler kurulmasının öncülüdür.

Sürdürülebilirlik kavramı, 1970'lerin başındaki Birleşmiş Milletler destekli konferanslarda ortaya konmuş; çevreye zarar vermeyen ekonomik büyüme ve sanayileşmenin mümkün olabileceği öne sürülmüştür⁴⁰⁴. İlerleyen zamanlarda bu kavram toplumlar da dahil olmak üzere birçok farklı yapıya uyarlanmıştır.

Sürdürülebilir topluluklar (sustainable communities), insanların içinde yaşadığı sosyal ortamların kültürel, ekonomik ve çevresel unsurlar göz önünde tutularak geleceğe taşındığı yaşam ve çalışma alanlarıdır. Bu topluluklar, toplumdaki yaş, cinsiyet, ırk ve din gibi birçok çeşitliliği dışlamak yerine kapsamak aracılığıyla, bireylerin ve dahil oldukları toplulukların sosyal sermayelerini artırmayı hedeflemektedir⁴⁰⁵.

Bir topluluğun refahı için, ekonomik ve sosyal ilişkilerin yanı sıra, kültürel ilişkilerin de önem taşıdığının kabul görmesiyle birlikte, müzelerin sürdürülebilir topluluklar inşa etme sürecindeki rolü araştırılmaya başlanmıştır. Kanada Müzeler Birliği CMA'nın 2000-2003 yılları arasında yaptığı konferans dizileri aracılığıyla yerel ve küresel ekosistemin bir parçası olan, fiziksel, sosyal, psikospiritüel, kültürel, ekonomik ilişkilere dikkat eden sürdürülebilir topluluklar kurma gereksinimi vurgulanmıştır⁴⁰⁶. Kolektif değerlerin ve kimliklerin nasıl evrildiği; çağdaş ve çoğulcu şehirlerde kültürlerin nasıl bir araya geldiğinin araştırılması adına yeterli

⁴⁰³ age, 4.

⁴⁰⁴ IUCN The World Conservation Union, **The Future of Sustainability** (Ocak 2006) http://cmsdata.iucn.org/downloads/iucn_future_of_sustainability.pdf [04.03.09].

⁴⁰⁵ The Working Group on Museums and Sustainable Communities, **Museums and Sustainable Communities** (Kanada, 2003) http://www.cultural-connections.org/programs/meeting_notes/feb2004_suggested_reading.pdf [06.11.2009].

⁴⁰⁶ age.

araştırma yapılmamıştır. Müzelerin bu konularda tartışma alanları olarak rol oynaması gerektiği bu raporda vurgulanmıştır⁴⁰⁷.

Bugün dünyada bu tip çalışmalar sıklıkla yapılmaktadır. 1970'lerde Güney Afrika'da farklı etnik kökenlerden insanların yaşadığı en büyük mahalle olan ve Apartheid hükümeti tarafından tamamen yıkılan District 6'da, gönüllü insiyatifiyle yeniden topluluk yaratma etkinliklerine girişilmiştir. Bu mahalleyi tekrar canlandırmak için harekete geçen District 6 Müzesi, ziyaretçileri mahallenin sokaklarında gezdiren, geçmişte bu evlerde oturan kişilerin hatırlandığı bir anıt, bir öğrenim alanı ve bir kentsel planlama ve toplantı merkezi olarak hizmet vermektedir⁴⁰⁸.

İngiliz Müzeler Birliği MA'nın 2008'de yayınladığı "Sürdürülebilirlik ve Müzeler" adlı rapor müzelerin hizmet ettiği topluluklarla olan uzun dönemli ilişkileri çerçevesinde sürdürülebilirliğe dikkat çekmeyi hedeflemiştir.

Sürdürülebilirlik eğitim, ekonomi, iş dünyası, seyahat, iş dışı zaman ve topluluklar ile bağlantılıdır. Bu kavramlar arasında bir denge yakalamak, istikrarlı bir geleceği garanti altına almak için hayati önem taşımaktadır. Her okulda, her işyerinde ve her evde muazzam bir kültürel değişim gerekmektedir⁴⁰⁹.

Ancak aynı raporda müzelerin bu konuya yeteri kadar önem vermediği de belirtilmiştir. Sürdürülebilirliği artırmak için müzelerin yapması gerekenlerden bazıları:

- 1 Doğal ve kültürel çevreleri korumak ve Müze'nin ziyaretçilere ve ziyaretçilerin Müze'ye yaptığı etkilere duyarlı olmak,
- 2 Yerel ve küresel ölçekte, sosyal, kültürel ve ekonomik canlılığa katkıda bulunmak,
- 3 Çalışanlarını geliştirmek ve onlara tatmin edici bir çalışma ortamı ve başkalarının tecrübelerinden öğrenme fırsatı sunmak,
- 4 Değişen politik, sosyal, çevresel ve ekonomik bağlamlara tepki vermek ve toplumun müzelerden yana olan beklentilerine dair uzun dönem hedefler oluşturmak,
- 5 Başka müzeler ve organizasyonlarla uzun dönemde etkili olacak ortaklıklar kurmak,

olarak belirtilmiştir⁴¹⁰.

⁴⁰⁷ age.

⁴⁰⁸ Pachter, Landry, age, 35

⁴⁰⁹ Sustainability and Museums, MA, 2008

⁴¹⁰ age.

Sosyal ağlar, bloglar ve Twitter gibi sosyal medya uygulamaları özellikle iletişim, topluluk oluşturma, fikir teatisi için kolay entegre edilebilecek imkanlar sunmaktadır.

6.2.1 Sosyal ağlar

Kültürel içerik seçme ve paylaşma gibi işlevlerin, çok sayıda birey için hobi ötesinde bir yaratıcılık noktası haline gelmesiyle birlikte, sosyal ağlar son birkaç yılda İnternet'teki en önemli trend haline gelmiştir. Bugün Facebook, Myspace, Hi5 gibi sosyal ağlar, yüz milyonlarca insanın fotoğraf, video, kitap ve müzik gibi medya nesnelerini ürettiği ve paylaştığı etkileşimli iletişim merkezleridir.

Mart 2009 Nielsen Online raporuna göre, sosyal ağlar İnternet üzerinde en fazla büyüyen çevrimiçi faaliyetlerin başında gelmektedir⁴¹¹. İnternet'in en büyük sosyal ağı olan Facebook'un nüfusu sekiz ay içerisinde 100 milyon kullanıcıdan 200 milyon kullanıcıya çıkmıştır⁴¹². En son araştırmaya göre ise Facebook'un 250 milyon kayıtlı üyesi vardır ve dünya çapında ayda 340 milyon ziyaretle dördüncü büyük sitedir⁴¹³. Meslek sahiplerine yönelik bir insan kaynakları ağı olan Linked In'de ise 170 sektörden 40 milyondan fazla profesyonel, CV'lerini ve bağlantılarını paylaşmaktadır⁴¹⁴.

Farklı tarz ve alanlarda faaliyet gösteren sosyal ağların ortak özelliği, varolan sosyal ilişkilerin sürdürülmesinin yanı sıra, çeşitli ilgi alanları etrafında kurulmuş gruplar aracılığıyla yeni ilişkiler kurulabilmesidir⁴¹⁵. Bu gibi etkinlikler sonucunda sosyal ağlarda süre gelen bir enformasyona ulaşma, kültürel üretim ve kimlik belirleme döngüsü yaşanmaktadır.

Web teknolojisinin ilk dönemlerinde varolan, genellikle tek bir konu ve ilgi alanını kapsayan sitelerin aksine, sosyal ağlar kullanıcıların sitenin içerisinde olabildiğince çok vakit geçirebileceği, kullanıcı odaklı yaşam alanları olarak tasarlanmıştır. Bu nedenle tüm sosyal ağ hizmetleri, kullanıcılarına kendilerine özgü profil sayfaları yapma, ilgi alanları etrafında sanal kimlik oluşturma ve ürettikleri foto, video, blog,

⁴¹¹ Jim Richardson, "Facebook is more than a fad and museums need to learn from it", <http://www.theartnewspaper.com/article.asp?id=17207>

⁴¹² Mashable, "The Web in Numbers: The Rise of Social Media". <http://mashable.com/2009/04/17/web-in-numbers-social-media/>

⁴¹³ Erick Schonfeld, "Facebook Is Now the Fourth Largest Site In The World", <http://www.techcrunch.com/2009/08/04/facebook-is-now-the-fourth-largest-site-in-the-world> [09.12.09].

⁴¹⁴ Linked In, <http://www.linkedin.com/>

⁴¹⁵ Ellison, Steinfield, Lampe, **age**.

yorum gibi çok çeşitli içeriği ağ üzerinde paylaşabilir hale getirme fırsatı sunmaktadır.

Bu ağlarda yaratılan kimliklerin, bireylerin yaşamlarında yaptıkları seçimler üzerinde de etkileri olmaktadır. Kullanıcılar, katıldıkları kültürel aktiviteler (hangi konsere gittikleri, nerede yemek yedikleri, hangi sergiye gittikleri vs.) ve tükettikleri kültürel besin aracılığıyla sürekli olarak kendi kimliklerini ortaya koyma işleminde bulunduklarından, hem dahil oldukları topluluğun görüşlerini yansıtmakta, hem de bu toplulukları beslemektedir. Michigan Üniversitesi'nde 800 kişilik bir örneklem kümesi üzerinden yapılan araştırma ile Facebook'un sosyal sermaye oluşturma ve sürdürme ile pozitif bir ilişkisi olduğu ve bu süreçte önemli bir rol oynadığı ortaya koyulmuştur⁴¹⁶. Bu nedenle kurumların bireylerle ilişkilerinde sosyal bağlama hitap etmeleri ilişkilerde belirleyici olmaya başlamıştır⁴¹⁷.

Küratörler, koleksiyonlarını kullanarak varolan sorunları analiz etme, zor sorular sorabilme ve toplumu tepki vermeye yönlendirme yetileriyle gurur duyarlar. Ancak bu sorular artık sadece müzenin galerisinde değil, çevrimiçi ortamlarda, forumlarda, bloglarda ve Facebook gibi sosyal ağlarda da tartışılabilmektedir. Bu müzeler ve galerilerin sitelerini genişletmesi anlamına gelmektedir⁴¹⁸.

Bu olgunun farkına varan birçok müze bugün Flickr, Facebook, Youtube ve Twitter gibi sosyal ortamlarda hesap açmaya ve dünyanın her yerinden yeni nesil kullanıcılarla ilişki kurmaya başlamıştır. Remikslemek, harmanlamak, yeniden yorumlamak ve paylaşmak gibi yaratım biçimlerinin 21. yüzyıl yaratım coğrafyasında ön plana çıkmasıyla birlikte müzeler herkesin "küratör" olabildiği bu sosyal ağlara içerik sağlarken, aynı zamanda ziyaretçilerinin sosyal bağlamında yeralıp pazarlama ve iletişim aktivitelerini daha kişisel bir boyuttan yürütme fırsatını da bulmuştur.

Örneğin MOMA'nın dijital medya pazarlama yöneticiliğini yapan Victor Samra, günümüzde sosyal ağlardan sadece enformasyon yayınlamanın yeterli olmadığını, paylaşma, sohbetlere katılma gibi etkinliklerin, İnternet sitelerinden muhakkak beklenen faaliyetler arasına girdiğini, müzelerin buna önyak olduğu ölçüde "dört duvar arasında kapalı binalar" olmaktan çıkıp kişiliği ve insani bir yüzü olan organizasyonlara dönüşeceğini söylemiştir⁴¹⁹.

⁴¹⁶ Ellison, Steinfield, Lampe, **age**.

⁴¹⁷ Nina Simon, "A Simple Argument for why Museums and Cultural Institutions should care about Social Media" <http://museumtwo.blogspot.com/2009/04/simple-argument-for-why-museums-and.html>

⁴¹⁸ Richardson, "Facebook is more than a fad and museums need to learn from it".

⁴¹⁹ **age**.

Bir başka kar amacı gütmeyen girişim olan Açık Müze (Open Museum) platformu ise isteyen tüm müze, organizasyon ve bireylere dinamik çevrimiçi sergiler düzenlemek için ücretsiz yer ve kaynak sunmaktadır. Ziyaretçilerin birbirleriyle etiketleme, oylama, arkadaş olma ve yorum yazma gibi çeşitli seviyelerde etkileşim kurabildiği ve koleksiyonların yazı, fotoğraf, video ve ses içerebildiği bu sistem, bugün Norwich Halk Kütüphanesi, AVA Galeri ve Sanat Merkezi gibi kurumlar tarafından kullanılmaktadır⁴²⁰.

Ağların dağıtık doğası gereği, bireyler ağdaki tüm seçenekleri kendi istekleri doğrultusunda belirlerler. Bu nedenle herhangi bir ağın tüm İnternet kullanıcılarını içinde barındırması söz konusu değildir. Farklı uygulamalar, teknolojiler ve ağlar sınırlı miktarda bulunan insan dikkatini çekmek için sürekli rekabet halindedir. Bu ortamda kullanıcının günlük hayatında vakit geçirdiği ağlara yatay olarak yayılmak da uygulanan farklı bir stratejidir. Kimi müzeler bu nedenle, yeni sistemler kurmak yerine halihazırda varolan ağlara dahil olmayı seçmiştir.

Kimi müzeler ise sadece müze etkinlikleri ile ilgili ağlar kurma yoluna gitmiştir. Başta British Museum ve Victoria & Albert Müzesi olmak üzere Britanya'nın önde gelen müzelerinin kurmakta olduğu kolektif site, müzeseverlerin sergiler hakkında bilgi bulabilecekleri, sanatsal veya tarihsel ilgi alanları doğrultusunda topluluklar oluşturabilecekleri bir ortam kurma amacını gütmektedir⁴²¹.

6.2.2 Bloglar

Sosyal yazılımların kurulması en ucuz ve kolay olanı, kişisel yayıncılıkta bir devrim yapan blog teknolojisidir. Aslında sosyal medya öncesi döneme ait bir teknoloji olan blogların popülerliği 2000'li yıllardan sonra artmış ve "bloglamak" terimi yaygın bir şekilde kullanıma girmiştir. Blog teknolojisi, ağa içerik koymak için web sitesi yapmayı bilme önkoşulunu ortadan kaldırmıştır. Ancak blogların etkisi sadece teknolojik değildir. 1990'lara kadar ortalama beş sayfalık dergi makaleleri ve iki yüz sayfalık kitaplar dışında başka bir yazı ölçüsünün yayımlanamaz olduğu görülmekteydi⁴²². Blog teknolojisi, bir paragraflık fikirler de dahil her uzunlukta yazının kolayca yazılıp yayımlanabildiği, arşivlenen, aranabilen, okuyucuların yorum

⁴²⁰ Open Museum, <http://www.openmuseum.org/faq/show/1>

⁴²¹ BuzzMachine, "Everybody's a network"

⁴²² Philip Greenspun, "How the web and the weblog have changed Writing", <http://philip.greenspun.com/writing/changed-by-web-and-weblog> [06.10.2009].

yapabildiği, birden fazla yazarın yazmasına izin veren bir yayıncılık devrimi yaratmıştır. Bunun sonucunda bugün **blogosfer** olarak adlandırılan ve 133 milyon blogdan oluşan bir yayıncılık ağı oluşmuştur⁴²³. Tüm demografik özellikleri kapsayan ve bir günde 81 dilde, 900 bin yeni blog postası yapılan bu dağarcık, güncel olaylardan zamansız konulara değin her konuda enformasyon içermektedir⁴²⁴.

Blog teknolojisi Türkiye'de ise 2005 yılından sonra yaygınlaşmaya başlamıştır. Mayıs 2005 tarihinde Google'da Türkçe sayfalarda "blog" kelimesi 65.400 kez yer alırken, Mayıs 2006'da bu sayı 5 milyona yaklaşmış, Mayıs 2008'de ise 10 milyonun üzerine çıkmıştır. 2005 yılında hizmet vermeye başlayan Türkçe blog servisi Blogcu.com, iki sene içinde 300 bin üyesi ile Türkiye'de en çok okunan 13. İnternet yayını olmuştur. Blogcu dışında başka birçok yerli blog servisi hizmete açılmıştır. Bunların arasında Mynet Blog, Milliyet, Habertürk, Vatan gibi yayın organlarının blog servisleri de vardır⁴²⁵.

Blog teknolojisinin yaygınlaşması, İnternet'te fikir beyan edebilmeyi iletişim ağlarına hakim olan kurum ve kişilerin tekelinden çıkarmış ve amatörleri de bilgi üretimine katmıştır⁴²⁶. Blogosfer'deki yayınlar, blog teknolojilerinin doğası gereği, yazar ve okurlar tarafından hakem sistemi veya benzeri resmi kontrol sistemlerinden çok daha hızlı bir şekilde düzeltilebilmekte ve geliştirilebilmektedir. Yazılan makalelere okurların cevaben alternatif fikirleri özgürce yazabildikleri daha şeffaf bir ortam mevcuttur. Blogların hızlı ve samimi alanlar olması aynı kültürel birimin sakinleri arasında bir topluluk hissi de yaratmakta ve İnternet'in kamuoyunu oluşturmaktadır⁴²⁷.

Müzelerin blog teknolojileri ile birlikteliği Museum People, infoTECMuseo ve Modern Art Notes gibi blogların yayınlanmaya başladığı 2002 yılının başlarına denk gelmektedir⁴²⁸. 2006 yılının başlarında sadece 30 kadar blog yayınlanmakta iken, sosyal medyanın gelişimi ile 2007 ocağında bu sayı 111'e, bugün ise 344'e

⁴²³ Technorati, "State of the Blogosphere 2008", <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/> [06.10.2009].

⁴²⁴ Adam Singer, "Social Media, Web 2.0 and Internet Stats", <http://thefuturebuzz.com/2009/01/12/social-media-web-20-internet-numbers-stats> [06.13.2009].

⁴²⁵ Vikipedi, blog, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Blog>

⁴²⁶ Ellyssa Krosski, "Authority in the Age of the Amateur".

<http://infotangle.blogsome.com/2006/02/20/authority-in-the-age-of-the-amateur/> [06.10.2009].

⁴²⁷ Leticia, Bode. "Social Networking Sites, Social Capital, and Political Participation".

http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/6/5/9/4/pages265941/p265941-9.php [03.12.09].

⁴²⁸ Seb Chan-Jim Spadaccini, Radical Trust: The State of the Museum Blogosphere, Archives & Museum Informatics: Museums and the Web 2007

ulaşmıştır⁴²⁹. Bu bilginin ışığında diğer alanlardaki blog sayısı düşünüldüğünde blog teknolojisinin müzeler tarafından yeteri kadar kullanılmadığını söylemek mümkündür.

Müze blogu yazarlarının önemli bir bölümünü üzerinde çalıştıkları koleksiyon ve sergiler hakkında kendi girişimleri ile yazan müze çalışanları oluşturmaktadır. Blog teknolojilerinin uzmanlar, amatörler veya başka müzelerdeki meslektaşlardan oluşan okuyucu kitleleriyle çeşitli konularda fikir alışverişi yapmak için büyük imkanlar sunduğunun görülmesiyle birlikte, müzeler de yavaş yavaş kurumsal bloglar yayınlamaya başlamıştır⁴³⁰. Bu bloglara örnek olarak, Metropolitan Müzesinin koleksiyonundan günlük olarak bir nesne ve nesnenin küratöryel özelliklerini paylaştığı "Works of Art" (sanat eserleri)⁴³¹, Powerhouse Müzesi'nin müze etkinliklerinden ve müzenin görünmeyen yüzünden fotoğraflar yayınladığı "Photo of the Day"⁴³² ve Ontario Sanat Galerisi'nin Youtube, Flickr ve iTunes teknolojilerini de kullanan, sanatçı ve küratörlerle çeşitli konularda yapılan sohbetlerin videolarının yer aldığı "Art Matters" blogları verilebilir⁴³³.

