

# MÜZE VE TELEFON UYGULAMALARI

Dr. Tuğba BATUHAN

## Özet

Dünyanın dijital çağ ile kuşandığı, insanların buldukları ortamlarda gelişen olaylar ile durumlara odaklanmak yerine telefon ekranından gözlerini alamadıkları mutlak bir gerçekliktir. Teknoloji kolay ulaşılan, her geçen an gelişen, kendini hiç durmaksızın yenileyen bir konumda iken müzelerin buna kayıtsız kalması beklenemez. Bunun neticesinde, yaratıcı tarihin sergilendiği müzeler artık mekanlardan çıkarak telefon uygulamaları içindeki yerini almıştır. Müzeler, tanınırlığını ve görünürlüğünü arttırmak, aynı zamanda daha zengin, daha derin ve daha hızlı ziyaretçi deneyimi geliştirmek amacıyla teknolojinin sürükleyici ve etkileşimli dünyasına dahil olmuştur. Bu çalışmada, müze uygulamalarının Türkiye ve dünya örnekleri üzerinden içerikleri, uygulamalar arasındaki benzerlik ve farklılıkları değerlendirilerek, fiziki müzeyle karşılaştırıldığında getirdiği yenilik ve bakış açısı ele alınacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Müze, müze uygulamaları, telefon uygulamaları, sergileme, müzelerde dijitalleşme

### **Abstract**

The digital age has surrounded the world, and people no longer take their eyes off the phone screen in their hands instead of looking at the events or situations around them. Technology is now in a position that is easily accessible, constantly developing, and continuously renewing itself non-stop, and it is one of the institutions that are not indifferent to this in museums. As a result, museums, where creative history is exhibited, now move beyond the venues and take their place among phone applications. Museums are in the immersive and interactive world of technology to increase their recognition and visibility, as well as to develop a richer, deeper, and faster visitor experience. This study discusses the content of museum applications through examples from Turkey and the world by evaluating the similarities and differences between the applications and the innovation and perspective compared to the physical museum.

**Key words:** Museum, museum applications, phone applications, exhibition, digitalization in museums

## 1. Giriş

Müzeler, hali hazırda bulunan müze severler ve potansiyel kişilerle iletişim kurmak için yeni stratejiler geliştirmektedir. Müzeler sadece gezelecek teşhir alanlarının ötesine geçerek, sanal internet ortamında ve hatta cep telefonu uygulamaları ile her an yanında gezdirilir pozisyona taşınmış durumdadır. Gelişen teknolojinin en çekici özelliklerinden biri de insanlara müzeyi fiziksel ziyaret dışında kişisel cihazları aracılığıyla görme imkânı sunmaktır. İzleyici tamamen kendi inisiyatifi doğrultusunda seçtiği koşul ve ortam içinde erişimini sağlamaktadır. Müzenin kültürel potansiyeli ile bunun yanı sıra öğrenme ve eğitim içeriğinin iletilmesi yoluyla büyük bir ağ içinde kültürel kurum-izleyici arasında bağ oluşturulmaktadır.

Modern toplumda teknik ve teknolojik potansiyelin gelişimiyle doğru orantılı olarak yeni müze kavramları ortaya çıkmakta aynı zamanda uygulama alanı bulmaktadır. Sanal müzelerde olduğu gibi telefon uygulamaları da eğitim potansiyeline sahiptir. Telefon uygulamaları, modern yaygın eğitim sisteminin yeni bir biçimi olarak da algılanmaktadır. Yaygın eğitim bağlamsal bir karaktere sahiptir, bu kavram bireylerin kültürel ve eğitim ortamındaki aktiviteleri ile boş zaman aktivitelerini içermektedir. Eğitim faaliyetlerinin kapsamı genişleyerek, kültürel mirasın halka açık ve erişilir olması mümkün kılınmaktadır.

İnsanlar kültürün öznesi ve hedef kitlenin temsilcisi pozisyonunda olup, kişiselleştirilmiş iletişim araçlarından etkilenmektedirler. İletişim araçları herhangi yaştaki birini belirli bir düşünce tarzı ve davranış algoritmasına yönlendiren, biçimlendirici etkilerden doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen bir gerçekliktir. Müzelerin telefon uygulamaları aracılığıyla gençlerin kültür ve sanat eserleriyle tanışması sağlanmaktadır. Müzelerin sahip olduğu potansiyelin ortaya çıkarılması ve cezbedici yönünün artırılması için de telefon uygulamaları etkili bir yöntemdir. Çalışma içinde Türkiye ve Dünya'dan seçilen örnek telefon uygulamalarının incelemesi ortaya koyulmuştur.

