

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

**SOSYAL VE KÜLTÜREL ODAKLI SERGİLEMELERDE
TASARIMCININ ROLÜNÜN İNCELENMESİ**

Hazırlayan
Dicle YILDIRIM

Danışman
Doç. Tuğcan GÜLER

İzmir / 2018

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Sosyal Ve Kültürel Odaklı Sergilemelerde Tasarımcının Rolünün İncelenmesi” adlı çalışmamın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

...../...../.....

Dicle Yıldırım

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü'nün/...../..... Tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretimin Yönetmeliği'nin Maddesine göre Grafik Anasanat Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Dicle Yıldırım'ın "Sosyal Ve Kültürel Odaklı Sergilemelerde Tasarımcının Rolünün İncelenmesi" konulu tezi incelenmiş ve aday/...../..... tarihinde, saat :'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonar dakikalık süre içinde gerek tez konusu gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin olduğuna oy ile karar verilmiştir.

BAŞKAN**ÜYE****ÜYE****ÜYE****ÜYE**

ÖZET

“Sosyal Ve Kültürel Odaklı Sergilemelerde Tasarımcının Rolünün İncelenmesi” başlıklı tez çalışmasında, sergi kavramı ve sergileme tasarımına dair bilgiler verilerek sergileme tasarımcısının yaratıcı süreç ve uygulama aşamalarında, tasarımcının sergileme tasarımındaki konumu irdelenmiş, grafik tasarım bağlamında ele alınıp araştırılmıştır. Sergileme tasarımının önde gelen isimleri ve sergi ekiplerine değinilerek, ortaya konmuş çalışmalar incelenmiştir. Araştırma, sergileme tasarımcısının kim olduğu, sergi sürecinin hangi aşamalarında yer aldığı, kimlerle iş birliği içinde çalıştığını gözler önüne sermeyi hedeflemiştir. Tez kapsamında sosyal ve kültürel sergilemelere odaklanılarak, sergileme tasarımlarının konusu ve içeriğine göre tasarımcının sergiyi ele alış biçimleri ve çözüm yöntemlerini ortaya konulması amaçlanmıştır. Ulusal ve uluslararası örnekler üzerinden tasarımlar incelenmiş olup süreci etkileyen ziyaretçi, mekan, aydınlatma, sergileme yöntemleri gibi pek çok başlık üzerinde durulmuştur. Araştırma, birincil ve ikincil kaynaklardan literatür taraması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma verilerinin bir kısmı, röportaj kayıtları ve birebir görüşmeler ışığında toplanmıştır. Araştırmanın birinci bölümünde kısaca sergi kavramına ve sergileme tasarımından bahsedilerek tasarımcının çalışma alanlarına değinilmiştir. İkinci bölümde, sergileme tasarımının yaratıcı sürecinin organizasyon aşamaları ele alınmıştır. Son olarak üçüncü bölümde ise tasarım aşamalarını temel alarak tasarımcı ekseninde sürecin nasıl sonuçlandırılması ve nelere dikkat edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu araştırmaların sonucunda bir sergi projesi hazırlanarak süreç birebir deneyimlenmiştir.

ABSTRACT

In the thesis study titled "Examining The Role of the Designer in Social and Cultural Centered Exhibitions", information about the concept of exhibition and exhibition design were given, also the position of the designer in the exhibition and design stages were examined and investigated in the context of graphic design. The presentations organized were handled by referring to the leading names of exhibition design and exhibition teams. The research aimed to reveal who the exhibition designer is, at what stages the exhibition process takes place, and who collaborates with them. By focusing on social and cultural exhibitions, it intends to reveal the designer's approach to the exhibition and his solutions to problems according to the content of the exhibition designs. The designs were examined through national and international examples and several topics such as visitor, space, lighting, exhibition methods affecting the process were emphasized. The research was conducted in the form of literature review from primary and secondary sources. Some of the research data were collected in the light of interview records and individual interviews. In the first part of the research, the concept of the exhibition and the design of exhibition were mentioned briefly, and the working areas of the designer were highlighted. In the second part, organizational stages of the creative process of exhibition design were discussed. Finally, in the third part, basis on the stages, how to finalize the process on the axis of the designer was emphasized and what should be considered. As a result of these investigations, an exhibition project was prepared and the process was experienced at site individual.

