



COVID-19 İLE DEĞİŞEN MÜZE DENEYİMLERİNİN TURİZM COĞRAFYASI YAKLAŞIMIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ: DÜNYADAN VE TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER

Evaluation of Museum Experiences, Changed By the COVID-19 Global Epidemic, With the Approach of Tourism Geography: Examples From the World and Turkey

Okan OĞAN¹

Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Beşeri ve İktisadi Coğrafya Doktora Prg. İzmir-Türkiye
oakanogan@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7340-1943

Gözde EMEKLİ

Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi
Coğrafya Bölümü, İzmir-Türkiye
gozde.emekli@ege.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8528-5209

(Teslim: 15 Eylül 2022; Düzeltme: 28 Ekim 2022; Kabul: 26 Kasım 2022)
(Received: September 15, 2022; Revised: October 28, 2022; Accepted: November 26, 2022)

Abstract

Changing socio-economic relations, political structures, technological developments, transportation and communication opportunities, pandemic and crises affect tourism and geography, which has sensitive dynamics. COVID-19, which emerged in December 2019, has turned into a global crisis, and in this process, tourism and cultural places have started to look for ways to combat the pandemic. During the pandemic, travel restrictions were applied on a national and international scale, and countries had to adopt an isolated lifestyle for a while. In the first year of the pandemic, the tourism industry shrank by 72% and regressed to the situation in the 1990s.

Museums; digitized its collections and activities and moved them to the virtual place as a strategy to get rid of the pandemic crisis, and trying to keep the interest of the visitors alive. In this context, the research aims to evaluate virtual museums, which started to develop with the effect of postmodernism and became widespread with the effect of the pandemic, through the tourism geography approach. In the study, the situation of virtual museums on a national-international scale was compared in the perspective of supply-demand-spatial distribution by means of secondary data obtained from various sources. With the rapid increase in demand for virtual places with COVID-19, virtual museums, which have become widespread especially in European and North American countries, have attracted millions of visitors. The post-pandemic situation of the demand for virtual museums and their effects on the production-consumption of the place continue to be discussed.

Keywords: Virtual Museum, COVID-19, Cultural Tourism, Digitalization, Tourism Geography

Öz

Değişen sosyo-ekonomik ilişkiler, siyasi yapılanmalar, teknolojik gelişmeler, ulaşım ve haberleşme olanakları, salgın hastalıklar ve krizler hassas dinamiklere sahip olan turizmi ve coğrafya bağlamını etkilemektedir. 2019 yılının aralık ayında ortaya çıkan COVID-19, küresel bir krize dönüşmüş bu süreçte turizm ve kültürel mekânlar salgınla mücadelenin yollarını aramaya başlamıştır. Salgın sürecinde ulusal ve uluslararası ölçekte seyahat kısıtlamaları uygulanmış, ülkeler bir süreliğine izole bir yaşam tarzını uygulamak zorunda kalmıştır. Salgının ilk yılında turizm endüstrisi %72 oranında küçülerek 1990'lı yıllardaki durumuna gerilemiştir.

Küresel salgında müzeler; salgın krizinden çıkış stratejisi olarak sahip oldukları koleksiyonlarını ve etkinliklerini dijitalleştirerek sanal ortama taşıyarak kendilerine olan ilgiyi canlı tutmaya çalışmıştır. Bu bağlamda araştırma, postmodernizmin etkisiyle gelişmeye başlayan ve salgınla birlikte yaygınlaşan sanal müzelerin turizm coğrafyası yaklaşımıyla değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Çalışma, ilişkisel araştırma modeli çerçevesinde tasarlanmış, çeşitli kaynaklardan elde edilen ikincil veriler vasıtasıyla sanal müzelerin ulusal-uluslararası ölçekteki durumu arz-talep-mekânsal dağılım perspektifinde karşılaştırılmıştır. COVID-19 ile birlikte sanal mekânlara olan talebin artmasıyla başta Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinde hızla yaygınlaşan sanal müzeler, milyonlarca ziyaretçiyi kendisine çekmeyi başarmıştır. Ayrıca salgın döneminde müzelerin sosyal medya aktivitelerindeki artış göze çarpmaktadır. Salgın sonrasında sanal müzelerle yönelik talebin durumu ile küresel salgının sanal müzeler üzerindeki etkileri ise tartışılmaya devam etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sanal Müze, COVID-19, Kültürel Turizm, Dijitalleşme, Turizm Coğrafyası

¹ Sorumlu Yazar/ Corresponding author

1. GİRİŞ

Çok boyutlu ve karmaşık ilişkiler içeren turizm; çevresel, kültürel ve ekonomik açıdan mekânı etkilemekte, mekândan etkilenmekte ve mekânı dönüştürebilmektedir. Küreselleşme ile değişen sosyo-ekonomik dinamikler, siyasi ilişkiler, gelişen teknoloji, artan ulaşım-haberleşme olanakları ile ortaya çıkan krizler ve salgınlar turizm-coğrafya ilişkilerini farklılaştırmaya başlamıştır. Özellikle son yıllarda turizmin paradigmatik dönüşümüyle² birlikte turizm-mekân ilişkileri değişerek önem kazanmış; turizm coğrafyasının içeriği, uygulama biçimleri ve disipline atfedilen sorumlulukların arttığı görülmüştür.

Thomas Cook ile başlayan modernizmde konaklama, ulaşım, rehberlik, eğlence ve hediyelik eşya satışı gibi aktivitelerle mekânın tüketilme süreci hızlanırken postmodernizmle birlikte yeni eğilimlerin ve alternatif turizm türlerinin gelişmesi gündeme gelmiş, kitle turizmine alternatif olarak doğa turizmi, yayla turizmi, özel ilgi turizmi, kırsal turizm ve gastronomi turizmi gibi turizm türleri gelişmeye başlamıştır (Emekli, 2006; Emekli, 2021). Modernizmin mekânı tüketen pasif turizm anlayışının aksine postmodernizmde turizm bireyselleşmiş, turist talebi deneyim ve yaratıcılık ekseninde yeniden şekillenerek mekânı üreten ve yorumlayan dinamik yaklaşımlar önem kazanmıştır (Richards, 2014).

2019 yılının son aylarında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve birkaç ayda küresel ölçekte yayılım gösteren COVID-19, başta sağlık olmak üzere tarım, sanayi, ulaşım, konaklama ve eğlence sektörleri ile eğitim, festival, toplantı, kongre gibi birçok organizasyonun yeniden planlanmasını zorunlu kılmıştır (Gössling, Scott, & Hall, 2020). Dış şoklara karşı son derece kırılgan bir sektör olan turizm, COVID-19 salgınından derinden etkilenmiş (Acar, 2020), Dünya Turizm Örgütü'nün raporlarında uluslararası turizm hareketlerinin 2020 yılının mart ayından itibaren durma noktasına geldiği belirtilmiştir (UNWTOa, 2020). COVID-19'un küresel salgın olarak ilan edilmesiyle birlikte birçok ülke, virüsü taşıyan kişilerin ülkeye girerek salgını yaymalarının önüne geçmek amacıyla sınırlarını kapatarak uluslararası hareketliliği büyük ölçüde kısıtlamıştır (UNWTO, 2020c; Seyfi, Hall, & Shabani, 2020). Uluslararası hareketliliğin durmasıyla turizme bağımlı ekonomilere sahip ülkeler ve destinasyonlar, salgın boyunca tam anlamıyla "hayalet mekanlara" dönüşmüştür (Haywood, 2020). Öte yandan salgınla

birlikte ulusal ve uluslararası ulaşımın durma noktasına gelmesiyle turizm ulaştırması ekonomik açıdan büyük kayba uğramıştır. Bu doğrultuda salgın sürecinde küresel turizm endüstrisi %72 küçülerek 1990 yılındaki seviyesine gerilemiştir (UNWTOb, 2020). Salgının ilk aylarında yaklaşık 75 milyon kişi işini kaybetmiş ve turizm endüstrisi bu süreçte 2,1 trilyon doların üzerinde bir gelir kaybı yaşamıştır (Lapointe, 2020). Aşının yaygınlaşması ve salgının etkilerinin azalmasına rağmen 2021 yılında COVID-19'a bağlı olarak işsiz kalma riski olan kişi sayısı 100-120 milyona yükselmiştir (Pham vd., 2021). Dünya Turizm Örgütü, 2021 yılı sonunda COVID-19 salgınının gayri safi yurt içi hasılaya tahmini maaliyetinin 4 trilyon doların üzerinde olduğuna dikkat çekmektedir. Aynı raporun bir başka bulgusuna göre GSYH bakımından en fazla zarara uğrayan ve gelecekte daha fazla zarar görmesi beklenen ülke Türkiye'dir (UNWTO, 2021). Çeşitli ekonomik göstergelere göre COVID-19'un SARS krizine kıyasla çok daha derin etkiler yarattığı anlaşılmıştır (Polyzos, Samitas & Spyridou, 2020). Bu etkiler destinasyonlarda farklı boyutlarda ortaya çıkmıştır. Örneğin Asya Kıtası ile Okyanusya ülkelerindeki turizm hareketliliği, 2020 yılının ilk altı ayında %72 azalırken, Avrupa Kıtası %66 ve Amerika Kıtası %55 oranında turist kaybı yaşamıştır (Kervankıran & Bağmancı, 2020). Salgın sürecinde turizm sektörü, turistlere kalabalıktan uzak izole tatil imkanları ve sağlık açısından güvenli turizm alternatifleri sağlayarak krizden çıkmamanın yollarını aramaktadır.

Araştırma konusunu oluşturan ve kültürel turizmin önemli bir bileşeni olan müzeler; herhangi bir kâr amacı gütmeyen, bünyesinde yer alan koleksiyonlarla geçmiş ve gelecek arasında köprü kuran, buldukları yerin kültürel kimliğini yansıtan bellek mekanlarıdır (Ambrosse & Paine, 1993; Güneş vd., 2019). Müzeler; koleksiyonlarına, bağlı buldukları ve hizmet ettikleri yerlere, hitap ettikleri kitlelere ve sergileme yöntemlerine göre çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır (Kervankıran, 2014). Bu sınıflandırmalara, COVID-19 süreciyle birlikte hızla yaygınlaşan sanal müzelerin de eklenmesi gerekmektedir.

Müze ve ören yeri ziyaretleri uzun yıllardır kültürel turizmin en önemli göstergeleri arasında olmakla birlikte pek çok turistik ürün ve turizm türüyle birleşmekte, birçok turizm türünün tamamlayıcısı olarak değerlendirilmektedir (Zeppel & Hall, 1991; Richards, 1996a; Richards, 1996b; Richards, 2003; du

² Turizmin paradigmatik değişimi veya dönüşümü: tarihsel süreçte turizmin genel karakteristiği ve geçirdiği değişimleri kapsayan bir süreçtir (Akoğlan-Kozak vd.,2012).

