

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANASANAT DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**SERGİLEME TASARIMINDA YENİ
YAKLAŞIMLAR VE BİR PROJE ÖNERİSİ**

Hazırlayan
Ziyacan BAYAR

Danışman
Yrd. Doç. Tuğcan GÜLER

İZMİR - 2011

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Sergileme tasarımında yeni yaklaşımlar ve bir proje önerisi” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

06/12/2011

Adı SOYADI

Ziyacan BAYAR

İmza

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü'nün/...../..... tarih vesayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'ninmaddesine göre Grafik Anasanat Dalı öğrencisi Ziyacan Bayar'ın Sergileme tasarımında yeni yaklaşımlar ve bir proje önerisi konulu tezi/projesi incelenmiş ve aday .../.../2011 tarihinde, saat ' da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini/projesini savunmasından sonra dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin/projeninolduğuna oy.....ile karar verildi

BAŞKAN

(ÜYE)

(ÜYE)

YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ

TEZ/PROJE VERİ FORMU

Tez/Proje No: Konu Kodu: Üniv. Kodu:

· Not: Bu bölüm merkezimiz tarafından doldurulacaktır.

Tez/Proje Yazarının

Soyadı: BAYAR

Adı: Ziyacan

Tezin/Projenin Türkçe Adı:

Sergileme tasarımında yeni yaklaşımlar ve bir proje önerisi

Tezin/Projenin Yabancı Dildeki Adı:

A new approaches in exhibition design and an application

Tezin/Projenin Yapıldığı

Üniversitesi: D.E.Ü. Enstitü: G.S.E. Yıl: 2011

Tezin/Projenin Türü:

Yüksek Lisans: ☒

Dili: Türkçe

Doktora: ☐

Sayfa Sayısı: 126

Tıpta Uzmanlık: ☐

Referans Sayısı: 54

Sanatta Yeterlilik: ☐

Tez/Proje Danışmanlarının

Ünvanı: Yrd. Doç.

Adı: Tuğcan

Soyadı: GÜLER

Türkçe Anahtar Kelimeler:

1-Grafik Tasarım

2-Sergileme Tasarımı

3- Etkileşimli tasarım

İngilizce Anahtar Kelimeler:

1- Graphic Design

2- Exhibition Design

3- Interaction Design

Tarih: 06 / 12 / 2011

İmza:

Tezimin Erişim Sayfasında Yayınlanmasını İstiyorum Evet ☒

Hayır ☐

ÖZET

Göstermek, biriktirmek ve paylaşmak eylemleri en erken dönemlerden bu yana insanoğlunun vazgeçilmezi olmuştur. Bunların yanı sıra biriktirme ve gösterme dürtüsü, bilginin aktarılması ve saklanması adına insanlık tarihi boyunca oldukça önemli bir görev üstlenmiştir. Konunun grafik tasarım ve onun tarihi ile kesiştiği noktada ise, var olan bu bilgi birikiminin düzenlenmesi, yönetilmesi ve hatta yorumlanması ön plana çıkmaktadır. Bu noktada grafik tasarım yeni bir çalışma disiplini, Sergileme Tasarımı ile buluşmuştur.

“Sergileme tasarımında yeni yaklaşımlar ve bir uygulama” adlı tez çalışması, grafik tasarımın, batı ülkeleri için genç, ülkemiz için ise yeni olan bu alanı üzerine genel bir bakış sunmaktadır. Konunun derinlikli ve sağlıklı çerçevelendirilmesi, kavranması adına ilk olarak sergileme eylemi ve eylemin tarihi üzerine araştırmalar sunulmuştur. Daha sonra tezde sergileme eylemi bir tasarım ürünü olarak ele alınmış ve sınıflandırılmıştır. Bununla birlikte tez içerisinde sergileme tasarımı ve grafik tasarım alanı arasındaki ortak bağlar incelenmiş, sergileme tasarımı disiplini içerisinde grafik tasarımcının rolü araştırılmıştır. Bu noktada tez, dünya üzerindeki konu adına seçilen örnekleri detaylı bir biçimde sınıflandırarak incelemiştir.

Son bölümünde çalışma sergileme projelerinin tasarım aşamalarını incelemiş, sergileme tasarımının güncel durumu ve yenilikçi yaklaşımları üzerine saptamalarda bulunmuştur.

ABSTRACT

Representing, collecting and sharing are the irrevocable behaviours since the history of man. Moreover, through the history, this behaviours are transformed to symbols of power and status. Besides them, collecting and representing impulses had an important role about reserving and transferring the information through the history of man. About this subject, that is the point overlaps the graphic design and it's history is arranging and managing this huge amount of information. At this point graphic design meets a new area named Exhibition Design.

In this thesis named, "A new approaches in exhibition design and an application", submitting a general view of this area which known as "young" at western countries, and which known as a "new" at Turkey. In order to make a immerse and well framing about subject, firstly, thesis present its researchings about exhibiting, and exhibition design history. After that, thesis approaches a exhibiting behaviour as a design discipline and classify it. Also thesis researches and addresses the position of graphic designers within the exhibition design field. At this point, through this subject, project researches and shows the succesfull examples around the world.

At the last part, project studies about the process of exhibition design. Also at this part, thesis determines the contemporary design innovations about exhibition design, and looks forward about the future of this area.

ÖNSÖZ

Lisans öğrenimimin son senesi olan 2007 yılında Prof. Dr. H. Yakup Öztuna'nın Çağdaş Grafik Tasarım Tarihi dersi kapsamında verdiği tasarımcı araştırmalarından biri grafik tasarım hayatım adına bir dönüm noktası niteliği taşıdı. Ruedi Baur adlı tasarımcı ve onun çalışmaları ile tanışmam esasında grafik tasarıma ne kadar dar bir alandan baktığımı bana fark ettirdi.

Bir sonraki sene, yani 2008 yılının ilerleyen aylarında Yrd. Doç. Tuğcan Güler'in *Grafik tasarımda yeni bir alan: Bilgilendirme tasarımı ve bir uygulama* adlı tez çalışması, Ruedi Baur ismiyle kafamda dönen tasarım fikirlerini adeta rayına soktu. Başarılı ve çok yönlü bir çevresel grafik tasarımcı vasıtasıyla tanıştığım ve öz tasarım bilgim ile tam olarak konumlandıramadığım bu yeni alan, *sergileme tasarımı* olarak dağarcığıma yerleşti ve mesleki kariyerimin bir hedefi haline dönüştü.

Bu anlamda verdiği değerli bilgiler ile tasarım hayatımı farklı bir yöne aktaran Prof. Dr. H. Yakup Öztuna'ya ve tez danışmanlığımı da üstlenen, bana değerli vaktini sorgusuz ve sualsiz olarak fazlasıyla ayıran, konum üzerinde Türkiye'deki tek uzman olarak nitelendireceğim değerli hocam Yrd. Doç. Tuğcan Güler'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Sizin yönlendirmeleriniz olmadan ne bu kadar kısıtlı kaynakların bulunduğu bu alanda araştırma yapabilir ne de bu araştırmalarımı yüksek lisans tezi olarak sunabilirdim. Değerli hocalarım ile ileride meslektaş olarak konu üzerine daha derin araştırmalar yapabilmeyi umduğumu da belirtmek istiyorum.

Tez sürecinde özellikle Türkçe kaynak bulma konusunda yaşadığım zorluğu aşmamda yardım eden değerli hocam Öğr. Gör. Ömer Durmaz'a gerek kendi yayınlarını gerekse de kütüphanesini benimle paylaştığı için teşekkürlerimi sunmak isterim.

Tezim, gerek süreci, gerekse de araştırma aşamasının zorluğu nedeni ile oldukça çetin geçti Bu zorlu süreçte beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan ve desteklerini her zaman hissettiğim aileme sonsuz teşekkürlerimi sunmak isterim.

Akademisyenlik yolunda bu zorlu süreç içerisinde bana verdikleri bu karşılıksız ve büyük desteğe karşılık, her ne kadar az da görsem, tez çalışmamı aileme armağan etmek isterim.

Tüm bunların yanında hem yakın bir dostum, hem de tez süresince bir meslektaşım olarak yorumlarını ve bilgisini benden esirgemeyen Burhan Şohoğlu'na, çok disiplinlikten defalarca bahsettiğim tez araştırmalarım içerisinde, uygulama projesinde bana araştırmalarımı deneyimleme şansı veren ve eksiksiz bir çalışma ortağı olan mimar Burcu Seba'ya sonsuz teşekkürlerimi sunmak isterim. Siz olmasaydınız bu süreç çok daha zorlu olurdu.

Son olarak mesleki ve akademik hayatımı üzerine kurmak istediğim bu dal üzerinde kendi alanımda konu üzerine öncü araştırmalardan birini yapmış olmaktan gurur duyduğumu belirtmek isterim. Umarım çalışmam sergileme tasarımı adına ileriki akademik ve pratik çalışmalar için bir ışık niteliği taşır ve rehber görevi görür.

Ziyacan BAYAR

İÇİNDEKİLER

SERGİLEME TASARIMINDA YENİ YAKLAŞIMLAR VE BİR PROJE ÖNERİSİ

YEMİN METNİ.....	ii
TUTANAK.....	iii
YÖK DÖKÜMANTASYON FORMU.....	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ	vii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR LİSTESİ	xiii
RESİM LİSTESİ	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SERGİLEME EYLEMİNİN TANIMLANMASI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1 Sergileme eyleminin tanımlanması	7
1.2 Erken sergileme örnekleri	8
1.2.1 İlk gösterme alanları: Gizemli Eşyalar Sandığı	10
1.2.2 Seçkinlerin yapılarından halka açık sergilere	12
1.3 Modern dönem sergicilik algısı: Beyaz Küp (White Cube), Dünya Fuarları (EXPO'lar) ve Union des Artistes Modernes (UAM toplantıları).....	19

1.3.1 Beyaz K�p (White Cube) Stili.	19
1.3.2 Dünya Fuarları ve sergileme tasarımı adına getirileri.	22
1.4.1 Osmanlı dönemi sergicilik anlayışı.....	33
1.4.2 Cumhuriyet dönemi:	35

İKİNCİ BÖLÜM

BİR TASARIM DİSİPLİNİ OLARAK

SERGİLEME TASARIMI

2.1 Sergileme tasarımının bir tasarım alanı olarak konumlandırılması.....	41
2.2 Sergileme tasarımında sınıflandırmalar.....	44
2.2.1 Kalıcı sergileme tasarımları	45
2.2.2 Geçici sergileme tasarımları	53
2.3 Disiplinler arası bir tasarım dalı olarak sergileme tasarımı	57
2.4 Sergileme tasarımı içerisinde grafik tasarımcının rolü.....	62

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÜNÜMÜZDE SERGİLEME TASARIMI PROJELERİNİN YAPISI

VE TASARIM AŞAMALARI

3.1 Bir sergileme projesinin aşamaları ve tasarım yönetimi	65
3.2 Sergileme projelerinde tasarım planlaması.....	69

3.3 Bitgood üzerinden sergileme tasarımı yaklaşımları.....	70
3.3.1 Konu odaklı yaklaşım.....	70
3.3.2 Estetik odaklı yaklaşım.....	70
3.3.3 Haz odaklı (hedonistik) yaklaşım.....	70
3.3.4 Gerçekçi (realistik) yaklaşım.....	70
3.3.5 Aktif katılımlı yaklaşım.....	70
3.3.6 Sosyal etkileşimli yaklaşım.....	71
3.3.7 Bireysel farklılıklara önem veren yaklaşım.....	71
3.4 Sergilenen objenin özellikleri.....	71
3.4.1 Mimari özellikler.....	73
3.4.2 izleyici faktörleri.....	74
3.5 Sergileme tasarımı projesini oluşturan temel bileşenler.....	76
3.5.1 Hikâye anlatımı.....	77
3.5.2 Konsept geliştirme.....	80
3.5.3 Tasarım üretimi.....	83
3.5.4 Malzeme seçimi ve ışıklandırma kararları.....	85
3.6 Sergileme tasarımının geleceği.....	88
3.6.1 Ünlversal tasarım anlayışı ve ulaşılabilir sergileme tasarımı.....	89
3.6.2 İnteraktif medya ve sergileme tasarımı.....	93

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
YENİLİKÇİ SERGİLEME TASARIMI ANLAYIŞI
ADINA BİR PROJE ÖNERİSİ

4.1 Sergileme tasarımı projesi fikri, çıkış noktası ve konsept üretimi	98
4.2 Sergileme projesi çerçevesinde alınan tasarım kararları	99
4.2.1 Mekânın değerlendirilmesi.....	100
4.2.2 Yapısal çözümler.....	102
4.2.2.1 İletişim formunun kararlaştırılması.....	102
4.2.2.2 Malzeme seçimi	105
4.2.2.2 Etkileşimli tasarım fikirleri.....	107
4.2.3 Grafik çözümlerin üretilmesi.....	111
 SONUÇ.....	 116
KAYNAKÇA.....	120
ÖZGEÇMİŞ	

KISALTMALAR LİSTESİ

Kısaltma	EXPO: Uluslararası dünya fuarları.....	2
Kısaltma	ABD: Amerika Birleşik Devletleri.....	17
Kısaltma	RIBA: Royal Institue of British Architects	65
Kıslatma	SEGD: Society of Environmental Graphic Design.....	94

RESİMLER LİSTESİ

Resim	1: 17. yüzyıl Olaf Worm'un Gizemli eşyalar sandığı.....	11
Resim	2: Ashmolean Müzesi.....	13
Resim	3: Louvre Büyük Galeri.....	14
Resim	4: Louvre Müzesi büyük galeri sergileme örneği.....	17
Resim	5: Charles Wilson Peale müzesi sergileme örneği.....	18
Resim	6: Charles Wilson Peale.....	18
Resim	7: Beyaz Küp Stilinden bir örnek.....	21
Resim	8: Kraliçe Victoria 1851 Londra Hyde Park dünya fuarını açarken.....	24
Resim	9: Montreal Dünya Fuarı hava görüntüleri.....	25
Resim	10: El Lissitzky- Rus pavyonu tasarımı.....	27
Resim	11: Alexander Rodchenko Rus pavyonu tasarımı.....	28
Resim	12: Herbert Bayer Regina Diş macunları fuar standı.....	29
Resim	13: Herbert Bayer otobüs durağı tasarımı	29
Resim	14: General House Building Society sergileme tasarımı.....	31
Resim	15: İş Bankası 10. Yıl sergisi sergileme tasarımından bir sahne.....	38
Resim	16: Tekel Pavyonu tasarım eskizi.....	39
Resim	17: Garanti Galeri Sergileme tasarımı.....	40
Resim	18: Osmanlı Bankası Sergileme Tasarımı.....	40

Resim	19: Ulusal Anayasa Merkezi, ABD.....	52
Resim	20: Ulusal Doğa tarihi müzesi, ABD.....	52
Resim	21: 9. Venedik mimari bienali sergileme tasarımları.....	56
Resim	22: 9. Venedik mimari bienali sergileme tasarımları.....	56
Resim	23: Newseum müzesi sergileme tasarımları mimari ayağı.....	60
Resim	24: Newseum müzesi sergileme tasarımları iç mekân ayağı.....	61
Resim	25: Hikayeci anlatıma bir örnek, ABD Soykırımı anma müzesi.....	78
Resim	26: Hikayeci anlatımın üçüncü aşamasına bir örnek	79
Resim	27: Sergileme tasarımı konsept yaratma aşamasına bir örnek	80
Resim	28: Sergileme tasarımı konsept yaratma aşaması şematik eskiz çizimleri.....	81
Resim	29: Hudson River Park sergileme tasarımı konsept yaratma aşaması mekan yerleşimi çizimleri	82
Resim	30: Sergileme tasarımı konsept yaratma aşaması maket örneği	82
Resim	31: Sergileme tasarımı projesi tasarım üretimi aşamasına bir örnek çalışma.....	83
Resim	32: Pomeranian Müzesi Quistorp galerisi.....	85
Resim	33: Farklı materyal kullanımlarına bir örnek.....	86
Resim	34: Işıklandırma tasarımının sergileme ürününe ve mekâna yansması.....	87
Resim	35: Londra Churchill müzesi interaktif masa tasarımı.....	94
Resim	36: Dijital ekranların sergileme projelerinde kullanımına bir örnek.....	95
Resim	37: Newseum müzesi interaktif medya kullanımı.....	96

SERGİLEME TASARIMINDA YENİ YAKLAŞIMLAR VE BİR PROJE ÖNERİSİ

Göstermek, biriktirmek ve paylaşmak, tarihin en erken zamanlarından bu yana insanoğlu için vazgeçilmez bir davranış olmuştur. Dahası bu eylemler, tarihsel süreç içerisinde güç ve statü sembolü simgelere dönüşmüşlerdir. Bunların yanı sıra biriktirme ve gösterme davranışları, bilginin aktarılması ve saklanması adına insanlık tarihi boyunca oldukça önemli bir görev üstlenmişlerdir. Öyle ki, bu eylemlerin sonucu müze kurumları oluşmuştur, nesiller boyunca biriktirilen bilgi gelecek kuşaklara aktarılmıştır.

Bilgi ve tecrübe paylaşımı ve bunların diğer nesillere aktarımı şüphesiz insanı doğadaki diğer canlılardan farklı kılan yegâne özelliklerden biridir. İnsanlığın gitgide büyüyen bilgi birikimi ve tarihsel belleği, uluslar için günümüzde artık bir hazine niteliğine kavuşmuştur. Toplumsal var oluşlarının kanıtlarını ve temellerini tarihlerine dayandırmış, ürettikleri bilginin niteliği, işlevi ve paylaşımı ile de diğer toplumların içerisinde sınıflandırılmışlardır. Bu noktada “paylaşım” bir anahtar kelime olarak tezin temel taşlarından biri olarak seçilmiştir.

Paylaşmak ve aktarmak niyeti ile gerçekleştirilen girişimler günümüze kadar oldukça farklı biçimlerde boy göstermiş ve değişime uğramıştır. İlk gösterme niyetli girişimlerden günümüz sergilerine bilgi, belirli toplumsal sınıfların “malı” olarak var olmuştur. Tıpkı pek çok dalda ilerlemenin kaynağı olduğu gibi bu alanda da endüstri

devrimi, bilginin paylaşılması adına dengeleri tamamıyla değiştirmiştir. Yönetimlerin inisiyatifinde olan ve pek çok dalda git gide artan bilgi birikimi, ulusal ilerleme ve üstünlük adına halk ile paylaşılmış, bu büyük hazine tabiri caizse dolaşıma açılmıştır. 1759 yılında faaliyete geçen British Museum’un açılış amacını özetleyen şu sözler günümüz sergi anlayışının da temellerini atan kelimeler olarak görülebilir:

“Sadece araştırma ya da gizemli olanı öğrenmek ile eğlenmek değil, aynı zamanda halkın genel kullanımı ve yararı için...” (Lewis t.y, 19 s.)

Bu tarihten itibaren sergileme eylemi müzelerin desteği ve özellikle Dünya Fuarlarının (EXPO’lar - 1800’lü yıllardan günümüze dek süregelen, ölkelerin kendi költür ve ekonomilerini dünyaya tanıtmayı amaçladıkları fuarcılık etkinliği) da etkisi ile bir disipline dönuşmuş, sergilemenin niteliği, görevi günümüze dek değişmiş ve gelişmiştir.

Konunun Grafik tasarım ve onun tarihi ile kesiştiği noktada ise, bu bilgi birikiminin düzenlenmesi, yönetilmesi, sunulması ve hatta yorumlanması ön plana çıkmaktadır. Bu noktada grafik tasarım yeni bir çalışma disipliniyle, *Sergileme Tasarımı* ile buluşmuştur. Bu buluşma, var olan tasarım alanlarının yanı sıra tasarımcıya mesleği adına oldukça farklı bir bakış açısı sunmuş, çalışma sahasını olabildiğine genişletebilmesine olanak sağlamıştır.

Konu olarak seçilen Sergileme Tasarımı dalı üzerinde tez, belirli sınırlandırmalar yapmış, aynı zamanda sergileme tasarımının tanımlanmasını bir problem olarak görmüştür.

Sergileme tarihi ne kadar köklü ve eskilere dayanıyorsa, sergilemenin bir tasarım disiplini olarak var oluşu da bir o kadar yeni kabul edilmektedir. Var olan ya da derlenen bilginin sergilenmesi mimarlar, grafik tasarımcılar, iç mimarlar, endüstriyel tasarımcılar, interaktif medya tasarımcıları, sosyologlar, tarihçiler, ışıklandırma tasarımcıları, perspektif uzmanları vb. gibi birçok farklı disiplini bir araya getiren bir çalışma alanıdır. Sergileme projeleri içerisinde yer alan bu meslek dalları, sergileme tasarımının kısa tarihi içerisinde bu çalışma alanını zaman zaman kendilerine özgü görmüş, pratikte her ne kadar birlik içerisinde çalışsalar da literatürde konuya bireysel olarak yaklaşmışlardır. Bu içe kapanık yaklaşım, beraberinde sergileme tasarımı gibi büyük bir alanın geç fark edilmesine, ya da tasarım ve tasarım eğitimi literatüründe geç var olmasına neden olmuştur. Tasarımın bu genç alanı adına tez, sergileme tasarımını bir çalışma ortaklığı olarak ele alıp genel çerçevesini çizmeye çalışmaktadır. Bununla beraber tez, sergileme tasarımının sınıflandırılması üzerine çalışmış, onu bir görsel iletişim problemi ve ürünü olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda, sergileme projeleri kapsamında, kullanıcı ile olan iletişimi tasarlayan grafik tasarım ve grafik tasarımcılar, tez içerisinde tüm diğer alanlar için birleştirici nokta olarak görülmüş ve merkez kabul edilmiştir. Çalışma grafik tasarımcıların bu çalışma ortaklığı içerisindeki rolünü araştırmış, yeni bir alan olan sergileme tasarımı içerisinde grafik tasarımcıları konumlandırmıştır. Vurgulanmalıdır ki, çok disiplinliliği tartışılmaz bir tasarım ürünü olan sergileme projeleri, tez kapsamında grafik tasarım mesleği temelli bir bakış açısı ile incelenmiştir. Grafik tasarım, araştırma kapsamında, sergileme projeleri için üretim yapan tüm meslek dallarının kesiştiği bir birleşim noktası olarak konumlandırılmıştır.

Tezin temel amacı sergilemeyi bir tasarım disiplini olarak ele almak ve bu çerçevede sınırlarını çizmektir. Bu amaç doğrultusunda çalışma konuya grafik tasarım penceresinden bakmaktadır. Bununla birlikte tez konu bağlamında diğer meslek dalları ve grafik tasarım ilişkisini ortaya koymayı kendine amaç edinmiştir.

Bunun yanında tez, sergileme tasarımı adına var olan tanımlar adına öneriler getirmeyi amaçlamaktadır. Sergilemeyi çok disiplinli bir görsel iletişim projesi olarak ele alan çalışma “sergileme tasarımcısı” gibi bireysel tanımlamalara alternatif örnekler sunmayı amaç edinmiş ve etkinliği artan bu dal üzerine ileriye dönük tanımlamalar üzerine çalışmıştır.

Tez, güncel sergileme tasarımları ve toplumun beklentileri kapsamında, bilginin aktarımı konusunda en verimli yöntemlerin seçimi üzerine bir kaynak olmayı kendine amaç edinmiştir. Bununla birlikte gelişen teknoloji olanaklarının yeni sergi anlayışları üzerine etkinliğini incelemeyi amaçlamıştır.

Şüphesiz değişen dünya görüşü tasarımın her alanında olduğu gibi sergileme tasarımını da büyük ölçüde etkilemiştir. Küreselleşme adına yaşanan değişimler bir sergi projesini de kendi çerçevesinde etkilemiş, sergi tek bir ulusa ya da zümreye değil insanlığın tamamına hitap eder niteliklere kavuşmaya başlamıştır. Bu noktada “Üniversal tasarım” terimi gündeme gelmiştir. Üniversal Tasarım kısa tanımıyla millet, ırk ya da fiziksel engel gözetmeksizin tasarımın her kesime hitap eder nitelikte olma şartı anlamına gelmektedir. Çalışma “üniversal tasarım” terimini sergileme tasarımı adına masaya yatırmış, bir sergileme tasarımı projesinin tümü ile ulaşılabilirliği ve sürdürülebilirliği üzerine saptamalarda bulunmayı amaçlamıştır.

Tüm temel amaçların yanı sıra sergileme tasarımı tez içerisinde, ilk önce bilgilendirme tasarımı daha sonra da çevresel grafik tasarım dalları içerisinde konumlandırılmıştır. Birbiri içerisinde kümeleşen bu genç tasarım disiplinlerinin yurt dışı kaynaklar göze alındığında bile literatür konusunda ne kadar kısıtlı olduğu aşikardır. Tez bu literatür boşluğunu, Türkiye’de sergileme tasarımı üzerine yazılan ilk yüksek lisans tezi olarak doldurmayı amaçlamıştır. Bu çalışma aynı zamanda gelecekte konu üzerine yazılacak tezler için kaynak olmayı amaçlamaktadır.

Tez araştırması üç ana bölümde yürütülmüştür;

Bunlardan ilki sergileme eyleminin tarihsel süreç içerisinde gelişimini konu edinmektedir. Çalışmanın başında bu gelişim sürecinin aktarılması ile tez, yeni olarak tanımladığı konunun temellerini ortaya koymaktadır. Bölümün başında sergileme en erken örnekleri ile ele alınmaktadır. Bu erken örnekler göstermek davranışının temellerini ortaya koymaktadır. Bölümün ilerleyen satırlarında mekân ve sergi ilişkisi ele alınmaktadır. Bu ilişki çerçevesinde tez bu bölümde sergilenen ile sosyal sınıflar arasındaki ilişkiyi de tartışmaktadır. Bu tartışma günümüz yeni müzecilik ve gösterme anlayışı adına sağlıklı bir karşılaştırma yapılmasını sağlamaktadır. Bölümün son paragraflarında modern dönemden bu yana meydana gelen değişikliklere göz atılmaktadır. Bu değişiklikler çerçevesinde sergileme tasarımının ilk adımlarının atıldığı Dünya Fuarları bölüm içerisinde geniş bir yer bulmuştur. Dünya Fuarları ile birlikte sergileme, bölüm içerisinde iki dala ayrılmış ve sınırlandırılmıştır. Bu dallardan biri ”White Cube (Beyaz Küp)” olarak nitelendirilen modern sanat ürünü sergilemeleri ve diğeri grafik tasarımın daha yoğun kendini gösterdiği bilgilendirme ve ticari amaçlı sergilemelerdir.

Tezin ikinci bölümü sergileme davranışını bir tasarım ürünü olarak ele almaktadır. Bölüm ilk olarak sergileme tasarımının faaliyet alanlarını tanımlamakta, bununla birlikte sergilemenin ne olmadığına dair de saptamalarda bulunmaktadır. İlerleyen sayfalarda bölüm, sergileme tasarımını kendi içerisinde sınıflara ayırmış ve her sınıfı kendi çerçevesinde örnekler ile değerlendirmiştir. Bu farklılaşma aynı zamanda bölüm içerisinde sergilemeyi çok disiplinli bir proje olarak tanımlayan ayrı bir başlık içerisinde de incelenmiştir. Bu başlık, seçilen örnekler kapsamında konuyu incelemektedir. Bu tanımlamadan sonra bölüm sergileme tasarımı adına “maestro” olarak kabul ettiği grafik tasarımcı üzerine eğilmiş, Grafik tasarımcının sergileme ekibi içerisindeki rolünü ortaya koymuştur.

Tezin üçüncü ve son bölümünde ise sergileme tasarımı projesi tıpkı bir insan anatomisi inceler gibi masaya yatırılmış ve iskeleti çıkartılmıştır. Bu bölüm sergileme üzerine çalışma yapacak tasarımcı ya da gruplara rehber olma niteliği taşımayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte bölümün ilerleyen kısımlarında gelişen tasarım ve teknoloji çerçevesinde sergileme tasarımının daha verimli olması adına yeni koşulları ve standartları ortaya koymuştur. Bu anlamda tezin bu bölümü, örnek olacağı sergileme projelerinin universal özellikleri referans almasını amaçlamıştır. Bölümün son aşamasında ise tez sürecinde edinilen bilgilerin bir yansıması olan uygulama projesi yer almaktadır. Uygulama projesi tezin son bölümünde ortaya konulan standartlar göz önünde bulundurarak oluşturulmuş ve pratik çalışma dünyasının bir simülasyonu olması adına yardımcı meslek grupları ile birebir ilişki içerisinde çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

SERGİLEME EYLEMİNİN TANIMLANMASI

VE TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1 Sergileme eyleminin tanımlanması

Şüphesiz ki insanoğlu var olduğu eski dönemlerden bu yana, saklamak, biriktirmek ve biriktirdiklerini paylaşmak dürtüsü ile hareket etmektedir. Bu saklama ve biriktirme güdüsü aynı zamanda günümüz sergileme anlayışının ve bununla paralel olarak araştırmanın da temellerini atan girişimler olmuşturlardır.

Sergileme eylemi, tarih ve günümüz çerçevesinde oldukça geniş bir alanda gözlemlenebilir ve incelenebilir niteliktedir. David Dernie'nin de işaret ettiği gibi kişilerin kendi evleri, evlerinin yerleşimi, odalarındaki objeler ya da misafir ağırlama odalarındaki aksesuarlar bile kişinin sergi içgüdüsü ile hayatlarından bir parçayı, kültür anlayışlarını dışarı yansıtmanın bir yöntemi, bir ifade biçimidir (Dernie, 2006, 6s.). Bu örnekleme kendi başına sergileme güdüsünün hayatın her alanına yayılan ve oldukça eski bir tarihi barındıran bir davranış olduğunun göstergesi niteliğindedir.

Sergileme, gösterme hareketinin temelinde yatan elde etme ve araştırma davranışları, aynı zamanda bir tarihin başlangıcını oluşturmuşlardır. Bu tarih, aynı zamanda müzecilik tarihi ile oldukça yakın paralelde ilerlemektedir. Bu noktadan hareketle sergileme tarihinin müzecilik tarihi ile aynı noktadan yola başladığı ve çok yakın tarihte tasniflenmeye başladığı söylenebilmektedir.

Bu bölümdeki araştırmalar tezin ana konusu ile ikincil dereceden bağlantılı olmakla beraber, sergilemeyi bir tasarım ürünü olarak incelemeyi önce onun hakkında temelli ve sağlam görüşler elde edilmesini sağlayacaktır.

1.2. Erken sergileme örnekleri

Tarihin en eski tanıtım yöntemlerinden biri olarak ifade edilebilen "Sergi" tarihi Velarde'ye göre pazarlarda satılan ilk ürünlerin sergilenişine kadar dayanmaktadır (Velarde, 1988, 13s.). Bir diğer yandan Lewis ilk saklama ve sunma örneklerinin Paleolitik dönem kazılarındaki bulgulara kadar uzandığını belirtmektedir. Bu bulgular dönem insanının çevresi ile ilişkisi ve iletişiminin de kanıtları olarak görülmektedir. Konu üzerindeki kesin buluntu ve kanıtlar ise milattan önce ikinci yüzyıla kadar inmektedir. Bu dönemde özellikle Mezopotamya yöresinde krallar tarafından tapınaklar içerisinde ayrı bölmeler yaratılarak antika eşyaların biriktirildiği kanıtlarına ulaşılmıştır (Lewis, t.y, 3s.).