6.2.3 Twitter

İnternet üzerinde sosyal iletişim teknolojilerinin sürekli evrimine en güncel örnek **Twitter**'dir. 2006 yılında kurulan Twitter ücretsiz bir sosyal ağ kurma ve mesajlaşma uygulamasıdır. Tweet adı verilen 140 karakter sınırlamalı iletiler kullanıcıların o an "dikkatini verdiği" herhangi bir olguyu (dinlenen bir müzik, izlenen bir film, son dakika haberleri vb.) kullanıcının fiziksel olarak bulunduğu yeri ya da bir gündem maddesi hakkındaki fikirlerini anında yayınlayabildiği basit bir sistemdir. Kullanıcıların birbirine abone olması imkanını tanığından dolayı, gönderilen iletiler otomatik olarak tüm abonelere ulaşmaktadır. Mesajların sınırlı sayıda alıcıyla limitli olmaması nedeniyle SMS benzeri kişisel servislerden ayrılmaktadır. Twitter'dan iletilen enformasyon genellikle, alelade olaylar (kahvaltıda ne yendiğı vb.), kişisel haberler (etkinlik haberleri), abonelerle birlikte

⁴²⁹ <http://www.museumblogs.org/>

⁴³⁰ Museum Blogging, Digital Heritage <http://digitalheritage.wordpress.com/2008/10/03/museum-blogging/>

⁴³¹ Works of Art, http://www.metmuseum.org/works_of_art/artworks.asp

⁴³² Photo of the Day, <http://www.powerhousemuseum.com/imageservices/>

⁴³³ Art Matters, <http://artmatters.ca/wp/>

etkinlik planı yapma, İnternet'ten bulunan ilginç bağlantılar, promosyon, vatandaş gazeteciliği, ticari hizmetler şeklinde olmaktadır⁴³⁴.

Twitter'in anında iletişim için önemi, geçtiğimiz yıllarda Güney Kaliforniya'da çıkan orman yangınları, Hudson Nehri'ndeki uçak kazası ve Pakistan'daki bombalama eylemi gibi gündemi etkileyen afet ve olaylara dair ilk bilgilerin Twitter kullanan sıradan vatandaşlar tarafından haber verilmesi ile birlikte idrak edilmiştir. Bu sayede Twitter, özellikle son dakika haberlerini almak, uluslararası camianın gündem hakkındaki görüşlerini öğrenmek veya küresel trendleri analiz etmek için çok önemli bir araç haline gelmiştir. CNN, BBC, The Guardian ve New York Times gibi dünyanın önde gelen haber kuruluşları anlık güncellemelerini Twitter üzerinden yapmaktadır. Ülkemizde de NTV ve CNNTurk gibi kanallar güncel haberleri takipçilerine Twitter servisi üzerinden de ulaştırmaya başlamıştır.

Haberleşmenin yanı sıra, ABD başkanı Barack Obama'nın 2008'deki seçim kampanyası sırasında, nerede olduğunu paylaşmak ve seçimin gündem maddeleriyle ilgili fikirlerini söylemek için Twitter'ı kullanması, Twitter'ın sosyal ağ kurma ve mesajlaşma konularındaki yetkinliğini ispatlamıştır.

Kullanımının basitliği, atılan tüm iletilerin sistemde kayıtlı ve aranabilir olması ile farklı işletim sistemlerinde rahatça çalışabilmesi nedeniyle Twitter, kısa bir sürede 20 milyonu Amerika'da⁴³⁵ olmak üzere 45 Milyon'a yakın kullanıcıya ulaşmayı başarmıştır⁴³⁶. Rheingold, Twitter'ın kısa sürede yaygınlaşmasının nedenleri arasında "açıklık, ivedilik (immediacy), çeşitlilik, karşılıklılık" gibi özellikleri saymaktadır. Twitter'ın cep telefonu ve el bilgisayarları gibi mobil aygıtlar aracılığıyla da kullanılabilir olması ve aranabilirliği, ilgili bilgiye anında ulaşımı mümkün kılmaktadır⁴³⁷.

Twitter'ın 3 senelik ömründe çok çeşitli kullanım amaçları ortaya çıkmıştır. Örneğin **education**⁴³⁸ adlı twitter hesabı 3000'den fazla kişiye Amerika'da Eğitim ve

⁴³⁴ Charlene Croft, "Twitter FAQ for Sociologists", <http://charlenecroft.wordpress.com/2009/06/15/twitter-faq-for-sociologists/> [08.12.09].

⁴³⁵ Julian Dibbell, "Future of Social Media: Is a Tweet the New Size of a Thought?", http://www.wired.com/dualperspectives/article/news/2009/06/dp_social_wired [07.07.09].

⁴³⁶ Erick Schonfeld, "Twitter reaches 44.5 Million People worldwide in June", <http://www.techcrunch.com/2009/08/03/twitter-reaches-445-million-people-worldwide-in-june-comscore/>

⁴³⁷ Howard Rheingold, "Twitter Literacy", http://www.sfgate.com/cgi-bin/blogs/rheingold/detail?blogid=108&xentry_id=39948

⁴³⁸ Twitter, <http://twitter.com/education> [09.24.09].

öğrenimle ilgili araştırma, rapor, kaynak, istatistik ve haber yayını yaparken, **Connections4U**⁴³⁹ hesabı Amerika'da ilköğretim okulları'nda okuyan öğrenci velilerine günlük olarak faydalı bilgiler ve müfredatla ilgili bağlantılar sunmaktadır. 13000 bine yakın takipçisi olan **Jobhunt**⁴⁴⁰ hesabına abone olanlar Amerika'da günlük olarak kariyer ve iş imkanları yayınlarına ulaşabilirken, **İşbul**⁴⁴¹ aynı hizmeti Türkiye için sunmaktadır.

Twitter, yardım kuruluşları ve kar amacı gütmeyen kurumlar için de potansiyel bağışçılarla iletişim kurma yolları sunmaktadır. 12 Şubat 2009 tarihinde Twitter üzerinden düzenlenen **Twestival** adlı festivaller zincirinde, dünya çapında 202 şehirde kullanıcılar bir araya gelmiş ve charity:water adlı yardım kuruluşu için para toplamıştır. 250 bin Amerikan Doları toplanan bu proje sayesinde Etiyopya, Uganda ve Hindistan'da 17 bin kişiye temiz su sağlayacak 55 proje hayata geçirilmiştir⁴⁴².

Bu gibi yaratıcı projeler aracılığıyla kitlelerle çok yönlü iletişim kurulabilmesi müzelerin Twitter'ı diğer teknolojilere oranla daha erken benimsemesini sağlamıştır. Bugün Twitter ağında aralarında Metropolitan, MoMA, Brooklyn Müzesi ve Tate gibi müzelerin de bulunduğu yaklaşık 50 büyük kurumun mesajlarına abone olunabilmektedir.

Gözlemlerimize göre müzeler de Twitter'ı genellikle şu şekillerde kullanmaktadır :

- * Sergi ve etkinlik duyuruları
- * Koleksiyon üzerine sohbetler
- * Müze koleksiyonları bağlamında makale paylaşımı
- * Resim, video ve medya paylaşımı
- * Sergiler ve müzenin günlük hayatının arka yüzüyle ilgili belgeseller
- * Eğitim materyali paylaşımı
- * Diğer müzelerle ve ziyaretçilerle ilişki kurma
- * Müzenin diğer sosyal sayfaları ile çapraz bağlantılar kurma
- * Sanatçıların doğum, ölüm vb. önemli günleri ile ilgili bilgi verme.

Ancak bu ağların direkt iletişim fırsatlarının ötesinde faydaları da vardır. Twitter altyapısının ağı dahil olan bireylerin birbirleriyle tanışma ve iletişim kurmasına

⁴³⁹ Twitter, <http://twitter.com/Connections4U> [09.24.09].

⁴⁴⁰ Twitter, <http://twitter.com/JobHuntOrg> [09.24.09].

⁴⁴¹ Twitter, <http://twitter.com/isbul> [09.24.09].

⁴⁴² Twestival, <http://www.twestival.com>

imkan tanıyan teknolojisi, bu ağda yaratılan sosyal sermayeden tüm ağın yararlanmasını sağlamaktadır. Bu duruma örnek olarak, aynı alanlarda araştırma yapan, aynı ilgi alanlarına sahip insanların eş zamanlı olarak ilgi alanları konusunda iletişim kurabilmeleri, yeni ve çeşitli enformasyon kaynaklarına ulaşabilmeleri ve bunları birbirleriyle paylaşmalarını verilebilir.

6.3 Bilgi yönetimi ve sosyal imleme teknolojileri

Bilgi yönetiminin 1990'ların ikinci yarısındaki ortaya çıkışının temelinde, toplumda bilgiye verilen değerin artmasıyla teknolojik iletişim çabalarının yöneticilerin verimliliklerine büyük katkı sağlaması yatmaktadır. İlk olarak Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler, Küresel Bilgi Ortaklığı gibi uluslararası kurumlar tarafından benimsenen bilgi yönetimi, kullanıcıların hangi bilgiye ihtiyacı olduğunu ve bu bilginin kimde olduğunu organize ederek, yatırım ve kaynakların daha etkili yönetilebilmesini sağlamaktadır. Son yıllarda ürün, hizmet ve iş modellerinde yenilikçilik, enformasyona ulaşım ve bilgi geliştirme konularında artan kolaylık, küresel iş dünyasındaki artan değişimin hızına etki eden en önemli etmenlerden olmuştur⁴⁴³. Küresel pazar koşullarında rekabetin en büyük aracı ve küresel bilgi ekonomisinin hammaddesi bilginin bu teknoloji temelli hareketidir⁴⁴⁴.

“Bilgi toplum için hava gibidir ve herkes kullanmakta özgürdür. Bu nedenle toplumsal refah için bilginin olabildiğince geniş satırlara yayılması tercih edilmektedir. Bilgi paylaşımı “bilginin değerini çok düşük masraflarla katlamanın etkili bir yoludur”. Bilgi, yapısı gereği yakın çevreye hemen sızmakta olmasına rağmen, bu sızıntının farklı sosyal gruplara sirayet edebilmesi için öncelikle aşılması gereken dilbilimsel, sosyal ve bilişsel engeller bulunmaktadır. Bu engeller, bilginin ihtiyacı olanlara ulaşmasını önleyebilir⁴⁴⁵.

Enformasyon paylaşımı ve yeniden kullanımı, bilginin değerini çok düşük maliyetler karşılığında katlamanın etkili bir yoludur. Bilgi, gelişme göstermeyen durağan süreçlerle üretilmez. Sürekli olarak tartışma ortamlarında tazelenmesi ve kullanılması gerekir. Yeni kütüphaneler, enformasyon yönetim ve arşivleme merkezlerine olan gereksinim buradan ortaya çıkmıştır⁴⁴⁶.

⁴⁴³ Marla Capozzi, Knowledge Management Architectures Beyond Technology, **First Monday**, c. 12, s. 6 (2007): http://firstmonday.org/issues/issue12_6/capozzi/index.html

⁴⁴⁴ “Rise of the knowledge librarian”. <http://www.kmworld.com/Articles/Column/Future-of-the-Future/The-future-of-the-future-Rise-of-the-knowledge-librarian--52362.aspx> [04.04.09].

⁴⁴⁵ S.D.M Ferreira, Marcos Neto, “Knowledge management and social learning: exploring the cognitive dimension of development,” **KM4Dev.org** c. 1, s. 3, (2005): <http://journal.km4dev.org/index.php/km4dj/article/view/35>

⁴⁴⁶ “Rise of the knowledge librarian”, **age**.

Yakın zamanda görmeye başladığımız enformasyon sistemleri ile geleneksel veri işleme sistemleri arasındaki temel fark, enformasyon sistemlerinin bir nesnenin ismi, zamanı ve yaratıcısı gibi bilgiye dayalı konularla sınırlı veri kataloglarına oranla daha gelişkin sorulara yanıt verebilmesidir. Bunun nedeni enformasyonun bağlamsal oluşudur. Enformasyon sistemleri, veritabanında "nesnenin geldiği yer ile ilgili" veya "nesnenin ait olduğu tarz, dönem, yapan insan ile ilgili" gibi bilgiler arasında ilişkiler inşa ederek bağlam oluşturduğu için araştırmacılar ve küratörler için daha geniş bakış açıları sunmaktadır⁴⁴⁷.

Bilgi yönetiminde hakim paradigma "just-in-time" ya da "on demand" olarak adlandırılan, doğru zamanda doğru bilginin sunulmasına yönelik yaklaşımdır. Bu durum ticari sektörde eskisi gibi ürün stoklamak yerine, ürünleri sanal raflarda stoklamak ve büyük ölçekli veri ve alışveriş trendlerini analiz ederek ürün sevkiyatını merkezsiz yönetmek şeklinde yer bulmuştur⁴⁴⁸.

Zamanında bilgi sunabilmek için verileri önceden analiz etmek ve doğru zamanın geldiğini anlamaya hazırlanmak gerekir. Bu nedenle veritabanları oluşturmadan önce veri ontolojisi araçlarına ve sınıflandırma sistemlerine ihtiyaç vardır.

Bu araçların önde gelenlerinden biri olan **sosyal imleme**, kullanıcı bazlı bir sistemdir. İmleme pratiği, İnternet üzerinde bireylerin anlamlı buldukları verileri etiketleyip paylaşmasına dayanmaktadır. 2004 sonu ve 2005 başlarında yaygın olarak kullanılmaya başlayan Del.icio.us gibi imleme siteleri, bugün akademik topluluklar da dahil olmak üzere çok geniş topluluklarca kullanılmakta olup İnternet genelinde milyonlarca kullanıcıya ulaşmış durumdadır⁴⁴⁹.

Sosyal imlemenin kendinden önce gelen (örneğin kütüphanecilikte kullanılan Dewey Sistemi gibi) veri sınıflandırma biçimlerine (taksonomi) göre en büyük üstünlüğü, "etiket" (tag, label) adı verilen hiperlinkler aracılığıyla hiyerarşik olmayan düzlemler kullanarak sınıflandırma yapılabilmesidir⁴⁵⁰. Etiketler aracılığıyla enformasyonu birden fazla kategoriye dahil edebilmek, etiketlenen nesne ya da veri ile ilgili daha fazla metaveriyi (veri hakkındaki veri) depolamayı da mümkün hale getirmiştir.

⁴⁴⁷ Guy Hermann, Shortcuts to Oz: Strategies and Tactics for getting museums to the emerald city.

The Wired Museum, ed. Katherine Jones-Garmil, (ABD: AAM, 1997): 69.

⁴⁴⁸ Larry Kerschberg, Hanjo Jeong, "Just in-Time Knowledge Management", http://eceb.gmu.edu/pubs/JIT_KM_Kerschberg_Jeong.pdf, 2. [05.16.09].

⁴⁴⁹ Del.icio.us, <http://www.delicious.com>

⁴⁵⁰ "Gmail and Flatness", <http://www.beelerspace.com/index.php?p=806>

"Büyük bir araştırma projesinde, kısa sürede muazzam boyutta bilgi kaynağına ulaşmak mümkündür. Bu veri kaynaklarını faydalı hale getirmenin tek yolu düzenleme yapmaktır. Ancak geleneksel imleme sistemlerindeki sorun, (diğer indeksleme sistemlerinde olduğu gibi) girdilerin birden fazla dizinde aynı anda yer alamamasıdır. Bu hiyerarşik yapı beynin çalışma sistemine aykırıdır. İnsan belleği çağrışımlıdır (associative). Bir kelimedenden yola çıkarak serbest çağrışımla, anıları, tecrübeleri, anlamsızca kafiye yapan başka bir sözcüğü ve benzerlerini birbirine bağlayabilmektedir. Kalıplaşmış kategorik sistemler tasarlamak aynı anda birden fazla kategoriye dahil olan ve hiçbir kategoriye dahil olmayanlar gibi istisnalardan ötürü sınırlandırıcıdır. Beyindeki enformasyon topolojisi çok boyutlu, çoklu bağlantılı çağrışımlı ağlardan oluşmuştur.⁴⁵¹"

Teknolojik gelişmelerle birlikte, enformasyona erişimin, ağların serbest ve akışkan doğasına uygun şekilde hızlandığı ve kısıtlamalardan arındığı; merkezsiz ve özgür çerçeve yapılar (framework) ortaya çıkmıştır. Bu yapılarda taksonomi ve folk kelimelerinin birleşiminden oluşturulan folksonomi (sosyal sınıflandırma, sosyal indeksleme ve sosyal etiketleme) anlayışı kabul görmektedir. Folksonominin geleneksel indekslemekten farkı, nesneler hakkındaki metaverinin sadece uzmanlar tarafından değil, enformasyon üreten ve tüketen bireyler tarafından da sınıflandırılabilmesidir. Bu sistemde, sınıflandırma belirli konu başlıkları ve alanlar içinde kısıtlanmaz⁴⁵².

Başta Del.icio.us olmak üzere, ana sayfası üyelerinin beğendiği haberlerle şekillenen digg ve reddit gibi haber siteleri, İnternet'teki diğer sitelere entegre edilmiş ve günlük kullanımda yaygınlaşmıştır. Günümüzde içerik üreten sitelerin çoğu bu içeriği e-posta, Digg, Del.icio.us, Twitter vb. yapılarla paylaşabilmek için sistemler geliştirmiştir.

Müzeler Web kullanımına koleksiyon belgeleri ve yüksek çözünürlüklü imajları yayınlamanın kolaylığı nedeniyle girmiş olsa da, çevrimiçi enformasyon organize etme ve sunma teknolojileri de araştırma konusu olmuştur. Sosyal imleme uygulamaları, ekledikleri ve paylaştıkları etiketler aracılığıyla ziyaretçilere, Müze'nin belgeleme pratiklerindeki eksikleri giderme ve Müze ile sosyal bağlantılar kurma noktasında fırsatlar sunmakta; birçok dağıtık bireyin katılımıyla bilgiye erişim için ilave yöntemler inşa etmektedir⁴⁵³.

⁴⁵¹ Ethan Hein, "Social bookmarking is delicious", <http://www.ethanhein.com/wp/2008/social-bookmarking-is-delicious/> [02.05.09].

⁴⁵² Wikipedia, <http://en.wikipedia.org/wiki/Folksonomy>

⁴⁵³ Jennifer Trant, "Exploring the potential for social tagging and folksonomy in art museums: proof of concept", **New Review of Hypermedia and Multimedia**, 2006, <http://www.archimuse.com/papers/steve-nrhmm-0605preprint.pdf> [01.05.09].

Sosyal imleme ve folksonomi, toplulukların perspektif ve ilgi alanlarını dikkate alan, daha az formel, katılımcı ve dağıtık bir belgeleme süreci sunmaktadır. Bir sonraki bölümde incelenen steve.museum projesi, kullanıcı etiketlerinin amatör takipçiler ve profesyoneller arasında, sanat koleksiyonları bağlamında var olan semantik yarığın kapanmasına katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

6.4 İşbirliği ve wiki teknolojisi

Bireylerin kendilerini ilgilendiren konularda önceden planlanmamış ve önkoşul gerektirmeyen bağlantılar kurabilmesini sağlayan teknolojiler, bu bireylerde enformasyon paylaşma ve yayınlama eğilimi doğurmuştur. Bir süre sonra kimi ortamlarda ortaya çıkan daha planlı ve sistemli organizasyonlar büyük insan kitlelerini, pazar ekonomisine ya da bürokratik organizasyonlara dayanmayan yeni işbirliği yapıları kurmaya yöneltmiştir⁴⁵⁴.

Bu işbirliği, katılımcıların kendilerine özgü durumlarına göre değişebilen bir yapıdadır. Bu nedenle tek bir doğru işbirliği biçimi olduğu söylenemez. İşbirliğinin temel özelliği, bireysel ve toplu hedeflere ulaşılması için kurulması gereken ilişkiler barındırması ve organizasyonel esneklik, sabır ve kaynak gerektirmesidir⁴⁵⁵.

Müzeler 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren güvenilir ve tarafsız kurumlar olarak bu işbirlikleri için uygun toplumsal platformlar olarak görülmeye başlamıştır. Birbirinden farklı toplulukların uzun vadeli işbirliği süreçlerinde yaşadığı gerginlikte, orta noktayı bulan, topluluklara birbirlerinin önceliklerini anlatan yeni bir dil yaratan müzelerin ilk örneklerinden biri 1990’larda Amerika’da Henry Ford Müzesi’nin çalışmalarıdır.

1990’larda Detroit bölgesinin “eğitim, ekonomik kalkınma ve yaşam kalitesi konularına katkıda bulunma” kararı alan Henry Ford Müzesi, bu hizmeti daha büyük etnik kitlelere yaymak istemiştir. Müzenin etnik topluluklar tarafından nasıl algılandığını değiştirmesi gerektiğini ispat eden araştırmaların ardından, Afro-Amerikalı sanat kolektifi Arts League of Michigan ile bir işbirliğine girilmiştir. Bu işbirliği kapsamında, 1920 ve 30’larda yaşanan “Harlem Rönesansı” dönemi, etnik toplulukların gözünden anlatılmış; bu sergi sayesinde hem Afro-Amerikalı sanatçılar kendi çevrelerinin dışında tanınma imkanı bulmuş, hem de Afro-Amerikalı

⁴⁵⁴ age.

