

Müzelerde Etkileşimli Bilgilendirme Tasarımı: Anadolu Medeniyetleri Müzesi ile Frankfurt Tarih Müzesi'nin Karşılaştırılması

Geliş Tarihi/Received: 05.04.2021
Kabul Tarihi/Accepted: 05.02.2022
DOI: 10.46372/arts.1039331

Arş. Gör. Kansu ÖZDEN
Mardin Artuklu Üniversitesi, GSF
Grafik Sanatlar Bölümü
kansuozden@artuklu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5677-3932

ÖZ

Müzeler yıllardır süregelen somut yaşantıların gerçekleştirilebileceği kalıcı öğrenmelerin sağlanabileceği okul dışı bir eğitim kurumu görevi üstlenmektedir. Bu görevi üstlenirken de klasik sergileme biçimlerini değiştirerek, modern müzecilik anlayışı çerçevesinde etkileşime girilebilecek cihazlar yardımıyla, çevrim içi platformlarıyla ziyaretçilerin deneyim kalitelerini artırmayı hedeflemektedir. Son yıllarda teknolojinin gelişimi ve özellikle pandemi sebebiyle müzelerin çevrim içi ziyaretleri; ziyaret öncesi ve sonrası etkileşim için önem kazanmıştır. Çevrim içi kullanımın çeşitli sınırlılıkları ortadan kaldırması fiziki ziyaretler kadar çevrim içi ziyaretleri de önemli hale getirmiştir. Fakat çevrim içi müzelerin etkili şekilde kullanılabilmesi amacıyla web sitelerinin anlaşılır, ilgi çekici, kullanışlı, ulaşılabilir, kapsamlı ve ziyaretçi niteliklerine göre düzenlenmesi gerekmektedir. Bu çalışma da yurt dışından ve yurt içinden birer müze örneklem şeklinde kullanılarak müzelerin, fiziki ve çevrim içi etkileşimli bilgilendirme tasarımı uygulamalarını değerlendirmek, her iki müzenin mevcut durumdaki farklılıklarını, ortak yanlarını ortaya koymayı ve çıkan sonuçları karşılaştırmayı amaçlamıştır. Müze, sanal müze ve etkileşimli bilgilendirme tasarımı gibi kavramlar ve bu kavramların ilişkili bulunduğu diğer kavramların tanımlarına da çalışma da yer verilmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Çalışmanın gerçekleştirilmesi için Frankfurt Tarih Müzesi ve Anadolu Medeniyetleri Müzesi fiziki etkileşimli bilgilendirme tasarım imkânları, web siteleri, sosyal medya hesapları incelenmiş bilgiler detaylı şekilde ortaya konmuştur. Ulaşılan bilgiler tartışılmış ve sonuç bölümünde belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: müze, etkileşimli bilgilendirme tasarımı, sergileme tasarımı

Özden, K. (2022). Müzelerde Etkileşimli Bilgilendirme Tasarımı: Anadolu Medeniyetleri Müzesi ile Frankfurt Tarih Müzesi'nin Karşılaştırılması. *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 7, 151-178.

Interactive Information Design in Museums: Comparison of Museum of Anatolian Civilizations and Frankfurt Historical Museum

ABSTRACT

Museums undertake the task of an out-of-school educational institution where permanent learning can be achieved. While undertaking this task, it aims to increase the quality of experience of visitors with its online platforms, with the help of devices. Online visits of museums due to the development of technology and especially the pandemic; It has gained significance for interaction before and after the visit. The elimination of various limitations of online use has made online visits as vital as physical visits. However, to use online museums effectively, websites should be organized according to understandable, interesting, useful, accessible, comprehensive, and visitor qualities. This study aims to evaluate the physical and online interactive information design applications of museums, to reveal the differences and common aspects of both museums in the current situation, and to compare the results by using museum samples from abroad and in the country. Concepts such as a museum, virtual museum, interactive information design, and definitions of other concepts with which these concepts are related are also included in the study. Physical interactive information design opportunities, websites, social media accounts of the Frankfurt History Museum and the Museum of Anatolian Civilizations were examined and the information was revealed in detail.

Keywords: museum, interactive information design, exhibition design

GİRİŞ

İnsanlık tarihinden itibaren bilgi her zaman için kıymetli olmuştur. Bilginin elde edilmesi, saklanması ve aktarılması günümüze kadar gelen binlerce yıllık gelişmelerin önemli nedenlerinden biridir. Bilgi, önce elde edilir, sonra saklanması ve dolayısıyla da aktarılması hedeflenir. Bir başka ifadeyle; önceden belirlenen, dizgeli kural ve yöntem, uygun modellerle işlenmiş, insanlar arasındaki iletişim sırasında nakledilen ve yeniden biçimlendirilen tecrübe ve enformasyonlardır denilebilir (Allee, 1997). Francis Bacon bilgiye sahip olmayı; egemen olmak için bilgiye sahip olmak olarak açıklamıştır (Bacon, 1998). Sahip olunan her çeşit veriyi, kolay anlaşılacak biçimde düzenlemeye, tasarlamaya ve aktarmaya bilgilendirme tasarımı denir. İnsanlık tarihine bakıldığında mağara çizimlerinden itibaren insanlar her zaman yaşamlarındaki çeşitli öğeleri, deneyimleri aktarma ihtiyacı hissetmişlerdir. İnsan doğası gereği sahip olduklarını, yazının bulunmasından önce seslerle ve ifadelerle aktararak içgüdüsel olan paylaşım ihtiyacını gerçekleştirmiştir. İddialı bir ifade olmakla birlikte, tarihte keşfedilmiş duvar yazıları bilgilendirme tasarımlarının ilk örnekleri denilebilir. Bu ifade her ne kadar grafik tasarım tarihinde sıkça karşılaşılan bir açıklama olsa da bu çizim ve semboller bilgiyi aktarma iç güdüsüyle yapıldığı için, bilgilendirme tasarım açısından incelenebilir. Bilgilendirme tasarımı genel bir ifadeyle; karmaşık ve içerik bakımından zengin verileri insanların kolay anlaması için yapılan tasarımlara denir. Bu tasarımlar günlük yaşamda sıkça kullanılmaktadır. Havalimanlarında yönlendirme tasarımları, müzelerde içerik bilgilendirmeleri ve trafikte piktogramlar olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Müzeler resmi ve özel kuruluşlar olarak ayrılrsa da sahip olunan eserlerin sergilenmesi ve ziyaretçilerin eğitilmesi gibi sorumluluklara sahip kültür yapılarıdır. Müzeler; klasik sergileme biçimleri kullanan ve modern eğilimlere yönelen müzeler olarak ikiye ayrılabilir. Klasik sergileme yöntemini kullanan müzeler; fiziki ziyaretleri önem vermektedir. Geleneksel yöntemler olan kapalı cam sergileme alanlarından ziyaretçiler eserleri görebilmektedir. Modern sergilemeyi tercih eden müzeler ise sanal turlar ve etkileşimli bilgilendirme tasarımları (etkileşimli öğelerin olduğu web siteleri, dokunmatik kiosk, dokunmatik masa, artırılmış gerçeklik veya sanal gerçeklik gözlüğü) kullanarak ziyaretçilerin eserle olan ilişkisini artırmayı hedefleyerek aradaki bağı güçlendirmektedir. Bilgilendirme tasarımının müzelerde kullanımı oldukça önemli bir yere sahiptir. Günümüz teknolojik ilerlemelerinin insan alışkanlıklarını etkilemesi, bilginin elde edilmesinde, öğrenilmesinde yaşanan değişimlerle birlikte teknolojinin

müzelerde kullanılmasını tetiklemiştir. Etkileşimli bilgilendirme tasarımlarını sergileme biçimlerine entegre eden müzeler gittikçe yaygınlaşarak, ziyaretçi sayılarında artış sağlamaktadır. Sanal müze kavramının da ortaya çıkışıyla birlikte insanlar sosyal medya mecralarında müzelerle etkileşime girebilmekte, fiziken gitmeden sanal turlar ile müzeleri ziyaret edebilmektedir.

Araştırmada Türkiye'de ve Avrupa'da bulunan müzelerin etkileşimli bilgilendirme tasarımı açısından karşılaştırarak benzer ve farklı yanlarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Son birkaç yıl içerisinde özellikle pandemi sürecinde teknolojiye ve onun sağladığı imkânlarla yönelik ilgi gerek sosyal gerekse eğitim açısından oldukça artmıştır. Aynı zamanda bu dönemde müzeler fiziki ziyarete kapatılmak zorunda kalmıştır. Bu sebeple müzelere olan sanal ziyaretler artmıştır ve beraberinde sanal müzelerin ya da müzelerin web sitelerinin sanal turlar açısından yeterliliği hususunda soru işaretleri oluşmuştur. Ayrıca daha önce etkileşimli bilgilendirme tasarımı konusunda bu çalışmaya emsal niteliğinde bir çalışma yapılmamasından dolayı literatüre katkı sağlaması ve bundan sonra yapılacak çalışmalara örnek teşkil etmesi açısından önem arz etmektedir. Araştırma Türkiye'nin Ankara şehrinde yer alan Anadolu Medeniyetleri Müzesi ile Almanya'nın Frankfurt şehrinde yer alan Frankfurt Tarih Müzesi ile sınırlandırılmıştır. İki müzenin de kendi ülkesinde nitelikli ve tarihi bir geçmişe sahip olması ve aynı türden müzeler olması örneklem olarak seçilmesinin temel sebebidir.