Cros & McKercher, 2014). Turizmin güncel dinamiklerinden etkilenen müzeler, zamansal değişimlere bağlı olarak çeşitli dönemlerde değişen uygulamaları yürürlüğe koyarak çekiciliklerini güçlendirmektedirler. Modernizmde kültürel mirasın korunması ve sergilenmesi şeklinde yürütülen uygulamalar, postmodern turizm eğilimleriyle müzelerin sosyal bir mekân olarak kurgulanmalarıyla dönüşüm geçirmiştir (Tang & Qiu, 2014). Ayrıca modernizmde somut miras odaklı koleksiyonların pasif sergilenmesine dayanan düzenlemeler önemini korurken, postmodernizmle birlikte aktif ziyaretçi deneyimine ve yaratıcılığa yönelik uygulamalar ön plana çıkmaya başlamıştır. Burada turistlerin motivasyonları ile mekânsal tercihlerinin değişimi, kültür kavramının farklılaşması, kültürel mirasa ilişkin yaklaşımlar ile yasa ve yönetmeliklerin değişmesi, alternatif turizmin gelişmesi, turist tipolojilerinde bireyselleşmenin ve motivasyon kaynaklarının çeşitlenmesi, ülkeler arası ilişkiler ve uluslar üstü yaklaşımlar rol oynamıştır (Akoğlan-Kozak vd., 2013; Emekli, 2021). Postmodernizm döneminde müzeler; Web 2.0 araçları, artırılmış gerçeklik uygulamaları (Hjalager, 2015), mobil uygulamalar, multimedya araçları (Stogner, 2009), dijitalleşme (Tang & Qiu, 2014) ve sanal faaliyetler (Corona, 2021) ile karakterize olmaktadır.

Ortaya çıktığı ilk yıllarda ülke ekonomilerini, toplumları ve araştırma konusu olan müze ziyaretlerini farklılaştıran COVID-19 salgının etkileri kısa sürede ciddi boyutlara ulaşmıştır (Kaushal & Srivastava, 2020; Yeh, 2020; Kumar, 2020). Salgın ile birlikte değişen ekonomik yapılanmalar; sağlık, eğitim, istihdam, teknoloji ile turizm ilişkilerinde yeni stratejilerin geliştirilmesi zorunlu hale gelmektedir (Emekli, 2021). Turizm araştırmalarında COVID-19 salgını konu alan birçok çalışmaya rastlanmaktadır. (Gössling, Scott & Hall, 2020; Farzanegan vd., 2020; Uğur ve Akbıyık, 2020). Bu çalışmalar çoğunlukla seyahat kısıtlamaları (Chinazzi, vd., 2020), turizm ekonomisi (Williams C. C., 2020) ve konaklama alternatifleri (Farmaki vd., 2020) üzerine yoğunlaşmaktadır. Araştırma konusu olan sanal müzeler ile ilgili ilk araştırmalar 1990'lı yıllardan itibaren yayımlanmaya başlamıştır (Schweibenz, 1991; Miller vd., 1992; Mannoni, 1997; Rayward & Twidale, 1999). Uluslararası literatürde müzelerin salgın sürecinde geçirdiği değişim ve sanal müze uygulamalarını konu alan bilimsel çalışmaların giderek arttığı görülmektedir (Oyelude, 2020; Zbucha, Romanelli & Bira, 2020; Levin, 2020; Kist, 2020; Antara & Sen, 2020; Burke, Jorgensen, & Jorgensen, 2020; Corona, 2021; Resta vd., 2021; Rifai vd., 2022; Zhang vd., 2022). Uluslararası literatürde sanal müzeleri konu alan çalışmaların sayısı giderek

artmasına karşın ulusal ölçekteki çalışmaların sayısı son derece sınırlıdır (İlhan, Tokmak & Aktaş, 2021; Kubat, 2020; Sürme & Atılğan, 2020). Bu durum, araştırma konusunun küresel ölçekteki önemini ortaya koyarken ülkemizdeki araştırmacıların konuya olan ilgisinin yeterli olmadığını göstermektedir.

Salgın döneminin ilk aylarından itibaren turizme yönelik geliştirilen stratejilerin başında kültürel mirasın dijitalleştirilerek sanal ortama aktarılması gelmektedir. Postmodernitenin etkisiyle başlayan ve salgınla birlikte giderek yaygınlaşan dijitalleşme ve sanal mekân uygulamaları, kültürel deneyimlerin değişimine zemin hazırlamaktadır. COVID-19 sürecinde pek çok müze, ören yeri, sergi, festival ve galeri ziyaretçileriyle etkileşimlerini sürdürülebilmek amacıyla sanal mekândan erişim sağlanabilecek turlar, koleksiyonlar, konserler, videolar, oyunlar, kurslar ve konferanslar gibi yaratıcı çözümler üretmeye çalışmaktadır.

COVID-19 süreciyle birlikte sanal müzelerle yönelik talep giderek artmış ve kültürel turizmde yeni bir dönemin başlamasına zemin hazırlamıştır. Faaliyetlerini sanal ortama taşıyan müzelerin sayısının ve bu müzelere olan turist talebinin her geçen gün arttığı göz önüne alındığında, salgın sonrası dönemdeki kültürel turizmin ne yönde değişeceği ve yüz yüze müze ziyaretlerinin nasıl şekilleneceği merak konusudur. Ancak sanal ziyaretlerin hiçbir zaman yüz yüze deneyimin verdiği hazzı sağlayamayacağı görüşü de dikkat çekmektedir. Sözü edilen durum, salgın sonrasında turizm arz kaynaklarının, değişen talep ve eğilimlere göre yeniden planlanmasını zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda araştırma konusunun ulusal literatürde yeterince ele alınmaması, sanal müzecilik uygulamalarının salgın sonrasında yaratacağı değişimlerin merak konusu olması çalışmanın hazırlanmasında temel motivasyon olmuştur.

2. AMAÇ VE YÖNTEM

Geleneksel turistik çekicilikler arasında yer alan müzeler, turizmin arz ve talep kaynaklı değişimlerinden, dönemsel dönüşümlerden, küreselleşme hareketlerinden etkilenmektedir. Farklılaşan sergileme olanakları, değişen mekân, müze algısı ve deneyimleme biçimleri, müzelerin COVID-19 salgınından etkilenme şekilleri ve salgına karşı oluşturulan stratejiler giderek önem kazanmaktadır. Özellikle salgınla birlikte başta müzeler olmak üzere kültürel miras ürünlerinin dijitalleşme eğilimlerinin turizmi değiştirdiğine ilişkin bulgular (Burke vd., 2020; Chinazzi vd., 2020; Iğuman, 2020; ICOM, 2020) turizm coğrafyası literatüründe yeni bir araştırma konusu oluşturmaya başlamıştır. Ayrıca salgın döneminde krizden çıkış

stratejisi olarak geliştirilen sanal müzelere yönelik hızla artan turist talebi, salgın sonrasında sanal müzelerin ve turist talebinin durumu gibi konuları tartışmaya açmıştır. Bu bağlamda araştırma, sanal müzelerin gelişimi ile ziyaretçi eğilimleri konusunu gündemine alarak turizm coğrafyası literatürüne katkı sunmayı ve aşağıdaki sorulara yanıt aramayı hedeflemektedir.

- COVID-19 küresel salgınından müzeler nasıl etkilenmiştir?
- Sanal müzeler ile ziyaretçi talebinin gelişimi ve dağılışı nasıldır?
- Dünyada ve Türkiye’deki sanal müzelerin gelişimi, mekânsal dağılımı ve ziyaretçi talebi ne durumdadır?

Bu çalışma, ilişkisel araştırma modeli çerçevesinde ele alınmıştır. İlişkisel araştırma modeli, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkilerin varlığı ve doğrusallık düzeyini sorgulayan araştırma tasarımıdır (Büyüköztürk vd., 2008). Küresel salgının öncesi ve sonrasında müzeler ile ören yerlerine olan talebi anlamak amacıyla çeşitli kaynaklardan elde edilen istatistik veriler değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında sanal müzelerin sayısı, dağılımı, sosyal ağlardaki aktiviteleri ve ziyaretçi talebinin durumu gibi çeşitli göstergeler ulusal ve uluslararası ölçekte sınıflandırılarak incelenmiştir. Uluslararası ölçekte sanal müzelerle ilgili istatistik verilerin temin edildiği ikincil veri kaynakları; Statista (2020, 01 09), Google Arts and Culture (2021, 02 08) ve Euromonitor International (2022) olarak sıralanmaktadır. Ayrıca araştırma, ulusal ve uluslararası literatürdeki çeşitli bilimsel yayınlardan derlenen bulgularla desteklenmiştir.

Sanal müzelerin Türkiye’deki durumuyla ilgili değerlendirilen istatistik verilerin başında Kültür ve Turizm Bakanlığının 25 Mart 2022 tarihinde erişime açtığı sanal müze portalındaki istatistik veriler gelmektedir. Ancak 2020 ve 2021 yılına ait istatistik veriler, Kültür ve Turizm Bakanlığının servis sağlayıcılarını değiştirmesi nedeniyle ayrı olarak ele alınamamış bu bağlamda sanal müze ziyaretlerine yönelik veriler, 2020 ve 2021 yıllarının toplamı ile 2022 yılının ilk üç aylık dönemi dikkate alınarak yorumlanmıştır. Araştırmada, salgın öncesi ve sonrasındaki müze deneyimleri ve talebin durumunu analiz etmek amacıyla müzelerin 2019, 2020 ve 2021 yıllarına ait yüz yüze ve sanal ziyaretçi sayıları karşılaştırılmıştır. Sözü edilen veriler, Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Genel Müdürlüğü (DÖSİMM) tarafından yayımlanan 2019 yılı müze ziyaretçi istatistikleri raporundan elde edilirken, ilgili raporda yer almayan özel müzelere yönelik istatistiklere farklı kaynaklardan ulaşılmaya

çalışılmıştır. 2019 yılında faaliyette olmayan bazı sanal müzelerin verileri ise karşılaştırma olanağı vermemiştir.

Sanal müzelerin küresel ölçekteki mekânsal dağılımını ortaya koymak amacıyla Google Arts and Culture web sitesindeki sanal müze (virtual museum) portalındaki veriler kullanılmıştır. Sanal müzelerin Türkiye’deki dağılımı ise Kültür ve Turizm Bakanlığı Sanal Müze Portalından ulaşılan veriler çerçevesinde irdelenmiştir. Elde edilen veriler, coğrafi araştırmalarda sıklıkla kullanılan ESRI ArcMap 10.5 yazılımı vasıtasıyla haritalandırılmıştır. Ulusal ve uluslararası ölçekte sanal müzeler, buldukları iller üzerinde konumlandırılarak sayısallaştırma işlemleri yapılmıştır. Haritalarda sanal müzelerin dağılımı nokta (point) verisiyle ifade edilmiş olup her bir nokta bir sanal müzeyi temsil etmektedir. Araştırma konusuyla ilgili haritaların oluşturulmasıyla çalışmanın mekânsal boyutu güçlendirilmeye çalışılmıştır.