ÖNSÖZ

“Sosyal Ve Kültürel Odaklı Sergilemelerde Tasarımcının Rolünün İncelenmesi” başlıklı tez çalışmam konusunda beni güdüleyen, yönlendiren, öğrenim sürecim boyunca sonsuz destek ve katkılarından dolayı tez danışmanım Sayın, Doç. Tuğcan GÜLER’e, çalışmalarımızda her zaman yanımda olan ve görüşleriyle bizi aydınlatan, Prof. Dr. H. Yakup ÖZTUNA’ya, tez sürecimde yardımlarını esirgemeyen Sayın Doç. Ceren BULUT YUMRUKAYA’ya tasarım tarihinde ki yeri ve çalışmalarıyla bizlere her zaman örnek olan, tezimin şekillenmesinde yol gösteren Sayın Sadık KARAMUSTAFA’ya tezime deneyimi ile ışık tutan ve yardımlarını hiç bir zaman esirgemeyen Sayın, Öğr. Görevlisi Ömer DURMAZ’a, bilgi ve deneyimlerini hiç tereddütsüz benimle paylaşan Sayın Osman Murat AKAN’a’, kafamdaki soru işaretlerinin kalkmasını ve sürece doğru bir yerden bakabilmemi sağlayan ve zaman ayırarak tecrübelerini aktaran Sayın Eray MAKAL’a, mütevazî kimliği ve destekleyici güveninin yanında, benimle koleksiyonunu paylaşan Sayın Tayfur GÖÇMENOĞLU’na, İzmir için yaptıkları ve hiç bitmeyen enerjisiyle, bana da hız katan Sayın Derya MANAV’a, tez sürecinin her aşamasına şahit olan, ve destekleyen değerli meslektaşım Yunus KURTULUŞ’a, sergi projeme katkı sağlayan arkadaşım Endüstriyel Tasarımcı Selin ÖZGÜR’e, İzmir ve İstanbul’da her daim yanımda olan arkadaşım Amir AHMADOĞHLU’na ve tüm, bu süreçte beni bir an olsun yalnız bırakmayan tez sürecimdeki yoğun çalışma zamanlarımda anlayışı ve desteği için “sevgili” Güvenç CEVİZ’e ve Ailem’e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Dicle YILDIRIM

İÇİNDEKİLER

“SOSYAL VE KÜLTÜREL ODAKLI SERGİLEMELERDE TASARIMCININ ROLÜNÜN İNCELENMESİ”

YEMİN METNİ	ii
TUTANAK.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
RESİMLER LİSTESİ.....	x
GİRİŞ	1

I. BÖLÜM:

SERGİLEME TASARIMINDA TASARIMCININ ROLÜ

1.1 Sergi Kavramı	4
1.2 Sergileme Tasarımı	6
1.3 Sergileme Sürecinin Paydaşları.....	12
1.4 Sergileme Tasarımcısı	18
1.4.1 Sergileme Tasarımcısının Özellikleri	19
1.5 Sergileme Tasarımcısının Çalışma Alanları.....	22
1.5.1 Sosyal ve Kültürel Sergiler.....	25
1.6 Grafik Tasarıma Sergileme Tasarımcısının Katkısı ve Rolü	32

II. BÖLÜM:

SERGİLEME TASARIMINDA YARATICI SÜREÇ

2.1 Yaratıcı Süreç ve Organizasyon.....	38
2.2 Anlama ve Kavrama.....	38
2.2.1 Yön Bilginin Önemi.....	39
2.2.2 Sergi İçeriğinin Önemi.....	40
2.3 Araştırma Aşaması.....	42
2.3.1 Mekanın Kullanımı.....	44
2.3.2 Sergi Ziyaretçisinin Rolü ve Önemi.....	47
2.3.3 Sergilemede Aydınlatmanın İşlevi.....	50
2.4 Geliştirme Aşaması.....	53
2.4.1 Fikir ve Eskiz.....	54
2.4.2 Konsept Tasarım.....	57
2.4.3 Sergileme Teknikleri.....	58
2.4.4 Sergi İçeriğine Yönelik Tekniklerin Belirlenmesi.....	60
2.4.5 Malzeme Seçimi.....	63

III. BÖLÜM:

SERGİLEME TASARIMINDA YARATICI UYGULAMA

3.1 Tasarım Aşaması.....	67
3.1.1 Grafik Tasarım Çalışmaları ve Yerleşimi.....	67
3.1.2 Yazı Tipi ve Okunurluluk.....	68
3.1.3 Ölçeklendirme ve Maket Uygulaması.....	72
3.1.4 Sergi Kurulum ve Üretim.....	75
3.2. “1970’lere Gitmek: Uluslararası İzmir Fuarında Bir gün” Sergisi.....	78
3.2.1 Sergi Bölümleri.....	80
SONUÇ.....	89
KAYNAKÇA.....	92