Bu buluntular günümüz müze ve sergi anlayışının tam bir karşılayıcısı olamamasına rağmen toplama ve koleksiyonculuk üzerine en erken örnekleri sunmaktadır. Fakat şüphesizdir ki günümüz ile olan yakın ilişkisi, sergilenen, toplanan objelerin, dini, sihirli, ekonomik, estetik ya da tarihi bir değere sahip oluşudur. Bunu kısaca ifade etmek gerekirse sergilenenler "merak yaratan ilginç objeler" (*Curiosities*) olarak adlandırılmaktadır (Lewis, t.y, 3s.). Bu adlandırma, aynı zamanda erken dönem sergi anlayışının temeli olan müzenin etimolojik olarak karşılığını da oluşturan temel yapıtaşdır. *Amuse*, *Musing* gibi terimler müze sözcüğünün köklerini oluşturmakta, *nadir olan ile ilgi çekme* durumuna referans

vermektedirler. Bu bulgu aynı zamanda müze teriminin ilk bilimsel karşılığı olarak kabul edilen Yunanca ifade “Mouseion (derin düşüncelere dalma merkezi)” ile de pekişmektedir (Lewis, t.y, 1s.). Bunun yanında Wand, sergileme eyleminin kökenini “halka eğlenmek, öğretmek amacı ile göstermek” ya da “gösterme amaçlı halkın önüne bir şeyler sunmak” olarak tanımlamaktadır (Wand, 1996, 318s.). Bu tanımlamalar sergileme eyleminin temel amaçları konusunda bilgi vermekle birlikte, müzecilik ile olan paralel ilişkisini de ortaya sunmaktadır.

Müze ve gösterme eylemlerini açıklamak adına 16. Yüzyılda iki yeni kelime literatüre eklenmiştir. Bunlardan ilki “galeri (*İtalyanca: Galleria*)”: Işıklandırılmış bir hol içerisinde yerleştirilmiş resim ve heykel dizinleri, bir diğeri ise “sandık (*İtalyanca: Gabinetto*)” Yaklaşık kare formunda bir mekân içerisinde yerleştirilmiş zor bulunan hayvanlar, ender bitkiler, madalyonlar ve heykelcikler gibi küçük sanat objeleri, el işleri ve gizemli buluntular ile dolu mekânlardır. Her iki çeşit de ender olarak açık kalır ve belirli zümrelerce gezilip izlenebilir yapılar olmuştur (Alexander, Alexander, 2008, 13s.). Bu yapılar arasında ilk saklama ve gösterme mekânları olarak kabul edilen Gizemli Eşyalar Sandığı (*Cabinet of Curiosities*), aynı zamanda sergilenen objenin mekân ile bütünleşmesi adına ilk örnek olarak kabul edilmektedir ve sergileme tasarımı tarihi içerisinde bir kilometre taşı olarak yer almaktadır.

1.2.1 İlk gösterme alanları: Gizemli Eşyalar Sandığı (Cabinet of Curiosities)

Şüphesiz ki 16. yüzyıl ile birlikte yapılan coğrafi keşifler ve bilinmeyen diyarlara olan yolculuklar, beraberinde gizemli ve nadir bulunur objelerin gösterme dürtüsü ile saklanması, başka mekânlara taşınmasına neden olmuştur. Bu gizemli bulguların batı dünyasına girişi ile birlikte gizemli eşyalar sandığı olarak adlandırılan, en erken sergileme biçimleri hayat bulmuştur.

Bu sergileme biçimleri, sergicilik tarihi adına bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir nitelikte yapılardır. Bu iki nedenle açıklanabilmektedir. Bunlardan ilki saklama ve gösterme eyleminin aynı mekân içerisinde gerçekleştiği ilk örnekler olarak var olmalarıdır. Diğer neden ise sergilemenin görünmeyen ikinci katmanı olarak tabir edilen sosyolojik durumudur. Gizemli eşyalar sandığı, sergi eylemini 18. Yüzyıla dek belirli zümrelere ait seçkin bir yapı olarak var etmiştir (Özkal, 2006, 13s.).

İlk depolama mekânları olan bu yapılarda sergi içeriği genellikle nadir görülen hayvanlar, çağı itibarıyla gizemli objeler, botanik buluntular, egzotik kıyafetler, takılar, el işleri vb. den oluşmaktadır. Genel olarak yapılar bilimsel bir gösterme amacından çok, etkileme amaçlı eser yerleşimine sahip olmuşlardır. Eserler sadece bir kıyafet ya da sadece bir kuş türü, hatta sadece benzer renklerde bulundukları için yan yana yerleştirilmişlerdir. Bu noktada tasarıma dair ya da bilimsel bir yaklaşımdan söz edilemese de gizemli eşya sandıkları, bilimsel anlamda tasniflendirme adına ilk örnekler olarak da kabul edilebilir yapılar olmuşlardır (Lorenc, Skolnick, Berger, 2008, 13s.).



Resim 1 17. yüzyıl Olaf Worm'un Gizemli eşyalar sandığı. KAYNAK: Özkal G. 2006, 24

Gizemli eşyalar sandıkları yüzeyde gözüktüğü üzere sadece belli başlı farklı objelerin sergilendiği mekânlar değil, aynı zamanda çağı çerçevesinde sergileme eylemi ve onun kitlesi adına oldukça önemli yapılar olmuşlardır. Boney Pittmaan'ın da *Muses, Museums and Memories (Derin düşünceler, Müzeler ve Hatıralar)* adlı makalesinde bahsettiği gibi gizemli eşya sandıkları, sadece tatmin olma, hoşça vakit geçirme mekânları değil, aynı zamanda bir öğrenme yapılarıdır; gizemli eşya sandıkları sergilerinin çatısı altında toplumun egemen ve seçkin kesimi hükmetmektedir. Bunun yanında, görünenin ardında, gizemli eşyalar sandıkları

içerisinde barındırdıkları bulgular, antikalar, mücevherler vb. ile sahibinin toplumsal sınıfını ve değerini temsil etmektedirler (Pittman, 1999).

Gizemli eşyalar sandıkları aynı zamanda dönemin dünyasında yarattıkları “doğru bilgi kaynağı” özellikleriyle de oldukça önemli yapılar olmuşlardır. 18. Yüzyılın sonlarına dek bu sergileme stili aynı zamanda, “algılamaya yeterli kültürel birikimi ve seviyesi olanlar” için, objeleri incelemek ve değerlendirmek adına bir “bilgi deposu” görevi de üstlenmiştir. Burada dikkat çekilmesi gereken durum yapıların her ne koşulda olursa olsun belirli zümreler ve sınıflar için faaliyet gösterdiğidir (Bennett, 1995, 35s.).

18. yüzyılın sonlarına doğru mantığa dayalı bilimin ortaya çıkışı ve ilerleyişi ile birlikte yeni bir bilgi birikimi ve gösterme anlayışı ortaya çıkmıştır. Bu anlayışın temelinde, tezin de girişinde bahsedildiği üzere “paylaşım” sözcüğü öne çıkmıştır. Böylece 18. Yüzyıl, gizemli eşyalar sandığı yapılarının son yılları olmakla birlikte, yeni bir gösterme anlayışının da başlangıcını ifade etmektedir. Bu anlayış kısaca şu sözlerle özetlenebilir “*herkes için anlaşılır (intelligible to all)*” (Özkal, 2006, 15s.).

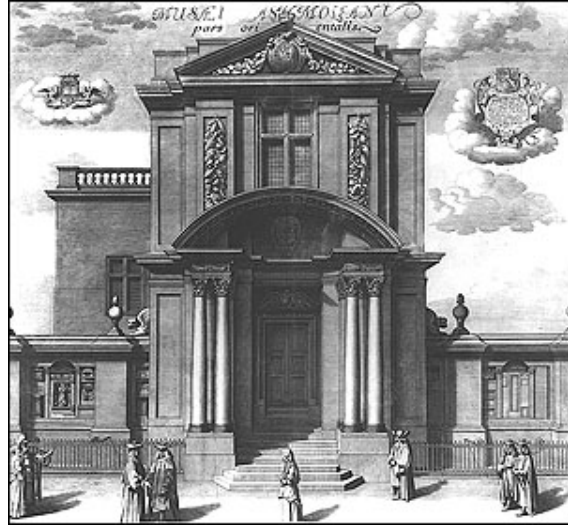
1.2.2 Seçkinlerin yapılarından halka açık sergilere

Tezin bir önceki bölümünde güncel sergileme anlayışının temellerinin kişiye ve sınıfa özel kapalı sergi mekânlarında atıldığı ifade edilmiştir. Bu anlayış 18. yüzyıla dek devam etmiş, koleksiyonculuk ve beraberinde getirdiği bilgi hazinesi belirli sınıfların egemenliğinde bir statü simgesi olarak var olmuşlardır. İlerleyen zaman ile birlikte araştırma ve inceleme ruhu bu klasik saklama ve gösterme anlayışını çok daha geniş kitlelere yaymıştır. Bu yeni sergi girişimcileri ve

koleksiyoncular, buluntularını bir eğlence aracının yanında yaratılan bir bilgi kütüphanesi ve araştırma merkezleri olarak görmüşlerdir. Daha da önemlisi ise, bu bilgi birikiminin paylaşımına verilen önem olmuştur. Yeni nesil koleksiyoncular sergilenen eseri herkes için bir değer olarak görmüş ve bilimin hizmeti adına halka açmışlardır.

Tüm bunların yanında bu halka açık sergilemeler, sergi mekânının değişimi adına da önemli örnekler oluşturmaktadırlar. Farklı mekânların işlevlerinin dönüştürülmesi ile elde edilen bu sergi anlayışı aynı zamanda eser ve sergi mekânı arasındaki ilişkinin de doğuşunu temsil etmektedir.

Sergicilik ve belirli bir döneme dek onunla paralel yürüyen müzecilik tarihinde ilk olarak halkın erişimine açık sergi girişimi olarak Ashmolean müzesi kabul edilmektedir. Müze, Elia Ashmolean'ın çabaları ile Oxford üniversitesinde açılmıştır.



Resim 2 Ashmolean Müzesi. KAYNAK: Lewis t.y, 9

Avrupa kıtasında 18. yüzyıl ile birlikte başlayan keşifler ve bununla paralel ilerleyen endüstriyellemenin gelişimi aynı zamanda araştırmacı ve keşifçi ruhun da

tetikleyicileri olmuşlardır. Bu yüzyıl içerisinde açılan iki büyük müze bu hareketin temsilcileri olarak görülmektedir. Bunlardan ilki 1759 yılında Londra’da açılan British Museum, bir diğeri ise 1793’te Paris’te açılan Louvre müzesidir. Bu iki sergi mekânının, sergileme tasarımı tarihi açısından kayda değer önemi ise, halka tamamiyle açık ve hükümete bağlı ilk sergi mekânları oluşlarıdır. Tezin girişinde de alıntılanan British Museum’un açılışında hükümet adına sarf edilen birkaç cümle Sergileme anlayışı adına bu girişimlerin bir kilometre taşı olduğunu kanıtlar niteliktedir (Lewis t.y, 18 s.).

İngiltere hükümeti müzenin amacını şöyle ifade eder:

“Sadece araştırma ya da gizemli olanı öğrenmek ile eğlenmek değil, aynı zamanda halkın genel kullanımı ve yararı için...” (Lewis t.y, 19 s.).



Resim 3 Louvre Büyük Galeri 1797 . KAYNAK: Lewis t.y, 10

Gizemli eşyalar sandıklarından halka açık müzelere yapılar sosyolojik olarak ele alındığında büyük bir zihniyet değişikliğini görmek oldukça kolaydır. Belirli zümreler için hizmet eden özel sergi alanlarından, kültürlerin kaleleri olarak adlandırılan büyük boyutlu ve halka açık sergilemelere geçiş yapılmıştır. Bu aynı zamanda tezin ilerleyen bölümlerinde incelenecek olan modernist sergileme anlayışının da temellerini oluşturmuştur.

Bir farklı açıdan sergicilik anlayışındaki özgürlükçü değişimler sanat eserlerinin ifade biçimlerinde de farklılıklar yaratmıştır. Bu aynı zamanda daha öncede adı geçtiği üzere sergilemenin ikinci ve görülmeyen katmanı olarak isimlendirilmektedir. Duncan ve Özkal sergi mekânlarındaki bu özgürleşmenin aynı zamanda dönemin sanatına nasıl yansıdığı üzerine şöyle bahseder; Soyluluğun temsillerinin yerini alan alegorik ve benliksiz sanat eseri temsilleri, sanat eserinin farklı açıdan algılanmasına neden olmuştur. Sanat eserleri ülkeyi Kralın dünyasının ve varlığının bir göstergesi değil, halka bağlı soyut bir varlık olarak görmüşlerdir (Duncan, Wallach, 1980, 456s.), (Özkal, 2006, 17s.).

Lorenc, Skolnick ve Berger sergileme tasarımı tarihi adına saptamalarında bu özgürlükçü sanat eseri sergileme amaçlı mekânları aynı zamanda mimari yönden inceleyerek ‘dönüştürülen’ mekânlar olarak adlandırmıştır. 12. yüzyıl sonlarında eski bir kale olarak inşa edilen ve daha sonra pek çok kez yenileştirme geçiren Louvre sarayı/müzesi, dönemi itibari ile bunun en iyi göstergelerinden biri olmuştur (Lorenc, Skolnick, Berger, 2008, 14s). Özkal ise bu duruma tezinde mekânın soyluluk hissinin sergileme fikrine işlediği ve her ne kadar özgür de olsa bu fikrin hissedildiği ve mesafe yarattığına değinmiştir (Özkal, 2006, 16s.).

Dönüştürülen olarak adlandırılan bu mekânlar aynı zamanda sergileme biçimleri konusunda da kendilerine öz yöntemler geliştirmişlerdir. Bu yapılarda mimari mekân ve sergileme arasındaki ayrılmaz ilişkiyi gözlemlemek oldukça kolaydır. Zira Dernie, Louvre müzesinin sergileme biçimini şöyle tanımlamıştır: Louvre ve British Museum gibi tarihi mekânlarda eserler karanlık ve dağınık bir yapı içerisinde sergilenmektedir. Duvarlar tavana kadar sanat eserleri ile kaplanmaktadır. Bu noktada bu tür mekânlar için üç adet önemli sergileme fikrinden söz edilmektedir. Bunlar, Dolap sergilemeleri (Cabinets), yenilikçi galeriler (Progressive galleries) ve dönem odaları (Period rooms). Dolap sergilemelerinin basitçe amacı izleyiciyi fiziksel olarak sanat eserlerinden uzak tutmak ve güvenlik mesafesi kurmaktır. Bu aynı zamanda Gizemli eşyalar sandığı yapısının bir ileriki aşaması ve sergicilik üzerine etkisinin de kanıtı niteliğinde olmuştur. Bir diğer yöntem olan yenilikçi galeriler ise çapraz yerleşen sıralı odalar ile çok daha net ve temiz bir sergileme alanı olarak faaliyet göstermiştir. Aynı zamanda bu odalar eserlerin sınıflandırılması ve ilişkilendirilmesi adına dönemi adına verimli yapılar olmuşlardır. Son olarak ise Dönem odaları, aynı tarihi dönemde üretilmiş farklı eser sahiplerini ve türlerini (resim, heykel, mimari projeler, mobilyalar) bir araya getiren sergileme biçimleri olmuşlardır. Bu yenilikçi sınıflandırma girişim, aynı zamanda 19. Yüzyılın taksonomik¹ tasniflendirme anlayışının da ortaya çıkışına neden olmuştur (Dernie, 2006, 8s.).

1 Taksonomik: Canlıları biçimlerine ve türlerine göre sınıflandıran bilim dalı



Resim 4 Louvre Müzesi büyük galeri sergileme örneği. KAYNAK: Dernie, 8

18. yüzyılın sonları ile birlikte sergicilik adına Avrupa’da yaşanan bu gelişmeler aynı zamanda bilginin üretilmekte olduğu diğer kıtalarda da yankı bulmuştur. Bu noktada Lewis, durumu Avrupa modelinin diğer kıtalara sıçrayışı olarak adlandırmıştır. Bu sıçrayışın genel merkezi, Avrupa kolonilerinin istilasını ile Yeni Dünya olarak adlandırılan Amerika olmuştur. Avrupa sergicilik ilkelerinin taşındığı kıtada öncü gelişmelerin ardından ilk girişimci Charles Wilson Peale adlı ressam ve koleksiyoncu olmuştur. Peale, belirli bir kavram üzerine özel sergi fikrini geliştiren ilk birey olarak sergicilik tarihinde yer almaktadır (Lewis, t.y, 10s.).

Peale’ın 1786 yılında ABD’de açtığı müze, sergileme tarihinde belirli bir kuruma, kiliseye ya da hükümete bağlı olmadan açılan ilk serbest girişim olarak yer almaktadır (Lorenc, Skolnick, Berger, 2008, 16s.).

İlk başlarda Peale’ın savaş kahramanlarını resmettiği eserlerden oluşan müze, ilerleyen dönemlerde özel olarak doğa tarihi buluntularını cinslerine göre tasnif ederek sergileme niyeti taşımıştır. Bu noktada şuna dikkat çekilmelidir ki, örnek verilen sergi girişimleri, mekânın tümüyle düzenlenmesinden öte, zaten kendi başlarına da söyleyecek bir şeyleri olan eserlerin sadece bir arada tutulması ve

korunması adına girişimlerdir. Bu durumdan dolayı bu girişimler içerisinde bir tasarım niyeti aramak oldukça güçtür (Charles Willson, t.y, Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 16s, Lindbeck, t.y).



Resim 5 Charles Wilson Peale müzesi sergileme örneği. KAYNAK: Lewis, 11



Resim 6 Charles Wilson Peale. KAYNAK: Academy of Natural Sciences

1.3 Modern dönem sergicilik algısı: Beyaz Küp (White Cube), Dünya Fuarları (EXPO’lar) ve Union des Artstes Modernes (UAM toplantıları)

19. yüzyıl ile birlikte endüstri devrimi ve sanayileşen toplumun günlük hayatta ve yaşam algısında meydana olduğu değişiklikler, aynı zamanda sanat eserleri ve onun sergilemesi adına da köklü değişimlere yol açmıştır. Farklılaşan gösterme anlayışı gösterilen ve mekân bağlamında yeniden ele alınmış ve kontrol altında tutulmaya başlanmıştır. Bu bağlamda modern dönem sergileme fikirlerini iki ana dalda incelemek uygun olacaktır. Bunlardan ilki sanat eseri sergilemesi adına devrim niteliğinde değişimler içeren “beyaz küp” anlayışı, bir diğeri ise sergileme eyleminin üretimin, modernizasyonun ve gelişmenin lokomotifliğini yaptığı ilerici hareket ile buluşmasını temsil eden ve ona tasarım sıfatını kazandıran Dünya Fuarları yani dünyaca bilinen ismi ile EXPO’lardır. Tüm bu tanımlamalar ile birlikte bu bölümden itibaren tez, müzecilik tarihi ile paralel giden sergicilik tarihini, tarihsel süreçte müzecilikten ayırarak ayrı bir tasarım dalı olarak incelemeye başlayacak, sergileme eylemini, tasarım ekiyle birlikte kullanacaktır.

1.3.1 Beyaz Küp (White Cube) Stili

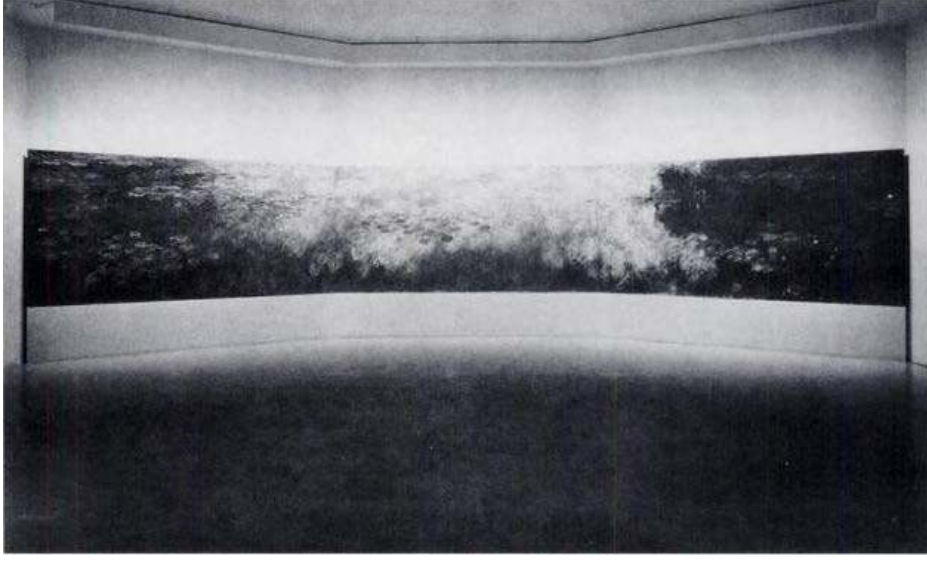
Sergicilik adına müze çerçevesinde incelenecek son durak olan Modern sanat eseri sergileme anlayışı- Beyaz Küp, *White Cube* ekolü temel olarak sergilenen ile sergileyen arasındaki ilişkiyi, mekân ile birlikte kontrole alan olarak tanımlanmaktadır. Bu idealist sergileme mekânları, temiz, net, rasyonel, objektif ve dış dünya ile mesafeli bir bakış açısı sunmaktadır (Özkal, 2006, 20s.). Özkal’ın da

Ayırım, Birleşim ve Dönüşüm alanı olarak Sergileme Mekânı adlı tez çalışmasına yer verdiği üzere Eliean Hooper-Greenhill Beyaz Küp anlayışını şu cümleler ile açıklar:

Temizliği, düzenli yerleşmiş galerileri, harika bir düzen içerisinde titizlikle yaratılan işleri ile bu mekânlar, aynı zamanda müze ziyaretçisi üzerinde de aynı etkiyi yapmayı amaçlamakta, bireyin kendini içsel olarak temiz ve düzenli bir izleyici haline getirmesini amaçlamaktadırlar. Böylece kullanılan materyaller temiz ve soğuk ve analitik bir biçime bürünmüş, diğer medya unsurları temiz ve net bir görünüm adına tamamen ortamdan çıkarılmış, sınırlı metinler işleri açıklamak için kullanılmıştır (Greenhill, 2000, 130s.).

Beyaz Küp sergileme anlayışı üzerine bir başyapıt olarak kabul edilen *Inside the White Cube: The Ideology Of The Gallery Space* kitabında ise Brian O'Doherty mekânın sergileme anlayışından şöyle bahseder:

“Boşluklar Modernizmin çerçevesini çizmişlerdir, ya da bundan ziyade, modern sanatın tarihi, mekânı nasıl gördüğümüz üzerindeki değişikliklerle ilişkilidir. Önce sanat eserini değil, mekânı gördüğümüz bir noktaya eriştik. Aklınıza herhangi bir resimden çok daha ideal ve tamamen beyaz bir mekan getirin; belki de 20. Yüzyılın arketip imajı bu mekanlardır” (O'Dorthey, 1986, 24s.).



Resim 7 Beyaz K p Stilinden bir  rnek, Claude Monet Water Lilies, Museum Of Modern Art New York. KAYNAK: Inside The White Cube: The Ideology Of The Gallery Space, 21

Beyaz k p anlayışı sadece mek nsal bir değişiklik ya da kurallaştırma değil aynı zamanda sergilenenin algılanması adına işlevsel bir örnek oluşturmuştur. Michael Craig Martin (Tate Modern müzesi mimari proje elemlerinde jüri  yesi) beyaz k p modelinin fiziksel avantajı nedir sorusuna; sadece ‘basitlik’ sözcüğüyle yanıtlamıştır ( zkal,2006, 27s.). Beyaz k p ekolü ile sanat eseri sergileme projelerinde mekân, artık sadece gösterilenleri koruyan ve bir çatı altında birleştiren değil, aynı zamanda sergileme tasarımıının bir parçası, sergilenene artı değer yükleyen bir eleman olarak var olmuştur. Günümüz sergileme tasarımıında da mekân, bu özelliğini etkin bir şekilde taşıtmaktadır. Bu gelişmeler ışığında sergicilik anlayışındaki tekdüze sunum mantığı kırılmış, onun yerine daha yenilikçi ve modern dünya ile birlikte daha mekâna bağımlı yerleşimler tasarlanmaya başlanmıştır. Bu yeni dönem sadece sanat eserlerinin, değil sanat olmayan her şeyin de sınırlarının bulanıklaştığı yeni bir  ağı ifade etmektedir. Bu aynı zamanda, sergilenen ve onu taşıyan mekânın arasındaki ilişkinin de sınırlarının bulanıklaşması anlamına

gelmiştir. Bu sergileme tasarımı açısından da taşıyıcı (mekân) ve taşınanın (bilgi ya da eser) arasındaki ilişkinin bulanıklaşması anlamına gelmektedir.

Modern dönem sergicilik anlayışının bir diğer yüzünü oluşturan ve tasarım kelimesinin sergileme projelerine nüfuz ettiği Dünya Fuarlarını incelemekten önce, Dünya Fuarları periyodunun sergileme ve sergileme mekânı anlayışından kısaca bahsetmek yararlı olacaktır.

Şüphesiz modern dönemin sergicilik ilkeleri müzecilik kapsamında gelişmiştir, fakat sergileme fikri üzerindeki bu cesur düşünceler günümüz sergileme tasarımının da temellerini atan hareketler olmuşlardır. Bir grafik tasarımcının dokunuşundan söz etmek her ne kadar zor olsa da, beyaz küp gibi cesur sergileme yaklaşımları ve modern mimarinin sergileme projeleri üzerindeki etkisi ile izleyici, artık sabit bir noktadan işlere bakan bir göz olarak değil, mekânda vücudu ile var olan ve ona dâhil olan bir birey olarak görülmeye başlanmıştır. Sergileme tasarımı açısından bakıldığında izleyici pasif rolden çıkıp aktif konuma geçmiştir. Mimari açıdan bakıldığında ise izleyici sabit bir noktadan, hareket eden bireye dönüşmüş, mekân arka planda yatan bir taşıyıcı olmaktan çıkıp sergilenen objelerin içine dâhil olmuştur.

1.3.2 Dünya fuarları ve sergileme tasarımı adına getirileri

1800'lü yıllardan itibaren gelişen endüstriyel üretim ve bilgi, teknolojinin hızlı atılımına yol açmıştır. Bu atılımla, daha kent hayatına yeni alışan toplumlar hızlı bir gelişim ve değişim süreci içerisine girmişlerdir. Buna paralel olarak uluslar da bu değişim sürecinden paylarını almışlar, bu teknolojik gelişmeler çerçevesinde

kendilerinin üstünlüğünü kanıtlama isteğiyle hareket etmişlerdir. Bu gelişim ve geleceğe hızla ilerleme ekolü içerisinde birbirleri ile yarışan uluslar bu emeklerini tüm dünyaya sergileyecek ve diğer uluslar arasında yer edinecek ölçücü bir platforma ihtiyaç duymuşlardır. Bu noktada dünya fuarları ve daha sonra kazandığı ismi ile EXPO'lar hayat bulmuşlardır (Özkelle, 2006, 19s).

Dünya fuarlarını sadece ülkelerin bir araya geldikleri kısıtlı zamanlı bir organizasyon olarak değerlendirmek oldukça zordur. Zira fuarlar yer aldıkları şehirler üzerinde büyük izler bırakmış, tasarım ve mimarlık adına adeta dünya üzerinde dev bir deneysel atölye çalışması niteliğinde var olmuşlardır. Dünya fuarlarını tarihsel süreçte değerlendirmeden ve sergileme tasarımı tarihi içerisinde getirilerini ortaya koymadan önce dünya fuarı- Expo ruhu hakkında bilgi vermek yararlı olacaktır.

Donald F. Theall 1967 yılı Graphis dergisinin Montreal Expo'lar için çıkardığı özel sayıda konu üzerine sığağı sığağına şöyle bir tanımlama yapmıştır; Dünya fuarları kendi başına bir şehir planlaması, kavramsal bir tasarım projesi ve organizasyondur. Fuarlar, bulundukları bölgede sıradan şehir hayatının tam karşısı benzersiz mekânlar yaratırlar. Bu fuarlar geçmişin bir ürünü değil, insanoğlunun duyusal, duygusal ve entelektüel olarak tamamen geleceğe bakan fikirlerini barındırmaktadır (F.Theall, 1967, 324 s.).

İlk dünya Fuarı döneminin teknolojik gelişmeler bakımından öncü ülkesi olan İngiltere de açılmıştır. 1851 yılında gerçekleşen Londra dünya fuarı içinde Osmanlı devletinin de bulunduğu pek çok ülkeye, teknolojik ve kültürel gelişmelerini sergilemeleri adına ev sahipliği yapmıştır. Bu sergi aynı zamanda İngiltere'nin teknolojik gelişmeler çerçevesinde dünya üzerindeki egemenliğinin de ispatı

niteliğinde geçmiştir. Bu nedenlerden dolayı bir dünya fuarı başlığından bağımsız muhteşem sergi olarak da adlandırılmaktadır (The Great, 1999) .

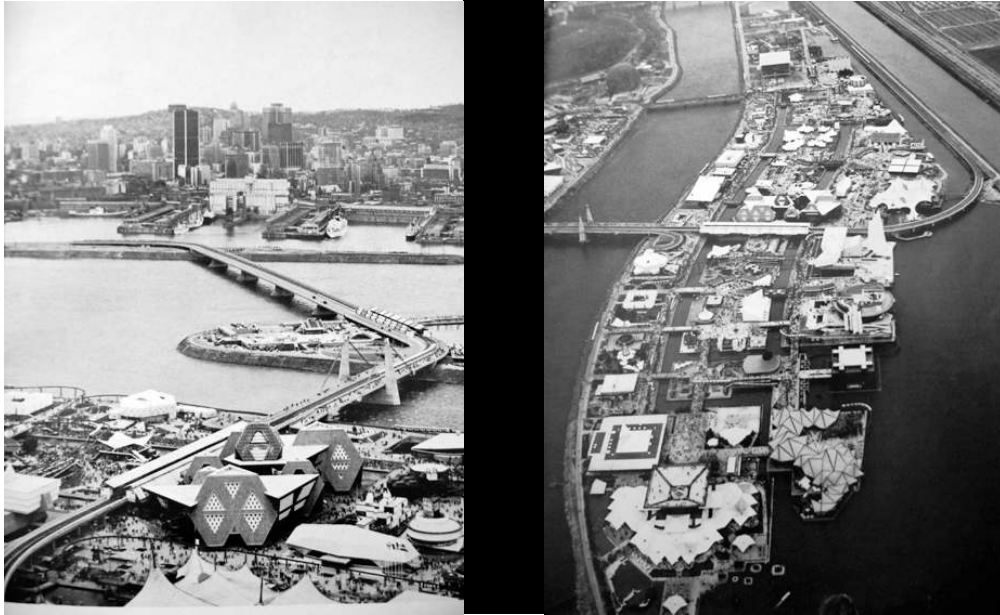
Sergi mekânı olarak dönemin kraliyet kurallarına uygun olarak saygın ve soylu nitelikli bir mekân olan Crystal Palace seçilmiştir. Bu mekân içerisinde ülkeler kendilerine ayrılan bölümlerde ürünlerini sergilemiş, tanıtımlarını yapmışlardır. 1851 yılındaki fuar ileriki yılların toplumsal temalı fuarlarından öte daha ticari nitelikler taşımaktadır (Özkelle, 2006, 20s.).



Resim 8 Kraliçe Victoria 1851 Londra Hyde Park dünya fuarını açarken. KAYNAK: Wikipedia

Dünya fuarları adına bir kırılma noktası ise 1935 Belçika Dünya fuarıdır. Bu tarihten itibaren dünya fuarları artık EXPO olarak adlandırılmaya başlamıştır. Fakat esas değişiklik bu isim farklılığında değil fuarların düzenleniş fikrinde olmuştur. Belçika dünya fuarı ile birlikte bu büyük organizasyon kendine misyon olarak, halkı bilgilendirme ve insanoğlunun geleceği üzerine saptamalar yapan temalar ile fikir

yürütme olarak belirlemiştir (Heller, t.y), (Özkelle, 2006, 20s.). Bunun en açık kanıtlarından biri en renkli ve başarılı fuarlardan biri olarak kabul edilen 1967 Montreal Fuarı olmuştur. Fuar kendine temel olarak “iletişim kuran olarak insanoğlu”, “insanoğlu ve iletişim medyası” temalarını belirlemiştir (F.Theall, 1967, 324s.). Belçika fuarı ve onu izleyen diğer dünya fuarları (NewYork, Montreal, Londra, Paris, Chicago ve diğerleri) ile birlikte EXPO’lar günümüze dek bu bilgi verme ve soyut toplumsal kavramlara yönelme özelliklerini sürdürmüşlerdir.