Araştırmanın alt problemleri şunlardır:

Anadolu Medeniyetleri Müzesi ile Frankfurt Tarih Müzesi arasında etkileşimli bilgilendirme tasarımı öğeleri açısından fark var mıdır?

Anadolu Medeniyetleri Müzesi ile Frankfurt Tarih Müzesi arasında etkileşimli bilgilendirme tasarımı öğeleri açısından benzerlik var mıdır?

Anadolu Medeniyetleri Müzesi ile Frankfurt Tarih Müzesi arasında etkileşimli bilgilendirme tasarımı ilkeleri açısından fark var mıdır?

Anadolu Medeniyetleri Müzesi ile Frankfurt Tarih Müzesi arasında etkileşimli bilgilendirme tasarımı ilkeleri açısından benzerlik var mıdır?

Bilgilendirme Tasarımı

Information Design kitabında Baer (2008) bilgilendirme tasarımını şöyle ifade eder (s. 11); karmaşık, organize edilmemiş veya yapılandırılmamış verilerin değerli ve anlamlı bilgilere dönüştürülmesidir. Bilgilendirme tasarımının bir başka tanımı;

yazı ile anlatımın yetersiz kaldığı ya da tesirli olmadığı hâllerde başvurulan bir grafik anlatım şeklidir denilebilir (Tufte, 2001, s. 42). Crnokrak'a göre, bilgilendirme tasarımının amacı karışık veriyi, evrensel yorumlanabilen sembolleri kullanarak anlaşılabilir görsel anlatımlara adapte etmektir (aktaran Sayın, 2018, s. 4). Bir başka tanıma göre bilgilendirme tasarımı; "kullanım kılavuzlarından zaman çizelgelerine, trafik işaretlerinden yön bulma haritalarına ve sistem ara yüzlerine kadar her ögenin planlamasını kapsayan geniş bir terimdir" (Romedi, 1999, s. 84). Biyolojik olarak incelendiğinde insanların neden bilginin görsel haline istek duyduğunu Colin Ware (2011) şöyle açıklar; insanların görsel algılama sistemi, gördüklerinde kuvvetli ve detaylı şekilde bir desen arar. Görselleştirilen bilgilendirme tasarımlarındaki kurallar ve dizgeler beynin bilgileri kolayca anlamasını ve hazmetmesini sağlamaktadır. Tanımlar ve açıklamalar ışığında, bilgilendirme tasarımlarıyla günümüzde yoğun bir şekilde karşılaşılması ve maruz kalınması, bilginin doğru aktarılması için gereklilik oluşturmaktadır. Bilgilendirme tasarımları sonraki nesiller için tarihi oluşturacak kaynaklar olması sebebiyle de ayrı bir ehemmiyete sahip olduğu için hem tasarımcıların hem de yayıncıların (çevrim içi veya dışı) sorumlulukları büyüktür.

Tarihçesine değinilecek olursa, bilgilendirme tasarımının geçmişi yukarıda bahsedildiği gibi yazı öncesi iletişim formları olabilir. Buna karşın ilk örnekleri içerisinde haritalar ve çeşitli istatistikler barındırdığı için esas tanım ve açıklamasına daha yakın olacaktır.



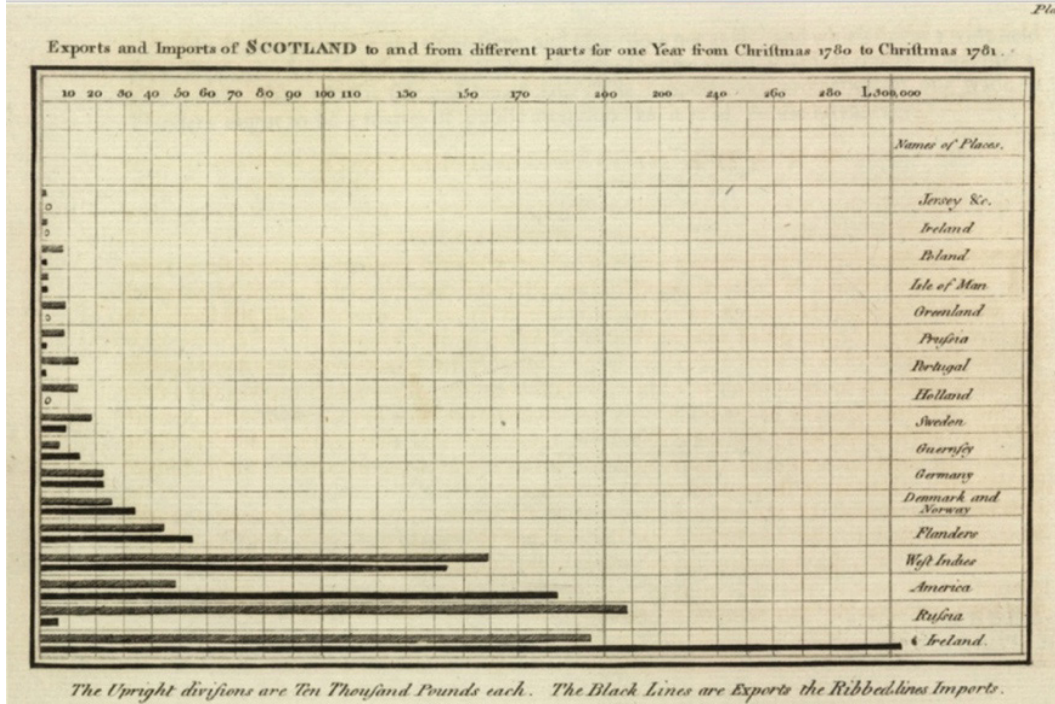
Görsel 1. Çatalhöyük Şehir Planı.

Tarihte ilk harita, M. Ö. 6200'lü yıllarda yapıldığı belirlenen, şu an Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nde gösterilen Çatalhöyük kent haritası veya planıdır (aktaran Anameriç, 2008). Çatalhöyük'ün haritasının boyutları devasadır. Üç buçuk metre yüksekliği olan bu harita, 1964 yılında James Malleart tarafından gerçekleştirilen kazılarda ortaya çıkmıştır. Görsel 2'de görüldüğü üzere, haritanın kendisinde ve özellikle ardınca yapılan çiziminde Çatalhöyük'ten belirgin şekilde görülen Hasan Dağı'nın volkanik patlaması sembolize edilmiştir (Schmitt vd., 2014).

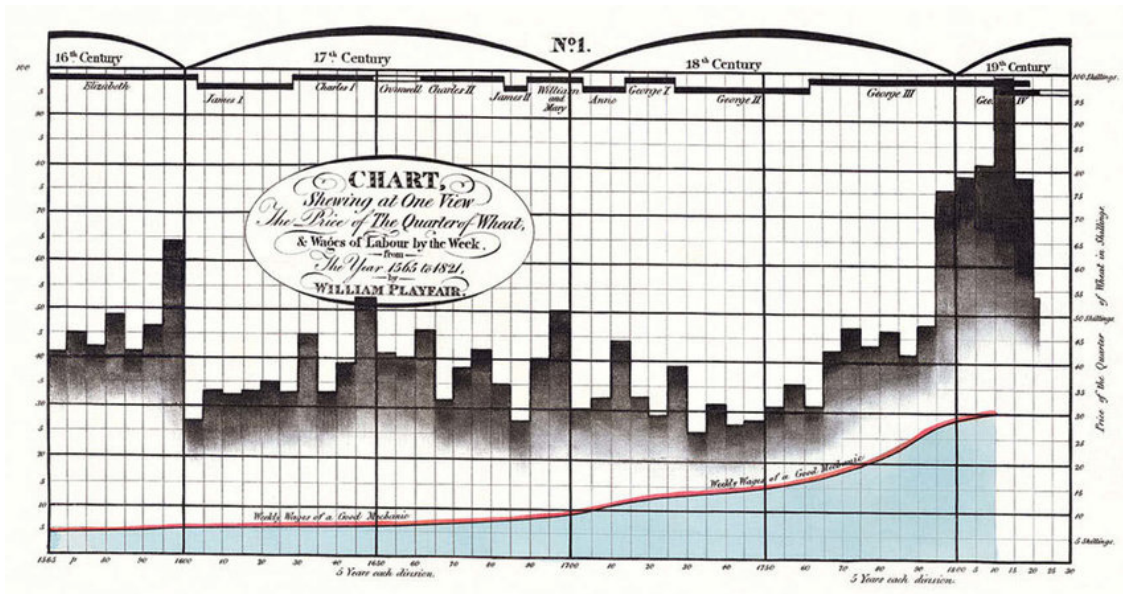
18. yüzyıl öncesinde tasarlanmış ve hayata geçirilmiş tüm bilgilendirme tasarımları sanatçı veya tasarımcıların eliyle yapılmamıştır. Çünkü o dönemlerde grafik tasarım ve bilgilendirme tasarımı disiplini henüz var olmamıştır. Birçoğu, bilim insanı olmakla birlikte en önemli paydaş noktaları; sahip oldukları yoğun kuramsal içeriklerin, görsel olarak anlatılmasının gerekliliği idi (Güler, 2008, s. 25). Bu projeleri meydana getirenler her ne kadar tasarımcı olmasalar da bilgilendirme tasarımlarının en hayati örneklerini ortaya çıkararak sonraki dönemler için yol gösterici olmuşlardır.