EK: 01.....96

EK: 02.....100

ÖZGEÇMİŞ



RESİMLER LİSTESİ

Resim 1 Ferrante Imperto'nun Nadire Kabinesi, Artun, 2005, s11.....	5
Resim 2 Kristal Saray'ın İç Görüntüsü, Londra 1851 Çelik, 2005, s178	5
Resim 3 Queen Amelia Exhibition, 2008-2009, P-06-ateleir, Lisboa Portugal, Kaynak: http://www.p-06-atelier.pt/2009/queen-amelia---exhibition-and-editorial/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	7
Resim 4 Queen Amelia Exhibition, 2008-2009, P-06-ateleir, Lisboa Portugal, Kaynak: http://www.p-06-atelier.pt/2009/queen-amelia---exhibition-and-editorial/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	8
Resim 5 Land Design Studio “Imagining the City” (Kenti Hayal Etmek) Twemlow, 2011, s110	9
Resim 6 İş Bankası İftiharla Sunar Sergisi, 2017, Kaynak: https://bigumigu.com/haber/reklamcilik-tarihine-isik-tutan-bir-sergi-bankasi-iftiharla-sunar/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	10
Resim 7 İş Bankası İftiharla Sunar Sergisi, 2017, Kaynak: Yazarın Arşivi.....	10
Resim 8 ABD-Ohio The Rock and Roll Hall of Fame Müzesi, Beatles Sergisi, Kaynak: https://www.rockhall.com/british-invasion ... Erişim tarihi: 26.06.2018.....	11
Resim 9 ABD-Ohio The Rock and Roll Hall of Fame Müzesi, Michael Jackson Sergisi. Kaynak: http://www.tripadvisor.com/LocationPhotoDirectLink-g50207-d123133-i98347865-Rock_and_Roll_Hall_of_Fame_and_Museum-Cleveland_Ohio.html Erişim tarihi: 26.06.2018.....	12
Resim 10 Cibali Tütün Fabrikası Emeğin Mekanı, Sergi Ekibi, Yazarın Arşivi	14
Resim 11 Cibali Tütün Fabrikası Emeğin Mekanı, Sergisi Yazarın Arşivi	14
Resim 12 Motorcycle Hall of Fame Sergisi, Genel Görünüm 1, Pegler, 2000, s156- 158.....	16
Resim 13 Motorcycle Hall of Fame Sergisi, Genel Görünüm 2, Pegler, 2000, s156- 158.....	18
Resim 14 Avcı Architects, Trzic Museum, Slovenya, 2017, Kaynak: http://avciarchitects.com/tr/proje/trzic-muzesi/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	23

Resim 15 Yazlık Şehrin Kolonisi Sergisi, Tasarım Pattu Mimarlık, Salt, Kaynak: http://www.pattu.net/project/detail/id/60/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	24
Resim 16 Yazlık Şehrin Kolonisi Sergisi, Tasarım Pattu Mimarlık, Salt, Kaynak: http://www.pattu.net/project/detail/id/60/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	24
Resim 17 Imperial War Museum North, Kaynak: https://www.flickr.com/photos/dgmckelvey/9230826852 Erişim tarihi: 26.06.2018....	27
Resim 18 The Body Fantastic, “Harika vücut Sergisi”, Lorenc, Skolnick, Berger, 2008, s56-58	28
Resim 19 Paradise Valley Childrens’s Playcourt, Lorenc, Skolnick, Berger, 2008, s66.....	30
Resim 20 Chopin’ın 200. Yıl Dönümü Sergisi, Britanya Kütüphanesi, Tasarımcı: Checkland Kindleysides, 2010, Locker, 2013, s23	31
Resim 21 James Gradner, 1946, ‘Britain can make it’ (Britanya yapabilir) adlı serginin maketinin başında. Kaynak: https://www.archivesportaleurope.net/featured-document/-/fed/pk/92538#sthash.cCTPAIF9.dpbs Erişim tarihi: 26.06.2018.....	33
Resim 22 Londra'daki Victoria ve Albert (V & A) Müzesi, Endüstriye Tasarım Sergisi, Tasarım: Micka Black, Kaynak: https://vads.ac.uk/large.php?uid=53140&sos=0 Erişim tarihi: 26.06.2018.....	33
Resim 23 Babıali’nin Kapak Ressamları Sergisi, Kaynak: https://www.flickr.com/photos/omerdurmaz/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	42
Resim 24 Scrapbook, Dodsworth, Anderson, 2015 s41	43
Resim 25 Craig Thomas Sergi ve Ziyaretçi Merkezi, Hughes, 2010, s60	46
Resim 26 İzmir Büyük Şehir Belediyesi Ahmet Piriştina Kent Arşivi ve Müzesi, Kaynak: Yazarın Arşivi	47
Resim 27 Illumination: Evolution, Senckenberg Natural History Museum, 2004, Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, s146	49
Resim 28 Koku ve Şehir, PATTU Mimarlık, 2016. Kaynak: http://pattu.net/project/detail/id/106/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	49
Resim 29 Hong Kong Wetland Parkı. Hughes, 2010, s143.....	51

Resim 30 Design Sudio H2E, Stories About Man and Poer in 10 Objects, The Museum of the History of Riga and Navigation 2015. Kaynak: eg Experiential Graphic Magazine, s. 79.....	52
Resim 31 “İşte Benim Zeki Müren” Sergisi, Sadık Karamustafa Arşiv	54
Resim 32 “İşte Benim Zeki Müren” Sergisi ve Eskiz Çalışma Örneği, Sadık Karamustafa Arşiv	55
Resim 33 Londra Ulaşım Müzesi için yapılan eskiz çalışmaları. Huges, 2010, s110...	56
Resim 34 Mimari Dehanın Şaheserleri Sergisi, Tophabe-i Amire. Kaynak: http://www.mimarizm.com/haberler/sinan-ve-mimari-dehanin-saheserleri-sergisi-acildi_118016 .Erişim tarihi: 26.06.2018.....	58
Resim 35 State Museum of Archeology, Atelier Brückner.Kaynak: https://www.atelier-brueckner.com/en/projects/smac-state-museum-archaeology Erişim tarihi: 26.06.2018.....	59
Resim 36 Museum of Enlightment and Modern Age, Valence, Spain, 2000 Boris Micka Associates.Kaynak: http://www.borismicka.com/museum-of-enlightment-and-modern-age-valencia-spain/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	61
Resim 37 Avcı Mimarlık, Lipikum Exhibition, Slovenya, Lipico, 2011.Kaynak: http://avciarchitects.com/tr/proje/lipikum/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	62
Resim 38 Avcı Mimarlık, Lipikum Exhibition, Slovenya, Lipico, 2011.Kaynak: http://avciarchitects.com/tr/proje/lipikum/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	62
Resim 39 Malzemede Pantone Renk Seçimleri, Hughes, 2010, s175.....	64
Resim 40 “Sedad Hakkı Eldem I / Gençlik Yılları” Sergisi için Sergileme Tasarımı 2008. Bek, 2012, s43	65
Resim 41 Yüzyıllık Aşk Sergisi 2015. Kaynak: http://www.pattu.net/project/detail/id/78/ Erişim tarihi: 26.06.2018.....	69
Resim 42 Smithsonian Institution’s National Museum of African American History and Culture, “Smithsonian Enstitüsü’nün Afrika Ulusal Amerikan Tarihi ve Kültürü Müzesi” Kaynak: https://www.csmonitor.com/The-Culture/2016/0918/National-Museum-of-African-American-History-and-Culture-opens-Why-now Erişim tarihi: 26.06.2018....	69
Resim 43 Londra Ulaşım Müzesi, Bilgi Panosu. Hughes, 2010, s108.....	70
Resim 44 Londra Ulaşım Müzesi. Bilgi Panosu Hughes, 2010, s111.....	71