## 2. Telefon Uygulamalarında Müzeler

Müze, küratör aracılığıyla ziyaretçilerin aktif olarak kendi anlamlarını yaratmasına yardımcı olan, izleyicinin objeler aracılığıyla etkileşime gir-

mesini sağlayan ve yeni ziyaretçilere ulaşmanın amacını güden bir kurumdur. Geçmişin maddi ve manevi kültür öğelerinin toplanması, sergilenmesi ve araştırılmasında müzelerin rolü çok önemlidir. Son on yıl içinde müzeler, kültürel kurumlar olarak ciddi değişimler geçirerek, farklı izleyici kitlelerine hitap ederek, çeşitli şekillerde iletişim kurmanın yollarını aradılar.

Öncelerde ziyaretçilerin müzeyi gezerken sesli rehber ile sanat eseri hakkında bilgi alma yoluyla girdikleri teknoloji, şimdilerde tam donanımlı multimedya sistemlerine kadar geliştirilmiş durumdadır. Artan gelişmişlikle beraber mobil cihazlar, cazibe alanı oluşturup içeriğin kullanıcının ihtiyaçlarına göre kişiselleştirilmesine izin vermektedir. Bunun neticesinde Stephen Weil'in (2007) tabiriyle müze devamlı ve dönüşümü bir şeyle ilgili olmaktan çok biri için var olmaya evirildi. Böylece, müze ziyaretçisi anlam oluşturma ve içerik yaratmada bugün aktif katılımcı konumundadır.

Yenilenen teknolojiler ile cep telefonu, müzeler gibi kültürel organizasyonların iletişimlerini bütünsel ve etkileşimli olarak destekleme gücüne sahiptir. Teknoloji kategorisinin üç tanımlayıcısı “dijital, mobil ve kişisel” olarak isimlendirilebilir. Buldukları mekândan bağımsız, istenilen yerde ve zamanda kullanılabilirdikleri için mobildirler; işlevsellikleri bir elektronik sisteme dayandığından dijitaldirler, ziyaretçi ve ortam arasındaki ilişki bağlantısında kontrolün ziyaretçinin elinde olduğu bire bir ilişkiden dolayı kişiseldirler (Tallon 2008: XVIII).

Kullanıcının bağımsız verdiği karar ve istekle cep telefonları günlük hayatımıza en fazla nüfuz eden teknolojilerden biridir. 2009 yılından günümüze cep telefonları için müze uygulamaları oluşturulmaya devam edilmektedir. Cep telefonu kullanımının artırdığı son zamanlarda, özellikle akıllı telefonlar, sadece bir iletişim aracı olmaktan çıkarak sosyal iletişim için popüler hale gelmiştir.

Mobil uygulamaların kullanımına ilişkin literatürde (Taalon and Walker 2008, Proctor 2010, Economou and Meintani 2011) ve ilgili konferanslarda (2008 yılından beri düzenlenen Tate konferansları)<sup>1</sup>, tartışmalar

<sup>1</sup> 2011 yılında Tate ve Vodafone arasında çevrimiçi ve mobil uygulamalar geliştirmek amacıyla ortaklık gerçekleşmiştir. Ayrıca, Tate ve ziyaretçiler arasında etkileşim biçimlerini geliştirmek hedefiyle Tate ve Bloomberg Philanthropies arasında Bloomberg Connects dijital katılım girişimi yapılmıştır (Tate (2011). Tate and Vodafone begin new partnership by launching Tate Debates. <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/>

yapılmakla birlikte çoğunlukla teknik konulara ve bunların zorluklarına odaklanılmaktadır. Müze uygulamalarının ziyaret deneyimi, kültürel kurum algısı, müze ve öğrenme üzerindeki etkisinin incelenmesi ayrıca önemlidir. Aynı zamanda, bu uygulamaların müze personeli, iç politikaları ve uygulamaları üzerinde ne gibi etkiye sahip olduğunun değerlendirilmesine de ihtiyaç vardır.