Resim 9 Bir çevre düzenlemesi olarak Montreal Dünya Fuarı hava görüntüleri ve pavyon yerleşimleri-
. KAYNAK: Graphis, 325-329

Dünya fuarlarının sergileme tasarımı içerisindeki büyük öneminin sebebi tarih boyunca ilk kez tasarım kavramının sergilemede bir ihtiyaç olarak duyulması nedenine bağlanabilmektedir. Bu ihtiyacın doğuşunu Güler şu sözlerle açıklamıştır:

“Sergileme, o zamana değin salt sanatsal ya da tarihi eserin sunuşu boyutundayken;1900’lerde kavramlar ya da hikâyeler anlatan yepyeni bir tasarım dalı olarak ilk işaretlerini vermeye başlamıştır.” (Güler, 2008, 103s.).

Dünya fuarları kapsamındaki sergileme projeleri, pek çok daldan tasarımcıyı ve mimarı tek bir hikâyeyi anlatmak, bilgiyi sunmak için ilk kez bir araya getirmiştir. Bu bir araya geliş aynı zamanda günümüze dek süregelen çok disiplinli tasarım anlayışının da temellerini atan temel sebeplerden biri olmuştur.

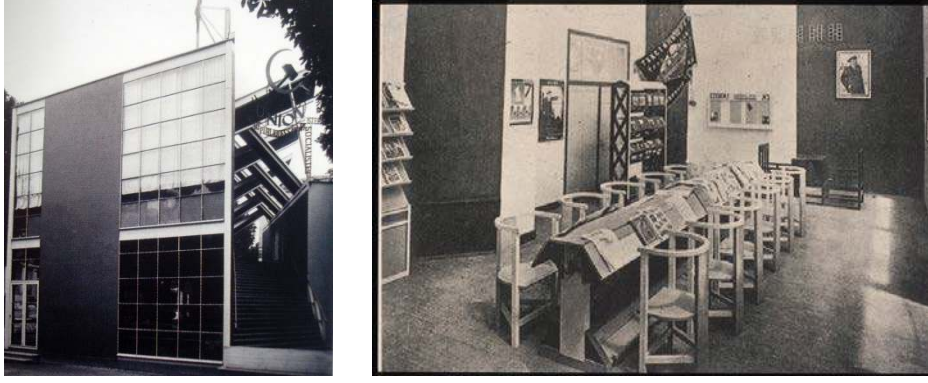
EXPO'lar ve beraberlerinde getirdikleri yıllar içerisinde, Herbert Bayer, El Lissitzky ve Le Corbuiser gibi tasarımcılar, bir başka deyişle çok yönlü fikir inşacıları, tasarımlarıyla dünya fuarlarına damgalarını vurmuşlardır. Bu öncü tasarımcılar sadece sergileme tasarımının tarihini başlatmakla kalmamışlar aynı zamanda çalışma disiplinleri ve yöntemleri ile post-modern dönemin tasarım ve sanat yöntemleri (çok disiplinli yerleştirme projeleri, çevresel grafik tasarımın ortaya çıkışı, yeni müzecilik kavramı ve tasarım ile buluşması) üzerinde rehber görevi görmüşlerdir.

Dönemi itibariyle El Lissitzky'nin 1928 yılında Paris'te tasarladığı Sovyet pavyonu Güler tarafından sergilemenin bir tasarım olarak kabul edilmesinin ilk adımı olarak nitelendirilmiştir. Lissitzky tasarımı ile mekânı kullanıcıya deneyimletmiş, sadece grafik ve mimari olarak değil, aynı zamanda mekanik öğelerle de verilen bilginin niteliğini ve akılda kalıcılığını pekiştirmiştir (Güler, 2008, 104s.).



Resim 10 El Lissitzky- Rus pavyonu tasarımı - . KAYNAK: Güler, 2008, 104

Dünya fuarları birçok tasarımcı için deneyler yapmak üzere büyük bir fırsat olarak var olmakta, adeta bir tasarım laboratuvarı olarak görülmektedir. Aynı zamanda fuarlar, dönemin diğer fuar ve sergicilik etkinlikleri için büyük bir ilham kaynağı olmuşlardır. Bunun en iyi örnekleri Le Corbuiser'in mimari ve tipografi ilişkisi üzerine denemeleri, Bauhaus ekolünün sergileme tasarımları, Alexander Rodtchenko ve Lissitzky gibi birçok tasarımcının birlikte çalıştığı ülkelerin yenilikçi pavyon tasarımlarında görülmektedir. Sanatçı-tasarımcı Rodtchenko'nun 1925'te Paris'te EXPO'su için tasarladığı Rus pavyonu projesi, dönem tasarımcılarının bir projeyi bütün olarak nasıl her yönü ile ele alışı ve çözümleyişi adına iyi bir örnek oluşturmaktadır. İlginç bir bilgi olarak bu pavyon aynı zamanda sergilendiği etkinlik içerisinde mimari ödüle layık görülmüştür (Wlassikoff, 2005.).

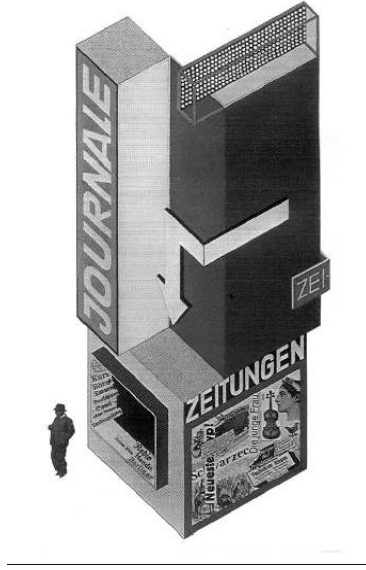


Resim 11 Alexander Rodchenko Rus pavyonu tasarımı 1925, KAYNAK: Wlassikof, 2005

Modern dönemin sonları ile birlikte iyice etkinliği artan ticaret ve marka kelimeleri aynı zamanda reklam ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. İşte bu noktada dünya fuarları ekolünün tasarımcıları elde ettikleri bilgi birikimini ticari faaliyetler ve markalar için de kullanmışlardır. Özellikle büyük ekonomik buhrandan çıkan devletler, bu ekonomik patlama ve tüketim çılgınlığı furyası içerisinde, tanıtım amaçlı olarak yapılan önemli sergileme tasarımlarının da ateşleyicisi olmuşlardır (Designing Tomorrow, 2011, 4s.). Dönemin yarattığı sergicilik ve çok yönlü tasarımcılık momentumu ile tasarımcı Herbert Bayer, dikkat çeken isimlerden olmuştur. Bayer tasarladığı sergilerde ya da 3 boyutlu ürünlerde, ses hareket ve mekânı bir tasarım ürünü olarak görmüş ve bilgi verme-etkileme amacı ile mekânın tümünü kullanmıştır (Historical Survey, t.y), (Demir, 2009, 54s.).



Resim 12 Herbert Bayer Regina Diş macunları fuar standı ve satış noktası tasarımı - . KAYNAK: A Historical Survey, t.y



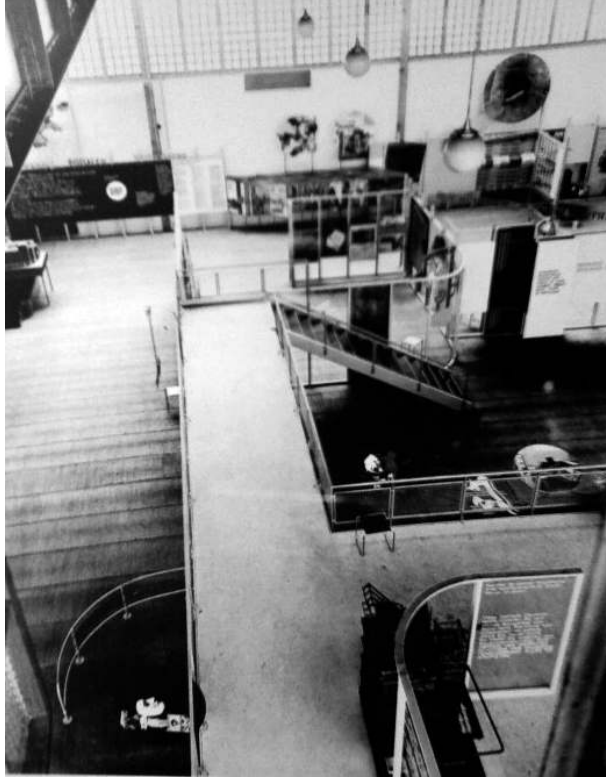
Resim 13 Herbert Bayer Otobüs durağı tasarımı 1924, KAYNAK: Demir, 2009, 54

Dünya fuarlarını tasarım üzerine etkileri bir yana Dünya fuarlarının kendi sergileme tasarımlarına etki eden en önemli kuruluşlardan biri de Bauhaus Okulu olarak görülmektedir. Birçok disiplin üzerinde sanatı üretimle harmanlayan bu okul aynı zamanda üretimlerin sergilenmesi adına da yenilikçi fikirler geliştirmiştir.

Bauhaus okulunun geliştirdiği bu yenilikçi fikirler okulun kapanmasından yıllar sonrasında bile etkinliğini ve işlevini korumuştur. Dikkat çekmeyi sergilerde tamamen psikolojik bir mücadele olarak gören Bauhaus ekolü tasarımcılar sergilerini de bu temel üzerine oturtmuşlardır. Brüning'e göre sergileme tasarımı üzerindeki bu dikkat yakalama tekniği o yıllarda günümüz tasarım fikirlerine oranla çok da ah önem gösterilen bir yöntem olmuştur. Bu yeteneklerini ticari dünya üzerinde kullanan Moholy-Nagy, Walter Gropius (Building and living exhibition Berlin), Alexander Schawinsky, Herbert Bayer gibi tasarımcılar tanıttıkları ürün adına bir teatral sahne yaratmışlar, dikkat çekme amacıyla ürünün özelliklerini komik, hayrete

düşürücü ya da şaşırtıcı niteliklerde abartarak kullanıcıya sunmuşlardır (Fiedler, Feierabend, 2000, 498s.).

Moholy Nagy aynı zamanda bir eğitimci olarak yeni algılama ve görme yolları üzerine çalışmalarını sergileme tasarımı projelerine aktarmıştır. Nagy *General House Buildin Society* sergileme tasarımında algılama ve görme yolları üzerinde yaptığı araştırmalar ışığında keşif, dematerilizasyon ve transparanlık kavramlarını tasarımında kullanmayı denemiştir. Böylece Nagy kullanıcıya sergi mekânını bir hikâye bir süreç olarak deneyimletmiştir. Ayrıca Nagy bu sergileme sonunda kullanıcıyı bir soru ile baş başa bırakmıştır. Böylece projesinin kullanıcı ile tam olarak iç içe geçmesini hedeflemiştir. Aynı şekilde 1930 yılında Joost Schmidt bu psikolojik yöntemi sergileme çalışmalarında takip etmiştir. Schmidt Konserve gıdalara karşı hareket konulu sergide, sergi izleyicisine son söz olarak: *Bu yoldan ya da diğer yoldan?* Sorusunu sorarak, hem izleyiciyle iletişime geçmiş, hem de sergileme tasarımının kullanıcıyı sarmalayan ikna kabiliyeti üzerinden başarıya ulaşmayı denemiştir (Fiedler, Feierabend, 2000, 500s.).



Resim 14 General House Building Society sergileme tasarımı, Tasarımcı: Moholy Nagy 1924, KAYNAK: Demir, 2009, 54

Tasarımcılar tüm bu ticari gelişmeler sırasında sergileme tasarımının en başarılı örneklerini verirken sanat alanında da durum aynı paralel de yol almıştır. Bu konuda Birleşik sanatçılar birliği *Union Des Artistes Modernes (UAM)* buluşmaları sergileme tasarımı üzerine oldukça yenilikçi örnekler sunmuşlardır. Günümüz bienal buluşmalarına benzer bir şekilde Avangart dönem sanatçıları bir araya getiren UAM sergileri, pek çok tasarımcı ve sanatçıyı bir proje üzerinde çalışmaya itmiş, belirli bir iş bölümü ile dönemin yaratıcıları, sergi alanını, sergileme düzenini ve sergileme içeriğini paylaşarak tasarlamışlardır. Bu anlamda UAM oluşumu pek çok mimar, endüstriyel tasarımcı ve grafik tasarımcıyı aynı proje içerisinde kaynaştırma özelliğini taşımıştır. Sergi içerikleri özellikle 1932 yılındaki sergi ile birlikte, reklam

tasarımı, grafik tasarım, mimari, endüstriyel tasarım, dekorasyon gibi dallara ayrılarak günümüzün çok disiplinli bienallerine benzer bir oluşum sergilemiştir. UAM üyeleri çeşitli tasarımlarında ya da yayınlarında mimari ve grafik tasarımı iç içe geçiren işler sergilemişler ve bu anlamda dönemin firmaların dikkatini de bu yöne çekmişlerdir. Tasarımcılar fuar stantları ve tabela tasarımlarıyla arzularını hayata geçirmeye başlamışlardır. Bu arzu aynı zamanda sergileme tasarımının tarih içerisindeki atılımına da güzel bir örnek oluşturmuştur. Yaşanan mekânı yeniden tanımlama isteği üyelerin işlerinin temel kaygılarından biri olmuştur (Wlassikoff, 2005).

Avangard çevrede özellikle Avrupa ve Amerika’da sergileme tasarımın ilerleyişi hızla sürerken Türkiye’ye bakıldığında dönemi itibari ile oldukça şaşırtıcı girişimlerin var olduğunu söylemek mümkündür. Osmanlı imparatorluğu ile gelişen sergicilik zihniyeti, modern dönemin sonlarına, Cumhuriyet döneminin başlarına dek sergileme tasarımı ve sergicilik adına Türkiye’yi etkin ve yenilikçi bir ulus olarak konumlandırmıştır.

1.4 Türkiye’de sergileme tasarımı

Türkiye’yi ve Türk tasarımcılarını sergileme tarihi içerisinde konumlandırmadan önce ülkenin sergicilik anlayışını iki ana kola ayırmak uygun olacaktır. Bunlardan ilki sergileme adına ilk adımların atıldığı Osmanlı dönemi girişimleridir. Her ne kadar yurt dışında da oldukça fazla madalya ve övgü olsa da kaçınılmaz olarak Osmanlı dönemi sergicilik girişimleri döneminin etkisi itibari ile grafik tasarımla kesişmekten oldukça uzak kalmıştır. Bunun yanında başarılı mimari tasarımları ile Osmanlı sergi mekânları dünya mimarlık tarihi içerisinde ses getiren ve Avrupa’da doğu mimarisi esintilerine öncülük yapan yapılar olarak görülmektedir. Bir diğer açıdan, ikinci periyod olarak adlandırılabilen Cumhuriyet dönemi sergileme tasarımlarının temellerini atan olarak da Osmanlı dönemi sergicilik zihniyeti gösterilebilmektedir. Cumhuriyet dönemi sergileri ile modern dünyaya ayak uydurmaya gayret eden ve bunu oldukça başarılı bir biçimde gerçekleştiren Türkiye, cumhuriyetin ilk yıllarına kadar da bu iddiasını sürdürmüştür.

1.4.1 Osmanlı dönemi sergicilik anlayışı

Şüphesiz 1851 yılında gerçekleşen ilk dünya fuarı ve endüstriyelleşen dünya ulusları, Osmanlı devleti üzerinde de büyük etkilere yol açmıştır. Dönemi itibari ile halen en büyük ulusları arasında zikredilen Osmanlı devleti bu gelişmelere sessiz kalmayıp dünya fuarları içerisinde maddi olanakları yettiği sürece yer almaya çaba göstermiştir. Osmanlı devleti bilim, sanayi, teknoloji ve tarım alanlarında var olduğu noktayı dünya fuarlarında ortaya koymaya çalışmıştır.

Tezde de dünya fuarlarının ilki olarak nitelendirilen 1851 Londra sergisi (Türkçe tam karşılığı ile: *Bütün ulusların üretimlerinin büyük sergisi*) aynı zamanda Osmanlı İmparatorluğu içinde ilk katılan uluslararası sergi niteliğini taşımaktadır. Sergi mekânı olan *Crystal Palace* (Osmanlı deyiimiyle Billur Saray) içerisinde Osmanlı devleti için de bir sergi mekânı ayrılmıştır. Sergi Osmanlı devleti açısında tarımsal üretim ve sanat ürünlerinin tüm dünyaya sunulması anlamını taşımaktadır (Akçura, 2009, 21s). Bunun yanında sergi yerleşimi olarak Gizemli Eşyalar Sandığı niteliğinde kapalı ve karışık yerleştirilmiş bir dizilimin varlığı Osmanlının bu ilk deneyiminde tasarımın sergicilik ile birleşmediği gerçeğini ortaya koymaktadır.

1853 yılında düzenlenen New York dünya fuarına taşımacılık zorlukları yüzünden katılamayan Osmanlı devleti, 1855 yılında yapılan Paris dünya fuarında eksiksiz olarak boy göstermiştir. Bu da Osmanlı İmparatorluğu'nun sergicilik adına verdiği önemi kanıtlamaktadır. 1862 ikinci Londra sergisine de katılan Osmanlı devleti artık Dünya fuarlarının vazgeçilmez ülkeleri arasında yer almıştır. Fakat diğer Osmanlının sergileme amacı diğer devletlerden farklı olarak Ülkenin hala etkin, üretir ve Avrupa'dan geri kalmaz yönünü vurgulamak amaçlıdır. Diğer uluslar kendilerine büyük Pazar payları ararken, Osmanlı daha çok sergilediği sanat ve tarım ürünleri, el işleri ile Tanzimat ve Islahat Fermanlarının gereklerini yerine getirdiklerini dünya devletlerine duyurma çabası gütmüştür (Akçura, 2009, 22-24s). 1867 Paris sergisi ise Osmanlı Devletinin bir sergi mekânının tasarlanması gerektiğine dair bilinç oluşturduğu ilk yıllar olarak görülmektedir. Osmanlı 1867 Dünya Fuarında ülkesine ait tanınmış mimari yapıların minyatürlerini yorumlayarak sergi mekânına sığdırmış, diğer devletlere canlı bir Osmanlı İmparatorluğu gezisi deneyimletmeyi amaçlamıştır (Akçura, 2009, 33s.).

Türkiye sergicilik tarihi adına bir kırılma noktası ise Osmanlı imparatorluğu tarafından 1863 yılında düzenlenen ilk yerel sergi etkinliğidir. Etkinliğe “Sergi-i Umumi-i Osmani” adı verilmiştir. Dünya fuarlarının etkisi ile gündeme gelen bu sergileme fikri ülkenin dört bir yanından gelen üretim teknoloji ve sanat nesnelerini İstanbul’da buluşturmuştur. Aynı zamanda sergi bir karnaval havasında geçmiş, İstanbul halkı ve dışarıdan gelenler için oldukça büyük bir çekim noktası halini almıştır. Burada dikkat çekilmesi gereken nokta ise Osmanlı İmparatorluğunun sadece bu sergi için ‘yeni tarz’ da bir mimari alan tasarlatmasıdır. Sergi aynı zamanda Avrupa’da da büyük ilgi uyandırmıştır. Bu girişim Osmanlı imparatorluğunun sergi mekânı ve yapısı üzerine batı örneklerini gözlemlemesi ve ilerici fikirler yürütmesinin bir kanıtı olarak görülebilmektedir (Akçura, 2009, 27 s.).

İlerleyen senelerde Osmanlı İmparatorluğu 1873 Viyana, 1889 Paris, 1893 Chicago, 1900 Paris sergilerinde boy göstermiş ve kurduğu sergi komisyonları, heyetleri ile dünya fuarları içerisinde istikrarlı olarak var olmayı başarmıştır. Bunun yanında ülke içerisinde düzenlenen Konya halı, kilim ve Bursa sergileri ile de yerel sergiciliği desteklemiştir.

1.4.2 Cumhuriyet dönemi sergicilik anlayışı

1. Dünya savaşı sonrası kurulan Türkiye cumhuriyeti şüphesiz yeni yapılanmaya giren, sanayi, tarım, sanat ve teknoloji alanlarında oldukça hızlı atılım yapması ve kalkınması gereken bir devlet konumunda olmuştur. Bu ihtiyaç aynı zamanda yerli üreticinin de desteklenmesini beraberinde getirmiştir. Bu ihtiyacın sergicilik tarihine olan yansıması ise cumhuriyet döneminin ilk sergi girişimi olan

yerli malı sergileridir. Aynı zamanda bu yerli malı sergileri geleceğin sabit sergi mekânlarının da ilk adımları olarak görülmektedir. Yerli malları sergisi 11 kez düzenlenmiş, bu süreç içerisinde sergileme tasarımı adına Türkiye tarihinin ilk adımları atılmıştır. Bu noktada yedinci Yerli malları sergisi bir dönüm noktası olarak görülebilmektedir.

Vedat Ar'ın tasarladığı Türk endüstrisi pavyonu, gerek mimarisi gerekse de bilgiyi tasarım ile birleştirmesi adına dönemi adına dikkat çekici bir örnek olmuştur. Bunun yanında Arif Dino'nun tasarladığı süngercilik pavyonu da fuarda dikkat çeken tasarımlar arasında olmuştur. Bu sergileme tasarımı girişimleri ile ilk kez yerel tasarımcılar sergi mekânının tümünü grafik bir öge olarak algılamış, tipografisinden mimarisine dek bir bütün olarak tasarlamışlardır. Bu girişimler aynı zamanda bir diğer dönüm noktası olan iş bankası sergileme tasarımlarının da hazırlayıcıları olmuşlardır. Bunun yanında yerli malları sergilerinde boy göstermeye başlayan Arif Dino, Vedat Ar, Atıf Tuna gibi tasarımcılar Türkiye sergileme tasarımı tarihi adına da ilk örnekleri tasarlamışlardır (Akçura, 2009, 70s.). Özellikle çok yönlülükleri ile tanınan bu tasarımcılar modern dönem sergileme anlayışının (Bauhaus, konstrüktivist ekol vb..) geç bir yansımasını Türkiye cumhuriyetinde gerçekleştirmişlerdir.

İş bankası 10. Yıl sergisi ise Türkiye sergileme tasarımı tarihi çerçevesinde incelenebilecek en ilerici örneklerden biri olmuştur. Selahattin Refik Bey'in tasarladığı sergi, bilginin düzenlenmesi ve sunulması adına sergicilik anlamında dönemindeki tasarımcıları bile şaşırtmış, özellikle bilgilendirme tasarımının yeni yeni fark edildiği o yıllarda infografik kullanımıyla da şaşırtıcı derecede ilgi çeken bir tasarım ortaya koymuştur. Yunus Nadi'nin Selahattin Bey'in tasarımı üzerine

söylediği şu sözler dönemi adına ne derece yenilikçi bir örnek olduğunu kanıtlar niteliktedir (Akçura, 2009, 77s.).

“Öyle anlaşılıyor ki Selahattin Refik Bey bu sergiyi Bankanın kendisine verdiği malumat ve vesaiki etüt ederek onları sıraya koymak ve fakat her şubeye ayrı bir can ve dil verme suretiyle meydana çıkarmıştır. İş Bankası’nın Galatasaray sergisinde her daire hiç ağzını açmadan bağıra bağıra, haykıra haykıra söz söyleyen kocaman birer hitap ve hitabet kaynağı gibidir. Orada duvar, dekor, rakam, çizgi, harita ve resim hepsi –dediğimiz gibi ağzını açmadan- göze batan ve t kalbe işleyen bir gülbank mecmuası arz ediyorlar. Ha söylüyorlar, ha söylüyorlar... Bu sergicilikte bizim memlekete göre grafikten, mukayeseden ve temsilden istifade eden ve işte gördük, çok muvaffak olmuş yeni bir sistemdir.” (Akçura, 2009, 77s.).

Aynı zamanda Yunus Nadi İş Bankası sergisinden çıkarılabilecek dersler arasında önemle ‘onca okuma yazma bilmeyen insanın bile sergi başında saatlerce vakit geçirip bilgi edindiği bir tasarım başarısı’ olduğundan bahsetmiştir (Akçura, 2009, 78s.). Bu açıkça görülebildiği gibi bilginin doğru düzenlendiğinde ne kadar ulaşılabilir bir kaynak olabileceğinin göstergesi olmasının yanı sıra, günümüz sergileme tasarımı kıstaslarına ne kadar yaklaşıldığının da şaşırtıcı bir örneği olmuştur.



Resim 15 İş Bankası 10. Yıl sergisi sergileme tasarımından bir sahne- . KAYNAK: Akçura, 2009, 78

Türkiye sergileme tasarımı adına bir diğer önemli gelişme ise sergi evinin kuruluşudur. Sergi evi, Ankara’da beynelmilel yapılacak her türlü sergi amacı ile oluşturulmuş mimari bir cumhuriyet dönemi projesidir. Sergi evi Yurt içi açılacak pek çok sergiye ev sahipliği yapmış, Türkiye sergileme tasarımının gelişimi üzerine de kız enstitüleri sergileri gibi önemli örneklerle tanık olmuştur (Aslanoğlu, 2001, 207s.).

Türkiye sergileme projeleri ve sergicilik tarihinde son durak ise İzmir Enternasyonal fuarları ve Kömür fuarı olmuştur. Özellikle İzmir fuarı için yerli malları sergilerinde de çalışan pek çok tasarımcı birlikte ticari kurumların pavyonları üzerine çalışmışlardır. İzmir fuarlarında özellikle tekel pavyonu tasarımları ile öne çıkan isim Atıf Tuna olmuştur. Bunun yanında Arif Dino da İzmir fuarı sergileme tasarımları içerisinde görev almış, pek çok yerli tasarımcı ile ekip olarak çalışmıştır. Durmaz tarafından Cumhuriyet döneminin aynı zamanda ilk yerli İllüstratör ve tasarımcıları arasında yer verilen bu isimler, aynı zamanda sergileme tasarımı tarihi adına da Türkiye’nin ilk isimleri olmuşlardır (Durmaz, 2011, 30 s. 82 s.).



Resim 16 Tekel Pavyonu tasarım eskizi – Arif Tuna - . KAYNAK: Akçura, 2009, 222

Osmanlı ve cumhuriyet döneminde yaşanan tüm bu gelişmeler aynı zamanda her ne kadar geçmişiyle eş ivmede olmasa da günümüz Türkiye'si sergicilik anlayışına da sızmıştır. Bu sızışın göstergeleri olarak Osmanlı Bankası galerisi ve Garanti Galerî örnekleri gösterilebilmektedir. Tıpkı çağdaş ve ilerici örnekleri gibi çok yönlü ve çok disiplinli bir tasarım anlayışıyla Türkiye'nin başarılı tasarımcıları tarafından tasarlanan örnekler, güncel Türkiye'nin önemli sergi mekânları olarak faaliyet göstermektedir. Fakat burada dikkat çekilmelidir ki sergileme eylemine her ne kadar güncel bir akış açısı sunulsa da, bu örneklerde tasarlanan sergi içeriği değil bağımsız sergi mekânının kendisidir ve sistemidir. Günümüzde çağdaş Türk tasarımcıların attığı adımlar her ne kadar Osmanlı ve Cumhuriyet dönemindeki iştah ile hızla yol almıyorsa da Sadık Karamustafa, Bülent Erkmen, Aykut Köksal gibi tasarımcılar-mimarlar sergileme adına yenilikçi projeler peşinde koşmaktadırlar.



Resim 17 Garanti Galerisi Değişken sergileme tasarımı sistemi – Tasarımcı: Bülent Erkmen - .
KAYNAK: Arkitera, 2003



Resim 18 Osmanlı Bankası Galerisi sergileme tasarımı sistemi – Tasarımcı: Bülent Erkmen - .
KAYNAK: Osmanlı, 2011

İKİNCİ BÖLÜM

BİR TASARIM DİSİPLİNİ OLARAK

SERGİLEME TASARIMI

2.1 Sergileme tasarımının bir tasarım alanı olarak konumlandırılması

Rick Poynor editörü olduğu “Design Without Boundries” adlı kitabında yer verdiği *Bilgi karmaşası için bir çare* adlı makalede, çağımızın adeta veri doktoru, bilgi mimarı olarak adlandırdığı Richard Saul Wurman’ı inceleme altına almıştır. Poynor, makale içerisinde Wurman’ı *bilgi doktoru* ya da *bilgi mimarı* olarak adlandırmıştır (Poynor, 1998, 229s.). Peki nedir bu bilgi doktorluğu, ya da bilgi mimarlığı?

Güler, *Grafik tasarımda yeni bir alan: Bilgilendirme tasarımı ve bir uygulama* adlı sanatta yeterlilik tezinde günümüz toplumunun bilgi bombardımanı arasında ezildiğini ve bu bombardıman altına doğru bilgiye ulaşmanın gittikçe güçleştiğini vurgulamış, bilginin düzenlenmesinin çağdaş toplumlarda artık kaçınılmaz bir ihtiyaç olduğunu dile getirmiştir (Güler, 2008, 2s.).

Tüm bu iki örnek bize çağdaş toplumlarda bilginin elde tutulan bir hazine oluşu kadar, o hazinenin ulaşılabilirliğinin de kıymetini vurgulamaktadır. İşte bu *bilgi doktoru*, *bilgi mimarı* gibi unvanların baş gösterişi, bilginin düzenlenmesi ve anlaşılır hale getirilmesi gereğinin toplumlar için kaçınılmaz bir ihtiyaç olarak kabul

dilişine dayanmaktadır. Güler işte ihtiyacın *bilgilendirme tasarımı* dalını dünyaya getirdiğini vurgulamıştır.

Bilgilendirme tasarımı dalının amacı, kısa tanımıyla, var olan karmaşık bilgi yığını, ulaşmak istediği kitle özelinde süzerek, anlaşılır ve kolay algılanabilir bir biçime dönüştürmektir. Bu noktada oldukça geniş bir alana yayılan bu tasarım dalı, bilginin düzenlenmesi gereken her türlü faaliyeti de kapsamaktadır.

İnsanoğlu yarattığı bilgi ağını aktarmak amacı ile sözlü, yazılı ve görsel pek çok yöneme başvurmuştur. Bu yöntemlerden biri ise uzun bir tarihi geçmişi olmasına rağmen günümüzde yeni yeni kürsü bulan ve net olarak sınıflandırılmaya çalışılan *çevre ve mekân* düzenlemeleridir. Birey, elinde bulunan bilgi yığını paylaşmak üzere sarmalandığı çevreyi bir araç olarak kullanmıştır.

İletişim kuran mekânların tasarlanması aynı zamanda sadece tasarım yöntemlerini etkilememiş, yeni tasarım dallarının doğuşuna da sebep olmuştur. Üç boyutlu yüzeyler üzerinde bilginin aktarımı ve iletişim üzerine yoğunlaşan *çevresel grafik tasarım* bu yeni disiplinlerin toplayıcı ismi olarak görülebilmektedir. Bilgilendirme tasarımının kapsadığı Çevresel grafik tasarım içerisinde kendine yer bulan *sergileme tasarımı* ise mekânın düzenlenmesi ve iletişim çabası adına temel uzmanlık alanının başını çekmektedir (Lorenc, Skolnick, Berger 2010).

Frey Sergileme Tasarımını şu sözlerle tanımlamıştır;

“Herşeyin ötesinde sergileme tasarımı, bilgi veren mekânların düzenlenmesi anlamına gelmektedir. Sergileme tasarımı genele olan ek bir işlem değil, aksine, sözsel anlatım ve fikir ile görsel temsil arasında eşzamanlı, diyalektik bağlantı kuran bir tasarım dalıdır” (Frey, 2006, 6s.).