Resim 45 Gotik Kabuslar adlı Sergi Maketi 2006, Hughes, 2010: s88.....	73
Resim 46 Archaeology Switzerland National Museum 2016 Zurich, İsviçre Milli Arkeoloji Müzesi, Atelier Brückner. Kaynak: https://www.atelier-brueckner.com/en/projects/archaeology-switzerland-national-museum Erişim tarihi: 26.06.2018.....	74
Resim 47 İmalat Dosyası, Lorenc, Skolnick, Berger, 2010 s130	75
Resim 48 “Babıali’nin Kapak Ressamları” Sergi Kurulumu. Kaynak: https://www.behance.net/gallery/17445087/Babalinin-Kapak-Ressamlar-Sergi-Kurulumu Erişim tarihi: 26.06.2018	77
Resim 49 Sergi Projesi Birinci Bölümün Giriş Kısmı, Yazarın Arşivi.....	81
Resim 50 Sergi Projesi Birinci Bölümünden Genel Kesit Yazarın Arşivi.....	82
Resim 51 Sergi Projesi Birinci Bölümünden Detay 1, Yazarın Arşivi.....	83
Resim 52 ‘Zaman Makinası’ adlı İnteraktif Uygulama Alanı, Yazarın Arşivi.....	84
Resim 53 ‘Zaman Makinası’ adlı İnteraktif Uygulama Alanı, Yazarın Arşivi.....	84
Resim 54 Sergi Projesinin İkinci Bölümünden Bir Görüntü, Yazarın Arşivi.....	85
Resim 55 Sergi Projesinin İkinci Bölümünden Genel Görünüm 1 Yazarın Arşivi	86
Resim 56 Sergi Projesinin İkinci Bölümünden Genel Görünüm 2 Yazarın Arşivi	86
Resim 57 Sergi Projesinin İkinci Bölümünden İç Kolonlar, Yazarın Arşivi.....	87
Resim 58 Sergi Projesi, Fuar Maketi Yazarın Arşivi.....	88

GİRİŞ

“Sosyal ve Kültürel Odaklı Sergilemelerde Tasarımcının Rolünün İncelenmesi” adlı tez başlığı, özellikle sergileme tasarımının grafik tasarımla yakından ilişkili bir süreç yaşaması ve son yıllarda sergileme tasarımına olan ilginin artışıyla ortaya çıkmıştır. Tasarımcının disiplinler arası işbirliği içerisinde olduğu 21. yüzyılda sergileme tasarımı; daha görünür bir hal almış ve almaya devam etmektedir. Ele alınan bu konu zaman zaman irdelenmiş olmasına karşın, sergileme tasarımcılığı yapan kişinin ve süreçte yer alan sergi paydaşlarının varlığı ve görevleri çoğunlukla belirgin ya da görünür değildir.

Sergileme tasarımcısı; grafik tasarımda imgelerin ve metinlerin birleşiminde iletişimin kilit ismidir. Gelişen teknolojinin dili ile sergi, ziyaretçisine hitap eder. Tasarımcı sergi içindeki grafik panellerden, bilgi panolarına, etkileşimli uygulamalardan, konsept ve hikaye anlatımına kadar bir çok bilgi katmanlarını büyük bir titizlikle yürüten kişi olmuştur (Locker, 2013: 7). Bu oluşuma daha yakından bakılacak olunursa; bilgilendirme tasarımının kapsamına giren sergileme tasarım alanı, endüstri devrimi ile önemli gelişmeler yaşamıştır. Dünya fuarları ve bu fuarlara olan ilgi, sergileme tasarımını ve pek tabi tasarımcısını da etkileyerek alana yeni bakış açıları kazandırmıştır.

