

## YENİ MEDYA UYGULAMALARIYLA MÜZEDE YENİ SERGİLEME BİÇİMLERİ: DENEYİM ODAKLI

Gülçin Kubat<sup>1</sup>

**Cite this article as:**

Kubat, Gülçin (2021). Yeni Medya Uygulamalarıyla Müzede Yeni Sergileme Biçimleri: Deneyim Odaklı. International University Museums Association Platform Journal of Cultural Heritage UNİMUSEUM, 4 (2), İstanbul, Türkiye, 66-74

### ABSTRACT

#### New Applications in the museum with New Media:Experience-oriented

Fundamental changes and developments in the field of contemporary museology emerged towards the end of the 20th century. The task of the museum is not limited to collecting, protecting, educating and exhibiting as in the traditional building. The newest task of the museum is to contribute to the welfare and happiness of people, and to protect the environment at the same time. This understanding clearly shows us that “object-oriented” services have been replaced by “human-oriented” services in the museum. This study examines human-oriented applications of new media technologies in the 21st century museum. The human-oriented cultural education and aesthetic functions of the museum, which have existed from the past to the present, have been added to the “teach-entertain; learn-entertain” (creative-oriented educational entertainment “edutainment”) function with the new media. Regardless of the type of museum like Art, Natural History, Science, Children, Anthropology, Planetarium, and botanical; etc. it is possible to establish continuous, close interaction/communication with individuals and communities in museums by means of interpreter, interactive wall/floor/table (interactive sphere and tables), etc., which are capable of distinguishing different movements such as multi-touch, motion detection, clicking, dragging and magnifying in different sizes and structures. The main goal of the 21st century museum is to contribute to individual and social development through strong communication, focused on the individual and the community. While museum develops the learning experience with interactive applications also contributes to the aesthetic development by adding inspiration to the curiosity of the audience mixed with play. Today, new media has become an indispensable part of some exhibition practices.

**Keywords:** 21st century museum, new media in museum (ICT), human-oriented museum, fun-learn museum

\* Rönesans müzeleri değişik zamanlara ve ülkelere göre(özellikle 14.yyda ) adlandırılmışlardır. Bu adlandırmaya bir karşılık olarak “Nadire Kabineleri” terimini Halil Edhem müzecilik yazılarında kullanmıştır.(Artun,2017) Genellikle müzenin en değerli parçalardan oluşan koleksiyonlara vurgu yapılmaktadır. “ilk gerçek müzeler olarak nitelendirilmektedir”.(Onur,2014:39)

## Giriş: Günümüz Müzeciliği

Ali Artun “Mümkün Olmayan Müze” adlı eserinde modern müzelerin gelişimlerini, tarihsel gelişimleri içerisinde üstlendikleri rollere göre kısaca şöyle özetlemiştir. Müzeler;

-Rönesans döneminde hem mistisizm hem de yaratıcı deha etrafında şekillenen birer “nadire kabineleri”,

-19.yyda tarih-toplum-sanat üçgeni temeli üzerinde kurulan modern müzeciliğinin doğuşuna başlangıç teşkil eden Louvre Müzesi ve ulus-devlet odaklı modern müzeler, akabinde mimarlığın gelişimiyle öne çıkan mimarlık müzeleri,

-Toplumsal gelişmelere paralel olarak açılan “vahşiliğin icat edildiği ve ırkçılığın örgütlendiği antropolojik insan müzeleri(insanat bahçeleri),”

-Müzecilikle ilgili Fransız romancı, sanat tarihçisi ve devlet adamı Andre Malraux’un 1935-47 yılları arasında yazdığı aynı adlı eserinde fotoğraflardan hayali olarak kurduğu duvarsız “Hayali Müze’si; Barker’e göre (1999) duvarsız müze, klasik beğeni kanonlarının aşılmasının bir temsilidir. Dolayısıyla böylece müzeye her tür eser girebilir, aynı zamanda müze de esere değer katan konumdadır.(akt. Artun, 2017, s.235)

-1990’larla birlikte fiziki ya da sanal, birbiri peşi sıra açılan çok sayıda müzelerle ortaya çıkan müzeleşme faaliyetleri ve “medyalaşan” müzeler(“Sonu” teorilerinin de bir sonucu olarak müzecilikte, geleneğin-seçkinci yüksek kültürün mabedi ve kalesi algısı yerine Hussen’ e göre (1995) “panayır ve alışveriş merkezi arası hibrit mekan” algısına geçiş) şeklinde gelişme göstermişlerdir. (Artun, 2017, s. 13; Huysen’den akt. Artun, 2017, s. 180-181)

Günümüz çağdaş müzesi; geleneksel anlayışta hakim olan, aslı yaşatmak ve hatırlatmak için uygulanan öncelikli koruma odaklı varlığı yerine parçalamanın(“içerdiği tarihsel anlamları terketmesinden” ötürü, bağlama dayanmayan ve gerçeği simüle ederek)ve bu parçalanma sonucu olarak unutmanın dolayısıyla aslın değil sahtenin mekanı olarak karşımızdadır. Tarihsel gelişimi sürecinde modern müze ile kitlesel medya aynı dönem gelişmelerinin sonuçlarıdır. Giderek medyalaşan müze olgusunu; modern ve modern sonrası dönemdeki gelişmelerin yani aşırı şehirleşmenin, sanayileşmenin, artan meta üretimi ve tüketiminin, yakın zamanlara gelindiğinde ise özellikle simulakral imge çokluğuna dayalı görsel kültür çağının bir sonucu olarak görmek gerekir.(Artun, 2017, s.184)

