

DİJİTAL MÜZECİLİK VE İNTERAKTİF İLETİŞİM: *SFMOMA* ve *MORİ* DİJİTAL SANAT MÜZESİ ÖRNEKLEMLERİ

Meral BOSTANCI

Cite this article as:

Bostancı, Meral (2019). Dijital Müzecilik ve İnteraktif İletişim: SFMOMA ve MORİ Dijital Sanat Müzesi Örenklemleri. UNIMUSEUM, 2 (2), 34-39. DOI:

ÖZ

Özellikle 18. yüzyılın son çeyreğinden itibaren müzeler, sanat arkeoloji ve sosyal antropoloji ile ilgili kültürel miras ürünlerinin sergilendiği ve arşivlendiği en önemli kültür yapıları haline gelmiştir. Günümüzde dijital teknolojilerle belirlenen bilişim çağında, çağdaş müzecilik yaklaşımı geleneksel müzecilikten farklı bir bakış açısı gerektiriyor. Her ne kadar başlangıçta koruma, tarihi obje ve eserleri arşivleme ile sınırlı olan iç mekânlar olarak kullanılmış olsalar da, bugün bu mekânlar, pedagojik fonksiyonlarının dışında, bilimsel araştırma uzmanları için kaynak sağlayan etkileşimli, dijital ortamlara dönüştürülmektedirler. Bu bildiride, müze tanımının tarihsel süreç içindeki değişimi ele alınacak ve daha sonra etkileşimli ortam olarak yeni müzecilik algısı tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Müzecilik, İnteraktif İletişim, Yeni Müzecilik, Dijital Sanat Müzesi

ABSTRACT

Museums, especially since the last quarter of the 18th century, have become the most important cultural buildings in which historical heritage products related to art archeology and social anthropology are exhibited and archived. Now, in the age of information shaped by digital technology, the contemporary museology approach, , requires a different perspective from traditional museology.

Although they were originally utilized as interior spaces limited to the recording, preservation, archiving historical arts and artifacts are displayed, they are being transformed into interactive digital environments that provide resources for pedagogical functions as well as scientific research scholars.

In this paper, the change of the definition of museum in the historical process will be discussed and then the 1st new museology perception as the interface communicative cultural environment will be discussed.

Keywords: Digital Museology, Interactive Communication, New Museology, Digital Art Museum

GİRİŞ

Müzeler, tarihsel süreçte kültürel aktarımın en önemli temsilcileri olmuştur. Teknolojik gelişmelerin günden güne hayatımıza yön vermeye başladığı 21.yüzyılın çağdaş müzecilik anlayışı, geleneksel müzecilikten farklı bir bakış açısını gerektirir hale gelmiştir. Müzeler, başlangıçta eserlerin kayıt altına alınması, saklanması, korunması ve sergilenmesi ile sınırlı fiziki mekânlar olarak tasarlanmış olsalar da bugün, bilgiye dayalı eğitim ve öğretim işlevlerinin yanı sıra kişisel deneyime olanak sağlayan iletişimlere açık, dijital tasarlanmış ortamlara doğru evrilmekteyiz. Bu yazıda, bu bağlamdan hareketle öncelikle müze tanımının tarihsel süreçteki değişimine, ardından interaktif iletişime olanak sağlayan deneyim odaklı yeni müzecilik algısına, iki farklı müze örneği üzerinden yer verilecektir.

Yunan Mitolojisine göre müze (*muse*), şair, filozof ve müzisyenlere ilham veren dokuz tanrıçaya verilen addır. Tanrıların dağı Olympos'un eteklerinde yer alan *Pieria*'da yaşadığı rivayet edilen bu sanat, ilim ve bilim tanrıçalarından *Euterpe*, müzik; *Kalliope*, destan; *Klio*, tarih; *Erato*, şarkı sözü; *Melpomene*, trajedi; *Polyhymnia*, kutsal şiir; *Terpsikhore*, dansçılık; *Thalia*, komedi ve *Urania*, astronomiye ilham veren tanrıçalar olarak kabul edilmiştir.¹ Genel anlamda "müze" tanımının, antik dönemlerden kalma söz konusu kavramlara atfen yapıldığı ve Yunanca ilham perilerinin (*muses*) tapınaklarına verilen bir ad olarak *mouseion* sözcüğünden türediği bilinmektedir.²