Bu gelişimlerin ışığında sergileme tasarımı, serginin içeriğine göre mimarlar, iç mimarlar, ressam, dekoratörler, grafik tasarımcılar gibi birçok meslek kolundan uzmanlara yer vermiş; bazen ise bu uzmanlar, bizzat sergileme tasarımcısı olarak çalışmıştır. Dolayısıyla, grafik tasarımcı için üç boyutluluk ve fiziksel bir iletişim kurabilme fırsatı her zaman olduğundan daha cazip hale gelmiştir. 21. yüzyıl tasarımcısı, üç boyutluluğa olan özlemini gidermek için, her daim fırsat aramaktadır. İşte sergileme tasarımı, bu özlemi gidermek için en doğru alanlardan biridir (Taşçıoğlu, 2017: 134).

Tez, özellikle grafik tasarımcının, bir sergide sergileme tasarımcısı olarak yer almasını ve sergi içindeki rolünü incelemeye odaklanmıştır. Bu odağını sosyal ve

kültürel sergilemeler çerçevesinde sınırlamıştır. Öncelikle tarihin en eski tanıtma araçlarından biri olan sergiler, pazarlarda satılan ilk ürünlerin sergilendiği dönemi temel olarak sergi kavramı ve sergileme tasarımı açıklanmıştır. Ticari fuarlar için yapılan sergileme tasarımından farklı olan sosyal ve kültürel odaklı sergilerin, özellikleri aktarılmış örneklerle desteklenmiştir. Sergilemede sürecin paydaşları incelenerek, sergileme tasarımcısı kimdir? Sorusunun cevapları aranmıştır. ‘Sergileme Tasarımında Yaratıcı Süreç’ adlı ikinci bölümde, sergileme tasarımının yaratıcı süreçleri ve bu süreçlerin organizasyonu ele alınmıştır. Etkili ve doğru bir sergilemede esas nokta sergileme tasarımının doğru kurgulanması olduğunun altı çizilmiştir. Bu bağlamda, sergi içeriğinin öneminden bahsedilerek, sergileme tekniklerinin belirlenmesi üzerinde durmuştur. Mekanın kullanımı, aydınlatmanın işlevi, sergi ziyaretçisinin rolüne açıklık getirilmiştir. Bir sergi projesinin ortaya çıkışı, gelişimi ve alınacak tasarım kararları yine bu bölümde incelenmeye çalışılmıştır.

‘Sergileme Tasarımında Yaratıcı Uygulama’ adlı üçüncü bölüm, tasarım aşamasında sergileme tasarımcısının hem tasarımı nasıl yapacağını düşünen hem de sürecini tasarlayan ve planlayan bir kişi olduğuna dikkat çekerek, iyi bir tasarım sürecinin yürütülmesinin önemi vurgulanmıştır. Alınacak veya alınmış olan tasarım kararlarının uygulamaya geçirilmesi yine bu bölümde yer almaktadır. ‘Grafik Tasarım Çalışmaları ve Yerleşimi’ başlığı altında bir sergi için üretilen grafikler, tema ya da hikayenin kurgusu bu aşamada ete kemiğe bürünmektedir. Tez, sosyal ve kültürel odaklı sergiler çerçevesinde, müze çeşitlerine yer vermiş, ancak müzelerin tamamına değinilmeden araştırma kapsamı dahilinde örneklendirilmiştir.

Son olarak ‘1970’lere Gitmek: Uluslararası İzmir Fuar’ında Bir Gün’ sergi projesinin kavramsal çerçevesine ve amacına yönelik bilgiler verilmiştir. Serginin çıkışı, sergi ekibi ve sergi içinde yer alan kişilerin görevlerine değinilmiştir. Sergi bölümlerinde yaratıcı süreçleri ve uygulama aşamaları, proje için yapılan sergileme tasarım çalışmaları üzerinden aktarılmaya çalışılmıştır.

I. BÖLÜM:
SERGİLEME TASARIMINDA TASARIMCININ ROLÜ

I. BÖLÜM SERGİLEME TASARIMINDA TASARIMCININ ROLÜ

1.1 Sergi Kavramı

İnsanlar, yaşadıkları tecrübelerle ilişkin bakış açılarını aktarmak ve göstermek için teşhir etme, gün yüzüne çıkarma, satma gibi eylemleri uzun yıllar kullanmışlardır (Taşçıoğlu, 2017: 67). Sergi, bilgi alışverişini değiştirmek, düşünsel ürünleri çoğaltarak yönlendirme işlevini başarı ile gerçekleştirmeyi amaçlayan bir iletişim ağı olarak tanımlanır (Erbay, 2011: 6). Tarihin en eski tanıtma araçlarından biri olan sergi için, Velarde; pazarlarda satılan ilk ürünlerin sergi sürecine dayandığını ifade etmiştir (Aktaran Bayar, 2013: 8).