Müzelerin sosyal medya resmi hesaplarındaki (Facebook, Instagram ve Twitter) takipçi sayıları dikkate alınarak salgın sürecindeki takipçi hareketliliği analiz edilmek istenmiştir. Postmoderniteyle birlikte başlayan ve küresel salgın ile hızla artan sanal müzelerin niceliksel gelişimi ve mekânsal dağılımları, tablo ve haritalar halinde sunulmuştur.

3. BULGULAR

3.1. COVID-19 küresel salgınıyla değişen müzecilik uygulamaları ve eğilimler

COVID-19 küresel salgınının dinamik bir sistem olan turizmi derinden etkilediğine tanık olmak ve sonuçlarını görmek önemli bir deneyim olarak karşımıza çıkmaktadır. Salgın öncesinde insan-mekân etkileşimini yansıtan ekonomik sistemlerden biri olan turizm (Williams S., 1998; Hall & Page, 1999), COVID-19’un küresel salgın olarak ilan edildiği Mart 2020’den bugüne çeşitli stratejileri uygulamıştır. Salgın sürecinde özellikle kitlesel turizm hareketlerinin büyük oranda sınırlanmasının ekonomik sorunlara neden olduğu görülmektedir. Buna karşın küreselleşmenin aksi olarak yerelleşmenin önemini anlaşılması (Hall & Seyfi, 2020), küçük ve kalabalık olmayan destinasyonlar ile kamp, karavan, yat ve airbnb gibi farklı konaklama seçenekleri sunan mekanların kalabalık konaklama imkanlarına sahip destinasyonlara göre daha çok tercih edilmeye başlamıştır.

Dünyada salgın öncesinde yaklaşık 1,4 milyar insanın uluslararası turizm hareketlerine katıldığı Avrupa kıtasının ise en fazla turist kabul eden ve gönderen destinasyon olarak öne çıktığı bilinmektedir

(UNWTO, 2022). Kitle turizmi, kıyı turizmi, kent turizmi, kırsal turizm, kış turizmi ve kültürel turizm açısından önemli zenginlikleri barındıran ve bunu en iyi pazarlayan kıta olan Avrupa'nın; Uzakdoğu, Ortadoğu, Afrika, Amerika Birleşik Devletleri, Latin Amerika ve Çin ile rekabet etmeye büyük çaba harcadığı bilinmektedir. Küresel salgın öncesinde artan destinasyon sayısı ve rekabet, turizme atfedilen sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel kazanımlar ile küreselleşmenin sonuçları nedeniyle evrilen turizm pazarı salgın boyunca ciddi gerilemelerle sarsılmıştır (Sigala, 2020 Seraphin & Dosquet, 2020; Abu Bakar & Rosbi, 2020). Tüm turizm etkinliklerinde kendine yer edinen, destinasyon ve kent kimliğini güçlendiren, geçmiş-gelecek arasında bağlar kuran, miras kavramını destekleyen ve mekân algısını farklılaştıran müzelerin; küresel salgına en hızlı şekilde adapte olan uygulamaları hayata geçirmeye başladıkları görülmektedir.

Günümüzde ziyaretçi sayısı bakımından önde gelen müzelerin önemli bir bölümü Avrupa Kıtasında yer almaktadır. Bu durumun temel sebebi Avrupa'da müzecilik ve koruma kültürünün diğer kıtalara kıyasla daha önce başlamasıdır. Kültürel turizm için önemli bir çekicilik kaynağı olan müzelere yönelik turist talebi küresel salgın dönemi öncesinde ciddi boyutlara ulaşmıştır. İstatistiki veriler incelendiğinde popüler turizm destinasyonlarına gelen turistlerin önemli bir bölümü ziyaretleri sırasında kentlerin kimliğini yansıtan bellek mekanları olan müzeleri ziyaret ettiği anlaşılmaktadır (Tablo 1). Bu durum, kültürel motivasyonlarla kentleri ziyaret eden turistlerin seyahat planlamalarında müzelerin yerinin ne denli büyük olduğunun bir göstergesidir. Özellikle Louvre Müzesi ve British Müzesi gibi büyük oranda turist çeken bazı müzelerin, tek başına birçok ülkeden daha fazla turiste ev sahipliği yapması dikkat çekicidir.

Tablo 1- COVID-19 Salgını Öncesinde En Çok Ziyaret Edilen Müzeler (2019)
 Table 1- Most Visited Museums Before the COVID-19 Outbreak (2019)

No	Müze Adı	Bulunduğu Kent	Kente Gelen Turist Sayısı (Milyon)**	Müzenin Ziyaretçi Sayısı (Milyon)	Sanal Müze Hizmeti *
1	Louvre Müzesi	Paris	19,08	9,60	Var
2	National Museum of China	Beijing	4,07	7,39	Yok
3	Vatikan Müzesi	Roma	10,31	6,88	Var
4	Metropolitan Museum of Art	New York	14,01	6,77	Var
5	British Museum	Londra	19,55	6,21	Var
6	Tate Modern	Londra	19,55	6,10	Yok
7	National Gallery	Londra	19,55	6,01	Var
8	National History Museum	Londra	19,55	5,42	Yok
9	American Museum of Natural History	New York	14,01	5,00	Yok
10	State Hermitage Museum	St.Petersburg	5,45	4,96	Yok
11	Science and Technology Museum	Shanghai	7,74	4,82	Yok
12	Reina Sofia	Madrid	5,59	4,43	Yok
13	National Museum of Natural History	Washington	24,6	4,20	Var
14	Victoria & Alber Müzesi	Londra	19,55	3,92	Yok
15	China Science and Technology Museum	Beijing	4,07	3,89	Yok
16	National Palace Museum	Taipei	9,98	3,83	Yok
17	Musee d'Orsay	Paris	19,08	3,65	Var

Kaynak: (Statista, 2020), *(Google Arts and Culture , 2021) ,**(Euromonitor International, 2022)

Salgın sürecinde ülkelerin sınırlarını kapatması ve yaşanan karantinalar sebebiyle müzelere gelen ziyaretçilerin sayısında keskin bir düşüş yaşanmış, müzelerin yaklaşık %94,7'si kısmen veya tamamen kapanma kararı almıştır (Antara & Sen, 2020; Levin, 2020; UNESCO, 2020). Dünyanın en popüler 100 müzesinin 2019 yılındaki ziyaretçi sayısı toplam 230 milyon iken salgının meydana geldiği 2020 yılındaki toplam ziyaretçi sayısı 54 milyona gerilemiştir (Kahraman, 2021). COVID-19'un ilk aylarından itibaren müzeler, salgının yayılımını azaltmak

amacıyla kapılarını ziyaretçilere kapatarak ciddi bir ekonomik krizle karşı karşıya kalmıştır (Zbucnea, Romanelli & Bira, 2020). Bu sebepten dolayı salgın sürecinde birçok müze personeli işsiz kalmış veya evden çalışma sistemine geçmek zorunda kalmıştır (ICOM, 2020; Tully, 2020). Avrupa Müze Organizasyonları Ağı (NEMO)'nın araştırmasına göre, büyük müzelerin elde ettikleri gelirin %75-80 oranında azalarak haftada yaklaşık 100 bin ila 600 bin Euro arasında gelir kaybı yaşandığı tahmin edilmektedir (NEMO, 2020).

COVID-19 salgınında müzelerin büyük bir kısmının kapanmasına rağmen turistlerin kültürel motivasyonları ve kültürel mekanlara olan talebinin devam ettiği anlaşılmaktadır. Salgın sürecinde müzeler, değişen koşullara göre yeni stratejilerle yeniden yapılanmaya giderek krizi aşmaya çalışmışlardır. Bazı müzeler, salgın sürecinde sosyal mesafe ve temasın azaltılması ilkelerine uygun olarak “yeni normallere” göre kapılarını ziyaretçilere açma kararı olsa da müzelerin bir bölümü yüz yüze ziyaretlere yeniden başlama konusuna temkinli yaklaşarak yeni stratejiler geliştirmeye çabalamıştır (Zbuccha vd., 2020).

COVID-19 küresel salgını; tıbbi maske kullanımının artması, sosyal mesafeye dayalı izole yaşam koşulları, hijyen alışkanlıklarının değişmesi seyahat kısıtlamaları ve aşı pasaportu tartışmaları ile farklı bir turizm döneminin kapılarını aralamıştır. Bu süreçte pek çok müze; ziyaretçileriyle yeniden etkileşime geçmek amacıyla sanal turlar, dijital koleksiyonlar, etkileşime dayalı konserler, video oyunları, bilgilendirici kurslar ve konferanslar gibi yaratıcı ve yenilikçi dijital çözümler geliştirmeye çalışmıştır. Günümüzün ve geleceğin müzecilik anlayışını etkileyen en önemli bulgu ise sosyal hareketliliğin durma noktasına geldiği COVID-19 salgını döneminde müzelerdeki kültürel mirasın dijitalleştirilmesi sürecinin hızlanmasıdır. Özellikle sanal müze uygulamaları, sergilenen kültür varlıkları ile koleksiyonların dijital ortamda görülmesini ve çeşitli bilgilerin edinilmesini sağlayan deneyimler oluşturmaya başlamıştır. Salgın boyunca turizmde hızla artan bir eğilim olan dijital kültürel miras ile müzeler, ziyaretçileriyle etkileşimlerini korumak amacıyla sahip oldukları kültür varlıkları ile koleksiyonlarını sanal mekâna taşımıştır (Tully, 2020).

Sanal müzeler, her ne kadar COVID-19 salgınıyla birlikte yaygınlaşan bir olgu olsa da postmoderniteyle başlayan ve tarihi geçmişi 20. yüzyılın son yıllarına kadar uzanan uygulamalardır. Huhtamo (2010), 2002 yılına ait Google arama motoru sonuçlarına göre “sanal müze” anahtar kelimesiyle ilgili 141 binden fazla sonucun var olduğunu ortaya koyarken 2009 yılında bu sayının 1.190.000’e ulaştığını ifade etmektedir (Museum Revolution, 2021). 2006 yılında ABD’deki müzelerin %43’ü web siteleri vasıtasıyla uzaktan erişilebilir konumdayken bunların çok az bir kısmı faaliyetlerini sanal mekâna taşımıştır (Stogner, 2009). Postmodernizmin etkisiyle 1990’lı yılların sonlarında sanal müzelerin yüz yüze müze ziyaretlerine alternatif bir hizmet olarak ortaya atılmasındaki temel amaç, müze ve koleksiyonların tanıtımını sağlayarak yüz yüze müze ziyaretleri

öncesinde ziyaretçilerin kültürel motivasyonlarını canlı tutmaktır. Sanal müze uygulamalarının yaygınlaşması, 2010’lu yıllardan itibaren Louvre ve Metropolitan müzesinin öncülüğünde ivme kazanmaya başlamıştır (Özyurt, 2020). Salgın öncesi dönemde yüz yüze ziyaretlerin tamamlayıcı bir hizmeti olarak sunulan sanal müze turları, COVID-19 süreciyle birlikte ana ürün haline gelmiştir.