Modern anlamda yapılan müze tanımına gelecek olursak; 1945-46 yılları arasında kurulmuş olan Milletlerarası Müzeler Konseyi'nin (*ICOM-International Council of Museums*), kuruluşunda belirlemiş olduğu ilk müze tanımı şöyledir: "*Müze kelimesi, sanatsal, teknik, bilimsel, tarihi veya arkeolojik materyalleri bulunduran, içerisine hayvanat ve botanik bahçelerinin dâhil olduğu, içerisinde sergi salonu bulunan kütüphaneler istisna olmak üzere kütüphanelerin dışında kaldığı halka açık tüm koleksiyonları içinde barındırır.*" Müze tanımı, *ICOM*'da yaklaşık otuz yıl boyunca bu haliyle stabil kalmış; Viyana'da toplanan 22. Genel Kurul kararı ile değişime uğramıştır. *ICOM*'un kendi ağ portalı üzerinden verdiği bilgiye göre müze tanımı, Uluslararası Müzeler Konseyi Tüzüğü'nde (*ICOM Statutes*) 24 Ağustos 2007 tarihinde şu şekilde tanımlanmıştır: "*Bir müze, eğitim, çalışma ve eğlence amacıyla insanlığın ve çevresinin maddi ve maddi olmayan mirasını koruyan, araştıran, iletişim kuran ve sergileyen, topluma açık, toplumun*

hizmetinde ve gelişiminde kar amacı gütmeyen, kalıcı bir kurumdur."³ Bu tarih sonrasında, bu yıla kadar müze tanımında herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. Örneğin; 9 Haziran 2017 tarihinde Paris'te toplanan Olağanüstü Genel Kurul (*Extraordinary General Assembly/EGA*) tarafından kabul edilen yenilenmiş tüzük üzerinde (*Article 3. Definition of Terms- Section 1. Museum*) ise müze tanımında her hangi bir farklılık görülmemektedir.⁴

Hızla gelişip, dönüşen teknolojik bir dünyada çağdaş müze tanımı nasıl olmalıdır?

ICOM, geçtiğimiz aylarda, içinde bulunduğumuz dijital çağa uygun, çağdaş bir müze tanımı arayışından hareketle yeni bir format uygulamaya koymuştur. Web sitesi üzerinden açmış olduğu bir forum aracılığıyla insanlara müze tanımına dair önerilerinin, umutlarının ve beklentilerinin neler olduğu sorulmuştur. Müze kavramının, ondan faydalanan kitleler için ne anlama geldiğini analiz etme amacını taşıyan forum, Dünya üzerinde yaşayan herkesin yorumuna açık olarak tasarlanmıştır. 21. yüzyılın müzelerinin nasıl olması gerektiği burada tartışmaya açılarak, yorumlar şeffaf bir şekilde site üzerinden paylaşılmıştır.⁵ Tüm bu gelişmelerden sonra *ICOM*, bu yılın üçüncü çeyreğinde yayınladığı Müzeler Konseyi Tüzüğü'nde çağdaş müze tanımının yeniden yapılmasına ve eski tanımın değiştirilmesine karar vermiştir. 22-23 Temmuz 2019 tarihleri arasında Paris'te düzenlenen "Müze Tanımı, Beklentileri ve Potansiyelleri" (*Museum Definition, Prospects and Potentials/MDPP*) daimi komitesinin aktif dinleme, alternatif tanımların toplanması ve harmanlanması süreçlerinin ardından, *ICOM* Yönetim Kurulu (*The Executive Board of ICOM*) tarafından yeni bir müze tanımının yapılması karara bağlanmıştır. Sonuç olarak, 7 Eylül 2019 tarihinde Japonya-Kyoto'da Uluslararası Konferans Merkezi'nde (*ICC Kyoto*) düzenlenen 25. Olağanüstü Genel Kurul'da (*Extraordinary General Assembly/EGA*), mevcut müze tanımı yerine, *ICOM* Tüzüğüne dâhil edilen ve resmileştirilen yeni müze tanımı şöyledir:

"Müzeler, geçmiş ve gelecek hakkında kritik diyaloglar için demokratikleştirici, kapsayıcı ve çok sesli (polifonik) alanlardır. Bugünün çatışmalarını ve zorluklarını kabul edip ele alarak, toplum adına korumakla yükümlü oldukları eserleri ve örneklerini gelecek nesiller için güvence altına alır, her kesimden insanın bu kültürel mirasa erişimi için eşit haklar sağlar.