⁴⁵⁵ Maria-Rosario Jackson, “Coming to the Center of Community Life”, **Mastering Civic Engagement: A Challenge to Museums**, (ABD: AAM, 2002): 32.

kitleler daha önce dışlandıklarını düşündükleri Müze'yle ilişkiler kurmaya başlamıştır⁴⁵⁶.

Sosyal medya kullanıcıları arasında, bencillik ile özgeci bir hediye ekonomisinin ortasında yer alan ve kuramcılar tarafından "zayıf kooperasyon" olarak adlandırılan yeni bir işbirliği çeşidi gözlenmeye başlamıştır. Bu işbirliğinin temelinde ortak hedeflere yönelik, beraber karar alınan çalışma süreçleri yatmaktadır⁴⁵⁷.

Crowdsourcing (imece) olarak adlandırılan bu durum, karmaşık problemlerin ufak parçalar halinde ağa dağıtılması ve herkesin kendi bölümünü çözmesiyle ortaya çıkan bir tür kolektif zekadır. Crowdsourcing'in kültür ve enformasyon sektörü için asıl önem taşıyan özelliği, kurumların zaman ve işgücü gibi kaynaklarının yetersizliği yüzünden hayata geçirilemeyecek devasa araştırma ve üretim projelerinin ağ aracılığıyla var edilebilir hale gelmesi olmuştur. Wikipedia ve The Tree of Life gibi kapsamlı projelerin altından kalkmak ancak bu dağıtık işgücü ve ağlar sayesinde mümkün olmuştur⁴⁵⁸.

Yazılım ve donanım araçlarına erişim ve paylaşımın artması kültürel üretimde ve küratöryel uygulamalar da etkilemiştir. Birçok yeni medya işi ve sanat eseri işbirlikleri sonunda üretilmeye başlanmış⁴⁵⁹, Brooklyn Müzesi veya 20x200 galerisi gibi öncü kurumlar ziyaretçi kitlelerini küratöryel süreçlere katılmaya teşvik etmek adına projeler üretmiştir⁴⁶⁰.

İleriki bölümde incelenen örneklerde görülebileceği üzere, 20x200 galerisi Twitter üzerinden takipçilerinden, galerinin basacağı sanat eserlerini oylamalarını isterken, Brooklyn Müzesi'nin "CLICK!" adlı sergisi hem üretim hem de küratöryel seçki kısmını ziyaretçilerine bırakmıştır.

Wikipedia 3,040,659 makale ile İnternet'in en büyük referans kaynağı ve yedinci büyük trafikli sitesidir⁴⁶¹. Bu devasa kaynağı oluşturabilecek altyapıyı **wiki teknolojisi** olarak adlandırılan açık kaynaklı sunucu yazılımı sağlamaktadır. Bu

⁴⁵⁶ Mariam C. Noland, Katie M. Goatley, "How community foundations can help museums fulfill their civic missions", **Mastering Civic Engagement: A Challenge to Museums**, (ABD: AAM, 2002): 50.

⁴⁵⁷ Stalder, **Bourgeois anarchism**.

⁴⁵⁸ Kevin Kelly, "The Surest Way to Smartness". <http://www.kk.org/newrules/blog/2009/02/the-surest-way-to-smartness-is.php> [03.20.09].

⁴⁵⁹ Diamond, **age**.

⁴⁶⁰ 20x200, <http://www.20x200.com/blog/2009/03/any-of-those-in-the.html>

⁴⁶¹ Wikipedia İstatistikleri, "<http://en.wikipedia.org/wiki/Special:Statistics>", [09.24.09].

hiperlinkli navigasyon sistemi, bir sunucuda bulunan dosyalar üzerinde değişiklik ve çapraz bağlantılar yaparak birlikte çalışma imkanı sunmaktadır.

Wikipedia tüm büyüklüğüne rağmen merkezi bir yönetimle değil, gönüllülerin kendi kendine organize ettiği çeşitli girişimler, takımlar, kullanıcılar tarafından belirlenen iş bölümleri ve özerk sistemler aracılığıyla geliştirilmektedir.

Wikiler ile blogların temel farkı, blogların belirli bir yazardan çıkması ve subjektif bir dünya görüşünü yansıtmaması, wikilerin ise genellikle bir grup editör ve yazar tarafından beraberce yazılması ve kuramsal olarak ortaya daha objektif bir içerik ıkmasıdır⁴⁶². Bu nedenle wikinin başarılı olması için çalışacak topluluğun aktif olarak yaratılması, geliştirilmesi ve sürdürülmesi gerekir⁴⁶³.

Minnesota Historical Society'nin 2007'de başladığı Placeography projesi, wiki teknolojisini kullanarak Minnesota bölgesinde tarihsel koruma bilinci oluşturmayı amaçlayan bir kent, ev ve bina tarihçesi kaynağı oluřturmaktadır⁴⁶⁴. İkincil amacı halk kütüphaneleri, yerel tarih toplulukları, diğer müze ve koruma kurumları ile işbirliği fırsatı yaratmak ve yerel toplulukları wiki kullanımı konusunda yetiştirmek olan Placeography, kendinden önce çok büyük katılım sağlamayan projelerin aksine aktif olarak ortaklar yaratma stratejisini gütmüştür. Bu süreçte lise ve üniversitelerle işbirliği yaparak öğrenciler, stajyer ve gönüllüler kullanarak, yeterince teknik bilgi ve işgücü kaynağı olmayan diğer kurumlara, Twitter, Facebook gibi sosyal ağlar kullanılarak ise diğer katılımcılara ulaşılmıştır. Bu çalışmaların sonucunda Placeography sitesinde 2008 boyunca 23.000 ziyaretçiye ulaşılmış, 2009 yılı başında 200'den fazla kayıtlı kullanıcının oluşturduğu 1080 bina ve yapı hakkında makale bir araya getirilmiřtir⁴⁶⁵.

Architecture Week dergisi tarafından kurulan bir başka wiki olan Archiplanet, dünya üzerindeki tüm mimari faaliyetleri, mimarları ve binaları arşivlemek için yola çıkmıştır. Bu fikir etrafında inşa edilen topluluk tarafından yapılan Archiplanet

⁴⁶² Peter Hoffmann, Michael Herczeg, "Attraction by Interaction: Wiki Webs As A Way To Increase The Attractiveness Of Museums' Web Sites", **Museums and the Web 2005**, <http://www.archimuse.com/mw2005/papers/hoffmann/hoffmann.html> [04.29.09].

⁴⁶³ Tracy Baker, Joe Hoover, Rose Sherman, "Collaborative History - Creating (and Fostering) a Wiki Community", **Museums and the Web 2009**, <http://www.archimuse.com/mw2009/papers/baker/baker/.html>

⁴⁶⁴ Placeography, <http://www.placeography.org>

⁴⁶⁵ Baker, **age**.

Mayıs 2009 tarihinde 58 Milyon gösterime ulaşmıştır. 117 binden fazla makaleyi içeren Archiplanet hala gelişmektedir⁴⁶⁶.

Bu örneklerde görüldüğü üzere belirli temalar üzerine araştırma ve kaynak oluşturma çabaları için işbirliği yapmak çok etkili bir stratejidir. Wikiler sayesinde bireylerin tek başlarına yapmaya yeterli zaman ve enerji bulamayacağı büyüklük ve karmaşıklıkta projeler geniş topluluklara dağıtılarak başarılabilmektedir. Ancak bu topluluklarda kritik kitleyi yakalayabilmek için katılımı başlatmak, kolaylaştırmak ve cesaretlendirmek önemlidir.

İngiltere'deki Science Museum'un nesneler için kurduğu “Object Wiki”⁴⁶⁷ benzeri nesne veritabanlarının müzeler arasında yaygınlaşabileceği öngörülürken, kimi araştırmacılar, wikilerin karmaşık yapılara yönelik evrim geçirme kapasitesi yüzünden, gelecekte müze koleksiyonlarının müze bilgisayarlarındaki katalog programları yerine wikiler üzerinde envanterlenebileceği ve bu yöntemin hem şeffaf hem de açık kaynaklı olduğu için bedava olacağını öngörmektedir. Ancak tüm bu örneklerle ve Wikipedia'nın yaygın kullanımına rağmen wikiler müzelerde henüz çok fazla kullanıma girmemiştir⁴⁶⁸.

Türkiye'deki müzeler Wikipedia'da, Türk Müzeleri⁴⁶⁹ ve İstanbul Müzeleri gibi kategorilerde yer almaktadır⁴⁷⁰. Ancak bu bilgilerin çoğu müzeler tarafından değil, kullanıcılar tarafından girilmiş olduğu için yeterli değildir. Dünyanın en fazla kullanılan bilgi ve referans kaynağında aktif bir şekilde bulunmak ve müzenin koleksiyonunu Wikipedia'ya entegre etmek ve çok katmanlı hale getirmek koleksiyonların içerdiği enformasyonu zenginleştirmek ve dünya kültür mirasına dönüştürmek için önemli bir süreçtir⁴⁷¹. Bunun yanı sıra müzelerin koleksiyonlarıyla ilgili bilginin kullanıcılar ve müze uzmanları tarafından eklenebileceği koleksiyon wikileri, kaynaksızlık ve elemansızlık nedeniyle dijital ortama aktarılamayan bilgilerin işbölümü ve işbirliği yapılarak İnternet'e entegre edilmesi için büyük bir fırsat sunmaktadır.

⁴⁶⁶ Archiplanet, http://www.archiplanet.org/wiki/Main_Page

⁴⁶⁷ Object Wiki, <http://objectwiki.sciencemuseum.org.uk/wiki/Home>

⁴⁶⁸ Thomas Tunsch, “Museum Documentation and Wikipedia.de: Possibilities, opportunities and advantages for scholars and museums”, **Museums and the Web 2007**, <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/tunsch/tunsch.html>

⁴⁶⁹ Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Category:Museums_in_Turkey

⁴⁷⁰ Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Category:Museums_in_Istanbul

⁴⁷¹ Rhiannon Looseley, Frankie Roberto, “Museums & Wikis: Two Case Studies”. **Museums and the Web 2009**, <http://www.archimuse.com/mw2009/papers/looseley/looseley.html>

Sosyal medya araçlarının sunduğu fırsatlar kurumsal hedeflere yönelik yaratıcı fikirlerle birlikte çok çeşitli şekillere girebilmektedir. Bir sonraki farklı amaçlar için kullanılmakta olan sosyal medya uygulamalarından bazıları incelenecektir.

7. SOSYAL MÜZECİLİK UYGULAMALARI

Sosyal müzecilik uygulamaları son yıllarda çeşitli şekillerde müzecilik eylemleri arasına girmeye başlamıştır. Kimi müzeler hali hazırda var olan projeleri ve davranış biçimleri ile daha fazla sosyalleşme eğilimine girmiş, kimi müzeler ise özellikle sosyal medya ve sosyal ağları kullanan projeler yapmıştır. Bu bölümde ikinci tip projeleri inceleyeceğiz.

7.1 Dünyadan Örnekler

Sosyal Web kullanarak proje üretmek, doksanlarda bilgisayar teknolojisi kullanmak veya çoklu multimedya CDleri üretmek gibi bütçe gerektiren işlerin aksine neredeyse masrafsız olsa da, bu kaynaktan yararlanan öncü müzeler, beklendiğinin aksine bütçesi dar ve görece küçük müzeler değil, Amerika ve İngiltere'deki dünya çapında enternasyonel müzeler olmuştur. Bu konuda özel bir araştırma henüz yapılmamış olsa da, nedenler arasında bu müzelerin AR-GE'ye ve yenilikçi vizyona daha fazla önem vermesi gösterilebilir.

7.1.1 steve.museum

Sanat müzesi koleksiyonlarının belgelenmesinin, geleneksel olarak sanat tarihçileri tarafından ve sanat tarihçileri için yapılması nedeniyle koleksiyonlar geniş kitlelere ulaşmakta zorluk çekmiştir⁴⁷². Müze koleksiyonlarına daha geniş çevrelerce erişilebilmesi ve sanat müzelerinin kitleleri ile daha fazla bağ kurabilmesi için farklı grup ve toplulukların perspektiflerini de yansıtmaları gerekmektedir.

Guggenheim Müzesi, Cleveland Sanat Müzesi, Metropolitan Müzesi, San Francisco Modern Sanat Müzesi ve Indianapolis Sanat Müzesi gibi müzelerin ortaklaşa yürüttüğü bir sosyal imleme projesi olan steve.museum (küçük harfle yazılır) sanatın müzelerdeki sunumu ve halk tarafından anlaşılması arasındaki uçuruma köprü olmayı hedeflemektedir.

⁴⁷² Jennifer Trant, "Exploring the potential for social tagging and folksonomy in art museums: proof of concept", **New Review of Hypermedia and Multimedia**, 2006

Kullanıcı etiketlemesinin müze koleksiyonlarına uygulanmasıyla, uzman olmayan kişilerin müzenin formel dokümantasyonunda tespit edilmemiş unsurları ortaya çıkartmaya katkıda bulunması mümkündür. Kullanıcıların eklediği etiketler, küratörlerin kullandığı profesyonel söylem ile müze ziyaretçisinin kullandığı dil arasındaki semantik uçurumda köprü görevi yapmıştır. Sosyal imlemenin sunduğu yeni bakış açısı ve yöntemler ziyaretçiler ile müze nesneleri arasında daha fazla bağ oluşturma yolunda katkı sağlamıştır.

"Daha önce görmediğiniz sanat eserlerini görün. Farklı yönlerden bakın. Sanat eserlerini kendi kelimelerinizle betimleyin. Sanat sever topluluklarla fikir alışverişinde bulunun. Başkalarını normalde görmeyecekleri sanat eserlerine yönlendirin. Sanat eserleriyle kişisel ilişkiler kurun. Müzelerin sizin ne gördüğünüzü görmesini sağlayın. Ne kadar çok etiketlerseniz, herkes için o kadar zengin bir tecrübe olacaktır⁴⁷³."

Bu sözler ile teşvik edilen steve.museum projesi, müze ziyaretçilerinin sanat eserlerini konusu, sosyal bağlamı ve medya çeşidi gibi özelliklerini de yansıtır şekilde etiketlemesini ve bağlamını genişletmesini sağlamıştır⁴⁷⁴. Müze yönetimleri dünyada belgeleme ve standart oluşturma konusunda çok büyük yatırımlar yapılmıştır, ancak diğer formel bilgi organizasyon sistemleri, öğrenilmesi güç ve yaygınlaşması masraflı olduğundan, müze verileri geniş kitlelere ulaşmamıştır. steve.museum gibi sosyal imleme ve folksonomi sistemleri, daha az formel, katılımcı ve dağıtık bir şekilde bu verilerin daha etkili işlenmesini sağlamıştır⁴⁷⁵.

7.1.2 Flickr Commons Projesi

Bir başka etiketleme projesi olan Flickr Commons projesi ise 16 Ocak 2008 yılında başlatılmıştır. steve.museum sisteminde olduğu gibi sadece müzeler için geliştirilmiş bir ağ kullanmak yerine, aksine bu proje halihazırda milyonlarca kişi tarafından kullanılmakta olan Flickr imaj paylaşım sitesiyle ortaklaşa yapılmıştır.

Amerikan Kongre Kütüphanesi, Smithsonian, Virginia Kütüphanesi, Amerikan Milli Denizcilik Müzesi, Brooklyn Müzesi ve Avustralya Powerhouse Müzesi gibi önde gelen müze ve kültür kurumlarının koleksiyonlarının bir bölümünü Flickr üzerinden çevrimiçi hale getirmesiyle başlayan projenin temel hedefi, dünyanın genel fotoğraf

⁴⁷³ steve.museum : the art museum social tagging project.

http://tagger.steve.museum/steve.php?task=loginController_loginPage

⁴⁷⁴ SF MOMA, http://www.sfmoma.org/pages/research_projects_steve

⁴⁷⁵ Trant, age.

arşivini küresel bir şekilde kamuya açmak ve Flickr kullanıcılarının yorumları, etiketleri ve notlarıyla bu koleksiyonları daha zengin hale getirmektedir⁴⁷⁶.

Projenin başarısı aynı sene Fransa'dan Toulouse Kütüphanesi, George Eastman Müzesi, Amerikan Milli Medya Müzesi, Biblarte, Güney Galler Kütüphanesi, Avustralya Savaş Hatıraları Müzesi, İngiltere Emperyal Savaş Müzesi, Hollanda Milli Arşivi, Yeni Zelanda Milli Kütüphanesi gibi kurumları da projeye katılmaya cesaretlendirmiş ve projede yer alan kültür kurumlarının sayısı onaltıya ulaşmıştır.

Programa belge ve fotoğraflarını telif hakkı olmayan bir şekilde kamuya açtığı müddetçe tüm dünya müzeleri ücretsiz olarak katılabilmektedir. Bu sayede dünyanın her yerinden milyonlarca insan mekan ve zaman sınırlandırmaları olmadan dijital olarak bu materyallere ulaşabilme imkanı bulmaktadır.

Library of Congress raporuna göre, kütüphanenin projeye dahil ettiği fotoğraflar 23 Ekim 2008 tarihine dek 10.4 Milyon kez görüntülenmiştir. 15.000 kişi kütüphaneyi sistemde arkadaş olarak eklemiş, 2562 ayrı kişi tarafından 7166 adet yorum yapılmıştır. Bu proje Kütüphane'nin ziyaretçilere erişimini önemli bir ölçüde artırmış ve bireylerin bu fotoğrafları kendi Web topluluklarında erişebildiklerinde ne gibi yaratıcı etkileşimlerin ortaya çıktığını göstermiştir⁴⁷⁷.

Commons projesi erişim, eğitim ve promosyon açısından yaptıklarının ötesinde, müzelerin sahip olduğu imajların ticari olarak lisanslanması hususunda da önemli bir gösterge olmuştur. Kültür kurumlarının geleneksel imaj lisanslama modeli basılı medya dönemine ayarlı olduğundan, yeterince hızlı ve küresel değildir. Kültür kurumları özellikle eğitsel faaliyetler için müze koleksiyonundan imajların kullanılmasını desteklese de, gerek iş modelinde standardizasyon olmadığından gerekse eğitsel faaliyetler için çok yüksek fiyatlar istendiğinden bu kaynaktan fazla yararlanılamamaktadır.

Commons Projesine katılan Powerhouse Müzesi, 19. yüzyıl sonu ve 20.yüzyıl başına tarihlenen 7903 negatif fotoğraftan oluşan ve müzeden lisanslanabilen Tyrell Koleksiyonu'nu Commons projesi aracılığıyla peyderpey Flickr'a yüklemiştir. Bir sene sonunda Müze'nin küresel ziyaretçi erişimi dört katına çıkmış ve fotoğraflar

⁴⁷⁶ "Flickr: The Commons", **Flickr**, <http://www.flickr.com/commons> [03.12.09].

⁴⁷⁷ Michelle Springer ve diğ. "For the Common Good: The Library of Congress Flickr Pilot Project", 30 Ekim 2008, http://www.loc.gov/rr/print/flickr_report_final.pdf [08.17.09].

bedava olarak bilgisayara indirilebilir hale gelmesine rağmen, bu süre zarfında lisanslamadan gelen gelirden azalma olmadığı görülmüştür⁴⁷⁸.

Bununla beraber fotoğraf koleksiyonunun kamuya açılması, ilk gün 5000'den fazla ziyaretçi getirirken, ilk 5 haftada 2007 senesinin tamamına denk ziyaretçi gelmesine neden olmuştur. Flickr üyeleri fotoğraf koleksiyonuyla ünlü olmayan Müze'nin bu ve diğer koleksiyonlarından haberdar olmuş ve son 12 ayda ziyaretçi artışı yirmi misline çıkmıştır⁴⁷⁹.

Proje'nin başlamasından üç ay sonra gelen ilk raporda, ziyaretçi katılımının ve bağlantıların arttığı görülmüş, ziyaret, etiketleme ve yorumlar Müze'nin kendi websitesine de entegre edilerek site üzerindeki arama özelliklerini geliştirmek için kullanılmıştır⁴⁸⁰.