COVID-19 küresel salgını öncesinde sınırlı sayıda müzenin yüz yüze ziyaretlere alternatif olarak geliştirdiği bir uygulama olan sanal müze ziyaretleri, salgın sürecinde sosyal hareketliliğin durması ve yaygınlaşan karantina koşulları sebebiyle yeniden gündeme gelmiştir (Kasapoğlu-Akyol, 2020). Avrupa Müze Organizasyonları Ağının yayınladığı rapora göre COVID-19 krizinin ilk aylarında müzelerin %70’i faaliyetlerini sanal ortama taşırken üç haftalık toplumsal karantina süreci sonunda bu oran %80’e çıkmıştır (NEMO, 2020).

Sanal müzeler, kullanıcılara yalnızca müzelerde sergilenen koleksiyonların dijital imajlarını yansıtmakla kalmayıp aynı zamanda sergilenen her bir eser ile ilgili görsel ve işitsel bilgileri ziyaretçilere sunan rehberlik hizmetlerini de kapsamaktadır (Bandelli, 1999). Bu bağlamda sanal müzeler, tıpkı yüz yüze müze ziyaretlerinde olduğu gibi turist rehberliği hizmetlerini de dijital ortama taşıyarak farklı bir kültürel deneyim sunmayı öncelemektedir. Bu bulgunun da rehberlik ve müze ziyaretleri açısından dikkate değer olduğunu belirtmek gerekmektedir. Müzeler; ziyaretçilerin ev konforunda erişebilecekleri sanal ortamlar tasarlanmasında çeşitli uygulamalar kullanmakta, dijitalleşme ve dijital araçlar başta olmak üzere çeşitli teknolojik olanaklar ayırt edici bir role sahiptir. Örneğin birçok müze, hareket ve ışık sensörü gibi yenilikçi uygulamaları sanal ortama aktararak farklı tasarımlarla özgün bir müze ortamı oluşturmaya çalışmaktadır. Burada değişen müze ve mekân algısı ile zaman kavramı turizm coğrafyası için önemli bir araştırma alanı yaratmaktadır.

Müzelerin salgın sürecinde uyguladıkları bir başka strateji ise sosyal medya araçlarını etkin kullanarak ziyaretçiler ile etkileşimlerini korumaya çalışmaktır. Günümüzde müzelerin sanal mekandaki faaliyetleri yalnızca çevrimiçi turlar ve tanıtımlarla sınırlı kalmayıp müzeler ile ziyaretçiler arasındaki etkileşimi sürdürmek amacıyla sosyal medya platformlarındaki faaliyetler artmaya başlamıştır. Sözü edilen konuyla ilgili Corona (2021), küresel salgın sürecinde sanal müzelerin sosyal medya platformlarındaki paylaşım ve takipçi sayılarındaki artışa dikkat çekmektedir (Corona, 2021). Stavanger Sanat Müzesi yetkilileri 2020 yılının mart ayında, bir

sosyal medya platformu üzerinden başlatılan canlı yayında yaklaşık 400 ziyaretçiyle birlikte sanal mekânda müzeyi gezerek koleksiyonlar hakkında tanıtıcı bilgiler vermiştir (Burke, Jorgensen, & Jorgensen, 2020). Agostino ve diğerlerinin (2020) de ortaya koyduğu gibi müzelerin çeşitli sosyal medya uygulamalarında paylaştıkları gönderilerin sayıları salgın dönemiyle birlikte ciddi oranda artmıştır (Kist,

2020). Ayrıca müzelerin COVID-19 döneminde sosyal medya uygulamalarını etkin bir biçimde kullanmaları sebebiyle takipçi sayılarının önemli oranda arttığı görülmektedir (Tablo 2 ve 3). Bu bağlamda salgın sürecinde müzeler, sosyal medyayı yalnızca iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda bilgi transfer platformları olarak değerlendirmektedir.

Tablo 2- Önemli Müzelerin COVID-19 Öncesi ve Sonrasındaki Takipçi Sayıları
 Table 2- Followers of Leading Museums Before and After COVID-19

No	Müze Adı	Takipçi Sayısı (Eylül 2018)	Takipçi Sayısı (Mart 2022)
1	MoMA, New York	4.000.000	13.185.344
2	Metropolitan Müzesi, New York	< 2.500.000	6.409.030
3	Tate Modern, London	< 2.000.000	10.079.700
4	Louvre Müzesi, Paris	2.000.000	9,077.051
5	Guggenheim Müzesi, New York	Yaklaşık 2.000.000	6.890.241
6	British Museum, London	1.000.000	5.867.645
7	National Gallery, London	Yaklaşık 1.000.000	3.936.368
8	Victoria & Albert Museum, London	850.000	3.838.427
9	Van Gogh Museum, Amsterdam	850.000	6.352.303
10	Centro Pompidou, Paris	< 700.000	2.943.987
11	Galleria degli Uffizi, Florence	170.000	775.203
12	Musei Vaticani	6.000	453.684

Kaynak: (Corona, 2021)

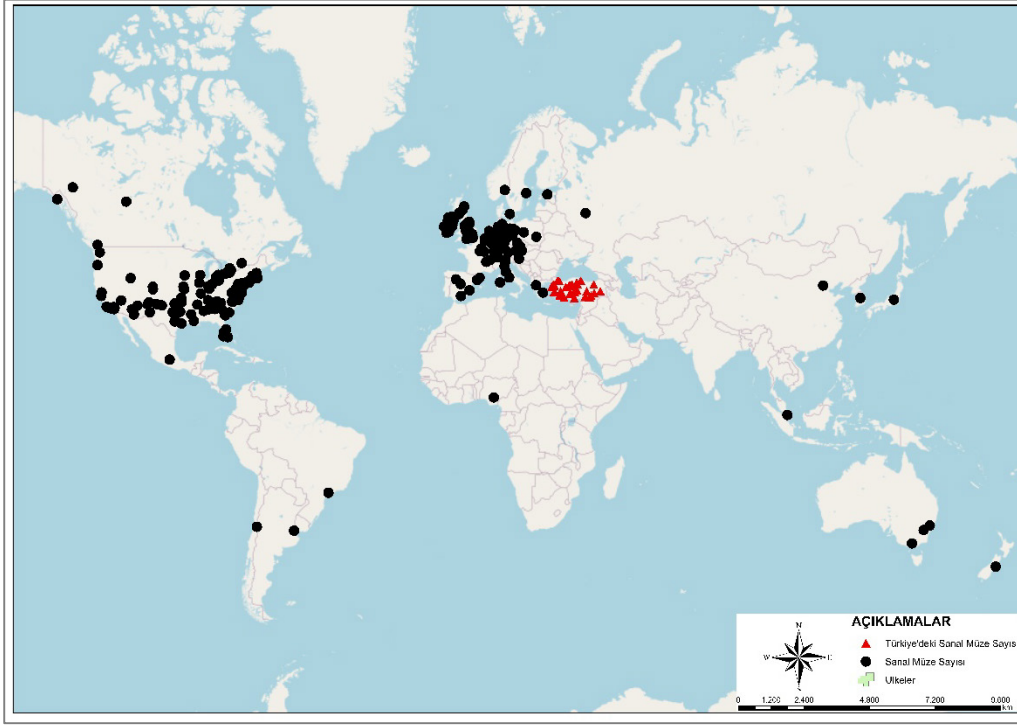
Tablo 3- COVID-19 Salgını Sürecinde Sanal Ziyaretleri Erişime Açan Bazı Müzelerin Takipçi Sayıları
 Table 3- Number of Followers of Some Museums Opening Virtual Visits During the COVID-19 Pandemic

No	Müze Adı	Bulunduğu Kent	Sosyal Ağlardaki Takipçi Sayısı (Mart 2022)
1	The British Museum	Londra	5.867.645
2	Louvre Müzesi	Paris	9,077.051
3	Vatican Müzesi	Roma	453.684
4	The National Gallery of Art	Washington	3.936.368
5	Uffizi Gallery	Floransa	775.203
6	The Dali Theatre Museum	Florida	397.055
7	Nasa Müzesi	Virgina	47.383
8	Prado Müzesi	Madrid	3.448.111
9	MoMa Müzesi	New York	13.185.344
10	The National Women's History Museum	Virgina	587.369
11	South Tyrol Museum of Archeology	Bozen	67.072
12	Pinacoteca di Brera	Milano	209.326
13	The Metropolitan Museum of Art	New York	6.409.030
14	Hermitage Müzesi	St Petersburg	769.221
15	Egyptian Museum	Turin	699.619
16	Guggenheim Müzesi	New York	6.890.241
17	RijksMuseum	Amsterdam	1.467.110
18	Musée d'Orsay	Paris	2.940.049
19	Natural History Museum	Londra	3.671.265
20	J Paul Getty Museum	Los Angeles	2.327.479
21	Pergamon Museum	Berlin	74.256
22	MASP	Sao Paolo	1.343.722
23	National Museum of Anthropology	Mexico City	78.201

Kaynak: (Google Arts and Culture , 2021)

Sanal müzelerin mekânsal dağılışı incelendiğinde iki coğrafi bölgede mekânsal kümelenmenin varlığı dikkat çekmektedir. Bunlar, kültürel turizmin merkezi konumundaki Avrupa Kıtası ile Kuzey Amerika'dır. Avrupa Kıtasında başta Britanya olmak üzere Batı Avrupa ülkeleri sanal müzecilik faaliyetlerinde ön plana çıkarken Kuzey Amerika'da ise Amerika Birleşik Devletlerinin doğu

kıyılarındaki destinasyonlarda yer alan müzelerin büyük bir bölümü faaliyetlerini sanal mekâna taşımıştır. Asya, Okyanusya ve Afrika kıtalarının yanı sıra Güney Amerika ülkelerinde yer alan müzelerin koleksiyonlarını sanal mekâna taşıma konusunda Batı Avrupa ülkeleri ve ABD'nin gerisinde kalması dikkat çekicidir (Şekil 1).



Şekil 1- COVID-19 Salgını Sürecinde Erişime Açılan Sanal Müzelerin Mekânsal Dağılımı

Figure 1- Spatial Distribution of Virtual Museums Opened to Access During the COVID-19 Outbreak

Kaynak: (Google Arts and Culture, 2021)'den elde edilen verilerle hazırlanmıştır.