İstatistiksel grafiklerde, tüm modern veri görüntüleme biçimleri icat edildi: çubuk ve pasta grafikler, histogramlar, çizgi grafikler, zaman serisi grafikleri, kontur grafikleri, dağılım grafikleri vb. Tematik haritacılıkta, haritalama, tek haritalardan kapsamlı atlalara doğru ilerledi ve çok farklı konulardaki (ekonomik, sosyal, ahlaki, tıbbi, fiziksel vb.) verileri tanımladı. Çok çeşitli yeni sembolizm formları ortaya çıkardı. Bu dönemde, doğal ve fiziksel olayların (manyetizma çizgileri, hava durumu, gelgitler vb.) grafiksel analizi, bilimsel yayınlarda da düzenli olarak yer almaya başladı (Tufte, 2001, s. 9).

Bu bağlamda William Playfair'in 1786 yılında gerçekleştirdiği Ekonomi ve Politika Atlası kitabında kullandığı görseller tam olarak bilginin görselleştirilmiş halidir. Bilgilendirme tasarımının tam manasıyla uygulandığı model olarak kabul edilen bu çalışmalar; halen varlığını devam ettiren çubuk, sütun, pasta ve halka grafiklerin ilk defa kullanıldığı tasarımlardır (bkz. Görsel 2, 3, 4).



Görsel 2. William Playfair'in hazırladığı İskoçya'nın yıllık ithalat ve ihracatını gösteren çubuk çizgesi, 1786.

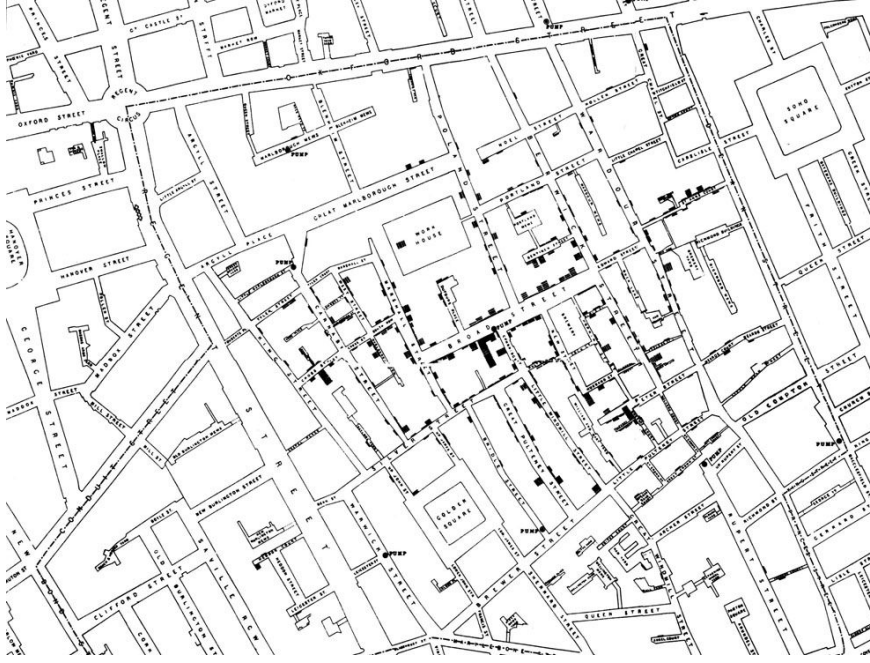


Görsel 3. William Playfair'in 1565-1820 yılları arasında buğday fiyatlarını ve haftalık işçi ücretlerini gösterdiği sütun çizgesi, 1786.



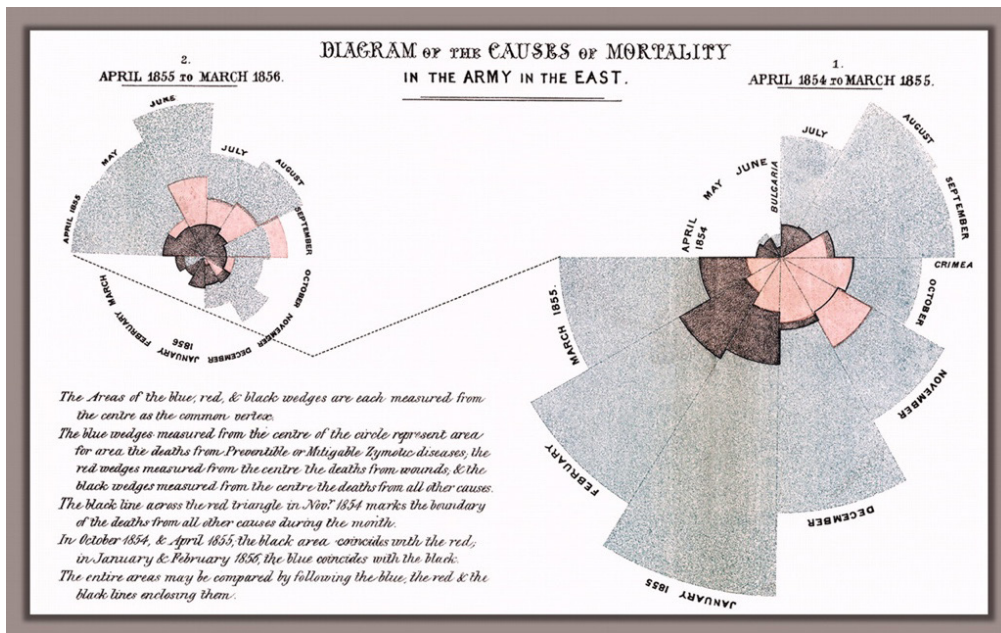
Görsel 4. William Playfair'ın hazırladığı bazı devletlerin yüz ölçümlerini, nüfuslarını ve gelirlerini gösteren halka çizgesi, 1801.

19. yüzyıl incelendiğinde ise; bilgilendirme tasarımlarında artış yaşandığı görülmüştür. Altın çağ olarak adlandırılabilen 1850 ve 1900 yılları arasında, veri görselleştirme ve içeriği istatistiklerden oluşan tasarımların, oldukça başarılı örneklerine rastlanılmaktadır. Yaşanan bu yükselişin bir daha gerçekleşmediği düşünülmektedir (Güler, 2008). Güncel olarak kullanılan modern biçim ve formlar bu dönemlere ortaya çıkmıştır. İçerik olarak giderek artan verileri dâhice aktaran bilgilendirme tasarımı örneklerine şahit olunmuştur ve yeni görsel ifade metotları geliştirilmiştir. 1855'de Doktor John Snow'un Londra'da meydana gelen kolera salgınına görselleştirildiği tasarımı (bkz. Görsel 5) hastalığın tespit edilmesi noktasında hayati görev oynamıştır. Harita şeklindeki tasarım üzerinde kolera hastalığının yoğunluğu nokta sıklıklarıyla belirtilerek, içme suyu pompalarıyla ilişkilendirilmiş ve hastalığın yayıldığı yerlerin saptanması sağlanmıştır. Bu tespit sayesinde pompalar devre dışı bırakılarak hastalığın yayılması durdurulmuştur.



Görsel 5. Koleraya Yoğunluk Haritası. Dr. John Snow, 1855.

Dataların görselleştirilerek bilgilendirme tasarımı olarak kullanılmasına tıp alanından bir örnek ise hemşire Florence Nightingale tarafından gerçekleştirilmiştir. Yeni bir grafik çeşidini kullandığı görülen Nightingale, hemşire olarak görev aldığı Kırım Savaşı'nda ordudaki askerlerin ölüm nedenleri hakkında bilgiler toplamıştır. Bu bilgilerden yola çıkarak, istatistiksel verileri görsel dille anlatmıştır (bkz. Görsel 6).



Görsel 6. Kırım Savaşı, Ölüm Sebepleri. Florence Nightingale, 1856.

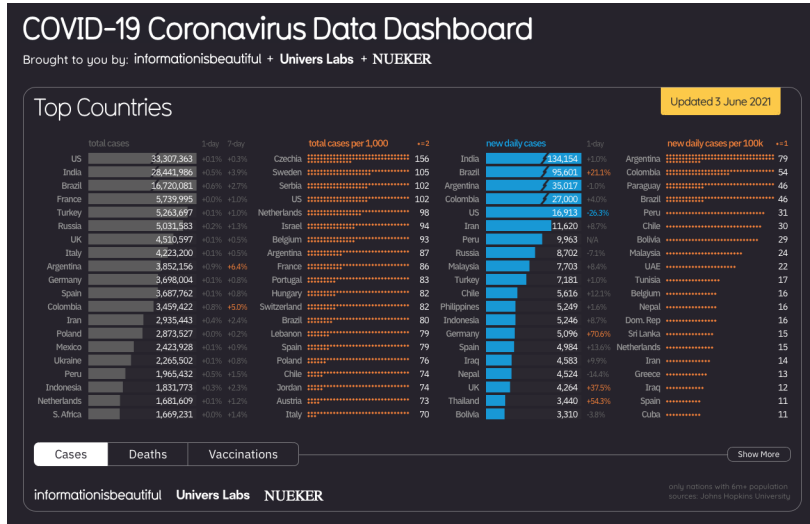
Nightingale'in bilgilendirme tasarımı örneğinde ölüm nedenlerinin çok azının yaralanmalar olduğu tespit edilebilmektedir. Ölüm sebeplerinin ana nedeni bulaşıcı hastalıklar ve yetersiz sağlık personelidir. Bu bilgilendirmeye sayesinde Nightingale amacına ulaşarak İngiliz hükümetinin dikkatini çekmeyi başarmıştır. Karmaşık veya yazıyla ifade edilebilecek bilgilerin görsel dönüştürüldüğünde etkisi artmakta ve kolay anlaşılır hale gelmektedir.