Dünya çapında birçok müzenin telefon uygulamaları mevcuttur. Kaç müzenin telefon uygulaması kullandığına dair somut bir veri elde edilmiş olmasa da telefon uygulamalarına örnek vermek mümkündür. Telefonun uygulamalar kısmında “müze” yazılarak yapılan arama sonucunda Müzelerin Sesi, Sanal Müze, Google Arts and Culture, İstanbul Modern sonuçlarına ulaşılırken; müzenin İngilizce terimi olan “museum” sözcüğünün aranması sonucu Museum of Turkey, British Museum Audio, Rijks Museum ve daha birçok müzenin uygulamalarına rastlanılmaktadır. Bu çalışma içinde araştırılan ve telefon uygulamalarıyla öne çıkan müzeler çeşitlilik sağlanması açısından özenle seçilmiştir. Dünyadan örneklerin verilmesi teknolojinin yaygınlığına ve değişik kullanımlarına dikkat çekmektedir.

### 3. Dünya Geneline Telefon Uygulamaları Kullanan Müzelerden Örnekler

#### 3.1. British Museum Audio (İngiltere)

British Müzesinin uygulaması dil seneği ile uygulamayı başlatmaktadır.<sup>2</sup> Dil seçeneğinin ardından kısa bir turla uygulamanın içeriği ve nasıl kullanılacağına dair bilgi verilmektedir. Uygulamaya giriş yapıldıktan sonra kullanıcı müze müdürü tarafından videolu görüntüyle karşılanmaktadır. Koleksiyonlar kültür ve temalarına göre kategorize edilmiştir.<sup>3</sup> Uygulama koleksiyonlara ayrılmış eserlerin her birinin özelinde resimleriyle birlikte sesli anlatım sunmaktadır. Birkaç dakikalık ön dinleme ücretsiz olmakla

---

tate-and-vodafone-begin-new-partnership-launching-tate-debates; Tate (2015). *Tate and Bloomberg Philanthropies announce the expansion of the Bloomberg Connects programme across Tate galleries*. <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/tate-and-bloomberg-philanthropies-announce-expansion-bloomberg-connects>).

<sup>2</sup> Türkçe, dil seçenekleri içinde yer almamaktadır.

<sup>3</sup> British Museum Audio uygulaması içinde kültüre göre kategorize şu şekildedir: Afrika, Amerika, Antik Mısır, Antik Yunan ve Roma, Asya, Avrupa ve Orta Doğu. Temalarına göre sıralama ise eserlerin buldukları salon numaralarıyla verilmektedir.

birlikte eserin bilgisinin tamamını dinlemek için belli bir ücret ödenmesi gerekmektedir. Uygulama içinde yer alan harita kısmından müzenin planı ve eserlerin kategorilere göre nerede buldukları gösterilmektedir. Aynı zamanda, uygulamada beğenilen eserlerin favori olarak seçilerek kaydedilmesi sağlanmaktadır.

### 3.2. Google Arts & Culture

Google Arts & Culture dünya üzerindeki iki binden fazla müzenin arşivlerini, hikayelerini ve bilgilerini sunan öncü bir uygulamadır. Kültürel mirasla ilgili olarak dünya genelinde kültür kurumları ile sanatçılarla çalışarak, dünya sanatı ve kültürünü koruyarak, herkesin her yerden erişimini sağlamayı amaçlamaktadır (Google Arts & Culture). Müzeler, tablolar, sanatçılar hakkında verilen bilgilerle eğitici yönünü de göstermektedir. Açılan ön sayfada sürekli yeni öğeler gösterilmesi merak dürtülerinin artmasını ve yeni bilgiler öğrenilmesini teşvik etmektedir. Sanal turlar ile eserlerin 3 boyutlu görünüşleri, bu eserlerin derinlemesine incelenmesi fırsatını sunmaktadır. “Art-Projector” sayesinde, eserlerde kullanıcının küratör gibi davranması sağlanmakta ve eserlerin gerçek boyutta nasıl görüldüğü gösterilmektedir (Art Projector). Aynı zamanda, eser üzerinde yer alan fırça darbelerini kullanıcının net bir biçimde görmesi sağlanmaktadır. Diğer yandan uygulama içi oyunlarla kullanıcı sanat ve kültür hakkında eğlence yoluyla bilgi edinebilmektedir. Uygulama içinde eserlerin tek tek manuel olarak seçilmesinin yerine sanatçının seçilmesi sonrası bütün eserlerinin görülmesini sağlayan bir de sistem mevcuttur.

Eğlenceyi de içinde barındıran uygulama “selfie-mode” seçeneği nedeniyle en çok tercih edilen uygulamalardan biridir. Aynı zamanda dijitalleştirilmiş Daily Herald gazetesinin kendi kişiselleştirilmiş baskısının yaratılabilme seçeneğiyle uygulama içinde eğlenceli anlar yaşanması sağlanmaktadır (Daily Herald).