Sanal ziyaretler açısından önde gelen müzeler arasında yer alan British, Louvre, Vatikan, Guggenheim ve Rijksmuseum gibi birçok popüler müze, salgın sürecinde sanal müzeciliğin yaygınlaşmasında öncü olmuştur. Salgının ilk günlerinde Louvre Müzesi'nin sanal müze hizmetini erişime açmasının ardından 10.5 milyon ziyaretçiyi kendisine çekmeyi başarmıştır (NTV, 2021). Louvre Müzesi'nin 2019 yılı ziyaretçi sayıları (9,6 Milyon kişi) ile sanal müze hizmetinin ilk 71 günlük ziyaretçi sayısı (10,5 Milyon kişi) kıyaslandığında sanal müzelere olan talebin boyutu net bir şekilde anlaşılmaktadır. Aşının yaygınlaşmasıyla birlikte salgının etkilerinin nispeten hafiflediği 2021 yılında turizm faaliyetleri ve sosyal hareketlilik tekrardan artış göstermeye başlasa da sanal müze faaliyetlerinin devam ettiği görülmektedir. Bu durum, sanal müzelere yönelik turist talebinin yalnızca sosyal izolasyon şartlarının hâkim olduğu salgın dönemiyle sınırlı kalmadığını, bu müzeleri yüz yüze ziyaret etmenin

mümkün olduğu dönemlerde de sanal müze ziyaretlerinin sürdüğünü göstermektedir.

3.2. Türkiye'de Müzecilik ve Sanal Uygulamalar

Kültürel turizmin temel unsurları arasında yer alan müze ve ören yerleri, Türkiye turizmi için önemli çekicilik kaynaklarıdır. Tarihi, kültürel, arkeolojik ve etnografik çeşitliliği yüksek bir ülke olan Türkiye'de müze ve ören yerleri, yerli ve yabancı birçok turisti kendisine çekmektedir. Cumhuriyet öncesi dönemde yabancı uzmanlar tarafından yürütülen müzecilik faaliyetleri daha sonra Osman Hamdi Bey öncülüğünde modern hale gelmeye başlamıştır. Türkiye müzeciliğinde 1980'li yıllara kadar tarihi, kültürel, arkeolojik, etnografik koleksiyonların korunması yaklaşımı hakimken, 1983 yılında Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanununun yürürlüğe girmesiyle müze temaları çeşitlenmeye başlamıştır (Kervankıran ve Eryılmaz, 2015). 1980'li yıllardan itibaren kültürel turizmin temel ürünü olarak görülen müze ve ören yerleri hızla turizme açılmaya

başlanmıştır. Kültürel mekanları ziyaret eden turistlerin profilleri incelendiğinde yerli turistlerin genellikle müzeleri, yabancı turistlerin ise çoğunlukla ören yerlerini ziyaret ettiği anlaşılmaktadır (Emekli, 2003). Bu sebepten ötürü özellikle yabancı turistlerin ilgisini çekebilmek amacıyla ören yerlerinin turizme açılmasına önem verilmiştir.

Türkiye'de 2021 yılı verilerine göre 219'u özel olmak üzere toplam 428 müze bulunmaktadır. Bu müzelerin önemli bir bölümü İstanbul, Ankara, İzmir, Konya, Mersin ve Antalya gibi farklı kültürel çekicilikleri bünyesinde barındıran büyük kent merkezlerinde yoğunluk kazanmıştır. Bu müzelerin haricinde Muğla, Aydın ve Nevşehir gibi farklı illerde müzelerin sayısı giderek artmaktadır (Kervankıran, 2014). Salgın öncesinde toplam 35 milyon kişi tarafından ziyaret edilen müzeler, 2020 yılında salgının etkileriyle birlikte yalnızca 9 milyon kişi tarafından ziyaret edilmiştir. 2021 yılında salgının etkilerinin kısmen azalması ve toplumsal aşılmanın hız kazanmasıyla birlikte yüz yüze ziyaretçi sayısı 16 milyona ulaşmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

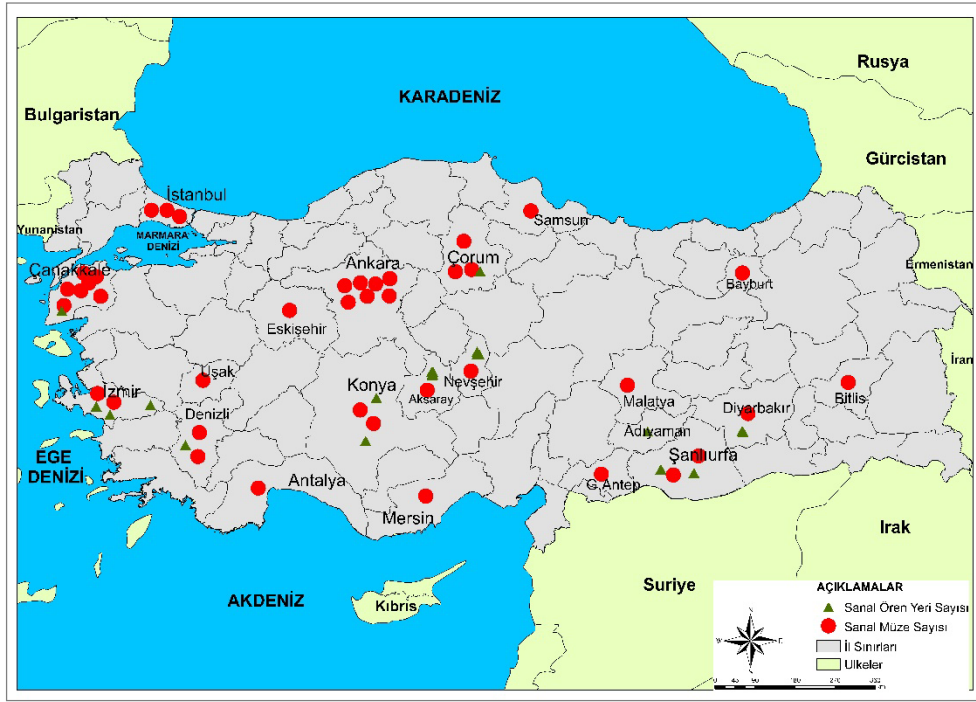
Sanal müzecilik ve COVID-19 ilişkilerinin Türkiye'deki yansımalarını incelemek turizmin ve müzeciliğin geleceği açısından önem taşımaktadır. Türkiye'de sanal müzecilik çalışmaları salgınla birlikte hız kazanmış olsa da yeni bir süreç değildir. Ülkemizde sanal müzeler ile ilgili ilk girişimler 1990'lı yıllarda Topkapı Saray Müzesindeki kültürel unsurların elektronik ortamda sayısallaştırılması ve İstanbul Resim ve Heykel Müzesinin web sitesine aktarılmasına kadar gitmektedir (Barlas-Bozkuş, 2014). 2006 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 35 adet müze ve ören yerinin "ulusal kültür varlıkları bilgi bankası" çatısı altında dijitalleştirilmesiyle Türkiye'de sanal müzecilik sistematik hale getirilmeye çalışılmıştır (Düzgün, 2008). Efes Müzesi, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Topkapı Sarayı, Ankara Etnografya Müzesi ve o dönemki ismiyle Ayasofya Müzesi gibi popüler müzelerin sanal ortama taşınmasındaki temel amaç; müzelere ve koleksiyonlara olan ilgi ve talebi artırmaktır.

COVID-19 salgını öncesinde Türkiye'de sınırlı sayıda olan sanal müze örnekleri salgınla birlikte artmaya başlamıştır. Salgın sürecinde uygulama alanı genişleyen sanal müzecilik eğilimlerine Türkiye'deki müzeler de hızla uyum sağlamıştır. Önemli bir başlangıç olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 25 Mart 2020 tarihinde ziyaretçilerin müzelerdeki koleksiyonlarla etkileşimini mümkün kılan web platformu "sanal müze portalı" erişime

açılmıştır (Sanalmuze, 2020). Bu platformda, Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı olan birçok müze ve ören yeri, ziyaretçilere sanal bir deneyim sunmak amacıyla faaliyetlerini dijitalleştirerek sanal mekâna taşımıştır. Sözü edilen müzeler arasında Efes Müzesi, Troya Müzesi, Etnografya Müzesi, Kurtuluş Savaşı Müzesi gibi kültürel çekiciliği ve turizm potansiyeli yüksek olan müzeler yer almaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığının yaptığı açıklamaya göre kullanıcı erişimine açılan Sanal Müze portalı, bir yıldan kısa bir süre içerisinde 12 milyon ziyaretçiye ulaşmıştır (Hürriyet Gazetesi, 2021). 25 Mart 2020 ile 1 Ocak 2021 tarihleri arasında Cumhuriyetin kuruluş yıllarına ışık tutan Kurtuluş Savaşı Müzesi 1 milyon 965 bin 251 kez ziyaret edilmiştir. Yalnızca İzmir'in değil Türkiye'nin en önemli müzeleri arasında yer alan Efes Müzesi aynı dönem içerisinde 2 milyon 432 bin 624, Anadolu Medeniyetleri Müzesi 2 milyon 203 bin 772, Troya Müzesi ise 1 milyon 158 bin 501 kez ziyaret edilmiştir. Yapılan açıklamalarda ayrıca, kullanıcıların sanal müze deneyimine duydukları memnuniyetin iki kat arttığı vurgulanmıştır (Kalyoncuoğlu, 2021).

Salgın sürecinde artan talebe bağlı olarak Sanal Müze Portalındaki mekanların sayısı, salgının ilk aylarında 33 iken salgının etkilerinin azaldığı 2022 yılında 48'e ulaşmıştır. Bu mekanların 35'i sanal müzeyken 13'ünün ören yeri olması dikkat çekicidir (Şekil 2). Türkiye'deki sanal müzelerin sayısının hızla artması, COVID-19 ile birlikte Dünyada giderek yaygınlaşan sanal müze deneyimlerinin Türkiye'de de popülerlik kazandığını ortaya koymaktadır. Postmodern bir olgu olan sanal müzeler, Dünyanın diğer ülkelerinde olduğu gibi Türkiye'de de salgın süreciyle birlikte artmış, müzelerin ve ören yerlerinin dijitalleşme süreci ivme kazanmıştır.

Sanal Müze Portalında yer alan kültürel mekanlar yalnızca sanal müzeler ile sınırlı değildir. Farklı tarihi ve kültürel çekiciliklere sahip olan birçok ören yerine çevrimiçi erişim sağlanmaktadır. Platformun hizmete açıldığı ilk haftalara karşılık gelen 2020 yılının Nisan ayında "tarihin sıfır noktası" olarak bilinen Göbekli Tepe Ören Yeri 5 milyon 516 bin 571 kez gezilerek ziyaretçi sayısı bakımından en popüler ören yeri konumundadır. Sanal müze portalında yer alan diğer ören yerleri arasında İhlara Vadisi Ören Yeri 43 bin 633, Efes Ören Yeri 40 bin 75, Nemrut Ören Yeri 34 bin 493, Göreme Ören Yeri ise 25 bin 829 kez ziyaret edilmiştir. Sanal müzelerde olduğu gibi faaliyetlerini çevrimiçi ortama taşıyan ören yerlerine yönelik talep de giderek artmaktadır. Özellikle Göbekli Tepe ören yerinin salgın öncesinde görsel ve dijital medyada konu olması, sanal ziyaretçi sayılarına yansımıştır.