İşlevsel açılardan Modern dönemde müze mekanı nesne odaklı tarihsel bir zaman tüneli deneyimi sunuyorken, günümüzde mekanını öncelikle insan odaklı eğlence ve öğrenmeye bırakmıştır(Artun, 2017: 179). Bir başka deyişle toplayan, koruyan, sergileyen ve eğiten “anlatma edimli” geleneksel müzeden bugüne gelindiğinde, bir yenilik olarak birincil işlev bireysel ve toplumsal kalkınmadır. Böylece

müzenin, “insanların yalnızca eğitimine değil, refahına, ruh sağlığına, kişisel gelişimine ve çevresini korumaya katkıda bulunmasıdır. Bu yeni yaklaşımla, günümüzde müzede nesnenin yerini insan almıştır.”(Onur, 2014, s.16)

Müzede, geleneksel sistemdeki temel işlevleri olan; Koleksiyon, Araştırma ve Eğitim’den Koleksiyon, Araştırma ve İletişim üçlüsüne bir geçiş yaşanmaktadır. Bu işlevler doğrultusunda müzeler “halk eğitimi, toplum hizmeti ve serbest zaman ya da “eğit-eğlen” “eğlen-öğren” kuruluşları olarak işlev görmektedir.(a.g.e., s.41)

Bu nedenle günümüz müzesi altyapı ve hizmetleriyle değişen toplumsal yapıya ayak uydurmakla yetinmeyip, değişimin ve geleceğin şekillendirilmesinde de öncü olma rolünü üstlenmektedir.Müzeler, bugün toplumun kıyısında değil tam içindedir.

Günümüz müzesini şekillendirici unsurlar(koleksiyon, sergi ve diğer hizmetler) kaynağını yoğunlukla bugünden veya yakın geçmişten alır. Özellikle 19.yy.’dan itibaren müzelere dayatılan “temel kimlik”, “ulus-devlet kimliği” yaratma inşasına dayalı eğitsel yaklaşım geçmişte kalmıştır ve artık büyük oranda geçersizdir.Bugün çağdaş müzecilik yaklaşımlarına hakim olan toplumsal bakış açısı; “kültürel görecelik, ulus-ötesi, kültürlerarası ya da melez kimlikler” üzerinden şekillenmektedir. (Karadeniz, 2018; Onur, 2014)

Özetle modern müze iki yüz yıllık serüveninin son elli yılında ziyaretçi odaklı bir anlayışı benimseme yönünde değişime girmiştir. Müzeler bir nevi “Agora”(Rome/Grek Pazar yeri-halkın buluşma-toplanma yeri), “Forum” niteliği kazanmışlardır. (Onur, 2014) Bugün müzeler, bir yandan katılımcılığı, kapsayıcılığı ve eşit erişimi, diğer yandan pazarlama, marka yaratma ve izleyici geliştirmeyi tartışıyor- sa, bunda 20.yy’ın sonundan itibaren siyasi ve kültürel yaşamı etkisi altına alan yeni ekonomi politikalarının, sosyal devletin sorgulanmasının, buna paralel siyasi fikirlerin ve toplumsal hareketlerin(göç gibi örneğin) de payı vardır. (Ünsal, 2012, s.13)

Özellikle ekonomi, siyaset ve kültürde makro politikaların yerini çok parçalı mikro politikaların hakimiyetine bıraktığı günümüz toplumsal ve siyasi ortamında, 21.yy müzesinin işlevleri doğal olarak çok parçalı olacaktır.

Benzer yaklaşımla konuya daha keskin bir bakış açısı getiren “Hudson ve Ritche ye göre (2006) Müze izleyicileri 21.yyda artık bir çeşit müşteridir.Dolayısıyla müze de, eğlence ve serbest zaman etkinlikleri pazarında mücadele eden rekabetçi bir kurumdur”(akt. Karadeniz, 2018, s.70) Bu bakış açısının bize, sosyoloji ve felsefe teorisyenleri Theodor Adorno ve Max Horkheimer’in“Kültür Endüstrisi” kuramını çağrıştırdığı aşikardır. İnsan ve topluluk odaklı hizmetlerde hangi niyetin öne çıkacağında belirleyici olan, zamanın hem makro hem mikro düzeydeki sosyo-politik ve ekonomik yapısı olacaktır.

## Müze Sergiciliği

“Müze, oldukça yoğun bir bilgi deposu merkezi gibidir. Özellikle kültürel miras koleksiyonunun koruma ve sergilenmesinde kritik bir rol oynar. Serginin asıl amacı bilgi aktarımıdır.” (Yingchong and Li, 2009, s.1941)

Günümüzde literatürde, çok parçalı işlevlerinden ötürü müzeleri adlandırmada farklı farklı yaklaşımlara yer verilmektedir. “Poşt Müze” veya “Duyarlı Müze” 21.yy müzeleri için kullanılan güncel adlandırmalardır. Bunlardan “Duyarlı Müze, müze hizmetlerindeki son dönem yaklaşımlara en uygun tanımlama olarak karşımıza çıkar. Müzenin topluma seslenişinde kullandığı dilin duyarlı(esnek, uyumlu) olması demek;

Ziyaretçi odaklı olması(duyarlılığın örgütsel yapısının her boyutuna yansımış olması, özel ziyaretçi gruplarına kapsama alması vb. gibi),

Ulaşılabilir olması,

Öğrenme merkezi olması,

Sergi-tasarım-yorum programlarında yenilikçi olması şeklinde özetlenebilmektedir.(Onur, 2014, s.79) Bu tarif bize müzenin insan odaklı yaklaşımını ortaya koyarken bir yandan da örtük bir biçimde toplum ve bireyle olan iletişiminin önemini, altını çizmektedir.

Ziyaretçi odaklı günümüz müzesinde müze ziyaretçilerini 3 genel başlık altında toplayabiliriz.

Sergiye tesadüfen katılmış olanlar(müzedeki çok vakit geçirmeden hızlıca sergiyi gezerler)

Özel ilgisi dahilinde sergiyi gezenler(uzman grup)

Genel ilgi ve alaka ile sergiyi gezenler(özellikle nesnelere yönelirler) (a.g.e.)

