MÜZE EĞİTİMİ, BİLGİLENDİRME VE TANITIM AÇISINDAN GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI ÜRÜNLERİNİN ÖNEMİ

Levent MERCİN*

Öz: İletişim, kurumların, firmaların ve insanların vazgeçemeyeceği gereksinimlerinden biridir. Bu gereksinim farklı iletişim ürünlerinden yararlanılarak giderilir. Bunların en etkili olanlarından biri görsel iletişim tasarımı ürünleridir: Günlük yaşamda karşılaşılan afişler, infografikler, etiketler, yönlendirme tasarımı vb. ürünler, cep telefonlarındaki aplikasyonlar (semboller) ve internet ara yüz tasarımları görsel iletişim tasarımı ürünleri içerisinde yer alır.

Bir toplum veya ülkenin kültür ürünlerini barındıran müzeler, geçmiş ve gelecek arasında köprü vazifesi gören, toplayan, koruyan, onaran, bilgilendiren, tanıtan, eğiten ve eğlendiren işlevlere sahiptirler. Müzeler eğitim işlevini yerine getirebilmek amacıyla insanlarla iletişim kurmak için çok farklı yöntem, teknik ve ürünlerden yararlanır. Bunlardan birinin görsel iletişim tasarımı ürünleri olduğu söylenebilir.

Bu araştırma, müzelerin eğitim, bilgilendirme ve tanıtım amaçlı yararlandıkları görsel iletişim tasarımı ürünlerinin şimdiki ve gelecekteki önemini, müze eğitiminin sürdürülebilirliğine nasıl katkı sağlayabildiklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma literatür taraması ve nitel yöntemlerden biri olan gözlem tekniğinden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre, müzede eğitimden veya müzelerden birer eğitimi ortamı olarak yararlanıldığında öğrenmeye olumlu katkıları olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye'de ve Dünya'da eğitime katkı sağlayacak görsel iletişim tasarımı ürünlerinden yararlanan müzeler olmasına rağmen, çoğu müzenin bu imkânlara sahip olmadıkları, olanların bir kısmının ise bu ürünlerden eğitim amaçlı yararlanılması konusunda yeterli düzeyde bilgi, donanım ve personele sahip olmadıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca görsel iletişim tasarımı ürünlerinin müze eğitimine, bilgilendirmeye ve tanıtıma önemli katkısı olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre, müzelerde müze eğitimini uygulayabilecek personel istihdam edilmelidir. Müzeler, görsel iletişim tasarımı ürünlerinden ve buna bağlı teknolojilerden yararlanabilmelidir. Grafik, Grafik Tasarım ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümleri'nde, müze eğitimi, bilgilendirme ve tanıtım içeriği olan dersler açılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Müze Eğitimi, Eğitim, Öğrenme, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim.

* Doç. Dr.; Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Evliya Çelebi Yerleşkesi 43100 KÜTAHYA.

THE IMPORTANCE OF VISUAL COMMUNICATION DESIGN PRODUCTS FOR MUSEUM EDUCATION, INFORMATION AND PROMOTION

Levent MERCİN*

Abstract

Communication is one of the requirements that corporations, companies and people can not give up. This requirement is addressed through the use of different communication products. One of the most influential those is the visual communication design process: In daily life, posters, infographics, labels, orientation design, etc. Products and mobile phone applications (symbols) and internet interface designs are involved in communication design products.

The museums that house the cultural products of a society or country have functions that collect, collect, protect, repair, inform, introduce, educate and entertain the bridge between the past and the future. The museums use very different methods, techniques and processes to communicate with people in order to be able to fulfill the educational function. It is said that one of these is the products of visual communication design. This research aims to show how the museum can contribute to the sustainability of museum education, its current and future significance of the visual communication design products that it uses for educational, informational and promotional purposes. The research was carried out using literature review and observation techniques, one of the qualitative methods.

According to the findings, it is understood that the museum has a positive contribution to learning when it is used as an educational environment or as an educational environment. Although it is a museum benefiting from the visual communication design products that contribute education in both Turkey and the World, it can be said that most museums do not have these possibilities and that some of them are adequately informed, It is understood that they do not have a staff. In addition, it has been determined that visual communication design products have a significant contribution to museum education, informing and promotion. According to these results, staff should be employed in the museums to implement museum education. Museum should be able to benefit from visual communication design products and related technologies. In the Departments of Graphic, Graphic Design and Visual Communication Design, courses which are focused on museum education, information and promotion should be opened.

Key words: Museum Education, Education, Learning, Visual Communication Design, Communication.

* Assoc Prof.; Dumlupınar University Faculty of Fine Arts Department of Visual Communication Design, Evliya Çelebi Kampus 43100 KÜTAHYA.

Giriş

Bireyin yaşamında ihtiyaç duyduğu en önemli gereksinimlerinden biri eğitim-öğretimdir. Bu gereksinim, bireyin temel ihtiyaçlarını karşılamasından estetik bilinç kazanmasına kadar her şeyi kapsar. Eğitim-öğretim sürecinde çok farklı araçların, yöntemlerin, mekânların ve materyallerin kullanıldığı bilinen bir gerçektir. Eğitimin niteliğinin, eğitim-öğretim sonrasında bireyin elde ettiği öğrenme çıktılarından (bireylerin tutumu, davranışı, ortaya konulan ürünlerin değeri, ilgi ve becerilerin yaşama katılması vb.) anlaşılabileceği söylenebilir. Bunları yerine getirmede planlı ve programlı öğretimin katkısı büyüktür. Planlı ve programlı öğretimin öğrenenin yaşına, hazır bulunuşluk düzeyine, fiziki ortama, araç gereçlere, materyallere, ürünlere vb. gibi birçok unsura bağlı olduğu bilinmektedir. Okulların yanı sıra okul dışı öğrenme ortamlarının planlı ve programlı eğitim-öğretime anlamlı düzeyde katkı sağladığı söylenebilir. Okul dışı öğrenme mekânlarının başında gelen kurumlardan biri müzelerdir. Çünkü müzeler, bireye okulda sunulamayacak kadar değerli ve eşsiz eserler, cihazlar, belgeler, araç-gereçler ile yaşanmışlıklar sunar. Ayrıca müzeler, bireyin eser ve ürünler hakkında bir kitapta elde edemeyeceği gerçek boyutlarını sunar ve onların hissedilerek algılanmasına yardımcı olur. Ancak eğitim-öğretimin amacına ulaşması ve öğrenilenlerin kalıcı hale gelebilmesi için, müze eğitiminde birçok unsurun dikkate alınması gerekir. Öğrenmeyi motive eden, dikkat çeken, algılamayı kolaylaştıran, öğrenmenin bir kişiye bağlı olmaksızın bireysel olarak da elde edilebilmesini kolaylaştıran; bilgiyi dolaysız olarak aktaran, oyunlaştıran, tanıtan ve eğlenerek öğrenmeyi sağlayan unsurlar bunların başında gelir. Bu unsurları yerine getirebilmenin en önemli araç ve ürünleri arasında ise görsel iletişim tasarımı ürünlerinin yer aldığı ifade edilebilir. Bu araştırma, müzelerin eğitimdeki yerinin, eğitim, bilgilendirme ve tanıtım amaçlı yararlandıkları görsel iletişim tasarımı ürünlerinin mevcut durumunu ortaya koymanın, bu ürünlerin öğrenmeyi nasıl desteklediğini örnekleriyle analiz etmenin ve gelecekte bu ürünlerin etkisinin, etkileşimi sağlayıcı özellikleri içermesiyle sürdürülebilir eğitim yaklaşımı açısından gideceği yeri göstermenin ihtiyaç olduğu düşüncesinden hareketle gerçekleştirilmiştir.

Amaç

Bu araştırmada, görsel iletişim tasarımı ürünlerinin, müzelerdeki eğitim, bilgilendirme ve tanıtım açısından önemini irdelemek amaçlanmıştır. Bu genel amaca bağlı olarak;

a. Müzelerin eğitim açısından önemi nedir?,

b. Müze eğitimi, bilgilendirme ve tanıtım amaçlı hazırlanmış görsel iletişim tasarımı ürünlerinin Dünya'da ve Türkiye'de özgün örnekleri var mıdır?; bunların eğitim açısından etkisi ve önemi nedir? Sorularının yanıtları aranmıştır.

Yöntem

Araştırmada genel tarama modellerinden literatür taraması ve nitel yöntemlerden biri olan gözlem tekniğinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda araştırmacı tarafından ilgili literatür taranmış, Dünya'nın farklı ülkelerindeki müzelerin bir kısmı ile Türkiye'deki bazı müzeler araştırmacı tarafından ziyaret edilmiş, fotoğraflar çekilmiş ve gözlemler yapılmıştır.

Önem

Bu araştırma, müzelerin eğitim açısından önemini belirtmesi; eğitim, bilgilendirme ve tanıtım amaçlı tasarlanmış Dünya'daki ve Türkiye'deki görsel iletişim tasarımı ürünlerini ortaya koyması, oluşturulan tasarımların/ürünlerin eğitim açısından sağladığı katkıları ve önemini irdelemesi; etkileşimli öğrenmeye sağladığı katkılardan ötürü sürdürülebilir eğitimin nasıl gerçekleştirilebildiğini örnekler üzerinde göstermesi; özgün olarak tasarlanmış görsel iletişim tasarımını irdelemesi bakımından önemlidir.

Sınırlılıklar

Araştırma, Dünya örneğinde Fransa'nın başkenti Paris'teki Louvre, Azerbaycan'ın başkenti Bakü'deki Şirvan Şahlar Sarayı Müzeleri ve Türkiye'deki Gaziantep kentindeki Zeugma, Manisa Hafsa Sultan Şifahanesi Tıp Tarihi ve Ankara'daki Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzeleri'nin incelenmesi, fotoğraflanması ve gözlemlenmesi ile sınırlıdır.

Bulgular ve Yorum

Araştırmada bulgular iki boyutta ele alınmıştır: Birinci boyutta "müzelerin eğitim açısından önemi", ikinci boyutta "müze eğitimi, bilgilendirme ve tanıtım amaçlı hazırlanmış görsel iletişim tasarımı ürünlerinin Dünya'daki ve Türkiye'deki özgün örnekleri ile bunların eğitim açısından etkisi ve önemi üzerinde durulmuştur.