Sergi kavramı, insanların doğasında mevcut olan, kişisel eşyalarını başka insanlara gösterme isteği ile birlikte ortaya çıkmıştır. İnsanların, öncelikli olarak kendi aralarında, daha sonra da halka sunmak için el yapımı ürünlerden, merak uyandıran objelere kadar biriktirdiği pek çok nesneyi gösterme eylemi de denebilir (Duyar, 2011: 5). Kökeni paleolitik dönem olarak bilinmekle birlikte, yüzyıllar boyunca değerli objelerin toplanması kutlama ve dinsel anlamları içermiştir (Erbay, 2011: 15). Yer aldığı dönemin görsel kültürüne dair bir takım ifadelerle sahip olan sergi kavramı doğası gereği seçmek, ayırmak ve daha sonrasında bütüne ulaşmak gibi eylemleri belirli zaman ve alan içerisinde başlayıp gerçekleştiren bir etkinliktir. Gerçekleştiği andan itibaren görsel bir dil sunarken, aynı zamanda tarihsel geçmişi bir an olarak araçsallaştırılabilme özelliğine sahiptir (Kılınçarsalan, 2014: 25). Dolayısıyla sergi kavramı, tarih sahnesine çıkışından itibaren zamanla değişime uğramıştır (Taşçıoğlu, 2017: 67).

Orta Çağ Avrupa'sında sergi yalnızca dini mekanlarda bulunan değerli nesnelerden ve zaman içerisinde artan koleksiyonlardan oluşmuştur. Ancak 17. ve 18. yüzyıl ile birlikte, zengin insanların sahip olduğu çekici objeleri gösterme isteği, bir süre sonra Avrupa'da bulunan kraliyet aileleri arasında bir tür gösteriş biçimi haline gelmiştir (Duyar, 2011: 6).



Resim 1 Ferrante Imperto'nun Nadire Kabinesi, Napoli. Kaynak: (Artun, 2005, s11)

“Bireysel sergilemeye ilk örnek 17. yüzyıl sonlarında görülen antika dolaplarıdır. İlk kez birileri egzotik olarak adlandırılan ‘başka dünyalara ait’ nesneleri bireysel koleksiyonlarla toplamakta, sergilemekte ve böylece paylaşmaktaydı.” (Güler, 2009: 102) (Resim 1). Bu oluşumların ışığında 19. yüzyılın sonundaki gelişmeler ve endüstrileşmenin etkisiyle ortaya çıkan dünya fuarları, tasarım ve sanat alanında değişikliklere neden olmuştur. Ülkeleri ilk kez bir araya getiren bu fuarların amacı, ülkele tanıtımlarının yanı sıra ticari ve kültürel ilişkiler kurarak bilgilendirme yapmaktır (Güler, 2009: 103).



Resim 2 Kristal Saray'ın İç Görüntüsü Londra, 1851. Kaynak: (Çelik, 2005, s178)

Sanayi devrimi'nin yarattığı sonuçlar uluslararası fuarlar ve sergiler ortamını oluşturmuştur (Akçura, 2009: 20). Kuşkusuz sergiler tarihinde önemli bir yere sahip olan ülkeler arası fuarlar dönemi, 1851 yılında inşa edilen Kristal Saray ile bu etkinliği farklı bir boyuta taşımıştır (Resim 2). Ülkeleri tanıtmak için öncelikle sanat eserleri, dönemin teknolojisiyle üretilen makineler ve tarımsal ürünler başta olmak üzere, günlük hayatta karşılaşılan her nesne burada sergilenmiştir (Duyar, 2011: 7).

20. yüzyılla birlikte sergi anlayışı, yeni sanat ve tasarım anlayışlarının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Grafik tasarımcıların da etkisiyle, değişen gösterim şekilleri, renk, hareket, ritim gibi biçimsel farklılıkların öne çıkmasını ve yenilikçi yaklaşımları beraberinde getirmiştir (Çolak, 2011: 39-41).

1.2 Sergileme Tasarımı

Velarde, bir fuarın ne için kurulduğuna, ne için reklamlar varken, sergileme tasarımına ihtiyaç duyulduğuna ilişkin sorulara "*sergilenecek bir şeyin ve anlatılacak bir hikâyenin olması*" sözleriyle açıklık getirmiştir (Aktaran Demir, 2006: 16).

Endüstri devrimi ile başlayan dünya fuarları, sergileme tasarımına yeni bakış açıları kazandırarak kilometre taşlarından birini oluşturmuştur. 1920'li yıllara gelindiğinde sergileme tasarımı adına önemli gelişmeler kaydedilmiştir (Duyar, 2011: 7-9). Sergi düzenlemeleri özellikle renkler, dokular, grafik anlatımlar gibi fiziksel ve kurgusal öğelerle birlikte tasarlanmaya başlanmıştır (Çetin, 2015: 38). Gerçekleşen bu ilerlemeler ile birlikte sergiler, değerli objeleri göstermenin ötesine geçerek, hikayeleri aktaran bir disiplin halini alır. Bu sunuş içinde istenen mesaj ve bu mesajı ziyaretçilere iletme noktasında metin ve görüntülere yer verir. Böylelikle bilgilendirme işlevi, sergilemenin esas görevi olmaya başlar. Dolayısı ile sergilemede tasarım unsuru ön plana çıktıkça, bu yeni alanda, sergileme tasarımı adı ile kendine bir yer edinir (Güler, 2009: 106).

Deneyim tasarımı kavramı ve tasarım süreci, sergi ve çevre tasarımı alanlarında uzun süredir kullanılmaktadır. “Ancak deneyim tasarımının, gerçekten benzersiz mi, yoksa yüzyıllardır var olan geleneksel hikaye anlatımının evrimleşmesiyle oluşan ileri düzeyde bir tasarım süreci mi olduğu tartışma konusu olmaktadır. Aslında ‘hikaye anlatma’ süreci tematik tasarımın bir parçasıdır. Zamanla evrimleşerek, tasarımcılar tarafından benzer modellerle tematik tasarımlarda kullanılmaktadır” (Balık, 2009: 49-50).