Müzeler kar amaçlı değildir. Katılımcı ve şeffaflar ve insan onuruna ve sosyal adalete, küresel eşitlik ve

1 Detaylı bilgi için bkz.: Öztürk, Özhan (2016) Dünya Mitolojisi. Nika Yayınları: Ankara.

2 Kandemir, Özge&Uçar, Özlem (2015) "Değişen Müze Kavramı ve Çağdaş Müze Mekânlarının Oluşturulmasına Yönelik Tasarım Girdileri", s. 20. Anadolu Üniversitesi Sanat&Tasarım Dergisi, XVII: Eskişehir. Aktaran: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/192412> Erişim tarihi: 15.12.2019.

3 Kaynak: <https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

4 Kaynak: https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/2017_ICOM_Statutes_EN.pdf Erişim tarihi: 15.12.2019.

5 250'den fazla yorum yapılan foruma dair detaylı bilgi için bkz.: <https://icom.museum/en/news/the-museum-definition-on-the-backbone-of-icom/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

küresel refah düzeyine katkıda bulunmayı amaçlayan dünya anlayışlarını toplamak, korumak, araştırmak, yorumlamak, sergilemek ve geliştirmek için çeşitli topluluklarla aktif ortaklıklar içerisinde çalışırlar.”⁶⁶

Bu yeni tanımdan da anlaşılacağı üzere müzecilik, yıllar içinde dünyadaki profesyonel müze ihtiyaçlarına uygun bir şekilde evrim geçirmiş, bugünkü küresel müze algısına uygun, çağdaş bir anlayışa dönüştürülmüştür. Bu bağlamda, müzelerin kendi bünyelerinde yapılan değişim ve dijital dönüşüm programlarına göz atıldığında, geleneksel müzeciliğin teknolojik gelişmelere paralel çağdaş dönüşümünün sağlanması ve geleceğin müzelerini prototipleştirmek adına 2000’li yılların başından itibaren bir grup küratör ve eğitimci tarafından ortaklaşa gerçekleştirilen halihazırda çeşitli çalışmalar bulunduğu görülmektedir. San Francisco Modern Sanatlar Müzesi (SFMOMA-San Francisco Museum of Modern Art), öncü çalışmalarıyla buna bir örnek olarak verilebilir.

ÖRNEKLEM 1. SFMOMA/SAN FRANCISCO MODERN SANATLAR MÜZESİ

SFMOMA eğitim küratörü ve interaktif eğitim teknolojileri program yöneticisi olan Peter Samis, ilk olarak 23 Mart-16 Eylül 2001 tarihleri arasında düzenledikleri “Kalkış Noktaları/Departure Points” adlı sergide, ziyaretçileri interaktif iletişime geçirecek çağdaş sanatla aktif bağlantı kurmaları için bir dizi uygulamaya geçtiklerinden bahsediyor. Örneğin, bu sergide dört yenilikçi eğitim teknolojisi prototipinin yer aldığını; ziyaretçilerin serginin temaları ve çalışmalarını tartıştığı, sanatçıların video klipleri hakkında yorumları görmelerini sağlayan dokunmatik ekranlar sunan “akıllı masalar” gibi veya eserleri yapan sanatçıların video kliplerini gösteren “el bilgisayarları” gibi, modern sanat anlayışını içeren bilgilerin yer aldığı güncellenmiş bir multimedya rehberi olan “kiosklar” gibi ve ziyaretçilerin görüntülenen eserler üzerinde çizim yaparak kendi sanal sergilerini oluşturmalarını sağlayan bir “kendi galerinizi yapın” etkinliği gibi modern sanat anlayışını içeren uygulamalara yer verildiğini açıklıyor. İlerideki çalışmalar adına geri bildirimlerin alınmasının önemine işaret eden Samis, bu sergi ile bunu analiz etmeyi hedeflediklerini belirtiyor. Samis’e göre: “Gelecekteki her serginin bu teknolojilere sahip olacağını öngörmemize rağmen, onları denemek ve ziyaretçilerden geri bildirim almak istiyoruz. Ziyaretçilerimiz ne zaman ve ne tür bilgiler istiyor? Onlara nasıl sunulmasını istiyorlar? “Kalkış Noktaları”nı, gelecekte izleyicilerimizle iletişim kurma yöntemlerimizin bazılarını değerlendiren bir laboratuvar olarak görüyoruz.”⁷⁷