Günümüz toplumunda iletişim medyumunun kendisi olan mekânlar, hikâye anlatmanın yanı sıra artık yüksek teknolojinin de yardımı ile *deneyim yaratanlar* olarak var olmaktadır. Sergileme tasarımı vasıtasıyla yaratılan deneyim ve deneyim ile öğretim günümüzün en etkili iletişim biçimlerinden biri olarak görülmektedir. Özellikle yönetme büyük firmaların, ticari fuarların ve müzelerin başvurduğu gözlemlenirse bu iddiayı kanıtlamak zor olmamaktadır (Hetteema, 2006, 8-9s.).

Tüm bunların yanında deneyim yaratarak iletişime geçen mekânlar yeni müzecilik kavramının da başvurduğu temel yöntemlerden biri haline gelmiştir. Somut olmayan mirasın ve bilginin sergilenmesi ve halk ile buluşması amacı ile ortaya atılan yeni müzecilik kavramı, bilgiye ve mekâna kurgusal bir yaklaşım ile bakarak yepyeni ve çekici etkileşimli bir iletişim deneyimi sunmaktadır.

Bu bulgular sergileme tasarımının günümüz tasarım dünyası içerisinde konumlandırılması adına oldukça önemlidir. Şayet sergileme tasarımı bilginin mekân içerisinde kurgulanışı eyleminin var olduğu her noktada kendini göstermektedir. Her nasıl bilgilendirme tasarımı pek çok dalı bir çatı altında toplayan bir tasarım dalı ise, sergileme tasarımı da çevresi ile üç boyutlu olarak iletişime geçen her türlü iletişim çabasını da kapsamaktadır.

Tüm bu konumlandırmaların yanı sıra, sergileme tasarımını sadece üç boyutlu oluşu ve mekâna yayılışı özellikleri ile tasniflendirmek sağlıklı bir sonuç doğurmamaktadır. Peki, bir mekânı ne sergi yapar? Lorenc, Skolnick ve Berger bu sorunun yanıtını yine bir soru ile vermişlerdir: Bir mekânı iletişim kuran olarak konumlandıran nedir? Görülmektedir ki yazarlar bir mekânın sergi oluşunu, onun iletişim kurma çabasına bağlamaktadır (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 30s.). Bu sözün ardından yazarlar sergi sözcüğünden ve sergileme tasarımından bahsetmek için

mekânın iletişim kurma amacı ve o amaç doğrultusunda mekânın tasarlanması gerektiğini vurgulamışlardır. Mekân yazarlara göre anlatacak hikâyesi olan bir boşluk olmalıdır.

Çevresel grafik tasarımın içerisinde yer alan sergileme tasarımı, geniş bir alana yayıldığı gibi sınırları da kesin olarak belirlenememiş bir tasarım dalıdır. Bu noktada güncel sanat ve mimari ile sergileme tasarımının iç içe geçtiği noktalar olmuştur. Özellikle mimari, heykel ve yerleştirme projelerinin halk için birer yer imi olarak görev alması, bir nevi sanatçıya iletişim kuran bir obje tasarlama şansı vermiştir. Fakat bu ürünlerin tek amacı halkın aklında yer edici birer *hatırlanabilir mekân* oluşturmaktır. Bu noktada sergileme tasarımı, bu örneklerden sadece gösteren değil, gösterilenin hikâyesini anlatan ya da bilgisini veren olarak ayrılmaktadır (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 32s.), (Güler, 2008, 109s.).

2.2 Sergileme tasarımı sınıflandırmalar

Her ne kadar oldukça genç bir tasarım disiplini olarak tanımlansa da sergileme tasarımı kendi içerisinde sınıflandırmak pek çok alana yayılan ve pek çok farklı tarzda ürünler ortaya koyan bir dalı bilimsel temellere oturtmak için oldukça gereklidir. Sergileme tasarımı, tarihi içerisinde sürekli veya geçici oluşu, işlevi, mekânı ya da süresi gibi pek çok değişken ile sınıflandırılmıştır. Lorenc Skolnick ve Berger sergileme tasarımı tanımladıkları yayınlarında alanı, kendi içerisinde müzeler, ticari sergilemeler gibi ana başlıklara ayırmış, bu başlıkları da kendi kapsamlarında genişletmişlerdir. Tez içerisinde sergileme tasarımı en genel ve toparlayıcı tanımlamalar olmaları nedeni ile kalıcı ve geçici sergilemeler olarak sınıflandırılacaktır. Aynı zamanda bu iki tür sergi tasarımı kendi özelliklerinde kültürel sergileme projelerini işaret eden müzecilik ve sergileme tasarımının ticari ve geçici yönünü temsil eden fuarcılık olarak genişletilecektir.

2.2.1 Kalıcı sergileme tasarımları

Yrd. Doç. Çiğdem Demir, *Günümüz Sergileme Tasarımı, Türleri ve Londra'dan Sergileme Tasarımı Örnekleri* adlı yayınında, sergileme tasarımının boy gösterdiği bu alanı, ticari kaygılardan uzak kültürel ve sosyal içerikli sergileme ürünleri olarak konumlandırmıştır (Demir, 2009, 55s.). Aynı şekilde Lord, kalıcı sergileme tasarımlarını diğer ticari sergileme tasarımlarından, *kültürün iletilmesi adına, gelir kaygısı gütmeyen müze mekânları için tasarım projeleri* olarak tanımlandırmıştır (Lord, Lord, 2001, 15s.). Demirin ve Lord'un da vurguladığı üzere, kalıcı sergileme tasarımı projeleri kendilerine mekân olarak kültürlerin mabedi

olarak tabir edilen müzeleri seçmişlerdir. Bu noktada günümüz kalıcı sergileme tasarımlarını müzecilik çerçevesinde konumunu ve görevini incelemekten önce, çağdaş müzeciliğin güncel durumu hakkında bilgi vermek yerinde olacaktır.

Müzeler genel anlamda kültürel mirasın koruyucuları ve saklayıcıları olarak görülmektedir. Tarih süreçte müzeler için tasarım, genel olarak küratörün ve koleksiyon uzmanının ihtiyaçları çerçevesinde düzenli bir yerleştirmeden ibaret kalmıştır. Fakat 20. yüzyıldan bu yana müzelerin rolündeki değişim, onları salt kültür mirasını koruyucularından, izleyici odaklı eğitim mekânları olma yönüne evirmiştir (Hammond, Waite, 2010, 78s.).

Müzeoloji terimindeki değişimler aynı zamanda sergileme tasarımı adına pek çok yeni fırsat yaratmıştır. Seçkinlerin ellerinde bulunan kurumsallaşmış bilginin demokratikleşmesi, kitlelerle iletişimin çok daha özel olarak ele alınması gereğini ortaya atmıştır. Müzelerin yakın zamanda uğradıkları büyük değişime rağmen bu değişim içerisinde tasarımın rolü ve değeri, daha yeni anlaşılmaktadır (Hammond, Waite, 2010, 88s.).

Hooper- Greenhill'e göre günümüzde müzelerin yaşadığı en büyük mücadele, müze ve izleyici arasındaki dengelerin değişişidir. Müzelerin görev ve fonksiyonları artık eğitim kelimesi ile birlikte anılmış, kurum var olduğu günden bu yana, koleksiyonculuğun ve salt göstermeden öte oldukça önemli bir misyon edinmiştir (aktaran Chen, Ho, t.y, 1s).

Bu misyon ile müzeler, klasik gösterme anlayışından yenilikçi hikaye anlatımına (Narrative story telling) doğru bir evrim geçirmişlerdir. Bu evrim müzelerde modern ve post modern sergileme tasarımı anlayışları olarak ayrıştırılmaktadır. Chen ve Ho bu iki tarza *Efektif* (Effective - Modern Dönem

sergileme anlayışını ifade etmektedir) sergileme ve *Açıklayıcı-Yorumlayıcı* (İnterpretative- Post modern Dönem sergileme anlayışını ifade etmektedir) sergileme adlarını vermişlerdir (Chen, Ho, t.y, 1s.). Bu iki strateji de güncel Müzelerin izleyicisi ile iletişim kurma biçimlerini ifade etmektedir.

Efektif sergileme tasarımı biçimi hakkında 1992 yılında Londra Doğal Tarih müzesinde yapılan araştırmalara göre bu tarz, izleyici ve müze arasındaki büyük boşluğu etkin bir biçimde dolduramamaktadır. Efektif sergileme tasarımı, küratör temelli biçim almaktadır ve bu nedenden dolayı sergileme tasarımları izleyicinin müze içerisindeki yaşadığı deneyimi hiçe sayarak oluşturulmaktadır. İzleyici bir bilgi yığını olan müze içerisinde oldukça sınırlı bir zaman geçirmektedir. Bu noktada klasik sergileme metotları bilginin sorunsuz aktarımı konusunda yeteri kadar verimli işlememekte, izleyicinin beklentilerini karşılayamamaktadır. 21. yüzyıl müzeleri bu yeniçağ içerisinde karşılaştıkları problemleri çözmek için çok daha fazlasına ihtiyaç duymaktadırlar. Bu noktada açıklayıcı sergileme tasarımları sahneyi almaktadır.

Açıklayıcı müze sergilemeleri hakkında bir benzer araştırma ise Taiwan Doğal tarih müzesinde yapılmıştır. Müze, ziyaretçisi ile pek çok kanaldan iletişim kurmayı deneyen yenilikçi bir yapıdır. Bu çabanın sonucunda müze, sergileme tasarımı sayesinde, bilgiyi kullanıcıya pek çok farklı biçimde deneyimleterek ulaştırmıştır. Kullanıcılardan genel geri dönüş şöyle olmuştur: Kullanıcılar açıklayıcı müze sergilemeleri ile bilgiyi deneyerek ve test ederek, 'kendi kendilerine' öğrendiklerini ortaya koymuştur. Bu tasarım düşüncesi ile sergi, çok daha fazla izleyiciyi bilgilendirmiş, dikkatini çekmiş ve eğlendirmiştir (Chen, Ho, t.y, 1s.).

Yazılar dergisi *Alandaki Derinlik* adlı makalesinde Jessica Jenkins müze sergileme tasarımlarının ve açıklayıcı müzecilik konseptinin günümüzdeki yansımaları şü sözlerle değerdendirmiştir:

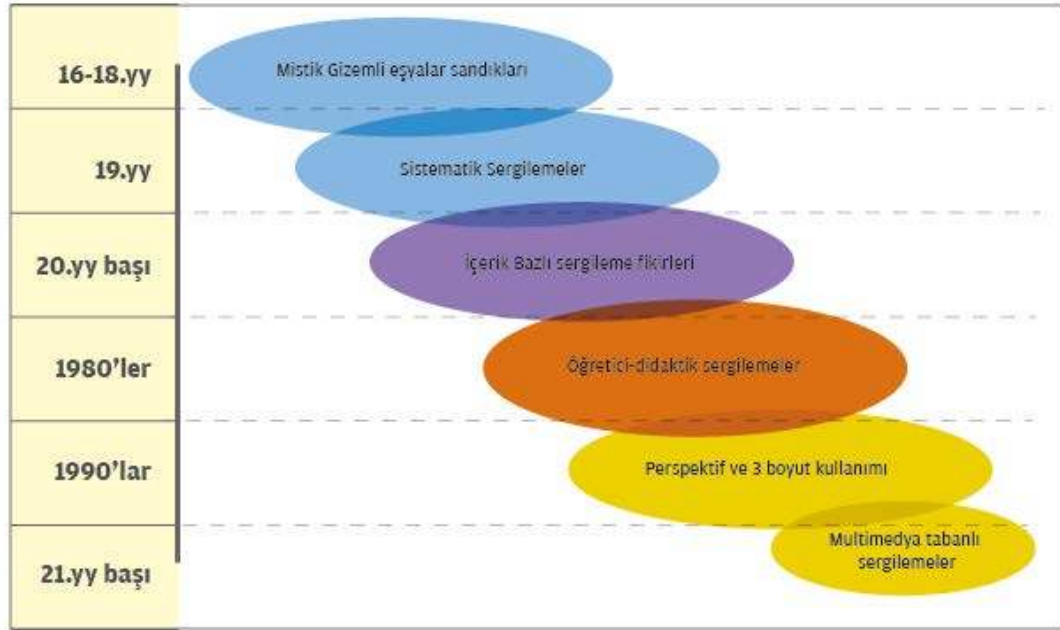
Son yıllarda halka açık müzelerin şeklinde değışim görüliyor; bu değışim seçkin ve bilimsel önceliklerin daha kolay erişime imkân vermesiyle, eğlenceyle ve ziyaretçi sayısını arttırmaya yönelik baskıyla oluyor. Artık bir sergi gezmenin “tecrübeye dayanan” bir boş zaman aktivitesi olduğuna şüphe yok; bu da grafik ve mimari tasarımcıların beraber “etkisizleştirmenin” tam aksini yapan alanlar yaratmaları için fırsatlar sunuyor (Jenkins, 2009, 1s).

Bu noktada Jenkins’in tanımlamasında, müzelerin artık birer zaman geçirme ve eğlenme mekânı olmasından ziyade, dikkat çekilmesi gereken, birer *etkisizleştirme* mekânı olarak var oluşlarının sona erişidir. Bu bize yenilikçi müze sergileme tasarımlarının sergiledikleri ve sergileyişleri ile deneyim yaratma, hikâyeyi ya da bilgiyi yaşatma çabalarının bir kanıtı olarak görülebilir niteliktedir.

Sergileneni etkisizleştirerek gösteren ve saklayan müzelerden, güncel, açıklayıcı müze anlayışına geçiş, aynı zamanda yeni müzecilik teriminin de doğuşuna neden olmuştur. Uluslararası müzeler birliği yeni müzecilik anlayışını, müze sözcüğünün yeniden tanımlanması vasıtasıyla 1961 yılında şöyle tanımlamıştır: “Müze, kültürel ve bilimsel değere sahip nesne koleksiyonlarını inceleme, eğitim ve eğlence amaçlı koruyan ve sergileyen sürekli bir kurumdur” (ICOM, 2003).

Yeni müzecilik pek çok yeni sergileme tasarımı fikrini de beraberinde getirmiştir. Sergileme tasarımı alanı müzecilik üzerinde büyük değışimleri tetiklerken bir diğerdan müzenin kendisi tarih boyunca, sergileme tasarımının

yöntem ve işleyişi adına yepyeni bakış açıları getirmiştir. Bu süreci Frey, *Designing Exhibitions* kitabında şu şekilde şemalaştırmıştır:



Tablo 1 Müzeciliğin sergileme tasarımı üzerine tarihsel etkisi. KAYNAK: Frey, 2006, 21

Yeniden Çizim: BAYAR, Ziyacan

Tüm bunların yanında yenilikçi müze tasarımları modern dönemden bu yana tasarımcıları ve mimarları çok farklı problemlerin çözümü için yeni yöntemler aramaya ve yeni çalışma biçimleri geliştirmeye itmiştir. Bu çaba sonucu tezin ilerleyen bölümlerinde bahsedilecek olan çok disiplinli çalışma ortaklıkları baş göstermiştir. Şüphesiz ki müze tasarımları çok boyutlu problemlerin çözüldüğü bir mücadele alanıdır. Bu çok yönlülük aynı zamanda birçok uzmanlık alanını da tek bir proje içerisinde istihdam etmiştir. Tüm bu zorlu şartlar aynı zamanda sergileme tasarımı ekibinin de kimlerden oluşması gerektiği ve hangi özelliklere sahip

olmasının tanımlanmasını da gerektirmiştir. Sergileme tasarımcısı ya da sergileme tasarımcılarının kim olduğu bölümün son aşamasında tartışılacaktır fakat kısa bir tabirle Hammond müzecilik kapsamında sergileme tasarımcılarının bulundurması gereken özellikleri şöyle tanımlamıştır: Sergileme tasarımı grafik tasarım, mimari ya da endüstriyel tasarımın geleneksel çizgisinin dışına çıkmaktadır. Sergileme günümüzde daha çok etkileşimli tasarım ve organizasyon tasarımı dalları kapsamında yer almaktadır. Bu bağlamda sergileme tasarımcıları belirli bir alanda özelleşen bireyler olmalarından ziyade verilen konu üzerine çok yönlü fikir üretebilen ufku açık tasarımcılar olmalıdırlar. Tasarım sadece görselin sunulması anlamına gelmemektedir. Bunun yanında bilginin düzenlenmesi ve anlaşılır hale getirilmesini gerekmektedir. Bu aynı zamanda bilginin kullanıcıya doğru metotlarla sunulması anlamına da gelmektedir. Bu yoldan gidildiğinde sergileme tasarımcısı bilgiyi, ve fikri toparlayarak onu bir yola sokan ve kullanıcıyla iletişime geçiren olarak var olmalıdır (Hammond, Waite, 2010, 88s) .

Müze sergileme tasarımlarından bahsedildiğinde tasarım dünyası içerisinde Ralph Appelbaum ismini atlamak oldukça zordur. Ruhling, Appelbaum tasarımlarını şu sözlerle tanımlamıştır:

“Eskiden en tuhaf objeler bile yerlerinde eski ve sıradan bir biçimde durmaktaydı, ta ki Appelbaum onların hikâyelerinin anlatana dek...”(Ruhling, 2007, 19s).

Appalbaum günümüze dek tasarladığı 250’yi aşkın müze ile müze sergileme tasarımı konusunda alanının ustası olarak kabul edilmektedir. Bu noktada Appelbaum’un müze sergileme tasarımları hakkındaki fikirlerine yer vermek alanın

Çalışma prensibin açıklamak adın oldukça yararlı olacaktır. Tasarımcı sergileme tasarımının başarısının temelini, konu hakkında derin bilgiye sahip olmak ve izleyici ile empati kurmak olarak tanımlamıştır. Bu noktada Appelbaum konu üzerine şöyle belirtmiştir:

“Her ne kadar insanlar ve onların kültür dünyaları üzerine bilgi sahibi olursanız, bir o kadar da onlarla empati kurabilirsiniz. Eğer ki empati kurabilirsiniz, projelerinizde onlarınkine çok yakın bir yaşam deneyimi sunabilirsiniz.” (Ruhling, 2007, 19s).

Appelbaum deneyimden kasıt olarak sergi sürecinde yaşanan teatral bir dramayı kastetmektedir. Tasarımcı sergileme tasarımlarının bu yönü sayesinde kullanıcının yaşadığı bir deneyim sürecinde, hiç farkına varmadan pek çok bilgi edindiğini belirtmiştir. Ralph Appelbaum’un bu tasarım fikirlerini en iyi örnekleri oldukça ne kavuşmuş olan Amerika Anayasa Müzesi ve Doğal Tarih Müzesi tasarımlarında görülmektedir. Appelbaum bu sergilerdeki tasarım yaklaşımını şöyle açıklamıştır:

“Biz bu tasarımlarda açıklayıcı sergileme tasarımı deneyimi ve iletişim için, çevreyi tümüyle hareket halinde kullanmak adına deneylerde bulunduk. Değişken mekânlar tasarladık. Sergilemenin arkasında yatan pedagojik yapıyı güçlendirmek adına çevresel ve mimari metaforlar kullandık. Bu sayede tasarımlar oldukça geniş bir alana ulaşma başarısını gösterdiler. Bu çabaların sonucunu insanların sergiye kendini kaptırışından ve serginin üzerlerinde bıraktığı etkinin kuvvetini gözlemleyerek algıladık. İzleyiciler sergi konusu üzerine birbirleriyle tartıştılar, fikir alışverişinde bulundular ve mzeyle çok daha iç içe bir hal aldılar” (Wurman, 1997, 150s)



Resim 19 Ulusal Anayasa Merkezi, ABD, Tasarımcı: Ralph Appelbaum. KAYNAK: Güler, 2008, 108



Resim 20 Ulusal Doğa tarihi müzesi, ABD, Tasarımcı: Ralph Appelbaum. KAYNAK: Wurman , 153

Çağdaş müzecilik konusunda çizgiyi bir adım öteye taşıyan Appelbaum'un tasarımları aynı zamanda tez içerisinde, sergileme tasarımının çok disiplinli bir proje ortaklığı olarak tanımlandığı bölümde de incelenecektir.

Sergileme tasarımı tarihi üzerine köklü değişiklikleri beraberinde getiren müze kurumlarının yanı sıra, Dünya Fuarları (EXPO) ile tabiri caizse 'keşfedilen' ticari amaçlı sergileme projeleri de alan üzerinde oldukça önemli gelişmelerin yaşanmasına olanak sağlamışlardır. Bu olanaklar, sergileme tasarımının boy gösterdiği bu iki alan içerisinde çapraz ilişkilerin kurulmasına yol açmış, alanlar birbirlerini tasarım kullanımı ve yenilikçi fikirleri ile karşılıklı olarak beslemişlerdir.

2.2.2 Geçici sergileme tasarımları

Sergileme tasarımı kalıcı kültür mekânları yarattığı gibi aynı zamanda gelişen endüstri ve pazar ihtiyacı ile ticari isteklere de yanıt veren, çözüm üreten bir tasarım dalıdır. Tarih içerisinde temel olarak Dünya Fuarları ile fark edilen sergileme tasarımının ikna edici gücü, post modern tüketim toplumunun reklam ve pazarlama ihtiyacı adına oldukça verimli bir yöntem olmuştur.

Bir ürünü satmak adına sergileme tasarımının kullanımı git gide gelişen bir endüstri haline gelmektedir. Özellikle müze sergileme tasarımları sayesinde oluşan büyük bilgi birikimi ticari ve geçici sergileme tasarımlarının en az diğer sergilemeler kadar sofistike ve başarılı örnekler vermesini sağlamıştır. Özellikle ticari sergileme tasarımı projeleri, grafik tasarımcılar, endüstriyel tasarımcılar, mimarlar, etkileşim tasarımcıları, çevresel grafik tasarımcılar ve sergileme sistemleri üreticilerinin

buluştuğu, tek bir proje üzerinde fikir ürettikleri, en verimli alanlar olarak görülebilmektedir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 88s.).

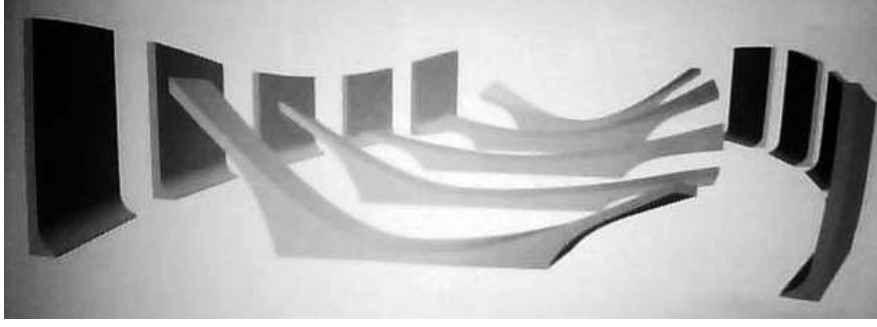
Şüphesiz ki temel olarak ticari sergileme tasarımları bir ürünün verimli olarak pazarlanması, tanıtımı ve satışı amaçlı yerleştirmelerdir. Bu noktada sergileme tasarımı fuarlardan vitrin tasarımlarına, showroom düzenlemelerine dek oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. Ticari amaçlı geçici sergileme projelerinin en uğrak durakları genel olarak fuarlar olmuşlardır. Turgut, sergileme tasarımının fuarcılık ile olan yakın ilişkisini şöyle tanımlamıştır.

"Fuarlar da sergileme tasarımının en yaygın uygulama alanlarından biridir. Fuarlar günümüzde tecimsel ve tecimsel olmayan ürünlerin belirli bir alanda bir arada sergilenmesinin geldiği en son noktadır" (Turgut 2002, 181s.).

Lorenc, Skolnick ve Berger ticari fuar sergileme tasarımlarını, sergileme tasarımının günlük hayatta en fazla karşılaşılır hali olarak tanımlamıştır. Aynı zamanda yazarlar sergileme tasarımının ticari yönünü üretim temelli olarak ta değerlendirmiş ve oldukça kısa süreler içerisinde meydana getirilen ‘hızlı’ projeler olarak nitelendirmişlerdir. Bu noktada sergileme tasarımı sürecindeki hız kelimesi grafik tasarım ile karşılaştırıldığında oldukça ironik kalmaktadır. Bunun nedeni, en basit olarak adlandırılabilir olan belirli bir kitleye hitap eden ve kısıtlı bir metre karede konumlanan fuar tasarımlarının bile fikir ve üretim sürecinin yaklaşık üç ay gibi uzun zamanları bulmasıdır. Bir diğer yandan müzeler gibi mekânlar için ise yıllardan bahsedilmektedir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 90s.).

Bu göreceli olarak hızlı üretim süreci aynı zamanda sergileme tasarımı adına yeni tekniklerin, malzemelerin keşfi yönünde gelişmeleri de beraberinde getirmektedir. Bu yeniliklerin başını da sergilenenin kullanıcısı iletişim süresindeki hız çekmektedir. Ticari sergileme tasarımları müzelerin aksine, izleyicisi ile çok daha hızlı iletişime geçmeli ve amaçlanan bilgiyi olabildiğine hatasız aktarmalıdır. Tüm bunların yanında aynı zamanda ikna edici ve ilgi çekici özellikleri de barındırmalıdır (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 90s.).

Geçici sergileme tasarımları tez içerisinde her ne kadar ticari alanlar çerçevesinde tanımlansa da, ‘geçici’ olarak değerlendirilebilecek olan pek çok kültürel sergileme tasarımı projesi de mevcuttur. Bu noktada özellikle belirli bir konu üzerine gitmiş, adeta müzeler gibi davranan sergileme tasarımı örneklerini görmek hiçte zor değildir. Bu konulu ve ticari kaygılardan uzak sergileme projeleri, özel kurumların önemli yılları anısına yapılan etkinlikler, belirli kurumların seslerini duyurma amaçlı halka açık sokak projeleri ya da bienallere kadar pek çok alanda ürün vermektedir. Bu konu üzerine Asymptote mimarlık grubunun tasarladığı 9. Venedik Mimarlık Bienali sergileme tasarımları oldukça başarılı bir örnek olarak görülmektedir. Geçmişten referans alarak gelişen Asymptote tasarımı, mimarlıkta dönüşüm konulu bienalin sergi mekânlarını aynı şekilde tarihi objeleri de kendi içerisinde dönüştürerek tasarlamıştır. Sergi, tarihi gemi iskeleti yapılarını sergi mekânlarına dönüştürerek izleyiciyi sarmalamış, bununla birlikte sergilenenler sadece bir sergi nesnesinden çıkarak aynı zamanda izleyiciyi sarmalayan olarak var olmuşlardır (Forster, 2004, 61s.).



Resim 21 9. Venedik mimari bienali sergileme tasarımları, KAYNAK: Forster , 61



Resim 22 9. Venedik mimari bienali sergileme tasarımları, Tasarımcı: Asymptote.KAYNAK: Forster, 59

Müzecilik ile birlikte ticari ya da geçici sergileme tasarımları modern dönemden bu yana sadece bir ‘sergi’ tasarımı olarak kalmamış, tüm diğer meslek dalları ile birlikte grafik tasarım adına birçok fırsatı da aralamıştır. Bu fırsatlardan belki de en dikkat çeken ise çok disiplinli çalışma tarzının grafik tasarım dünyasının kapılarını aralayışıdır. Tasarım tarihi içerisinde grafik tasarımcılar hiç tecrübe etmedikleri şekilde tek bir proje üzerinde pek çok meslek dalı ile iş birliği yapmışlardır. Bir diğer bakış açısı ile bu işbirliği, her bir meslek dalı adına çok daha geniş bir meslek algısı sunarak tasarımcıların, mimarların ya da mühendislerin ufuklarını genişletmiştir.

2.3 Disiplinler arası bir tasarım dalı olarak sergileme tasarımı ve belli başlı örnekler

Şüphesizdir ki modern dönem, tasarımcıların icra ettikleri mesleği tanımları, keşfetmeleri ve sınırlarını çizmeleri adına büyük bir öneme sahip olmuştur. Alanlarının bir deyişle kapsama alanını keşfeden tasarımcılar, aynı zamanda dönemlerinin gerektirdiği üzere birçok çalışma alanında da faaliyet gösteren kişiler olarak var olmuşlardır. İşte bu özellik, dönemin tasarımcılarının sınırlarda gezinmesini ve gerekirse bu sınırları bulanıklaştırarak birçok alanda çalışmaları ile var olmalarını beraberinde getirmiştir. Bu çok yönlülük aynı zamanda tasarımcının öz belleğinde büyük bir bilgi ve tecrübe birikimi yaratmıştır. Bahsedilen bu tecrübe birikimi, yapılan birçok farklı iş disiplininde ayrı ayrı profesyonelleşme anlamına gelmiştir. Bu saptamayla birlikte şu sonuç ortaya çıkmaktadır. Çağdaş dönemin çok disiplinli çalışma ortamının temellerini atan modern dönem grafik tasarımcıları (çok yönlü tasarımcıları) birçok projenin de hem tasarımcısı, hem mimarı, hem direktörü hem de sanatçısı olarak yer almışlardır. Bu anlamda modern dönemde tasarımcı, dâhil olduğu proje üzerinde yaratıcı tekeli elinde bulunduran olarak tanımlanabilmektedir.

Konuya sergileme tasarımı çerçevesinden bakıldığında ise sergileme projeleri modern dönemden bu yana, çok disiplinli meslek anlayışının yegâne çalışma sahaları olmuşlardır. Bu noktada müzecilik ve fuar sergileme tasarımları (EXPO Fuarları) bu yaklaşımın temel örneklerini barındırmaktadır.

Özellikle yeni müzeciliğin gelişimi ve yeni müzecilik adına tasarlanan yenilikçi sergiler, pek çok tasarım ve üretim alanını bir araya getirmiştir. Bu gelişmelere ek olarak günümüzde sergileme tasarımı alanına dijital interaktivite gibi kavramları ekleyen teknoloji dâhil olmuştur. Bu noktada kabaca sayılacak olunursa, grafik tasarımcılar, mimarlar, iç mimarlar, endüstriyel tasarımcılar, küratörler, bilgisayar programcıları, ışıklandırma mühendisleri ve dahası sergileme projeleri için tek bir ekipte görev almaktadırlar.

Thompson müze sergileme tasarımlarının kendine özgü başka hiçbir tasarım alanına benzemeyen yapılanmalar olduğunun altını çizmiş, aynı zamanda bu yapıların kendine özgü tasarım yöntemleri ile çözülebileceğini belirtmiştir. Hammond ve Waite, müze sergileme tasarımları adına çok disiplinli tasarım ekiplerinin gerekliliğini şu nedenlere dayandırmıştır: çok farklı yönlere dönüşebilen, pek çok farklı yerde açılabilen, sergileme tasarımlar aynı ölçüde karmaşık bir tasarım yapılanması gerektirmektedir. Bu yapılanmada aynı zamanda pek çok meslek grubunu bir araya getiren gruplarla elde edilebilmektedir. Bunu yanında yazarlar ticari sergilemeler ile müze sergilemelerinin yöntem farklılığını da aynı yazıda vurgulamış, müzeleri genel anlamda tek bir müşteri odaklı işleyen ticari sergilemelerden ayırmıştır. Bu ayrımın temelini ise genel olarak küratörler ve pek çok ek meslek dalının projeye dâhil oluşu oluşturmaktadır (Hammond, Waite, 2010, 79s.). Yazarlar aynı zamanda yazıları içerisinde sergileme tasarımı ekiplerinin de genel çerçevesini çizmiş, ekipleri pek çok farklı ihtiyaca cevap verebilecek çok yönlü tasarımcıların oluşturması gerektiğinin altını çizmiştir.