Buna göre birinci boyutta yer alan "müzelerin eğitim açısından önemine" ilişkin elde edilen bulgulardan bazıları ve yorumları şöyledir:

Müzelerin Eğitim Açısından Önemi

Müzeler, fiziki açıdan bakıldığında bir bina, bir mekân, bir açık hava ortamı, bir fabrika, sanal ortam vb. çok farklı biçim ve şekilleri olan özelliklere sahip kurumlardır. Bu kurumların bağlı olduğu yerler resmi ve özel olabildiği gibi, yönetim bakımından farklı kuruluşlara ait ve çok çeşitli koleksiyonlara sahip olabilmektedirler. Bu yüzden hem Dünya genelinde hem de Türkiye'de sayıları her geçen gün artmaktadır. Sayılarının artmasına, farklılık ve çeşitliliklerine rağmen müzelerin ortak işlevi, toplamak, sergilemek, onarmak, biriktirmek, tanıtmak, eğitmek ve eğlendirmektir.

Eğitim, müzelerin işlevleri içerisinde en önemli olanlarından biridir. Çünkü bugüne kadar yapılan bazı doktora ve yüksek lisans tezleri, yayımlanan makaleler, proje

ve kitaplar incelendiğinde (Abacı, 1996; Adıgüzel ve Öztürk, 1999, 73-81; Akmehmet, 2003, 2015; Alakuş ve Mercin, 2011; Ata, 2002; Atagök, 2000; Aydoğan, 2017, 72-106; Buyurgan, 2002; Buyurgan, 2009a, 1167-1204; Buyurgan ve Demirdelen, 2009b, 105-118; Buyurgan ve Mercin, 2010; Bülbül, 2016; Çakır İlhan ve Okvuran, 2001, 86-93; Dilli, 2014, 87, 2016; Erbay, 2001, 26-29; Güler, 2011, 176; Harrison, 1963, 109-119; Kılıçarslan ve Adıgüzel, 2016; Maccario, 2005, 114-138; Mercin, 2003, 106-114; 2004a, 124-135; 2004b, 60-68; 2006, 1-234; 2007, 327-340; 2016, 273-305; Özsoy ve Mercin, 2003, 303-318; Özsoy, 2002, 153-154; Onur, 1999; 2012, 2013; Öztürk ve İlhan, 2014, 1202; Paykoç ve Baykal, 2000) bu konu üzerinde durulmuş ve müzelerin eğitim işlevi hakkında pozitif görüşlerin olduğu anlaşılmıştır. Hatta müzelerin eğitim boyutunun, diğer işlevlerine göre daha özgün amaçları içeren bir alan olduğu saptanmıştır.

Müzeler birer depo değildir. Bu yüzden bünyelerinde barındırdıkları nadir ve eşsiz eserler ile objeleri vb. sergilemekte ve tanıtmaktadırlar. Bunun da ötesinde insanları müzelere çekmek için çok farklı etkinlikler ve uygulamalar yapmaktadırlar. Müzelerin kendi varlıklarını sürdürebilmek için yaptıkları etkinlik ve uygulamaların biri eğitim programlarıdır. Çünkü bir müzenin yaşaması ve sürdürülebilir olmasının en etkili yollarından biri, geleceğin yetişkinleri olacak öğrencilerin müzelerle tanıştırılması ve müze eğitimi ile onların eğitimine destek olunmasıdır. Bilindiği gibi küçük yaşlarda kazanılan alışkanlıklar ileriki yaşlarda devam ettirilebilmektedir. Bunun yanı sıra öğrenmeyi kolaylaştırmak, öğrencileri motive etmek, "öğrenilenlerin kalıcılığını attırmak" (Mercin, 2006, 225) vb. birçok unsur müze eğitimi ile çok kolay sağlanabilen bir durumdur.

Güler'in (2011, 176) yaptığı deneysel bir araştırmada, programlı bir müze gezisi gerçekleştirmenin, eğlenmenin, oyun oynamanın, müze rehberi içerisindeki çalışma yapraklarıyla eserleri incelemenin, gözlem yapmanın, tartışmanın; işbirliği içerisinde çalışmayı öğrenmenin, fikirlerinin dinlenmesinin, müze içerisinde kendilerini çok özel hissetmelerini sağladığı ve çocukların duygularında olumlu değişime yol açtığı anlaşılmıştır. Bu sonuca göre, müzede eğitimin bireyin duygularını olumlu yönde etkilediği söylenebilir.

Bir başka araştırmada (Önder, Abacı ve Kamaraj, 2009), bir İlköğretim Okulu'nun 5 sınıfında toplam 32 öğrencinin katılımı ile deneysel bir yöntem gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar tarafından hazırlanan 'Müzelerin Eğitim Amaçlı Kullanımı Değerlendirme Formu' deney-kontrol gruplarına ön test-son test olarak uygulanmıştır. Yapılan istatistiksel analizlere göre, deney grubu öğrencilerinin kontrol grubu öğrencilerinden 'arkeoloji müzesi ile ilgili bilgi düzeyi' ve araştırmanın temasını oluşturan 'giysilere ilişkin bilgi düzeyleri' açısından daha başarılı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre, müzede eğitimin öğrencilerin bilgiyi edinmesinde çok daha etkili olduğu ifade edilebilir.

Adıgüzel'in (2006, 40) çocuk müzeleri ile ilgili yaptığı araştırmada, eğitim sistemlerinde öğrenme ortamlarının yalnızca okullar olmadığı; müzelerin; müzecilik, eğitim

bilimleri ve sanat eğitimindeki gelişmeler nedeniyle, toplumların kültürel, sanatsal ve tarihi bilgileri edinmesine katkılarda bulunduğu ve alternatif eğitim ortamları olarak algılanmaya başlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre de müzelerin birer eğitim kurumu gibi kabul edilebileceği söylenebilir.

Bunların yanı sıra farklı ve özgün yapısıyla dikkat çeken müzelerden biri olan doğa tarihi müzeleri ile ilgili yapılan bir araştırmada (Dilli, 2015, 87) doğa tarihi müzelerinin en önemli görevleri arasında, doğa ile ilgili her türlü materyali her yaştan insana sevdirmek, merak uyandırmak; çeşitli etkinlikler düzenleyerek (deneyler, oyunlar, konferanslar, seminerler, yaz okulları, paneller, film gösterileri vs.) ziyaretçilerinin eğlenerek özgürce öğrenmesine yardımcı olmak; ziyaretçilerin doğa tarihinin geçmişten günümüze değişimi arasında kıyaslama yapmalarına olanak vermek; çevre bilinci kazandırarak, yaratıcı düşünen, sorgulayan ve problem çözebilen bireyler yetişmesini sağlamak….doğa okuryazarlığı kazandırmak; özellikle küçük yaştan itibaren öğrencilere yaşadıkları ülkenin doğa tarihi ve biyolojik zenginliklerinin farkına vardırmak vb. gibi birçok amacın hedeflendiği belirtilmiştir. Bu sonuca göre de müzelerin eğitim için ne kadar önemli ve gerekli kurumlar olduğu anlaşılmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, UNDP, UNESCO, UNICEF ve UNDW-TO İşbirliği ile gerçekleştirilen bir projede, müzede müze eğitimi çalışmalarının, genel olarak el becerisine yönelik çalışmalar, yazınsal çalışmalar, yaratıcı drama çalışmaları, ses, koku, tat üzerinde yapılan çalışmalar, yaşayan tarih ya da sözlü tarih çalışmaları vb., yöntemler başlıkları altında toplandığı görülür (İlhan, Artar, Okvuran ve Karadeniz, 2012). Bu proje sonrasında öğrencilerin, rol kartları, donuk imge, fotoğraf anı, ritüeller-seremoniler, mektuplar, günlükler, gazeteler, mesajlar, sözsüz-sessiz canlandırma, kostüm kullanma, harita-şema yapma ve ağır çekim teknikleri gibi aktif öğrenme temelli yöntemleri kullanılabildikleri anlaşılmaktadır.

Bilim ve Sanat Merkezleri'nde eğitim gören çocukların çok alanlı sanat eğitimi Sanat Tarihi Alanında "Manzara Resmi" konusunda müze gezilerinin etkili olup olmadığına ilişkin gerçekleştirilen deneysel çalışmada, müze gezilerinin deney gurubu lehine olumlu etkisi olduğu anlaşılmıştır (Yücel, 2012, 63).

Buyurgan ve Demirdelen'in (2009) "Total Kör Bir Öğrencinin Öğrenmesinde Dokunma, Hissetme ve Müze" başlıklı "vaka" araştırmasında, öğrenme potansiyeli yüksek, ilgili ve heyecan verici bir öğrenmenin gerçekleştiği belirlenmiştir.

Bugün, müze eğitiminin ve müzelerin bir eğitim ortamı olarak kullanımının öğrenmeyi desteklediğinin kabul edildiği ve buna göre uygulamalar yapıldığı bilinen ve kanıtlanan bir durumdur. Ancak verilen eğitimin niteliği, çeşitliliği, teknolojik gelişmelere uygun olarak gelişimi, özgün ve yenilikçi araç-gereç ve materyallerden yararlanılıp yararlanılmadığı, yöntem ve uygulamalardaki yeni yaklaşımların kullanılıp kullanılmadığı ve sürdürülebilirlik konuları üzerinde düşünülmesi gereken bir olgudur. Bu yüzden araştırmanın ikinci boyutunda, "müze eğitimi, bilgilendirme ve

tanıtım amaçlı hazırlanmış görsel iletişim tasarımı ürünlerinin Dünya'daki ve Türkiye'deki örnekleri ve bunların eğitim açısından etkisi ile önemi üzerinde durulmuştur.