Günümüz duyarlı müzesinin “iletişim” yaklaşımını hedef kitlesine yansıtmasında ilk başvuru kaynaklarından birisi de sergileme çalışmalarıdır. Madran’a göre (2012) “Müzeler, diğer birçok kültürel yapı gibi, topluma hizmet etme önceliklerini yeni bir iletişim anlayışı olarak benimsenmeye başladığında, sergilerin yalnız içsel kurguları değil, yapısal varoluşları önem kazanır. Sergilerin birkaç tip vitrinden ve etiketlerden ibaret olmadığı, sergilenen koleksiyonların gerçekliğini vurgulamak ve “canlandırmak” için çoklu görselliklerle desteklemek mantığı sergileme tasarımını özgün bir müzecilik alt alanı kılar.”( Madran, 2012, s.283)

Ziyaretçi odaklı sergi tipleri; Atasoy’a göre (1999) ““hissi sergileme” bir başka deyişle “estetik yönelimli sergileme”, öğretici-egitici sergileme” ve “eğlendirici-hoşa gidici sergileme” şeklinde 3 ana başlıkta toplanabilir.(akt. Madran,2012, s.284)

Eğitsel sergiler; nesne ve olgulara dair öğrenme amacı güden detaylı bir kurgu üzerinde her türlü destekleyici araç ve gerecin kullanıldığı sergilerdir.(Madran,2012; Okan,2015a) Milletlerarası Müzeler Konseyi (ICOM),” müzelerin eğitim işlevlerini halka vurgulama görevi vardır” der. “Eğitim

müzenin en önemli işlevidir. Avrupa ve Amerika müzeleri, eğitimi, okulların yanında ciddi bir şekilde üstlenmişlerdir. Almanya’daki müzelerin hemen hepsinde özel dershaneler ve atölyeler bulunmaktadır. Müzenin izleyiciyle nasıl iletişim kuracağı, nesnelere müzede eğitim ve öğrenmeyi kolaylaştıracak şekilde nasıl yorumlanacağı müzecilerin öncelikle üzerinde durduğu konulardır. Çağdaş müzecilikte bu alan “Müze Pedagojisi” olarak adlandırılmaktadır.”(Okan, 2018b, s.222)

“Ayrıca artık sanat ile de duvarda asılı olan ya da galeride dikkatle konumlandırılan şey değildir.”Dijital sanat ya da yeni medya sanatları, sanal sergiler bu gerçeğin somutlaşmış gelişmeleridir. “Bu süreçten doğrudan etkilenen müzeler de, eserlerin koruyucusu olma rollerini yerine getirirken, mekanları içinde farklı deneyimleri barındırmaya hazırlanmıştır.”(Barker & Smithen, 2005, s.102-103)

## Müze Sergilerinde Yeni Medya Uygulamaları

Yeni medya uygulamaları Bilgi ve İletişim Teknolojisi(BİT) alt yapısını kullanır.BİT destekli hizmetler, çevrimiçi desteklenen, anlık ve etkileşimli hizmetler anlamına gelir. Ünlü düşünür Baudrillard’a göre, bugüne kadar müzelerde bir altın standart olarak sunulan; bireysel yaratıcılık, eser biricikliği, sanatçı özerkliği ve nesnelere ayrıcalığı yaklaşımlarının, İnternetin gelişimiyle birlikte terkedilmek zorunda kalmıştır. Küratör ve sanatçı Honor Harger, bugün müzecilikte yeni medyanın gözardı edilmesinin sorumsuzluk değil, ancak cahillik olacağını belirtmiştir.(akt. Morris,2001:11) Andre Malraux, sanat tarihi içerisinde gerçek bir diyalogun oluşması için ideal bir yer olarak “duvarları olmayan müze” olarak tercüme edilen “Musee Imaginaire”i tasarlamıştı. Şimdi 21 yy.da müzede yeni medya uygulamalarıyla belki de bu hayal gerçeğe dönüşüyor.(Chaotzu Wang, M. and Quoping Lin, 2018, s.172)

Pigott Raporu’nda (1975) müzelerin amaçları şöyle vurgulanmıştır:

“Müzeler, bilgiyi düzenlemenin bir dönemde insana ilham verici ve aydınlatıcı, başka bir dönemde ise insanı çıkmaza sokup boğucu olabileceğinin bilincinde olarak sergilerini cesurca ve dikkatli biçimde düzenlemeli ve sınıflamalıdır. Müzeler merakı tatmin etmeli ve merak uyandırmalıdır.

Müzeler formal ve informal eğitim yapmalıdır.

Müzeler bilginin sınırlarını genişletmelidir.”(Onur, 2014, s.135)

21.yy müzesi sözü edilen bütün bu amaçları başarılı bir biçimde yerine getirebilmek, geleneksel işlevlerinin ötesine geçerek halka daha yakın olabilmek, sıkılmamak/boğmamak için popüler unsurları yeni medya teknolojileri ile birleştirerek, hizmet ve sergilerine yaratıcılık katabilmektedir. Geleneksel müzecilikte önemli yeri olan “eğiten müze” yaklaşımın-

da yeni medya uygulamaları, sergilerin halk tarafından hem didaktik hem eğlendirici bir biçimde algılanmasında aktif/etkin, dinamik ve interaktif/etkileşimli yeni yöntemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sayede müzede pasif öğrenme yerini aktif interaktif öğrenmeye bırakmıştır.(Okan, 2018b)

Müzede başvurulan yaygın yeni medya teknolojilerini şöyle sıralayabiliriz:

- Fiziki müze nesnelere etkisini arttırmak, zenginleştirmek ve tamamlamak üzere fiziki esere tamamlayıcı birer görsel eklenti olarak yeni medyalar.
- Sayısallaştırılmış müze nesnelere ve içeriklerine dijital ortamı olarak yeni medyalar(mobil uygulamalar, sanal sergiler, AR(Arttırılmış Gerçeklik), 3-D sanal görüntü ve multimedia dijital içerik gibi.Bkz NPM'nin <https://tech2.npm.edu.tw/720vr/enHome.html>
- Müze sergisi olarak yorumlayıcı, etkileşimli yeni medya kurulumları, üç boyutlu animasyonlar, Etkileşimli eğitim ekranları, Etkileşimli sanal ekranlar, Sanal Panel Sistemleri.
- Farklı ebat ve yapılarda çoklu dokunma, hareket algılama, tıklama, sürüklenme ve büyütme gibi farklı hareketleri ayırt edebilme yetisine sahip İnteraktif Küre ve Tablolar, yorumlayıcı, etkileşimli duvar/zemin yeni medya kurulumları.
- Holografik görüntüler(bir dizi yüksek hızlı dönen ayna ile havada görüntü görünüyor. Bilim kurgu filmlerindeki holografik görüntüler gibidir.
- Video duvarı, İnteraktif Led Işıklar.
- Müze sergilerinde yeni medya uygulamalarına örnekler;

İlk örnekler Çin'in geleneksel sanat eserlerinin yer aldığı National Palace Museum'un(NPM ) uygulamalarından oluşmaktadır. NPM çok çeşitli dijitalleştirmelerle 21. yüzyıl müzesinin yeni bakış açılarını hem fiziki hem sanal salonlarında sergiliyor. Ulusal Saray Müzesi bir dijitalleştirme planı başlatarak sayısallaştırılmış görüntüler, meta veriler, 3D animasyonlar, bir çevrimiçi müze, 8K yüksek çözünürlüklü videolar ve açık veriler üretti. Sistemin kullandığı yeni medya teknolojileri; insan-makine etkileşimleri, sürükleyici teknoloji, 5G iletimi, yapay zeka(AI) ve artırılmış gerçeklik (AR) benimsenmiştir. ( <https://theme.npm.edu.tw/exh110/npmexploring/en/page-1.html#main?>

Etkileşimli sanal eğitim ekranları(3 Boyutlu sanal eserler)na bir örnek olarak Çin'in National Palace Museum'un(NPM ) en ikonik beş geleneksel resminin(Boat Carved from an Olive Pit, Ivory Ball, Revolving Vase, Jadeite Cabbage, Mao-kung Ting) 3D taramalarını söyleyebiliriz. Daha sonra bu eserleri web sitesi üzerinde online bir sergi sistemi üzerinden halkla da paylaşılmıştır. Bu sistemde her esere ayrıntılı bir metinsel açıklama, panoramik bir oynatma görünümü ve izleyicilerin kendi kendilerine nesnenin dinamik bir izlenimi görüntüleyebilmelerine imkan sağlayan ekstra tanıtım videosu sunulmuştur. Bkz **Figür 1**



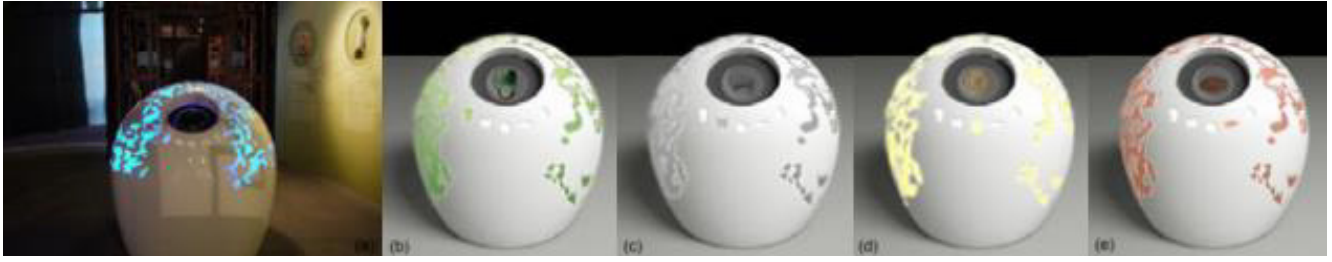
**Figür 1:** Bir kullanıcı, ekrana göz atmak için çoklu dokunmatik çoklu çözünürlüklü masa üstü ile etkileşime giriyor.(a)tavus kuşu resminin detayları. (b) Geleneksel Çin sanatı ile masa tablası tasarlanmıştır. Tarihi koleksiyonların detaylarının hem estetik hem bilgisel keşfine çıkmak için tasarlanmıştır. (Hsieh, Hung and Chiang, 2011, s.288)

Yine aynı tarihi eserlerin yer aldığı bir diğer önemli medya sistemi Sihirli Kristal Top(Magic Crystall Ball); Antik efsanelerde, kristal küre her zaman için sihirli bir araç olarak(fal bakmak) kabul edilir.Kullanıcıların sanal görüntüye dokunmatik bir ekran üzerinden ulaştıran salt bir kristal küre sistemidir.Küre üzerinde bulunan düğmelere(eser sayısı kadar beş adet) basıldığında içerikteki dijital her eserin ruhunu yansıtan farklı renklere sahip LED ışıklı desenlerin parlaması ile izleyici eserle estetik etkileşime girer..Bkz **Figür 2-3.**



**Figür 2:** Küçük bir kız, Magic Crystall Ball'daki 3D görüntüleri maniplüle ediyor (Hsieh, Hung , Chiang, 2011, s. 289)





**Figür 3:** Magic Crystal Ball'un görünümü NPM'nin "Fildişi top"undan ilham alınmıştır. Hsieh, Hung and Chiang, 2011, s.289)

NPM'nin 2012'de geliştirdiği Discover NPM adlı mobil uygulama ile müzeyi mobil cihaz üzerinden müzeye fiziksel olarak gitmeden güncel olarak takip etme, online sergilerini gezme imkanı sunmaktadır. Bir diğer mobil uygulaması NPM Insight ise içeriği zenginleştirilmiş bir uygulamadır. Müze koleksiyonunda yer alan önemli koleksiyonlar tarihi perspektif içerisinde QR kod, interaktif oyunlar ile etkileşimi artırılmış, zenginleştirilmiş sanal sergi düzenlemesiyle fiziki müze sergi gezisi deneyimi sunmaktadır.