### 3.3. Rijks Museum Uygulaması (Amsterdam)

Mobil uygulamalar alanında farklı bir yaklaşım benimseyen müzelerden biri de Amsterdam Rijksmuseum’dir. Müzenin kalıcı koleksiyonlarına, eser yaratıcılarına ve müze hakkındaki bilgilere müze uygulamasının ana sayfasından bağlanma imkânı vermektedir.

Rijksmuseum uygulaması iki başlıkla uygulamanın açılışını sağlamaktadır. İlk başlık “Are you in the museum?” (Müzedey misiniz?) ve diğeri “At home or on the go” (Evde ya da yolda mısınız?) şeklindedir. Alt kısımda ise “Biletler” kısmı bulunmaktadır (Rijksmuseum, 2022). Eğer uygulamada, müzede seçeneği seçilirse; tematik tur, müzenin en iyileri, müzenin bölümlerinde kullanıcının kendi rotasını oluşturarak yaptığı tur ve dönemlere göre ayrılmış sanat eserleri görülmektedir. Evde ya da Yolda seçeneği ise müzenin kalıcı koleksiyonlarının sergilendiği kısım ve bu kısımlardaki nesnelerin özelinde gelişmiş arama ile yön bulma imkânı tanınmaktadır. Burada yer alan sanat eserlerinin resimlerine dokunulduğu an büyük boyutlarıyla ekrana gelmekte ve sol altta yer alan İ(info) -Bilgi- kısmında eserin tarihi ve özellikleri hakkında veriler sağlanmaktadır. Sağ alt köşede yer alan diğer iki seçenek eserin sosyal medya aracılığıyla paylaşımını ya da rehberinizde bulunan isimlere gönderiminizi sağlayarak, bilinirliği ve yaygınlığı arttırmayı amaçlamaktadır. Burada yer alan diğer bir seçenek ile de eserin telefona kaydı gerçekleştirilebilir ya da beğeni verilebilir. Uygulama, ziyaretçinin uygulamayı tekrar ziyaret etmesini teşvik edecek içeriklerle zenginleştirilmiştir.

Uygulama içinde geçici sergide olan eserler, tarihleri ile sunularak sesli ve görsel olarak tanıtılmaktadır. Aynı zamanda müze içinde eserin hangi katta olduğu ve nerede konumlandığı plan üzerinden gösterilmektedir. Müze içinde hangi yönde ilerlenerek nasıl ulaşılabileceği de bu planla belirtilmektedir.

Uygulamanın her iki başlığına da giriş sağlandığında sol üst köşede ana menü seçeneği yer almaktadır. Menü içinde rehberli turlar, Rijksstudio ve biletler olarak üç seçenek bulunmaktadır. Ayrıca dil seçeneği ile menünün dil özellikleri değiştirilebilmektedir.<sup>4</sup> Bilet seçenekleri kısmında bilet rezervasyonu ve satışı yapılmaktadır.

## 4. Türkiye’de Telefon Uygulamaları Kullanan Müzelerden Örnekler

### 4.1. İstanbul Modern

İstanbul Modern uygulama sayfası ziyaretçilerini; sergiler, koleksiyon, etkinlikler, eğitim, sinema, üyelik, kütüphane ve mağaza seçenekle-

<sup>4</sup> Ana Menü için dil seçenekleri İngilizce, Fransızca, Almanca, İspanyolca, İtalyanca, Rusça olarak yer bulmaktadır. Türkçe, dil seçenekleri içinde yer almamaktadır.

riyle karşılaşmaktadır. Sergiler kısmına girildiğinde güncel sergiler ve yaklaşan sergiler hakkında bilgiler sunulmaktadır (İstanbul Modern, 2022). Koleksiyon kısmında ise müzenin koleksiyonları ve fotoğraflardan oluşan koleksiyonlara yer verilmiştir. Etkinlikler alanında sergi etkinlikleri, müze konuşmaları, kurumsal organizasyonlar ve kurumsal eğitim programı yer almaktadır. Müze konuşmaları içeriğinde müze konuşmalarının tarihine ve konularına değinilerek yapılan konuşmalara yer verilmektedir. Geçmiş konuşmaların linkleri sayesinde etkinliğin videosuna erişim sağlanabilmektedir. Ancak, 2019 tarihinden bu zamana yeni bir konuşma takviminin yer almadığı da görülmektedir. Aynı zamanda, konuşma etkinliklerinin en alt kısmında ABD, İngiltere ve Almanya’da gelen konuşmacıların ayrı linkleri bulunmaktadır. Eğitim bölümünde çocuklar için, yetişkinler için, sosyal projeler ve ücretsiz eğitim programları yer almaktadır. Üyelik bölümünde ise İstanbul Modern’den üyelerin nasıl faydalandığı ve ne gibi avantajlara sahip olacakları yönünde tanıtım gerçekleştirilmektedir. Kütüphane içeriğinde koleksiyonlar, hizmetler ve bağış alanı bulunmakta, mağaza seçeneğinde satışta olan hediyeliklerden bahsedilmektedir.