Müze Eğitimi, Bilgilendirme ve Tanıtım Amaçlı Hazırlanmış Görsel İletişim Tasarımı Ürünlerinin Dünya'daki ve Türkiye'deki Örneklerinin İncelenmesi

Eğitim, bireyin, kurumların, toplumların ve ülkelerin en çok üzerinde durdukları gereksinimlerinden biridir. Eğitimin nerede, nasıl, ne ile ve ne kadar sürede verilmesi gerektiği ise en önemsenen konular arasındadır. Çünkü eğitim, bireye, toplumlara, ülkelere, zamana vb. unsurlara bağlı olarak değişebilmektedir. Ancak bu unsurlara bağlı olarak eğitim uygulamalarındaki değişime rağmen, sağladığı avantajlar ve öğrenmeyi teşvik eden uygulamalarından dolayı vazgeçilemeyecek yöntem ve ortamlar vardır. Buyurgan ve Mercin'e (2010, 9) göre "çağdaş eğitim uygulamaları, her türlü bilimsel ve öğretim materyalinin kullanıldığı, farklı öğretim yöntemlerinin uygun biçimlerde programlara konulduğu ve işlerlik kazandığı, sadece okulda değil, okul dışında da etkin biçimde devam edebilecek nitelikte olandır". Bu ve buna benzer gerekçelerden dolayı müzeler, dünyanın birçok ülkesinde okulların sunamadığı olanakları sunan eğitim amaçlı birer yaygın eğitim kurumları gibi kullanılmaktadır. Çünkü günümüz eğitim sisteminde öğrenme, sadece kitapla veya okulla sınırlı değildir. Bireylerin hem bilişsel hem duyuşsal hem de devinişsel yönden eğitilebilmeleri için müzelerin uygun mekânlar olduğu kabul edilmektedir. Örneğin "Amerikan müzelerinin en temel amaçlarından biri, müzelerin, çocukların eğitiminde öngörülen programların uygulanmasında, eğitsel bir kurum gibi hareket etmeleridir. Yani müzeler okul ve sivil toplum kuruluşlarıyla işbirliği yaparak geniş bir eğitim imkânı sunmaktadırlar" (Alakuş ve Mercin, 2011, 219).

Geçmişte kültür-sanat ürünlerini bir çatı altında toplamak ve korumak amacıyla kurulan müzeler, şimdilerde, arkeoloji, kültür-sanat gibi insanı ilgilendiren, insanın yaşamında yer alan her türlü maddi kültür ürünlerini toplayan, koruyan, sergileyen, eğitim, bilgilendirme ve araştırma imkânları sunan, bireylerin eğlenmesini sağlayan, öğrenmeyi ve yaratıcılığı kolaylaştıran mekân (Mercin, 2016, 274) konumundadır. Son yıllarda bu tanımlama içerisinde yer alan bilgilendirme, tanıtım ve sergileme ön plana çıkmaktadır. Zira müzelerin müzede oluşturdukları bölümler ve faaliyet alanları incelendiğinde (Zeugma Müzesi, Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi, Rahmi Koç Sanayi Müzesi, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, İstanbul Modern, Louvre Müzesi (http://www.louvre.fr/), Harvard Üniversitesi Sanat Müzesi, vb." eğitim için ayrılan mekânlar ile tanıtıma, insanları bilgilendirme amaçlı uygulamalara ve sergilemeye önem verdikleri anlaşılır.

Sergileme, müzelerin en önemli misyonlarından biridir. Çünkü müzeler, sahip oldukları eşsiz eser, ürün veya objeleri sadece korumak ve onarmakla yükümlü değildirler. Müzelerin varlığını sürdürebilmesi ve izleyiciyi kendilerine çekebilmelerinin en etkili yöntemlerinden biri, sergilemedir. Uygun bir tasarımla sergilenen eserin al-

gılanmasından elde edilen bilgi, aynı zamanda onu anlamaya yardımcı olacak etiket, bilgilendirme tasarımları, web ara yüz asarımı vb. ürünler, merak uyandırır, araştırma ve inceleme yapmaya yönlendirir. Bu olgu, müzelerin sahip oldukları eserlerin değeri kadar, onların nasıl sunulduklarıyla doğrudan ilişkili bir durumdur.

İletişim, "insanın biyolojik varlık olmaktan toplumsal bir varlık olarak kendisini kabul ettirmesine ve yer bulmasına olanak sağlayan en önemli unsurlar arsında yer alır (Vural ve diğ. 2012, 3). İletişim insanın yaşamında bu denli önemli bir misyonu yerine getirirken, onun çok farklı (beden, söz, yazı, görsel, sembol vb.) biçimlerde uygulanarak yerine getirildiği görülür. Bunlardan biri olan görsel iletişim tasarımı ürünleridir. Görsel iletişim tasarımı ürünleri: "3 D gezinti teknoloji odaklı tanımlar, mobil teknoloji aplikasyonları, web içerikleri, yeni medya uygulamaları, kullanıcı odaklılık, sayısal ürünler ile web ara yüzleri, hareketli grafikler (gif, kinetik tipografi vb.), bilgi tasarımı, yazılım, reklamcılık, eğlence ve kurumsal teknolojiler, mobil aplikasyonlar, sanal uygulamalar, oyun tasarımları, eğitim materyalleri" (Erişti, 2016, 64) şeklinde sıralanabilir. Bu ürünler, kurum ve firmalar ile insanların iletişim kurma gereksinimlerinin sonucunda ortaya çıkan bir olgu olduğu için, insan ilişkilerinin planlı bir biçimde sürdürülebilmesi için, farklı araçlar, yöntemler ve kaynaklardan yararlanır. İnsanın konuşarak ve mimiklerini kullanarak iletişim kurması yanında, eğitim-öğretim amaçlı yararlanılan yöntem, mekân ve materyaller; kurum ve kuruluşların hizmet ya da ürünlerini tanıtmak için hazırladıkları yeni medya araçları; sivil toplum kuruluşlarının farkındalık oluşturmak amacıyla gerçekleştirdikleri etkinliklerde verdikleri sosyal mesajların her biri, birer iletişim göstergesidir. Bunların içerisinde en etkili olanlarından biri görsel iletişim tasarımıdır. Günlük yaşamda karşılaşılan afişler, trafik işaretleri, kitap kapağı tasarımı, eser etiketi vb. ürünlerinden tutun da cep telefonlarındaki aplikasyonlar, internet ara yüz tasarımları, bilgilendirme tasarımları vb. her şey görsel iletişim tasarımı içerisinde yer alır.

Son yıllarda tanıtıma, eğitime, bilgilendirmeye ve sergilemeye önem veren müzeler, görsel iletişim tasarımı ürünlerini yeni teknolojinin getirdiği imkânları da kullanarak, ileri düzeyde yararlanmaya başlamışlardır. Bu yönüyle araştırmada bazı müzeler irdelenmiştir. İncelenen müzeler aşağıda sıralanmıştır.

Louvre Müzesi (Paris-Fransa)

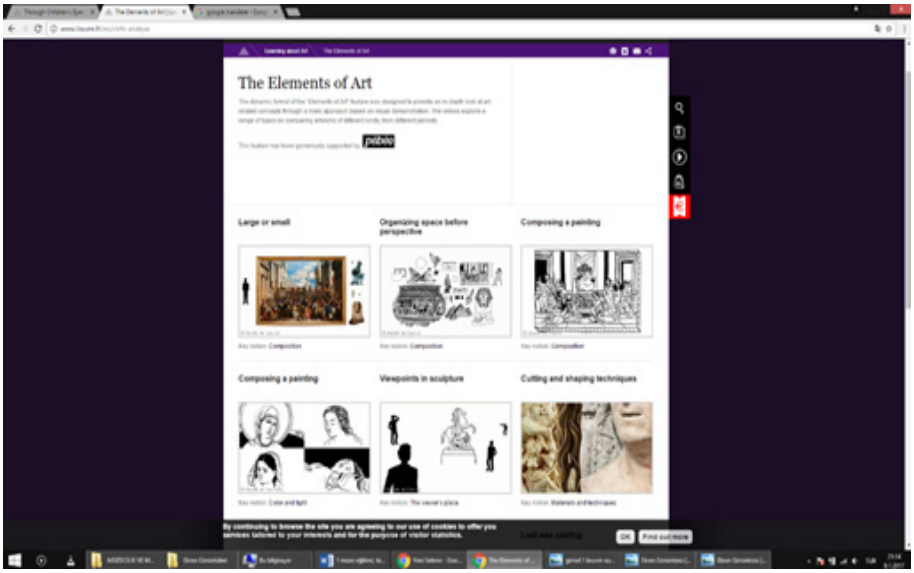
Louvre Müzesi görsel iletişim tasarımı ürünü örneklerinden biri olan web sitesi tasarımı açısından incelenmiştir. "Görsel iletişim tasarımı ürünlerinin amacı, görsel iletiyi hedef kitleye etkili bir biçimde sunmaktır. Nitelikli bir görsel iletişim tasarımı ürünü, görsel mesajı etkili, amacına uygun ve ayrıntılardan arındırarak yapılandırır" (Erişti, 2016, 49). Bu ürünlerin en önemlilerinden biri, web sitesi tasarımı ve yazılımıdır. Bir müzenin hedef kitlesine en hızlı ulaşabileceği, doğrudan ve etkili iletişim kurabileceği ürün, web sitesidir. Web siteleri bilgi edinmek, iletişim kurmak, tanıtmak ve teknolojinin sunduğu olanaklardan yararlanarak eğitim amacıyla yararlanılan bir iletişim aracıdır.

Louvre müzesinin web sitesi incelendiğinde (Görsel 1), kullanıcı dostu bir tasarım olduğu; ilgi çekici ve dinamik, bilgilendirici, hızlı, estetik boyutu olan, tasarım ilkeleri açısından (vurgu, açık-koyu değerler, okunur bir yazı karakteri vb.) etkili unsurları içerdiği söylenebilir.



Görsel 1: *Louvre Müzesi Web Sitesi Ekran Görüntüsü*

Ayrıca daha da önemlisi bu sitenin eğitim amaçlı yararlanılabilecek bir eğitim aracı olarak kullanılabilecek tarzda tasarlanmış ve kurgulanmış olmasıdır. Örneğin sitede yer alan "Sanatı Öğrenmek" başlıklı ara yüz sayfasına girildiğinde (Görsel 2) "Sanatın Elemanları"nın (Elements of Art) öğreti sanata ilişkin kavramların derinlemesine öğrenilmesi üzerine kurgulandığı; buradaki videoların, farklı dönemlerden farklı türde sanat eserlerini karşılaştırarak çeşitli konuların keşfedilmesine yardımcı olacak bir sürece dönüştürüldüğü anlaşılmaktadır.



Görsel 2: *Louvre Müzesi Web Sitesi "Sanatı Öğrenmek" Ara yüz Tasarımı Ekran Görüntüsü*



"Sanatı Öğrenmek" başlığı altında "Sanatın Elemanlarının Öğretiminde" ekrandaki uygulama çalışmalarından biri, "İzleyicinin Yeri" ve "Heykele Bakış Açıları" şeklinde anahtar kavramlar verilerek, bir heykelin, izleyicilerin konumlarına ve bakış yönüne bağlı olarak farklı görünebileceği öğretilmeye çalışılmaktadır (Görsel 3).