Şekil 2- Türkiye'de Sanal Müzelerin Mekânsal Dağılımı

Figure 2- Spatial Distribution of Virtual Museums in Turkey

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 25 Mart 2020 tarihinde erişime açılan sanal müze portalına yönelik talep, küresel salgının ilk yılları olan 2020 ve 2021 yılında oldukça yüksek boyutlara ulaşmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Genel Müdürlüğü'nün yayınladığı verilere göre 2021 yılında en çok ziyaret edilen müze ve ören yerleri sırasıyla Konya Mevlâna Müzesi (1.507.264), Denizli Hierapolis Arkeoloji Ören yeri (1.197.561), ve İzmir Efes Ören yeri (673.544) olarak dikkat çekmektedir (Arkeofili, 2022). Turizm hareketliliğinin kısıtlı olduğu salgın sürecinde ziyaretçilerin kültürel motivasyonlarını karşılamak amacıyla yürürlüğe giren sanal müzelere yönelik ilgi giderek artmıştır (Tablo 4).

Salgın öncesindeki yüz yüze müze ziyaretleriyle kıyasla birçok sanal müze çok daha fazla kişi tarafından ziyaret edilmiştir. Sanal müzelere yönelik talebin yüz yüze müze ziyaretlerine oranla daha yüksek olmasında, salgının etkilerinin haricinde internet bağlantısı olan herhangi bir yerden ve cihazdan sanal müzelere erişimin kolay ve hızlı bir şekilde sağlanabilmesi önemli rol oynamıştır. Bu sayede çeşitli sosyo-ekonomik sebeplerle müze ve ören yerlerini ziyaret edemeyen kişilerin sanal

mekanda da olsa bu mekanları ziyaret edebilmeleri mümkün hale gelmiştir.

2020 ve 2021 yılında sanal müzelere erişim sağlayan ziyaretçi sayıları incelendiğinde en çok ziyaret edilen sanal müzeler arasında Kurtuluş Savaşı Müzesi, Efes Müzesi, Anadolu Medeniyetleri Müzesi ve Troya Müzesi önde gelmektedir (Tablo 4). Bu müzelerin salgın öncesinde de ziyaretçi sayısı bakımından popüler müzeler arasında yer alması dikkat çekicidir. Sanal ziyaretler olarak müzelerin; tarihi, kültürel ve arkeolojik açıdan önemli koleksiyonlara sahip olmaları sanal müze taleplerine de yansımıştır. Sanal müzelerin 2022 yılındaki ilk üç aylık ziyaretçi sayıları incelendiğinde ilginin devam ettiği görülmektedir. Aşının bulunması ve kısıtlamaların azalmasına rağmen Türkiye'de sanal müzelere olan talebin devam etmesi müzelerin geleceği açısından önemlidir.

Tablo 4- COVID-19 Salgını Sürecinde Türkiye'de Erişime Açılan Sanal Müzeler
 Table 4- Virtual Museums Opened to Access in Turkey During the COVID-19 Outbreak

No	Sanal Müze Adı	Yüz Yüze Ziyaretçi Sayısı (2019)	Sanal Ziyaretçi Sayısı (2020-2021)	Sanal Ziyaretçi Sayısı (Ocak-Mart 2022)
1	Ankara Kurtuluş Savaşı Müzesi	185.457	3.454.912	4.145
2	İzmir Efes Müzesi	105.147	2.432.624	9.960
3	Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi	327.695	2.203.772	9.638
4	Çanakkale Troya Müzesi	583.491	2.089.904	3.987
5	Ankara Cumhuriyet Müzesi	515.309	1.850.105	5.954
6	Samsun Gazi Müzesi	103.453	1.491.105	18.067
7	Ankara Etnografya Müzesi	94.987	251.520	18.067
8	Antalya Müzesi	185.968	185.275	8.174
9	Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi	367.395	172.989	4.478
10	Adana Arkeoloji Müzesi	74.355	150.375	30.582
11	Hatay Arkeoloji Müzesi	53.804	135.050	3.042
12	Şanlıurfa Müzesi	250.865	131.119	5.968
13	Gaziantep Arkeoloji Müzesi	20.438	105.937	2.200
14	Çorum Boğazköy Müzesi	40.832	89.622	2.037
15	Çorum Müzesi	29.731	57.714	2.143
16	İstanbul Arkeoloji Müzeleri	427.643	47.166	8.053
17	İzmir Efes Örenyeri	1.855.694	40.075	3.341
18	İzmir Atatürk Evi Müzesi	166.330	29.366	2.511
19	Ankara Cumhurbaşkanlığı Millî Mücadele Sergisi	**	23.615	3.903
20	İstanbul Havalimanı Müzesi	**	22.305	1.867
21	Van Müzesi	18.248	19.078	2.882
22	İstanbul Türk ve İslam Eserleri Müzesi	187.929	19.601	3.115
23	Bitlis Ahlat Selçuklu Mezarlığı	20.235	13.916	2.178
24	Çanakkale Destanı Tanıtım Merkezi	19.961	12.823	2.617
25	Mersin Müzesi	42.162	11.809	1.535
26	Eskişehir Odunpazarı Modern Müze		11.678	2.750
27	Uşak Müzesi	34.403	10.883	1.304
28	Çanakkale Kilitbahir Kale Müzesi	49.986	8.038	1.794
29	Çanakkale Anadolu Hamidiye Tabyası Çanakkale Savaşları Tarih Müzesi		7.535	1.301
30	Çanakkale Hilal-i Ahmer Canlandırma Alanı	**	7.604	2.201
31	Ankara Polis Müzesi	*	4.099	3.916
32	İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi	230.233	3.712	2.639
33	Bayburt Kenan Yavuz Etnografya Müzesi	16.525	1.913	1.302
34	Çanakkale Mehmetçik Feneri	**	858	1.063
35	Ankara SBÜ Hazine Müzesi	*	-	609
GENEL TOPLAM		6.008.276	15.098.097	179.323

Kaynak: (<https://sanalmuze.gov.tr>, 2021, 12 21) *=2020 yılı ve sonrasında hizmete açıldı,

**= Giriş ve ziyaretçi istatistikleri mevcut değildir.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Küreselleşme, değişen kültür tanımlamaları, sosyo-ekonomik ve siyasi yapılar, farklılaşan teknoloji-ulaşım-haberleşme-turizm ilişkileri ile ortaya çıkan krizler ve salgınlar turizm-coğrafya bağlamını etkilemeye başlamıştır. Son yıllarda turizmin zamansal dönüşümüyle birlikte turizm coğrafyasının içeriği, uygulama biçimleri ve atfedilen

görevlerin arttığı görülmüştür. 2019 sonlarında ortaya çıkan ve küresel ölçekte yayılım gösteren COVID-19, tüm ekonomik sektörleri, yapılanmaları ve ilişkileri etkilemiş, yeni bir dünya düzeni yaratmaya başlamıştır. Bu bağlamda küresel salgın turizmi ve turist alışkanlıklarını büyük ölçüde değiştirmektedir (Awan vd., 2020).

Araştırmanın temel motivasyonu ve sorusu salgın sürecinin müzeleri ile sergileme olanaklarını nasıl etkilediği üzerinedir. Araştırma konusu olan müzeciliğin uygulama biçimleri uzun yıllardır kültürel turizmin en önemli temsilcileri arasında yer almakta, farklı turistik çekicilik ve ürünlerle birleşerek birçok turizm türünün tamamlayıcısı olarak değerlendirilmektedir. Günümüze kadar turizm, teknoloji, kültür ve mekân ilişkileri, kültürel mirasa ilişkin yaklaşımlar ile yasa ve yönetmelikler, turist tipolojilerinde bireyselleşmenin ve motivasyon kaynaklarının çeşitlenmesi, ülkeler arası ilişkiler, uluslar üstü politikalar turizmin ve müzelerin değişiminde kilit rol üstlenmiştir (Emekli,2021). Bu faktörlere ek olarak COVID-19 salgının ortaya çıkması ile turizm hareketlerinin durma noktasına gelmesi, salgının ilk aylarından itibaren sanal müzelerin sayısı ve hizmetlerinin artmaya başlaması küresel ölçekte dikkat çekmiş, müzelerin krizden çıkış stratejisi olarak ortaya koydukları dijitalleşme ve sanal müze uygulamaları, yüz yüze müze ve ören yerlerini ziyaret edemeyen turistlerin ilgisini çekmeyi başarmıştır. Bu bağlamda sanal müzelerin turizm coğrafyasını nasıl ve ne yönde değiştireceği, turist davranışları ile motivasyonlarının ne şekilde şekilleneceği ve bu gelişmelerin turizm stratejilerine, ülkelere ve yayınlara nasıl yansıtacağı merak konusu olmuştur.

Uluslararası literatürde salgınla birlikte araştırma konusuyla ilgili çalışmaların sayısı hızla artmış olsa da ulusal literatürde sanal müzeleri turizm coğrafyası yaklaşımıyla ele alan araştırmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Bu bağlamda sanal müzelerin küresel ölçekteki durumu ile Türkiye'deki gelişimini turizm coğrafyası yaklaşımıyla ele alan bu araştırmanın, turizm coğrafyası literatüründe önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Mekan algısını ve kullanım alışkanlıklarını değiştiren sanal müzeler, turizm coğrafyası açısından yeni bir araştırma alanı yaratmakta, mekanın dijitalleşmesi tartışmalarına zemin hazırlamaktadır.

Küresel ölçekte 1990'lı yıllardan itibaren dijitalleşme süreciyle birlikte gelişim gösteren sanal müzecilik, yüz yüze müze ziyaretlerinin tamamlayıcısı olarak değerlendirilmiş, salgınla birlikte bu tür uygulamalar çeşitlenerek artış göstermiştir. Binlerce kilometre uzaklıktaki müzelere yapılan yüz yüze ziyaretlerin alternatifi olarak gelişen sanal müzeler; turizmde zaman ve mekân algısını değiştirmiş, daha ekonomik bir ana ürün haline almıştır. Bu durumun müzeciliği mekân ve sunum olarak nasıl etkileyeceği, turistleri nasıl yönlendireceği ayrı bir tartışma ve merak konusudur.

COVID-19 ile birlikte sosyal hayata ilişkin kısıtlamalar ve önlemler sonucunda turizm hareketleri durma noktasına gelmiş, salgının ilk aylarından itibaren sanal müzelerin sayısı ve hizmetlerinin kapsamı artmaya başlamış, sanal uygulama ve etkinlikler çeşitlenmiştir. Müzelerin krizden çıkış stratejisi olarak ortaya koydukları dijitalleşme ve sanal müze uygulamaları, yüz yüze olarak müze ve ören yerlerini ziyaret edemeyen turistlerin ilgisini çekmeyi başarmıştır. Müzelerin sanal ortamdaki dijital temsillerini ifade eden bu anlayışın gelişmesine ek olarak ziyaretlerde farklı ve yenilikçi araçların kullanılması bu uygulamaların gelişmesini hızlandırmıştır.