Lin, sergileme tasarımı projelerindeki çok disiplinli yaklaşımın aynı zamanda bir tasarım süreci problemi olduğuna dikkat çekmiştir. Yazar pek çok alana yayılan bu ekibin aynı zamanda kendi içinde yapılanmasını da bir tasarım problemine benzetmiştir. Bunun yanında yazar karmaşık ve büyük ölçekli başarılı sergileme yapılanmaları için, başarılı bir koordinasyonla yönetilen iyi bir tasarım ekibinin gerekliliğini de vurgulamıştır (Chung-Hung Lin, t.y, 1s.). Bir diğer yayınında Lin, günümüz ve geleceğin sergileme tasarımlarının artan etkileşimli faaliyetlerinin pek çok farklı tasarım ve uygulama dalının da ekip içerisine gireceğini belirtmiştir. Günümüz sergileme tasarımlarında bile interaktivite adına, bilgisayar programcıları ve teknoloji şirketleri ekibin ayrılmaz parçaları olmuşlardır (Chung-Hung Lin, 2009, 2s.).

Konu bağlamında başarılı bir örneği çok disiplinlilik çerçevesinde incelemek çok daha yararlı olacaktır. Ralph Appelbaum tarafından tasarlanan *Newseum* müzesi konu adına yenilikçi bir örnek olarak görülmektedir. Müze mimari ve grafik tasarımın yanı sıra interaktif medyayı da en az diğerleri kadar büyük bir araç olarak kullanmıştır. Hatta interaktivite ile ilgili sorumlu olan etkileşim tasarımı alanı serginin temel yapısını oluşturmuştur. Appelbaum yenilikçi fikirleri ile bu habercilik müzesinde, dev dijital panolar ile haberleri canlı yayın olarak müzenin içerisine sokarak benzersiz bir ortam oluşturmuştur (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 118s). Aynı zamanda müzenin mimarisi de sergileme tasarımı kapsamında görülmüştür. Merkez noktası olan sergileme fikrine referans vererek tasarlanan dış cephe bu özelliği ile sergileme tasarımı adına da ipuçları bulundurmaktadır. Mimarinin çevresi büyük bir LCD ekran ile güncel haberleri vermiş, sergileme tasarımı fikri olan şeffaf

habercilik adına bina çevresindeki beton örneklerin aksine tamamen şeffaf materyal ile kaplanmıştır. Tüm bu tasarım fikirleri tek bir sergileme projesi için bir araya gelmiş, sadece tek bir sergileme tasarımı ekibi değil pek çok şirket kendi ekipleri ile adeta dev bir tasarım ekibi oluşturmuşlardır (Forgey, 2002).



Resim 23, Newseum müzesi sergileme tasarımları mimari ayağı, Tasarımcı: Ralph Appelbaum Inc. KAYNAK: The Washington post, 2002

Müze sergileme tasarımının bir diğer çıkış cümlesi ise “dünyaya açılan bir pencere”dir. Bu nedenle tasarım interaktif medya ile bağlantıya geçmiş, entegre edilen pek çok yeni teknoloji ile izleyici bir multimedya dünyasına dalmıştır. Aynı zamanda bu örnek tezin ilerleyen bölümlerinde interaktif sergileme tasarımı adına da öncü bir yapı olarak gösterilecektir.



Resim 24, Newseum müzesi sergileme tasarımları iç mekân ayağı, Tasarımcı: Ralph Appelbaum Inc. KAYNAK: The Washington post, 2002

Şüphesiz süreç ve güncel örnekler gösteriyor ki, gerek halkın bilgilendirme ihtiyacının artması, gerek verilecek bilginin tabiri caizse frekansının artarak bir uğultuya dönüşmesi, gerekse de müze ve ticari sergilemelerdeki çitanın yükselişi sebebi ile sergileme tasarımı ilerlediği ve sergileme adına yeni fikirler var olduğu sürece çok daha farklı meslek dalı bir araya gelecektir. Bu, hem sergileme projeleri adına daha büyük çaplı örneklerin verilmesini sağlayacak, bunun yanında farklı bakış açılarının harmanlandığı projeler çok daha yaratıcı ve verimli çözümler üreteceklerdir.

2.4 Sergileme tasarımı içerisinde grafik tasarımının rolü

Sergileme tasarımının, temeli iletişim amaçlı bir çaba olduğu düşünülürse grafik tasarım, sergileme tasarımı ekibi içerisinde temel iletişim rolünü üstlenen tasarım alanı olarak görev almaktadır. Grafik tasarımcılar izleyiciyle olan görsel ilişkiyi kurmakla kalmayıp aynı zamanda sergileme projesi kapsamında konsept bulma, hikaye anlatma, ortam yaratma gibi süreçlerde de fikirleri ile başı çekmektedirler.

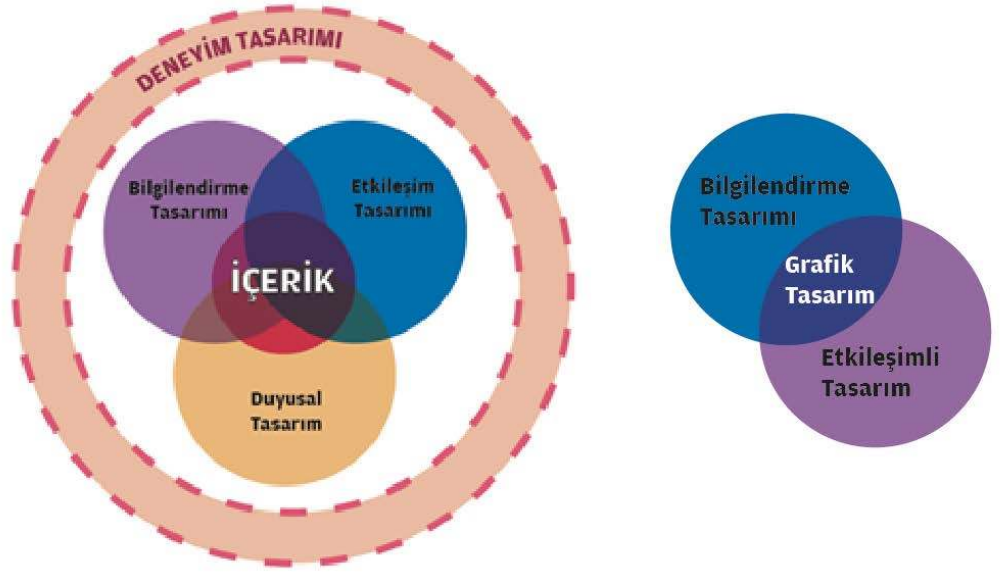
Grafik tasarımcıların sergileme tasarımı içerisindeki rolleri tıpkı çizgi roman sanatçılarının hikâye anlatma yöntemlerine benzetilebilir. Hikâyelerinin tüm akıcılığını, gidişatını ve temposunu seçtikleri karelerle belirleyen çizgi roman sanatçıları gibi, grafik tasarımcılar, bir sergileme tasarımı projesinde bilgiyi seçtikleri yöntemler ve kesitler ile izleyiciye en akıcı ve verimli şekilde aktarmaktadırlar.

Her ne kadar Giles Velarde sergileme tasarımı sürecinde her bir tasarım aşamasını birbirinden ayrı yapılanmalar olarak sunmuşsa da, güncel sergileme tasarımlarında bu yaklaşımı görmek oldukça zordur. Çok disiplinli anlayış sergileme tasarımının her dalında başarıya ulaşmak için anahtar sözcük olarak bahsedilmektedir. Bu noktada grafik tasarım da bu gelişmelerden nasibini almış, etkinliği sergileme tasarımları içerisinde git gide artmıştır (Velarde, 2001). Grafik tasarımcılar sergileme tasarımı ekipleri içerisinde tasarladıkları görsel elemanlarla, izleyiciyle ilk ve en ani buluşmayı sağlayanlar olmuşlardır. Bu bağlamda grafik tasarımcılar tüm diğer tasarım fikirlerini bir araya getiren ve bir bütün olarak durmalarını sağlayan ürünleri tasarlamaktadırlar.

Grafik tasarımcıların sergileme tasarımı projelerindeki bu yön verici etkileri şüphesiz sergileme tasarımının tarihine dek dayanmaktadır. Özellikle Dünya fuarları kapsamında tasarlanan ülke pavyonları incelendiğinde yoğunluklu olarak grafik tasarımcıların hem mekân hem de bilgi düzenleyicisi olarak var olduklarını görmek zor değildir.

Lin'in müze sergilemelerindeki tasarım süreci üzerine yaptığı araştırmalarda, tasarım üretiminde grafik tasarımcıların ve mimarların baskın yapısı kolaylıkla görülmektedir. Yazar, tasarım sürecini bu iki dal üzerine şekillendirmiştir (Lin, t.y). Lin tasarım sürecini beş ayrı aşamaya ayırmıştır. Bu aşamalar içerisinde tasarımcılar, Proje planlaması dışında dört ayrı kategoride yer almışlardır. Bu bize tasarımcıların sergileme projesi içerisindeki önemini açıkça göstermektedir (Lin, t.y, 10s.).

Sergileme tasarımı sürecinde grafik tasarımın var olduğu noktalar bir şema ile göstermek oldukça yararlı ve akılda kalıcı olacaktır. Bu bağlamda Shedroff'un şeması oldukça açıklayıcıdır. Şemada sergileme tasarımı ekibinde tasarım alanlarının temel rolü görülebilmektedir (Jacobson, 1999, 267s.). Tablo yorumlandığında ise grafik tasarımı içeren alanların hem içerik hem de birbirleri ile de kesiştiği görülebilmektedir. Bu noktada şema grafik tasarımın sergileme tasarımı projeleri içerisinde birçok alanda var olduğunun bir göstergesidir.



Tablo 2 Sergileme tasarımı sürecinde grafik tasarımın yeri. KAYNAK: Jacobson, 1999

Yeniden Çizim: BAYAR, Ziyacan

Sergileme tasarımı içerisinde farklı meslek dallarının ve özelliklede grafik tasarımın konumlanması tezin üçüncü bölümünde ayrıntılı olarak incelenecektir. Fakat bunun öncesinde grafik tasarımın sergileme projeleri tasarım süreçleri kapsamında bir bel kemiği olarak görev yaptığı aşikârdır. Bunun nedeni ise temeli izleyiciyle iletişim ve bilgi aktarımı olan bu dalın faaliyetlerinin iletişim tasarımcılarına emanet olması gerekliliğidir. Bu bağlamda grafik tasarım pek çok alanında olduğu gibi sergileme tasarımı dalında da en erken örneklerden bu yana, ilk önceliği yarar sağlamak olan tasarım disiplini olarak var olmayı sürdürmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÜNÜMÜZDE SERGİLEME TASARIMI PROJELERİNİN YAPISI

VE TASARIM AŞAMALARI

3.1 Bir sergileme projesinin aşamaları ve tasarım yönetimi

Gelişen teknoloji, ilerleyen tarih ve değişen yaşam biçimleri şüphesiz daha büyük ve sürekli gelişen bir bilgi birikiminin varlığına işaret etmektedir. Bu gelişimin sergileme tasarımıyla buluştuğu noktada ise gittikçe gelişen ve büyüyen bu bilgi yığınının etkin ve yenilikçi yöntemlerle düzenlenmesi boy göstermektedir. Şüphesiz ilerleyen yıllar ile sergileme tasarımı projeleri değişerek gelişmiş, bilgiyi izleyiciye aktarma amaçlı çok farklı yöntemler keşfetmişlerdir. Bu yenilikçi yöntemlerin gelişmesinde müzelerin ve fuarcılığın etkisi oldukça büyük olmuştur. Git gide benzersiz konularda pek çok farklı müzenin açılışı, ya da gelişen küresel pazar nedeni ile binlerce ticari fuarın kuruluşu ve tüm bunların yanında tasarım sözcüğünün dağarcığının tüm dünyada gelişmesi sergileme tasarımı adına da devamlı ilerleyen bir gelişim yolu açmıştır. Bu noktada sergileme tasarımları, bu büyük bilgi birikimini ve tasarım fikirlerini sorunsuz olarak izleyiciye aktarma amaçlı mecralarına uygun yöntemler ve fikirler geliştirmiştir. Bu yöntemler ilerleyen teknoloji ile her geçen yıl gelişmiş ve değişmiştir. Zira değişim, sergileme tasarımı adına her geçen gün devam etmekte, tasarıma çok yeni kavramlar, yöntemler ya da kıstaslar eklenmektedir.

Sergileme tasarımının pek çok meslek dalını bir araya getiren bir aktivite olduğu şüphesizdir. Bu noktada sergileme projeleri tüm bu meslek dallarını aynı proje içerisinde harmanlayan çalışma yöntemleri geliştirmişlerdir. Bu noktada, müze sergileme tasarımı projeleri en kapsamlı ve planlı yöntemleri geliştiren çalışma sahaları olarak görülmektedir (Lin, t.y, 3s.). Müze sergilemeleri ve diğer sergileme tasarımlarına başlamadan önce iki adet soru sormak gereklidir. Bunlardan ilki konunun nasıl seçileceği, bir diğeri ise de konunun nasıl aktarılacağıdır. İşte bu iki temel soru sergileme projeleri için tasarlanan yöntemlerin bel kemiğini oluşturmuştur. Sergileme tasarımı adına konsept ya da tasarım planlamalarını incelemiden önce şuna dikkat çekilmelidir: bir sergi konu üzerine asla tümünden bir bakış sunmamaktadır. Sergileme tasarımı konuya seçtiği bir bakış açısı ile yaklaşarak konuyu sınırlandırmakta ve izleyiciye bu sınırları göstermektedir (Agrell, t.y, 2s.).

Bu planlama yöntemleri içerisinde üç farklı örnek sergileme tasarımının gelişimine yön vermiştir. İlk incelenecek örnek RIBA (Royal Institute of British Architect – Kraliyet İngiliz Mimarlar Enstitüsü) sergileme tasarımı süreci adına belirlediği plandır. Planda sergileme ürünü, üretim maliyetlerinden tasarım sürecine kadar planlanmıştır. Plan genel anlamda mimarlara yönelik olduğundan tasarım sürecini her aşamasıyla takip etmek olanaklı değildir.



Tablo 3 RIBA Sergileme ürünü tasarım süreci. KAYNAK: Chung-Hung Lin, 4 Yeniden Çizim: BAYAR, Ziyacan

Konu üzerine daha tasarım temelli yaklaşımı ise Giles Velarde sunmuştur. *Designing Exhibitions* kitabında Velarde, sergileme tasarımı ürünü yapım aşamaları tablosunda genel anlamda meslek dallarını kendi içlerinde ayırmış ve birbirinden bağımsız olarak planlamıştır. Her ne kadar günümüz sergileme tasarımı projelerinde tüm meslek dalları iç içe çalışıyor olsa da, Velarde'nin bu tablosu günümüz sergileme projelerine yakın bir çerçeve çizmektedir. Velarde sergileme tasarımı üretim sürecini tablosunu başlangıç, fizibilite, tasarım ilkeleri, teknik üretim,

projenin kurulması ve onarım işlemlerini kapsayan bir yönbiği olarak planlamıştır (Lin, t.y, 5s.).



Tablo 4 Giles Velarde sergileme ürünü tasarım süreci şeması.

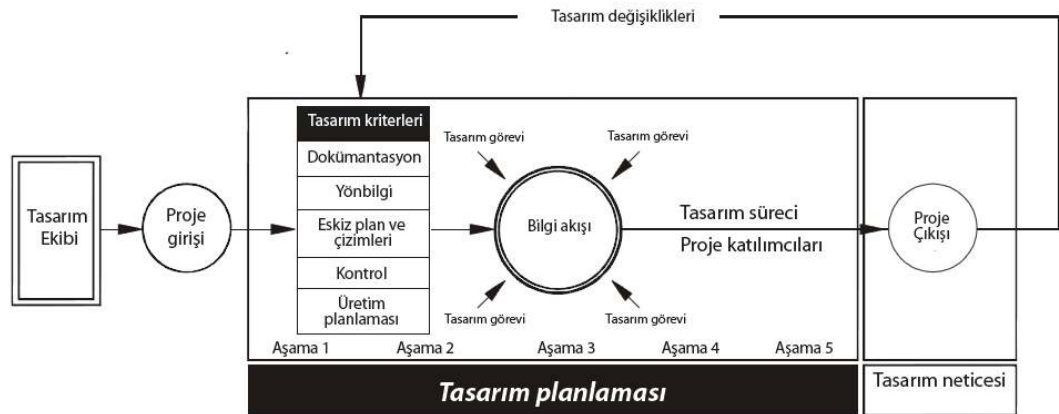
KAYNAK: Chung-Hung Lin, 5 Yeniden Çizim: BAYAR, Ziyacan

Velarde'nin planlamasında göze çarpan noktalardan biri de sadece tasarım öğelerini değil bir sergileme tasarımını tüm yönleriyle görüşüdür. Bu yapı, şemanın sergileme tasarımı ekiplerine proje işleyişi adına müşteri ile olan ilişkilerden üretim

sürecine dek rehberlik etmesini sağlamaktadır. Bunun yanında Velarde, 1986 yılında oluşturduğu bu tabloda tasarımı bir iletişim aracı olarak görmemiştir.

3.2 Sergileme projelerinde tasarım planlaması

Sergileme projeleri üretim süreci planlamalarının ardından, tez kapsamında, sergileme ürünlerinin özel olarak tasarım sürecini daha yakından incelemek ileriki başlıklar adına daha sağlıklı bilgiler verecektir. Bu bağlamda Lin'in sergileme projeleri için tasarım yapılanması üzerine oluşturduğu şeması iyi bir örnek oluşturmaktadır. Lin, tasarım aşamalarını sergileme projesinin her alanına yaymıştır. Bu bağlamda çalışma çok disiplinli çalışma tarzını da destekleyecek nitelikte bir plan sunmaktadır. Aynı zamanda tablo çok disiplinli yaklaşım çerçevesinde tasarımcıların kendi işlerine ve diğer çalışmalara aynı anda odaklanmaları gereğini de vurgulamaktadır (tablo5), (Lin, 2009, 105s). Tablodaki tasarım aşmaları şu şekilde ilerlemektedir:



Tablo 5 Sergilemede tasarım sürecinin aşamaları. KAYNAK: Chung-Hung Lin, 2009, 105

Stephen Bitgood bir sergileme tasarımının başarıya ulaşma formülünü, konunun ustaca sınırlandırılması ve iyi bir planlama yapılmasına bağlamıştır. Bunun yanında yazar, tasarımcıların yaklaşımlarında ve sergileme eyleminin doğasında sergileneni sınırlandırmanın var olduğunu belirtmiştir. Bitgood, genel anlamda tasarımcıların bir sergi içerisinde farklı pek çok konsepti bir araya getirme eğiliminde olduklarına dikkat çekmiştir. Bu noktada yazar sergileme tasarımları adına farklı tasarım yaklaşımlarını listelemiştir (Bitgood, 1994, 4s). Bu tasarım yaklaşımlarına yer vermek tasarım sürecini anlamak adına yararlı olacaktır.

3.3 Bitgood'un görüşleri üzerinden sergileme tasarımına yaklaşım

3.3.1 Konu odaklı yaklaşım: Sergileme adına izleyicinin mesajı nasıl ve ne kadar estetik algıladığı yerine konunun ne kadarını algıladığını ve ne kadar verimli olduğunu önemseyen bir yaklaşımdır.

3.3.2 Estetik odaklı yaklaşım: Ana amaç sergilenenin ne kadar başarılı bir görsel duruşu olduğudur. Estetik, mesaj ve izleyici üzerinde baskın rol üstlenmiştir.

3.3.3 Haz odaklı (hedonistik) yaklaşım: Ana amaç izleyicinin iyi vakit geçirmesidir. Eğlence bu sergilerin öznesidir.

3.3.4 Gerçekçi (realistik) yaklaşım: Amaç olabildiğine gerçekçi bir benzetim ortamı oluşturmaktır. Örnek olarak; bir sergi doğal bir ortamın aynısını taklit edebilir ya da sergi mekânında bir uzay gemisinin içini taklit edebilir.

3.3.5 Aktif katılımlı yaklaşım: Pasif izleyiciden daha çekici olan aktif izleyiciye yönelik yaklaşımdır. Sergileme tasarımı izleyiciye sergilenenle ilişki kurma fırsatı verir.

3.3.6 Sosyal etkileşimli yaklaşım: Bu tasarım biçiminde sergileme tasarımı ekibi, ziyaretçiler arasında sosyal bir iletişim kurdurmayı amaçlar.

3.3.7 Bireysel farklılıklara önem veren yaklaşım: Bu yaklaşımda tasarımcılar pek çok farklı karaktere sahip izleyiciler için tasarım yapmaktadırlar. İzleyiciler öğrenme kapasiteleri, öğrenme biçimleri, mantıksal becerileri, yaşları, eğitim seviyeleri, ilgi seviyeleri, muhakeme yetenekleri vb. değişkenlik göstermektedirler.

Sergileme tasarımları ve tasarım sürecinde alınan kararlarının verimliliği izleyici gözüyle değerlendirildiğinde ise oldukça farklı kıstaslar ortaya çıkmaktadır. Bu kriterler Bitgood ve Patterson’a göre üç ayrı başlıkta incelenebilmektedir. Bunlar, sergilenen objenin özellikleri, sergileme mimarisinin özellikleri ve izleyicinin özellikleri olarak sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma aynı zamanda sergileme tasarımının başarısı adına ipuçlarını da taşımaktadır (Bitgood, Patterson, 1987, 4s.).

3.4 Sergilenen objenin özellikleri: Bu başlık altında Bitgood ve Patterson’un araştırmaları doğrultusunda sergilenen objelerin (hayvan, eşya, tarihi buluntu ya da yalnızca bilgi) fiziksel özelliklerinin izleyici üzerine etkisi ortaya koyulacaktır.

Boyut; Marcellini, Jensen, Bitgood ve Patterson’un özellikle doğa tarihi müze sergilemelerinde yaptıkları araştırma kapsamında diğerlerine göre daha büyük duran objelerin daha uzun izlenme süresine sahip olduğunu tespit etmişleridir.

Hareket; statik olanlardan hareketli olarak sergilenen objeler, izleyiciyi daha uzun süreler çevresinde tutmaktadır. Özellikle canlı hayvanların sergilendiği

müzeler ya da bilginin interaktif yollarla canlı ve hareketli olarak izleyiciye iletildiği tasarımlar, daha uzun bakış süreleri elde etmektedir.

Tuhafılık; Sergilenen objelerin sıradan olmayışı aynı zamanda büyük bir izleyici kitlesinin de başında tutmaları anlamına gelmektedir. Örneğin oldukça nadir görülen bir makine, hayvan vb. sergileme tasarımı kapsamında merkez nokta oluşturabilir nitelikte objelerdir.

Duyusal özellikler; Sergilenen objenin nesnesinin yanı sıra sergiye onun bağlamında eklenen duyulara yönelik eklemeler izleyiciyi oldukça fazla etkilemektedir. Örneğin sergi içerisinde yaratılan bir simülasyon ortamının ses ya da koku ile desteklenmesi tasarımın etkisini kat ve kat güçlendirmektedir.

İnteraktif elemanlar; Bitgood bu konuyu bir örneklendirme ile açıklamıştır. Tasarlanan sergide örneğin bir tuşa basılarak aktif edilen kurgu ya da sergi elemanının izleyiciye fiziksel tepkiler vermesi kullanıcıyı oldukça etkilemektedir. Buna bulguya ironik olarak İzmir enternasyonal fuarı, lunapark alanında bulunan koku şatosu örneği verilebilir. Şato, farklı bir bakış açısıyla tamamen bir interaktif ortam tasarımıdır. Şatonun önünde duran ve izleyiciyle devamlı etkileşim içerisinde bulunan dev goril mekanizması, aynı zamanda büyük bir çekim noktası haline gelmektedir. Bu noktada interaktif fikirlerin sergileme tasarımı ve diğer alanlar üzerindeki çekim etkisi açıkça görülmektedir.

Mekân seçimi; Whyte'ın araştırmalarına göre alışlageldik sokak mekânlarında beliren farklı yapıli sergileme projeleri, ya da günlük hayat içerisinde birden beliren, halk tarafından bir anda tanımlanamayan farklı yapılar izleyicilerin birbirleri arasındaki sosyal etkileşimi arttırmakta, birer çekim noktasına dönüşmektedirler.

3.4.1 Mimari özellikler: Şüphesiz sergilenen mekânın yapısal özellikleri, sergilenen obje, bilgi ya da performans ve izleyicinin bunlarla ilişkisi adına oldukça büyük öneme sahiptir. Sergileme tasarımının yapısal özellikler birkaç başlık altında incelenebilir;

Görünürlük; Sergilenen objenin, bilginin, performansın vb. izleyici açısından rahat görünürlüğü aynı zamanda daha çok ilgi çekmesi anlamına gelmektedir. Buna örnek vermek gerekirse iyi bir ışıklandırma izleyicinin rahat algılaması adına oldukça önemlidir. Az ya da yetersiz ışıklandırılmış bir sergi, izleyicinin tasarımlara gözünü adapte etmesini gerektirmektedir. Bu da birçok izleyicinin sergi mekânında oldukça az süre kalmasını sağlamaktadır.

Yaklaşım; Bu başlık altındaki anahtar kelime yakınlıktır. İzleyici sergilenene ne kadar yakın olursa ilgisi aynı oranda artmaktadır.

Sergilenen objenin pozisyonu; Sergilenen objelerin izleyici dostu duruş pozisyonu aynı zamanda izlenme sürelerini de olumlu derecede etkilemektedir. Uygun göz hizasında ve uygun ışık altında yerleştirilmiş objeler ya da bilgiler çok daha rahat ulaşılabilir olmakta, bu da onları daha uzun izlenme sürelerine sahip kılmaktadır.

Gerçekçilik; Daha gerçekçi ürünler sunan sergiler daha uzun izleyici zamanlarına ulaşmaktadırlar. Sergileme tasarımı adına bu bulguları olabildiğince gerçek nesneleri ve gerçek ortamları ile sunma gereğini işaret etmektedir. Bir diğer deyişle benzetim, sergileme tasarımının başarısının anahtarlarından biridir.

Duyusal uyaranların oranlaması; Sergileme alanı içerisinde fazladan duysal uyaranların bulunması, serginin temel anlatmak ve sergilemek istediğinin önüne

geçmekte, sergi amacından sapmaktadır. Tüm bunların yanında alan eğer bir müze sergilemesi ise, her sergilenen obje bir diğeri ile gizli bir yarış içindedir. Bu anlamda belirli objeler üzerinde aşırı uyaranlar kullanmak sergi hiyerarşisi için dengesizlik meydana getirmektedir.

Diğer tasarım faktörleri; Mimari bakış açısından tıpkı dinlenme yerleri, mola alanları gibi tasarım fikirleri de sergileme mekânının izleyiciyi içerisinde tutma süresini oldukça etkilemektedir.

3.4.2 İzleyici faktörleri: Sergileme tasarımının kitlesine ulaşması adına izleyicilerin sınıflandırılması ve kitleye uygun tasarım yapılması oldukça önemlidir. Temel amacı bilginin izleyiciye sorunsuz aktarılması ve bu aktarım sürecinin düzenlenmesi olan sergileme tasarımı, izleyici özelliklerine göre tasarımı şekillendirmektedir.

Demografik karakteristikler; Yaş, cinsiyet, sosyoekonomik durum ve etnik faktörler gibi etkenler serginin algılanması adına değişkenlik oluşturmaktadır. Şüphesiz ki çocuklar yetişkinlerden oldukça farklı tepkiler vermektedirler, ya da farklı cinsiyetler sunulan hikâyeyi çok farklı yönleriyle algılamaktadırlar.

Özel ilgi alanları; İzleyenlerin özel ilgi alanlarına hitap eden sergilemeler aynı zamanda uzun izlenme zamanlarına da ulaşmaktadırlar. Pek çok ürünün bir arada sergilendiği müze sergileme tasarımlarında belirli bir bölme, bir grup izleyici tarafından oldukça ilgi çekici bulunurken farklı bir grup o bölmeyi önemsememektedir.

Obje mevkileri; Bu kıstas genel anlamda müze sergileme tasarımları için geçerlidir. İzleyiciler tekrar ve tekrar aynı mevkilere yerleşmiş aynı objeleri

gördükçe müze ziyaret saatlerinde düşüş meydana gelmiştir. Bu aynı şekilde sanat müzeleri içinde geçerli bir bulgudur.

Objelerin özelliklerinin algılanması; Sergilenen objelerin daha yırtıcı, daha tehlikeli, daha masum, ya da daha güzel algılanmaları onların diğer objelere oranla daha çok ilgi çekmesine neden olmaktadır. Özellikle doğa tarihi müzelerindeki sergileme tasarımlarında daha ilgi çeken ve daha büyük duygular uyandıran hayvanlar, aynı zamanda daha çok vakit geçirilen sergilemeler olmuşlardır.

Sergilenen nesnelerin doğal ortamlarında yer alışı; Sergileme tasarımı kararları adına, sergilenen nesnelerin doğal ortamlarında kullanıcı tarafından deneyimlenmesi aynı zamanda daha çok ilgi çekmelerine neden olmaktadır. Aynı zamanda bu yerleşim içerisinde, özellikle müze sergileme tasarımlarında, izleyici bir varlığı alttan görmek yerine daha üstten bakmayı tercih etmektedir. Bunun nedeni izleyicinin psikolojik olarak varlık üzerinde hâkimiyet kurma isteğidir.

Sosyal etkiler; Başka insanların varlığı ve davranışları aynı zamanda izleyici davranışlarını da yönlendirmektedir. Bu noktada izleyici diğer bireylerin uyguladıkları hareketleri uygulama eğilimindedir. Örnek olarak etkileşimli sergileme stratejilerinde izleyiciler diğer bireylerden gördükleri gibi tasarıma ve hikâyeye dâhil olmaktadır (Bitgood, Patterson, 1987, 4s).

Sınıflandırmalardan ve şemalardan algılandığı üzere sergileme ürünü tasarım süreci, pek çok tasarım kararını içinde barındırmaktadır. İçerisinde pek çok değişkeni barındıran sergileme tasarımı ürünleri adına başarı sözcüğü de tek bir bakış açısından tarif edilememekte ya da ölçülememektedir. Frey sergileme ürünün başarısını basitçe estetik olarak iyi tasarlanmış ürünlerin aynı başarı ile izleyiciyle iletişim kurması olarak tanımlarken, Bitgood ise bu başarıya ulaşma adına pek çok farklı kıstas

sunmuştur. Lin ise başarılı bir sergileme tasarımının başarısını, teknik üretim, estetik ve bilgi mimarisinin uyumlu birlikteliğinde aramaktadır (Frey, 2006, 6s.), (Bitgood, 1994, 4s.), (Lin, t.y, 3s.). Bir yandan da tasarımcı Robert Appelbaum sergileme tasarımının başarısını izleyiciyle kurulan empatiye dayandırmıştır. (Ruhling, 2007, 19s.).

Tüm bu değişkenler çerçevesinde söylenebilir ki sergileme tasarımı ürünü izleyiciye bilgiyi en net ve en sorunsuz ve en güncel yöntemler ile aktardığı noktada başarılıdır. Buna ek olarak tasarım bu sunuş sırasında daha verimli bir sergileme için izleyiciye hoşça vakit geçirme imkânı sunmalıdır.

Sergileme tasarımı ekipleri bu başarıya ulaşmak adına Velarde'nin ya da RIBA'nın işaret ettiği tasarım ve üretim şemalarına sağdik kalmaktadırlar. Bu şemaları tasarım çerçevesinde yakından incelemek, sergileme tasarımı sürecini ve sergileme tasarımının geleceğini daha iyi algılamak adına yararlı olacaktır.

3.5 Sergileme tasarımı projesini oluşturan temel bileşenler

Daha önceki şemalardan da algılandığı üzere sergileme tasarımı projeleri çok katmanlı yapılardır. Sergileme tasarımı ürünleri, ilk fikrin ortaya atılışından sonuç ürününe dek pek çok aşama geçirmekte, bu aşamaların birçoğunda da başı tasarımcılar çekmektedir. Bu aşamalar hikaye anlatımı, konsept gelişimi, tasarım üretimi, materyal seçimi ve ışıklandırma kararları başlıklarıyla sınırlandırılabilir. Bu ana başlıkları ayrı ayrı incelemek aynı zamanda bir sergileme projesini, tasarım temelli olarak incelemek anlamına gelmektedir. Bu bağlamda tez bir yandan sergileme tasarımı süreci adına bilgi sunarken, bir diğer

yandan Türkiye’de yeni gelişen bu dal üzerinde tasarımcılara yol gösterme niyetini ortaya koymaktadır.