Ayrıca bu görsel iletişim tasarımı ürününde "bir heykele nasıl bakmalıyız?" Sorusunun cevabı aranırken, üç boyutlu bir sanat eserinin nasıl izlenmesi gerektiğinin ipuçları da verilmektedir.

Görsel 3: *Louvre Müzesi Web Sitesi "Sanatı Öğrenmek" Ara yüz Tasarımı Ekran Görüntüsü Detayı*

Bu ürünün bir başka kazanımı ise, eserin uzak-yakın, ön-arka plan durumuna göre boyutlarının göz yanılsaması ile değişebileceğini, derinlik (perspektif) kavramının algılanabileceğini; uzak-yakın, ön-arka durumuna bağlı olarak, çizgi perspektifinin değişebildiğini, bunun da sanat eserinin algılanmasında göz yanılsamasına sebep olabileceğini öğretmesidir. Amacı belli olan ve eğitsel misyon dikkate alınarak kurgulanan bu yazılım, tasarımın görünen yüzünün arka planındaki mühendislik bilgisini de gösterirken, bu ara yüzü kullanan kişi ile iletişim kuran çizgiler, lekeler, yazılar, şekiller, renkler ve bunların bir bütünlük içerisinde sunuluş biçimi, görsel iletişim ürününün gerçek bir ortama aktarılmış halidir.

Bu web sayfasında aynı zamanda "Eğitimci Seyahat Programları" başlığı altında, "Eğitici Programlarının", öğretmenlere ve eğiticilere, okul müfredatlarına ve sanat eğitimi alanındaki gereksinim duyulan temalara yönelik, müze turları ve pratik yapılabilecek entelektüel bir hizmet de sağlanmaktadır. Yine buradaki tüm tasarım ve sunumlar, görsel iletişim tasarımı ürünlerinin birer kanıtı olmaktadır. Buradaki tasarımın dikkat çekiciliği ve iletişim kurma gücü, izleyici ile iletişim kurmada etkili olabilecek, kurulan bu iletişim sayesinde izleyicinin eğitim amaçlı kurgulanmış her türlü uygulamanın anlaşılmasına yardımcı olacak, bilgilenmesini ve bunun sonucunda da öğrenmesini olumlu yönde etkileyebilecektir. Bu yönüyle de görsel iletişim tasarımı ürünü, müzelerin eğitim amacına ulaşmasında önemli unsurlardan biri olduğunu göstermektedir. Kaldı ki bu sonucu destekleyen daha önceki araştırmalarda da (Tepecik, 2008) "müzelerden eğitim amaçlı yararlanmanın müze ortamlarına gerçekleştirilen geziler ile sınırlandırılmayıp, müze dışındaki her hangi bir ortamda veya sınıf içerisinde dijital teknolojiler yardımıyla sanal müze gezileri ile sağlanabileceği" ifade edilmiştir.

Şirvan şahlar Sarayı/Müzesi (Bakü-Azerbaycan)

Bakü'nün "İçeri Şehir" olarak adlandırılan tarihi şehirde bulunan Şirvan şahlar Sarayı'nın yapımına, 12. asırda başlanmış 14. ve 15. asırda ise genişletilmiştir. Sarayı, dönemin Şahı Şirvan Şah yaptırmıştır. Yapı iki kısımdan oluşmuştur: Üst kat şahın ve ailesinin yaşam alanı, alt kısmı ise erzak koymak amacıyla kullanılan bölümdür.

Saray'ın girişinde, Azerice, İngilizce ve Rusça olmak üzere üç dilde bilgilendirme tasarımları vardır. Bunlar gelen ziyaretçilere saray hakkında kısaca bilgi vermektedir. Sarayın ana girişinde, geniş bir boşluğun olduğu yerde (hol), yapının genel görünümünü bozmayacak biçimde duvara monte edilmiş (Görse 4) Şirvan Şahların Soyağacını Gösteren Bilgilendirme Tasarımı yer almaktadır. Bu görsel iletişim tasarımı ürününün arkadan ışıklandırılmış olması, girişin karanlık ortamının aydınlatılmak istenmesi ve verilmek istenen bilginin net biçimde algılanmasını sağlamak içindir. Bu tasarım, teknolojinin getirdiği yeniliklerden yararlanıldığını göstermektedir. Söz konusu tasarım, tarihi bir geçmişi özetleyerek aktarması ve her kesimden ziyaretçinin ilgisini çekecek tarzda sunulması nedeniyle dikkat çekicidir. Tasarımın dikkat çekiciliği, izleyicinin tasarıma bakmasını sağlamakta ve verilmek istenen bilgilerin aktarımını

kolaylaştırmaktadır. Bu da eğitim açısından önemlidir. Ayrıca yapılan gözlemlere göre bu bilgilendirme tasarımının önünde ziyarete gelenlere müze rehberi tarafından sözlü olarak ön bilgi verilirken, ziyaretçiler bu tasarımı incelemekte ve bilgi edinmektedirler. Kurumsal kimlik tasarımı, bir kurumun, şirketin veya firmanın logotaype'ı başta olmak üzere, başlıklı kâğıt, araç giydirme, ambalaj vb. birçok tasarımını ifade etmektedir. Kurumun kimliğini yansıtan amblem ise sürdürülebilirlik, görünürlük ve akılda kalıcılık açısından son derece önemlidir. Örneğin Görsel 5. ve 6. incelendiğinde sekiz köşeli yıldızdan oluşan amblem, görsel iletişimin kurulması, kurumsal kimliğin yapının her yerine yansıtılması, akılda kalıcılığı sağlaması ve görünürlük için, bilgilendirme tasarımı fonunun üzerine birim tekrarı (doku) şeklinde yerleştirilmiştir. Ayrıca bilgilendirme tasarımlarının üzerindeki figürlerin dekupe edilerek (kesilerek) petrol yeşili fon üzerinde altın yaldız renginde dikkat çekecek bir renk ile yerleştirilmiş olması, tarihi konuların işlendiği minyatürlerin ne olduğu ve bu minyatürler aracılığı ile aktarılmak istenen bilgilerin daha net algılanmasını sağlamak amacıyladır. Bu tasarımda yerel kültürel kodlardan biri olan 'minyatür" sanatının yaşatılması da sağlanmıştır.



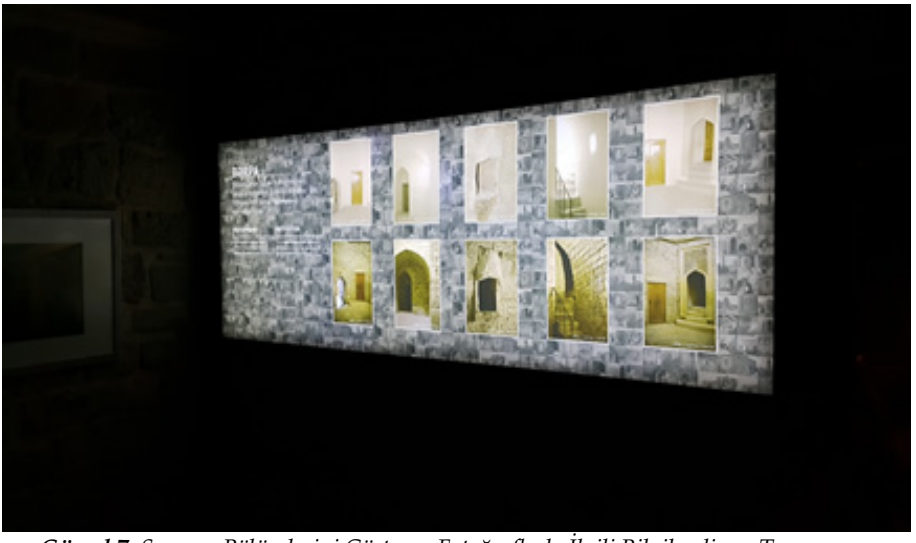
Görsel 4: *Şirvan Şahlar Sülalesinin Soyağacını Gösteren Bilgilendirme*



Görsel 5: *Minyatürler Bölümü, Şirvan şahlar Sarayı Müzesi Tasarımı*



Görsel 6: *Minyatürler Bölümü, Şirvan şahlar Sarayı* Müzesi.

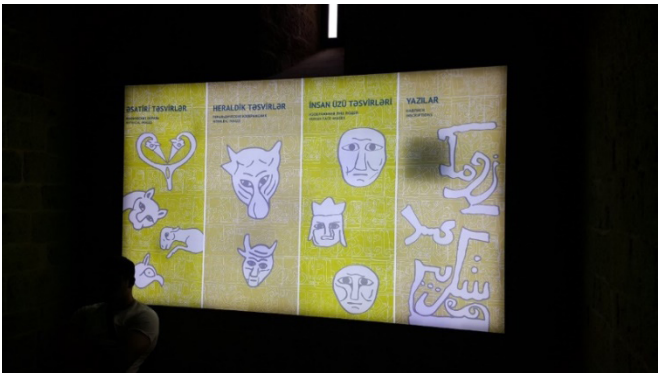


Görsel 7: *Sarayın Bölümlerini Gösteren Fotoğraflarla İlgili Bilgilendirme Tasarımı*

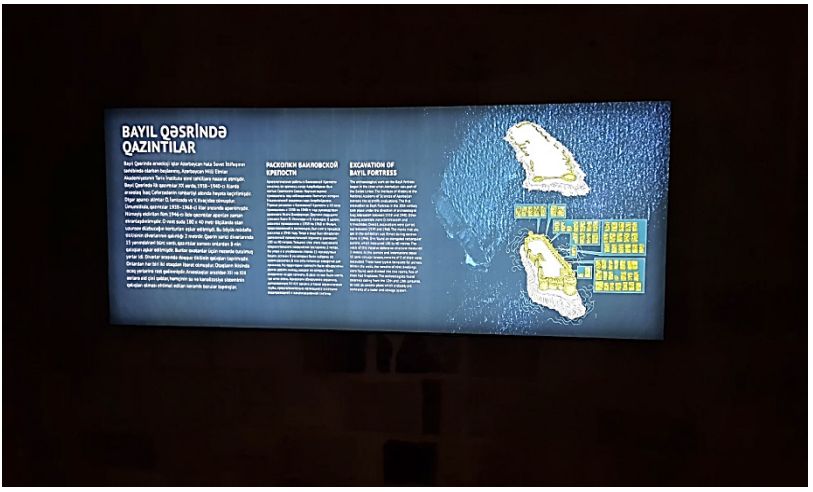
Görsel 7. İncelendiğinde, sarayın farklı açılardan ve bölümlerinden çekilen fotoğrafların sergilenme biçiminde kullanılan yöntem ise, yeni teknolojilerden yararlanılmasına olanak sağlayan etkili bir örnek oluşturmasıdır.