Fakat “Etkileşim tasarım her zaman birine bir deneyimi çabuk yaşatmakla ilgili değildir. Bazen de insanların yavaşlayıp, bir hikâyenin ya da yorumlanabilir bir deneyimin tadını çıkarmalarını sağlar” (Twemlow, 2006: 108). Tıpkı “Queen Amelia sergisinde olduğu gibi; Sergi, Kraliçe’nin günlüğünden alınan el yazısını, sergi mekanın çeşitli yerlerinde kullanarak, dönemi ve anlatılan kişinin hikayesini aktarmaya çalışmıştır. Antika mobilyaların çizimleri, hikaye ile ayrıca bütünlük kurarak samimi bir sergi atmosferi yaratmıştır (Resim 3 ve 4).



Resim 3 Queen Amelia Exhibition, 2008-2009, P-06-atelir, Lisboa Portugal. Kaynak: <http://www.p-06-atelier.pt/2009/queen-amelia---exhibition-and-editorial/> Erişim tarihi: 26.06.2018



Resim 4 Queen Amelia Exhibition, 2008-2009, P-06-atelir, Lisboa Portugal. Kaynak: <http://www.p-06-atelier.pt/2009/queen-amelia---exhibition-and-editorial/> Erişim tarihi: 26.06.2018

Sergileme tasarım için ‘hikâye anlatma’ süreci; anlatı, anlatıcı, yol ve bağlam olmak üzere dört ana parçadan meydana gelmektedir. Hikaye anlatma sürecinde hikayeyi izleyicilere ulaştıran pek çok araç vardır. Teknoloji, grafik ve yazı bunlardan sadece birkaç tanesidir. Sergilerin mekanda belli bir anlam oluşturacak şekilde kurgulanması, hikaye anlatımını üç boyutlu bir alana taşır. Böylelikle canlandırmanın da yolu çizilmiş olur (Balık, 2009: 49-50). Bu çerçevede, İngiltere Manchester’da açılan Urbis adlı çağdaş kent yaşantısıyla ilgili müze, hikaye anlatımını üç boyutlu alana taşımıştır. Görsel-işitsel tasarım alanlarında uzman olan Land Design Studio tarafından yapılan sergi, “Imagining the City” (Kenti Hayal Etmek) adlı etkileşimli bir enstalasyon üzerinden (Resim 5), ziyaretçilerin kent kavramına dair bir dizi yaratıcı yaklaşımı incelemeye çağırmaktadır. “City of Emotions” (Duygular Kenti), “City of Pleasure” (Zevkler Kenti) ve “City of Senses” (Duyular Kenti) gibi çeşitli başlıklara sahip sergi için yapılan sergileme tasarımı, ziyaretçisine kendi minyatür tasarım müzesini oluşturabilme şansını verip, benzersiz deneyimler yaşamasını sağlamıştır. Böylece, geleceğe ait fantastik bir kent, müze ziyaretçilerinin müşterek çabalarıyla gerçek zamanlı olarak kurulmuştur (Twemlow, 2006: 108).



Resim 5 Land Design Studio “Imagining the City” (Kenti Hayal Etmek). Kaynak: (Twemlow, 2011, s110)

Günümüzde, büyük boyutlardaki grafik ürünler, üç boyutlu çalışmalar farklı sergileme biçimleri ve etkileşimli grafik uygulamalar ziyaretçiyi sergiye dahil eden başlıca anlatıcılardır (Güler, 2009: 108). Bu anlamda verilecek bir diğer örnek İstanbul Eminönü’ndeki tarihi müze binasında yer alan, reklamlarla İşbankası’nın iletişim yolculuğunun anlatıldığı “İşbankası İftiharla Sunar” adlı sergidir. Sergi ziyaretçilere aynı zamanda ilginç ve interatif bir bilgilenme deneyimi sunarak sergiye dahil etmektedir (Resim 6 ve 7).



Resim 6 “İş Bankası İftiharla Sunar” Sergi, 2017. Kaynak: <https://bigumigu.com/haber/reklamcilik-tarihine-isik-tutan-bir-sergi-bankasi-iftiharla-sunar/> Erişim tarihi: 26.06.2018



Resim 7 “İş Bankası İftiharla Sunar” Sergi, 2017. Kaynak: Yazarın Arşivi

“İş Bankası İftiharla Sunar” sergisinin grafik tasarım nitelikleri, yorumlama bakımından önemli özelliklerin birlikteliğini içerir. Bu birliktelik metin, görsel ve obje üzerinden geniş kompozisyon çeşitliliğine izin vermiştir. Görselliği yoğun olan görüntüler metinlerle desteklenmiş, bazı bölümlerde ise interaktif tasarımlarla birleştirilmiştir (Resim 7). Sergi grafiklerinde tasarımcılar tasarım ögesi olarak dönem özelliğini serginin atmosferine yansıtmıştır (Carter, vd, 2000: 136-137). Metinler, grafikler, sesler ve sergi için seçilen eski dönem reklamlar, yaratıcı süreci ortaya çıkarma görevi üstlenmiştir.