Yeni medya kurulumları ise son dönemde müzecilikte sıkça başvurulan bir yeni medya teknolojisi. NPM'nin Tang Hanedanı Rapsodisi (2009). Tang hanedanının A Palace Concert tablosuna dayanarak müzede sergiye konulan etkileşimli kurulumdur. Çin Ulusal Saray Müzesi koleksiyonundaki "Bir Saray Konseri" adlı ünlü bir Tang hanedanı tablosundan esinlenen bu çalışma, yaratıcı ve esprili bir interaktif enstalasyon haline getirildi. Benzersiz özelliği, ziyaretçilerin enstalasyonda farklı sensörlere basıp, elinde müzik aleti olan bu saray hanımlarını farklı kentsel temalara göndermelerine olanak sağlamasıdır. (Figür 4)



**Figür 4:** Tang Hanedanı Rapsodisi (<http://www.taiwanaliv-ingmuseum.com/activeInner05.html>)

Tang Dynastry Rhapsody, hareket sensörleri ve basınca duyarlı zeminler şeklinde etkileşimli bir kurulumdur. sensörler ziyaretçiler yaklaştığında devreye girer.

Benzer bir diğer yeni medya teknolojisi olan Yaz Lotusu (2011, Summer Lotus), Song hanedanının Lotuses tablosuna dayanmaktadır. Kurulum, bir nilüfer göletinin siber-fiziksel etkileşimli bir projeksiyonudur; zambak yastıkları ve balıklar zemine yansıtılır ve ziyaretçiler gölet boyunca yürüdüklerinde aktif hale gelirler. Pedler, ziyaretçilerin adımlarına tepki

olarak dalıp dalgalanıyor ve su yüzeyi dalgalanmaktadır. (Chatotzu Wang and Quo-Ping Lin, 2018, s.174-175) Bkz Figür 5.



**Figür 5:** NPM Summer Lotus, 2011 (<https://theme.npm.edu.tw/exh107/uptheriver/en/page-5.html>)

Fu-chun Dağları'nda yaşamak, müzenin koleksiyonundan bir manzara şaheseridir. Bu çalışmanın amacı dünyanın dört bir yanındaki ustaların manzara stilleri stilişik olarak karşılaştırılabilir mi? Sorusunun cevabını yeni medyadan yararlanarak bulmaya çalışmak. Paul Cézanne (1839-1906), Claude Monet (1840-1926) ve Vincent van Gogh (1853-1890) Fuchun Nehri'ni ziyaret etseydi ne tür resimler ortaya çıkaracaktı? Müze izleyiciye bu soruların cevabını buldurmayı amaçlayarak hem didaktik hem estetik kültürel gelişimlere de katkıda bulunuyor. Yapay zeka teknolojisi Doğu ve Batı manzara resmi arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları izleyiciye sunmak için hareket ediyor ve değişiyor. Bkz Figür 6-7.



**Figür 6:** NPM 'de yeni medya kurulumuna örnek: "Fu-Chun İzlenimleri" Sürükleyici Tiyatro (<https://theme.npm.edu.tw/exh110/npmexploring/en/page-2.html>)





**Figür 7:** NPM 'de yeni medya kurulumuna örnek: "Fuchun İzlenimleri" Sürükleyici Tiyatro (<https://theme.npm.edu.tw/exh110/npmexploring/en/page-2.html>)



**Figür 8:** "Fuchun Dağları'nda yaşam", Wu-yung'un orjinal versiyonu (<https://theme.npm.edu.tw/exh110/npmexploring/en/page-2.html>)



**Figür 9-10:**NPM'den diğer yeni medya sergileri: "Around The World History" (<https://theme.npm.edu.tw/exh110/npmexploring/en/page-2.html>)

Yeni medya sanatçısı Lin Jun-ting'in yaptığı "Fuchun Dağları'nda Yaşam" adlı 180 cm çapındaki 3 boyutlu elli projektörden oluşan bir animasyon film çalışması da olmuştur. (Tsaih, Lin, and Chang,2014, s. 5)

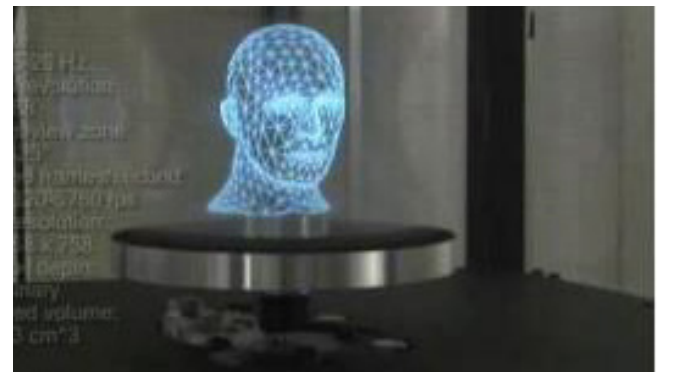
NPM'de geleneksel Çin resim ve hat sanatının sayısal örneklerinin en ince ayrıntılarına kadar inceleme ve izleme imkanı sunan üç metre uzunluğunda, 65 derecelik eğimli, interaktif bir masa üstü geliştirdi.( 11 resim ve 4 kaligrafi eseri sergilenmiştir) Bu ekran yüksek çözünürlüklü bir merkez ve merkezden uzaklaştıkça azalan, doğal insan görüşünü taklit eden bir özellik çözünürlük içerir.

Yukarıda açıklanan NPM'deki bu sistemler; Yenilik, Erişilebilirlik, Güvenilirlik ve Öğrenme potansiyeli üzerine tesis edilirken tasarımlarında, estetik etki en önemli unsur konumundadır. NPM' koleksiyonunda bulunan ulusal hazineler yeni medya uygulamalarıyla sergi salonlarında muhteşem bir dinamiği temsil ediyor.