3.5.1 Hikâye anlatımı

Her ne kadar sergileme tasarımı oldukça geniş bir alana yayılan ve oldukça farklı örnekler veren bir çalışma alanı olsa da, tüm sergileme tasarımları tek bir ortak paydada buluşmaktadırlar. İşte bu ortak nokta, hepsinin izleyiciye bir hikâye anlatma-aktarma çabasıdır. Birçok sergileme tasarımı ürünü geliştirilirken, ilk aşamada izleyiciye aktarılacak mesaj belirlenmektedir. Bu noktada mesaj, hikâyenin ta kendisidir. Tabiri caizse, edebi bir yolla aktarılan mesaj, hikâyeleşerek izleyiciyi kendine çekmekte ve serginin sonuna kadar sürükleyiciliğini kaybetmemektedir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 104s.).

David Dernie, konu bağlamında sergi mekânını, hikâye anlatan ve iletişim kuran bir mekân formu olarak tanımlamıştır. Bununla birlikte yazar en basit anlamında belirli kronolojik sıralar ile yerleştirilen buluntuların bile okumayı kolaylaştırdığını vurgulamıştır. Dernie, her nasıl iyi bir hikâyenin okuyucuyu kendine bağladığı gibi, konusunu iyi anlatan bir sergileme tasarımının da izleyiciyi kendine bağlayacağını belirtmiştir. Tüm bunların yanında yazara göre hikâyeci anlatım klasik lineer müze anlayışından da kaçışın bir yoludur (Dernie, 2006, 20s.).



Resim 25, Hikayeci anlatıma bir örnek, ABD Soykırımı Anma Müzesi, Washington, Tasarımcı: Ralph Appelbaum Inc. KAYNAK: Dernie, 2006, 22

Exhibition design kitabında David Dernie, hikâye anlatmanın aşamalarını üçe ayırmıştır;

Bunlardan ilki projeye başlangıçtır. Başlangıç serginin tümünde anlatılmayacak bile olsa tüm hikâyenin ve fikrin stratejik planlaması anlamına gelmektedir.

İkincisi buluntuların belirlenen temaya yönelik olarak sıralandırılmasıdır. Hikâyeci anlatım izleyiciye buluntular arasında bağıntılar kurarak üzerinde düşünme şansı vermektedir. Bu anlamda objelerin sergi mekânı içerisinde yerleşimi oldukça önemlidir. Buna örnek olarak buluntular ile birlikte tipografi kullanımı verilebilir. Hikâyeyi ve bununla birlikte izleyiciyi istenilen yöne çekebilen tipografik yerleşim aynı zamanda objeler arasında da bir gezinti sağlamaktadır.

Hikâye anlatan mekânlar adına üçüncü ve son aşama ise belirlenen oda ya da mekânlarda objelerin özel ve detaylı olarak yerleştirilmesi, düzenlenmesidir (resim 24), (Dernie, 2006, 20s).



Resim 26, Hikayeci anlatımın üçüncü aşamasına bir örnek, Titanik hikayesi lineer anlatım yöntemi yerine bir tiyatro sahnesi gibi izleyiciye yaşatılmıştır., Titanik, Hamburg, Almanya sergisi Almanya, Tasarımcı: Schulz, Haas Mimari, 1997. KAYNAK: Dernie, 2006, 23

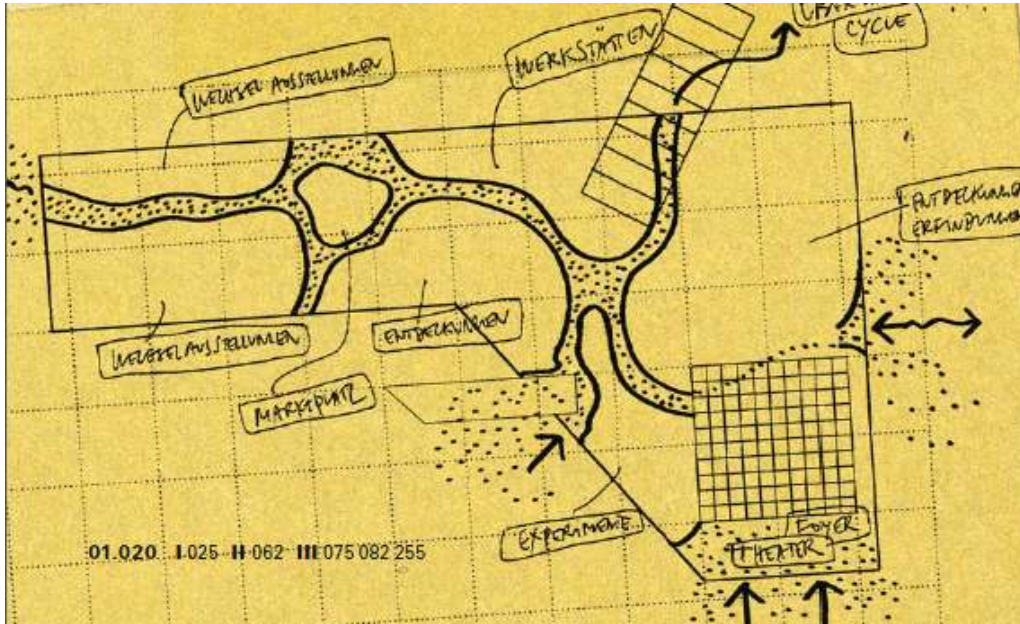
Resim 24’teki Titanik sergisi örneğinde de görüldüğü gibi hikâyecici anlatım pek çok katmanı bir sergi içerisinde eriterek, hikâyeyi bölmeden akıcı bir şekilde izleyiciye aktarmaktadır.

Sergileme tasarımı tarihi süreç içerisinde geliştiği gibi yöntemleri de aynı oranda değişime uğramaktadır. Bu noktada Dernie ve Skolnick sergileme tasarımında hikâye anlatımı üzerine yeni yaklaşımları şöyle tanımlamaktadırlar: Hikâyecici anlatımda en yeni fikirler kullanıcı deneyimi sözcüğüyle bağlantılı olarak üretilmektedir. Bu bağlamda etkileşimli tasarım ve medya hikâye anlatan sergileme tasarımı ekiplerinin vazgeçilmezi olmuştur. Yeni, teknolojiler izleyicinin sergi

içerisine dalması, anlatılanı soluksuz takip etmesi ve tasarımcının çizdiği yolda bilginin sorunsuz akması adına günümüz hikâyeleme yöntemleri için vazgeçilmez olmuşlardır.

3.5.2 Konsept geliştirme

Sergileme tasarımı projelerinin konsept geliştirme aşaması ilk görsel fikirlerin çıkmaya başladığı noktayı ifade etmektedir. İlk fikirler genel olarak çizilen eskizler ile tasarım ekibi tarafından tartışılmaktadır. Konsept belirleme süreci sergileme tasarım süreci adına oldukça zor çalışma, geniş bir araştırma, kapsamlı bir planlama ve usanmaksızın yeniden tasarlama anlamına gelmektedir. Konsept tasarım sergileme ürünlerinin gerçeğe yakın şekil bulduğu ilk aşamadır (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 104s.).



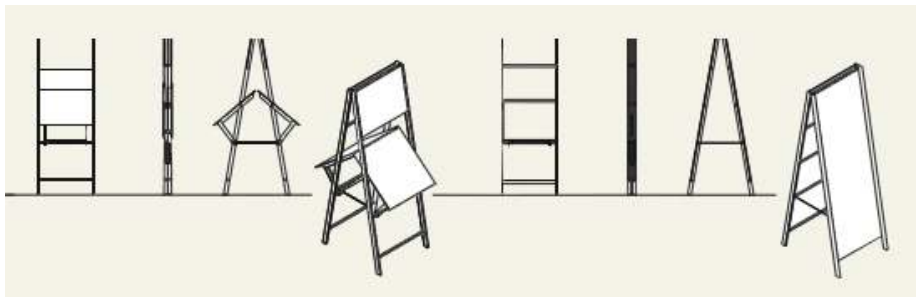
Resim 27, Sergileme tasarımı konsept yaratma aşaması eskizlerine bir örnek KAYNAK: Frey, 2006,

Frey, sergileme tasarımı eskiz sürecini diğer eskiz süreçlerinden birkaç madde ile ayırmıştır. Bunun nedeni diğer fikir pratiklerine nazaran sergileme ürünü eskiz aşamalarında pek çok farklı bilgi ve fikrin bir arada yer almasıdır. Bunu daha iyi anlamak için Frey'in sıralamasına göz atmak yararlı olacaktır.

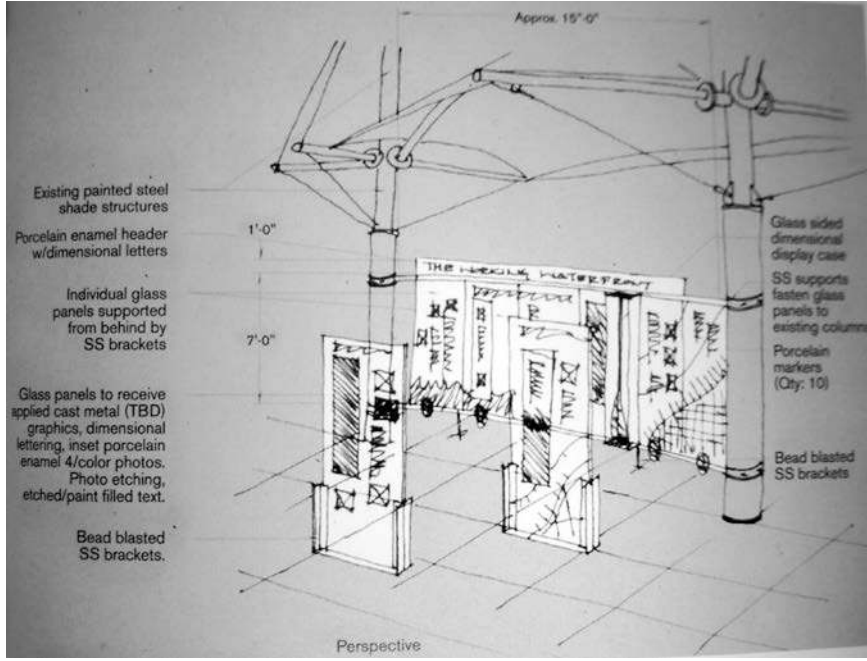
Sergileme tasarımında pek çok bilgiyi içeren eskiz aşamalarının sınıflandırılması;

- 1- İşlev ve diziliş temsili
- 2- Boşlukların ve objelerin temsili
- 3- Yerleşim ve planların temsili
- 4- Görünümler ve kesitlerin temsili
- 5- Şematik temsil
- 6- Görsel notlar
- 7- Rotaların (izleyicinin sergiyi takip rotası) tarifi
- 8- Notların alınması ve tartışılması
- 9- Açıklamalar ve son dokümantasyon

Bu sıralandırmada da görüldüğü üzere sergileme tasarımı süreci, herhangi bir tasarım sürecinin aksine en erken aşama olan eskizlendirmeden itibaren büyük bir planlama ile gitmektedir. Bunun nedeni var olan büyük bilgi yükünün altından kalkma amaçlı, tasarım ekiplerinin oldukça sıkı çalışmalarıdır (Frey, 2006, 40s.) .

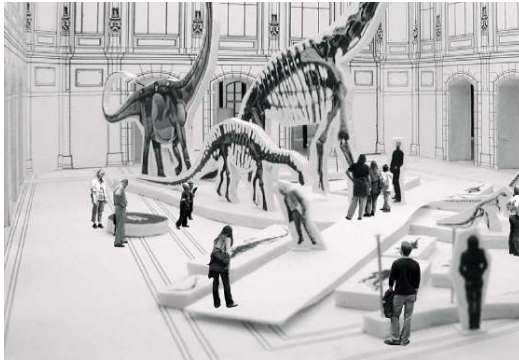


Resim 28, Sergileme tasarımı konsept yaratma aşaması şematik eskiz çizimleri KAYNAK: Frey, 2006, 49



Resim 29, Hudson River Park sergileme tasarımı konsept yaratma aşaması mekan yerleşimi çizimleri
Tasarımcı: Emphas!s Design KAYNAK: Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 111

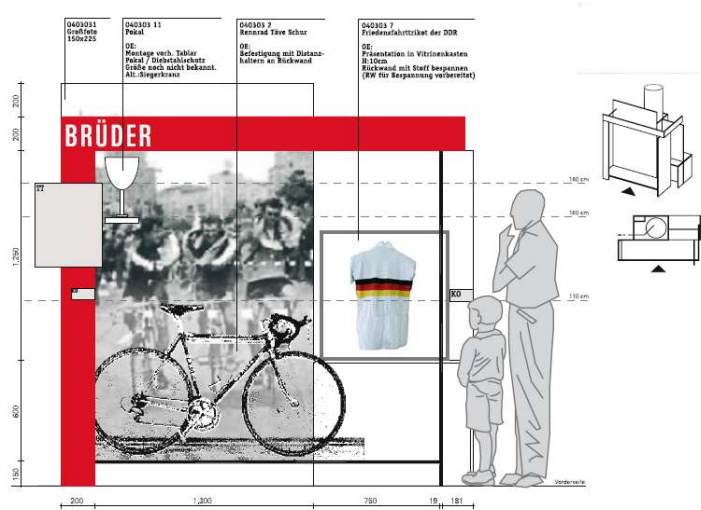
Frey, tüm bu konsept geliştirme aşamalarına aynı zamanda maketlendirme ve simülasyonu da eklemiştir. Bunun temel amacı boyutlar arasında gerçek koordinasyonu ve uyumu görmek, ışıklandırma elemanları gibi yan tasarım ürünleri için doğru kararlar verebilmektir. Bu noktada maket tasarımında Frey, uygun insan ölçüleri kullanılmasını ve standart ölçüler dâhilinde kullanıcı dostu oranlamaların yapılmasını önermektedir.



Resim 30, Sergileme tasarımı konsept yaratma aşaması maket örneği KAYNAK: Frey, 2006, 64

3.5.3 Tasarım üretimi

Sergileme tasarımı sürecinde tasarım üretimi konsept geliştirmenin hemen ardından gelmektedir. Onaylanmış bir konsept tasarımı edinen tasarım ekibi, serginin nihai olarak nasıl gözükeceğine dair son tasarımları oluşturmaya başlamaktadırlar. Bu noktada tasarımcılar grafik uygulama yöntemleri, renk, malzeme gibi kararlar üzerinde de anlaşmaya varmaktadırlar. Her ne kadar bu aşama itibarıyla üretime geçmek söz konusu olmasa da üretime uygun tasarım yapmak her grafik tasarım ürününde olduğu gibi sergileme tasarımı ürünleri içinde oldukça önemlidir. Bu aşama sürecinde tüm ışıklandırma, medya kullanımı gibi bileşenlerinde planlamaları yapılmaktadır. Özellikle tezde daha ileriki bölümlerde incelenecek olan yenilikçi medya yöntemlerinin sergi içerisindeki konumlandırılışı yine bu aşamada karara bağlanmaktadır (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 112 s).



Resim 31, Sergileme tasarımı projesi tasarım üretimi aşamasına bir örnek çalışma KAYNAK: Frey, 2006, 99

Salt tasarım temelli bir bakış açısının yanında, sergileme tasarımı ürünler bütün bir proje olarak algılandığında, tasarım üretim süreci bütçelendirme adına da kesin rakamları ortaya koymakta, sergi tasarımının işlevselliğini tartmaktadır. Bu noktada tasarım ekibi bazı kısıtlamalara gidebilmektedir. Tüm bu işlemlere sergileme tasarımı projelerinde “fiyat mühendisliği” adı verilmektedir. (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 112 s.). Bu aşamada sergileme tasarımcıları, üretim ekipleri ve mühendisler ile birlikte ortak kararlar almaktadırlar. Frey bu tasarım kararlarını alırken tasarımcıların ürünleri hakkında belirlemeleri gereken kıstasları şöyle sıralamıştır:

- 1- Boyutlandırmalar en, boy ve genişlik olarak
- 2- Materyal seçimi
- 3- Ağırlık
- 4- Kullanılan malzemenin işlevinin açık tarifi
- 5- Koruyucu donanımların seçimi
- 6- Sipariş numaralarının belirlenmesi

(Frey, 2006, 100s.).

Buradan da anlaşılmaktadır ki hiçbir ya da birçok grafik tasarım ürününün sahip olmadığı gibi, sergileme tasarımı da özgürce koşturacağı boş bir alana sahip değildir. Tıpkı diğer tasarım ürünleri gibi sergileme tasarımı ürünü de müşteri temelli bütçelenmekte ve üretilmektedir. Bu anlamda sergileme tasarımı ekipleri tasarım fikirlerini hayata geçirirken çok yönlü düşünmekle yükümlüdürler.

3.5.4 Malzeme seçimi ve ışıklandırma kararları

Lorenc, skolnick ve Berger bir sergileme tasarımı ürünü için materyal seçiminin, bir ev için materyal seçimi gibi olduğunu vurgulamıştır. (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010 116s) Frey ise, Brian O Dorthey'in beyaz küp stiline artık güncel sergileme tasarımında etkisini kaybettiğini sergilenen her objenin bir hissinin ve bu his dâhilinde özel renk ve materyallerinin olması gerektiğini vurgulamıştır (Frey, 2006, 118s). Bu anlayış günümüz sergileme tasarımında en tutucu olarak tanımlanabilecek sanat galerileri için bile geçerli bir anlayış olmuştur. Buna iyi bir örnek olarak Pomeranian Müzesi Quistorp galerisi verilebilir. Galeri sergiledikleri eserleri taşıyan duvarlar beyaz küp stiline aksine eserlerin yaratıldığı yüzyıla uygun olarak eskitilmiş gri renkte renklendirmiştir. Bu sayede beyaz duvarların eserleri idealleştirmesinden kaçılmış, bir diğer yandan da eserlerin daha dikkat çekici ve kullanıcıyı tümenden sarmalayan bir ortamda sergilenmesini sağlamıştır (Frey, 2006, 119s).



Resim 32, Pomeranian Müzesi Quistorp galerisi KAYNAK: Frey, 2006, 120

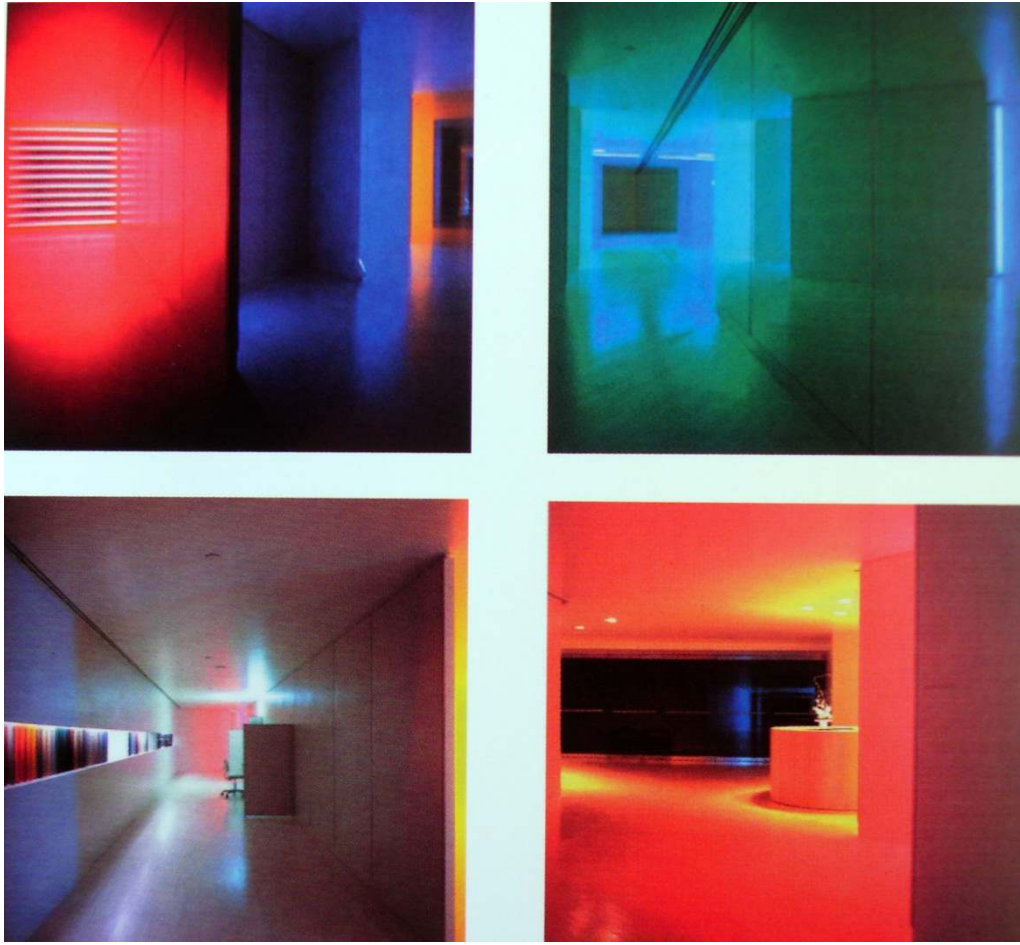
Tasarımcıların üretim periyodu için seçtikleri malzemeler aynı zamanda tasarımın da bütçesini belirlemektedir. Bu noktada sergileme ürünü oldukça pahalı bir yapı olabileceği gibi çok ucuz bütçeli bir tasarım da olabilmektedir. Bu noktada dikkat çekilmesi gereken tasarımcının eskiz sürecinden bu yana tasarımını en iyi taşıyacak malzemeyi seçmesidir. Bu noktada sergileme tasarımı ekibi en makul çözümleri üretmekle yükümlüdür. Bir diğer yandan malzeme seçimi ne kadar çeşitliyse, üreticinin teknik yeterliliği de bir o kadar farklılık göstermektedir. Farklı malzemeler farklı üretim tekniklerini beraberinde getirir. Bu anlamda tasarım ekibi üretici konusunda da titiz bir seçim yapmakla yükümlüdürler.



Resim 33, Farklı materyal kullanımlarına bir örnek, Tasarımcı: Concrete Architectural Associates
KAYNAK: Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 117

Sergileme tasarımı ürünü adına genel anlamda gizli kalmış bir diğer uğraş noktası ise ışıklandırma tasarımıdır. Tezin önceki bölümlerinde de belirtildiği üzere şüphesiz olarak iyi ışıklandırılmamış bir sergi ya da ürün, izleyicinin dikkatini çekmekte oldukça zorlanmaktadır. Bir diğer bakış açısından, bir sergi içerisinde yürürken izleyicinin kendini nasıl hissettiği tasarımların yanı sıra ışıklandırmayla da oldukça bağıntılıdır. Soğuk, sıcak, korkunç ya da huzurlu, işte tüm bu seçimler

ışıklandırma tasarımı ile tasarıma aktarılmaktadır. Bunların yanında ışıklandırma, bilginin nasıl okunacağı, hiyerarşisi ve görünürlüğü adına da sergileme projelerinde grafik tasarımın bir tamamlayıcısı niteliğindedir. Bu bağlamda başarılı sergileme tasarımı örnekleri hem doğal hem de yapay ışığı proje içerisinde kullanmayı tercih etmişlerdir. Böylece istenilen ortamda doğal ve rahat istenilen ortamda ise izleyici üzerinde dramatik bir etki yakalayabilmektedirler (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010 120s.).



Resim 34, Isıklandırma tasarımının sergileme ürününe ve mekâna yansıması Tasarımcı: Vignelli Associaters KAYNAK: Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 122

3.6 Sergileme tasarımının geleceği

Çağımızda gittikçe frekansı artan bilginin bir uğultuya, anlamsız bir kalabalığa dönüşmemesi adına bilgilendirme tasarımı dalı doğmuş, bilginin tasarlanması gerektiği mantığı uygar toplumlar tarafından kabullenilmiştir. Bu düşünce yapısı aynı zamanda sergileme tasarımı ürünlerine de yansımıştır. Bilgi, günümüz sergileme tasarımı örneklerinde en önemli değerdir. Bu değerin sorunsuz aktarılması ise devamlı olarak gelişen fikir pratiklerine işaret etmektedir. Bu bağlamda sergileme ürünleri yeni yöntemler geliştirmiş, devamlı olarak ilerici bir devinim içerisinde olmuşlardır. Bu noktada yeni teknoloji ve iletişim olanaklarının medyanın her alanında boy gösterdiği gibi sergileme tasarımı ürünlerinde de hâkim oluşunu görmek hiç de zor değildir.

Bir diğer yandan günümüz çağdaş toplumları her geçen gün yaşam stillerini daha da uygarlaştırmaktadır. Bu anlayış ile çağdaş toplumlar günlük hayatın her adımında birey ayırmaksızın sorunsuz bir hayat anlayışının peşinden koşmaktadırlar. Bu anlayışı, yeni kaldırım tasarımlarından otobüslere, engelli vatandaşlardan çocuklara dek pek çok kullanıcı dostu tasarım ürününün ortaya çıkışında gözlemlemek mümkündür. Durumun sergileme tasarımı ile buluştuğu noktada ise kullanıcı dostu üniversal sergileme ürünlerinin tasarlanması vardır.

Sergileme ürünlerinin niteliklerine farklı bir bakış açısından bakıldığında ise çok kültürlülük kavramı ortaya çıkmaktadır. Günümüz küresel toplumlarında dil, ırk gibi ayrımların git gide ufaldığını görmek zor değildir. Bu noktada sergileme tasarımı ürünleri özellikle müze sergileme tasarımları, her yönden, her milletten

ziyaretçiyi hedefleyen kurumlar olmuşlardır, bu bağlamda sergileme tasarımlarını bu küresel izleyici kitlesine uygun tasarlamaktadırlar.

Bu noktada tez bu yenilikçi yaklaşımları, sergileme tasarımında universal tasarım anlayışı ve ulaşılabilir sergileme tasarımları, yeni medya ve interaktif sergileme tasarımları olarak iki başlık altında inceleyecektir.

3.6.1 Üniuersal tasarım anlayışı ve ulaşılabilir sergileme tasarımları

Sergileme tasarımı ürünlerinde üniuersal tasarım anlayışı kıstaslarını tanımlamadan önce üniuersal tasarım terimine açıklık getirmekte fayda vardır. Üniuersal tasarımın merkezi olarak kabul edilen *North Carolina State University* üniuersal tasarım terimini şöyle tanımlamıştır: Özel bir adaptasyon ya da özel bir tasarım gerekmeden, tüm insanların hiçbir ayırım göstermeden kullanabileceği tasarlanmış mekânlar ya da ürünlerdir. Üniversite aynı zamanda üniuersal tasarımın yedi şartını da belirlemiştir:

Tarafsız kullanım; tasarımın her türlü kullanıcı grubu tarafından kullanılabilir özellikte olması anlamına gelmektedir.

Kullanımda esneklik; Tasarım oldukça geniş bir kitlenin ihtiyaçlarına ve becerilerine uygun olmalıdır.

Basit ve sezgilere yönelik kullanım; Tasarım, kullanıcının o anki konsantrasyonu, tecrübesi, bilgisi, dil yeteneği gibi değişkenlere bağlı kalmadan kolay anlaşılabilir olmalıdır.

Kolay algılanabilir bilgi; Tasarım, önemli olan bilgiyi, ortam, ışık, kullanıcının yeteneği vb. gözetmeksizin kullanıcıya sorunsuz olarak aktarmalıdır.

Hata kaldırabilir tasarım; Tasarım ürünü oluşabilecek muhtemel hatalar sonucunda minimum zarar verecek şekilde tasarlanmalıdır.

Oldukça az fiziksel çaba; Tasarım minimum gayret ile rahatça kullanılabilir olmalıdır.

Kullanım ve yaklaşım için boyut ve boşluk; tasarım ürünü standarda bağlanmış vücut ölçüleri çerçevesinde boyutlandırılmalı, kullanıcıya olabildiğince az fiziksel zorluklar yaratmaktadır (Fletcher, 2011, 47s.).

Tüm bu tasarım kıstasları sergileme tasarımlarında kullanıcı dostu bilgi aktarım yöntemleri ile kesişmektedir. Boston *İnsan odaklı tasarım merkezi*, yönetici üyesi Valerie Fletcher, universal tasarımın genel anlamda “tüm insanlar için ulaşılabilir” cümlesinin peşinden koştuğunu belirtmiştir. Bunun yanında Fletcher sergileme tasarımı noktasında ise özellikle engelli vatandaşların sergileme ürününe ulaşımı ve kullanımı açısından universal tasarımın önemine işaret etmiştir (Fletcher, 2011, 43s.).

Valerie Fletcher tasarımın çağımızda her zamankinden daha da önemli bir güç olduğunu vurgulamıştır. Fletcher’ a göre günümüzde tasarım pek çok şeyi değiştirebilir niteliktedir. Bu noktada tasarım sayesinde, engelli ya da ileri yaşlı bireylerin yaşam tarzı özel olmaktan, sıradan olmaya doğru evirilebilir. Tasarım kendi özünde bu kuvvete sahip bir daldır. Bu noktada sergileme tasarımı açısından bakıldığında, engelli bireylerin özellikle müze gibi kalıcı mekânlar içerisinde

sorunsuz ulaşımı bu sıradanlaşma yolunda önemli bir adımdır. Bu adım aynı zamanda her geçen gün gelişen sergileme tasarımı adına da yeni bir kıstas doğurmuştur. Bu kıstasın adı universal tasarım stiline uygun sergileme tasarımlarıdır.

Bir müze sergi mekânı içerisinde eserlerin uygun uzaklıktan görünür kılınması, ışıklandırmanın okunaklılığa katkı sağlaması, yaşlı ya da çocuk ziyaretçiler için belirlenmiş dinlenme noktalarının var olması gibi tasarım kararları, aynı zamanda universal tasarım kıstaslarının da içerisinde yer almaktadır. Bu noktada “herkes tarafından ulaşılabilirlik” genel kural olarak kabul edilmiştir (Fletcher, 2011, 44s.).

Smithsonian (ABD temelli bu enstitü Charles Wilson Peale sergileme zamanlarından bu yana ABD müzeciliği ve sergileme tasarımları hakkında denetleyici ve bilgi üretici bir kurum olarak var olmaktadır.) enstitüsüne göre universal sergileme kriterleri tasarımın en erken zamanlarında bir karar olarak alınabileceği gibi aynı zamanda daha sonraki aşamalarda da kısmen sergilere entegre edilebilmektedir. (Fletcher, 2011, 44s.).

Özellikle müze kurumlarında bilginin oldukça farklı yöntemlerle izleyiciye ulaştırma çabası bu kurumları universal tasarımın iskeletini oluşturan ulaşılabilir tasarım kavramını değerlendirmeye itmiştir (Majewski, t.y, 2s.). Smithsonian enstitüsü ulaşılabilir sergileme tasarımı ürünlerinin tasarım kararlarını *Ulaşılabilir Sergileme Tasarımı Adına Rehber ve Yöntemler* adlı yayınlarında toparlamışlardır. Yayın ana başlıkları ile değerlendirildiğinde şöyle tasarım kararları barındırmaktadır;

Sergi içeriği; Sergi her türlü entelektüel seviyedeki ziyaretçi için anlaşılabilir olmalıdır. Sergi engelli vatandaşlar içinde algılanabilir bir içeriğe sahip olmalıdır.

Sergi parçaları; Grafik ürünler, endüstriyel tasarımlar, ışıklandırma gibi sergi bileşenleri engelli bireyler için uygun tasarlanmalıdır. Sergi için önemli olan objeler görmenin yanında işitme ve dokunma özelliklerine de sahip olmalı, gerekirse birebir modelleri engelli vatandaşlar için taklit edilmelidir.