Salgın döneminde krizden çıkış stratejisi olarak değerlendirilen sanal müzelere yönelik turist talebi hızla artmış, sanal müzelerin sayısı ise bu artışa paralel olarak çeşitlenmiştir. Örneğin "Sanal Louvre Müzesi" yalnızca 72 gün gibi kısa bir sürede Louvre Müzesi'nin 2019 yılındaki toplam ziyaretçi sayısını geride bırakmıştır. Salgın döneminde turist talebi ve eğilimleri, sanal müzeciliğe talebin ne denli büyük olduğunu ve hızla geliştiğini kanıtlamış ve araştırma konusunun ne kadar önem taşıdığına vurgu yapmıştır. Özellikle küresel salgında kapılarını ziyaretçilere kapatmak zorunda kalan birçok müze, sosyal medya etkinliklerini artırarak toplumlarla etkileşimlerini korumayı hedeflemiştir. Bu bağlamda müzelerin sosyal medya hesaplarında yaptığı paylaşımlar çeşitlenmiş, canlı çevrimiçi müze turları ve koleksiyonlar hakkında yapılan interaktif söyleşiler ziyaretçi-müze etkileşimini artırmış. bu yolla ziyaretçiden takipçiye geçiş ile müze ve ziyaretçiler arasındaki bağlar süreklilik kazanmıştır. Ancak bu süreçte müzedeki eserlerin sanal ortama aktarılma oranı ile ziyaretçilerin internet hızlarının sanal müze deneyimini ve kültürel doyumunu etkilediği gözden kaçırılmamalıdır.

Küresel salgın döneminde müze faaliyetlerini dijitalleştirerek sanal mekana taşıma eğilimlerine Türkiye de kısa süre içinde uyum sağlamış hatta bazı ören yerlerini de sanal mekana taşıyarak ciddi oranda ziyaretçinin ilgisini çekmeyi başarmıştır. Türkiye'de toplam 428 adet müze bulunmasına rağmen COVID-19 küresel salgını döneminde faaliyetlerini sanal mekana taşıyan müze sayısı 35 iken ören yerlerinin sayısı 13 adet ile sınırlı kalmıştır. Bir başka ifadeyle Türkiye'deki toplam müze sayısının yaklaşık %11'i faaliyetlerini sanal mekana taşımıştır. Türkiye'de bulunan sanal müzeler; İstanbul, Ankara, Çanakkale ve Şanlıurfa gibi illerde yoğunluk kazanırken 65 ilde hiçbir sanal müzenin bulunmaması Türkiye'nin bu eğilimleri yeterince takip edememesinin bir göstergesidir. Ülkemizde salgınla birlikte sanal

müzelerin sayısı hızla artsa da toplam müze sayısına kıyasla Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinin gerisinde kaldığı görülmektedir. Fakat salgın koşullarının ağır olduğu 2020 ve 2021 yıllarında Türkiye'de toplam 23 milyonun üzerinde sanal ziyaret gerçekleştirilmesi dikkat çekicidir (KTB, 2022). Aşının yaygınlaşması ile esnetilen salgın kurallarına rağmen 2022 yılında da sanal müzelere yönelik talebin devam etmesi dikkat çekicidir.

Ülkemiz açısından bir diğer önemli konu da yabancı turistlerin yerli turistlere kıyasla daha çok ören yerlerini ziyaret etme eğiliminde olmalarıdır (Emekli, 2003). Bu bağlamda müze ve örenyeri sunumlarının sanal ortama taşınmasının ülke tanıtımı açısından artı bir değer oluşturabileceği düşünülmektedir. Hatta ören yerlerinin sanal mekan sunumlarının salgın sonrasında bu mekanlara yönelik talebi artırmak ve canlı tutmak açısından kıymetli olduğu düşünülmektedir.

Salgın koşullarına kültürel turizmin diğer turizm türlerine oranla daha çabuk ve uygun stratejiler geliştirdiğini görmek önemli konular arasındadır. Başka bir deyişle savaş, çatışma, doğal afet, ekonomik kriz ve küresel salgın gibi ani şoklara karşı turizm stratejilerinin hatta yaratıcılık modellerinin oluşturulmasında kültürel mekanlar ve olaylar etkili araçlar arasındadır. Bu konunun üzerinde durulması ve

gelecek turizm stratejilerinin geliştirilmesinde tartışılması gerekmektedir. Öte yandan mekân algısını ve kullanım alışkanlıklarını değiştiren bu durum turizm coğrafyası açısından yeni bir araştırma alanı yaratmakta, mekânın dijitalleşmesi, sıradanlaşması tartışmalarını da beraberinde getirmektedir.

Yeni bir kültürel turizm formu olarak kurgulanan sanal müzelerin yerini koruyacağı düşünüldüğünde; salgın sonrasında sanal müzelere yönelik turizm talebinin devam edeceği beklenmekte, yüz yüze müze ziyaretlerinin durumu merak ve tartışma konusu olmaktadır. Bununla birlikte COVID-19 ile turizm alışkanlıklarında ve müze ziyaretlerinde salgın öncesindeki uygulamaların devam etmesinin mümkün olmadığı düşünülmektedir (Ambrosso, 2020). Özellikle kalabalık mekanlar üzerinde artan güvenlik ihtiyacı ve hijyen kaygıları nedeniyle ziyaretçilerin, kapalı mekanlarda vakit geçirme motivasyonlarının nasıl etkileneceği tartışma konusu olup dikkatle izlenmesi gereken bir durumdur. Çünkü COVID-19'un getirdiği yeni yaşam alışkanlıkları, bireysel davranış kalıpları, mekan algıları ve hatta kültürel yaşamın değişime uğrayabileceği, turizmin ve müzeciliğin farklılaşacağı bunların literatüre de yansıtacağı görülmektedir.

Çıkar Çatışması / Conflict of Interest	Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir. The authors declared no conflict of interest
Finansal Destek / funding conditions	Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmiştir. The authors declared that this study has received no financial support
Yazar Katkıları/Author Contributions	Yazarlar/Authors
Çalışmanın içeriği ve tasarımı/Conception/Design of Study	O. Oğan – G. Emekli
Metodoloji/Methodology	O. Oğan – G. Emekli
Veri toplama-oluşturma-iyileştirme/Data Curation	O. Oğan – G. Emekli
Analiz/Analysis and interpretation of data	O. Oğan – G. Emekli
Görselleştirme/ Visualization	O. Oğan
Yazı taslağı/Writing - Original Draft	O. Oğan – G. Emekli
Yazma - İnceleme ve Düzenleme/Writing - Review & Editing	O. Oğan – G. Emekli
Proje yönetimi/Project administration	O. Oğan – G. Emekli

REFERANSLAR

- Abu Bakar, N., & Rosbi, S. (2020). Effect of coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4).
- Acar, Y. (2020). Yeni koronavirüs (COVID-19) salgını ve turizm faaliyetlerine etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.
- Agostino, D., Arnaboldi, M., & Lampis, A. (2020). Italian state museums during the COVID-19 crisis: from onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*, 1-11.
- Akoğlan Kozak, M., Evren, S., Çakır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.

- Antara, N., & Sen, S. (2020). The impact of covid-19 on the museums and the way forward for resilience. *Journal of International Museum Education*, 2(1), 54-61.
- Arkeofili (2022). Türkiye'deki Müze ve Örenyeri 2021 Ziyaretçi Sayıları Açıklandı. Erişim Tarihi 07.04.2022. Erişim Adresi: <https://arkeofili.com/turkiyedeki-muze-ve-orenyeri-2021-ziyaretci-sayilari-aciklandi/>
- Awan, M. I., Shamim, A., & Ahn, J. (2020). Implementing 'cleanliness is half of faith' in re-designing tourists, experiences and salvaging the hotel industry in Malaysia during COVID-19 pandemic. *Journal of Islamic Marketing*, 12(3).
- Bandelli, A. (1999). Virtual spaces and museums. *Journal of Museum Education*, 20-22.
- Barlas-Bozkuş, Ş. (2014). Kültür ve sanat iletişimi çerçevesinde Türkiye'de sanal müzelerin gelişimi. *International Journal of Social Science*, 26, 329-344.
- Burke, V., Jorgensen, D., & Jorgensen, F. A. (2020). Museums at home: digital initiatives in response to COVID-19. *Norsk museumstidsskrift*, 117-123.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Geliştirilmiş 2. baskı). Pegem Akademi Yayıncılık. Yöntemleri (Geliştirilmiş 2. baskı).
- Chinazzi, M., Davis, J. T., Ajelli, M., Gioannini, C., Litvinova, M., Merler, S., . . . Vespignani, A. (2020). The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak. *Science*, 1-12.
- Corona, L. (2021). Museums and communication: the case of the louvre museum at the COVID-19 age. *Humanities and Social Science Research*, 4(1), 15-26.
- Du Cros, H., & McKercher, B. (2014). *Cultural tourism*. Routledge.
- Düzgün, O. (2008). "Sanal müzecilik ve müzelerimiz" Geçmişten Geleceğe Türkiye'de Müzecilik Sempozyumu 21-22 Mayıs 2007, VEKAM Yayınları. (s. 217-220).
- Emekli, G. (2003). İzmir'de kültürel turizmin geliştirilmesinde müzelerin önemi. 4. Ulusal Turizm Sempozyumu, 18-19 Aralık 2003, Dokuz Eylül Üniversitesi. Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü. Bildiriler Kitabı. (s. 112-131).
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm : kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 51-59.
- Emekli, G. (2021). Coğrafya, turizm, kültür ilişkilerinin turizm coğrafyasına yansımaları ve kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 30 (2), 405-428 . DOI: 10.51800/ece.1017209
- Euromonitor International. (2022). Top 100 city destinations 2019 edition report.
- Farmaki, A., Miguel, C., Drotarova, M. H., Aleksic, A., Casni, A. C., & Efthymiadou, F. (2020). Impacts of COVID-19 on peer-to-peer accommodation platforms: Host perceptions and responses. *International Journal of Hospitality Management*, 1-10.
- Farzanegan, M. R., Gholipour, H. F., Feizi, M., Nunkoo, R., & Andargoli, A. E. (2020). International tourism and outbreak of coronavirus (COVID-19): a cross-country analysis. *Journal of Travel Research*, 1-6.
- Google Arts and Culture . (2021, 02 08). Google Arts and Culture Web Sitesi. <https://artsandculture.google.com/story/10-museums-you-can-explore-right-here-right-now/igKSKBBnEBSGKg> adresinden alındı
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Güneş, E., Pekerşen, Y., Alagöz, G., & Sivrikaya, K. K. (2019). Müze ziyaretçilerinin hizmet kalitesine yönelik algılamaları: Mevlana Müzesi örneği. *Journal of Academic Researches and Studies*, 591-612.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (1999). *The geography of tourism and recreation: environment, place and space*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Hall, C. M., & Seyfi, S. (2020). COVID-19 pandemic, tourism and degrowth. C. M. Hall, L. Lundmark, & J. J. Zhang içinde, *Degrowth and Tourism: New Perspectives on Tourism Entrepreneurship, Destinations and Policy* (s. 220-). Routledge.
- Haywood, K. M. (2020). A post COVID-19 future - tourism re-imagined and re-enabled. *Tourism Geographies*, 599-609.
- Herreman, Y. (1998). Museums and tourism: culture and consumption. *Museum International*, 4-12.
- Hjalager, A. M. (2015). 100 Innovations that transformed tourism. *Journal of Travel Research*, 3-21.