#### 4.2. Müzelerin Sesi

Müzelerin Sesi uygulaması, Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı, mobil sesli rehber uygulamasıdır. Gişelerden alınan mobil sesli rehberlik bileti sayesinde bu sisteme erişim sağlamaktadır. Müzelerde sergilenen eserlerin farklı dillerde (Türkçe, İngilizce, Fransızca, İspanyolca, Almanca, Rusça, Arapça gibi) sesli anlatımı ve işaret dili videolarıyla içerikler oluşturulmuştur (Müzelerin Sesi, 2022). Sadece belli sayıda müzelerin isimlerinin yer aldığı uygulama, QR kodu okutularak, bilet seri numarası yazılarak veya kimlik numarası ile girişe izin vermektedir.<sup>5</sup> Uygulama her an erişime

<sup>5</sup> Uygulama içinde desteklenen müze isimleri şu şekildedir: Aksaray İhlara Vadisi Örenyeri- Ana Kapı, Aksaray İhlara Vadisi Örenyeri- Belisırma Girişi, Aksaray İhlara Vadisi Örenyeri- Selimiye Girişi, Alanya Kalesi, Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Ankara Cumhuriyet Müzesi, Antalya Aspendos Örenyeri, Antalya Müzesi, Antalya Myra Örenyeri, Aydın Afrodisyas Müzesi ve Örenyeri, Aziz (St.) Nikolaos Anıt Müzesi, Çanakkale Troia Örenyeri, Denizli Hierapolis (Pamukkale) Arkeoloji Müzesi, Hierapolis (Pamukkale) Örenyeri, Denizli Laodikeia Örenyeri, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi, Hatay Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzesi, İstanbul Galata Kulesi İç Gişe, İstanbul Galata Kulesi Meydan Gişe, İstanbul Havalimanı Müzesi, İstanbul Türk ve İslam Eserleri Müzesi, İzmir Bergama Akropol Örenyeri, İzmir Bergama Asklepion Örenyeri, İzmir Efes Örenyeri, Kars Ani Örenyeri, Mevlana Müzesi, Muğla Bodrum

izin vermeyen, alınan biletle bir defaya mahsus kullanım sağlayan özelliklere sahiptir.

### 4.3. Türkiye'nin Müzeleri

Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı "İngilizce adı Museum of Turkey" olan Türkiye'nin Müzeleri uygulaması Türkiye'deki müzelerle ilgili içeriği kapsamaktadır. Öncelikle, üç farklı kategori başlığıyla uygulamaya giriş sağlanıp, bu başlıklar Yakındaki Müzeler, En Çok Oy Alan Müzeler ve Kategoriler şeklinde isimlendirilmektedir. Yakındaki Müzeler seçeneği, bulunulan konuma göre yakında yer alan müzeleri göstermektedir. Bu müzelerden birinin seçilip giriş sağlanmasıyla müzenin tarihi bilgisi, haritadaki konumu, giriş-çıkış saatleri, adresi, iletişim numaralarıyla e-posta adresi ve giriş ücreti gibi bilgilere ulaşılabilir. Bize ulaşın seçeneğinin de yer aldığı kısma gelindiğinde direk telefonda arama sağlanabilmektedir. En Çok Oy Alan Müzeler kısmında toplamda üç yüz on bir adet müze listelenmektedir. Müzelerin bulunulan konuma uzaklık mesafeleri de ayrıca kilometre bazında belirtilmektedir. Buradaki her müze özeline, Yakındaki Müzeler seçeneğinde olduğu gibi ulaşmak mümkündür. Son kısım olan Kategoriler seçeneğinde ise; Arkeoloji Müzeleri, Arkeolojik Sit Alanları, Açık Hava Müzeleri, UNESCO Müzeleri ve Arkeolojik Sit Alanları, Sesli Rehberli Müzeler, Plaj ve Arkeolojik Sit Alanları, En İyi 10 Müze ve İnanç Merkezi yer almaktadır. Bu kategoriler içinde seçilen herhangi bir müze hakkında bilgi alınmak istendiğinde yine diğer seçeneklerde olduğu gibi sistematik bilgiye ulaşmak mümkündür. Aynı zamanda bu uygulama içinde müze kart satın alma seçeneği de bulunmaktadır.