Tipografi ve tasarım; Dil kullanımı anadili bilmeyen bireyler içinde uygun tasarlanmalıdır. Tipografik, okunaklılığın yanı sıra Braille (görme engelliler kabartmalı alfabesi) ya da seslendirme gibi öğelerle de desteklenmelidir.

Videolar ve interaktivite, Tüm video ve interaktif ortamlar altyazı özelliğine sahip olmalıdır. Sağır bireylerin bilgiyi kaçırmamaları için en düşük ihtimalle tüm video gösterimlerine yazılı başlık eklenmelidir. Bu gösterimlerin interaktif kontrolleri tüm engelli bireylerin kullanabileceği nitelikte olmalıdır.

Sirkülasyon rotası; Sergi içi dolaşım rotası iyi ışıklandırılmış, işaretleme sistemleri ile donatılmış ve rahat hareket edilebilir olmalıdır.

Mobilya seçimi; Sergi elemanlarını taşıyan mobilya seçimi kısa boylu bireyler için uygun olarak belirli bir seviyenin altında tasarlanmalıdır. Bunun yanında sergi mekânında var olan oturma, dinlenme mekânları bu özelliğe sahip olmalıdır.

Işıklandırma; Düşük görüş seviyesine sahip bireyler göz önünde bulundurularak önemli sergi akış aksları iyi ışıklandırılmalıdır. Bunu yanında bilgi verici pano vb. malzemeler doğru ışıklandırma sistemine sahip olmalıdır.

Acil çıkışlar; Birçok farklı tipte acil çıkış bölümleri sergi mekânında var olmalıdır. Özellikle engelli bireylere özel tasarlanmış acil çıkış kapıları sergilerde bulunmalıdır.

Çocuklar için ortamlar; Çocuklara özel tasarlanmış sergi ortamları, çocuk bireylerin boyutlarına uygun tasarlanmalıdır (Majewski, t.y, 2-6s.).

Smithsonian Enstitüsü'nün bu kıstasları aynı zamanda sergileme tasarımı ekipleri içinde bir mücadele anlamına gelmektedir. Gelişen toplum anlayışına uyum sağlamak zorunda olan sergi mekânları, universal tasarım kurallarını, tasarımlarına uyarlamaktadırlar. Bu çaba aynı zamanda sergileme tasarımının gelişen ve değişen yapısını kanıtlar niteliktedir.

Sergileme tasarımı adına bir diğer gelişim ise yine bilgi aktarımındaki verimlilik sorunu temellidir. Gelişen teknoloji ve sergileme tasarımcılarının işbirliği ile bu aktarım sorunlarına benzersiz ve etkili çözümler üretilmektedir. Sergileme tasarımını gelecekte oldukça yoğun bir interaktif ortam olma yolunda evirilmektedir.

3.6.2 İnteraktif medya ve sergileme tasarımı

LED ekranlar, LCD ekranlar, dokunmatik teknolojiler vb. bu ve bunun gibi pek çok ürün günlük yaşamda karşımıza rahatça çıkabilecek teknolojilerdir. Fakat bu teknoloji ürünlerinin sergileme projeleri ile buluşması ise oldukça yeni sayılabilir. Günlük yaşam teknolojilerinin sergilere adapte edilmesi fikrini Lorenc, “*Everything old is new again*”, “Eski olan her şey tekrar yeni” cümlesi ile tanımlamıştır. Sergileme tasarımının teknolojiyle buluşması, bilginin aktarılma yöntemleri adına bir

devrim niteliği taşımaktadır. En basit günlük ekranların bile sergi mekânında kullanımı tamamen taze bir bakış ve sunuş yöntemini beraberinde getirmiştir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 26s).

Kabat, Müze mekânlarının her geçen gün ziyaretçileriyle iletişime geçme adına yeni teknolojileri mekânlarına adapte ettiğini vurgulamıştır. Bu adapte ediş ile ziyaretçiler hem sergilenen objeler ile hem de birbirleriyle ilişki içerisine girerek bir deneyimleme- kısmen eğlence ortamı olma yolunda ilerlemekte oldukları Kabat tarafından belirtilmektedir. Yazar aynı şekilde konuyu izleyici adına da değerlendirmiş, hiçbir izleyicinin kendini birer müşteri olarak algılamak istemediklerini, aksine bu bilgi yığınının içinde birer katılımcı olmayı tercih ettiklerini belirtmiştir (Kabat, 2011).



Resim 35, Londra Churchill müzesi interaktif masa tasarımı Tasarımcı: Small Design and Casson Mann. KAYNAK: Kabat, 2011

Aynı şekilde Sparacino, *Technologies and methods for interactive exhibit design* (*İnteraktif sergileme tasarımında teknoloji ve metotlar*) adlı yayınında

özellikle çok büyük kalabalıkları ağırlayan müze mekânlarının teknolojiyle işbirliği yapmasının şart olduğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda teknoloji öğretici gücünün yanı sıra hikâyeci anlatıma da büyük ölçüde katkı sağlamaktadır. Bu anlamda sergileme tasarımlarında interaktivite kavramı teknolojinin yaygın kullanımı ile birlikte ortaya çıkmıştır. İnteraktivite yani kullanıcı etkileşimi ile sergi mekânları her geçen gün daha derin ve daha çekici mekânlar yaratmaktadırlar (Sparcino, Larson, Mc Nail, 1999, 147s.).



Resim 36, Dijital ekranların sergileme projelerinde kullanımına bir örnek
Tasarımcı: Jaume Plensa KAYNAK: Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 26

Temeli 1930'lu yıllarda atılan hareket eden objeler ile etkileyen sergileme tasarımlarından bu yana interaktivite, sergileme projelerinin izleyiciyi etkileme adına yapıtaşlarından biri olmuştur. Bu anlayış günümüzde derin mekânların ve deneyim yaratan sergilerin temel taşını oluşturmaktadır (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 26s.). SEG D (ABD Çevresel Grafik Tasarım Örgütü) kurumu Cranbrook Akademisi

bildirilerinde Craig Johnson'un da vurguladığı üzere interaktif medyanın (Dokunmatik ekranlar, kullanıcının vücuduyla hareket ettirebildiği bilgiler, sesle, hareketle değişen sergileme öğeleri) gelişimi sergileme tasarımı üzerinde büyük atılımlara yol açmaktadır. İnteraktif tasarımlar ve teknoloji etkileyici mekânlar yaratmalarının yanı sıra sergi mekânlarında izleyicilerin görmek istediklerini görmelerini sağlamış, tecrübe ederek öğrenmelerine olanak vermiştir (Johnson, 2007, 10s).

Bu konuda tezin önceki aşamalarında da bahsedildiği gibi başarılı bir örnek Ralph Appelbaum Associates'in Newseum (haber müzesi) tasarımıdır (Resim 35).



Resim 37, Newseum müzesi interaktif medya kullanımı Tasarımcı: Ralph Appelbaum Inc.

KAYNAK: Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, 118

Müze mekânına kurulan dev ekranlar sayesinde izleyiciler habercilik adına diğer bilgileri alırken aynı zamanda dünyada olup bitenler hakkında da canlı bilgi edinebilmektedirler. Müze interaktivite adına oldukça başarılı bir örnektir. Yeni teknolojiler yardımı ile müze izleyiciyi günlük hayattan koparıp adeta “başka” bir ortama sokmaktadır.

Yeni teknolojilerin sergileme tasarımı içine sızışı, etkileşimli tasarım gibi terimlerin tasarım dünyası üzerinde varlığını kabul ettirmesi gibi gelişmeler sergileme tasarımının gelecekteki yönelişleri üzerine büyük bir öngörü sunmaktadır. Gittikçe izleyici temelli şekillenene sergileme tasarımı projelerinin, ilerleyen yıllar ile birlikte teknoloji ortaklığıyla çok daha benzersiz ve verimli çözümler sunacağına inanılmaktadır. Gelişen gösterme ortamları gitgide daha fazla bilgiyi bir ortam içerisine sığdırmakta, bununla birlikte müze kurumları tanımlarının yanına birer kültür deposu olma özellikleriyle birlikte birer çekim noktası olma sıfatını da eklemektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YENİLİKÇİ SERGİLEME TASARIMI ANLAYIŞI

ADINA BİR PROJE ÖNERİSİ

4.1 Sergileme tasarımı projesi fikri, çıkış noktası ve konsept üretimi

Çağımızın bir iletişim çağı olduğunu söylemek ve aynı zamanda iletişimin günümüz toplumunun en karmaşık ve en öncelikli problemlerinden biri aşikârdır. Tez kapsamında araştırılan sergileme tasarımı ve tüm grafik tasarım disiplinlerinin de yegâne amaçlarından birinin, sağlıklı iletişim kurma çabası olduğu muhakkaktır. İletişimin elzem derecede önemli olduğu güncel toplumlarda pek çok farklı iletişim tarzının ve modelinin ortaya çıkması kaçınılmaz olmuştur. Bu iletişim tarzlarından biri de elektronik çağ ve internet temelli iletişimidir.

İnternet temelli iletişim beraberinde aynı platform içerisinde sanal ve sosyal bir ağın var oluşunu da beraberinde getirmiştir. Son yıllarda bu tarz iletişim platformlarına sosyal ağ adı verilmiştir. İnternet ortamının sunduğu sınırsız iletişim fırsatları, geleneksel olarak tabir edilebilecek olan fiziksel ya da eski yöntemlere dayalı iletişim biçimlerine nazaran, tabiri caizse doz aşımı derecesinde bir sosyalleşmeyi beraberinde getirmiştir.

Facebook, Twitter, Friendfeed, Google Plus, Chatroulette gibi platformlar sayesinde tabiri caizse çığ gibi büyüyen bir sanal sosyal dünyanın varlığını gözlemlemek oldukça kolaydır. Sadece tek bir platformda 800 milyon kişiyi aşan kullanıcı rakamları da böyle bir sosyal dünyanın insan davranışları üzerindeki

etkisini sorgulamanın ne denli gerekli olduğunu vurgular niteliktedir. Yenilikçi sergileme tasarımı adına tasarlanan proje önerisi fikri de tam bu noktada bir sorgulama olarak var olmayı amaçlamaktadır. Proje, yaratılan bu sanal sosyal ortam ile klasik (fiziksel) sosyalleşme arasındaki dengeyi ve örtüşmeleri deneyimleterek tartışmayı kendine amaç edinmiştir. Sergileme projesi tasarım fikri, genel bir yargı ortaya koymaktan öte, bireylere kişisel olarak sorgulama yapabilecekleri bir platform sunma niteliği taşımaktadır.

Proje bakış açısıyla sosyal medya sorgulandığında ortak bir noktanın varlığı tespit edilmiştir. Bu nokta tüm sosyal platformların kullanıcılarına her zaman için bir artı değer, eylem vb. yaratma zorunluluğunu hissettirmesidir. Kullanıcısını daimi olarak daha fazla paylaşmaya, yorum yapmaya, beğenmeye, eklemeye, çıkarmaya, sohbet etmeye vb. iten sosyal ortamlar, bu sayede kendi varlıklarını da güven içerisinde kılmaktadırlar. Bu bakış açısıyla projenin başlığı olarak +1 simgesi seçilmiştir. +1, tüm sosyal platformların yaşam kaynağı olan bu üretme çabasını tek bir simge içerisinde ifade etmeyi amaçlamaktadır.

Proje kapsamında verilen tasarım kararlarının tez içinde yerleşimi de yenilikçi ve çağdaş bir sergileme tasarımı projesinin aşamalarında olduğu gibi tez bölümlenmesine yansıtılmıştır.

4.2 Sergileme projesi çerçevesinde alınan tasarım kararları

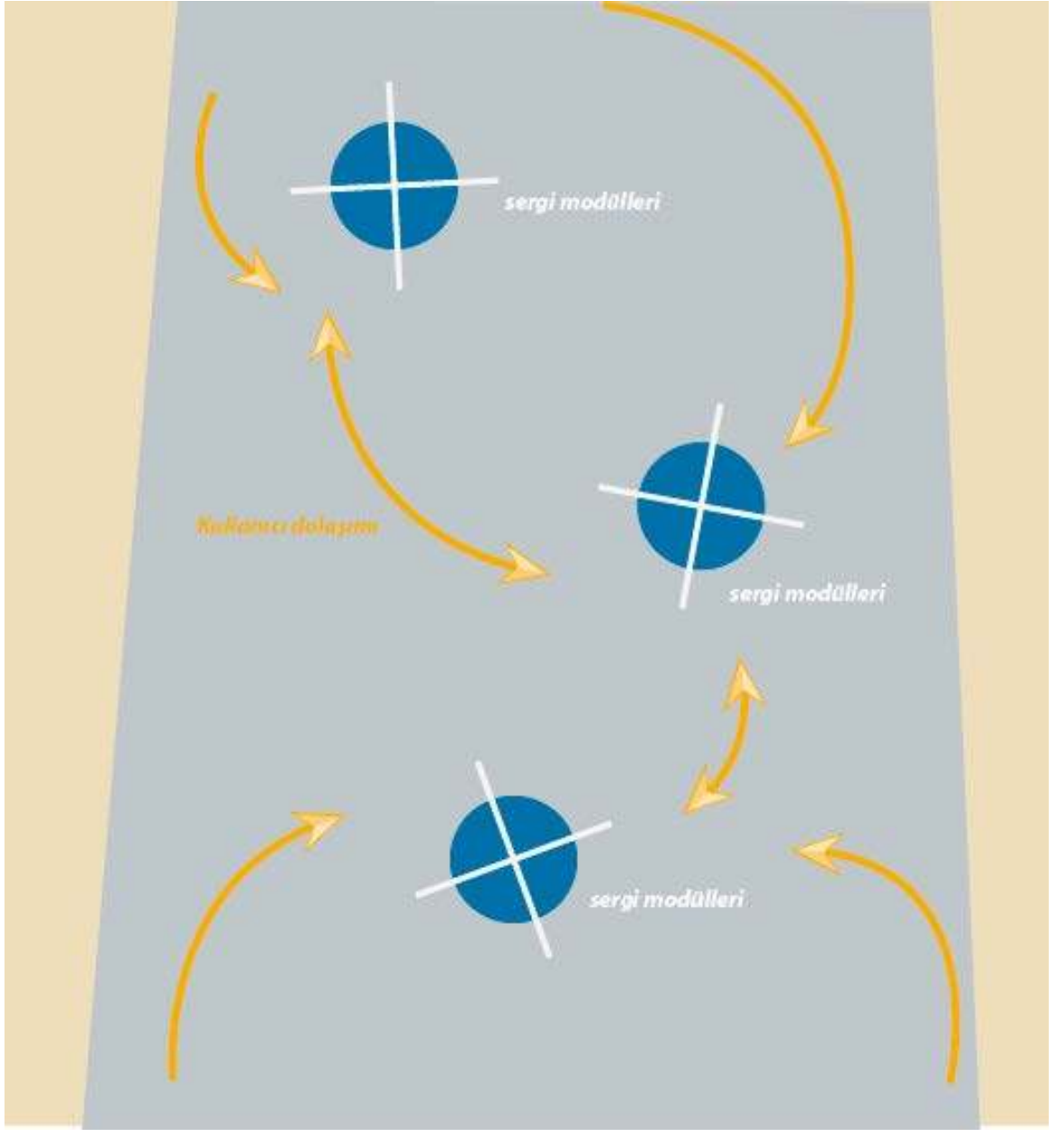
Sergileme projesi üretim süreci, tez sürecinde edinilen bilgiler ışığında gerçek ve çağdaş örneklerine uygun olarak projelendirilmiştir. Konsept üretimi ve fikir aşamasıyla başlayan süreç, daha sonra bir sergileme projesinin olmazsa olmazı mekân seçimi ile devam etmekte, bir adım sonrasında ise yapısal çözümlemeler ile

yavaş yavaş vücut bulmaktadır. Son olarak tüm bu kararların birleşim noktası olan grafik tasarım ürünlerinin üretilmesiyle de sonuca ulaşmaktadır.

4.2.1 Mekânın değerlendirilmesi

Sergileme tasarımı ürünlerinin tasarlanma aşamalarında alınan kararların temelini mekân seçimi ve mekâna göre yerleşim planı almaktadır. Mekân bir sergileme ürününün bütünsel olarak şeklini belirleyecek en önemli etkenlerden biri konumundadır. Tez kapsamında seçilen proje fikrinin uygulanma aşamasında da mekân önemli bir karar noktası olarak öne çıkmaktadır.

+1 isimli sosyal ağlar üzerine eğilen sergileme tasarımı projesinin mekâna yayılışını değerlendirmeden önce tasarımın kullanıcılarına psikolojik olarak yaklaşımını değerlendirmekte yarar vardır. +1 projesi halka açık bir sergileme tasarımı olarak planlanmıştır. Bu da sergi ürününe her kesimden ve her farklı yapıdan insanın ulaşabilmesi anlamına gelmektedir. Bu noktada mekân seçimi oldukça büyük bir önem taşımaktadır. Halka açık olarak belirlenen tasarım kararı mekân belirlenmesinde ise bir açık hava sergi fikri olarak yansımıştır. +1 projesi sergi mekânını her noktadan ulaşılabilir ve samimi kılmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle sergi mekânını çevreleyen herhangi soğuk bir yapı ya da kurum varlığından sıyrılmayı amaçlamaktadır. Günlük hayatın tam ortasına yerleşen sergi, kendi mekânını da günlük hayat akışını bozmadan, adeta ona eklemlenerek yaratmayı amaçlamaktadır. Her yönden dolaşıma açık bir sergi yapısının tercihi, aynı zamanda temeli deneyime dayanan sergi fikirlerinin de yadigar olması konusundaki dezavantajı indirgemeyi amaçlamaktadır.



Tablo 6, +1 projesi mekân yerleşimi. Çizen: Ziyacan BAYAR

Sergi mekânının tamamen sınırsız seçilmesinin nedenlerinden biri de serginin belirlediği iletişim politikasıdır. Sergi deneyimletmeyi amaçladığı sosyal etkinlikleri

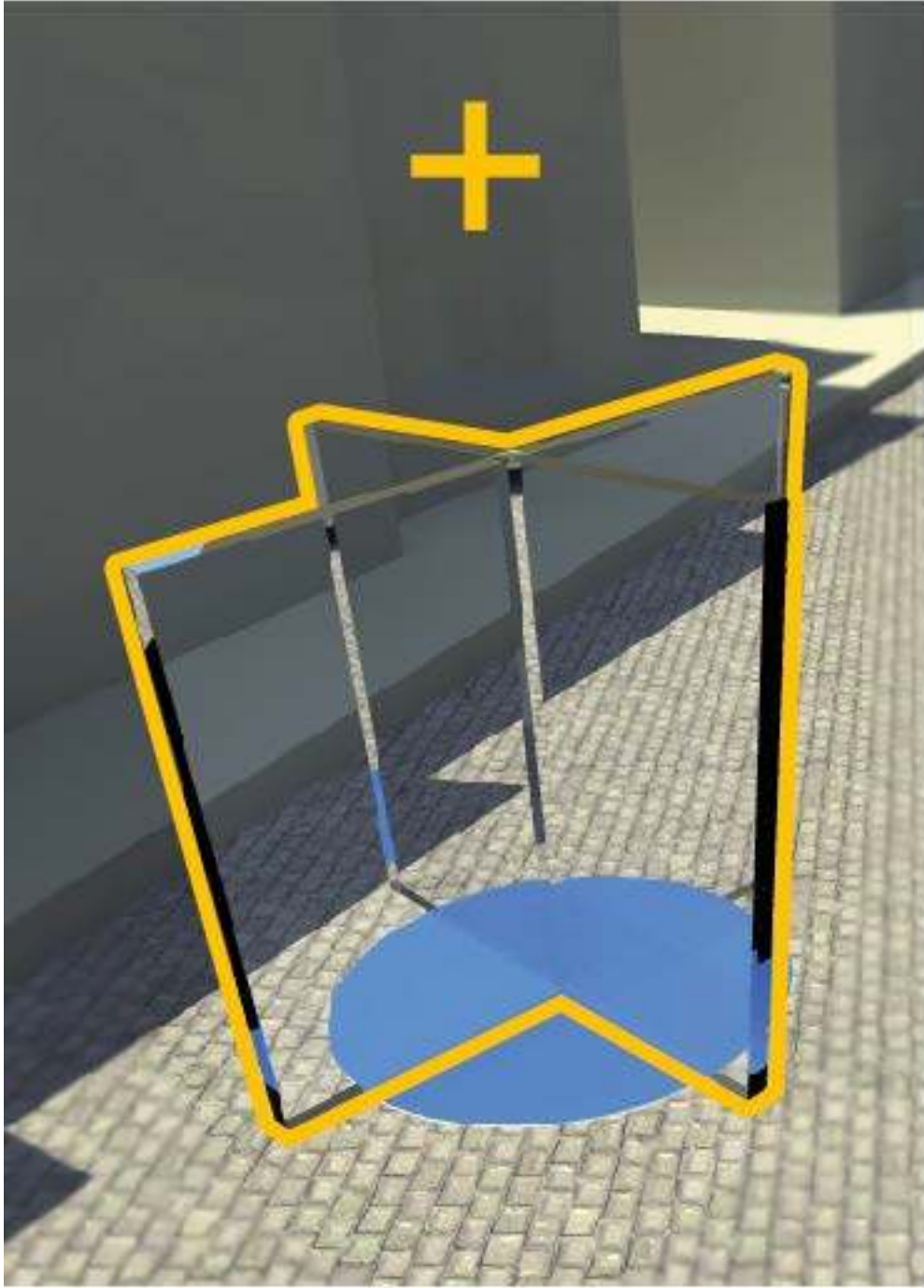
-sergi fikirlerini- tamamen yaşam akışının ortasında gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Bu adeta toplum içerisinde oynanan amatör bir tiyatro oyunu gibidir. Bunun nedeni, web ortamında yaşandığı gözlemlenen aşırı sosyallik durumunun gerçek hayata aktarıldığında sergi kullanıcısı yani sıradan vatandaş üzerindeki fiziksel etkisini gözlemlemek, bunun yanında bir iç ses olarak kullanıcıya bu durumu sorgulatmaktır, hatta irrite etmektir.

4.2.2 Yapısal çözümlemeler

Mekân kullanımını, konsepti çerçevesinde belirleyen +1 projesinin çağdaş örneklerinin yolundan ilerlediğinde, çözmesi gereken bir sonraki nokta, düşünülen fikrin ve kavramların üç boyutlu olarak vücut bulmasıdır. Bu noktada proje birkaç tasarım kararını artarda belirlemiştir. Bunlardan ilki, elde edilen ve aktarılması gereken bilginin, fikrin nasıl bir görsel platform üzerinde kullanıcıya sunulacağıdır. Bir diğeri ise bu sunumun yöntemlerini kapsamaktadır. Sergileme tasarımının bu aşaması tüm uygulamaların birleştiği grafik aşamaya varmadan önceki son aşamadır. Bu noktada yapısal çözümlemeler üç aşamada incelenecektir.

4.2.2.1 İletişim formunun kararlaştırılması

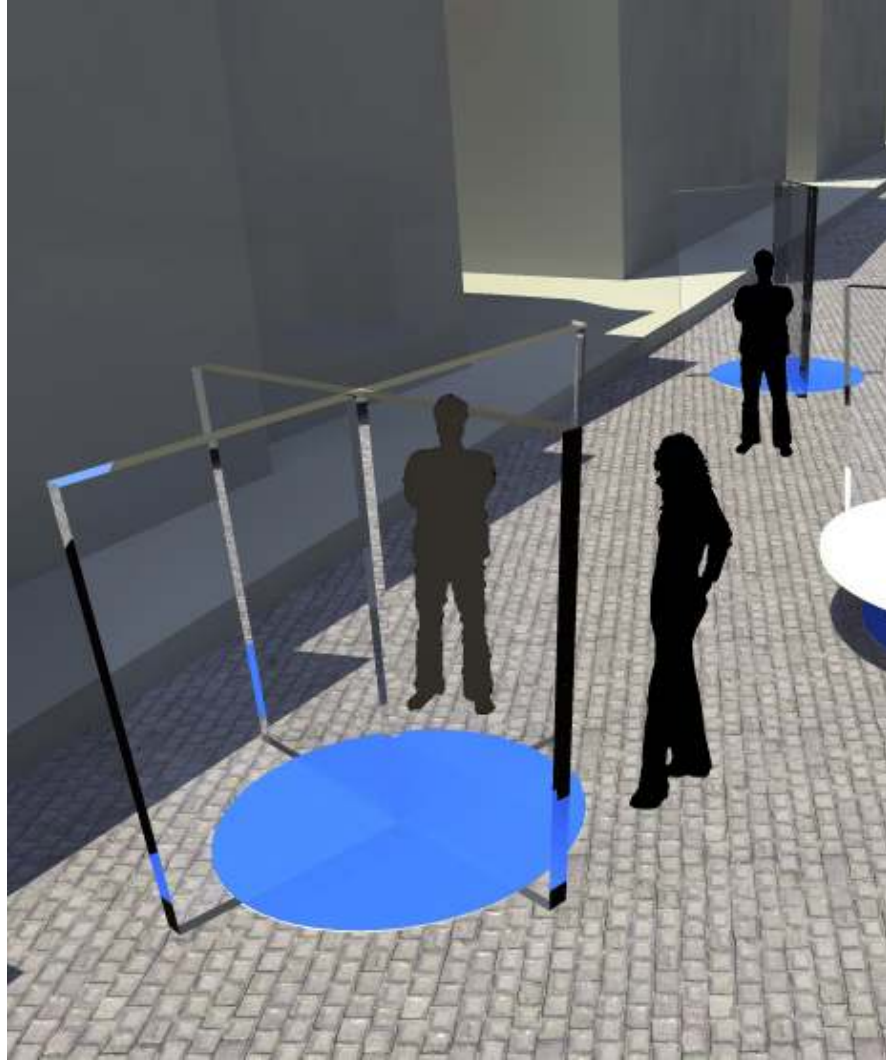
+1 projesi bir açık alan sergisi olarak düşünüldüğünde oldukça ayrıntısız ve net formlara ihtiyaç duyduğu açıkça görülmektedir. Bunun nedeni uzun ömürlü ve sağlam bir tasarım yapısı kurmaktır. Proje ismine farklı bir yönle bakıldığında esasında formu kendi içinde barındırdığı fark edilmektedir. Bu noktada + aynı zamanda projenin bilgi taşıyan ana yapısı olarak üç boyutlu düzleme aktarılmıştır.



Tablo 7, +1 bilgi taşıyıcısı + figürü. Çizen: Dijital Modelleme ve Görselleştirme Burcu Seba

Serbest mekân içerisinde yerleşen üç boyutlu + figürü projenin bilgisini taşıyan platform görevi görmektedir. Bu noktada önemli bir tasarım kararı ortaya çıkmaktadır.

Sosyal ağların yarattığı aşırı sosyallik olgusu tartışılmaz bir gerçektir. Konuya farklı bir bakış açısı ile bakıldığında bu sosyalliği yaratanın, özel hayatların sınırsızca ortaya saçılması olarak görmek zor değildir. Bu noktada, özel hayatın sınırlarının kalmadığı aşamada aşırı bir şeffaflığı gözlemlemek mümkündür. İşte bu şeffaflık kavramı +1 projesinin yapısal kararlarından birinin de temelini oluşturmaktadır. Seçilen üç boyutlu + figürleri şeffaf olarak tasarlanmıştır. Böylece planlanan sosyalleşme eylemlerinin, herhangi bir saklanma fırsatı olmadan oldukça şeffaf, görünür bir şekilde toplum önünde yaşatılması amaçlanmaktadır.



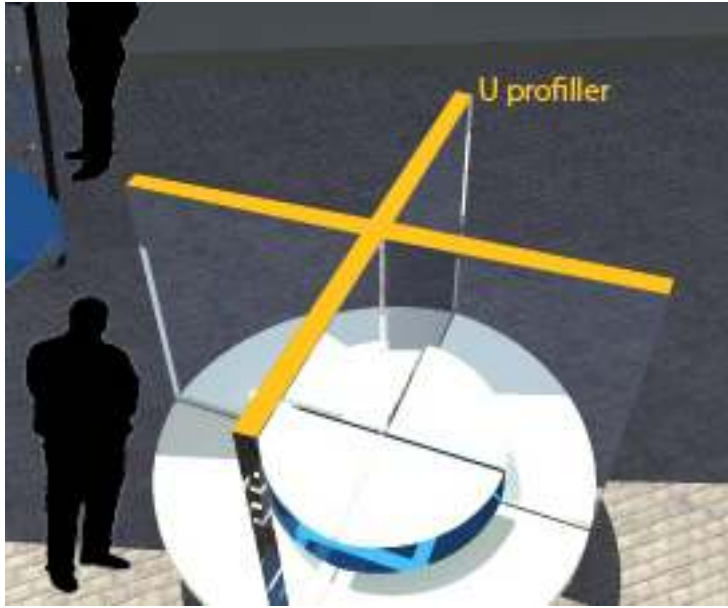
Tablo 8, Bilgi taşıyıcısı + figürü ve şeffaflık özelliği Çizen: Dijital Modelleme ve Görselleştirme Burcu Seba

4.2.2.2 Malzeme seçimi

Sergileme projelerinde endüstriyel tasarım, mimari ve grafik tasarımın kesiştiği teknik noktalardan biri de malzeme kullanımı, tasarımı ve seçimidir. Tez kapsamında çağdaş örneklerine uygun olarak gerekli meslek grupları ile iletişim içerisinde malzeme ve üretim seçimleri yapılmıştır. Her ne kadar teknik bir konu

olarak gözükse de, malzeme seçimi her başarılı sergileme tasarımı ekibinin hâkim olması gerektiği bir konudur. Bunun nedeni, temeli ortam yaratmaya dayalı bu tasarım disiplininin üretim ile olan oldukça yakın ilişkisidir. Bilinmelidir ki özellikle sergileme tasarımı gibi uygulamalarda, doğru uygulanamayan tasarım fikirleri her ne kadar iyi olursa olsun başarıya ulaşması oldukça güçtür.

+ formundaki üç boyutlu şeffaf formun dış mekân etkilerine dayanıklılığı amacı ile pleksiglas (akrilik) malzeme ile üretimine karar kılınmıştır. Bununla birlikte form alttan ve üstten olmak üzere iki taraftan metal U profiller ile desteklenerek rijitliği artırılmaktadır.