**Figür 11:** İpekböceği yetiştirme süreci, Çin Ulusal İpek Müzesi (Yingchong and Li, 2009, s.1942)

İpekböceği büyüme süreci 3d interaktif animasyonlarla sunulmuştur.Böylece izleyicilere ileri seviye bir öğrenme deneyimi sunulur: İzleyiciler ipekböceklerinin üreme süreçlerinin her aşamasını; yaşam ortamı, ipekböceğinin durumu, ergin ipekböceğinin durumu ve kozalama süresi vb gibi detaylı görebilirler.



**Figür 12** USC 3D Gösterim-Holografik (Yingchong and Li, 2009, s.1943)

Müzelerin yeni medya uygulamalarını gösterdikleri Youtube videoları

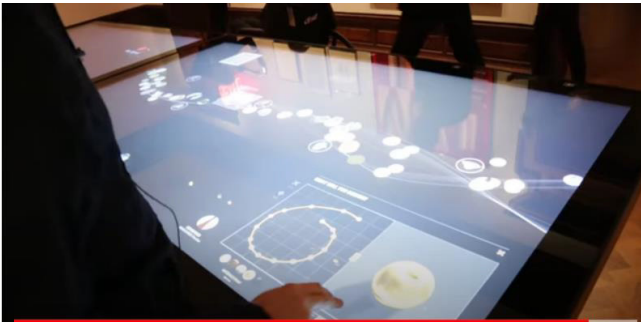
**Studio Play | The Cleveland Museum of Art** <https://youtu.be/xh7KIRO4cHg>

Ayrıca bkz **Figür 13**. Sensörlü bir dijital ekran karşısında izleyiciler dijital boyama etkinliği gerçekleştirmektedir.

**Cooper Hewitt Smithsonian Design Museum in NYC Reopens with High Tech Makeover** <https://youtu.be/5V6AIRZ9Gbs> bkz **Figür 14**.



**Figür 13:** The Cleveland Museum of Art  
=<https://youtu.be/xh7KIRO4cHg>



**Figür 14:** Cooper Hewitt Smithsonian Design Museum in NYC Reopens with High Tech Makeover  
(<https://youtu.be/5V6AIRZ9Gbs>)

• Müze sergilerinde yeni medya teknolojilerinin kullanımının etkilerini şöyle sıralayabiliriz:

• Yeni medya uygulamalarının müzelerde izleyicilere alışılmadık farklı deneyimler sunmaktır. 21.yy müzeciliği çerçevesinde müzeler karşılaşma mekânlarına dönüşmüştür. Bu değişimin anahtar araçları deneyim, sosyalleşme ve oyundur. Oyunlaştırma artık koleksiyonlara içkindir ve müzede nesnelere oyunlaştırmanın bir yoludur.(Camps-Ortueta, Deltell Escolar & Blasco López 2021; Yingchong and Li, 2009)

• Sergilemede yeni medya, aynı zamanda müze için yeni ziyaretçiler demektir. Yani yeni medya bir sergiye daha önce hiç katılmamış/katılmayacak yeni insanlar örneğin sanat müzesine çok ilgi duymayan Tapscott'un tabiriyle dijital yerlilerle sanat müzesinde yapılan ortak dijital yaratılar, yeni topluluklar yaratabilir ve onları müzeye çekebilir. (Batat,2020)

• Müzelerin sürekli koruma-bakım ve sergileme gibi geleneksel rollerinin yanında özellikle birey ve toplumla yakın iletişim kurma ve eğitme(formal-informal) rollerinde yeni medya öne çıkmaktadır.

• Gelenekselin seçkinci, toplumun kıyısında duran(ayrık) tavrının terk edilip, müzenin gündelik hayatın içine karışmasında, yeni medya güçlü bir fırsat ya da avantaj olarak görünmektedir.

• Müzeler bugün temel işlev olarak benimsedikleri eğitsel-eğlensel rollerini yeni medya ile üst seviyede gerçekleştirebilir.(Morris,2001)

• Yeni medya 21.yy müzesinin 'mobil müzecilik' anlayışına uygun sistemlere sahiptir. İnteraktif müzecilik ve sanal müze uygulamaları müzelerin ulaşılabilirliğini arttırmaktadır.”(Okan,2018b, s.237)

• Sergilemede yeni medya kullanımı ile koleksiyonun içeriğini tercüme etme ve yorumlama yeteneği artar, izleyici açısından ise ilgi çekici, unutulmaz, ilham verici müze deneyimleri yaratır.

• “Deneyim, izleyici katılımı ve varlık hissi, etkileşimler, aynı zamanda çeşitli bilgi aktarma özellikleri bütün bunlar geleneksel müze sergisi için yapılan büyük reformlardır ve yeni medya arasında içsel bir ilişki vardır. Yeni medya sayesinde insanlar bilinen ve bilinmeyen dünyayı makro ve mikro bakış açılarıyla keşfetmenin yolunu buluyorlar.”(Yingchong and Li, 2009, s.1943)

• Yeni medya sistemleri çalışmada sıraladığımız kullanıcı tiplerinden müze ile yakın-gönül bağı olan izleyicilere bu ilişkiyi daha da derinleştirme imkanı sağlamaktadır. Yeni medya ile dijital tasarıma dönüşmüş müze kaynakları, kültürel kurumlar ve koleksiyonların fiziksel olarak erişemeyeceği kişiler arasında ilişki kurma sürecini desteklemektedir. (Newell,2012, s.303)

• Yeni medya 21.yy çoğulcu, kültürel göreciliği göz önünde bulunduran müzeciliğinin amaçlarına uygun dinamik teknolojilerdir.

• Yeni medya teknolojileri müzedeki nesnelere ve sergileme pratiklerinin ayrılmaz birer parçası haline gelmektedir. Kültür hazinelerinin daha çok görülür duyumsanır olmasına, orijinalini koruma altına almasıyla sergi ve koleksiyonların gücünü arttırmaktadır.