Yine Sidney'de geliştirilen "Sydney Sidetracks" adlı uygulama, Flickr Commons'daki koleksiyondan da beslenmekte ve Sidney çevresindeki mekanları imajlar, sesler ve videolar ile zenginleştirilmiş bir şekilde göstermektedir. Flickr Commons sayesinde projeyi geliştiren firma ile müze arasında sadece fotoğrafları paylaşımına açmaktan kaynaklanan bir sosyal sermaye de oluşturulmuştur.

7.1.3 Wikipedia loves art

Brooklyn Müzesinin koordine ettiği, Carnegie Sanat Müzesi, Houston Doğa Tarihi Müzesi, Indianapolis Sanat Müzesi, Metropolitan Müzesi, MOMA, Smithsonian Müzesi ve Victoria & Albert Müzesi başta olmak üzere 15 farklı müze ve kültür kurumunun katılımı ile gerçekleşen "Wikipedia sanatı seviyor" adlı etkinliğin amacı Wikipedia'da yer alan sanatsal makalelere müze koleksiyonlarından imaj eklemektir. Resim avı temalı bu etkinlikte, katılımcı bireyler ve takımlar, adı geçen müzelerde bulunan nesneleri fotoğraflayarak, müze koleksiyonlarının wikipediaya entegre edilmesine katkıda bulunmuştur.

Bu oyunun sonucunda en fazla nesne "avlayan" kullanıcı ve takımları bulunmuş, çekilen fotoğraflar "Creative Commons" lisansı ile birlikte Flickr'a yüklenmiştir. Bu proje ile hem gönüllülerin gücü eğlenceli bir oyun aracılığıyla kullanılmış, hem

⁴⁷⁸ Paula Bray, "Open Licensing and the Future for Collections" **Museums and the Web 2009**, <http://www.archimuse.com/mw2009/papers/bray/bray.html> [09.15.09].

⁴⁷⁹ age.

⁴⁸⁰ Springer, age.

Flickr ve Wikipedia gibi iki farklı ama altında aynı web2.0 düşüncesi yatan araç bir araya getirilmiş, hem de Creative Commons hakkında farkındalık oluşturulmuştur.

7.1.4 CLICK!

Ağlar doğası gereği daha önceki hiyerarşik organizasyon sistemlerinde palazlanan aracı sınıfları ortadan kaldırma eğilimindedir. Net.art sanatçılarının, İnternet sayesinde sanatçı ağları kurup kendi kendilerine organize olabilmeleri ile küratörlük kurumunun aracılık rolü tartışmaya açılmış ve günümüzde küratörlüğün anlamını yitirdiği iddia edilmiştir⁴⁸¹. İnternet üzerinde katılımcılık ve işbirliğinin artarak yayılması ile kitlesel, hatta küresel ölçekte küratöryel etkinlikler yapılabilir hale gelmiştir.

Brooklyn Müzesi'nin CLICK! adlı projesi sanat eleştirmenleri, küratörler ve kültür alanındaki diğer uzmanlar ile halkın beğenisinin her zaman birbirine uyumlu olmaması durumunu müzede sergilenecek görsel malzemenin seçimini halka bırakarak irdelemiştir.⁴⁸²

New York'lu iş adamı ve finans köşe yazarı James Surowiecki'nin çeşitlenmiş kalabalıkların uzman bireylere oranla daha başarılı kararlar verdiğini öne süren "The Wisdom of Crowds" (kitlelerin bilgeliği) adlı kitabından ilham alan sergi, bu fikrin görsel sanatlara uygulanma potansiyelini sınamak için Mayıs ve Ağustos 2008 ayları arasında gerçekleştirilmiştir.

Üç aşamalı olan "Brooklyn'in değişen yüzü" isimli sergide, herkese fotoğraflar gönderilmesi için açık bir çağrı yapılmış, ikinci aşamada Brooklyn Müzesi'nin çevrimiçi forumunda gönderilen işler anonim olarak ziyaretçilerin değerlendirilmesine açılmıştır. Bu aşamaya katılanların kendi sanat bilgilerini de değerlendirmeleri sayesinde üçüncü ve son aşama olan sergileme sırasında, oylama sonuçlarına göre yerleştirilen işlerin farklı gruplar tarafından nasıl değerlendirdiği ortaya çıkarılmıştır.

⁴⁸¹ Diamond, S., Participation, Flow, and the Redistribution of Authorship: The Challenges of Collaborative Exchange and New Media Curatorial Practice, in J. Trant and D. Bearman (eds.). Museums and the Web 2005: Proceedings, Toronto: Archives & Museum Informatics, published March 31, 2005 at <http://www.archimuse.com/mw2005/papers/diamond/diamond.html>

⁴⁸² Brooklyn Müzesi, <http://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/click/>

7.1.5 Google Prado

"Sanata bakmanın farklı bir yolu" adıyla tanıtılan Google Prado projesi, Madrid'deki Prado müzesinin koleksiyonlarından ilk etapta seçilen ondört eseri Google Earth (Google dünya haritası) programı aracılığıyla bilgisayarlara taşımaktadır⁴⁸³. Google'ın harita uygulaması olan Google Maps'in yazılım versiyonu olan Google Earth uydu fotoğrafları kullanan detaylı bir üç boyutlu dünya haritası uygulamasıdır. Bu projeye Google Earth programında Prado binasına girerek veya arama kutusuna Prado yazarak ulaşılabilir.

Gelişkin teknolojisi sayesinde 10 Megapixel dijital kameraların çektiğinden 1400 kat daha detaylı olarak ve her tablo için 8200 fotoğrafın birleştirilmesiyle Velázquez'in "Les Meninas"ı veya Fra Angelico'nun "The Annunciation"ı gibi tablolar dijital ortama aktarılmıştır. Bu teknoloji sayesinde fiziksel ortamda tam olarak idrak edilemeyen İmparator 5. Charles'ın 3.3m'ye 2.8m büyüklüğündeki tablosu⁴⁸⁴ veya Roger Van der Weyden'in "The Descent from the Cross"undaki gözyaşları gibi detayların da içine girilebilmektedir⁴⁸⁵.

Bu uygulama fiziksel olarak Prado Müzesi'ne gitme imkanı olmayan araştırmacı, öğrenci ve sanatseverlere fiziksel ortamda bile olmayan bir erişim ve çalışma imkanı sunmasının yanı sıra, varolan kanalları kullanmanın önemini de bir kez daha göstermektedir⁴⁸⁶.

Müzelerin yaptığı sanal tur ve benzeri uygulamalardan sadece siteleri bulan kitle istifade edebilmektedir. Oysa ki sosyal medya döneminde önemli olan, bilgi kaynaklarını İnternet'te halihazırda var olan bilgi ve kanallara entegre etmek ve bilgiye erişime sosyal bağlam sağlamaktır. Bu uygulamanın Google Earth veya Maps üzerinden yapılması, halihazırda Maps kullanan ama Prado müzesini bilmeyen milyonlarca kişiye sanal ortamda müzeyi görmek, sanat eserlerine ilgi duymak ve tabloların kendisini görmek için müzeye gitmek yolunda ilham verebilmektedir.

⁴⁸³ "The Prado in Google Earth", <http://www.google.com/intl/en/landing/prado/>

⁴⁸⁴ "Google Earth brings masterpieces", <http://www.guardian.co.uk/world/2009/jan/13/spain-art>

⁴⁸⁵ "Google Earth launches online Prado art gallery", <http://www.telegraph.co.uk/culture/art/4229375/Google-Earth-launches-online-Prado-art-gallery.html>

⁴⁸⁶ "Google Earth takes on Prados Masterworks", <http://www.time.com/time/arts/article/0,8599,1871656,00.html>

7.1.6 Tate Google Street View

Londra'daki Tate Müzesi, yeni başladığı Tate Google Street View projesiyle İngiltere'nin en bilinen manzara tablolarını Google'ın harita teknolojisini kullanarak sergilemeye başlamıştır. Yine Google işbirliği ile yapılan bu çalışmada tabloların tasvir ettiği yerler, Google'ın harita uygulaması Google Maps'ın 3 boyutlu ve detaylı sokak görüntüsü teknolojisi kullanılarak bugün olduğu hallerinde gösterilmektedir⁴⁸⁷.

Nesnelerin ve sanat eserlerinin tarihçelerinin anlatımı ve günümüzdeki değişimleri kavratmak amaçlı olan bu projeye, GPS koordinatlarıyla ilgili birçok çalışma yapılabileceğini öngören newcurator blogu, nesnelerin nerede bulunduğu, nerelere gittiği veya topraktan nereden çıkarıldığı veya ilk nerede yapıldığı gibi bilgilerin müze dokümantasyonuna büyük katkılar yapacağını tahmin etmektedir.

7.1.7 Tate iTunes U

Bir başka Tate projesi olan iTunes U, Apple'ın yaygın kullanımda olan iTunes adlı yazılımını kullanarak çeşitli multimedya dosyaları ücretsiz ve mobil olarak erişilebilir hale getirmeyi hedeflemektedir⁴⁸⁸. Mayıs 2007'de Stanford ve Harvard gibi üniversitelerin ses ve video yayınlaması için açılan iTunes'un bu bölümüne daha önce katılan MoMA, Brooklyn Müzesi ve Indianapolis Sanat Müzesi'nin izinden giden Tate, bu çalışma ile iTunes'un milyonlarca kullanıcıya altıyüzyetmişden fazla ses, video, film ve performans dosyası ve özel sergiler ile ilgili zenginleştirici bilgileri bilgisayar veya iphone'lara yüklenebilir hale getirmiştir⁴⁸⁹.

Jeff Koons, Louis Bourgeois, David Hockney gibi ünlü sanatçılarla röportajlar ve Tate'in küratör, eleştirmen ve konservatörleri ile sohbetler, atölye çalışmaları ve sergilerle ilgili eğitim paketleri de iTunes aracılığıyla ücretsiz olarak indirilebilmektedir⁴⁹⁰.

Bu projenin ilerleyen aşamalarında Tate'de düzenlenen tüm sergilerin multimedya rehberlerine mobil olarak erişmek, twitter aracılığıyla sanatçılarla sohbet etmek gibi hizmetler de sunmayı planlayan Tate, sergi alanında yer kısıtlamaları nedeniyle

⁴⁸⁷ Guardian, <http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2009/mar/20/art-google-street-view-tate>

⁴⁸⁸ "UK's Tate Galleries bring free art to iTunes", Now Public Blog, <http://www.nowpublic.com/culture/uks-tate-galleries-bring-free-art-itunes>

⁴⁸⁹ "The Tate steps onto the iTunesU platform", Museum Strategy Blog, http://www.museumstrategyblog.com/museum_strategies/2009/04/the-tate-steps-onto-the-itunesu-platform.html

⁴⁹⁰ "Tate art made available on iTunes", BBC, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/7998191.stm>

verilemeyen birçok derin bağlamsal bilgiyi sunmak için özellikle gençlerin çok yaygın olarak kullandığı iTunes programı aracılığıyla isteyenlere zengin bir öğrenme ve katılım fırsatı tanımaktadır.

7.1.8 1st fans

Sosyal Web araçları sayesinde kar amacı gütmeyen kuruluşlar ve aktivist hareketlerin küresel olarak bağış toplayabilmesi için de büyük fırsatlar ortaya çıkmıştır. Bu dönemde para toplama etkinliklerinin önündeki coğrafi engellerin kalktığını ve ortak amaçlara ulaşmak için tüm dünyadan kaynak toplanabildiğini gözlemlemekteyiz.

Örneğin Kiva adlı mikro borç sitesi, dünyanın geri kalmış bölgelerinde fakirlikle boğuşan bireylere borç para gönderme altyapısı sunmakta olan başarılı bir sosyal ağ girişimidir⁴⁹¹. Yine Wikipedia'nın bütün giderleri senede bir kaç kez yapılan bağış toplama etkinlikleri ile karşılanmaktadır. Yeni dönemde kültür kurumları oluşturdukları ağlardan maddi ve sosyal sermayeye yönelik yardım taleplerine de yanıt bulabilmektedir.

Brooklyn Müzesi tarafından hayata geçirilen 1st Fans, müzelerin maddi kaynak yaratma çabaları için yaratıcı bir örnek teşkil eden "sosyal ağı müze üyeliği". projesidir. Geleneksel müze üyeliklerinin birincil avantajları müzelere ücretsiz girmek ve sergi açılışlarına erişim sağlamak olmuştur⁴⁹². 1st Fans sayesinde cüzi bir giriş payı ödeyen bireyler, müzenin aylık cumartesi toplantılarına katılma, sanatçılar ile birebir sohbet etme ve sadece 1st Fans üyeleri için üretilen özel içeriği sosyal ağlardan takip etme şansına sahip olmaktadır. 1st Fans programı, müze üyeliğini müze ile ilişki kurma noktasında temellendiren, topluluk merkezli bir etkileşim ağı haline getirmeyi amaçlamaktadır⁴⁹³.

Brooklyn Müzesi'nden projeyi yürüten Shelley Bernstein ve Will Cary projenin sosyal medya uygulaması olmasına rağmen, asıl özelliğinin twitter, facebook gibi sosyal ağlar kullanmaktan ziyade, bu teknolojiler aracılığıyla müzeyle halihazırda

⁴⁹¹ <http://www.kiva.org>

⁴⁹² Nina Simon, "1stfans: An Audience-Specific Membership Program at the Brooklyn Museum", <http://museumtwo.blogspot.com/2009/02/1stfans-audience-specific-membership.html>

⁴⁹³ **age.**

bağı olan ama üyelik satın almayan bireyleri üye olmak için cezbedecek yaratıcı bir çözüm bulmak olduğunu belirtmiştir⁴⁹⁴.

1st Fans projesi, sosyal medya içeren projelerin, sadece bu teknolojileri kullanmış olmak için kullanmak yerine, müzenin öncelikli sorunlarını çözmek ya da güçlü olduğu alanları geliştirmek adına projeler üretmesinin öneminin altını çizmektedir.

7.2 Türkiye'de sosyal müzecilik

Dünya müzeciliği'nin son otuz yıldır geçirmekte olduğu değişim, müzelerin “işletme ve yönetim yapılarını da değiştirmelerine” yol açmaktadır. Türkiye’de devlet müzelerinin bu gelişmelere ayak uydurduğu söylenemez⁴⁹⁵. Son yıllarda bazı adımlar atılmak istense de bu adımlar geç kalmış, “büyük çoğunlukla niyet seviyesinde kalan”, “projelendirme süreçlerinin çok uzun olduğu”, “kaynak yetersizlikleri nedeniyle gerçekleştirilmeleri de çok uzun zamanlara yayılan” adımlardır⁴⁹⁶.

“Ne ki, dünyadaki bu gelişmelere karşın, Türkiye’de müzeler, özellikle de devlet müzeleri, çok sınırlı sayıdaki istisna dışında, hala toplum yaşamının kıyısında yer alan, yüzde 80 - 95 oranında yabancı turistlere hizmet veren, tek bir sürekli sergi dışında geçici sergi ve faaliyetlere yer verdikleri ancak nadiren işitilen bürokratik kuruluşlar durumundadırlar.”⁴⁹⁷

Ülkemizde, sosyal sermaye ile ilgili bölümde bahsedildiği üzere sosyal sermaye ve sivil toplum etkinliklerine katılımın düşüklüğü, güven duygusunun azalmışlığı ve dolayısıyla yaratıcı ve yenilikçi düşüncenin eksikliği hissedilmektedir. Dünya çapında koleksiyonlara sahip olan müzelerimiz iletişimsel ve idari sorunlar nedeniyle koleksiyonlarının büyüklüğü oranında tanınmamakta ve bilgi üretememektedir.

1998 Sayıştay raporunda ve son olarak 2010 kapsamında AB tarafından hazırlanan raporda “ülkemiz müzeciliğinin daha geleneksel müzecilik işlevleri olan toplama ve korumada sorunları” olduğu tespit edilmiştir⁴⁹⁸. Türkiye Müzeciliği'nin 70'ler ve 80'lerdeki müzeolojik dönüşümü henüz yaşamamış olduğu dahi söylenebilir. Aynı dönem içerisinde ise başka sektörlerde yaşanan kültürel, teknik ve toplumsal değişimler farklı boyutlarda da olsa yankı bulabildiğine göre, ülkemiz müzeciliğinin, diğer sektörlerdeki küresel entegrasyon hızına erişemediği görülmektedir. Örneğin, Türkiye'de İnternet kullanıcısı 2008 yılında 26 milyon, 2009'da Facebook'da kayıtlı

⁴⁹⁴ age.

⁴⁹⁵ İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı Kültürel Miras ve Müzeler Direktörlüğü, "Türkiye Müzeleri İçin Yönetim ve İşletim Modeli Öneri Raporu Projesi : Durum Analizi Raporu", Mart 2009, İstanbul, 15.

⁴⁹⁶ age, 33.

⁴⁹⁷ Silier, age.

⁴⁹⁸ İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı Kültürel Miras ve Müzeler Direktörlüğü, age, 15.

Türk kullanıcısı 13.5 milyondan fazla olmasına ve bu yoğunlukla dünya genelinde Facebook'daki en büyük üçüncü topluluk olmasına rağmen, Kültür Bakanlığına bağlı müzelerin İnternet hizmetleri henüz emekleme aşamasındadır⁴⁹⁹.

Bu durumu ortaya çıkaran karmaşık sebep sonuç ilişkileri bu tezin konusu olmasa da, sorunun temelinde merkeziyetçi bürokratik yapılanma ve mevzuata dair sorunlar yatmakta olduğu görülmektedir. Kültür Bakanlığı teşkilatlanmasının hiyerarşik yapısının hizmet açısından elverişli olmadığı 1998 Sayıştay raporunda dahi yer bulmuştur⁵⁰⁰.

Bürokratik ve hiyerarşik yapı daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere bilgi toplumuna uygun bir organizasyon biçimi değildir. Bu yapı, dönemin toplumsal koşulları karşısında etkili bir işleyiş için yeterli olamamaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı içindeki "merkezi, bürokratik ve karmaşık yapı tek tek müzeler ve bakanlık arasındaki iletişimi koparmaktadır⁵⁰¹". Mevzuat tarafından da desteklenen bu yapı içinde, müze yönetimlerinin kendi kararlarını almaları yerine, merkezden alınacak kararları beklemeleri gerekmektedir. Kurum içi olduğu kadar, farklı kuruluşlarla olan iletişim sistemleri de yeterli olmadığı için uluslararası alanla irtibat yok denecek kadar azdır⁵⁰².

Müzelerin gelirleri temel olarak biletli girişlerden sağlanmaktadır. Az sayıda müze bilet geliri dışında gelir oluşturacak cafe, restoran, kiralanacak etkinlik mekânları vb. oluşturmuştur⁵⁰³. Ancak Kültür Bakanlığı'na bağlı müzelerde, gelirlerin DÖSİMM tarafından muhasebeleştirilmesi nedeniyle, geri dönüşler uzun süre ve süreçler ardından olmakta, müzelere kazançları oranında kaynak olarak geri dönmesi her zaman mümkün olmamaktadır. Oysa ki müzelerin 80'lerden sonra ekonomik olarak kendi kendine yeter ve sürdürülebilir olması beklendiğinden, müzelerin günümüzde alternatif kaynaklar yaratması ve bütçesini kendilerinin belirlemesi gerektiği kabul görmektedir.

Sponsorluklar gibi ek kaynaklara ulaşmak, bağış toplamak tüm dünya müzelerinde yaygın olarak yürütülen etkinlikler olmasına rağmen, bilgi toplumuna geçiş sürecinde müzelerin topluma ulaşmasında her türlü öncülük etmesi beklenen dernek

⁴⁹⁹ Check Facebook, <http://www.checkfacebook.com/> [09.24.09].

⁵⁰⁰ T.C Sayıştay Başkanlığı, "Kültür Bakanlığına Bağlı Müzelerin Faaliyetlerinin İncelenmesi", Temmuz 1998, Ankara, 15.

⁵⁰¹ **age.** 4,

⁵⁰² **age.** 19,

⁵⁰³ İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı Kültürel Miras ve Müzeler Direktörlüğü, **age.** 15.

ve vakıfların proje geliştirmeleri, kazanç sağlamaları ve kamu ile ilişkileri, 29 Ocak 2004 tarihli 5072 Sayılı ‘Dernek ve Vakıfların Kamu Kurum ve Kuruluşları ile İlişkilerine Dair Kanun kapsamınca kısıtlanmıřtır⁵⁰⁴.