Günümüz perspektifinden bakıldığında ise bilgilendirme tasarımlarının, bilgiyi doğru ve güvenilir aktarma noktasında ne kadar hayati olduğu görülmektedir. Türkiye'de Covid-19 virüs salgını ilk olarak 11 Mart 2020 tarihinde kamuoyuna açıklanmıştır. Bu salgın küresel manada etkisini göstererek günümüze kadar süregelmiştir ve devam etmesi de beklenmektedir. Her toplumsal olay, sayılara ve istatistiklere sahiptir. Bu yüzden bu bilgilerin görsel olarak aktarılması gerekmektedir. Geleneksel medya kanallarında, haber bültenlerinde verilen bilgiler dışında günümüzde birçok kullanıcı yeni medya mecralarından bilgilenmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanı aracılığıyla elde edilen günlük vaka verileri sosyal medya platformlarında paylaşılmaktadır (bkz. Görsel 7).

TÜRKİYE COVID-19 HASTA TABLOSU	BUGÜN	BU HAFTA	TOPLAM
	TEST SAYISI	HASTALARDA ZATÜRRE ORANI	TEST SAYISI
222.847	%2,8	54.809.788	
VAKA SAYISI	YATAK DOLULUK ORANI	VAKA SAYISI	
6.602	%49,9	5.270.299	
HASTA SAYISI	ERİŞKİN YOĞUN BAKIM DOLULUK ORANI	VEFAT SAYISI	
563	%62,8	47.882	
VEFAT SAYISI	VENTİLATÖR DOLULUK ORANI	AĞIR HASTA SAYISI	
114	%27,6	1.219	
İYLEŞEN SAYISI	ORTALAMA TEMASLI TESPİT SÜRESİ	İYLEŞEN SAYISI	
8.540	7,5 SAAT	5.139.993	
	FİLYASYON ORANI		
	%99,9		

Görsel 7. Türkiye Covid-19 3 Haziran 2021 Hasta Tablosu.

Evrensel çapta incelendiğinde ise; informationisbeautiful.net web sitesi dünyadaki tüm ülkelerden elde edilen verileri görselleştirerek, ülkelerin vaka, vefat ve aşılama datalarını güncel olarak ziyaretçilerine sunmaktadır (bkz. Görsel 8). Bu bilgiler detaylarıyla ele incelendiğinde farklı grafik seçenekleriyle, farklı dataları mikro ölçeklerde kullanıcılara sunmaktadır.



Görsel 8. Informationisbeautiful.net Web Sayfasında Bulunan Coronavirüs Vaka, Ölüm ve Aşılama Güncel Bilgileri

Yerelden dünya çapına, örneklerde belirtildiği gibi küresel olayların görselleştirilerek anlatılması, insanlar tarafından yoğun bilginin kolay anlaşılmasını sağlar. Yeni medya ve çağın getirdiği algılama yol ve yöntemlerinin değişmesi sebebiyle bilgileri insanlara sade ve anlaşılır olarak iletmek, onların anlaşılmasını sağlamak grafik tasarımın ve grafik tasarımcıların görevidir.

Müze Kavramı

Müzeler, sanal veya fiziki ortamlarda sahip olunan çeşitli eser, koleksiyon gibi sergilemeye uygun içeriklerin ziyarete açık şekilde gösterildiği ve eğitim sorumluluğu olan kurumlardır. Uluslararası Müzecilik Komitesi (ICOFOM), müze eğitimini şöyle açıklar; izleyiciye yoğunlaşarak, izleyicinin gelişimini sağlamak gayesiyle çeşitli değer, kavram ve bilgilerden hareketle ve pedagojik metotlar ile geliştirilen bir eğitim sürecidir (ICOFOM, 2010). Çakır İlhan'a (2017, s. 94) göre, "bu kültürlenme etkili okul dışı eğitim örneğidir ve müze eğitimi hem duyuşsal hem de entelektüel niteliği olan bir eğitimidir.

Müzeler resmi veya özel kuruluşlar tarafından açılabilir. Farklı kurum ve kuruluşlar iş birliğinin de gerçekleştiği görülen müzelerin sayısı her geçen gün hızla artmaktadır. Eğitim ve öğretimde oldukça önemli yere sahip olan müzeler, günümüzde bilginin aktarım biçiminin değişmesi ve gelişmesiyle birlikte oldukça önemli bir konumdadır. Müzelerin işlevleri; içerik fark etmeksizin toplamak, biriktirmek

sergilemek ve ziyaretçilerini eğitmektir. “20. yüzyılın son çeyreğinden beri müzeler; eserleri sadece sergilemekle kalmamakta, bunları halkın beğenisini kazanacak şekilde sunma yollarını arayarak, koruma, belgeleme, depolama gibi temel müzecilik işlevlerinin yanında eğitim işlevini de yürütme çabasıdadır” (Karadeniz, Ayşe, Artar ve Çakır İlhan, 2017, s. 39). İçerik yelpazesinin geniş olması sebebiyle tamamından bahsedilmesi mümkün olmamakla birlikte, geçmişten günümüze kadar gelen tarihi eserler çoğunluk müzelerin içeriklerini oluşturmaktadır. Özel koleksiyon içerikleriyle belli sınıflandırmalara dahil olabilecek ürünler de müzelerde sergilenebilmektedir.

Sanal müzeler günümüz imkanlarıyla yaygınlaşan müze türleridir. Herhangi bir müzenin tamamen sanal ortama aktarılması veya sadece sanal ortamda var olmasıyla olabilir. Tanım olarak; sanal müze, müzelerin çeşitli metotlarla teknolojik ve sanal ortama aktarılmasını ve küresel erişime açık hale getirilmesini öngören yeni dönem müzecilik anlayışı olarak görülebilir. Sanal müzeyi sanal müze yapan bazı özellikleri vardır: Tepecik'e göre (2007) bunlar; müzede sergilenen tüm eserlerin sanal ortama aktarılması, başta öğretmenler olmak üzere öğrencilere ve alanında uzman kişilere hizmet sayfaları açılması ve ziyaretçilere özel olarak tasarlanmış yeni bağlantılar olmasıdır.

Teknolojinin sağladığı imkânlarla birlikte modern ve klasik müzecilik birbirinden kolay ayrılabilir kavramlar haline gelmiştir. Hemen hemen her müzenin kendi web sayfasını oluşturması, sosyal medya mecralarında var olması ile birlikte müzelerin sanal kısımları önem kazanmış ve yaygınlaşmaya başlayarak eserlerin 360 derece panoramik görüntüsü dünyanın her yerinden ulaşılabilir hale getirilmiştir. Bizzat gidip yaşanılan deneyimi sanal ortam her ne kadar sağlayamasa da sanal müzecilik sayesinde dünya kültür miraslarına erişim daha olanaklı hale gelmektedir (Altınbaş ve Özdemir, 2012).

Modern müzecilikte müzeler düzenledikleri etkinlikleri toplumun tüm kesimlerine hitap edecek şekilde planlanmaktadır. Bunun amacı müzelere olan ilgiyi artırabilmek ve ziyaretçiye hitap edebilmektir. Sürekli sergilerin yanı sıra geçici sergiler, rehberli geziler, film gösterileri, söyleşiler, seminerler ve atölye eğitimleri, modern müze etkinliklerinin başında gelmektedir. Böylelikle müzelerde hem eğitim gerçekleşmekte hem de müzeye gelmeyen, gelemeyen veya gelmeyi düşünmeyen halkın ayağına böyle bir hizmetle gidilmektedir. Bu da “mobil müze” anlayışının bir sonucudur (Keleş, 2010).