Bu tasarımda ışıklandırılmış pano üzerinde siyah beyaz olarak yan yana getirilmiş fotoğraflardan bir doku oluşturulurken asıl vurgulanması gereken fotoğraflar filtreleme yöntemiyle daha büyük boyutlarda ve renkli biçimde izleyiciye sunulmuştur. Mekânın karanlık olmasından dolayı fotoğraflar ışık yardımıyla aydınlatılmış ve bilgiler (yazılar) bu ışıklı bilgilendirme tasarımı (pano) üzerine yerleştirilmiştir.

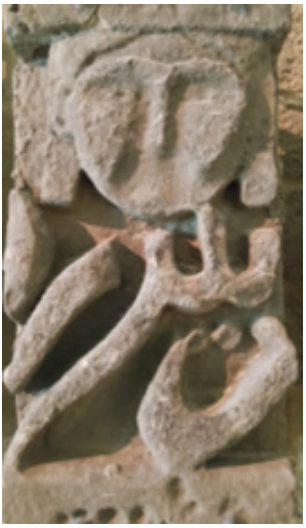
Bu bilgilendirme tasarımı, izleyicinin müzedeki eserlerin neler olduğunu fark ettirerek, onlar hakkında daha detaylı bilgi edinilmesine imkân vermektedir. Çünkü bu tasarım, normal ölçülerdeki fotoğraflara bakılarak gözlem ve inceleme yapıldığında fark edilemeyecek figür ve yazıların, fark edilebilirliğinin sağlandığı bir görsel iletişim tasarımı ürünüdür. Bu yönüyle tasarımın, eğitim açısından etkili ve kalıcı öğrenmeyi sağladığı söylenebilir.



Görsel 8. *Bilgilendirme Tasarımı*



Görsel 9. *Bayıl Adası Bilgi Tasarımı*



Görsel 10. *Bayıl Adası'ndan Çıkartılan Kabartma*

Görsel 9, incelendiğinde, sarayın alt katında, Hazar Denizi'ndeki Bayıl Adasında sular altında kalan şehirdeki arkeolojik bulguların (kabartmaların) nereden çıkartıldığını gösteren bilgilendirme tasarımı olduğu anlaşılmaktadır. Bu tasarım, negatif (koyu bir renk) bir fon üzerine aydınlatılmış bir yüzey ve sıcak soğuk renk ilişkisinden yararlanılarak, adadaki kabartmaların nereden getirildiğini gösteren sembol, illüstrasyon ve ayrıca bunları desteklemek amacıyla bilgi veren yazıların düzenlenmesiyle oluşturulmuş bir görsel iletişim tasarımı ürünüdür. Dolayısı ile izleyici müzede yer alan kabartmaların (Görsel 10), adanın hangi kısmından çıkartıldığını daha ayrıntılı bir şekilde öğrenebilmektedir. Tasarım yeni teknolojilerden yararlanılarak hazırlandığından, aynı zamanda her kesimden izleyicinin dikkatini çekmektedir.

Şirvan Şahlar Sarayı Müzesi'nde, görsel iletişim tasarımı ürünleri bakımından genel anlamda ışıklı bilgilendirme tasarımlarının yoğun olarak kullanıldığı, kurumsal kimlik tasarımının hemen hemen her bilgilendirme tasarımı ürünü üzerine yansıtıldığı (bu durum görsel bütünlük ve estetik bir görünüm sağlamıştır); tasarımlarda tasarım ilkelerine dikkat edildiği ve yeni teknolojilerden yararlanıldığı anlaşılmıştır.

Yapılan gözlemlere göre, tasarımların izleyicilerin dikkatlerini üzerlerine çektiği, ürünler karşısında daha fazla zaman geçirildiği, teknolojinin olanaklarının da etkisiyle verilmek istenen bilgilerin daha kolay algılandığı, her tasarımdaki yeniliğin getirdiği ilgi sonucunda da öğrenmeyi ve bilgilenmeyi sağladığı söylenebilir.

Zeugma Mozaik Müzesi (Gaziantep-Türkiye)

Zeugma Mozaik Müzesi, Türkiye'nin Dünya standartlarında, belki de birçok müzesinin ötesinde yeni teknolojilere ve görsel iletişim tasarımı ürünlerine sahip müzelerinden biridir. Koleksiyonundaki eserler bakımından da Hatay'daki Arkeoloji Müzesi'nden sonra Dünya'nın ikinci büyük müzesidir. İçerisinde 2600 metrekarelik mozaik eserine sahip olan müze, 9 Eylül 2011 tarihinde Gaziantep'te açılmıştır. Zeugma Mozaik Müzesi, Dünya'nın en önemli mozaiklerinden biri olan "Çingene Kızı" adlı mozaiği koleksiyonunda bulundurması ve birçok ödülü olması bakımından da önemli bir müzedir. Zeugma Mozaik Müzesi, görsel iletişim tasarımı ürünlerinin de etkisiyle modern sergileme tekniklerini kullanan bir müzedir (Görsel 11).



Görsel 11: Müzede Sergileme Örneği

Bunun yanı sıra, çocuk sanat atölyesi (Görsel 12) ve sinevizyon salonuna sahip olması, yeni teknolojileri etkili bir şekilde kullanması gibi özelliklerinden dolayı, ta-

nıtım başta olmak üzere, bilgi aktarımı ve eğitim açısından adından söz ettirmektedir. Ayrıca müzede 5 adet seminer ve konferans salonu, idari birimler, kütüphane, mozaik konservasyon merkezi ve geçici sergi alanları da bulunmaktadır.

Müzede ziyaretçilerle interaktif olarak iletişim kurmak amacıyla dijital canlandırmalara yer verilmektedir. Müze'nin giriş kapısının hemen solunda yer alan çocuk sanat atölyesi, müzeyi ziyarete gelen ailelerin müzeyi kendi başlarına inceleyebilmek için çocuklarını bırakarak, eğitmen eşliğinde oyalanabileceği bir alandır. Burası müze ziyareti sonrasında çocuklara yönelik, içerisinde çalışma yaprakları ve araç-gereçler kullanılarak bir dizi eğitim amaçlı uygulama programının gerçekleştirilebileceği bir alan olarak da yararlanılabilmektedir. Örneğine çok fazla rastlanılmayan bu tarz alanlar, müzeye gelen ziyaretçilerin çok farklı yaş düzeyindeki bireylere hizmet verebilme yaklaşımının bir göstergesidir.



Görsel 12: *Zeugma Müzesi Çocuk Sanat Atölyesi*

Müzede, müzedeki eserlerin olduğu koleksiyonlar incelenmeye başlanmadan önce müze girişinde üç boyutlu sinevizyon gösterimi yapılabilen bir mekânın tasarlanmış olması, ziyaretçilerin ilgi ve motivasyonunun arttırılması, merak duygularının uyandırılması ve bilgi verilmesi yönüyle müze eğitiminin amacının yerine getirilmesinde önemlidir. Bu mekânda müzeye gelen eserlerin nasıl, ne kadar zamanda, nasıl bir süreç sonucu, nereden çıkarıldığı, müzeye nasıl taşındığı ve müzeye nasıl yerleştirildiği? ile ilgili belgesellerin gösterilmesi, müze ziyaretçilerinin, müzedeki eserlerin ne kadar eşsiz ve değerli eserler olduğunu kavramalarına, hangi eserleri görebileceklerine ilişkin ön bilgileri elde edinmelerine, eserleri incelerken ön bilgilenmeden dolayı daha dikkatli incelemelerine yardımcı olacak, eserler hakkında daha fazla bilgi edinilmesinin de öğrenilenlerin akılda kalıcılığını arttırmaktadır. Belgesel, görme ve işitme gibi duyu organlarına aynı anda hitap ettiğinden, öğrenmeyi pozitif yönde destekleyen bir materyaldir.

Müzenin, bilgilendirme amaçlı tasarlanmış görsel ve işitsel kıokslardan (Görsel 13a) tutun da yönlendirme panolarına, etkili aydınlatma sistemine, özellikle çocuk-

ların bir arkeolog gibi kazı yaparak ve eğlenerek öğrenebileceği dokunmatik rehber ve bilgilendirme ekranlarına (touch-screen guıde and ınformatıon kıosk) (Görsel 13b) sahip olması; bir bölümü yurt dışına kaçırılan "Dıonysos ve Arıadne'nin Düğünü" mozaiği'nin interaktif sunumu vb. gibi ürünleri, onun son derece etkili ve yeni teknolojilerden de yararlanarak eğitim amaçlı kullanmasına olanak sunduğunu göstermektedir.



Görsel 13a: *Bilgilendirme Amaçlı Kıoks*

Araştırmacı tarafından müzeye gerçekleştirilen ziyaret de (2014), müze hakkında medyada yapılan haberler ve müze içerisindeki yeni teknolojilerden yararlanılarak oluşturulan görsel iletişim tasarımı ürünleri sayesinde, müzeye sadece yurt içinden değil yurtdışından da ziyaretçilerin geldiği gözlemlenmiştir. Ayrıca bu ziyaretçiler arasında özellikle öğrenci guruplarının çoğunlukta olması, müzede öğrenmenin öğrenciler açısından, Zeugma Mozaik Müzesi örneğinde etkili olduğunun farkına varıldığını göstermiştir.



Görsel 13b: *Dokunmatik Rehber ve Bilgilendirme Ekranları (touch-screen guıde and ınformatıon kıosk).*

Hafsa Sultan Şifahanesi Tıp Tarihi Müzesi (Manisa)

Hafsa Sultan Şifahanesi Tıp Tarihi Müzesi, Celal Bayar Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Rekreasyon Bölümü tarafından hazırlanan bir proje sonucunda oluşturulan ve Manisa Büyükşehir Belediyesi tarafından da desteklenen bir müzedir.

Kuruluş amacı arasında tarihin yaşanılarak öğrenilmesi hedeflenen müzede, 16.yy kostümleri, o dönemde tıp alanında kullanılan araç-gereç ve cihazlar, şifalı bitkiler, bazı hastalıkların tedavisinin nasıl gerçekleştirildiğinin canlandırıldığı animasyonlar;

mesir macunu yapımı, müzikle tedavi yönteminin uygulandığını gösteren mekân, o dönemde Manisa'da doktorluk yapan bazı insanların balmumundan yapılmış heykelleri yer almaktadır.