Tablo 9, +1 bilgi taşıyıcısı + figürü sağlamlaştırıcı yapı tasarımı Çizen: Dijital Modelleme ve Görselleştirme Burcu Seba

4.2.2.3 Etkileşimli tasarım fikirleri

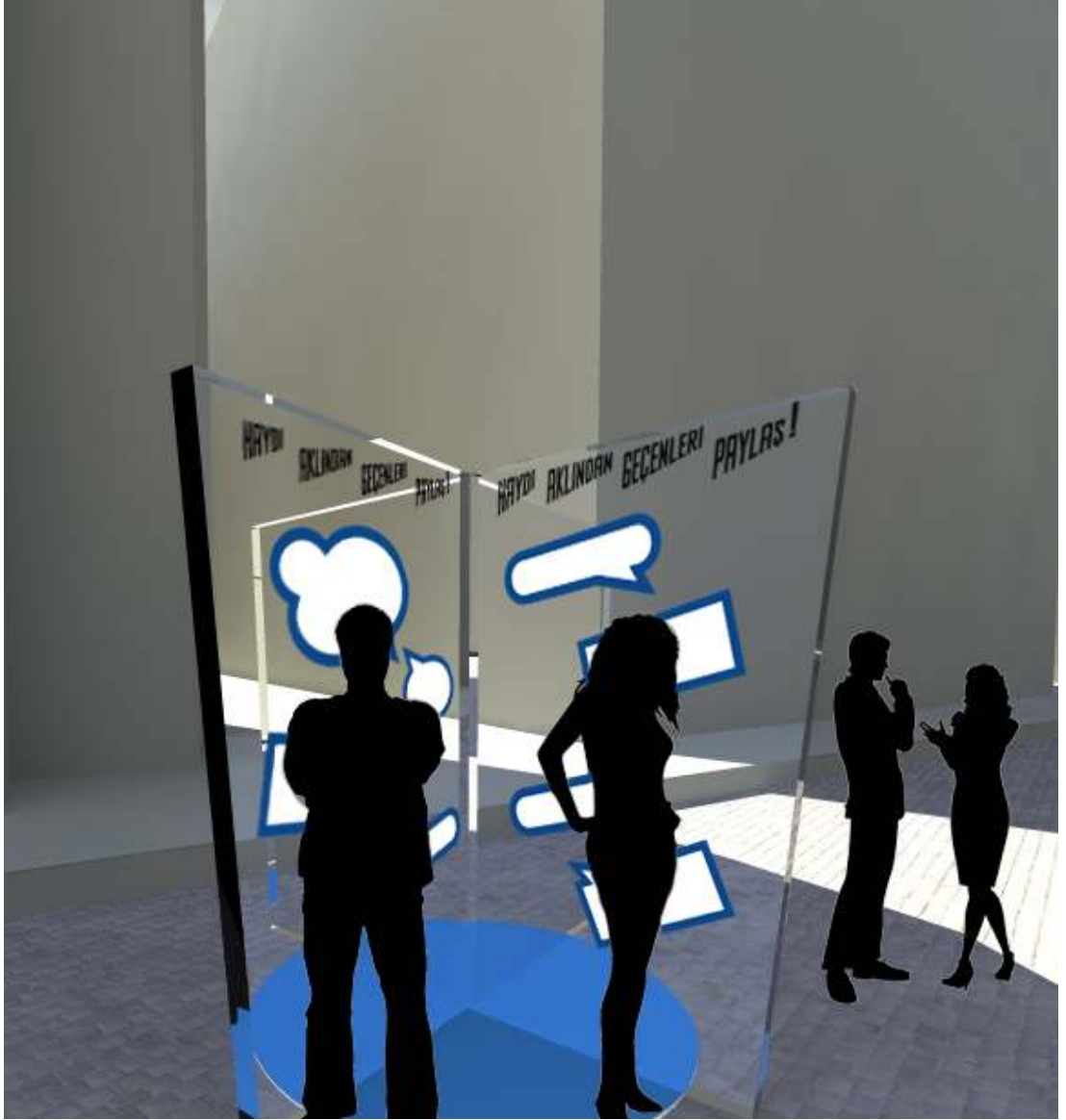
Tez bütününde sıkça dile getirildiği üzere çağdaş sergileme tasarımı disiplini git gide deneyim yaratma ve bu deneyim ile sergi izleyicisini adeta ortama hapsedme

fikri üzerine yoğunlaşmaktadır. Gerek dış dünyadan tamamen kopuk mekânların yaratılması, gerekse de günlük hayatta tecrübe edilemeyecek eylemlerin kullanıcı önüne sunulması ile sergiler, yeniçağa ayak uydurmaktadırlar. Özellikle müze içi sergileme tasarımlarında sıklıkça karşılaşılabilecek olan bu iletişim yöntemi aynı zamanda sergileme tasarımının da geleceği olarak görülmektedir. Sergileme tasarımı her geçen yıl deneyim tasarımı ile iç içe geçmekte, kullanıcıya benzersiz tecrübeler yaşatarak öğretmeyi- ilgi çekmeyi amaçlamaktadır.

Bu noktada tez kapsamında tasarlanan +1 projesinin de temel noktası deneyim yaratma fikrine dayanmaktadır. +1 projesi için tasarlanan her bir sergi noktası, kendi içerisinde bir kullanıcı deneyimi sunmayı amaçlamaktadır. Proje deneyim fikirlerini konu kapsamında üç bölüme ayırmıştır. Bu bölümler sosyal medya ortamında sıkça karşılaşılan adeta kemikleşmiş davranışların günlük hayata hiç bozulmadan direkt aktarılmasından meydana gelmektedir.

Kullanıcı etkileşimlerinden ilki sosyal medyaların adeta temelini oluşturan düşünce ve fikir paylaşımına dayanmaktadır. Web ortamında fikirlerini etrafında bir insan olduğunu hissetmeden yani utanma duygusuna kapılmadan cesurca paylaşan sosyal medya kullanıcıları (hatta tutkunları), sergileme tasarımının bu aşamasında aynı eylemi toplum önünde denemeye itilmektedir. Bu deneme sayesinde kullanıcı fikirlerini tamamıyla şeffaf bir yapı içerisinde herkesin gözü önünde fiziksel olarak sunma zorunluluğu taşımaktadır. Bu noktada sergi tasarımının işlevselliğinin sağlamanın yapılması gerekmektedir ve şu soru akla gelmektedir: Ya kimse belirlenen alanlarda düşüncesini dile getirmese? Bu noktada bölümün başında da sıkça dile getirildiği üzere sergileme herhangi bir eylem yaratmasa da amacına ulaşmaktadır. Bunun nedeni sergiye yaklaşan kullanıcı adayında tabiri caizse bir iç

ses oluşturması ve utanma duygusuna neden oluşudur. Bu utanma duygusunun devamında gelen kişisel sorgulama sergileme tasarımı nın amaladıklarının başında gelmektedir.



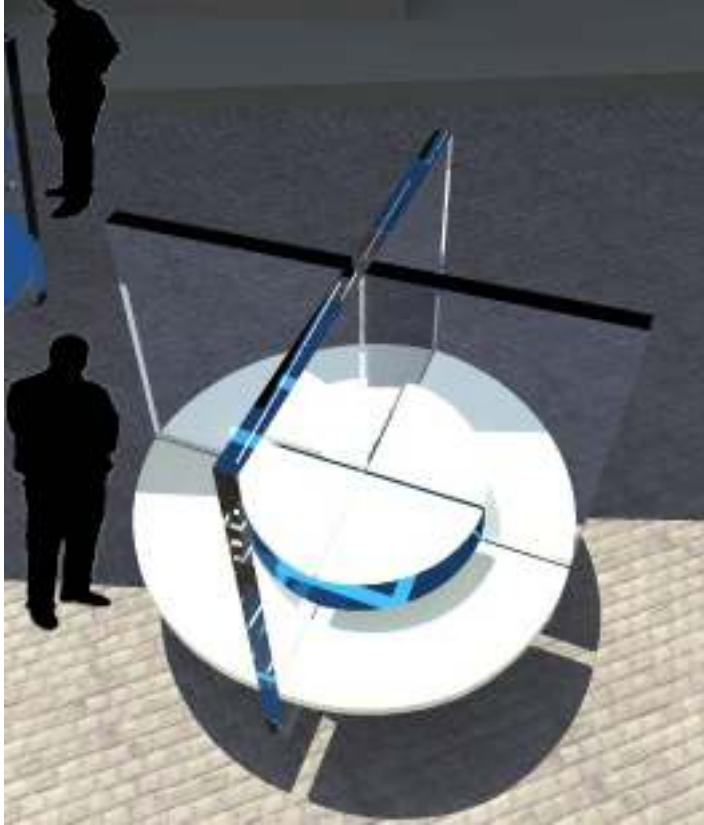
Tablo 10, +1 bilgi taşıyıcısı etkileşimli tasarım fikri 1, çizen: Dijital Modelleme ve Görselleştirme Burcu Seba

Kullanıcı etkileşimlerinin ikincisi ise yine sosyal medyanın temel yayılma dayanaklarından biri olan fotoğraf paylaşma ve beğenme etkinliğidir. Bu deneyim ürününde kullanıcı, yan yana platformlar ve ona entegre edilen kamera, ekran ve beğenme butonları ile aynı ortam içerisinde hem başka sergi kullanıcılarının fotoğraflarını toplum önünde beğenmeye yeltenecek, hem de kendi fotoğrafını toplum önüne cesurca sergilemeye cesaret edecektir. Yine bu noktada sergileme tasarımının canlandırmayı amaçladığı utanma hissi büyük önem taşımaktadır.



Tablo 11, +1 bilgi taşıyıcısı etkileşimli tasarım fikri 2, Çizen: Dijital Modelleme ve Görselleştirme Burcu Seba

Etkileşim fikirlerinin son ayağında ise karşılıklı sohbet olgusu günlük hayatın içerisine taşınmıştır. Proje kullanıcılara tıpkı web ortamında olduğu gibi rastgele insanlarla belirlenen bir ortamda sohbet etme fırsatı yaratmayı amaçlamaktadır. Kurulan oturma düzeni ile sergi izleyicileri karşı karşıya getirilmekte ve web ortamının hızla gelişen sohbet ortamı hiç bozulmadan günlük hayatın içerisine taşınmaktadır. Bu noktada kullanıcının ne derecede sosyalleşeceği ve bundan duyması muhtemel olan rahatsızlık hissi sergileme tasarımının ulaşmak istediği hedefi karşılamaktadır.



Tablo 12, +1 bilgi taşıyıcısı etkileşimli tasarım fikri 3, Dijital Modelleme ve Görselleştirme Burcu Seba

Proje kapsamında tasarlanan etkileşim fikirleri ile +1, konuya güncel sergileme tasarımı örneklerinin ilerici penceresinden bakmayı amaçlamaktadır. Yarattığı benzersiz deneyimleri ile proje, kullanıcıya oldukça farklı ve alışılacagelmedik bir şekilde yaklaşarak, sergileme tasarımının temel fikrini ulaşmak istediği kitleye aktarmayı hedeflemektedir.

4.2.3 Grafik çözümlerin üretilmesi

Güncel ve yenilikçi sergileme tasarım süreçleri tez kapsamında incelendiğinde son ve adeta birleştirici bir aşama olarak grafik tasarım ürünlerinin hazırlanması ortaya çıkmaktadır. +1 projesi kapsamında da bu yenilikçi sistem eşliğinde proje kurgulanmıştır. Son aşama olarak bu noktaya kadar belirlenen tasarım fikirleri grafik uygulama ile birleştirilerek sonuca ulaştırılmıştır. Grafik tasarımın, mimarinin, endüstriyel tasarımın ve bu üç ana dalı destekleyici tasarım dallarının son aşamada uyumlu bir şekilde birbirlerinin fikirlerini desteklediği açıkça görülmektedir. Bu aynı zamanda tez sürecinde sıkça söz edilen çok disiplinliliğin tez projesine de yansımalarının kanıtı niteliği taşımaktadır.

Belirlenen proje konsepti ve onun ışığında tasarlanan iletişim formlarının yapısı, grafik ürünlerin tasarlanmasında bir rehber niteliği taşımıştır. Özellikle vurgulanmalıdır ki etkileşimli tasarım fikirleri, grafik tasarım öğeleriyle iç içe uyumlu olarak tasarlandığında işlevselliğini kazanabilmektedir. Proje bütünüünün temelinin de etkileşime dayandığı düşünüldüğünde, grafik ürünler deneyim tasarımı ağırlıklı bir bakış açısıyla tasarlanmıştır.

Sosyal medyaya atıfta bulunan grafik tasarım ürünleri, buna istinaden kullanıcının bu medya da alışık olduğu formlar ve renklendirmeler üzerine

yoğunlaşmıştır. Aynı zamanda iletişim biçimin yazınsal olarak ta içeriğine müdahale eden grafik ürün ve grafik tasarımcı, proje kapsamında iletişim dilini sosyal medya ürünleri ile eş kullanmıştır. Bu noktada grafik tasarımcının içeriğe ve konseptte direk müdahalesini gözlemlemek mümkündür.

Grafik kararların ilkinin proje kapsamında tasarlanan logo fikri oluşturmaktadır. Logo temel tasarım formunu yapısal tasarım fikirlerinin kökeninden almakta ve +1 biçimi ile bu fikirleri birleştirmektedir.



Tablo 13, +1 Projesi Logo tasarımı, Tasarımcı: Ziyacan BAYAR

Etkileşim fikirleri ile eş yürütülen grafik tasarım ürünleri tıpkı deneyim tasarımlarında olduğu üzere 3 farklı biçimde tasarlanmıştır. Bunlar sırasıyla düşünce paylaşmaya olanak veren, kullanıcıyı canlı görüntü paylaşmaya ikna eden ve son

olarak karşılıklı sohbete davet eden tasarım fikirleridir. Bu noktada grafik tasarımcı bu üç etkileşim fikrine üç ana başlık belirlemiştir:

- Serbest duvar: Haydi aklından geçenleri paylaş!
- Beğen: Fotoğrafını çevrenle paylaş!
- Sohbet Köşesi: Biraz muhabbete ne dersin?



Tablo 14, +1 Projesi serbest duvar fikri ve grafik modülleri, Tasarımcı: Ziyacan BAYAR



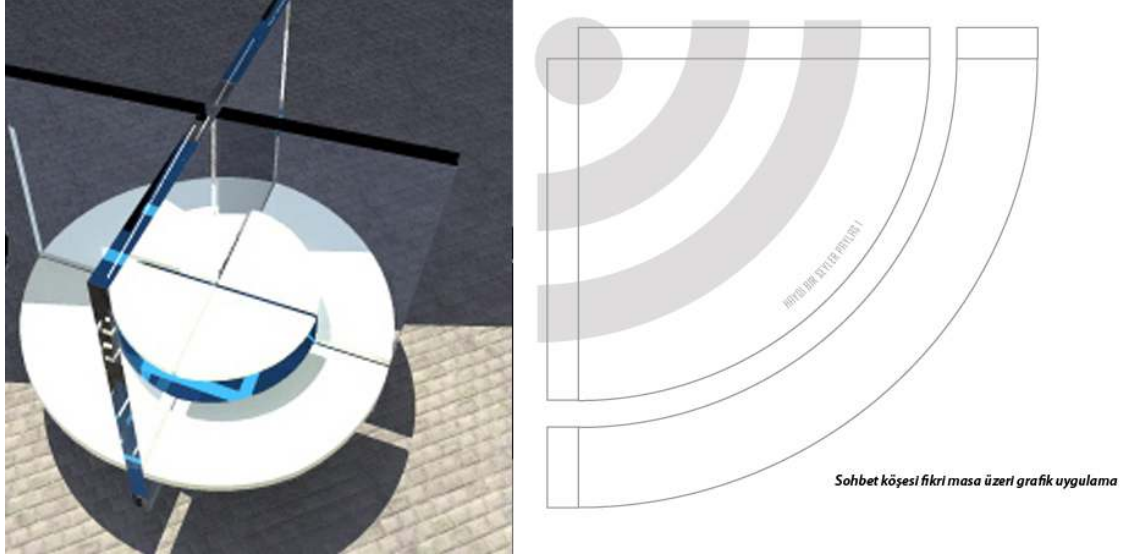
Fotoğraf beğen tasarımı örnek modülü



Fotoğraf paylaş tasarımı örnek modülü



Tablo 15, +1 Projesi Beğen fikri ve grafik modülleri, Tasarımcı: Ziyacan BAYAR



Tablo 16, +1 Projesi Sohbet köşesi fikri masa üstü grafik uygulama, Tasarımcı: Ziyacan BAYAR

Başlıklardan da anlaşılacağı üzere sosyal medyanın samimi yaklaşım cümleleri projenin de iletişim biçimi olarak seçilmiştir. Bu sloganların formlara dökülmesinde ise grafik tasarım sergi kullanıcısının aklındaki fikirlerin yansıması niteliğinde olabilecek formların arayışına gitmiş ve kullanıcıya belirli şablonlar ile düşüncelerini dile getirebileceği hazır tekrar kullanılabilir formlar sunmuştur. Bir diğer yandan fotoğraf paylaşımı etkinliği sırasında tasarımcı adeta web sayfasının bir büyütülmüş ve basitleştirilmiş yansıması olarak tasarladığı yüzeyde, etkileşimli tasarım ürünlerini ulaşılabilir ve basit kılmayı amaçlamıştır. Böylece tüm tasarım kararları her kitleye uygun olarak kesintisiz iletişimi sağlamayı amaçlamaktadır. Sohbet bölümünde ise grafik tasarımcı bilinçli olarak geri çekilmeye ve fikri endüstriyel tasarımın işlevine bırakmayı kararını seçmiştir. Bunun nedeni kesintisiz bir sosyal ilişkinin amaçlandığı mekânda işlevi birincil olmayan öğeler ile dikkati farklı yönlere çekmeyi engellemektir.

Grafik öğelerin tüm tasarım kararlarını tek bir yapı içerisinde birleştirmesi ile +1 projesinin temel formu ortaya çıkmıştır. Proje genel anlamda deneyim yaratmayı kendine temel amaç edinen, yenilikçi sergileme fikirleri ile eş platformu paylaşmayı amaçlayan bir tasarım ürünü olarak kurgulanmış ve reel üretime uygun olarak tasarlanmıştır.

SONUÇ

Şüphesiz biriktirmek saklamak ve göstermek eylemleri tarih boyunca insanoğlunun hayatının tam içinde var olan davranışlardır. Dahası bu davranışlar kendi kendisine gelişen birer dürtü olarak tanımlanabilmektedir. İşte sergileme sözcüğünün günümüze dek gelişi ve tasarım sözcüğü ile yan yana kullanımının temelini de bu dürtü atmıştır.

Tarihin erken zamanlarında buluntuları birer gizem ve hayret dolu göstergeler haline dönüştüren gizemli eşyalar sandığı sergilemelerinden bu güne sergileme sözcüğü giderek gelişmiş ve değişmiştir. Bu değişim salt sergilemenin kendi kendine yaşadığı bir süreç olmayıp, aynı zamanda toplumların ve kültürlerin değişimi de sergileme fikrinin gelişiminde rahatlıkla gözlemlenebilmektedir. Dahası kültürel ve toplumsal değişiklikler sergileme eyleminin de karakterine yön vermiştir.

Tez içerisindeki bulgulardan ve araştırmalardan açıkça algılanabilmektedir ki tarihin erken zamanlarından günümüze sergi eylemi bilgi sözcüğüyle beraber anılmaktadır. Bilginin ve kültürün üretimi ve saklanması ve iletimi adına sergileme ürünleri birer kültür depoları olarak var olmuşlardır. Bu bağlamda 20.yy sergileme tasarımının günümüz yapısına gelişi adına oldukça önemli gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Modern dönem ile birlikte gelişen “bilgi toplumu” sergileme tasarımının evi olarak adlandırılabilir olan müze kurumları üzerinde köklü değişiklikler yaratırken, gelişen teknoloji ve ticari global pazar sergileme eylemini hayatın birçok alanında gerekli bir tasarım ürününe çevirmiştir.

Modern dönem ile birlikte tasarım ekini alan sergileme eylemi günümüzde modern bilgi toplumlarının birer vitrini niteliğine bürünmüştür. Sergileme tasarımları

bir yandan toplumu bilgilendirirken bir yandan da birer çekim noktası olan kültür mekânlarını yani müzeleri yaratmış ve beslemiştir. Bu anlamda tez kapsamında sergileme tasarımı, tüm özelliklerinin yanı sıra çağdaş toplumlarda bilgiyi aktarmanın en etkili ve doğru yöntemlerinden biri olarak görülmüştür.

Tez sergileme tasarımını bir bilgi aktarım eylemi olarak görmenin yanı sıra grafik tasarım ve diğer tasarım dalları adına sergileme ürününü pek çok yeni çalışma yöntemi ve sahasını beraberinde getirdiğini vurgulamaktadır.

Bilindiği ya da hissedildiği üzere özellikle de Türkiye’de grafik tasarım pratiği ve tasarım ürünü genel anlamda şahsi bir çabadır. Bu noktada tez konuya çok daha farklı bir açıdan bakmış, görenleri yarattıkları mekânlar ile hayrete düşüren gelişmiş sergileme tasarımı ürünlerinin tahmin edilenin aksine oldukça büyük bir ekip işi olduğunu vurgulamıştır. Bu anlamda tez, Türk tasarım dünyasınca oldukça sınırlı, eksik ya da yanlış bilinen bu dalın, çalışma prensiplerinin tüm tasarım ürünlerine örnek olacak derecede planlı ve doğru olduğunu ortaya koymuştur.

Bu noktada tez kapsamında dikkat çekilmesi gereken bir nokta da Türk grafik tasarım çevresinin sergileme tasarımı üzerindeki sınırlı bilgi birikimi ve uygulama tecrübesidir. Türkiye’de birkaç tecrübeli tasarımcının ürünleri dışında sergileme projeleri, yurtdışındaki örnekler çıtasında üretilmemektedir. Bu sadece tasarımcıların değil yönetimlerinde üzerine almaları gereken birer kültürel sorumluluktur. Şüphesiz ki iyi bir sergileme projesi bilgiyi aktarmanın yanı sıra kültürel varlıkların ya da değerlerin tanıtımı adına da hayati önem taşımaktadır.

Sergileme tasarımını birçok disiplinli çalışma ortaklığı olarak gören tez çalışması, aynı zamanda bu ekiplerin niteliklerini de ortaya koyarak konu üzerindeki eğitimin yöntemlerine de işaret etmektedir. Günümüz tasarım üretimi adına oldukça

önemli bir kıstas olan çok disiplinli çalışma prensibi, sergileme tasarımı ürünüyle tasarımcı adaylarına deneyimletilebilir. Bu anlamda sergileme tasarımı projeleri, profesyonel hayatın yanı sıra tasarım eğitimi adına da pek çok fakülteyi bir araya getirerek oldukça başarılı birer tasarım projesi simülasyonu yaratabilir. Tasarım fakültelerinin iletişiminin tartışıldığı bu dönemlerde sergileme tasarımı projeleri bu boşluğu doldurmak adına oldukça mantıklı bir adaydır. Bu girişimler aynı zamanda Türkiye’de sergileme tasarımının gelişimi, sadece konu üzerine yoğunlaşmış tasarım ofislerinin boy göstermesi adına ilk adımlarında atılmasını sağlayacaktır.

Şüphesiz sergileme tasarımının gelişimi adına yönetimlerin de büyük katkısına ihtiyaç vardır. Tarih ve kültür varlıkları ile oldukça zengin olan Türkiye toprakları, aynı oranda müzecilik adına da özel girişimler dışında bir o kadar geridedir. Bu noktada devlet bu büyük kültür mirasının duyurulması ve korunması adına müzeler için etkin sergileme tasarımı projelerine kaynak ayırmalıdır. Tezde de açıkça belirtilmiştir ki sergileme tasarımı ürünleri büyük bir emek ve bütçe gerektirmektedir. Bu anlamda Türkiye kapsamında konu üzerinde alınacak oldukça uzun bir yol vardır. Bu mesafenin bir an önce kapanmasının formülü ilgili fakültelerin ve yönetimlerin sıkı iş birliğinden geçmektedir.

Tez sergileme tasarımı adına grafik tasarım alanında yazılan ilk yüksek lisans tezi özelliğini taşımaktadır. Bu anlamda atılan bu ilk adım ile birlikte, ilgili tasarım bölümleri hız kesmeden eğitim programlarında güncellemelere gitmeli, *sergileme tasarımı* sözcüğünü geleceğin tasarımcı adaylarının dağarcığına bir an önce yerleştirmelidir. Türkiye’de daha yeni tanınan bu alanın ironik olarak tıpkı pazara yeni çıkmış bir ürün gibi tanıtımına ihtiyaç vardır. Üniversiteler kapsamında bu tanıtımın yöntemi konu üzerinde literatür oluşturmak ve bu literatürü düzenlenen

bildiri ve sunumlar ile yaymaktır. Ülkemizde kültür mirasının korunması, var olan bilgi hazinesinin aktarılması adına, sergileme sözcüğünün tasarım ekiyle birlikte anılmasının zorunlu olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda konu üzerine tasarım yönlü araştırmaların yoğunlaşmalı, yönetim taraflı girişimle gündeme gelmelidir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR:

Akçura, G. (2009). **Türkiye Sergicilik ve Fuarçılık Tarihi**, Tüyap, İstanbul, 21s

Alexander, E. Alexander, M. (2008). **Museums in Motion**, AltaMira Press, America, 13s

Aslanoğlu, İ. (2001). **Erken Cumhuriyet Dönemi Mimarlığı**, *Bilge* Kültür Sanat, İstanbul, 207s

Bennett, T. (1995). **The Birth Of The Museum**, Routledge, New York, 35s

Dernie, D. (2006). **Exhibition Design**, Laurence King Publishing, Londra, 6s

Durmaz, Ö. (2011). **İstanbul'un 100 Grafik tasarımcısı ve İllüstratörü**, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları, İstanbul, 30s

Fiedler, J. Feierabend, P. (2000). **Bauhaus**, Könnemann Verlagsgesellschaft, Almanya, 498s

Frey, B. (2006). **Designing Exhibitions**, Birkhauser, Berlin, 6s

Greenhill, E. (2000). **Museums And The Interpretation Of Visual Culture**,

Routledge, New York, 130s

Jacobson, R. (1999). **Information Design**, Graphis Inc. Massachusetts Institute of technology Press, Amerika, 267s

Lord, B. Lord, D. (2001). **The Manuel of Museum Exhibitions**, AltaMira Press, Oxford, 15s

Lorenc, J. Skolnick, E. Berger, C. (2010). **What is Exhibition Design?** RotoVision, İsviçre, 13s

O'Dorthey, B. (1986). **Inside The White Cube The Ideology of The Gallery Space**, University of California Press, California, 24s

Poynor, R. (1998). **Design Without Boundaries**, Booth-Clibborn Editions, Londra , 229s

Turgut, E. (2002). **Fuarlarda grafik tasarım sorunları üzerine**, Yayıncılık Matbaası, İstanbul, 181s

Thompson, M.A. (1986). **Manual of Curatorship A Guide to Museum Practise**, Butterwoths, Londra

Velarde, G. (1988). **Designing Exhibitions**, Watson-Guptill, New York, 13s

Velarde, G. (1997). **Designing Exhibitions: Museum, Heritage, Trade and World Fairs**, 2. Basım. Ashgate Publishing Limited. London

Wand, M. (1996). **“What’s Important About the History of Modern Art Exhibitions?”** Bruce W. Ferguson and Sandy Nairne (Ed.) Thinking About Exhibitions , Routledge, New York, 318s

Wlassikof, M. (2005). **The Story of Design in France**, Gingko Press, California, 152s

Wurman, R. (1997). **Information architects**, Graphis Inc. New York, 150s

TEZLER:

Chun-Hung, L. (t.y). **The Development of a Planning Framework for Museum Exhibition Design**, Yayınlanmamış Doktora tezi, Changhua Technology University, Taiwan, 84s

Demir, Ç. (2009). **Günümüz sergileme tasarımı, Türleri ve Londra'dan Sergileme tasarımı örnekleri**, Yayınlanmamış Doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara, 65s

Güler, T. (2008). **Grafik tasarımda yeni bir alan: Bilgilendirme tasarımı ve bir uygulama**, Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 164s

Özkal, G. (2006). **Exhibition space as the site of isolation, unification and transformation**. Yayınlanmamış Doktora tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara, 97s

Özkelle, D. (2006). **Expoların gelişim süreci ve kentle etkileşimleri: İzmir expo 2015 örneğinde bir inceleme**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 251s

MAKALELER:

Bitgood, S. & Patterseon, D. (1987). **Principles of Exhibit Design**. *Visitor Behaviour*, 2, 4-6.

Bitgood, S. (1994). **Designing Effective Exhibits: Criteria for Success, Exhibit Design Approaches, and Research Strategies.** *Visitor Behaviour*, 9, 4-15.

Chen, H. & Ho, M. (t.y). **New Strategies of Exhibition Design for a Natural History Museum.** *National Yunlin University of Science & Technology*, 123, 1-12.

Hammond, A. & Waite, N. (2010). **Exhibition design: Bridging the Knowledge Gap.** *The Design Journal*, 13, 77-98.

Pittman, B. (1999). **Muses Mueums and Memories.** *Daedalus*, 128, 1-31.

Sparacino, F. & Larson, K . & MacNeil, R. & Davenport, G. & PentLand, A. (1999). **Technologies and methods for interactive exhibit design:from wireless object & body tracking to wearable computers,** *İchim*, 99, 147-154.

Wallah, C. & Wallah, D & Wallah, A. (1980). **The Universal Survey Museum.** *Art History*, 3, 448-469.

DERGİLER VE GAZETELER:

F Theall, D. (1967). **EXPO A Unique Art Form.** *Graphis*, 132, 324-335.

Fletcher, V. (2011). **Going Beyond What Does Universal Design Look Like?.** *MUSEUM, Mart - Nisan*, 40-45.

Forgey, B. (200, Ekim 29) **The Newseum That Fits Glass-Fronted Design Reflects Well as Metaphor of a Free Press.** *The Washington Post*,

Forster, K. (2004). **“Dönüşen” Mimarlık.** *XXI Mimarlık Tasarım Mekân*, 27, 56-62.

Jenkins, J. (2010). **Alandaki Derinlik:Berlin Profili.** *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar*, 91, 1-3.

Ruhling, N. (2007). **RALPH APPELBAUM: celebrating our accomplishments.** *Life Styles*, 35, 18-21.

İNTERNET KAYNAKLARI

A Historical Survey. (t.y), **“Historical Survey of Experiments in Exhibition Design”**

(http://lulu101.typepad.com/exhibition_design/files/a_history_of_exhibits.pdf),
(Erişim Tarihi: 14.06.2011, 17.45)

Charles Willson. (t.y), **“Charles Willson Peale’s Museum”**

(http://www.ansp.org/museum/jefferson/otherPages/peale_museum.php),
(Erişim Tarihi: 2.06.2011, 18.40)

Heller, A. (t.y), **“What is a World fair?”**

(http://www.worldsfairs.com/Worlds_Fairs/Expos_Q%26A.html),
(Erişim Tarihi: 12.06.2011, 19.45)

ICOM. (2003), **“Museum Definition”**

(<http://icom.museum/who-we-are/the-vision/museum-definition.html>),
(Erişim Tarihi: 14.06.2011, 17.00, Telif Hakkı: ICOM 2010)

Lewis, G. (t.y), “**The History Of Museums**”

(www.muuseum.ee/uploads/files/g._lewis_the_history_of_museums.pdf),
(Erişim Tarihi: 23.5.2011, 16.40, Telif Hakkı: Estonian Museum Association)

Lindbeck, J. (1998), “**Charles Willson Peale**”

(<http://users.dickinson.edu/~nicholsa/Romnat/cwpeale.htm>),
(Erişim Tarihi: 3.06.2010, 18.25)

Majewski, J. (t.y), “**Smithsonian Guidelines for Accessible Exhibition Design**”

(<http://accessible.si.edu/pdf/Smithsonian%20Guidelines%20for%20accessible%20design.pdf>),
(Erişim Tarihi: 12.04.2011, 16.10)

The Great (t.y), “**The Great Exhibition at the Crystal Palace**”

(<http://www.victorianstation.com/palace.html>),
(Erişim Tarihi: 22.05.2011, 14.32, Telif Hakkı: 1999-2001 Victorian Station)

BİLDİRİLER, KATALOGLAR

Agrell, T.C. (t.y). A metaphor approach to exhibition design. **Nordic design Resources**, 82, 1-3.

Designing Tomorrow (2011). **Designing tomorrow: America’s World fairs of The 1930’s**, *Washington*

Hettema, P. (2006). Storytelling and Experience, *SEGD Third Annual Sempozyum New Directions in Exhibition and Environment Design: Leaving The Comfort Zone*, 2, 8-9

Johnson, C. (2007). Storytelling and Experience, **SEGD Fourth Annual Sempozyum New Directions in Exhibition and Environment Design: Affecting Thought and Changing Minds**, 4, 10-12

ÖZGEÇMİŞ

Ad, Soyad: Ziyacan BAYAR

Doğum yeri ve yılı: İzmir 1986

Yabancı Dil: İngilizce

Eğitim:

Lisans: 2004, DEÜ, GSF, Grafik bölümü, Grafik Anasanat Dalı

Lise: 2000, Cumhuriyet Anadolu Meslek Lisesi Grafik Bölümü

İş tecrübesi: (yıl, çalıştığı iş yeri)

6Q Games: 2010-

Parma reklam: 2008- 2009