Müze uygulamasıyla bütün müzelere erişerek onlar içinde kısa bir tur atacağınızı ya da sergilenen eserlerin en azından bir kısmını göreceğinizi umabilirsiniz. Ancak, uygulama sadece müzelerin tarihi, bulunduğu şehir/semte bilgileri (adres), ne zaman ziyarete açık oldukları, iletişim için telefon numaraları, e-posta adresleri ve giriş ücretlendirme fiyatlarını (satın alma seçeneği de mevcut) kapsamaktadır. Aynı zamanda gitmek istediğiniz müzenin sayfasında yer alan "Show on map", haritada göster seçeneğiyle müzenin konumuna erişim sağlanabilmektedir.

## 5. Değerlendirme ve Sonuç

Müzenin önemi ve kültürel açıdan potansiyelinin fark edilmesi, müzelerin teknolojiye yöneldiğini ve telefon uygulamalarında daha çok yer aldığını göstermektedir. Telefon uygulamaları sayesinde kişiselleştirilmiş, eğlenceli ve eğitici bilgi aktarımının sağlandığı gözlemlenerek, bu sayede dünya genelindeki müzelerde kullanımının yaygınlaşması teşvik edilmektedir.

Bu çalışma içinde ele alınan yurt dışı telefon uygulamalarında ileri düzey teknoloji kullanıldığı ve uygulamanın müzenin bütününe yayılarak, eğitsel, sosyal, ekonomik, kültürel ve tarihsel boyutlarının üst düzeyde tutulduğu söylenebilir. Her müze için teknolojik seviyesinin farklı düzeyde olduğunu belirtmekte de fayda vardır. Örneğin, British Museum Audio uygulaması içinde dinleme sırasında ekrandaki görselleri büyütme özelliği yer almamakta ve görüntü kalitesinin düşüklüğü nedeniyle incelenen diğer yabancı örneklerden daha düşük çözünürlükte olduğu görülmektedir. Google Arts & Culture ile Rijksmuseum uygulamalarında ise eserlerin görsellerinin çözünürlük açısından daha kaliteli olduğu söylenebilir. Google Arts & Culture ve Rijksmuseum arasında yapılacak bir kıyaslama da ise Google Arts & Culture'in çözünürlük ve kalite açısından çok daha başarılı olduğu görülmektedir. Bu iki yabancı uygulamanın çok geniş kitlelere ulaştıkları ve uygulamayı kullanıcı için daha cazip hale getirdikleri anlaşılmaktadır.

Rijksmuseum içinde geçici sergi eserleri sesli ve görsel olarak yer almaktadır. Eserin sabit teşhirinden ziyade kullanıcıların kişisel deneyimine ve sanal ortamda bulunmasına dayandığından yorumsal değil deneyimseldir. Müze uygulaması içinde müzenin esas bina planı üzerinden eserin nasıl bir yönde ilerlenerek hangi katta olduğu ve nerede konumlandığı belirtilmektedir. Bu da müzenin canlılık ve dinamizm özelliğini uygulama üzerinde gerçekleştirdiğini kanıtlamaktadır.

Türkiye müze uygulaması sayısının halen istenilen düzeyde olmaması, teknolojinin önem ve ulaşım alanının anlaşılmadığı, henüz dünyanın ulaştığı standartlara gelinmediği ve müzelerin teknoloji ile tam anlamıyla bütünleşemediğini göstermektedir. Bu da mobil müze uygulamalarında dünya standartlarından uzak bir noktada konumlandırıldığımız gerçeğini vurgulamaktadır.