Hafsa Sultan Şifahanesi Tıp Tarihi Müzesi, görsel iletişim tasarımı ürünleri açısından değerlendirildiğinde, müzenin öne çıkan uygulamalarından birinin, bazı hastalıkların tedavisinin nasıl gerçekleştirildiğinin canlandırıldığı animasyonların hazırlatılmış olmasıdır (Görsel 14) denilebilir. Bilgi verme ve öğretim amaçlı hazırlanmış olan bu animasyonların olduğu mekânda, balmumundan heykellerin olduğu da görülmektedir (Görsel 15). Balmumu heykeller, o dönemdeki doktorların hastalarını nasıl bir ortamda ve ne gibi cihazlar yardımıyla tedavi ettiğini, birebir boyutlarda üç boyutlu bir şekilde göstermesi bakımından etkilidir.



Görsel 14: Tümörle Tedavi Yönteminin Canlandırıldığı Animasyon

Bu heykeller, dönemin hastalarının ve doktorlarının birebir boyutlarıyla algılanmasını kolaylaştırırken, animasyonlar ise ses, ışık ve görüntü gibi çoklu ortam kullanılarak tasarlandığı için, tedavinin gerçekte görülemeyecek kadar ayrıntılarını göstermesiyle çok öğretici, öğrenilenlerin de akılda kalıcılığını arttırmaktadır. Araştırma sürecinde yapılan gözlemlerde, müzeyi ziyaret edenlerin müze mekânını gezerken en çok önünde durdukları ve zaman harcadıkları görsel iletişim tasarımı ürünlerinden birinin, bazı hastalıkların tedavi edildiği sürecin canlandırıldığı animasyonun gösterildiği televizyon olduğu anlaşılmıştır.



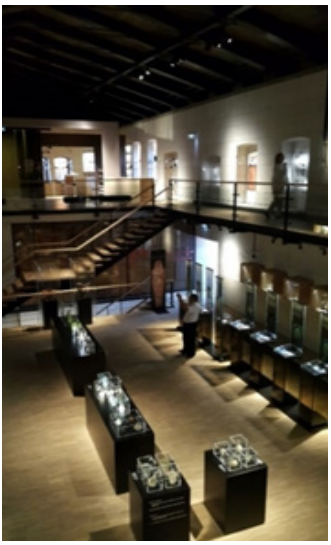
Görsel 15: Tümörle Tedavi Yönteminin Canlandırıldığı Animasyon

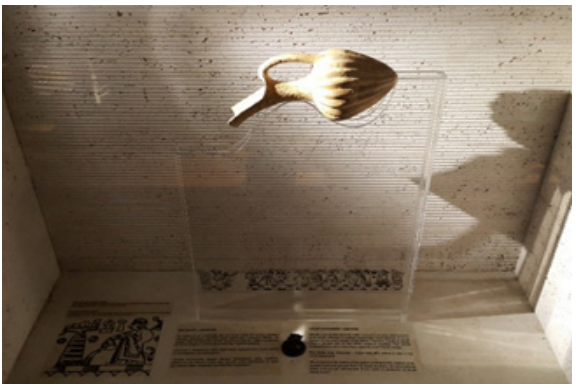
Dolayısı ile bu duruma göre, yeni teknolojiler ve buna bağlı olarak animasyon gibi görsel iletişim tasarımı ürünlerinin müzelerde kullanılmasının, ziyaretçilerin dikkatini çektiği, gerçekte algılanamayacak uygulamaların animasyonlar ile algılanabileceğini gösterdiği söylenebilir.

Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi (Ankara)

2015 yılında açılan müze, Yüksel Erimtan'ın çabaları ile kurulmuş özel bir vakıf müzesidir. İçerisinde eğitim bölümünün de olduğu müze, çok etkileyici ve yeni teknolojilerin kullanıldığı sergileme tekniklerine sahiptir. Ayrıca müzede, akıllı mobil müze rehberi, müzik dinletileri, eğitim amaçlı hikâyeler eşliğinde yoga veya beden dilinin kullanılmasını sağlayan etkinlikler ile arkeolojinin büyülü dünyası adlı eğitim programı başlığı altında (http://www.erimtanmuseum.org/) birçok eğitim amaçlı uygulama yapılmaktadır.

Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi, görsel iletişim tasarımı ürünleri açısından değerlendirildiğinde, özellikle sergileme tasarımı (Görsel 16, a-b) ve buna bağlı olarak sergilemeyi ve bilgi aktarmayı amaçlayan görsel iletişim tasarımı ürünleri bakımından son derece etkileyici ve öğretici olduğu saptanmıştır. Buna göre Görsel 16a.da da görülebildiği gibi, bir ürün teşhir edilirken, ürün hakkında hem görsel hem de yazılı verilen bilgi, ziyaretçilerin birçok merakını giderebilecek bir anlayış ile tasarlanmıştır. Tören esnasında sunum kabı olarak kullanılan testi hakkında verilen yazılı bilgi yanında eserin bir tören esnasında nasıl kullanıldığını gösteren çizgisel betimleme, öğretim açısından etkili bir eğitim materyaline dönüştürülmüştür.

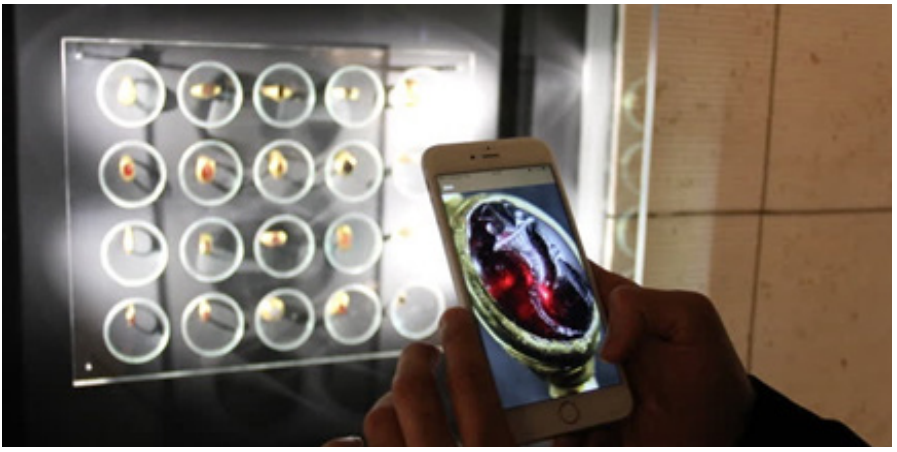




Görsel 16a: *Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Eser Teşhiri ile Görsel İletişim Tasarımı Ürün Örneği*

Görsel 16b: Müzeden Genel Görünüm

Yine bu sergileme teknikleri içerisinde artırılmış gerçeklik uygulamaları ile ziyaretçiler, mobil cihazlar yardımıyla (Görsel 17) eserleri üç boyutlu olarak izleyebilmekte ve isterlerse onlar hakkında sesli, görüntülü ve yazılı bilgi edinebilmektedirler. Bu uygulama ile bir müze rehberine ihtiyaç duyulmadan "akıllı mobil müze rehberi" sayesinde, bilgi edinme ve öğrenme gerçekleşmiş olabilmektedir. Uygulama ile müzenin mobil ortamda var olması sağlanarak adres, konum, iletişim bilgileri, açılış-kapanış saatleri, giriş ücretleri, müze planı gibi pratik bilgiler hakkında ziyaretçilere bilgi verilebilmektedir.



Görsel 17: *Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Akıllı Müze Rehberi Uygulama Örneği*

Akıllı mobil müze rehberi sayesinde ziyaretçiler, seslendirilmiş içeriği telefonlarından kulaklık gibi ilave bir aksesuara gereksinim duymadan dinleyebilmekte, kendi kulaklıklarını kullanarak da hijyen problemi ortadan kaldırılmış olmaktadır. Bunun yanı sıra birçok müzede ziyaretçiler, vitrinlerdeki eserlerin yanında sunulan sınırlı bilgi ile yetinmek durumunda kalırken, uygulama sayesinde yüksek çözünürlüklü fotoğraf ve videolarla çok daha fazla içeriğe ulaşılabilmekte, yüksek çözünürlükteki fotoğraflar sayesinde eser üzerindeki en küçük detaylar ve figürler bile incelenebilmektedir. Ayrıca eserler üç boyutlu izlenebildiği için onların ayrıntıları da görülebilmektedir (Çelik, 2016).

Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi'nin artırılmış gerçeklik uygulaması sayesinde yukarıda belirtilen avantajları sunması yanında, "harita görünümü ile katta hangi eserler olduğu da görebilmektedir. Böylece ziyaretçinin müzedeki konumunun belirlenmesi ve ziyaretini daha efektif yapması sağlanabilmekte ve uygulamayla ziyaretçiler deneyimlerini sosyal medya uygulamalarından kolayca paylaşabilmekte; ziyaretçilerin müze içindeki davranışları takip edilebilmekte, en çok ilgi gören eser, ziyaretçilerin gezi rotası, ortalama geçen süre gibi önemli istatistikler tutulabilmekte ve ayrıca uygulama içinde anket özelliği ile ziyaretçilerden kolay şekilde geri bildirim alınabilmektedir (Çelik, 2016).

Akıllı rehber gibi yeni teknolojiler ve buna bağlı görsel iletişim tasarımı ürünleri, öğrenmede zaman problemini ortadan kaldırması, etkileşimli ve istenildiğinde bireysel öğrenmeyi sağlaması, geniş kitlelere çok hızlı ve etkili bir şekilde ulaşılmasına olanak sunması, durağan ve sığ olan bilgi yerine çok daha fazla bilgiyi çoklu ortam tasarımlarını kullanarak verebilmesi vb. gibi avantajlar, müze eğitimi, bilgilendirme ve tanıtım açısından ne kadar etkili olduğunu göstermektedir.



Görsel 18: *Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Fresk Eser*

Müzedeki diğer bir görsel iletişim tasarımı ürünü ise, müzenin giriş kısmının karşısındaki duvar önündeki fresk'dir (Görsel 18). Bu fresk'e ilk bakıldığında hareketsiz durduğu düşünülebilir, ancak biraz bekledikten sonra freskin ortasına ve alt kısmına yakın gelen bir yerinde (sehpanın üst kısmı, bardaklar ve bayan eli) içerisinde yer alan bazı figür ve nesnelerin hareket ediyor olduğu görülebilmektedir.