- Huhtamo, E. (2010). On the Origins of the Virtual Museum. R. Parry içinde, *Museums in a Digital Age* (s. 121-136). Routledge.
- Hürriyet Gazetesi. (2021, 01 18). Sanal müze ziyaretçi sayısı 11,5 milyona ulaştı. <https://www.hurriyet.com.tr/seyahat/sanal-muze-ziyaretci-sayisi-11-5-milyona-ulasti-41696154> adresinden alındı
- ICOM. (2020, 12 3). Icom.museum: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> adresinden alındı
- ICOM. (2020). *Museums, museum professionals and COVID-19: follow-up survey*. Paris: International Council of Museums.
- Iguman, S. (2020). If Visitors Won't Go To Heritage, Heritage Must Go To Visitors. Digitisation of Heritage in time of Corona. F. Burini (Dü.) içinde, *Tourism Facing A Pandemic: From Crisis To Recovery* (s. 165-172). Università degli Studi di Bergamo.
- Kahraman, Z. (2021). Sanal müzecilikte yeni yaklaşımlar . *Ankara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi* , 3 (2) , 145-160 . <https://dergipark.org.tr/en/pub/auugsfd/issue/67696/1011165>
- Kalyoncuoğlu, Y. (2021, 02 08). Sanal Müzelerin Ziyaretçi Sayısı 10 Ayda 12 Milyona Ulaştı. <https://onedio.com/haber/sanal-muzelerin-ziyaretci-sayisi-10-ayda-12-milyona-ulasti-957606> adresinden alındı
- Kasapoğlu Akyol, P. (2020). "COVID-19 küresel salgın dönemi ve sonrası müze etkinlikleri" . *Milli Folklor* 16. 72-86.
- Kaushal, V., & Srivastava, S. (2020). Hospitality and tourism industry amid COVID-19 pandemic: Perspectives on challenges and learnings from India. *International Journal of Hospitality Management*, 92.
- Kervankıran, İ. (2014). Dünya'da değişen müze algısı ekseninde Türkiye'deki müze turizmine bakış. *Turkish Studies*, 345-369.
- Kervankıran, İ., & Bağmancı, M. F. (2020). Bildiğimiz turizmin sonu mu? COVID-19'un Türkiye'deki turizm hareketliliğine etkisi. *Türk Coğrafya Dergisi*, 19-32.
- Kervankıran, İ., & Eryılmaz, A. G. (2015). Müzelerin Türkiye turizmindeki yeri nedir? Türkiye'de müze turizminin mekânsal dağılımına genel bir bakış. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators* (s. 602-614). EITOC.
- Kist, C. (2020). Museums, challenging heritage and social media during COVID-19. *Museum & Society*, 345-348.
- Kumar, V. (2020). Indian tourism industry and COVID-19: present scenario. *Journal of Tourism & Hospitality Education*, 10, 179-185.
- KTB (2022, 29 10). Müze İstatistikleri. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-43336/muze-istatistikleri.html> adresinden alındı.
- Lapointe, D. (2020). Reconnecting tourism after COVID-19: the paradox of alterity in tourism areas. *Tourism Geographies*, 1-6.
- Levin, A. K. (2020). 'Isolation as a collective experience': Museums' first responses to COVID-19. *Museum & Society*, 18(3), 295-297.
- Mannoni, B. (1997). A virtual museum. *Communications of the ACM*, 40 (9), 61-62.
- Miller, G., Hoffert, E., Chen, S. E., Patterson, E., Blackketter, D., Rubin, S., Applin, S. A., Yim, D., & Hanan, J. (1992). The virtual museum: Interactive 3D navigation of a multimedia database. *The Journal of Visualization and Computer Animation*, 3(3), 183-197. <https://doi.org/10.1002/VIS.4340030305>
- Museum Revolution. (2021, 01 17). Museum Revolution Web Sitesi: <https://museumrevolution.com/virtual-museums-alternative-museum-experience/> adresinden alındı
- NEMO. (2020). *Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe*. NEMO. adresinden alındı
- NTV. (2021, 01 17). Louvre müzesini sanal ortamda ziyaret edenlerin sayısı belli oldu. <https://www.ntv.com.tr/sanat/louvre-muzesini-sanal-ortamda-ziyaret-edenlerin-sayisi-belli-oldu> adresinden alındı
- Oyelude, A. A. (2020). Libraries, librarians, archives, museums and the COVID-19 pandemic. *Library Hi Tech News*, 1-2.
- Özyurt, O. (2020, 12 28). Müze gezmek hiç bu kadar online olmamıştı. <https://www.sabah.com.tr/turizm/2020/03/29/muze-gezmek-hic-bu-kadar-online-olmamisti> adresinden alındı
- Pham, T. D., Dwyer, L., Su, J. -J., & Ngo, T. (2021). COVID-19 impacts of inbound tourism on Australian economy. *Annals of Tourism Research*, 88.

- Polyzos, S., Samitas, A., & Spyridou, A. E. (2020). Tourism demand and the COVID-19 pandemic: an LSTM approach. *Tourism Recreation Research*, 1-13.
- Rayward, W. B., & Twidale, M. B. (1999). From docent to cyberdocent: education and guidance in the virtual museum. *Archives and Museum Informatics*, 13, 23–53.
- Resta, G., Dicuonzo, F., Karacan, E., & Pastore, D. (2021). The impact of virtual tours on museum exhibitions after the onset of covid-19 restrictions: visitor engagement and long term perspectives. *Scires-It*, 11(1), 151–166. <https://doi.org/10.2423/i22394303v11n1p151>
- Richards, G. (1996a). *Cultural tourism in Europe*. Wallingford: CAB International.
- Richards, G. (1996b). Production and consumption of european cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, 21(2), 261-283.
- Richards, G. (2003). What is cultural tourism? A. van Maaren içinde, *Erfgoed voor toerisme*. Nationaal Contact Monumenten.
- Richards, G. 2014. The new geographies of tourism: space, place and locality. Wageningen University
- Rifai, M. B., Kuswardani, R., & Ab, A. (2022). wisata virtual di the louvre museum paris dan pasar terapung pattaya menggunakan teknologi virtual reality berbasis youtube 360. *Kapita Selektia Pariwisata*, 2(2). <http://www.stipram.org/index.php/ksp/article/view/81>
- Sanalmuze (2020, 12 21). *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Sanal Müze Portalı*.. <https://sanalmuze.gov.tr/> adresinden alındı
- Schweibenz, W. (1991) The virtual museum: new perspectives for museums to present objects and information using the Internet as a knowledge base and communication system, in: H. Zimmermann, H. Schramm (Eds.), *Proceedings of the 6th ISI Conference*, 185–200.
- Seraphin, H., & Dosquet, F. (2020). Mountain tourism and second home tourism as post COVID-19. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(4).
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Shabani, B. (2020). COVID-19 and international travel restrictions: the geopolitics of health and tourism. *Tourism Geographies*, 1-17.
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321.
- Statista. (2020, 01 09). *Museums by total attendance worldwide* <https://www.statista.com/statistics/901072/museums-by-total-attendance-worldwide/> adresinden alındı
- Stogner, M. B. (2009). The media-enhanced museum experience: Debating the use of media technology in cultural exhibitions. *Media in Transition 6 International conference* (s. 2-19).
- Sürme, M, Atılğan E (2020). Sanal müzede sanal tur yapan bireylerin memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 1794-1805.
- Tang, J., & Qiu, C. (2014). Research on motivation, experience, satisfaction and behavioral intention of museum tourism—a case of macau museum. *Tourism and Hospitality Development Between China and EU*, 137-153.
- Tully, G. (2020). Are we living the future? museums in the time of Covid-19. *Tourism Facing a Pandemic: From Crisis to Recovery* (s. 229-243). Università Degli Studi Di Bergamo.
- Uğur, N. G., & Akbıyık, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 1-13.
- UNESCO. (2020, 12 28). *Museums facing COVID-19 challenges remain engaged with communities*. UNESCO: <https://en.unesco.org/news/museums-facing-covid-19-challenges-remain-engaged-communities> adresinden alındı
- UNWTO. (2020a). *COVID-19 related travel restrictions a global review for tourism*. UNWTO Sustainable Development of Tourism Department.
- UNWTO. (2020b). *Tourism back to 1990 levels as arrivals fall by more than 70%*. UNWTO: <https://www.unwto.org/news/tourism-back-to-1990-levels-as-arrivals-fall-by-more-than-70> adresinden alındı
- UNWTO. (2020c). *World tourism barometer may 2020 special focus on the impact of COVID-19*. UNWTO: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> adresinden alındı

- UNWTO (2021, 10 20). Global economy could lose over \$4 trillion due to covid-19 impact on tourism. <https://www.unwto.org/news/global-economy-could-lose-over-4-trillion-due-to-covid-19-impact-on-tourism> adresinden alındı.
- UNWTO. (2022, 10 20). UNWTO Statistics. <https://www.unwto.org/statistics> adresinden alındı.
- WHO. (2020, 12 28). WHO. World Health Organisation: <https://www.who.int/publications/> adresinden alındı
- Williams, C. C. (2020). Impacts of the coronavirus pandemic on Europe's tourism industry: Addressing tourism enterprises and workers in the undeclared economy. *International Journal of Tourism Research*(1), 1-10.
- Williams, S. (1998). *Tourism geography*. Routledge Contemporary Human Geography Series.
- WTTC. (2020, 12 28). *The domino effect of COVID-19*. World Travel and Tourism Council: <https://wttc.org/News-Article/Latest-research-from-WTTC-shows-a-50-percentage-increase-in-jobs-at-risk-in-Travel-and-Tourism> adresinden alındı
- Yeh, S. S. (2020). Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic. *Tourism Recreation Research*, 1-7.
- Zbucea, A., Romanelli, M., & Bira, M. (2020). Museum in times of the COVID-19 pandemic: focus on Romania and Italy. *Strategica* (s. 680-705). Strategica.
- Zeppel, H., & Hall, C. M. (1991). Selling art and history: cultural heritage and tourism. *Journal of Tourism Studies*, 2(1), 29-45.
- Zhang, S.-N., Li, Y.-Q., Ruan, W.-Q., & Liu, C.-H. (2022). Would you enjoy virtual travel? The characteristics and causes of virtual tourists' sentiment under the influence of the COVID-19 pandemic. *Tourism Management*, 88, 104429. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2021.104429>
- Zuelow, E. (2015). *A history of modern tourism*. Red Globe Press; 1st ed. 2015 edition.