Müzelerde Etkileşimli Bilgilendirme Tasarımları

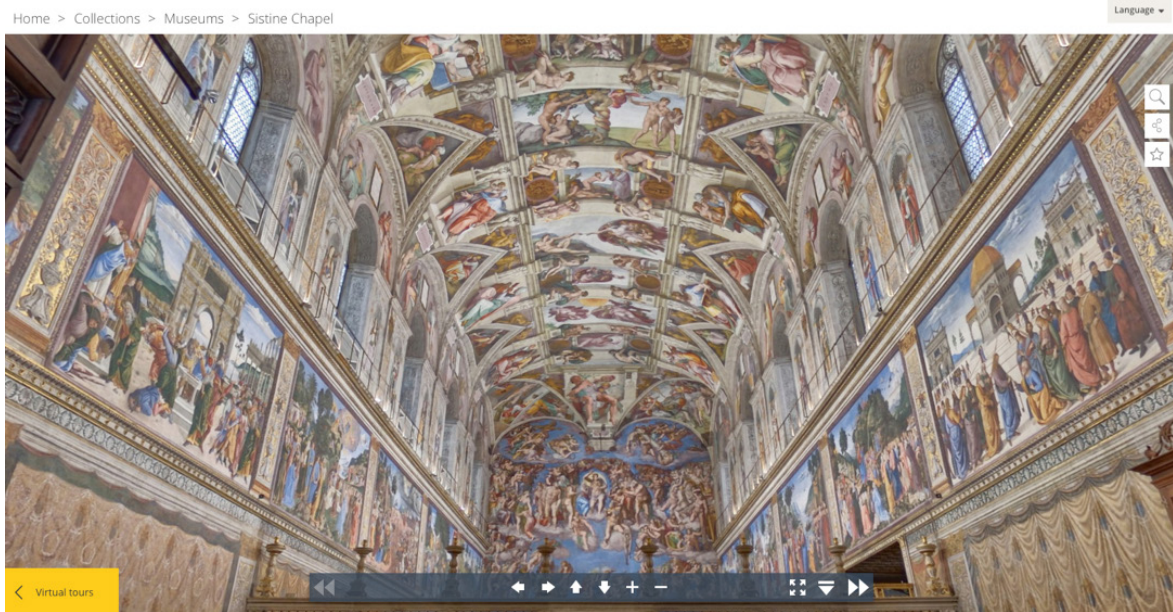
Etkileşimli bilgilendirme tasarımı uygulamalarına bakıldığında pek çok farklı medyum görülebilmektedir. Uygulama ortamları bilgilendirme tasarımının yapım sürecindeki önemli önceliklerden biridir. Uygulamanın üretileceği ortama göre tasarımcılar bilgilendirme tasarımı ürünlerinin izleyiciye ulaşma metodunu belirleyerek sürece başlamaktadırlar. Bilgilendirme tasarımlarına, tarihi mekânlarda bulunan, yönlendirmeler, açık hava ilanları gibi örnekler verilebilir. Çevrim içi ortamlara ise; web siteleri, mobil uygulamalar ve çevrim içi olarak deneyimlenebilecek içerikler örnek gösterilebilir. Fiziken etkileşime girilebilen örneklere; dokunmatik ekranlar, kiosklar, dokunmatik masalar, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gözlükleri gibi öğeler gösterilebilir (bkz. Görsel 9).



Görsel 9. Honk Kong Tarih Müzesi, Dokunmatik Ekranlı Etkileşimli Masa.

Çevrim içi etkileşime girilebilen örneklere ise; web siteleri mobil uygulamalar, artırılmış ve sanal gerçeklik başlıkları gösterilebilir. Örnekler incelendiğinde; çevrim içi ortamlardaki etkileşimli bilgilendirme tasarımları çoğunlukla 360 derece fotoğrafıma sonrası oluşturulan üç boyutlu şekilde ziyaretçinin gezebildiği sanal tur deneyiminden oluşur. Sanal turlarda kullanıcı veya ziyaretçiler aktif etkileşim gerçekleştirerek içerikte

bulunan bilgilendirme tasarımlarını bu şekilde tüketirler. Bunun dışında ise modelleme yazılımlarından olan Cinema 4d veya 3ds Max ile sanal ortamlar tasarlanarak gerçeğine yakın veya hayali yapılar oluşturulabilir. Pandeminin devam ettiği süre içerisinde bu metot gerçek sergilerin yerini aldığı söylenebilir (Baysal, Çetinkaya ve Aydın, 2021). Bu sebeptendir ki fiziki olarak bir araya gelmenin sağlık açısından tehlikeli olabilmesi nedeniyle çevrim içi ortamlarda oluşturulan tasarımlarla çeşitli faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Birçok akademik serginin üç boyutlu galerilerde gösterildiği sanat etkinlikleri gözlemlenmektedir. Bir müze veya sergiyi fiziki veya çevrim içi olarak ziyaret etmek arasında elbette ki deneyimsel açıdan farklılıklar olacaktır çünkü fiziken deneyimlenen bir ziyaretin etkisi insan duyularına daha fazla hitap etmektedir. Sanal turlar ise; daha hızlı sürede, daha az maliyetle bu mekânlarda çevrim içi olarak bulunma imkânı sunar. Bir başka önemli nokta; yanına fiziki olarak yaklaşmanın mümkün olmadığı veya olamayacağı eserleri çevrim içi ziyaretlerle yakından görmek oldukça kolaydır. Örneğin Vatikan Müzesi'nin tavanlarında bulunan resimlemeleri fiziken yakından görmek imkânsızla yakınken bunu çevrim içi turlar sayesinde neredeyse maliyetsiz şekilde yapmak oldukça kolaydır. Sistine Şapeli'nin de gezilebildiği sanal tur web sitesindeki bilgilendirme tasarımlarında ziyaretçilere sanal turda özellikle dikkat etmesi gereken yerleri vurgulamaktadır. Örneğin şapelin tavanlarındaki resimlerin görülmesi için yönlendirme tasarımı ile yukarıya bakmaları tavsiye edilmektedir (Wilson, 2020).



Görsel 10. Vatikan Müzesi Sistine Şapeli Sanal Tur, 2020.

Bazı kurum ve kuruluşlar çevrim içi turları kendi platformlarında sergilemeyi seçerken, Google Arts & Culture girişimi, dünyanın en büyük sanat galerileri ve müzeleriyle çalışmaktadır. 2500'den fazla, dünya standartlarında sanat enstitüleri ve müzeleri platformunda barındıran ve kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olan Google Arts & Culture, 45.000'den fazla objeyi kullanıcılara buldukları yerden erişim sağlamaktadır (Martinique, 2020). New York'daki Modern Sanat Müzesi'nden Amsterdam'daki Van Gogh Müzesi'ne, Bilbao'daki Guggenheim'dan The British Müzesi'ne kadar birçok müzeyi Google'ın Sokak Görünümü tekniğini kullanarak, ziyaretçiler sanat eserlerini istedikleri zaman istedikleri cihazdan görüntüleyebilmektedir.



Görsel 11. *The Renowned Orders of the Night*, Anselm Kiefer, 1997.

Google Arts & Culture, yüzlerce müze, sanat galerisi ve binlerce esere tek bir alanda sahip olması sayesinde tercih edilen bir mecra olma yönünde ilerlemektedir. Sadece müze ve sanat eserleri ziyaretiyle yetinmeyen platform, çeşitli yaşta kullanıcılar için sanatsal etkinlikler ve oyunlar da bulundurmaktadır.

Avantajlarının yanında Google Arts & Culture mecrasının birçok sergi ve müzeyi bir arada toplamasının şöyle bir olumsuz yönü bulunmaktadır; fiziki koşullarda hazırlanan sergi ve müzelere kıyasla çevrim içi turlar sergileme yöntemi olarak tek tipleşmektedir (Hoffman, 2020). Sergileme tasarımlarının biçim olarak biricik olması, Google Arts & Culture gibi çevrim içi platformlarda geçerliliğini kaybetmektedir.

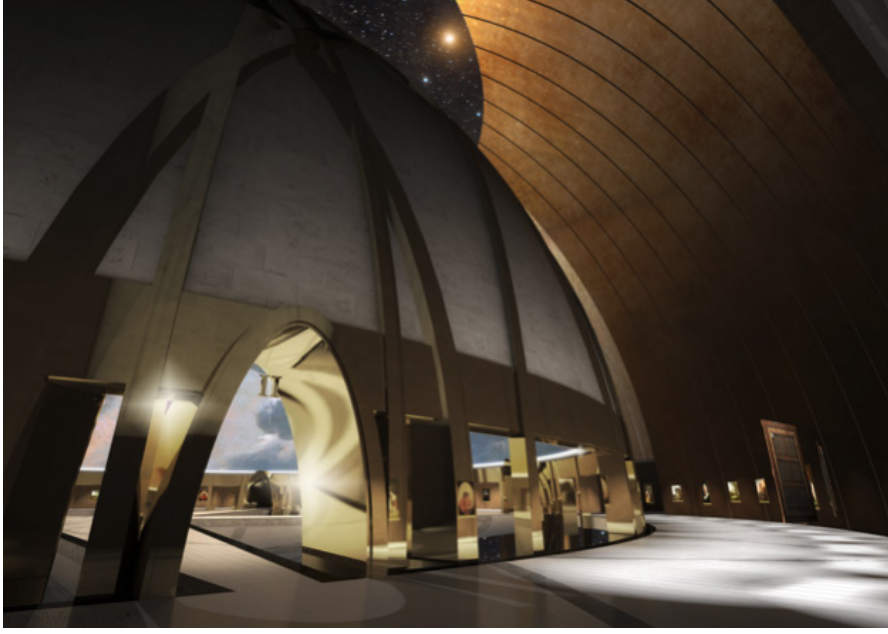
Galeri ve müzelerin sergileme şekilleri farklılıklar gösterse de, içerikle etkileşime geçme metodunun birebir aynı olması, McLuhan'ın da (1994, s. 9) dediği gibi; medyum mesaj olduğu için bu farklılıkları yok olmaktadır.