Bu uygulama, ziyaretçilerin dikkatlerini üzerine çeken ilginç ve özgün bir iletişim tasarımı ürününe dönüşmektedir. Özellikle bu freskin özgün olması, günümüz teknolojilerinden olan dijital ekranlardan yararlanılarak hareketli görüntüye dönüştürülmesi, müze eğitimi açısından çok önemli bir sürece işaret etmektedir. Eserin ortasında ve alt kısmında yer alan ancak bütünün parçası gibi görünen ekran sayesinde, istenilen canlandırma yapılmakta ve durağan olan freskin hareketli olması sağlanarak görsel etkisi arttırılmaktadır. Bu da öğrenmeyi daha etkili kılmaktadır.





Görsel 19: *Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Koleksiyonundan Cam Eser*

Müzenin, yeni teknolojilere bağlı olarak görsel iletişim tasarımı ürünlerini kullandığı bir başka örnek ise, eserlerin sergilendiği nişin aynı zamanda bir monitör olmasıdır (Görsel 19). Ziyaretçiler eserleri incelerken aynı anda o eserin nasıl üretildiğini gösteren bir belgesel eseri koruyan ve cam gibi görünen ekranın köşesinde izlenebilmektedir.

Bu sergileme biçimi, eserin ve eseri üreten sanatçısının değerini anlamayı sağlamasının yanı sıra, eserin nasıl üretildiğine ilişkin süreci göstererek bilgi aktarmayı da gerçekleştirmektedir. Ayrıca, bir rehbere ihtiyaç duyulmadan müze eğitimi amacının bir kısmı bu uygulama ile kazanılmış olmaktadır. Bu uygulamaların ilgiyi çektiği ve aynı anda birçok duyu organına hitap ettikleri için, özellikle genç bireyler üzerinde öğrenme açısından avantajlar sağlayabildiği söylenebilir.

Tartışma ve Sonuçlar

Müze, içerisinde arkeolojik kazılarda çıkartılan eserlerden tutun da, günümüz bilim dünyasının yeni teknolojilerinin sergilendiği, hatta bal müzesi gibi çok özel konu ve koleksiyonları barındıran bir kurumdur. İşlevlerine bakıldığında ise müzelerin, hem kamu hem de sivil toplum kuruluşlarının birçoğunun misyonunu üstlendikleri ya da onlara destek verdikleri anlaşılmaktadır: "Eğitim, bilgilendirme, tanıtım ve sergileme" bu misyonlardan bazılarıdır.

Müzelerin eğitim işlevi, eser veya ürünleri üzerinden müzede doğrudan yerine getirilebildiği gibi, müze öncesi okul veya kurumlarda, müze sonrası gezici müze kamyonları veya tatil beldelerinde geniş halk kitlelerine ulaşılarak da gerçekleştirilebilmektedir. Ancak bunların en etkili ve anlamlı olanın müzede gerçekleştirilen eğitim uygulamaları olduğu söylenebilir.

Şimdilerde müze eğitimi, özellikle de müzede eğitimin önemi resmi olarak da kabul edilmiştir. Milli Eğitim Bakanlığı'nın ders öğretim programları incelendiğinde müze eğitimine yer verildiği görülebileceği gibi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanı Sn. Prof. Dr. Nabi AVCI'nın "…müzeleri öncelikle bir eğitim alanı olarak görüyoruz. Bu kapsamda yakın bir zamanda MEB ile bakanlığımız bir protokol imzalayacak. Böylece müzelerimiz çocuklarımızın, öğrencilerimizin ve gençlerimizin eğitiminin bir parçası haline gelecek. Çok yararlı olacağını şimdiden söyleyebilirim…" (http://akademisyenler.org) ifadelerinden de anlaşılmaktadır.

Müze eğitiminin önemi bu derece vurgulanıyor ve ders öğretim programlarına girmesine, hatta ders olarak okutuluyor olmasına rağmen, acaba müzelerimiz buna hazır mıdır?. Sorusunu akla getirmektedir. Bu araştırmanın bulgular kısmında da irdelenen Zeugma Mozaik Müzesi, Hafsa Sultan Şifahanesi Tıp Tarihi Müzesi, Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi ile Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Bursa Kent Müzesi, MTA Müzesi, Aydın Yeni Arkeoloji Müzesi, Batman Müzesi, Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi, Tokat Arkeoloji ve Etnografya Müzesi vb. gibi Türkiye'de yeni teknolojilerini ve görsel ile-

tişim tasarımı ürünlerini kullanan donanımlı müzeler vardır. Bu ürünlerin bir kısmı, müzedeki eserlerin sergileme biçimleriyle ilgilidir. Bu müzelerdeki sergileme yaklaşımlarının dikkat çekici ve etkili olması, müzedeki eser, obje ve ürünlerin kısa sürede fark edilmelerini sağlamakta, bilginin elde edilmesini ve anlaşılmalarını kolaylaştırmaktadır. Ancak Türkiye'deki müzelerin çoğunun buna hazır olmadığı söylenebilir. Özellikle de teknolojinin getirdiği yenilik ve kolaylıklar, müze içi eğitim materyali ve görsel iletişim tasarımı ürünlerinin varlığı, sergileme biçimlerinin etkililiği Türk müzelerinin birçoğunun sahip olmadığı bir durumdur. Bu olgu aslında Dünya'nın birçok ülkesindeki müzelerde de böyledir. Fakat Türkiye'de bireylerin birçok alanda (internet, cep telefonu vb.) teknolojiyi ve buna bağlı olan ürünlerini yoğun kullanabilen ülkelerden biri olması nedeniyle, müzelerin buna göre kendilerini yenilemelerinin bir gereksinim olduğu ifade edilebilir. Çünkü "teknolojik araçlar öğrencileri yüksek seviyeli aktif öğrenmenin içine sokarak öğrenmeyi daha da kolaylaştırır. Bilgiye daha hızlı ulaşabildiklerinden ve bu bilgiyle birçok şey yapmalarını sağlayan yazılımlar kullanabildiklerinden, öğrenciler eleştirel düşünebilir, analiz edebilir ve uygulama yapabilirler" (Silberman, 20016, 114). Ayrıca araştırmada elde edilen bulgulara göre, müzede yeni teknolojiler ve buna bağlı olarak hazırlanan görsel iletişim tasarımı ürünleri, müze ve müzedeki eserlere olan ilgiyi arttırmakta, eserler hakkında daha fazla bilgi edinmeyi kolaylaştırmakta, hatta bu bilgilerin sesli, görüntülü ve yazılı olarak elde edilebilmesini sağlamaktadır. Yüksek çözünürlüklü fotoğraflar sayesinde eserlerin üzerindeki detaylar (sembol, figür vb.) görülebilmekte, eserler üç boyutlu olarak izlenebildiği için eserlerin görünmeyen yönleri de algılanabilmekte, bu uygulama ile ziyaretçiler bir müze rehberine ihtiyaç duymadan akıllı rehber sayesinde müzenin hangi katında veya bölümünde hangi eserin yer aldığı bilgisini kolaylıkla edinilebilmektedir. Örneğin Oxford Üniversitesi Tabiat Tarihi Müzesi'nde bir fil iskeleti sergilenirken, artırılmış gerçeklik uygulaması ile "3b'de kameralı bir aracın çevreyi algılayıp haritasını çıkarma görüntüleri sunulmakta; kullanıcıya fil kemiklerinin üzerine, önceden hazırlanmış, filin gerçeğine en yakın bilgisayar modellemesi dijital olarak yerleştirilmekte, böylelikle kullanıcı filin kemiklerini gerçek görüntüde müzede incelerken (3c), aynı zamanda taşınabilir bir tablet sayesinde de filin olası 3 boyutlu modellemesini dijital olarak izlenebilmektedir (3d). Kemikler ulaşabildiği en yakın konumdan detaylı olarak fark edilebilirken, dijital görüntü de yakınlaştırılarak istenilen orantıda büyüterek incelenebilmektedir" (Tepecik ve Koray, 2016, 102).

Bunun yanı sıra interaktif eser sunumları gibi farklı iletişim tasarımı uygulamaları, özellikle küçük yaştaki bireylerin oyun yoluyla öğrenmesine olanak vermekte; müzeye gelmeden önce müzenin internet sitesindeki veya müzeye gelince üç boyutlu videovizyon görüntüleri sayesinde müzenin hem tanıtımına katkı sağlanmakta hem de ziyaretçilerin ön bilgiler edinerek öğrenmeye daha istekli olmalarına ve öğrendiklerinin akılda kalıcılığına katkı yapılabilmektedir. Ayrıca bireyler öğrendiklerini ve kayıt altına aldıklarını, sosyal paylaşım mecrasında paylaşabilmekte, bu da müzenin tanıtımına yardımcı olmaktadır. Dolayısı ile yeni teknolojiler ve buna bağlı olarak tasarla-

nan görsel iletişim tasarımı ürünleri, bir müze için vazgeçilemeyecek inovatif yaklaşımlardan biridir. Bundan dolayı müzelerin eğitim, tanıtım ve bilgilendirme boyutunu yerine getirebilmesi için, başta müzelerin yöneticileri olmak üzere, üniversiteler, güzel sanatlar ile sanat ve tasarım fakülteleri, il özel idareleri, kalkınma ajansları, il valilikleri, milli eğitim müdürlükleri ve sivil toplum kuruluşları; işbirliği protokolleri, projeler ve teşvik uygulamaları gerçekleştirmelidirler. İlgili bakanlık ve kurumlar bu konuda yapılan çalışmaları desteklemelidirler. Güzel Sanatlar ile Sanat ve Tasarım Fakülteleri Grafik, Grafik Tasarım ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümleri'nde müze eğitimi, bilgilendirme ve tanıtım içerikli ders açılmalıdır. Bu ders kapsamında müzelerin ihtiyaç duyduğu ürünler hakkında bilgi verilmeli, Dünya'daki ve Türkiye'deki müzeler incelenmeli ve bunlara yönelik ürün tasarımları yapılmalıdır.

Kaynakça

ABACI, Oya (1996). **Müze Eğitimi**. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Sanatta Yeterlilik Tezi), *İstanbul.*

ADIGÜZEL, Ömer (2006). "Okul Dışında Farklı Bir Öğrenme Ortamı Olarak Çocuk Müzeleri", Eğitim Bilim Toplum, Cilt 4, Sayı 14. ss. 32-41.

ADIGÜZEL, Ömer ve Faruk ÖZTÜRK (1999). "Türk Eğitim Düşüncesinde Okul Müzesinden Müze Pedagojine Değişim". Eğitim Bilim/Education and Science, 14 (114), ss.73-81.