1990'lardan itibaren çeşitli rapor ve çalışma grupları aracılığıyla devletin çeşitli kademelerinde Türkiye'nin bilgi toplumundaki yerini bulması için siyasa geliştirme çalışmaları yapılmakta olsa da, merkezi olarak yönetilen bu çalışmalar, bürokratik yapılarından ötürü bu devrin sembolize ettiği hız ve etkiye ulařamamıřtır⁵⁰⁵. E-devlet uygulamaları 2000'li yıllarda ivme kazanmış, fakat Türkiye'nin bilgi toplumuna asıl girişi bu girişimlerden ziyade İnternet'in günlük hayata entegre olması ve özel sektörün abalalarıyla olmuştur. Son yıllarda müzecilik alanında da görülen yenilikler ve devlet müzelerinde süreli sergilerin sayısındaki artış da özel sektörün kültür sektörünü az da olsa canlandırmasına bağlanabilir.

Bu süre zarfında devlet müzelerinin envanter kayıtlarını otomasyonlu bir ortama geçirmemiş olması, otomasyona geçen özel müzelerin de uluslararası standartlar oluşturmamaları nedeniyle, müzeler çalışmalarını bilgi hizmeti şekline dnştrememiş ve küresel ağda yerlerini alamamıřtır⁵⁰⁶. Türkiye’de bazı önde gelen müzeler dışında sergi, yayın, vb. etkinlikler konusunda üretim çok düşük sayıda (10 yılda 1-5) kalmaktadır⁵⁰⁷.

Ülkemizde kamu müzeleri bağlamında İnternet'in ilk dönemlerinde yaygın olan sanal müze uygulamaları bile emekleme dönemindedir. Birçok devlet müzesinin günümüzde artık temel ihtiyaçlardan biri olan websitelerine dahi sahip olmadığı, İnternet teknolojilerine hakim eğitici ve çalışan kadrolarının yetersiz olduğu görülmektedir. Bugün yaklaşık 1 trilyon İnternet adresinin olduęu⁵⁰⁸, ve 1.5 milyardan fazla insanın kullandığı İnternet’te basit bir şekilde dahi varolmayan müzelerin ağdaş müzecilik iddiası tartışmaya aıktır⁵⁰⁹.

Türkiye müzelerindeki ilk İnternet uygulamalarının gelişiminin sürmemesi müzelerin veri tabanları oluşturmak doğrultusunda, enformasyon kullanımı gerekleştirilmediğindendir. Dolayısıyla verilen hizmetler müzeyi bir bilgi kurumu yapmaz. Dünya genelinde bu tür

⁵⁰⁴ N. Hanzade Uralman, “Bilgi toplumunda sanat müzelerinin rolü ve Türkiye’de sanat müzeleri için neriler”, (Yüksek Lisans Tezi, YTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006), 119.

⁵⁰⁵ **age**, 110.

⁵⁰⁶ **age**, 118.

⁵⁰⁷ İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı Kültürel Miras ve Müzeler Direktörlüğü, **age**, 169.

⁵⁰⁸ Google, “We knew the web was big”, <http://googleblog.blogspot.com/2008/07/we-knew-web-was-big.html>

⁵⁰⁹ İnternet World Stats, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

gelişmelerin gerçekleşmesi ve ulusal düzeyde çalışmalara başlanması bir anda olmasa da hızlanmıştır⁵¹⁰.

Bilgi toplumuna geçişle müzelerin, kütüphaneler gibi diğer bilgi hizmeti veren kurumlarla ortak çalışma alanlarını artırması ve işbirliğini geliştirmesi gerekliliğine rağmen, Türkiye’de ne özel müzeler, ne de devlet müzeleri ortak bir sistem oluşturma girişiminde bulunmamıştır. Oysa kültür sektöründe sosyal sermaye oluşturabilmek için, müze profesyonellerinin birbirleri arasında mesleki bilgilerini ve eğitim materyallerini paylaşabileceği bir sosyal ağa ihtiyaç vardır.

Ülkemiz müzelerinin websitesi oluşturmaları ve kitlesiyle iletişim kurmaya çalışması tabiki pozitif bir gelişmedir. Ancak bu gelişmeler çok ağır ve yetersiz kalmaktadır. Dünya müzelerinin artarak sosyalleşme ve katılıma yöneldiği bir ortamda, müzelerimizin daha ilk adımları atamamış ve İnternet’te varolmanın gerekli olup olmadığını tartışır halde olması, bu müzelerin yöneticilerinin büyük bir bölümünün, toplumdaki değişimleri yeterince takip etmediklerini göstermektedir.

Yurtdışındaki birçok müzenin kendine ait ve günlük olarak güncellenen İnternet sitesi vardır. Bu İnternet sitelerinde müzenin tüm bölümleri hakkında bilgilere, ziyaretçi bilgilerine, geçici sergilere, eğitimlerle ilgili bilgilere, koleksiyonlara ve bunlara ait detaylara veritabanı üzerinden erişmeye olanak sağlanmaktadır. Aynı zamanda müzeler yıllık raporlarını da bu siteler üzerinden toplumla şeffaf bir şekilde paylaşmakta, müze mekanlarının pazarlamasını da yapmaktadırlar. Türkiye’de de yeni çalışmalar başlamış olmakla birlikte içerik ve sunuş açısından epeyce yol kat etmek gerekmektedir⁵¹¹.

Kültür bakanlığı ve belediyelere bağlı kimi kamu müzelerinin websitesi girişimleri vardır, ancak bu sitelerde de sanal dünyanın temel kurallarından biri olan bulunabilirlik hiçe sayılmıştır. Siteler, Kültür Bakanlığı’na ait alan adlarında, bulunması ve yazılması imkansız adreslere hapsedilmiştir. Günümüzde alan adı almanın artık son derece masrafsız bir şekilde yapılmakta olduğu düşünüldüğünde bu sitelerin yeteri kadar bilgisi olmayan personel tarafından, ya da sıra savmak amaçlı yapılmış olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu siteler tarihçe, adres ve açılış kapanış saatlerini gösteren broşürler olmaktan öteye geçemezken, ilericilik adına üç boyutlu sanal turlar gibi bugün dünya çapında çağdışı kalmakta olan teknolojilerde ısrar edilmesi, İnternet’in asıl sunduğu erişim ve katılımcılık fırsatlarının ıskalanması demektir.

Kamu müzeleriyle karşılaştırıldığında daha iyi durumda olsa da özel müzelerin de ziyaretçi odaklı vizyona geçtikleri söylenemez. 1996’da Sakıp Sabancı Müzesinin

⁵¹⁰ Uralman, **age**, 118.

⁵¹¹ İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı Kültürel Miras ve Müzeler Direktörlüğü, **age**, 216.

sitesiyle başlayan İnternet yolculuğu “web üzerinde sunulan bir broşür” olarak tasarlanmıştır⁵¹². 1997’de Rahmi Koç Müzesi, ve Sadberk Hanım Müzesi’nde başlayan uygulamalar, bugün İstanbul Modern, Pera Müzesi vb. birçok özel müzenin web sitelerinde yer alsa da, bu iletişimin müzeden genele giden tek yönlü bir iletişim olduğu görülmektedir.

Özel müzelerin sanal ağlardaki varlıkları müzeler değil, müze ziyaretçileri tarafından yönlendirilmektedir. Örneğin Facebook’taki İstanbul Modern grubu müze tarafından değil ağdaki bireyler tarafından açılmış olup sergi ve etkinlik reklamı yapmanın ötesinde aktif olarak katılımcılığa yönelik bir şekilde kullanılmamaktadır.⁵¹³ Oysa ki bu grubun duvarında kullanıcılar, grubun 8300 üyesinin görebileceği şekilde reklamlarını ve duyurularını yayımlayabilmektedir. Müzenin bu alanı gerektiği gibi kullanamadığı ve potansiyeli aktif olarak değerlendiremediği gözlemlenmektedir.

Müzelerdeki bir başka temel sorun personel kalitesi ve sayısıdır. Personel alımı ve meslek içi eğitimle ilgili etkinlikler yeterli derecede değildir.

Müzeye personel alımı, devlet memurluğu sınavı ile yapılmakta ve sanat tarihi, tarih ya da arkeoloji eğitimi görmüş kişilere hak tanınmaktadır. Müzecilik yüksek lisans eğitiminin bu konuda bir etkisi olmaması, müzede gerçekleşmesi gereken pazarlama, iletişim gibi faaliyet kollarındaki eğitimlerin dikkate alınmaması da uzmanlaşmanın önündeki bir engeldir. [...] Müze çalışanlarının, devlet memuru statüsüne göre değerlendirilmesi, müze içinde gelişen uzmanlık alanlarına aykırıdır⁵¹⁴.

Bu durum müzelerin değişen iş gereksinimlerine uygun, kendini mesleki açıdan geliştirmeye istekli kalifiye eleman alımını engellemektedir. Müzelerin neredeyse tamamına yakınında tanıtım, pazarlama ve halkla ilişkiler konusunda kadrolar ve personel bulunmamaktadır. Ziyaretçi ile iletişim, çoğunlukla kapıda bilet kesen güvenlik görevlisi tarafından kurulmaktadır⁵¹⁵. İletişim ve müşteri memnuniyetinin merkeze oturduğu bu dönemde bu kabul edilemez bir durumdur.

Varolan kadroların ise kendilerini günümüz müzecilik uygulamalarına göre geliştirme konusunda sorunlar göze çarpmaktadır. Oysa ki günümüzde gerek İnternet gerek küresel seyahat imkanları sayesinde, mesleki olarak kendini geliştirme imkanı artmıştır. Mesleki bilgiler ve akademik makalelere ulaşmak, yurtdışındaki meslektaşlara ulaşmak ve sorular sormak, sanal ve fiziksel yeni sergileme

⁵¹² Uralman, **age**, 136.

⁵¹³ İstanbul Modern Facebook Grubu, <http://www.facebook.com/group.php?sid=e4a31651b15aed0a3222dbe3bffc76fb&gid=6251951315&ref=search> [06.11.2009].

⁵¹⁴ İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı Kültürel Miras ve Müzeler Direktörlüğü, **age**, 120.

⁵¹⁵ **age**, 199.

tekniklerini görmek, rapor ve bildirilere ulaşmak, konferanslara katılmak artık daha az masrafla ve daha hızlı bir şekilde yapılabilir.

Müzelerde çalışan kadroların üçte ikisinin 40 yaşın üstünde olması, gençlere yeterince fırsat verilmediğini ve toplumla müzeler arasında nesil farkı oluştuğunu gösterdiği gibi, 5-10 yıl içerisinde bu kadroların emekliye ayrılmasıyla birlikte yetmişmiş personel bulma krizinin de ortaya çıkması olasıdır⁵¹⁶.

Müzelerin, bilgi teknolojilerine vakıf, sosyal medya ve yeni teknolojiler sorumluları edinmeye ya da özel sektörde İnternet teknolojileri geliştiren ajanslarla ortaklıklar kurmaya ihtiyaç vardır. Genç nüfusu çok olan ülkemizde sosyal medya ve Web 2.0 uygulamaları konusunda bilgili bir nesil ortaya çıkmakta ve bu uygulamalar özellikle reklam, pazarlama ve bilgisayar sektöründe artarak kullanılmaktadır. Müzeler bu teknolojileri kullanmak için kendi bünyesine personel alabileceği gibi büyüyen sektördeki yaratıcı bireylerden de faydalanabilir.

Ticari alanlar için üretilen sosyal medya uygulamalarının birebir olarak müzelere adapte edilmesi müzenin misyonu, kitlesi ve beklentileriyle uymayan durumlar ortaya çıkarabildiğinden ötürü, müzelerin bu konularda uluslararası çevreleri takip eden, vizyon sahibi personele sahip olması ve teknik destek sağlayan kurumları yönlendirmesi gerekmektedir. Bu sayede kendi önceliklerini ve güçlü olduğu yönlerini ön plana çıkaracak, sosyal ağlarda müzenin sanal kimliğini oluşturacak ve sosyal web'deki varlığını aktif bir şekilde yönetebilecektir.

Bunlar gibi kronik sorunlar müzelerimizin elindeki fırsat ve potansiyelleri gerçekleştirememesine neden olmaktadır. Yapısal düzenlemeler ve zihniyet değişimi müzelerin merkezi yapılara yük bindirmeden kendilerini geliştirecek programlar üretmesini sağlayacaktır. Bu hareketlenme Türk Müzeciliği'nde bir rönesans yaratıp, 2010 öncesi ve sonrasında yeteri kadar kullanılamayan kültürel potansiyelin daha iyi değerlendirilmesine imkan tanıyacaktır.

⁵¹⁶ age, 227.

8. SONUÇ

21. yüzyılın ilk on yılında İnternet üzerinde ortaya çıkan yenilikler, günlük hayatımızı etkileyen, davranış biçimlerimizi değiştiren eylemler meydana getirmiştir. Bugün insanlar dünyanın en ücra köşelerinden bile birbirleriyle iletişim kurabilmekte, milyonlarca insan sanal ağlarda yarattıkları profillerle, eski arkadaşlarıyla bir araya gelirken, yeni arkadaşlar bulabilmektedir. Bu durumu yaratan sosyal medya teknolojileri son beş yılda hayatımızın içine geri döndürülemeyecek şekilde girmiştir. Genç nesiller için video ve fotoğraf çekip yayınlamanın, yaptıkları müzikleri paylaşmanın sıradan olduğu, enformasyona doymuş bir ortamda, bilgi edinmeye verilen dikkat aynı kaldığından dolayı, bireylere ulaşmak için büyük bir rekabet başlamıştır.

Durağan bir dünyada kültürel ve sanatsal içerik üretiminin en tepesinde yer alan Müze de, bu yeni dünyada kendini popüler kültür üreticileri ile rekabet eder halde bulmuştur. 20. yüzyıla kitleler ve kalabalıklar hakimken, 21. yüzyılda kitlelerin yerini çeşitli alanlarda ortaklık kurmak için bir araya toplanmış bireyler almaya başlamıştır. Bunun nedeni, belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelmiş toplulukların hem bireylerden, hem de yeknesak bir şekilde bir araya toplanmış kitlelerden güçlü olması ve daha fazla sosyal sermaye oluşturmalarıdır. Daha verimli ortaklıkların kurulabilir hale gelmesi dünya müzeciliğini de bu fırsatlardan yararlanmaya sevk etmiştir.

İnternet üzerinde başlayan sosyalleşme ve ağa entegrasyon sürecinde, dünya müzeleri ağa entegre olmayan enformasyonun bilgiye dönüşmeyeceğini görmüş ve başta diğer müze, galeri, kütüphaneler ile olmak üzere, eğitim kurumları, özel sektör, sivil toplum örgütleri, devlet, medya ve en önemlisi farklı kültürel topluluklarla ilişkilerini ayarlama ve beraber çalışma çabasına girmiştir. İnternet'in mekan ve zaman algısını değiştirmesi ile birlikte yerel hareket edip küresel düşünen kurumlar sosyal ağlar ve iletişim teknolojileri sayesinde sadece yerel topluluklarla değil, uluslararası kurum ve ziyaretçilerle ortaklıklar geliştirebilir hale gelmiştir.

Sosyal medyanın sunduğu ücretsiz yayıncılık ve iletişim imkanı, bu yönde bir vizyona sahip olan, kitlelerle iletişim kurmaya çalışan müzeler için, sadece yaratıcılıklarıyla sınırlanan teknik imkan sağlamıştır. Bu değişimi hayata geçirebilmek için aşılması gereken engeller vardır. Bu nedenle değişen iletişim modelleri, genç kitleleri müze içeriğiyle ilişkilendirme, kitleleri bilgi paylaşımına yönlendirme gibi konular, halihazırda akademik çevrelerde tartışılmaktadır. Müzelerde sosyal medya kullanımı tüm dünyada henüz ilk adımlarını atmaktadır.

Dünyadaki sosyal değişimin önünde yer alan temel engel, daha önceki düzenin uygulayıcılarının bu gelişmelere önayak olmak yerine, değişime karşı çıkmasıdır. Birçok müzenin koleksiyonlarını ve kaynaklarını halka açmak, küratöryel süreçleri halkla paylaşmak veya müzenin etkinliklerinde halka söz hakkı vermek gibi eğilimleri hala yoktur. Bu müzelerde ziyaretçilerin müze ile olan etkileşimlerinde baskın olan taraf müzedir ve bu tip etkileşimler yönetimlerin gözünde müzenin otoritesini zayıflatacak etkinliklerdir.

Müze profesyonellerinin ve dahası tüm alanlardaki profesyonellerin kitlelerle yeni ilişkiler kurmasının önündeki engelin, kontrolü kaybetme korkusu olduğu görülmektedir. Yüzyıllardır, enformasyonun ve bilginin hakimi olan zümreler, enformasyonun geniş kitlelerin kullanımına açıldığı, ziyaretçilerinin koleksiyonlardan etkilenecek kendi hikayelerini anlattığı, kendi yorum ve koleksiyonlarını yaptığı bir ortama şüpheyle yaklaşımları doğaldır. Oysaki dünyada bu durumun müze profesyonellerinin uzmanlık alanlarını etkilemediği, tam tersine yaratıcı ve şeffaf ortamların enformasyon tekellerini kırmak ve müze ile sağlıklı bir ilişki kurmak için faydalı olduğu gözlemlenmektedir.

Sosyal medya kullanımı dünya çapında isim sahibi olan MOMA, Metropolitan ve Victoria & Albert gibi son derece saygın ve köklü yapıların katılımlarıyla yürümektedir. Bu teknolojiler aracılığıyla varolan gönüllü işgücü ve bedava teknolojileri kullanan projeler üretilmesi, yeniliklere pek de açık olmadığı yönünde eleştirilen müzelerde bile köklü reformların kolayca yapılabilmesini sağlamıştır.

Dünyada tartışılan bir başka konu ise müzelerin bilgiye erişimi ücretsiz hale getirmesinin önündeki engellerdir. Web'in enformasyonu, yazarlık ve telif hakları gibi formel kontratlar aracılığıyla dağıtmıyor olması, müzelerin ellerinde bulunan enformasyonu paylaşması yönünde sorunlar yaratmaktadır. Ancak halihazırda var

olan telif hakları kanununun bugün müzik ve sinema sektörlerinde bilginin akışını engelleyemediğini ve bilginin bu tip engellerin etrafından dolaşarak akmaya devam ettiğini görmekteyiz. Daha önce bahsedilen Creative Commons gibi alternatif lisans tipleri daha esnek ama etkili kontratlarla bilgiyi korurken yaratıcılığın da önünü açmaktadır.

Benzeri sorulara verilebilecek genel geçer cevaplar yoktur. Bu sorunlar her müzenin kendi özel konumuna göre test edilmeli ve eğer bu sorunlar sadece korkulardan değil gerçek sebeplerden ötürü ortaya çıkmışsa her müze kendisine uygun çözümleri üretmelidir. Ortaya çıkan yeni durumları analiz etmeyi reddetmek ve geçmişteki uygulamaları sorgulamamak Müze'nin eski ve miadını doldurmuş yöntemleri ve sosyal değerleri sürdüren, hantal, içe kapanık ve gereksiz bir kurum haline gelmesine neden olacaktır.

Ülkemizdeki tabloya baktığımızda, belli başlı bir kaç müze dışında ilgisizlikle boğuşmakta olduğunu görmekteyiz. Kitlelerin günlük hayatında yerini alamayan; topluluklar için önemini onlara anlatamayan müzeler, bu sarmalın içine giderek daha fazla düşmektedir. Bu durumun nedenleri daha önce yapılan rapor ve araştırmalarla defalarca belgelenmiş olsa da, burada da bu kemikleşmiş sorunları hatırlatmak faydalı olacaktır.

Türkiye Müzeleri'nin sıkıntılarının ana kaynağı bir önceki bölümde vurgulandığı gibi Kültür Bakanlığı ve genel olarak devletin, merkeziyetçi, hiyerarşik ve bürokratik yapısının bilgi toplumunun hız, şeffaflık, akışkanlık gibi en temel özelliklerine ters düşmesinden kaynaklanan sıkıntıların tezahürüdür.

Müzeciliğin ağ topluma uyumu aşamasında, merkeziyetçi zihniyette çok önemli bir paradigma değişikliği gerekmektedir. Türk müzeciliğinin çağdaş müzecilik uygulamalarından faydalanabilmesi için merkezden gelen yönerge ve yönetmeliklerle değil, her müzenin kendi ihtiyaçları ve hedefleri doğrultusunda özerk stratejilerle yönetilmesi gerekmektedir.