6 Kaynak: <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/> Erişim tarihi: 15.12.2019. Detaylı bilgi için ayrıca bkz.: <https://icom-kyoto-2019.org/> Erişim tarihi: 15.12.2019.
7 Samis, Peter S. (2001) Points of Departure: Curators and educators collaborate to prototype a “Museum

Bilindiği gibi, genel olarak müzelerde düzenlenen sanat etkinliklerinin amacı, ziyaretçiler ile sanat eserleri arasında birebir karşılaşmalar yaratmak ve bu karşılaşmalar üzerinden izleyicilerin düşünce ve bakış açılarında farkındalık oluşturmaktır. 1999 yılından bu yana SFMOMA’nın içerik sorumlusu olan Chad Chorver “Dijital İçerik Stratejileri Üzerine” adını taşıyan ve 2016 yılında yayınlanan yazısında, yeni şeyler öğrenmeye açık, eğitilmiş ancak sanat tarihinde eğitimi olmayan bir müze ziyaretçisinin sergilenmekte olan eserleri, sadece duvar etiketinde yer alan tek tip bilgilerle (sanatçı, eserin adı, oluşturulma tarihi, eserin malzemesi ve müzenin eseri nereden ve kimden edindiğine dair eser künyesi bilgileri) algılamasının mümkün olmadığını ifade ediyor. Bu türden sergilemelerde bilgi vermenin en temel probleminin yine kendisi yani “bilgi” olduğuna dem vuruyor: “Ziyaretçilerin çoğunun aslında ihtiyacı olan tek şey bir hikâyledir; bu yabancı bir nesne ile iletişime geçmek için akılda kalıcı bir yoldur. Hikâyenin çekiciliği, paylaşmak için meraklı, tutkulu ve heyecanlı oluşundan gelir. Sanat nesnesi böylece adeta bir sosyal nesneye dönüşmelidir ve bu da ziyaretçinin sanat eserine baktığı 3-15 saniye arasında gerçekleşmelidir” şeklinde açıklayan Chorver, zira bu ilk saniyelerin çok önemli olduğunu ve ilginin ve merakın sıkılmaya bu kadar kısa bir an içerisinde dönüştüğünü sözlerine ekliyor.



Fig. 1- Yeni SFMOMA, Yerba Buena Gardens’tan görünüşü.
Fotoğraf: Jon McNeal.⁸

Of the Future” in Cultural Heritage and Technologies in the Third Millennium. ICHIM 01’de verilen konferans metni. (637-623) Aktaran:

https://www.academia.edu/30692222/Points_of_Departure_Curators_and_educators_collaborate_to_prototype_a_Museum_of_the_Future Erişim tarihi: 15.12.2019.

8 Görsel kaynağı: <https://www.sfmoma.org/press/release/new-sfmoma-announces-transformed-digital-strategy/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

Yine *SFMOMA*'dan örnek vermeye devam edecek olursak; müzedeki “İçerik Stratejisi ve Dijital Etkileşim” bölümü beş ayrı bölümü bünyesinde barındırıyor: Topluluk katılımı, yorumlayıcı medya, yayınlar, internet ağları ile dijital platformlar ve tasarım stüdyosu. Müze; tüm çalışmalarında hedef kitleye ulaşabilmek adına disiplinlerarası çalışıyor ve her bir çalışmada ses ve tasarım araçları kullanarak, esere, sanatçıya ve müzeye dair ilgi çekici alıntılarını aktarmak adına küratörlerle yakın iletişim kuruyor.⁹