Dünyada en çok ziyaretçi sayısına sahip olan Louvre Müzesi 2019 yılında yaklaşık 10 milyon ziyaretçi sayısına ulaşmıştır (Statista, 2020). Dünyanın en popüler resimlerinden biri olan Mona Lisa tablosu için yenilikçi ve teknolojik bir sergileme metodu geliştirmiştir. Normal şartlar altında ziyaretçiler Leonardo Da Vinci'nin bu tablosunu uzaktan görebilmektedir. Ziyaretçi sayısının yoğunluğu sebebiyle, insanlar resmi çok uzun süre izleme şansı bulunmamaktadır. Bu sorunu yok etmek amacıyla müze yönetimi sanal gerçeklik yöntemiyle resmin üç boyutlu versiyonunu tasarlatmıştır. Henüz uzaktan ulaşılmasa da yerinde ziyaretlerde, insanlar sanal gerçeklik başlıklarıyla bu sanat eserini detaylı şekilde deneyimleyebilmektedir (bkz. Görsel 12).



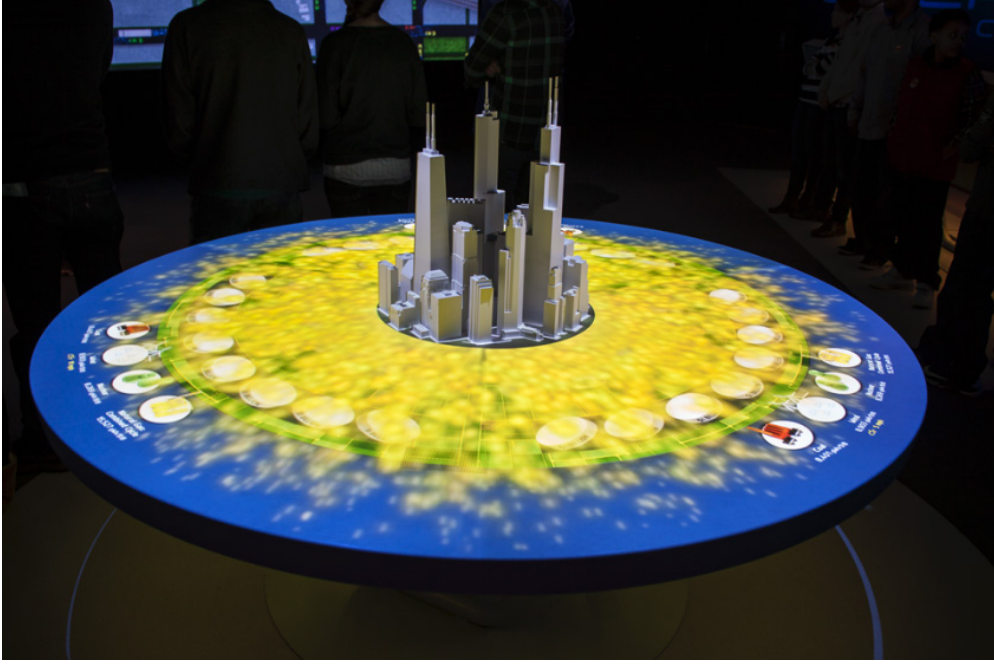
Görsel 12. Mona Lisa 3 Boyutlu Modelleme, 2020.

Bir Hollanda girişimi olan The Kremer Müzesi ise günümüzdeki en yüksek çözünürlüklü üç boyutlu modellemeyle tasarlanmış çevrim içi müzelerden biridir. İçerisinde 74 adet sanat eseri bulunan müze (bkz. Görsel 13), sanal gerçeklik başlık ve gözlükleriyle ücret karşılığı görülebilmektedir. Eserlerde detaylara ciddi özen gösterilmiştir, eserlerin kendileri haricinde çerçeveleri dahi eskitme yöntemi kullanılarak gerçeğine en yakın şekilde oluşturulmuştur.



Görsel 13. *The Kremer Müzesi 3 Boyutlu Modelleme, 2017.*

Sergileme tasarımı müzelerdeki bilgilendirme tasarımları açısından önemli bir unsurdur. İnsan davranışı doğası gereği sahip olduğu veya gösterilmeye değer eşya ve nesnelere başkalarıyla paylaşması ve açığa çıkarmasına sergileme denmektedir (Pektaş Turgut, 2017, s. 3). Tanımdan da anlaşılacağı üzere müzeler sergilemenin yoğun olarak kullanıldığı, insanların çeşitli sanat veya tarihi eserleri görmeye gittiği mekanlardır. Sergileme tasarımı; mekânıyla, ürünüyle ve ziyaretçisiyle ayrılmaz bir bütündür. Sergilemede yapılacak değişikliklerin bu etkenlerle birlikte değerlendirilmesi önem arz eder. Birçok alanda görülebileceği gibi bu alanda da teknolojinin etkisi fark edilmektedir. Sergileme tasarımı çevrim içi 360 derece sanal tur ve üç boyutlu modellemelerin olduğu tasarımları da kapsayarak ilerlemektedir. Bununla birlikte son yıllarda popülerleşen bir metot olan projecting mapping, birçok etkileşimin ön plana çıktığı müze ve sergilerde kullanılmaktadır.



Görsel 14. Chicago Bilim ve Endüstri Müzesi'nden
Projecting Mapping Tekniği Örneği

Görselde binaların çevresindeki halkadaki içerikler herhangi bir ekran değil projeksiyon aleti yardımıyla yansıtılmıştır. Bu yöntem gittikçe ilerleyerek etkileşim özelliğine sahip olan uygulamaları da geliştirilmiştir. Böylece izleyici sadece görmekle kalmayıp, hareketlerini izleyen kamera ve sensörler yardımıyla içerikle etkileşimde bulunabilmektedir.

Müzelerde bulunan bilgilendirme tasarımları temelde yazı ve basit sergilemelerden oluşan içeriklere mahkumken, yukarıda bahsedildiği gibi zenginleştirilmiş içeriklerle sergilemeler yapılmaktadır. Bu etkileşim sağlanabilen içeriklerin nasıl sunulduğu da önemlidir. Storytelling olarak bilinen hikâye anlatıcılığı, müzelerde bulunan etkileşimli bilgilendirme tasarımlarında kullanılarak ziyaretçilerin dikkati büyük oranda artırılabilir. Bunun için dikkat edilmesi gereken hususlar bulunmaktadır. Bir sergilemenin planlanma safhasında hedeflenen ziyaretçi kitlesi için aktarılacak istenen mesaj mutlaka önceden kesinleştirilmeli ve hikâye bir anlatı ile geliştirilmelidir (Lorenc, Skolnick ve Berger, 2007, s. 104). Bu anlatıların amacı ziyaretçilerin eğitilmesidir. Müzeler sürdürülebilirlik amacıyla çeşitli eğitim etkinlikleri yaparak ziyaretçilerini bilgilendirmek isterler (Mercin, 2017).

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden olan doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Bilgi toplama yöntemi olarak kullanılan doküman inceleme yöntemi Foster'ın belirttiği; (1) dokümanlara ulaşma, (2) orijinalliği kontrol etme, (3) dokümanları anlama, (4) verileri analiz etme ve (5) veriyi kullanma şeklinde yapılmıştır (aktaran Yıldırım ve Şimşek, 1999, s.193). Bu kapsamda ilgili literatür taranmış ve konuyla ilgili yayımlanmış makaleler, dijital dökümanlar (müzelerin web siteleri ve tüm içeriği) ve konuyla ilgili kitaplar detaylıca incelenmiştir. Araştırma için bilgilendirme tasarımı açısından etkileşim faktörünün yoğun olduğu Almanya'da bulunan Frankfurt Tarih Müzesi seçilmiştir. Ülkemizde ise zengin içeriği bakımından önem arz eden Ankara'daki Anadolu Medeniyetleri Müzesi tercih edilmiştir. Ziyaret öncesi iki müzede 360 derece sanal turlarla gezilebildiği tespit edilmiştir. Her iki müzenin de sanal olarak gezilmesinin ve etkileşimli bilgilendirme tasarımı fiziki imkanlarına erişilmesinin mümkün olması sebebiyle araştırma için doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır.

Veri Analizi

Çalışmada veri analiz yöntemi olarak betimsel analiz kullanılmıştır. Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür (Yıldırım ve Şimşek, 1999, s.198).

BULGULAR

Anadolu Medeniyetleri Müzesi

Çoğunlukla Arkeolojik eserlerin sergilendiği 1921 yılında kurulmuş olan ve yüzüncü yılını kutlayan Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Türkiye'de içerik bakımından başat müzelerdendir. 1997 yılında pek çok farklı ülkeden müzelerin olduğu seçimde, Avrupa'da yılın müzesi seçilmiştir (Anadolu Medeniyetleri Müzesi, ____). Sert ve Karacaoğlu'nun (2018) araştırmasında ortaya konan veriler, ziyaretçilerin Anadolu Medeniyetleri Müzesi hakkında olumlu görüşler ilettiğini göstermektedir. Olumlu cevapların çoğunluğunun hizmet kalitesi ve personel tutumu olduğu belirtilmiştir. Anadolu Medeniyetleri Müzesi sergileme biçimi olarak klasik yöntem izlemeye devam etmektedir. Buna karşın günümüzde "tanıtıma, eğitime, bilgilendirmeye ve

sergilemeye önem veren müzeler, görsel iletişim tasarımı ürünlerini yeni teknolojinin getirdiği olanakları da kullanarak, ileri düzeyde yararlanmaya başlamışlardır” (Mercin, 2017, s. 214).