• Müzeler için Zorluklar, Zorunluluklar

• 21.yy müzesinde BİT(Bilgi ve iletişim Tekno.) teknolojilerinin kullanımı farklı mesleki geçmişlere ve becerilere sahip arşivciler, koleksiyon koruyucuları, veritabanı yöneticileri, Web sitesi arayüz tasarımcıları ve proje yöneticileri gibi çok çeşitli uzmanların birlikte çalışmasını gerektirmektedir.

• Fiziksel belgeleri ve eserleri dijital formlara dönüştürmek zorlu aynı zamanda ciddi yatırım gerektiren çalışmalardır. Müzelerin yeni medya teknolojilerine yatırım yapmanın



gerekli olup olmadığı(serginin başarısına etkisi konusunda) konusunda detaylı araştırma ve çalışmalar yapmaları şarttır. Bu çalışma ile şu sorulara cevap aranmalıdır: Müze sergilerinde yeni medya ne dereceye kadar kullanılıyor? Yeni medyanın kullanımı bir serginin başarısını nasıl etkiler?Genel olarak müzelerde yeni medyanın gelecekteki rolü özellikle sergiler bağlamında ne olacak?

- Özellikle dijital veritabanının oluşturulmasında arşivlere büyük sorumluluklar düşmektedir.
- Dijital görüntülerin kullanımı BİT çağında değişmektedir. Dijital eserlerin telif konusu kararları önceden kararlaştırılmalıdır.
- Bu süreçlerde çatışmalar, müzakereler ve anlaşmazlıklar kaçınılmazdır.
- Özellikle Ulusal hazinelerin animasyonda olduğu gibi gösterilmemesine dikkat edilmelidir.
- El tipi mobil cihazların ve bulut uygulamalarının yaygınlaşması ile fiziki ve sanal sergi mekanlarında koordinasyon mümkün olabilmekle beraber arka planda yoğun bir emek gerektirmektedir.
- Ağ efektleri, giderek daha verimli hale gelen dijital lisans yönetim sistemleri, görüntü lisanslama olgun bir endüstriye dönüşmesi beklenmektedir.(Tsaih, Lin, and Chang,2014, s.10-12)
- Müzede yaygın yeni medya kullanımı ile müze medyum olmakta, medyalanmaktadır. Genel olarak, müzelerde yeni medya kullanımının ve özellikle sergilerde kullanımı gelecekte önemli ölçüde artacağına benziyor. Yeni medya muhteşem deneyimler özellikle ziyaretçiler için özelleştirilmiş, kişiselleştirilmiş deneyimler sağladığından bu alana daha fazla yatırım yapılacağı öngörülüyor. Bu gelişme müzeler için özellikle sergileme pratiklerinde bir zorunlu dönüşümü ifade ediyor.(Smith,2006)

## Sonuç

Bugün gelişmiş müzecilikte temel ilke, kültür varlıkları ile günümüz yaşantısını birbiriyle bütünleştirmektir. Kültürünse heterojen kültürlerin değişimi yoluyla geliştiği fikrini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla ulus odaklı geleneksel müzecilik terkedilmiştir.

Yeni medya her yaşta insanın hayatında özellikle üretim, iletişim ve eğlenerek öğrenmede (edutainment) oldukça merkezi konumdaki sistemlerdir.Dolayısıyla 21.yy müzesinde bilgi ve iletişim teknolojileri artık sadece bir araç değil, müzenin sesi ve kimliğinin bir parçasıdır. Müzede yeni medya ile etkileşimli öğrenme uygulamaları, öğrenme deneyimini geliştirirken bir yandan da izleyicinin oyunsal merak ve ilhamını güçlendirir.

“Geleceğin Müzesi tahayyüllerini şekillendirici eğilimlerin ilki yeni teknolojilerin etkisidir”. (Smith,2006, s.547)

Müzecilikte yeni teknolojilerin kullanımı gerçek etkileşimli bir deneyim yaratırken bir yandan da müzenin otoritesini ve otantikliğini sorgulama değeri taşımaktadır.Bu sorgulama BİT ile müzeciliğin içinde olduğu büyük değişimin kaçınılmazlığını da göstermektedir. Müze bu sorgulamayı; Müze sergilerinde yeni medya ne dereceye kadar kullanılıyor?

Yeni medyanın kullanımı bir serginin başarısını nasıl etkiler?

Genel olarak müzelerde yeni medyanın gelecekteki rolü özellikle sergiler bağlamında ne olacak?

şeklindeki sorulara vereceği net cevaplarla sonuçlandırabilir. Dünyada aynı sorgulamayı yapan pek çok müze bulunmaktadır. Bu temel soruların cevaplarını bulmak amacıyla 2014 yılında pek çok müzenin dahil olduğu bir araştırma yapılmıştır.Bu araştırmanın sonuçlarına göre; mobil en çok uygulamalar, akıllı nesnelere, AR & VR, 3d ve 4d öğeler ve robotlar müzeler tarafından benimsenme sürecindedir.Kimlerin daha çok yeni medya teknolojilerine bünyelerinde yer verdiği sorusuna gelindiğinde; daha çok bilim ve teknoloji müzelerinin bu alana öncelikle yatırım yaptığı görülmektedir.Bunun nedeni karmaşık bilimsel süreç veya nesnelere, oluşumları yeni medya aracılığı veya desteğiyle anlatmak sergiyi daha başarılı, daha kullanıcı dostu kılmaktadır. (Widmann,2016)

Öte yandan müze hiyerarşisinde küratörler hala en fazla söz sahibi kişiler olduklarından ziyaretçi ikinci planda kalabilmektedir.