Dijital sanat çalışmalarına yer veren dijital müzelere örnek olarak, San Francisco’da yer alan Modern Sanatlar Müzesi/*SFMOMA-San Francisco Museum of Modern Art* dışında New York’ta yer alan Modern Sanatlar Müzesi/*MOMA PSI-Museum of Modern Art*; Yeni Müze/*New Museum*; Whitney Amerikan Sanatlar Müzesi/*Whitney Museum of American Art*; Karlsruhe’da yer alan Sanat ve Medya Merkezi/ *ZKM Center for Art and Media*; Minneapolis’te yer alan Walker Sanat Merkezi/ *Walker Art Center*; Londra’da yer alan Çağdaş Sanat Enstitüsü/ *Institute of Contemporary Art*; Serpentine Galerisi/ *Serpentine Galleries* ve Victoria ve Albert Müzesi/*V&A-Victoria and Albert Museum*; Basel’de yer alan Elektronik Sanat Evi/*HeK-Haus der Elektronischen Künste*; Liverpool’da yer alan Sanat ve Yaratıcı Teknoloji Vakfı/ *FACT-The Foundation for Art and Creative Technology*; Lins’te yer alan Elektronik Merkez/*Electronica Center*; Irvine’de yer alan Beall Sanat ve Teknoloji Merkezi/ *Beall Center for Art and Technology*; Dortmund’ta yer alan Hartware Medya ve Sanat Kulübü/*HMKV-Hartware MedienKunstVerein*; Gijon’da yer alan Laboral Sanat ve Endüstri Yaratma Merkezi/*Laboral Center for Art and Industrial Creation*; Frankfurt’ta yer alan Frankfurflu Sanat Kulübü/*The Frankfurter Kunstverein*; Umea’da yer alan Resim Müzesi/*BildMuseet* ve Tokyo’da yer alan Haberleşme Merkezi/*InterCommunication Center* verilebilir.¹⁰ Bunların dışında yine Tokyo’da bugün, “dünyanın en büyük dijital sanat müzesi” sloganıyla açılmış olan, bir müze daha bulunmaktadır.

ÖRNEKLEM 2. MORİ DİJİTAL SANAT MÜZESİ

Tokyo merkezinden bir köprü aracılığıyla ulaşılan, yüksek teknolojilerin kullanıldığı ve eğlence merkezi olarak tasarlanan yapay bir ada olan Odaiba bölgesinde 2018 Temmuz ayında açılmış olan Mori Binası Dijital Sanat Müzesi’nde (*Mori Building Digital Art Museum*), 520 bilgisayar ve 470 yüksek teknolojili projeksiyon cihazı ile bilim, sanat, tasarım ve teknoloji arasında disiplinlerarası ilişkiler kurmak suretiyle dünyayı ve

doğayı farklı bir deneyimle ziyaretçilere yeniden yaşatmak amaçlanmaktadır. Dünyanın en büyük dijital sanat müzesi mottosuyla açılan müzede halen sergilenmekte olan ilk serginin web sayfası üzerinden alınan bilgiye göre; 10.000 m²’lik bir alana konumlandırılmış 5 ayrı alanda 50 farklı interaktif gösteriye ev sahipliği yapmaktadır. Müzenin söz konusu ilk sergisi “*teamLab Borderless*” (*teamLab Sınırsız*) adını taşımaktadır ve sergide, adının ifade ettiği gibi sanatın kendi bariyerleri ile insanlar arasındaki bariyerleri aşarak, sınırsız iletişim amaçlanmaktadır.



Fig. 2.- Mori Dijital Sanat Müzesi, “*teamLab Borderless*” Sergisi’nden bir kare.

Müzede yer alan eserler önceden kaydedilmiş ve kendi kendini tekrar eden dijital görüntülerden oluşmamaktadır. İnteraktif animasyonlar aracılığıyla izleyicilerin hareketlerini algılayıp tepki vererek onlarla ilişki kuran dijital eserlerde ışık, renk ve farklı grafik öğeler yer almaktadır. Müzenin en ilgi çeken yönü ise animasyonlarda yer alan eserlerin döngüsel yapıda olmayışı ve özel yazılımlar sayesinde ortamdaki hareketlilikten etkilenerek, organik olarak değişim ve gelişim gösteriyor olmalarıdır. Sergi süresince belirlenen konseptte göre, müzede birbiriyle bağlantılı beş farklı bölge yaratılmıştır: İlk bölge Sınırsız Dünya/*Borderless World* adını taşımaktadır. Burada interaktif dijital bir doğa manzarası olarak tasarlanmış pek çok farklı dijital eser yer almaktadır. Bu bölgede izleyici, dijital şelaleler, kuşlar, çiçek tarlaları, ormanlar arasında kendi yolunu çizerek ilerleyebilmektedir. Diğer bölge, beynin mekânsal tanıma yeteneklerini eğitmek ve insanları hareket ettirmek için tasarlanmış bir alan olarak *Athletics Forest* adını almıştır. Ziyaretçiler bu bölgede uzayda parıldayan direklere tırmanabilir, galaksi simülasyonu içinde bir trampolinde zıplayabilir veya görsel sunumlar içinde denge oyunları oynayabilirler. Çocuklar için tasarlanmış olan *Gelecek Parkı/Future Park* ise onları sanatla buluşturan, ilginç uygulamalarla kendi tasarımlarını ve müziklerini yapmalarını sağlayan bir alan olarak ifade edilmektedir. Müzenin bu kısmında çocukların hayal güçlerini ve bilimsel bakış açılarını genişletme