Türkiye'nin Müzeleri ve Müzelerin Sesi telefon uygulamaları tek bir uygulama içinde bütün müzelerin genel geçer bilgilerini sunmaktadır. Türkiye'nin Müzeleri uygulamasının "hakkında" kısmında "*Binlerce yıllık geçmişiyle kollarını açmış bekleyen Türkiye müzeleri artık bir uygulama uzağınızda. Uygulamayı şimdi indir geçmişinle buluş*" denilmektedir (Türkiye'nin Müzeleri). Ancak, müze uygulaması müze ziyareti öncesi kişisel kullanım amacıyla tasarlandığından, sadece ziyaretçinin müze ziyareti öncesi edinmek isteyeceği müze çalışma saatleri, girişler ve erişim haritaları gibi bilgiler vermektedir. Müzelerin Sesi ise kullanıcı müze alanına girdiğinde bilet karşılığında bir kereye mahsus indirilebilen ve ziyaret deneyimini zenginleştirmeyi hedefleyen bir uygulamadır. Aslında, müze ile ilgili basit görsel materyallerle sesli anlatım sunan uygulama, geleneksel sesli müze turuna göndermede bulunan unsurdur.

İstanbul Modern uygulaması içeriğinde seçenekleri fazla olan bir uygulama olmakla birlikte, her bir seçenek özelinde uygulamanın sunduğu temel kullanım sorunlarıyla karşılaşmaktadır. Örneğin; görselleri yakınlaştırmada net görüntü elde etme, kaydetme, favorilere ekleme, sosyal mecra da paylaşma gibi diğer uygulamalarda bulunan kolaylıklara ulaşamamaktadır. Ayrıca, uzun zamandır güncellenmediği görülen uygulama işlevsellik özelliğini de kaybetmiştir.

Müzelerin Sesi ve British Museum Audio uygulamaları, eserin görüntüsü eşliğinde doğrudan seslendirme yapmaları nedeniyle geleneksel müze turlarının devamı niteliğindedir. Her ne kadar teknoloji gün ve gün yeniliklere devam etse de müze deneyiminin tasarımıyla ilgili zihniyetin temelde aynı kaldığı da gözlemlenebilmektedir.

Mobil uygulamaların çoğu dokunmatik ekran simgeleri ile belirli sergi veya koleksiyonun öne çıkan unsurlarını göstererek müzenin keşfini mümkün kılmaktadır. Telefon ekranından erişimi sağlanan koleksiyon ve sergi temalarının, farklı ilgi düzeyine sahip çeşitli kitlelere hitap etmesi nedeniyle katmanlı olması önemlidir. Çalışmada belirtilen uygulamalarda, minimum düzeyde (rehberli turları takip eden dizi), görseller, metin veya anlatım içerikleriyle yeterli düzeydeki seviyelere kadar (3D uygulamalar, oyunlar) farklı katmanlar gözlemlenmektedir. Farklı katmanların oluşumuna yardımcı olan ek özelliklere örnek olarak; objelerin ayrıntılı incelemesini sunan yüksek çözünürlüklü ve büyütme yardımcı olan görüntülerin

varlığı, sistem içeriğinin çevrimiçi bağlantılara izin vermesi gösterilebilir (Telefondan diğer sosyal ağlar üzerinden paylaşım sağlaması). Objelerin detaylı erişimi uygulamalara değer katarak kullanıcının kişisel keşfini teşvik eder ve deneyimlerini zenginleştirir.

Uygulamaların içeriği ile ilgili, kullanıcıların etkileşimini artırmak için kullanılan bir diğer özellik ise favori ya da beğeni olarak etiketlemenin yapılabilmesidir. Favori haline getirme ve kullanıcı tarafından paylaşımına sunulabilme gibi özellikler, kullanıcının müze ve obje ile duygusal ve kişisel bağ kurması imkanını sağlar. Müze ziyareti öncesi ve sonrası kullanılabilen uygulamalar kullanıcının müze deneyimini müze duvarlarının ötesine taşıyarak daha fazla keşif ve inceleme imkânı yaratır.

Çalışmada incelenen müze uygulamaları sosyal etkileşimi destekleyen özellikler sunmaktadır. Bu noktada müze içeriğinin paylaşılarak yorumlanması, değerlendirilmesi ve sanat eserlerinin favori olarak etiketlenmesi buna örnektir. Ayrıca, kullanıcıların uygulamada bulunan bilgi ve görselleri telefonunda saklamasına, sosyal medya mecralarında paylaşılmasına ve e-posta aracılığıyla dağıtmasına imkân tanınmaktadır. Bu sayede kullanıcı, müze içeriğini aktif şekilde kullanırken uygulamanın gelişmesine de katkı sağlar. Uygulamayı geliştirme hissi kullanıcının müzeye yakınlık bağına güçlendirir.