Müzelerin çevre ile etkileşimini sağlamak, sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapmak, müzecilik konusunda gelişen etik değerler, vb gibi müze konusunda alınacak kararların “çoklu düşünce süreçlerinde” belirlenmesi ve Türkiye Müzeciliği'nin ziyaretçinin merkezde bulunduğu iletişim yöntemlerine geçmesi gerekmektedir. Tez boyunca örneklendiği gibi sosyal medya uygulamaları

bu durumu daha az kaynak harcanarak, daha sürdürülebilir bir şekilde yapmak için bulunmaz bir fırsattır.

Kullanıcıları aktif olarak katılıma yönlendiren siteler kurulurken, aynı zamanda toplumun genelinde halihazırda kullanımda olan sosyal ağlar da değerlendirilmelidir. Bugün ilköğrenim ve lise öğrencileri bile Facebook, Myspace gibi sosyal ağlarda yer almıştır. Müzelerin bu alanlarda varolması ve genç kitlelerle iletişime geçmesi gerekmektedir.

Müzelerimizin nesne odaklı vizyondan ziyaretçi odaklı vizyonlara henüz geçmemiş olmasından ve toplama, koruma ve sergileme işlevleri dışında kalan eğitim ve iletişim işlevlerini yerine getirememesinden ötürü sosyal müzecilik ve sosyalleşme bilincinin etkilerinin Türkiye'de henüz hiç görülmemiş olduğu söylenebilir. Oysa ki son on yılda İnternet'te gerçekleşen sosyalleşme hareketi çeşitli boyutlarda yansımalar bulmuş ve yaygınlaşmıştır. Türkiye'de İnternet kullanıcısı 2008 yılında 26 milyona ulaşmış, Facebook'da kayıtlı Türk kullanıcısı 2009'da 13 milyona çıkmış ve Facebook'daki en büyük üçüncü nüfusu oluşturmuştur.

Günümüzde dünyada ziyaretçi ve pazar araştırmalarının önemi yadsınamaz. Ziyaretçilerinin kim olduğunu, profillerini, mesleklerini ve ilgi alanlarını anlamak ve müzenin nasıl reklam yapması, hangi grupların hedeflemesi gerektiğini belirlemek için müzelerin pazar araştırması yapması gerekmektedir. Bu araştırmaların İnternet boyutu, ziyaretçilerin bulunduğu sosyal ağların tespit edilmesi ve bu ağların etkin kullanımıyla gerçekleştirilmektedir. Bu sayede eğitsel ve sosyal etkinliklere katılımı artış yakalanabileceği ve daha fazla gelir elde edebileceği ortadadır.

Sanat Müzeleri, sanatçılar, sanat tarihçileri, sanatseverler, yazarlar, tasarımcılar, koleksiyoncular ve genel müzesever kitleleri bir araya getirecek, tartışma ve bilgi paylaşma ortamlarının hem sanal hem fiziksel olarak kurulmasına önayak olunmalıdır. Crowdsourcing etkinlikleri ile zaman ve maddi kaynak eksikliğinden dijital ortama aktarılamayan bilgiler veya yapılamayan çalışmaların daha çok kişiye yayılarak, hızlı bir şekilde hayata geçirilmesi sağlanmalıdır. Dünyada çokça örneği görülen konuşmalar, film, tiyatro, müzik ve görsel sanatları bir araya getiren, kültürel çeşitliliği kutlamaya yönelik festivaller düzenlenerek, müzelere farklı kültür ve sosyal statülerden kişileri çekmek mümkündür. Sabancı Müzesi ve İstanbul Modern Müzeleri'nin bu tip etkinliklere ev sahipliği ettikleri bilinmektedir.

Ülke genelinde kurulabilecek bir kültürel erişim ağı sayesinde, müze profesyonellerinin birbirleri arasında mesleki bilgi içeren bilgiler paylaşabileceği ve kendilerini geliştirebileceği alanlar yaratılmaktan çekinilmemeli aksine, sosyal medyanın sunduğu hali hazırda varolan sosyal iletişim ağlarının kullanılması ve gelişmiş teknolojilerden yararlanarak ağın geneline entegre olunması sağlanmalıdır.

Bu çalışmaların geliştirilmesi, müzelerin proje üretimine ve AR-GE çalışmalarına öncelik vermesi ile mümkün olacaktır. Bu nedenle proje gerçekleştirebilecek kişilerle müzenin diyalogunun iyi olması ya da bu kişileri kadrosunda bulundurması ile mümkündür.

Müzelerimizin bu devrimden yararlanmak için yaratıcı fikirlerden korkmaması, gençlere imkan tanınması; yenilikçiliği ve risk almayı cesaretlendirmeyen hiyerarşik idare biçimlerini terk edip yeni çağdaki sosyalleşme hareketine ayak uydurması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AAM : Center for the Future of Museums. **Museums & Society 2034 : Trends and Potential Futures**. 2008. <http://aam-us.org/upload/museumssociety2034.pdf> [05.05.09].
- Acevedo, Manual. "Network Capital: an Expression of Social Capital in the Network Society". **The Journal of Community Informatics**. c. 3. s. 2. (2007): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/267/317> [06.06.09].
- Adler, Paul S. Kwon Seok-Woo. "Social Capital: Prospects for a new concept", **Academy of Management Review**, c. 72. s. 1. (2002): 17-40
- Adams, Dan. Arlene Goldbard. "Community, Culture and Globalization". http://www.communityarts.net/readingroom/archivefiles/2002/01/community_cultu_1.php [04.10.2009].
- Altay, Asuman. "Bir kamu malı olarak sosyal sermaye ve yoksulluk ilişkisi", **Ege Akademik Bakış**, c. 7, s. 1 (2007): 337-362.
- Anderson, Benedict. **Hayali Cemaatler**. 3. bs. İstanbul: Metis, 2004.
- Anderson, Maxwell L. "Introduction". **The Wired Museum**, ed. Katherine Jones-Garmil. ABD: AAM, 1997. 11-35.
- Ansal, Hacer. "Geçmiş ve Gelecekte Ekonomik Gelişmede Teknolojinin Rolü", **Teknoloji**, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği, 2004
- Arnold, Michael. "The concept of community and the character networks", **The Journal of Community Informatics**, c.3. s.2. (2007): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/327/315> [05.05.09].
- Artan, E. Çiğdem. "Consuming in Museums: Visitor Behaviours in Postmodern Era". **International Journal of the Humanities**, c. 6, s. 7 (2008).
- Arrington, Michael. "Three Billion Photos at Flickr", <http://www.techcrunch.com/2008/11/03/three-billion-photos-at-flickr/> [01.04.09].
- Aswalap, Joy. "Information Society development in Thailand, **First Monday**, c. 10, s.10 (2005): <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1285/1205> [05.05.09].

- Atagök, Tomur. “Çağdaş Müzeciliğin Anlamı; Müze ve İlişkileri”, **Yeniden Müzeciliği Düşünmek**, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi, 1999.
- Atılğan, Doğan. “İletişim Teknolojileri Çağında Değişen Bilgi Hizmetleri”. 1. Uluslararası Bilgi Hizmetleri Sempozyumu, 25-26 May 2006. (İstanbul, 2006)
- Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı, **Genel Teklif Çağrısı 2009 güncellemesi**, http://www.ua.gov.tr/lp2009/uploads/LLP_2008-2010_Genel_Teklif_Cagrisi_2009_Guncellemesi_TURKCE.pdf [08.01.09].
- Bacon, Barbara Schaffer, Pam Korza, Patricia E. Williams, Giving Voice: A Role for Museums in Civic Dialogue
- Baekdal, “Where is everyone?”, <http://www.baekdal.com/articles/Management/market-of-information/>
- Baker, Tracey, Joe Hoover, Rose Sherman. “Collaborative History - Creating (and Fostering) a Wiki Community . **Museums and the Web 2009** <http://www.archimuse.com/mw2009/papers/baker/baker/.html>
- Barbrook, Richard. "The High-Tech Gift Economy", http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors3/barbrooktext2.html
- Bassett, Caroline. “New Maps for Old?: The Cultural Stakes of '2.0'”. **Fibreculture Journal** s. 13. http://journal.fibreculture.org/issue13/issue13_bassett.html [05.10.2009].
- Bell, Daniel. **The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting**, (İngiltere: Heinemann (1974): 127 (Aktaran: http://www.technology-essays.com/essays/bells_post_industrial_society_essay.htm#top [05.10.09].
- Benhamou, Françoise. Nathalie Moureau. "From Ivory Towers to Museums Open to the Community: changes and developments in France's cultural policy". **Museum International**. c. 58. s. 232 (UNESCO, 2006): 21-28
- Benkler, Yochai. **The Wealth of Networks**. Amerika: Yale University Press, 2006.
- Besser, Howard. The Transformation of the Museum and the way it's perceived. **The Wired Museum**, ed. Katherine Jones-Garmil. ABD: AAM, 1997. 153-171.
- Berthling, Jenny. Anna Engquist. "Transcending The Boundaries Of The Museum". **Museums and the Web 2007**. <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/berthling/berthling.html> [05.09.09].
- Bode, Leticia. “Social Networking Sites, Social Capital, and Political Participation”. http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/6/5/9/4/pages265941/p265941-9.php [03.12.09].

- Bogue, Ronald. **Deleuze and Guattari**, (İngiltere: Routledge (1989): (Aktaran Arnold, Michael. "The concept of community and the character networks", **The Journal of Community Informatics**, c.3. s.2. (2007): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/327/315> [05.05.09].
- Bray, Paula. "Open Licensing and the Future for Collections". **Museums and the Web 2009**, <http://www.archimuse.com/mw2009/papers/bray/bray.html> [09.15.09].
- Breitenstein, Mikel. "Push and Pull in The Attention Economy, **American Society for Information Science and Technology**. 2007. http://dlist.sir.arizona.edu/2063/01/Breitenstein-Attention_Economy-Sept07woillus.doc [05.10.09].
- Bruce, Chris. "Spectacle and Democracy: Experience Music Project as a Post-Museum", ed. Janet Marstine, "Introduction", **New Museum theory and practice**, (ABD, Blackwell, 2006)
- Candlin, Fiona. Margaret O'Brien. "Lifelong learning in museums: a critical appraisal". <http://eprints.bbk.ac.uk/754/>
- Capozzi, Marla. "Knowledge Management Architectures Beyond Technology", **First Monday**. c. 12. s. 6 (2007): http://firstmonday.org/issues/issue12_6/capozzi/index.html [06.18.09].
- Castells, Manuel. "Information technology, Globalization and Social Development". UNRISD Paper, s. 114, (Eylül 1999)
- Castells, Manuel. "Materials for an exploratory theory of network society", **British Journal of Sociology**, c. 51. s. 1 (Ocak/Mart 2000) London School of Economics, http://www.georgetown.edu/faculty/irvinem/CCT510/Sources/Castells-Theory_of_Network_Society-2000.pdf
- Castells, Manuel. "The culture of the Internet", <https://www.wiki.ed.ac.uk/display/IandS/Castells,+The+Culture+of+the+Internet+-+Ksenia> [05.03.2009].
- Castells, Manuel. **The Internet Galaxy**, İngiltere: Oxford University Press, 2001.
- Castells, Manuel. **The Rise of the Network Society**, İngiltere: Wiley-Blackwell, 2000
- Castells, Manuel. "Informationalism, networks, and the network society: a theoretical blueprint". **The Network Society**. ed. Manuel Castells, İngiltere: Edward Elgar, 2004. 3-45.
- Center for Social Media, Public Media 2.0 : Dynamic, Engaged Publics. Şubat 2009 <http://www.centerforsocialmedia.org/documents/whitepaper.pdf>

- Chan, Sebastian - Jim Spadaccini, "Radical Trust: The State of the Museum Blogosphere", **Archives & Museum Informatics: Museums and the Web 2007**
- Chan, Sebastian. "On Platform Power: Museums, Authority, Digital Culture". <http://www.powerhousemuseum.com/dmsblog/index.php/2008/10/15/on-platform-power-museums-authority-digital-culture> [09.10.09].
- Cole, Bruce. "The Humanities in the Digital Age". **First Monday**. c. 13. s. 8 (2008): <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2216/2015>
- Committee of Inquiry into the Changing Learner Experience, "Higher Education in a Web 2.0 World", İngiltere, 2009. <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/publications/heweb20rptv1.pdf> [04.01.09].
- Conner Prairie Müzesi, "<http://www.connerprairie.org/Plan-Your-Visit/Special-Events/Follow-the-North-Star.aspx>", [09.12.09].
- "Core business of a museum", **Museum Marketing Blogu**, <http://www.museummarketing.info/2008/10/core-business-of-a-museum/>
- Cordell, Arthur. Paula Romanow. "Community Networking and Public Benefits". **The Journal of Community Informatics**, c. 2. s. 1 (2005): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/238/201> [03.11.09].
- Coté, Francis. Philippe Dube. "Museum, Motion and Emotion in the City", UNESCO, 2006.
- Coté, Mark. Jennifer Pybus. "Learning to Immaterial Labour 2.0". **ephemera**, c. 7. s. 1 (2007): <http://www.ephemeraweb.org/journal/7-1/7-1cote-pybus.pdf> [09.15.09].
- Croft, Charlene. "Twitter FAQ for Sociologists", <http://charlenecroft.wordpress.com/2009/06/15/twitter-faq-for-sociologists/> [08.12.09].
- Daly, Siobhan. "Social Capital and the Cultural Society". http://www.lse.ac.uk/collections/CCS/pdf/Social_capital_and_the_cultural_sector.pdf [06.12.09].
- Darnton, Robert. "The Library in the New Age". **The New York Review of Books**. c. 55. s. 10 (2008): <http://www.nybooks.com/articles/21514> [05.14.2009].
- Davenport, Thomas H, John C. Beck. **The Attention Economy**, Amerika: Harvard Business School Press, 2001.
- DCMS, "Understanding the Future: Museums and 21st Century Life", 2005, http://www.culture.gov.uk/reference_library/consultations/1186.aspx/

- Deiser, Patricia, and De Keijzer, Vincent. Down To Earth: Social Media and Institutional Change. **Museums and the Web 2009: Proceedings. Toronto: Archives & Museum Informatics**, (2009):
<http://www.archimuse.com/mw2009/papers/deiser/deiser.html> [06.09.2009].
- De la Torre, Graciela. "The Post Museum Paradox", **7. UMAC Konferansı**, 19-24 Ağustos 2007 (Viyana, 2007). http://publicus.culture.hu-berlin.de/umac/pdf07/DeLaTorre_07.pdf [06.09.2009].
- Devlet Planlama Teşkilatı. **Hayatboyu eğitim veya örgün olmayan eğitim özel ihtisas komisyonu raporu**. Ankara, 2001.
- Diamond, Sara. "Participation, Flow, and the Redistribution of Authorship". The Challenges of Collaborative Exchange and New Media Curatorial Practice. **Museums and the Web 2005**.
<http://www.archimuse.com/mw2005/papers/diamond/diamond.html> [06.09.2009].
- Dibbell, Julian. "Future of Social Media: Is a Tweet the New Size of a Thought?". http://www.wired.com/dualperspectives/article/news/2009/06/dp_social_wired [07.07.09].
- "Digital overload is frying our brains". **Wired Science**.
<http://blog.wired.com/wiredscience/2009/02/attentionlost.html>
- Digital Resources for the Humanities and Arts 2008 blogu, "Putting information support in context". <http://drha08.blogspot.com/2008/10/putting-information-support-in-context.html> [06.11.09].
- Dodd, J. Sandell R. Including Museums perspectives on museums, galleries and social inclusion. Research Centre for Museums and Galleries University of Leicester 2001. <http://www.le.ac.uk/museumstudies/research/Reports/Including%20museums.pdf> [05.16.09].
- Dönmez, Burhanettin. Mehmet Sincar. "Avrupa Birliği sürecinde yükselen ağ toplumu ve eğitim yöneticileri", **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, c.7. s.24. (2008): <http://www.e-sosder.com/dergi/24001-019.pdf> [03.21.09].
- ECCOM European Centre for Cultural Management and Organization (İtalya), Lifelong Learning in Museums. A European Handbook. ed. Kirsten Gibbs, Margherita Sani, Jane Thompson, İtalya: EDISAI srl, 2006.
http://www.ibr.regione.emilia-romagna.it/wcm/ibr/menu/attivita/07formaz/formdidat1/didamus/par1/materiali/par1/llml_en.pdf [04.17.09].
- Edwards, Bob. Michael Foley. "Social Capital and Civil Society beyond Putnam". 1998. <http://arts-sciences.cua.edu/pol/faculty/foley/putnam2.htm> [02.12.2009].

- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. **Journal of Computer-Mediated Communication**. c. 12. s. 4. (2007): <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> [04.12.2009].
- Etzioni-Halevy, Eva. **Social Change**. İngiltere: Routledge, 1981.
- Etzioni-Halevy, Eva. **Bureaucracy and Democracy**. İngiltere: Routledge, 1983.
- Ferreira, S.D.M. Marcos Neto. "Knowledge management and social learning: exploring the cognitive dimension of development". **KM4Dev.org** c. 1, s. 3, (2005), <http://journal.km4dev.org/index.php/km4dj/article/view/35>
- Field, John. "Social capital and lifelong learning". The encyclopedia of informal education, 2005, http://www.infed.org/lifelonglearning/social_capital_and_lifelong_learning.htm [04.26.2009].
- Franck, Doro, Franck, Georg. "The Economy of Attention". http://www.alamut.com/subj/economics/attention/frank_discussion.html [06.04.2009].
- Galloway, Alexander R. Thacker, Eugene. **The Exploit: A Theory of Networks**. Electronic Mediations. Amerika: University of Minnesota Press, 2007.
- Gates, Christopher T. "The Civic Landscape", **Mastering Civic Engagement**, AAM. 2002
- "Globalization 101", <http://www.globalization101.org/> [05.10.2009].
- "Gmail and Flatness", <http://www.beelerspace.com/index.php?p=806>
- Goldhaber, Michael. "Attention Economy and the Net - Part II". <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/6/6202/1.html> [05.10.2009].
- Goldhaber, Michael. "The Attention Economy and the Net", **First Monday**, c. 2, s. 4 (1997): <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/519/440> [05.10.2009].
- Goldhaber, Michael. The Value of openness in an attention economy, **First Monday**, c. 11, s. 6 (2006): <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1334/1254>
- Goldman, Karla. Museums in Cyberspace. <http://www.ujc.org/page.aspx?id=7757> [05.10.2009].
- Google, "The Prado in Google Earth", <http://www.google.com/intl/en/landing/prado/>
- "Google Earth brings masterpieces". **Guardian Gazetesi**. <http://www.guardian.co.uk/world/2009/jan/13/spain-art>

- “Google Earth launches online Prado art gallery”. **Telegraph Gazetesi**.
<http://www.telegraph.co.uk/culture/art/4229375/Google-Earth-launches-online-Prado-art-gallery.html>
- “Google Earth takes on Prados Masterworks”, **Time Dergisi**.
<http://www.time.com/time/arts/article/0,8599,1871656,00.html>
- Gopnik, Adam. “The Mindful Museum”, **Museum News**. (Kasım/Aralık 2007).
<http://www.aam-us.org/pubs/mn/mindfulmuseum.cfm> [05.10.2009].
- Grabill, J.T. ve diğ. “Take Two: A Study of the Co-Creation of Knowledge on Museum 2.0 Sites”. **Museums and the Web 2009**.
<http://www.archimuse.com/mw2009/papers/grabill/grabill.html> [05.19.2009].
- Griffiths, Jose-Marie, Donald W.King, Sarah E. Aerni. “The Use, Usefulness and Value of Museums in the U.S”, **Museums and the Web 2007**.
<http://www.archimuse.com/mw2007/papers/griffiths/griffiths.html>
- Greenfield, Adam. “The Elements of Networked Urbanism”
<http://speedbird.wordpress.com/2009/03/22/the-elements-of-networked-urbanism/>
- Gurian, Elaine Heumann. **Civilizing the Museum**. İngiltere: Routledge, 2006.
- Gurstein, Michael. E-Governance and Community Informatics. **The Journal of Community Informatics**, c. 4. s. 2 (2008):
<http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/505/412> [07.13.2009].
- Hampton, Keith N. "Networked sociability online, off-line", **The Network Society**, ed. Manuel Castells. İngiltere: Edward Elgar, 2004. 217-232.
- Hermann, Guy. Shortcuts to Oz: Strategies and Tactics for getting museums to the emerald city. **The Wired Museum**, ed. Katherine Jones-Garmil. ABD: AAM, 1997. 65-93.
- Hinerman, Stephen. “Star Culture”. **Culture in the Communication Age**. ed. James Lull, (İngiltere: Routledge, 2001): 193-211.
- Hinton, Andrew. “The Machineries of Context”, **Journal of Information Architecture**, c.1. s. 1 (2009). <http://journalofia.org/volume1/issue1/04-hinton/jofia-0101-04-hinton.pdf> [05.10.2009].
- Hirzy, Ellen. “Mastering Civic Engagement: A Report from the American Association of Museums”. **Mastering Civic Engagement: A Challenge to Museums**. ABD: AAM, 2002. 9-23.
- Hoffmann, Peter. Michael Herczeg. “Attraction by Interaction: Wiki Webs As A Way To Increase The Attractiveness Of Museums' Web Sites”, **Museums and the Web 2005**, <http://www.archimuse.com/mw2005/papers/hoffmann/hoffmann.html> [04.29.09].