9 Chorver, Chad (2016) On (Digital) Content Strategy. Kaynak: <https://www.sfmoma.org/read/on-digital-content-strategy/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

10 Aktaran: <https://medium.com/digital-art-weekly/18-museums-boosting-the-scene-of-digital-art-f8a4b4fa5eb9> Erişim tarihi: 15.12.2019.

amaçlanmıştır. Lambalar Ormanı/*Forest of Lamps*, renkli lambalardan oluşan bir evreni göstermektedir. Son olarak EN Çay Evi/EN Tea House bölümü kurgulanmıştır. ‘EN Tea’, Nagasaki yakınlarındaki Hizen’de yetişen yeni bir yeşil çay türüdür ve müzenin yer aldığı bölgeye yakın bir yerde yetiştirilmektedir. Bu bölümde izleyiciler dijital çiçeklerle donatılmış çaylarını yudumlarken birbirleriyle sohbet edebilmektedir.¹¹

SONUÇ

Müzeler, 20. yüzyılın ortalarına kadar geçmişini aydınlatmaya yarayan; kültürel mirasın korunarak saklandığı ve sergilendiği mekânlar olarak kabul edilmiştir. 1980’li yıllarda ise müzelerin geleneksel durağanlığına eğitim kurumları olarak işlevsel bir özellik kazandırılmıştır. Kültürel çeşitliliğin ve toplumsal belleğin bugün artık yeni teknolojik araçlar kullanılarak sunumu, müzelerle olan ilgiyi her geçen gün arttırmaktadır. Bugün Türkiye’de dijital müzeciliğe örnek olarak sadece ülkenin tarihsel sanatsal ve arkeolojik birikimlerini bir tür krolonji ya da hikâye anlatıcılığı teması üzerinden aktaran panorama müzelerini verilebiliyoruz. Türkiye’deki panoramik müzelerden biri olan Panorama 1453 Tarih Müzesi Müdürü Salih Doğan’ın dediği gibi; “*Post Modern Müzecilik anlayışı giderek klasik koleksiyon sergilemelerinde devrim yaratan yeni anlayışların gelişmesine ve kullanılmasına yol açmaktadır.*”¹² Panoramalar, kısmen resim kısmen modellerle kurgulanmış düzeneklerden oluşur ve tarihi, askeri, jeoloji ve doğa tarihi müzelerinde özellikle anlatıma değer katmak amacıyla kullanılırlar.¹³ Panorama müzeleri, panoramik fotoğraflama üzerinden 360° sanal gezintiye olanak sağlayan mekânlar olarak kurgulanmaktadır. Tarihsel bir filmin içinde ve o anı yaşıyormuş izlenimi veren panorama müzelerini, teknolojiye açık yenilikçi müzeler olarak görmekle birlikte ziyaretçilerinin birebir interaktif deneyim yaşamalarına olanak sağlayan, etkileşimli platformlar olarak değerlendiremiyoruz.

Türkiye’de yapılan dijital müzecilik çalışmalarına bir başka örnek olarak Sabancı Müzesi’nde olduğu gibi sayısal arşivleri ekleyebiliriz.¹⁴ Sayısal müze arşivleri,

11 Sergi ile ilgili detaylı bilgi için bkz.: <https://borderless.team-lab.art/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

12 Doğan, Salih (2018) Müzecilikte Dijital Dönüşüm Değişen Müze Teknolojileri Ve Ulusal Bilgi Politikası. KAM18 Kongresi Sunumu. Aktaran: <https://kamkongresi.com/wp-content/uploads/2018/12/M%3%9CZEC%4%B0L%4%B0K-TE-D%4%B0J%4%B0TAL-D%3%96N%3%9C%-C5%9E%3%9CM-DE%4%9E%4%B0%5%9EEN-M%-C3%9CZE-TEKNOLOJ%4%B0LER%4%B0-VE-ULUSAL-.pdf> Erişim tarihi: 15.12.2019.