Ziyaretçi odaklı müzecilik alanında yapılan çalışmalar çoğunlukla halen niteliğe değil niceliğe dair veriler sunmaktadır.Bu alan özellikle izleyiciler üzerinde daha fazla araştırmaya ihtiyaç duymaktadır.İster mekan içerisinde ister sanal ortamda düzenlenen bir sergi etkinliğinde müze katılımcı kitle ya da bireyin kim olduğunu ve nasıl tepki vereceğini önceden bilmesi hala çok mümkün görünmemektedir.Bu noktada müzelerin emin oldukları belki tek kesin gerçek bilgi ziyaretçi sayılarıdır. Bazı müzeler yeni medya teknolojilerine olan talebi örneğin nesnelere teknolojilerin kullanım sayısını bir kalite göstergesi olarak değerlendirebilmektedir.

Ayrıca 21.yy müzesinin öne çıkan işlevlerinden eğit eğlence, eğiten eğlence ya da eğitsel sıfatlarından hangilerinin bu çalışmalarda daha ağır bastığı, öne çıktığı ve izleyici tarafından tercih edildiği meselesi araştırılmaya muhtaç, bir diğer önemli alandır. Müzelerdeki uygulamalarda genel olarak eğit-eğlen odaklı yani eğlendirirken bilgilendirici/eğitici uygulamalara rastlanırken bazı sergilemelerin de herhangi bir kültürel öğeden tamamen bağımsız yani bağlamsız, sadece oyun odaklı olduğu görülmüştür.



## Kaynaklar

Adorno, T. W. (2009) Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi. Çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen.İstanbul: İletişim Yayınları, 152 s.

Artun, A.(2017) Mümkün Olmayan Müze: müzeler ne gösteriyor? İstanbul: İletişim Yayınları, 197 s.

Barker, E.(2017) Teşhir Kültürleri Duvarları Olmayan Müze s.235-258 içinde Sanat Müzeleri 2. Edt. Ali Artun. İstanbul:İletişim Yayınları,319 s.

Barker, R. & Smithen, P.(2005) New Art, New Challenges: The Changing Face Of Conservation in The Twenty-First Century, s.85-107 içinde edts Rachel Barker and Patricia Smithen New Museum Theory and Practice : An Introduction, John Wiley & Sons, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/itup/detail.action?docID=239859>.Created from itup on 2021-06-07 16:28:09.

Batat, W. (2020), How can art museums develop new business opportunities? Exploring young visitors' experience, Young Consumers, Vol. 21 No. 1, pp. 109-131. <https://0-doi-org.divit.library.itu.edu.tr/10.1108/YC-09-2019-1049>

Camps-Ortueta, I., Deltell Escolar, L., & Blasco López, M. F. (2021). "New technology in Museums: AR and VR video games are coming." *Communication & Society*, 34(2), 193–210. <https://0-doi-org.divit.library.itu.edu.tr/10.15581/003.34.2.193-210>

Chaotzu Wang, M. and Quo-Ping Lin, J. (2018) The Future Museum shapes the museum future :A progressive strategy of the National Palace Museum adopting new media art exhibitions as a marketing tool *Arts and the Market* 8(2) pp. 168-181 DOI 10.1108/AAM-12-2017-0030<https://0-doi-org.divit.library.itu.edu.tr/10.1108/AAM-12-2017-0030>

Hsieh, C.K, Hung, Y.P. ve Chiang, Y.C.(2011). Way to Inspire the Museum Audiences to Learn: Development of the Interpretative Interactive Installations for Chinese Cultural Heritage içinde pp. 284–291. M. Chang et al. (Eds.): *Edutainment 2011*

Karadeniz, C.(2018). Müze, Kültür, Toplum. Yay. Haz. Bekir Onur. Ankara.İmge Kitabevi,319 s.

Madran, B.(2012). Müze Sergileri Tasarlamak s.283-305. İçinde Müzebilim ABC'si.haz. Nevra Ertürk, Hanzade Uralman. İstanbul:Ege Yayınları,316 s.

Morris, S. (2001), *Museums and New Media Art*, The Rockefeller Foundation, New York, NY, available at: [www.cs.vu.nl/~eliens/archive/refs/Museums\\_and\\_New\\_Media\\_Art.pdf](http://www.cs.vu.nl/~eliens/archive/refs/Museums_and_New_Media_Art.pdf) (accessed June, 2021).

Newell, J.(2012) Old objects, new media:Historical collections, digitization and affect. *Journal of Material Culture* 17(3) DOI: 10.1177/1359183512453534

Okan, B . (2015a). Günümüzde Müzecilik Anlayışı. *Sanat*

ve Tasarım Dergisi , 5 (2) , 187-198 . DOI: 10.20488/aus-ttd.24699

Okan, B . (2018b). Günümüz Müzecilik Anlayışındaki Yaklaşımlar ve Müze Oluşumunu Etkileyen Unsurlar. *Tykhe Sanat ve Tasarım Dergisi* , 3 (4) , 215-242 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/tykhe/issue/55449/759936>

Smith, C. S. (2006) *The Future of the Museum* s. 543-554 içinde *A Companion to Museum Studies*, ed. Sharon Macdonald <https://doi.org/10.1002/9780470996836.ch33>

Tsaih, R.-H., Lin, J.Q.-P. and Chang, Y.-C. (2014), National Palace Museum and service innovations, *Emerald Emerging Markets Case Studies*, Vol. 4 No. 7. <https://doi.org/10.1108/EEMCS-02-2014-0044>

Ünsal, D. (2012) Müze, Katılım ve Yurttaşlık s.13-30 içinde hazl. Ertürk, N. Ve Uralman, H.(2012) *Müzebilimin ABC'si*. İstanbul:Ege Yayınları,307 s.

Widmann, S. (2016) *Influence of New Media Technologies on the Success of Museum Exhibitions*. MODUL University Vienna,(<https://museumbooster.com/influence-of-new-media-technologies-on-the-success-of-museum-exhibitions-a-summary/>)

Yingchong, X. and Li, J. (2009) New Media display methods in museum, *IEEE 10th International Conference on Computer-Aided Industrial Design & Conceptual Design*, 2009, pp. 1941-1943, doi: 10.1109/CAIDCD.2009.5375374.