AKMEHMET, Kadriye Tezcan (2003). Eğitim Ortamı Olarak Müzeler. Yay. Haz. Kadriye Tezcan AKMEHMET. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi.

AKMEHMET, Kadriye Tezcan (2015). Müzeler ve Eğitim. Müzecilik ve Sergileme. Anadolu Üniversitesi Yayını No:2958, Ankara.

ALAKUŞ, Ali Osman ve Levent MERCİN (2011). Sanat Eğitimi ve Görsel Sanatlar Öğretimi. Ankara: Editörler: ALAKUŞ, Ali Osman ve Levent MERCİN, Pegem Akademi, (2009). (2011) 2. Baskı.

ATA, Bahri (2002). Müzelerle ve Tarihi Mekânlarla Tarih Öğretimi: Tarih Öğretmenlerinin "Müze Eğitimine" İlişkin Görüşleri. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara.

ATAGÖK, Tomur (2000). "Müzelerin Geçmişi, Bugünü ve Geleceği". Sanat Dünyamız Dergisi, (80), ss. 83-93.

AYDOĞAN, Kibar Evren Bolat (2017). Museum Education and Practices Course in The Context of the Visual Arts Teacher Candidates' Opinions. AJESI - Anadolu Journal of Educational Sciences International, 2017; 7(1): ss. 72-106.

BUYURGAN, Serap (2002). Programlı Bir Müze Ziyareti ve Sonrasında Uygulama Örneği. Gazi Üniversitesi I. Sanat Eğitimi Sempozyumu Bildirileri İçinde, Ankara: Gazi Üniversitesi, 08-10 Mayıs, ss.105-118.

BUYURGAN, Serap (2009a). "Görme Yetersizliği Olan Üniversite Öğrencilerinin Müzelerden Beklentileri". Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri/Educational Sciences: Theory & Practice, 9/3 Yaz/Summer 2009, ss. 1167-1204.

BUYURGAN, Serap ve Halil DEMİRDELEN (2009b). "Total Kör Bir Öğrencinin Öğrenmesinde Dokunma, Hissetme ve Müze". Türk Eğitim Bilimleri Dergisi Yaz 2009, 7(3), ss.563-580.

BUYURGAN, Serap ve Levent MERCİN (2010). Görsel Sanatlar Eğitiminde Müze Eğitimi ve Uygulamaları. Ankara: Editör: Vedat ÖZSOY, Görsel Sanatlar Eğitimi Derneği Yayınları (2005). (2010) 2. Baskı.

BÜLBÜL, Handan (2016). "Müze ile Eğitim Yoluyla Ortaokul Öğrencilerinde Kültürel Miras Bilinci Oluşturma". ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD), 6 (3), ss. 681-694. http://ijaedu.ocerintjournals.org/odusobiad/issue/26332/280084.

DİLLİ, Rukiye (2014). "Doğa Tarihi Müzelerinin Eğitimdeki Rolü". Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sayı 40, Nisan 2014 81. ss. 81-96.

DİLLİ, Rukiye (2016). Conducting Museum Education Activities Within The Context Of Developing A Nature Culture In Primary School Students: MTA Natural History Museum Example. Volume 11, Issue 2, ss. 75-84. DOI: 10.12973/ijese.2016.292a

ERBAY, Fethiye (2001). "Sanat Eğitiminde Müze ve Sanat Galerinin Önemi". Türkiye'de Sanat Plastik Sanatlar Dergisi, (48) Mart/Nisan, ss.26-29.

ERİŞTİ, Suzan Duygu Bedir (2016). Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı. Ankara: Pegem Akademi Yayınları, 1. Baskı.

GÜLER, Ayşe (2011). "Elementary Education Online". İlköğretim Online, 10 (1), ss.169-179.

HARRISON, Molly (1963). Eğitim ve Müzeler. **Müzelerin Teşkilatlanması- Pratik Öğütler,** UNESCO ICOM Türkiye Milli Komitesi Yayınları, ss.109-119.

İLHAN, Ayşe ÇAKIR ve Ayşe OKVURAN (Mart 2001). "Bir Eğitim Ortamı Olarak Müze ve Müze Çalışmaları". Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Anadolu Sanat Dergisi, (11), ss.86-93.

İLHAN, Ayşe Çakır, Müge ARTAR, Ayşe OKVURAN ve Ceren KARADENİZ (2012). Müze Eğitimi Etkinlik Kitabı. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, UNDP, UNESCO, UNICEF ve UNDW-TO İşbirliği Projesi yayınları

MACCARIO, Nihal, K. (2005). Eğitim Ortamı Olarak Müzeler. Vedat ÖZSOY (Ed). İlköğretim Sanat Eğitimi Kuramları ve Yöntemleri. Ankara: Görsel Sanatlar Eğitimi Derneği Yayınları. ss.114-138.

MERCİN, Levent (2003). "Kültür ve Sanat Değerlerinin Yaşatılmasında Müzelerin Rolü'', www.e-sosder.com. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (Electronic Journal of Social Science). Sayı, 6. ss.106-114.

MERCİN, Levent (2004a). ''*İlköğretim Okullarında Sanat (Resim) Eğitimi Derslerinde Müzelerden Yararlanılmasına İlişkin Uygulamalar.*'' Eğitim Araştırmaları Dergisi (Eurosion Journal of Educational Research), Ankara. Yıl: 4, Sayı: 14. s: 124-135.

MERCİN, Levent (2004b). "Okul Öncesi Dönem Çocuk Eğitiminde Sanat Eğitimi ve Müzeler", Gazi Üniversitesi "Erken Çocukluk Döneminde Sanat Sempozyumu". Ankara, 2-3 Aralık. ss. 60-68.

MERCİN, Levent (2006). Resim Dersini Müze Kaynaklı Oluşturmacı Öğrenme Yaklaşımı Etkinliklerine Göre Uygulamanın Erişiye, Kalıcılığa ve Tutuma Etkisi. Gazi Üniversitesi eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

MERCİN, Levent (2007). Mevlana Müzesi'nin Mevlana'yı Anlamadaki Rolü. Sarı Saltuk Baba'dan Misgin Baba'ya II. Uluslar Arası Romanya'da Türk Kültürü'nün İzleri Sempzoyumu ve Kültür-Sanat Etkinlikleri. Romania-Constanta (Köstence), 03-08 Eylül. (2007), ss.327-340.

MERCİN, Levent. ve Diğerleri (2016). Sosyal Bilgiler Öğretimi. Ankara: Anı Yayıncılık. Bölüm Yazarı. Editör: Selçuk ŞİMŞEK (Mart 2016), ss. 273-305.

ONUR, Bekir. (1999). **Müze ve Galeri Eğitimi.** Ankara: Ankara Üniversitesi Çocuk Kültürü Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları.

ONUR, Bekir (2012). Çağdaş Müze Eğitim ve Gelişim: Müze Psikolojisine Giriş. 2. Baskı. İmge Kitabevi Yayınları, İstanbul.

ONUR, Bekir (2013). Müze ve Oyun Kültürü. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

ÖNDER, Alev; Oya ABACI ve Işık KAMARAJ (2009). "Müzelerin Eğitim Amaçlı Kullanımı Projesi": İstanbul Arkeoloji Müzesi'ndeki Marmara Örneklemi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi Yıl 2009 (1) 25. Sayı. ss. 102-117.

ÖZSOY, Vedat ve Levent MERCİN (2003). "Sanat (Resim) Eğitiminde Müzelerin Kullanılmasında İlgili Kurum ve Kuruluşların Karşılıklı Görev ve Yükümlülükleri", Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, Ankara. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınları. Cilt 1, Sayı: 3. ss.303-318.

ÖZSOY, Vedat. (2002). "Sanat (Resim) Eğitiminde Müze ve Okul İşbirliği ve Müzeye Dayalı Bazı Öğretim Yöntemleri". Milli Eğitim Dergisi, ss. 153-154.

ÖZTÜRK, Ferda ve Ayşe Çakır İLHAN (2014). Study of the Objects Related To Music Culture In The Archeological Museums In Turkey And Music Education In Museums. İlköğretim Online, 10 (3), ss. 1202-1207.

Fersun ve Serçin BAYKAL (2000). Müze Pedagojisi: Kültür, İletişim ve Aktif Öğrenme Ortamı Olarak Müzelerin Etkinliğine İlişkin Bir Çalışma. Müzecilikte Yeni Yaklaşımlar Küreselleşme ve Yerelleşme, Tarih Vakfı.

SİLBERMAN, Mel (20016). Aktif Öğretim. Çev. Ed: Nurdan KALAYCI. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

TEPECİK, Adnan (2008). Sanat Eğitimi ve Sanal Müze. Geçmişten Geleceğe Türkiye'de Müzecilik Sempozyumu Bildiri Kitabı, 21-22 Mayıs 2007, (s.233-240). Ankara: VEKAM Yayınları.

TEPECİK, Adnan ve Ezgi TORAMAN KORAY (2016). *Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları İçerisinde Animasyon Kullanımı*. Görsel İletşim Tasarımı ve Animasyon. Ed: Levent MERCİN. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

TUNA, Yavuz ve Diğerleri (2012). İletişim. Ed: İzlem VURAL. Ankara: Pegem Akademi Yayınları, 1. Baskı.

YÜCEL, Hüda (2012). Üstün Yetenekli Çocukların, Çok Alanlı Sanat Eğitimi Yöntemini Kullanarak Sanat Tarihi Alanında Gerçekleştirdikleri Müze Gezisinin Sanatsal Uygulamalarına Etkisi". Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 2 (2): ss. 63-101.

http://www.arkeolojikhaber.com/haber-muzelerde-tarihi-eserleri-3-boyutlu-gorme-imkani-663/ Necip Fazıl ÇELİK, (2016). (Erişim Tarihi: 08.11.2016)

Görsel 1: http://www.louvre.fr/en/museum-audio-guide adresinden (Erişim Tarihi: 18.01.2017)

Görsel 2-3: http://www.louvre.fr/en/clefs-analyse adresinden (Erişim Tarihi: 08.01.2017)

http://akademisyenler.org/muzeler-egitim-alani-olacak/ (Erişim Tarihi: 22.12.2016)

Görsel 17: http://www.arkeolojikhaber.com/haber-muzelerde-tarihi-eserleri-3-boyutlu-gorme-imkani-663/ (Erişim Tarihi: 08.11.2016)

http://www.erimtanmuseum.org/index.php/tr/egitim.html (Erişim Tarihi: 18.01.2017)