13 Erbay, Fethiye (2009) Müze Yönetimini Kurumsallaştırma Çabası (1984-2009), s. 142. Mimarlık Vakfı Enstitüsü: İstanbul.

14 Sabancı Üniversitesi’ne bağlı Sakıp Sabancı Müzesi dijital koleksiyonları ve arşivlerinde 77.000’den fazla görsel yer almaktadır. Detaylı bilgi için bkz.: <https://www.digitalssm.org/> Erişim tarihi: 12.15.2019.

müze koleksiyonunun sanal ortamda sergilenmesi ve içerik paylaşımı çabalarını içermektedir. Bunların dışında sanal sergiler ve 3 boyutlu müze gezintilerine olanak sağlayan sanal müze veya sergi turu gibi çeşitli gösterimler bulunmakla birlikte, deneyime kapalı, etkileşimli iletişimin bulunmadığı, tek yönlü platformlar düzeyinde kalmakta oldukları söylenebilir.

Prof. Dr. Fethiye Erbay’a göre; gecikmeli de olsa ülkemiz müzelerinde teknolojik gelişmelere ayak uydurma çabaları gözlemlenmektedir. 2000’li yıllarla birlikte müzelerin en önemli sorunlarından biri, geçmiş mirası göstermenin yanında yeni bir teknolojik ve kültürel bilinçlenmeyi yaratmaktır.¹⁵ Buna bir örnek olarak, Pera Müzesi koleksiyonunda yer alan Osman Hamdi Bey’in “Kaplumbağa Terbiyecisi” adlı eserinde sanal gerçeklik kullanılarak, sanatsal deneyimin daha kişisel ve interaktif ortama taşınması çabası gösterilebilir. Pera Müzesi etkinlikleri kapsamında hali hazırda izleyicilere sunulmakta olan “Osman Hamdi Bey’in Dünyasına Yolculuk-Kaplumbağa Terbiyecisi”¹⁶ deneyiminde olduğu gibi, ülkemizde kısmen de olsa Sanal Gerçeklik (*VR-Virtual Reality*) ve 3D animasyon¹⁷ şeklinde etkileşimli iletişime açık sanatsal kurgular yapılmaya başlanmıştır. Son yıllarda Türkiye’de az da olsa rastlanılan bu türden gösterimler ve interaktif girişimler, etkileşime olanak sağlayan müzeciliğin başlangıcı şeklinde değerlendirilebilir.

Yeni müzecilik anlayışına göre müzeler dijital ve interaktif sanatı bir araya getirmelerinin yanı sıra alışlagelen müzelerden farklı olarak sanat eseriyle belli bir bakış ve algılama diyalektiği içinde yüz yüze gelmeye olanak veren ortamlara dönüşmektedir. Günümüzde dünya müzelerinin -bir “onay makamı” olmanın ötesinde- 21. yüzyılın değişimine uygun, geleceğe dönük bir vizyonu benimsemeye başladıkları görülmektedir. Günden güne dijital müzecilik, sanal müzecilik, VR gibi teknolojiye dayalı platformların dâhil edilmesiyle, klasik müzecilik olgusu kavramsal bağlamda değişime uğramıştır. Öyle ki, içinde bulunduğumuz modern zamanların sanat terminolojisine, dijital (sayısal) görüntüleme, görüntülerin çevrimiçi yollardan kamusal erişilebilirliği, elektronik sanat eseri, sanal ve dijital sergiler gibi pek çok tanımlama girmiş bulunmaktadır.

Yeni müzecilik anlayışına sahip, ziyaretçi deneyimine

15 Erbay, Fethiye (1996) “Müzelerin Teknolojiye Bağımlı Gelişmeleri”, s.76. Genel Kurmay Başkanlığı Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı, Kuruluşunun 150. Yılında III. Türk Müzeciliği Sempozyumu. Genel Kurmay Basımevi: İstanbul (72-76).