- Hooper-Greenhill, Eilean. **Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance.** İngiltere: Routledge, 2007.
- Hooper-Greenhill, Eilean. 'The Museum in the Disciplinary Society', **Museum Studies in Material Culture**, Leicester, Leicester University Press, 1989
- Hooper-Greenhill, Eilean. "Training for Cultural Change in Museums".
http://www.hlf.org.uk/NR/rdonlyres/586C64BD-39E5-4E4F-B055-97566EDA8751/0/needs_training.pdf [09.03.09].
- Howe, Jeff. "The Rise of Crowdsourcing"
<http://www.jr.co.il/articles/the-rise-of-crowdsourcing.txt>
- ICOM, **Code of Ethics for Museums**, <http://icom.museum/ethics.html#section5>
- IUCN The World Conservation Union, **The Future of Sustainability.** Ocak 2006.
http://cmsdata.iucn.org/downloads/iucn_future_of_sustainability.pdf [04.03.09].
- "In Transparency, we trust?"
http://www.ncoc.net/index.php?tray=content_blog&tid=top14&cid=2gp1
- İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı Kültürel Miras ve Müzeler Direktörlüğü. **Türkiye Müzeleri İçin Yönetim ve İşletim Modeli Öneri Raporu Projesi : Durum Analizi Raporu.** İstanbul, 2009.
- Jackson, Maria-Rosario. "Coming to the Center of Community Life". **Mastering Civic Engagement: A Challenge to Museums.** ABD: AAM, 2002: 29-37.
- Jarche, Harold." The knowledge economy is the trust economy",
<http://www.jarche.com/2007/09/the-knowledge-economy-is-the-trust-economy/>
- Juris, Jeffrey S. "Networked social movements: global movements for global justice", **The Network Society**, ed. Manuel Castells
- Jones-Garmil, Katherine. "Laying the Foundation", **The Wired Museum**, ed. Katherine Jones-Garmil. ABD: AAM, 1997: 35-65.
- Joseph Rowntree Foundation. Regeneration in European cities: making connections.
<http://www.jrf.org.uk/publications/regeneration-european-cities-making-connections> [06.05.09].
- Keene, Suzanne. "All that is solid? Museums and the postmodern". **Public Archaeology.** c. 5. s. 3. (2006):
<http://www.suzannekeene.info/articles/pomo/pomo-pubarch.pdf> [08.06.09].
- Kelly, Kevin . "Increasing Returns", **New Rules for the New Economy**,
<http://www.kk.org/newrules/newrules-2.html> [06.10.2009].

- Kelly, Kevin. "The New Socialism: Global Collectivist Society is Coming Online", http://www.wired.com/culture/culturereviews/magazine/17-06/nep_newsocialism?currentPage=all [06.10.2009].
- Kelly, Kevin. "The Surest Way to Smartness". <http://www.kk.org/newrules/blog/2009/02/the-surest-way-to-smartness-is.php> [03.20.09].
- Kerschberg, Larry. Hanjo Jeong, "Just-in-Time Knowledge Management", http://eceb.gmu.edu/pubs/JIT_KM_Kerschberg_Jeong.pdf, 2. [05.16.09].
- Kettani, Driss, Michael Gurstein, Asmae Elmahdi. "eFez: Local Good Governance Outcomes in a developing world context". **The Journal of Community Informatics**, c. 4, s. 2 (2008) <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/448/410> [06.10.2009].
- Kevük Süleyman, "Bilgi Ekonomisi", <http://bilgiekonomisi.googlepages.com/bilgiekonomisi.pdf> [06.09.2009].
- Kiper, Mahmut. **Teknoloji**, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği, 2004,
- KMWorld Blogu, Rise of the knowledge librarian. <http://www.kmworld.com/Articles/Column/Future-of-the-Future/The-future-of-the-future-Rise-of-the-knowledge-librarian--52362.aspx>
- Knowledgeworks Foundation. "2020 Forecast: Creating the Future of Learning". <http://www.futureofed.org/forecast/> [05.10.2009].
- Kocadaş, Bekir. (2002) "Bilginin Gücü Ve Medya". Görsel Medya ve Şiddet Kültürü. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Aktaran Atılğan age.)
- Koh, Cheun-Ferng. Internet: Towards a Holistic Ontology". <http://www.mcc.murdoch.edu.au/ReadingRoom/VID/jfk/thesis/ch1.htm> [06.09.2009].
- Koper, Rob, Colin Tattersall. "New directions for lifelong learning using network Technologies". **British Journal of Educational Technology**. c. 35, s. 6, 689-700.
- Krebs, Valdis. Holley J. "Building Smart Communities through Network Weaving". <http://www.orgnet.com/BuildingNetworks.pdf> [03.06.2009].
- Krosski, Ellyssa. "Authority in the Age of the Amateur". <http://infotangle.blogspot.com/2006/02/20/authority-in-the-age-of-the-amateur/>
- Kvasny, Lynette. Nancy Kranich. Jorge Reina Schement. "Communities, Learning and Democracy in the Digital Age", **The Journal of Community Informatics**, c. 2. s. 2. (2006): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/341/247>.

- Landow, George P. **Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology**. ABD: Johns Hopkins University Press, 1992.
- Lazzaratto, Maurizio. "Gayri-maddi emek", **Muhtelif**, s. 4 (Güz 2008)
- Leadbeater, Charles. "Social software for social change", 2007.
http://www.charlesleadbeater.net/cms/xstandard/social_software.pdf [05.04.09]
- Logan, William. "Museums, Community Identity and Urban Heritage", **Cities and Museums: Local and Global Challenges Forum**, 3 Eylül 2004,
<http://www.deakin.edu.au/arts-ed/chcap/chcap-news/brisbane-cities-museums-sept04.pdf>
- Longford, Graham. "Community Networking and Civic Participation: Surveying the Canadian Research Landscape", **The Journal of Community Informatics**, c. 4. s. 2 (2008): <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/254/409> [05.17.2009].
- Looseley, Rhiannon . Frankie Roberto. "Museums & Wikis: Two Case Studies". **Museums and the Web 2009** <http://www.archimuse.com/mw2009/papers/looseley/looseley.html> [05.19.2009].
- LORD Kültürel Kaynak Planlama ve Yönetim, "Museums and Sustainability: Economy, Culture and Community".
http://www.lord.ca/Media/Artcl_MSustainability-EconomyCultureComm-GL-Irish.pdf
- Luoma-aho, Vilma. David Nordfors. "Attention and Reputation in the Innovation Economy", 4, <http://www.innovationjournalism.org/archive/injo-6-2.pdf> [06.01.2009].
- Lull, James. "Superculture for the Communication Age". **Culture in the Communication Age**. ed. James Lull. İngiltere: Routledge, 2001: 132-163.
- Lyotard, Jean-Francois. "The Postmodern Condition: A Report on Knowledge".
<http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/lyotard.htm> [05.10.2009].
- Mac Keith, Lucy. **Embracing cultural diversity and social inclusion**. İngiltere: South West Museums, Libraries and Archives Council, 2003.
- Marstine, Janet. "Introduction". **New Museum theory and practice**. ed. Janet Marstine. ABD: Blackwell, 2006: 1-36.
- Martin Prosperity Institute, "Ontario in the creative age report",
<http://martinprosperity.org/research-and-publications/publication/ontario-in-the-creative-age-project> [07.24.09].
- Mashable Blogu, "The Web in Numbers", <http://mashable.com/2009/04/17/web-in-numbers-social-media/>

Mathur, Saloni. "Museums and Globalization". **Anthropological Quarterly**. c. 78. s. 3 (Yaz 2005): 697-708.

Mayor, Federico. "1985 15. ICOM Genel Konferansı konuşması".
<http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000840/084007Eo.pdf> [09.20.09].

Mc Calman, Iain. "Museum & Heritage Management in the new economy".
http://www.anu.edu.au/hrc/publications/hr/issue1_2001/download/mccalman.pdf [05.22.2009].

McKendrick, J. Enterprise 2.0 : Innovation is the name of the game,
<http://blogs.zdnet.com/service-oriented/?p=1422> [05.10.2009].

McKibben, Bill. **Deep Economy: The Wealth of Communities and the Durable Future**. ABD: Times Books, 2007.

"McKinsey Global Survey Results", McKinsey Quarterly,
http://www.mckinseyquarterly.com/Business_Technology/BT_Strategy/How_companies_are_benefiting_from_Web_20_McKinsey_Global_Survey_Results_2432 [09.14.09].

McLean, Fiona. **Marketing the Museum**. İngiltere: Routledge, 1996.

Mc Luhan, Marshall. **Understanding Media**. İngiltere: ARK PAPERBACKS, 1964.

Merriman, Nick. "Müzeler koleksiyonlar için mi, insanlar için mi?", **Müzecilikte Yeni Yaklaşımlar**, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları, 2000: 69-80.

Mossberger, Karen. Caroline J. Tolbert. Ramona S. McNeal. "Excerpts from Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation". **First Monday**. c. 13 s. 2 (2008): <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2131/1942> [05.24.2009].

Muhlberger, Peter. "Human agency and the revitalization of the public sphere." **Political Communication**, s. 22 (2005): 163-178.

"Museum Lovers' social networking". **BBC News**.
http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/education/7902323.stm

"Musings on Cultural Organisations and Tourism".
<http://nlablog.wordpress.com/2008/12/03/musings-on-cultural-organisations-and-tourism/> [05.22.2009].

Museums and Sustainable Communities. The Working Group on Museums and Sustainable Communities 2003.

"Musings on Cultural Organisations and Tourism". **Social Media and Cultural Communication blogu**. <http://nlablog.wordpress.com/2008/12/03/musings-on-cultural-organisations-and-tourism/>

New Curator Blogu, Museum's Most Important Function Part II,
<http://newcurator.com/2009/01/museums-most-important-function-part-ii/>

Noland Mariam C. Katie M. Goatley. "How community foundations can help museums fulfill their civic missions", **Mastering Civic Engagement: A Challenge to Museums**. ABD: AAM, 2002: 50-52.

NY Times, In Web Age, Library Job Gets Update ,
http://www.nytimes.com/2009/02/16/books/16libr.html?pagewanted=2&_r=1&src=SkimME#

O'Sullivan, Maureen. "Creative Commons and contemporary copyright", **First Monday**, c. 13, s. 1 (2008) <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2087/1919>

Orsi, Cosima. "Knowledge Based society, peer production and the common good", **Capital & Class** (2009), <http://www.thefreelibrary.com/Knowledge-based+society,+peer+production+and+the+common+good.-a0194549142> [05.10.2009].

Özçağlayan, Mehmet. **Yeni İletişim teknolojileri ve değişim**, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1998

Pachter, Marc. Charles Landry. "Culture at the Crossroads".
<http://www.charleslandry.com/index.php?l=download&i=29> [07.12.09].

Portes, Alejandro, "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology", 1998, <http://www.soc.washington.edu/users/matsueda/Portes.pdf> [03.05.2009].

Putnam, Robert. "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". **Journal of Democracy**, c. 6. s. 1 (1995): 65-78.

Putnam, Robert. **Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy**, Princeton University Press, 1993

Rheingold, Howard. "Twitter Literacy",
http://www.sfgate.com/cgi-bin/blogs/rheingold/detail?blogid=108&entry_id=39948 [06.04.2009].

Richardson, Jim. "Facebook is more than a fad and museums need to learn from it"
<http://www.theartnewspaper.com/article.asp?id=17207> [06.03.2009].

Richardson, Jim. "Creating a social media plan for a museum",
<http://www.museummarketing.co.uk/?p=151> [08.08.2009].

- Ritzer, George. **The McDonaldization of Society**, ABD: Sage, 1993.
- Ross, Joshua-Mich le. "Stop Giving the Newspapers Your Advice - They Don't Need It". **O'Reilly Radar**. <http://radar.oreilly.com/2009/09/stop-giving-the-newspapers-your-advice.html> [09.16.09].
- Roszak, Theodore. **The cult of information: The folklore of computers and the true art of thinking**. İngiltere: Lutterworth, 1986: 14. (Aktaran Vivienne Waller, "The Relationship between public libraries and Google : Too much information", *First Monday*, c. 14, s. 9 (2009))
- Rung, Mette Houlberg. "Art Museums and Creative Citizens", **Museological Review**, 2008, 1-10.
- Russo, Angelina, Darren Peacock. "Great Expectations: Sustaining Participation in Social Media Spaces". **Museums and the Web 2009** (Toronto: 2009). <http://www.archimuse.com/mw2009/papers/russo/russo.html> [05.19.2009].
- Russo, Angelina ve diğ. "How will social media affect museum communication?" **Nordic Digital Excellence in Museums. 7-9 Aralık 2006**. (Norveç, 2006) : <http://www.intermedia.uio.no/download/attachments/9402/061202NODEMv2.pdf> [06.10.2009].
- Sandell, Richard. "Museums, Galleries and Social Inclusion". http://www.hlf.org.uk/NR/rdonlyres/DF2FCDA8-85B3-4A28-B68A-A59E2796951F/0/needs_inclusion.pdf [09.11.2009].
- Schnapp, Jeffrey. "Animating the Archive", **First Monday**, c.13, s. 8 (2008). <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2218/2020> [04.25.2009].
- Schonfeld, Erick." Facebook Is Now the Fourth Largest Site In The World" <http://www.techcrunch.com/2009/08/04/facebook-is-now-the-fourth-largest-site-in-the-world/> [09.12.09].
- Schonfeld, Erick. "Twitter reaches 44.5 Million People worldwide in June" <http://www.techcrunch.com/2009/08/03/twitter-reaches-445-million-people-worldwide-in-june-comscore/> [09.18.09].
- Schubert, Karsten. **K rat r n Yumurtası**, İstanbul: İstanbul Sanat Müzesi Vakfı Yayınları, 2001.
- Schweibenz, Werner. "The Virtual Museum". http://www.informationswissenschaft.org/download/isi1998/14_isi-98-dv-schweibenz-saarbruecken.pdf [09.13.09].
- Scruton, David. "The Networked Museum", **New Review of Information Networking**, c. 11, s. 2, (Kasım 2005): 171-178.
- SF MOMA. http://www.sfmoma.org/pages/research_projects_steve

- Shirky, Clay. "Gin, Television and Social Surplus".
<http://www.herecomeseverybody.org/2008/04/looking-for-the-mouse.html>,
[05.10.2009].
- Siemens, George. "Connectivism".
<http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm> [06.05.2009].
- Silier, Orhan. "Kent Müzeleri ve Türkiye'de bu tür müzelere duyulan ihtiyaç".
<http://www.tarihvakfi.org.tr/download/kentmuzemakale.doc> [06.10.2009].
- Simon, Nina. "A Simple Argument for why Museums and Cultural Institutions should care about Social Media". <http://museumtwo.blogspot.com/2009/04/simple-argument-for-why-museums-and.html> [06.10.2009].
- Simon, Nina. "Thriving in Knowledge Age",
<http://museumtwo.blogspot.com/2009/08/thriving-in-knowledge-age-interview.html>, [09.09.2009].
- Simon, Nina. "1stfans: An Audience-Specific Membership Program at the Brooklyn Museum". <http://museumtwo.blogspot.com/2009/02/1stfans-audience-specific-membership.html> [06.10.2009].
- Simon, Herbert. "Designing Organizations for an Information-Rich World",
Computers, communications, and the public interest, ed. M. Greenberger,
Baltimore: The Johns Hopkins Press, 1971 (Aktaran: Josef Falkinger, "Limited Attention as the Scarce Resource in an Information-rich Economy", 2005, IZA Discussion Paper No. 1538).
- Simpson, Lyn. Community Informatics and Sustainability: Why Social Capital Matters. **The Journal of Community Informatics**, c. 1, s. 2, 2005
<http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/210/169>
- Singer, Adam. "Social Media, Web 2.0 and Internet Stats".
<http://thefuturebuzz.com/2009/01/12/social-media-web-20-internet-numbers-stats> [06.13.2009].
- Slevin, James. **The Internet and Society**. (İngiltere: Wiley-Blackwell Publishers Ltd, 2000)
- Smith, Mark K. "Lifelong learning".
<http://www.infed.org/lifelonglearning/b-life.htm> [04.03.09].
- Smith, Mark K. "Civic community and civic engagement".
http://www.infed.org/association/civic_community.htm [04.06.09].
- Smith, John. "Museology: Back to the Bases. Fundamental Concepts of Museology".
<http://www.icom.org.il/icom/flash/showmutzag.asp?catID=91&subCatID=582&artID=3997> [06.11.2009].

“Social bookmarking is delicious”. <http://www.ethanhein.com/wp/2008/social-bookmarking-is-delicious/>

“Social Networks and Mind Evolution”,
<http://posthumanmarxist.wordpress.com/2009/03/07/social-networks-and-mind-evolution/> [05.10.2009].

Spadaccini, Jim. “Museums and the Web 2.0”.
<http://www.ideum.com/chin/museums-web2.pdf> [06.10.2009].

Springer, Michelle ve diğ. ”For the Common Good: The Library of Congress Flickr Pilot Project”. Ekim 2008. http://www.loc.gov/rr/print/flickr_report_final.pdf [08.17.09].

Stalder, Felix. “Our new public life, 2.0”.
http://felix.openflows.com/pdf/Ars_new-public-life.pdf, 2007 [05.10.2009].

Stalder, Felix. “Bourgeois anarchism and authoritarian democracies”, **First Monday**, c. 13, s. 7 (2008)
<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2077/1989>

Stalder, Felix. “The Network Paradigm : Social formations in the Age of Information”, **The Information Society Journal**,
<http://www.indiana.edu/~tisj/readers/full-text/14-4%20Stalder.html>, [05.10.2009].

steve.museum : the art museum social tagging project. <http://tagger.steve.museum>

T.C. Sayıştay Başkanlığı. **Kültür Bakanlığına Bağlı Müzelerin Faaliyetlerinin İncelenmesi**. Ankara, 1998.

“Tate art made available on iTunes”. **BBC News**.
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/7998191.stm>

Temple, Paul. EUEREK Working Paper, University of London

“The Return of Investment in Interaction”,
<http://www.fastforwardblog.com/2009/05/25/the-return-on-investment-in-interaction-roii-using-twitter-for-purposeful-contextual-social-search-in-social-medical-networks/> [06.09.2009].

“The Whuffie powered search engine”, <http://blog.oneriot.com/content/2009/07/the-whuffie-powered-search-engine> [08.04.2009].