Çevrim içi öğeler değerlendirildiğinde, sanal olarak gezilebilen müzenin içinde yeni medya imkânlarının az kullanıldığı görülmüştür. Müzede, giriş kısmında bir, Frig bölümünde bir, Hitit bölümünde bir kiosk (dokunmatik ekranlı bilgilendirme tasarımları) olmak üzere toplamda üç adet kiosk bulunmaktadır. Çevrim içi ziyarette 360 derece olarak gezilebilen müze, T.C. Kültür Turizm Bakanlığı'nın Kültür Portalı adlı web sitesinde çeşitli bilgilere sahiptir. Ayrıca müze hakkında, turkishmuseums.com, ankara.ktb.gov.tr ve muze.gov.tr adreslerinde çeşitli bilgiler bulunmaktadır. Dört farklı resmi platformdan ulaşılabilen müzenin tek bir web sitesinin olmaması kullanıcılar açısından çeşitli kafa karışıklıklarına sebep olabileceği ihtimali taşımaktadır. Başat örnekler incelendiğinde dünya üzerinde neredeyse hiçbir müzenin bu kadar farklı web sitesinden ziyaret edildiği tespit edilmemiştir. İnsanların kolay ulaşabilmesi amacıyla tek bir web sitesinde tüm içerikleri toplamak, ziyaretçiler için kolaylık oluşturacaktır. Grafik tasarım öğe ve ilkelerinin başarılı bir şekilde uygulandığı insan merkezli bir web sitesi ve mobil uygulama, içerik açısından oldukça zengin olan Anadolu Medeniyetleri Müzesi için rahatlıkla çağımızın bir gerekliliğidir denilebilir. Sosyal medya mecraları açısından incelenecek olunursa Anadolu Medeniyetleri Müzesi; Twitter, Instagram ve YouTube hesaplarına sahip değildir. Müzenin fiziki ziyaretlerinde kullanıcıların memnuniyetinin yanında sosyal medya mecralarında geride kaldığı görülmektedir. İnternette aranan tüm bilgilere kolayca ulaşamaması, Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin bu noktadaki eksikliğini göstermektedir. Binlerce farklı esere sahip olan müzenin ziyaretçilere ayrılırken dijital hatıra bırakmaması ve sosyal medyada ziyaretleriyle ilgili etkileşim olanağı tanımaması, içeriğin yeterince verimli kullanılmadığını göstermektedir.

Müze fiziki olarak detaylı incelendiğinde çoğu eserin kapalı cam alanlarında gösterildiği, bazılarının ise herhangi bir koruma olmadan sergilendiği görülmektedir.



Görsel 14. Anadolu Medeniyetleri Müzesi Sanal Tur
Eski Tunç Çağı Bölümünden Kesit

Etkileşime geçmek insanların daha çok duyusuna hitap ettiği için deneyimlenen bilgiyi kalıcı kılmakta yardımcı olur. Bu noktada sıradan bir şekilde gezilerek görülen eserlere olanaklar dahilinde bakılabilmekte ve eserlerle ilgili bilgiler okunabilmektedir. Zengin eser sayısı sebebiyle oldukça etkileyici bir deneyim yaşatsa da Anadolu Medeniyetleri müzesi etkileşimli bilgilendirme tasarımlarının kullanıldığı teknolojik metotlardan yeterince faydalanmayarak, kapasitesini tam anlamıyla değerlendirememektedir.

Frankfurt Tarih Müzesi

Frankfurt'un en eski müzesi olan Tarih Müzesi, şehrin kültürel mirasını araştırmakta, toplamakta ve sergilemektedir (Frankfurt Tarih Müzesi, ____). Çevrim içi öğeler incelendiğinde 360 derece olarak gezilebilen müzede birçok etkileşimli kiosklar, ekranlar ve televizyonlar bulunmaktadır.



Görsel 16. Frankfurt Tarih Müzesi'nden Bir Kesit

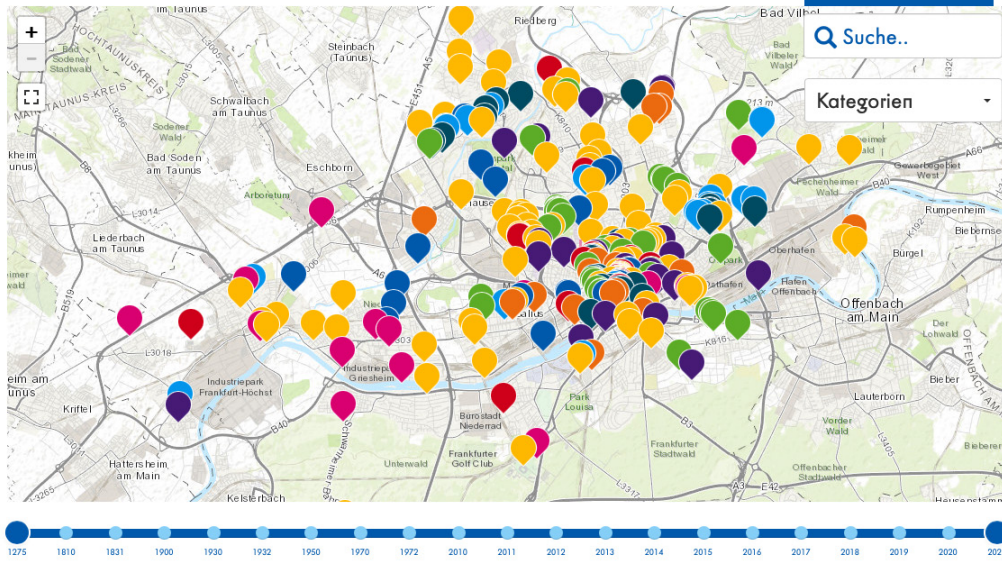
Görselde görülen etkileşimli ekrana sahip olan masa sayesinde, ziyaretçiler aynı anda içerikleri tıklayarak, şehrin tarihi sürecindeki detaylara ve olaylara ulaşabilirler. Tıklayarak ve sürükleyerek etkileşime girilen bu tür masalar, müzelerin sıkça ziyaret edildiği bölümlerdedir.

Sergileme biçimi, aydınlatması ve ferahlığı açısından Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ne oldukça benzeyen müzede farklı bölümler farklı renklerle dekore edilerek ayrıştırılmıştır. İnsan gözüne ve hafızasına hitap eden bu özellik sanal turda bile oldukça dikkat çekici bir etki oluşturmaktadır. Anadolu Medeniyetleri Müzesi'yle kıyaslandığında bilgilendirme tasarımlarında kullanılan yazıtipi boyutları ve hiyerarşi, grafik tasarım ilkelerine göre kolay okunabilir ve ayrıştırılabilir özelliklerdedir. İçerikler daha kısa ve öz tutulmuştur.



Görsel 17. Frankfurt Tarih Müzesi'nden Bir Kesit

Frankfurt Tarih Müzesi, çevrim içi olarak sosyal medya mecralarını aktif olarak kullanmaktadır. Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube kanalı olan müzenin birde blog sayfası bulunmaktadır. Sosyal medya mecralarındaki takipçi ve etkileşim sayısı fazla olmasa da müze mecraları aktif kullanarak güncelliğini korumaya çalışmaktadır. Web sitesi incelendiğinde Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin aksine Frankfurt Tarih Müzesi tek bir web sitesine sahiptir. Renk kullanımı, vurgusu, tipografi kullanımı, dikkat çekici olmasıyla resmi olmaktan uzak olan web sitesi grafik tasarım ilke ve elemanları açısından oldukça başarılı bir örnektir. Dil seçeneğinin mevcut olmasıyla birlikte yerel ziyaretçilerine Almanca, uluslararası ziyaretçilerine İngilizce olarak hizmet vermektedir. Detaylı bakıldığında özellikle tüm sayfaların neredeyse tamamına yakına İngilizceye çevrilmiştir. Dijital sekmesinde Dijital Şehir Laboratuvarı projesiyle birlikte etkileşimli bir bilgilendirme tasarımı bulunmaktadır. Tasarıma ziyaretçiler katılımcı olarak katkı sağlayabilmekte ve bu tasarımı içerik olarak zenginleştirmektedir.



Görsel 18. Frankfurt Tarih Müzesi web sitesinde bulunan etkileşimli bilgilendirme tasarımının bulunduğu Dijital Şehir Laboratuvarı projesi

Projenin amacı, kullanıcıların dijital yüzlerini toplamaktır. Frankfurt'ta günlük yaşamın nasıl hissettirdiği, hangi yerlerin özel bir rol oynadığı ve şehrin kullanıcılar için ne anlama geldiği, insanların nerede parti yaptığı, çalıştığı ve şehri nasıl kullandıklarıyla çeşitli bilgiler toplanmaktadır. Tarihi bir hafızanın oluşturulması sağlanan proje, yukarıdaki zaman çizelgesinden yıl yıl takip edilebilir. Oldukça ilgi çekici olan projede veri sayısı ve paylaşımların fazla olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Pamuklu Gürdal'a (2022) göre, müzelerde ziyaretçilerin yaşına göre bilgilendirme tasarımlarının kullanım çeşitliliğinin ve hedef kitlenin belirlenmesinin öğrenmede etkili olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca çalışma karmaşık bilginin sadeleştirilmesinin ve görselleştirilmesinin olumlu etkisinden de bahsetmiştir. Çocukların müze deneyimlemede görme, duyma ve özellikle dokunma isteğinin önemi aynı zamanda etkileşimli bilgilendirme tasarımının da önemini vurgulamaktadır. Bu bilgiler ışığında müzelerde kullanılacak olan etkileşimli bilgilendirme tasarımlarının durağan bilgilendirme tasarımlarına göre eğitimde etkisi net bir şekilde görülmektedir.