Müzelerin yerli ve yabancı turist açısından değerinin anlaşılmasıyla birlikte, teknolojinin sahip olduğu potansiyelin de farkına varıldığı söylenebilir. Artırılmış teknoloji, kişiselleşen eğlenceli bilgi aktarımı sayesinde dünya genelindeki telefon uygulamalarının sayısının arttığı gözlemlenebilir.

Akıllı telefon uygulamaları, mobil ve multimedya uygulama karakterleriyle görüntüleme sağladıklarından büyük bir güce sahiptir. Bu gücün müze telefon uygulamaları tarafından kullanılıyor olması sergileri ve müze içeriğini gölgede bırakması sorununu doğurabilir. Aynı zamanda bu risk, sistem tasarımı ve içerik ile ilgili sorunları meydana getirerek, telefon uygulamalarına farklı disiplinlerin bakış açısının yansımaları da engeller.

Mobil uygulamaların müzeler tarafından benimsenmesi konusu, sunulacak içerik ve hizmet çeşitliliği ile insanlar ve kurumlar arasında anlamlı bağlantılar olmasıyla ilgilidir. Uygulamalar tasarım ve içerik açısından

bireysel kullanım hedefine yöneliktir, grup kullanımını desteklemez. Bu da kullanıcının izole edilerek sosyal boyutunu bozabilme ihtimalini taşımaktadır. Uygulamaların farklı ziyaretçi gruplarını destekleyerek, aileler ve okul grupları gibi, tasarımları denemeleri önemle gerekmektedir.

Sürdürülebilir müzecilik anlayışının, teknoloji kullanımı sayesinde daha geniş kullanıcıya ulaşması mümkündür. İşbirliklerinin ve yurt dışında yer alan gelişmiş ülke müzeleriyle projeler geliştirilmesi de teknolojilerin takibi ve uygulanması açısından önemlidir. Böylelikle telefonlar aracılığıyla etkileşimli deneyimlerin yaşanması sağlanabilir.



## KAYNAKLAR

Apple App Store (2022). *Müzelerin Sesi*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (Erişim Tarihi: 19 Eylül 2022) <https://apps.apple.com/es/app/muzelerin-sesi/id1510295818>

Apple App Store (2022). *İstanbul Modern*, (Erişim Tarihi: 2 Eylül 2022) <https://apps.apple.com/tr/app/i-istanbul-modern/id520151498?l=tr>

Economou, M., and Meintani, N. (2011). “Promising beginning? Evaluating museum mobile phone apps.” In Ciolfi, L., Scott, K., Barbieri, S. (eds) *Rethinking Technology in Museums 2011*. Google Arts & Culture. *Bringing the world's art and culture online for everyone*. <https://about.artsandculture.google.com/>

Google Arts & Culture. *Art Projector*, (Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2022) <https://artsandculture.google.com/art-projector>.

Google Arts & Culture. *Bringing the World's Art and Culture Online for Everyone*, (Erişim Tarihi: 22 Ağustos 2022) <https://about.artsandculture.google.com/>

Google Arts & Culture. *Daily Herald*, (Erişim Tarihi: 1 Eylül 2022) <https://artsandculture.google.com/experiment/my-daily-herald/MQFi8S3oVdUZEa?hl=en>

Google Play (2022). *Rijksmuseum*, (Erişim Tarihi: 27 Ağustos 2022) <https://play.google.com/store/apps/details?id=nl.rijksmuseum.mmt&hl=tr&gl=US>

Google Play. *Türkiye'nin Müzeleri*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (Erişim Tarihi: 1 Eylül 2022) <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.muzeart.app&hl=tr&gl=US>

Tallon, L. (2008). “Introduction: Mobile, Digital and Personal” in Tallon, L. & Walker (eds), *Digital Technologies and Museum Experience, Handheld Guides and Other Media*. AltaMira Press, UK, xiii-xxv.

Tate (2015). *Tate and Bloomberg Philanthropies announce the expansion of the Bloomberg Connects programme across Tate galleries*, (Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2022) <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/tate-and-bloomberg-philanthropies-announce-expansion-bloomberg-connects>

Tate (2011). Tate and Vodafone begin new partnership by launching Tate Debates, (Erişim Tarihi: 27 Ağustos 2022) <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/tate-and-vodafone-begin-new-partnership-launching-tate-debates>.

Weil, S. (2007). “From Being about Something to Being for Somebody: The ongoing transformation of the American museum”, in Sandel, R. And Janes, R. (eds), *Museum Management and Marketing*, Routledge: London, 30-48.