Thornton, Mia. “The Museum as an Intercultural Site”.
<http://www.museumsaustralia.org.au/dbdoc/Thornton,%20Mia%20-%202005.pdf>

Toffler, Alvin. **Third Wave**. Amerika Birleşik Devletleri: Bantam Books, 1980

- Trant, Jennifer. "Exploring the potential for social tagging and folksonomy in art museums: proof of concept". **New Review of Hypermedia and Multimedia**, (2006): <http://www.archimuse.com/papers/steve-nrhm-0605preprint.pdf> [01.05.09].
- Tunsch, Thomas. "Museum Documentation and Wikipedia.de: Possibilities, opportunities and advantages for scholars and museums", **Museums and the Web 2007: Proceedings, Toronto: Archives & Museum Informatics**, <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/tunsch/tunsch.html> [06.09.2009].
- Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği, **Teknoloji**, 2004
- UNESCO, **Universal Declaration on Cultural Diversity**, <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf> [05.20.2009].
- United Nations Department of Economic and Social Affairs, "**World Public Sector Report, Globalization and the State**", 2001
- Unstructured Ventures Blog. Social capital isn't new, but everything about it is. <http://www.unstructuredventures.com/uv/2009/01/16/social-capital-is-not-new/>
- Uralman, N. Hanzade. "Bilgi toplumunda sanat müzelerinin rolü ve Türkiye'de sanat müzeleri için öneriler". Yüksek Lisans Tezi. YTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.
- Üçüncü Dalga Geliyor Blogu. "Açık Veri", <http://ucuncudalgageliyor.blogspot.com/2009/04/ack-veri.html> [06.09.2009].
- Van Dijk, Jan. **The Network Society**. SAGE Publications, 2006.
- Varnelis, Kazys. "The Immediated Now: Network Culture and the Poetics of Reality". <http://varnelis.networkedbook.org/the-immediated-now-network-culture-and-the-poetics-of-reality> [07.21.2009].
- Vergo, Peter. **The New Museology**. İngiltere: Reaktion Books. 1989.
- Verzola, Roberto. "Information Economy". <http://vecam.org/article724.html> [05.10.2009].
- von Appen, Kevin. Bryan Kennedy. Jim Spadaccini. "Community Sites & Emerging Sociable Technologies". **Museums and the Web 2006**. (Toronto, 2006) <http://www.archimuse.com/mw2006/papers/vonappen/vonappen.html>
- van Mensch, Peter. "Towards a methodology of museology", 1992
- Waller, Vivienne. "The Relationship between public libraries and Google : Too much information", **First Monday**, c. 14, s. 9 (2009): <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2477/2279> [09.14.2009].
- Waters, Malcolm. **Daniel Bell**. (London: Routledge, 1996).

Westlund, Hans. **Social Capital in the Knowledge Economy**. Amerika: Springer, 2006.

Williams, Jocelyn. "Free internet as an agent of community transformation".
The Journal of Community Informatics c. 2, s. 1, 2005,
<http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/234/193>

Yasko, James. "Museums and Web 2.0". **Museum News**. Temmuz/Ağustos 2007.
<http://www.aam-us.org/pubs/mn/museumswb1.cfm> [06.09.2009].

Zorich, Diane. "Beyond Bitslag, Integrating Museum Resources on the Internet",
The Wired Museum, ed. Katherine Jones-Garmil. ABD: AAM, 1997. 171-203.

EKLER

Ek 1. Terimler Sözlüğü

Açık Kaynak (Open Source) : Bilgisayar programlarının kaynak kodlarının herkese açık olmasıdır. Bu sayede isteyen kullanıcılar yazılımı değiştirme özgürlüğüne sahip olabilir. Açık Kaynak yeni bir yazılım üretme biçimi ve iş modeli sunmuştur.

AJAX (İngilizce:Asynchronous JavaScript and XML): Etkileşimli (interaktif) web uygulamaları yaratmak için kullanılan bir web programlama tekniğidir. Arka planda sunucuyla veri değişimi yürüterek her girdide bütün web sayfasını güncelleme gereksinimi yapmaktan kurtararak, daha seri güncellenebilen web sayfaları yapmak için kullanılmaktadır.

Blog: İngilizcedeki "web" ve "log" kelimelerinin birleşmesinden oluşan weblog kavramının zamanla yaygınlaşmış adıdır. Bloglar teknik bilgi gerektirmeksizin, kendi istedikleri konuları kendi istedikleri şekilde yazan insanların oluşturduğu, en son girdilerin en başta görüldüğü, okuyucularına abone olma ve yorum yazma fırsatı sunan websiteleridir.

Blogosfer: Milyonlarca blogda günlük politik, popüler veya gündemdeki konuların konuşulmasıyla olduğu varsayılan soyut kamusal alan. Blogküre.

Citizendium: Vikipedi'nin kurucularından Larry Sanger'ın daha denetimli bir ansiklopedi oluşturmak için başlattığı alternatif ansiklopedi projesidir.

Creative Commons: Kâr amacı gütmeyen, telif hakları alanında esneklik ve paylaşımı yaygınlaştırmak amacıyla kurulmuş bir düşünce hareketi ve organizasyondur.

Crowdsourcing (imece): Bu yeni terim geleneksel olarak bir birey ya da firma tarafından yapılan herhangi bir işin kalabalık bir grup ya da topluluk tarafından imece usulü ile yapılmasıdır.

Dağıtık Sistemler: (İngilizce: Distributed Systems) Ayrı bilgisayarlardaki donanım ve yazılım bileşenleri arasında haberleşme ve koordinasyonunun sadece mesajlaşma yoluyla sağlanabildiği sistemlerdir.

Del.icio.us: Kullanıcıların internette karşılaştıkları websitelerini daha sonra kullanmak için hatırlamak amacıyla etiketleyebilecekleri, o siteyi başka kimlerin etiketlediklerini görebilecekleri bir sosyal imleme sitesidir. Web 2.0'ın ilk izlenildiği sitelerden biridir.

Enformasyon: Verilerin anlam taşıyacak biçimde işlem görmüş, iletmeye ve kullanılmaya hazır halidir. Enformasyon kendi başına anlam içermez.

Etiketleme (Tagging): İçeriğe ulaşım, navigasyon, organizasyon ve aramayı kolaylaştırmak adına içerikleri tanımlayan anahtar kelimeler verme işlemidir.

Flickr: Web2.0 özelliklerinin izlendiği ilk sitelerden olan, popüler bir foto paylaşım websitesi ve sosyal ağıdır.

Facebook, Myspace, Hi5, Linked In: Belli başlı önemli sosyal ağlar ve arkadaşlık siteleri.

Folksonomi: Folk ve taksonomi (sınıflandırma) kelimelerinin birleştirilmesinden oluşan yeni bir sınıflandırma biçimidir. Sınıflandırmayı, ön tanımlı ve merkezi bir sınıflandırma sisteminin yerine kullanıcılar tarafından yaratılan etiketler ile oluşan bir sistem ile yapmayı öngörmektedir.

Hiperlink / Üstmetin (hyperlink / hypertext): bir yazıda bağlantı içeren, bağlantı yaratan kelimelere verilen isimdir.

Itunes: Apple firmasının ürettiği ücretsiz bir müzik oynatıcı programdır.

İmleme: Gelecekte bulmak için herhangi bir sayfa veya websitesini tarayıcı veya del.icio.us benzeri Web 2.0 uygulamaları ile kayıt etmek. Favoriler arasına almak.

Machinima: Oyunların 3D motorlarını kullanarak hikaye anlatma ve animasyon yapma tekniğidir.

Meritokrasi: Yönetim erkinin, yetenek ve kişilerin bireysel üstünlüğüne dayandığı yönetim biçimi. Liyakatçilik.

Özgecilik (Altruism): Diğerkâmlık, “başkalarının yararını da kendi yararı kadar gözetme” ya da “diğer insanlara maddi veya manevi kişisel çıkar gözetmeksizin yararlı olmaya çalışma ve ‘bencillik karşıtı hareketler’de bulunma” olarak tanımlanır.

RSS: Bir sitenin içeriğine abone olmak ve siteyi ziyaret etmeden, güncellemelere erişebilmek için kullanılan bir yöntem.

SETI @ HOME: (Search for Extra-Terrestrial Intelligence) Dünya Dışı Akıllı Yaşam Araştırması) Dünya dışındaki akıllı uygarlıklardan gelebilecek olan iletişim sinyallerini tespit etmeye yönelik, İnternete bağlı bilgisayarların kullanıldığı bir dağıtık bilgi işlem projesidir.

Sosyal Medya: Kullanıcıların kolayca katılımında bulunabildiği, paylaşabildiği ve içerik üretebildiği bloglar, sosyal ağlar, vikiler, forumlar ve sanal dünyalar gibi medyalar.

Sürdürülebilirlik: Ekonomik büyüme ve refah seviyesini yükseltme çabalarını, çevreyi ve yeryüzündeki tüm insanların yaşam kalitesini koruyarak gerçekleştirme

yöntemidir.

Üre-ketim (Prosume/Prosumer): Alvin Toffler tarafından İngilizce Producer (Üretici) ve Consumer (Tüketici) kelimelerinin birleşimiyle oluşturulan ve kendisi veya denkları için üreten kişileri tanımlayan terimdir.

Veri (data): Enformasyon ve bilginin hammaddesidir.

Web 2.0: O'Reilly Media tarafından 2004'de kullanılmaya başlayan ve ikinci nesil internet hizmetlerini - toplumsal iletişim sitelerini, vikileri, iletişim araçlarını, folksonomileri- yani internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi tanımlayan bir terimdir. Kelimenin tam anlamı tartışmaya açıktır,

Ek 2. Twitter hesabı olan Müzeler

AAM <http://twitter.com/AAMers>

Akron Art Museum, <http://twitter.com/AkronArtMuseum>

American Museum of Natural History <http://twitter.com/atAMNH>

Amon Carter Museum, http://twitter.com/the_carter

Andy Warhol Museum, <http://twitter.com/TheWarholMuseum>

Art Institue Chicago, <http://twitter.com/artinstitutechi>

Asian Art Museum, <http://twitter.com/asianartmuseum>

Auckland Museum, http://twitter.com/Auckland_Museum

Berlin Museumsportal <http://twitter.com/museumsportal>

Brevard Art Museum, <http://twitter.com/brevardart>

British Museum, <http://twitter.com/britishmuseum>

Brooklyn Museum <http://twitter.com/brooklynmuseum>

Centre Pompidou, <http://twitter.com/centrepompidou>

Cervini Haas Gallery <http://twitter.com/cervinihaas>

Chandler Arts Center, <http://twitter.com/ChandlerArts>

Chapel Hill Museum, <http://twitter.com/CHMuseum>

Chrysler Museum of Art, Virginia, <http://twitter.com/ChryslerMuseum>

Cincinnati Art Museum, <http://twitter.com/cincyartmuseum>

Cooper Hewitt Design Museum, <http://twitter.com/cooperhewitt>

Currier Museum of Art, <http://twitter.com/CurrierMuseum>

Dallas Museum of Art, <http://twitter.com/DallasMuseumArt>

De Young Museum, San Francisco, <http://twitter.com/deyoungmuseum>

Exploratorium <http://twitter.com/Exploratorium>

Gardner Museum, Boston, <http://twitter.com/gardnermuseum>

Glasgow Museums, <http://twitter.com/glasgowmuseums>

Guggenheim Museum, <http://twitter.com/Guggenheim>

Heard Museum, <http://twitter.com/heardmuseum>

Hunter Museum of American Art, <http://twitter.com/HunterMuseum>

Israel Museum, Kudüs, <http://twitter.com/israelmuseum>

J. Paul Getty Museum <http://twitter.com/GettyMuseum>

JFK Library, <http://twitter.com/JFKLibrary>
 Kemper Art Museum, St. Louis, <http://twitter.com/kemperartmuseum>
 Knoxville, Tennessee Museum of Art <http://twitter.com/knoxart>
 LACMA, Los Angeles County Museum of Art, <http://twitter.com/LACMA>
 Liverpool, The New Museum http://twitter.com/the_new_museum
 Londra, Victoria & Albert Müzesi http://twitter.com/V_and_A
 MASS MOCA, Massachusetts, http://twitter.com/MASS_MoCA
 Mesa Arts Center <http://twitter.com/MesaArtsCenter>
 Metropolitan Museum NY <http://twitter.com/metmuseum>
 Milwaukee Art Museum, <http://twitter.com/milwaukeeart>
 Missouri History Museum <http://twitter.com/mohistorymuseum>
 MOCA Cleveland, <http://twitter.com/MocaCleveland>
 MOMA <http://twitter.com/MuseumModernArt>
 MOMA Learning <http://twitter.com/MoMAlearning>
 Museo del Prado, <http://twitter.com/museodelprado>
 Museo Frida Kahlo, Meksika, <http://twitter.com/museofridakahlo>
 Museums Libraries Archives MLA London http://twitter.com/MLA_gov
 National Media Museum, <http://twitter.com/mediamuseum>
 National Museum of Natural History <http://twitter.com/NMNH>
 New Museum, NY, <http://twitter.com/newmuseum>
 Niles Film Museum, <http://twitter.com/NilesFilmMuseum>
 Oakland Museum of Contemporary Arts, <http://twitter.com/oaklandmuseumca>
 Philadelphia Museum of Art <http://twitter.com/philamuseum>
 Phoenix, Arizona Heard Museum <http://twitter.com/heardmuseum>
 Queens Museum of Art, <http://twitter.com/QueensMuseum>
 Rubin Museum of Art, <http://twitter.com/RubinMuseum>
 San Diego Museum of Art, <http://twitter.com/SDMA>
 Science Museum Londra, <http://twitter.com/sciencemuseum>
 Seattle Burke Museum <http://twitter.com/burkemuseum>
 SFMOMA, <http://twitter.com/SFMOMA>
 Skyscraper Museum, <http://twitter.com/SkyMuseum>
 Smithsonian <http://twitter.com/smithsonian>
 Stuttgart, Mercedes Benz Museum http://twitter.com/MB_Museum
 Tate <http://twitter.com/Tate>
 The Institute of Contemporary Art, Boston, <http://twitter.com/ICAinBOSTON>
 The Mariners' Museum, <http://twitter.com/MarinersMuseum>
 The National Museum of Women in the Arts, <http://twitter.com/WomenInTheArts>
 Unicorn Theatre <http://twitter.com/UnicornTheatre>
 US Holocaust Museum, <http://twitter.com/HolocaustMuseum>
 Van Gogh Museum, <http://twitter.com/vangoghmuseum>
 Virginia Museum of Fine Arts, <http://twitter.com/vmfa>
 Westmore Museum, <http://twitter.com/WestmoreMuseum>
 Whitney Museum, <http://twitter.com/whitneymuseum>

Ek 3. Youtube hesabı olan müzeler

Art Gallery of New South Wales, <http://www.youtube.com/user/ArtGalleryNSW>
Australian National Maritime Museum,
<http://www.youtube.com/user/MaritimeMuseum>
Boston Museum of Fine Arts, <http://www.youtube.com/user/mfaboston>
Brooklyn Museum, <http://www.youtube.com/user/BrooklynMuseum>
Burwell Museum, UK, <http://www.youtube.com/user/burwellmuseum>
Carnegie Museum of Art, <http://www.youtube.com/user/CarnegieMuseumofArt>
Chelsea Art of Museum, <http://www.youtube.com/user/chelseaartmuseum>
Cincinnati Art Museum, <http://www.youtube.com/user/cincinnatiartmuseum>
Columbus Museum of Art, <http://www.youtube.com/user/columbusmuseum>
Computer History Museum, <http://www.youtube.com/user/ComputerHistory>
Dallas Museum of Art, <http://www.youtube.com/user/DallasMuseumofArt>
Getty Museum, <http://www.youtube.com/user/gettymuseum>
Hirshhorn Museum, <http://www.youtube.com/user/hirshhornmuseum>
Indianapolis Museum of Art, <http://www.youtube.com/profile?user=IMAItsMyArt>
Loyola Art Museum, <http://www.youtube.com/user/LoyolaArtMuseum>
Manchester Museum, <http://www.youtube.com/user/ManchesterMuseum>
Musée d'art contemporain de Montréal, <http://www.youtube.com/user/MACMvideos>
Musée McCord, Montreal, <http://www.youtube.com/user/MuséeMcCordMuseum>
Museum Boijmans Van Beuningen, <http://www.youtube.com/user/Museumboijmans>
Museum of Contemporary Art, Los Angeles
<http://www.youtube.com/user/MOCAlosangeles>
Museum of Modern Art, <http://www.youtube.com/user/MoMAvideos>
Museum's Association, <http://www.youtube.com/user/museumsassociation>
Museumscapes, <http://www.youtube.com/user/MUSEUMSCAPES>
National Cowboy & Western Heritage Museum Oklahoma,
<http://www.youtube.com/user/NCWHMuseum>
Penn Museum, <http://www.youtube.com/user/pennmuseum>
Phillips Art Museum, <http://www.youtube.com/user/PhillipsArtMuseum>
Rijksmuseum Amsterdam, <http://www.youtube.com/user/RijksmuseumAmsterdam>
Rubin Museum of Art, <http://www.youtube.com/user/RubinMuseum>
San Francisco Asian Art Museum, <http://www.youtube.com/user/AsianArtMuseum>
San Jose Museum of Art, <http://www.youtube.com/user/sanjosemuseumofart>
Santa Monica Museum of Art, <http://www.youtube.com/user/SMMuseumOfArt>
Smithsonian Center for Education and Museum Studies,
<http://www.youtube.com/user/SmithsonianEducation>
Smithsonian National Museum of Natural History,
<http://www.youtube.com/user/smithsonianNMNH>
Städel Museum, Frankfurt, <http://www.youtube.com/user/staedelmuseum>
Tacoma Art Museum, <http://www.youtube.com/user/tacomaartmuseum>
Te Papa Museum, Yeni Zelanda, <http://www.youtube.com/user/tepapamuseum>
The Exploratorium, <http://www.youtube.com/user/Exploratorium>

The People's Museum, NY, <http://www.youtube.com/user/ThePeoplesMuseum>
US Holocaust Memorial Museum, <http://www.youtube.com/user/ushmm>
Van Gogh Museum, Amsterdam, <http://www.youtube.com/user/atVanGoghMuseum>
Walker Art Center, <http://www.youtube.com/user/walkerartcenter>

Ek 4. Flickr hesabı olan müzeler

British Museum: www.flickr.com/groups/britishmuseum/
Brooklyn Museum: www.flickr.com/groups/brooklynmuseum/
Cairo Museum: www.flickr.com/groups/42128547@N00/
Chicago Art Institute: www.flickr.com/groups/36647045@N00/
Conner Prairie Living History Museum: www.flickr.com/groups/connerprairie/
East Lothian Museums: www.flickr.com/photos/eastlothian/
Egyptian Art & Sculpture in Museums: www.flickr.com/groups/303537@N25/
Egyptian Museum, Cairo: www.flickr.com/groups/409045@N22/
Fotomuuseum: www.flickr.com/photos/fotomuuseum/
Guggenheim Museum Bilbao: www.flickr.com/groups/guggenheimbilbao/
Guggenheim Museums: www.flickr.com/groups/guggenheim/
Indiana Medical History Museum: www.flickr.com/photos/23848391@N07/
Iran Museum of Contemporary Arts: www.flickr.com/groups/iranmoca/
Kabul Museum: www.flickr.com/groups/78841279@N00/
KHM-Kunsthistorisches Museum Wien: www.flickr.com/groups/790359@N23/
Marshall M. Fredericks Sculpture Museum: www.flickr.com/photos/marshallfredericks/
Missouri History Museum: www.flickr.com/photos/mohistory/
MoMA The Museum of Modern Art : www.flickr.com/groups/themuseumofmodernart/
musée du quai branly: www.flickr.com/photos/musee-du-quai-branly/
Museum of Iraq 2.0: www.flickr.com/groups/iraqmuseum
Museum of Islamic Art Qatar: www.flickr.com/groups/980683@N20/
Museum of London: www.flickr.com/groups/museumoflondon/
New Bedford Whaling Museum: www.flickr.com/photos/nbwm/
Northampton Museum: www.flickr.com/photos/29031004@N06/
pinakothek der moderne münchen: www.flickr.com/groups/pinakothekdermoderne/
Powerhouse Museum: www.flickr.com/photos/powerhouse_museum_photography/
Qatar Museum of Islamic Art: www.flickr.com/groups/937090@N24/
Rahmi Koç Müzesi: www.flickr.com/groups/ramikocmuseum/
Seattle Art Museum: www.flickr.com/groups/seattleartmuseum/
SF MOMA: www.flickr.com/groups/14373651@N00/
Smithsonian: www.flickr.com/groups/smithsonian/
South African Museums: www.flickr.com/groups/784027@N25/
Tallinn Foto Museum: www.flickr.com/photos/fotomuuseum/
Tate Galleries: www.flickr.com/groups/tate_galleries/
Tate Modern: www.flickr.com/groups/tatmodern/

The Design Museum: www.flickr.com/groups/379145@N24/
Tunisia - Museums: www.flickr.com/groups/tunisia_museums/
Van Gogh Museum: www.flickr.com/photos/vangoghmuseum/
Vatican Museums: www.flickr.com/groups/vatican_museums/

ÖZGEÇMİŞ

Mehmet Ağaoğulları, 1980 İstanbul doğumludur. Lisans eğitimi Boğaziçi Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Tarih bölümünde tamamlamıştır. 2005 yılında Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Müzecilik Yüksek Lisans Programına başlamıştır., 2005 yılından beri kendi sitesinde müzik üzerine yazmaktadır.