16 Detaylı bilgi için bkz.: https://www.peramuzesi.org.tr/Repo/Bulletin/Attachments/1558510927_pm_2019_ohb_vr.docx Erişim tarihi: 19.12.2019.

17 Kaplumbağa Terbiyecisi sanal gerçeklik deneyimi tanıtım videosu için bkz.: <https://www.youtube.com/watch?v=IA-F2UV0BEAY> Erişim tarihi: 19.12.2019.

odaklı geniş sunum formatları ile alternatif yöntemleri kullanmaya başlayan müzeler, modern ve çağdaş sanatın zengin mecraları aracılığı ile izleyici ve eserler arasında bir tür köprü görevi yaparak, interaktif iletişime ve bireysel gelişime olanak sağlamaktadır.

Tüm bu gelişmeler, çağdaş bakış açısı ile yeni nesil müzelerin nasıl planlanması gerektiğine; geleceğin müzelerine dair pek çok öngörüyü içerisinde barındırır.

KAYNAKÇA

Chorver, Chad (2016) On (Digital) Content Strategy.

Kaynak: <https://www.sfmoma.org/read/on-digital-content-strategy/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

Doğan, Salih (2018) Müzecilikte Dijital Dönüşüm Değişen Müze Teknolojileri Ve Ulusal Bilgi Politikası.

KAM18 Kongresi Sunumu. Aktaran: <https://kamkongresi.com/wp-content/uploads/2018/12/M%C3%9CZEC%C4%B0L%C4%B0KTE-D%C4%B0J%C4%B0TAL-D%C3%96N%C3%9C%C5%9E%C3%9CM-DE%C4%9E%C4%B0%C5%9EEN-M%C3%9CZE-TEKNOLOJ%C4%B0LER%C4%B0-VE-ULUSAL-.pdf> Erişim tarihi: 15.12.2019.

Erbay, Fethiye (1996) “Müzelerin Teknolojiye Bağımlı Gelişmeleri”. *Genel Kurmay Başkanlığı Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı, Kuruluşunun 150. Yılında III. Türk Müzeciliği Sempozyumu*. Genel Kurmay Basımevi: İstanbul (72-76).

Erbay, Fethiye (2009) *Müze Yönetimini Kurumsallaştırma Çabası (1984-2009)*. Mimarlık Vakfı Enstitüsü: İstanbul.

Kandemir, Özge&Uçar, Özlem (2015) “Değişen Müze Kavramı ve Çağdaş Müze Mekânlarının Oluşturulmasına Yönelik Tasarım Girdileri”. *Anadolu Üniversitesi Sanat&Tasarım Dergisi*, XVII: Eskişehir. Aktaran: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/192412> Erişim tarihi: 15.12.2019.

Öztürk, Özhan (2016) *Dünya Mitolojisi*. Nika Yayınları: Ankara.

Samis, Peter S. (2001) Points of Departure: Curators and educators collaborate to prototype a “Museum Of the Future” in Cultural Heritage and Technologies in the Third Millennium. ICHIM 01’de verilen konferans metni. (637-623) Aktaran: https://www.academia.edu/30692222/Points_of_Departure_Curators_and_educators_collaborate_to_prototype_a_Museum_of_the_Future_ Erişim tarihi: 15.12.2019.

<https://borderless.teamlab.art/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

<https://www.digitalssm.org/> Erişim tarihi: 12.15.2019.

<https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/2017_ICOM_Statutes_EN.pdf Erişim tarihi: 15.12.2019.

<https://icom.museum/en/news/the-museum-definition-the-backbone-of-icom/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

<https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

<https://icom-kyoto-2019.org/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

<https://www.sfmoma.org/press/release/new-sfmoma-announces-transformed-digital-strategy/> Erişim tarihi: 15.12.2019.

<https://medium.com/digital-art-weekly/18-museums-boosting-the-scene-of-digital-art-f8a4b4fa5eb9> Erişim tarihi: 15.12.2019.

https://www.peramuzesi.org.tr/Repo/Bulletin/Attachments/1558510927_pm_2019_ohb_vr.docx Erişim tarihi: 19.12.2019.

<https://www.youtube.com/watch?v=IAF2UV0BEAY> Erişim tarihi: 19.12.2019.