Kalıncı'ya göre (2015), Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin 360 derece panoramik turunun çözünürlüğü etkili izleme, izleyici dikkati açısından yetersiz bulunmuştur. Çözünürlüğün düşük olması kullanılabilirlik açısından sayfanın hızlı görüntülenmesini sağlasa da sanal turda görüntüler ile ilgili tarih, içerik gibi detaylı

bilgiler belirtilmediği için bilgilendirme tasarımı açısından eksik bulunmuştur. Koleksiyonlar yenilenirken sanal turdaki görsellerinde eş zamanlı yenilenmemesi, izleyicinin yeni koleksiyonlara oluşabilecek ilgisini ve merakını engeller. Yeterli seviyede kullanılmayan etkileşimli bilgilendirme tasarımı öğrenmeye olumsuz yönde etki eder.

Mercin'e göre (2017), müzelerde bulunan görsel iletişim tasarımlarından olan; bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları kadar ziyaretçilerin ziyaret öncesi bilgi edinmek amacıyla girdikleri web sitelerinin ve içeriklerinin tasarımı, öğrenmeye olan isteği ve bilgilerin akılda kalıcılığını etkilemektedir. Bireylerin ziyaret öncesi ve sırasında öğrendiklerini sosyal medya mecralarında paylaşımları müze tanıtımı ve diğer ziyaretçilerin etkileşime girmesine yardım etmektedir. Bu bağlamda bilgilendirme tasarımının etkileşim faktörü detaylı irdelenerek tasarlandığında ziyaretçiler için müze gezme deneyimini verimli hale getirerek, merak uyandırma, bilgilerin akılda kalıcı olması ve tanıtım gibi faktörleri etkilediği görülmektedir.

Çalışmada etkileşimli bilgilendirme tasarımları açısından incelenen iki müzeden elde edilen sonuçlar şunlardır: İçerikleri zengin olan iki müze etkileşimli bilgilendirme tasarımları incelendiğinde belirgin farklılıklara sahip olduğu tespit edilmiştir. Frankfurt Tarih Müzesi'nde bulunan çevrim içi öğeler (kiosklar, dokunmatik ekran ve dokunmatik masalar) Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nden sayıca fazladır. Sosyal medya mecralarının çoğunluğuna bakıldığında da Frankfurt Tarih Müzesi'nin yer aldığı hesapların sayıca daha fazla olduğu da görülmektedir. Ziyaretçilerin, ziyaret öncesi ve sonrası deneyimlerini etkilemeyi amaçlar ve etkileşim bilgileri bu tespiti kanıtlar niteliktedir. Anadolu Medeniyetleri Müzesi bu platformları kullanmadığı için ziyaretçilerle etkileşime girmemektedir. Anadolu Medeniyetleri Müzesi ve Frankfurt Tarih Müzesi'nin web sitesi incelendiğinde hem tanıtım hem de bilgilendirme tasarımı ilke ve öğeleri açısından Frankfurt Tarih Müzesi daha başarılı bulunmuştur. Frankfurt Tarih Müzesi tek bir web sitesine sahiptir ve tüm içerikleri burada tutulmaktadır. İçeriği, güncelliği ve tasarım ilke, elemanlarına dikkat edilerek uygulanmasıyla başarılı bir örnektir. Anadolu Medeniyetleri Müzesi ise, dört web sitesinde de farklı bilgilere sahiptir. Hangisinin resmi, yani kendine ait web sitesi olduğu anlaşılacağı gibi, Frankfurt Müzesi'yle kıyaslandığında kısıtlı içeriğe sahip olduğu detaylı incelemelerde görülmüştür. Etkileşimli kiosk, dokunmatik masalar, projeksiyon ve televizyonlar gibi öğelerdeki detaylı incelemede yaklaşık yirmi bölümden oluşan Frankfurt Tarih Müzesi, neredeyse her bölümde kullanıcılara etkileşime girebilecekleri bilgilendirme

tasarımları öğeleri sunmaktadır. Anadolu Medeniyetleri Müzesi ise sadece üç adet etkileşimli kioska sahiptir.

Etkileşimli bilgilendirme tasarımlarının uygulanması ve kullanılması bakımından ülkemizde başarılı örnekler olsa da Anadolu Medeniyetleri Müzesi gibi önemli ve zengin içeriğe sahip bir kurumun etkileşimli bilgilendirme tasarımı öğeleriyle donatıldığında ne kadar başarılı olabileceği tahmin edilebilmektedir. Modern müze anlayışında ön plana çıkan teknolojileri kullanarak çağın gereksinimleriyle donatılması, ziyaretçilerin memnuniyetini ve deneyim kalitesini artırarak müzenin esas amacı olan, sergileme, öğretme ve aktarma eylemini etkili şekilde gerçekleştirebileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Allee, V. (1997). 12 Principles of Knowledge Management. *Training & Development*, 51, 71-74.

Anameriç, H. (2008, Haziran). *History of Maps and Important Map Collections in Turkey*. 30. MELCOM Uluslararası Konferansında Yayınlanmış Makale, Oxford Üniversitesi, Oxford, Birleşik Krallık.

Anadolu Medeniyetleri Müzesi. (____). *Kültür Portalı*. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/ankara/gezilecekyer/ankadolu-medeniyetler-muzesi> Erişim Tarihi: 2 Ocak 2022.

Baer, K. (2008). *Information Design Workbook*. Masaçüses: Rockport.

Baysal, İ., Çetinkaya, K. ve Aydın, M. (2021). Müzeler, Sergiler ve Tarihi Alanlarda Dijitalleşme. *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry*, 5(2), 271-280.

Çakır İlhan, A. (2017). Müze Eğitimi Alanında Yapılmış Tezler. *Yaratıcı Drama Dergisi*, 12(2), 93-104. DOI: 10.21612/yader.2017.016

Frankfurt Tarih Müzesi. (____). *Historisches Museum Frankfurt*. <https://historisches-museum-frankfurt.de/en/ueberuns?language=en> Erişim Tarihi: 18 Aralık 2021.

Güler, T. (2008). *Grafik Tasarımda Yeni Bir Alan: Bilgilendirme Tasarımı ve Bir Uygulama*. (Yayımlanmış Doktora Tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar

Enstitüsü, İzmir.

Hoffman, S. K. (2020). Online Exhibitions During the COVID-19 Pandemic. *Museum Worlds*, 8(1), 210-215. DOI: 10.3167/ARMW.2020.080115

Kalıncı, E. (2015). 360 Derece Panoramik Görüntü Veren Sanal Müzelerin Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 5(4), 57-65. DOI: 10.7456/10504100/005

Karadeniz, C., Ayşe, O., Artar, M. ve Çakır İlhan, A. (2017). Müze Eğitiminde Dönüşümler: Kocaeli Müzesi'nde Eğitimcilerin Eğitimi. *Millî Eğitim Dergisi*, 214, 37-59.

Keleş, V. (2010). Modern Müzecilik ve Türk Müzeciliği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 1-17.

Lorenc, J., Skolnick, L. ve Berger, C. (2007). *What is Exhibition Design*. Mies: RotoVision.

McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extension of Man*. Londra: The MIT.

Mercin, L. (2017). Müze Eğitimi, Bilgilendirme ve Tanıtım Açısından Görsel İletişim Tasarımı Ürünlerinin Önemi. *Millî Eğitim Dergisi*, 214, 209-237.

Pamuklu Gürdal, A. (2022). Öğrenme Kaynaklı Bilgilendirme Tasarımlarının Müzelerde Kullanılması ve Eğitime Katkısı. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 61, 122-138.

Pektaş Turgut, Ö. (2017). Günümüz Sergileme Biçimlerinde Çoklu Ortam Kullanımı ve "BOSCH: Visions Alive" Sergisi. 2. *Uluslararası Sanat Sempozyumu*, (s. 409-418). Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.

Romedi, P. (1999). Sign-Posting Information Design. R. Jacobson (Ed.), *Information Design* (2. Baskı) (s. 83-98). Londra: MIT.

Schmitt, A. K., Danišik, M., Aydar, E., Şen, E., Ulusoy, I. ve Lovera, O. M. (2014). Identifying the Volcanic Eruption Depicted in a Neolithic Painting at Çatalhöyük, Central Anatolia, Turkey. *Plos One*, 9(1), 1-10. DOI: 10.1371/journal.pone.0084711

Sert, A. N. ve Karacaoglu, S. (2018). Müzelerdeki Hizmet Kalitesinin Memnuniyet Algısı ve Tavsiye Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Anadolu Medeniyetleri Müzesi Örneği. *Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences*, 20(2), 103-122.

Tufte, E. R. (2001). *The Visual Display of Quantitative Information* (2. Baskı).
Konektikıt: Graphics.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (1999). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*
(11. Baskı). Ankara: Seçkin.

Ware, C. (2011). *Information Visualization: Perception For Design* (2. Baskı). San
Fransisko: Morgan Kaufmann.