Oğuz Adanır kaleme aldığı yazısında kent müzesi örneklerine yer verirken; müzelerin toplumları tanıtmanın en kısa yolu olduğunu ifade eder. ABD-Ohio Cleveland “The Rock and Roll Hall of Fame” adlı bu müzede, yüzlerce ünlü ismin kişisel eşyalarının görülebileceğinden bahseden Adanır; Michael Jackson’ın siyah mokasen ayakkabıları ve ceketi, Beatles grubunun tüm üyelerine ait özel eşyalarda yine bu müzede gösterime sunulduğuna değinmiştir (Aktaran Yıldırım, 2015: 129-130). (Resim 8 ve 9)



Resim 8 ABD-Ohio The Rock and Roll Hall of Fame Müzesi, Beatles Sergisi,

Kaynak: <https://www.rockhall.com/british-invasion> Erişim tarihi: 26.06.2018



Resim 9 ABD-Ohio The Rock and Roll Hall of Fame Müzesi, Michael Jackson Sergisi. Kaynak:

[http://www.tripadvisor.com/LocationPhotoDirectLink-g50207-d123133-i98347865-](http://www.tripadvisor.com/LocationPhotoDirectLink-g50207-d123133-i98347865-Rock_and_Roll_Hall_of_Fame_and_Museum-Cleveland_Ohio.html)

[Rock and Roll Hall of Fame and Museum- Cleveland Ohio.html](http://www.tripadvisor.com/LocationPhotoDirectLink-g50207-d123133-i98347865-Rock_and_Roll_Hall_of_Fame_and_Museum-Cleveland_Ohio.html) Erişim tarihi: 26.06.2018

“Eskiden müze ziyaretçileri, sadece sergi alanları arasında dolaşarak yüzeysel bir görsel deneyimle yetinirken, günümüz izleyicileri sergi objeleri ile karşılıklı etkileşime dayalı bütün duyuların kullanıldığı fiziksel bir deneyim talep etmektedirler” (Oksel, 2013: 13). Dolayısıyla insanoğlunun çevresiyle iletişim kurması sonucu ortaya çıkan ve günümüzde birçok farklı türde karşılaştığımız sergileme tasarımı, ziyaretçiyle en hızlı iletişim kuran tasarım alanlarından biridir. Sergileme tasarımı çeşitleri, birbirlerine çok benzer olsa da, kendi aralarında ayrılarak farklılık göstermeye devam etmektedir. Bu durum, sergileme tasarımının artık pek çok yeni ortamda kullanıldığına işaret edebilmektedir. Son otuz yılda hızla gelişen teknoloji, diğer alanlarda olduğu gibi, bu alanda da devrim yaratacak derecede etkili olmuş, yeniden yorumlanır hale gelmiştir (Çetin, 2015: 5-6).

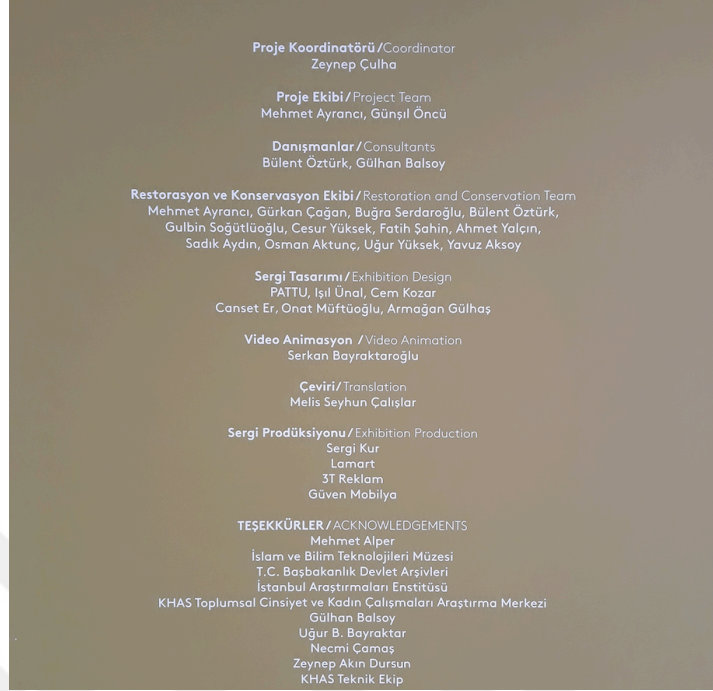
1.3 Sergileme Sürecinin Paydaşları

Toplum bugünün tasarımcılarından anlaşılabilir, sürdürülebilirliği olan bilginin kolayca saklandığı ve işlenip sunulmaya hazır esnek sistemler tasarlamalarını bekler. Bu

nedenledir ki tasarımcılar, gün geçtikçe sistemin bir parçası haline gelmektedir. Çünkü projeler artık tek bir kişinin kontrol edemeyeceği kadar gelişerek takip edilmesi güç bir hal almıştır. Dolayısıyla bu durum, tasarımcıları bir çok beceriyi içinde barındıran büyük ekiplerle çalışma sürecine yönlendirir (Twemlow, 2006: 110).

“Farklı sosyal ve kültürel gruplar belirli zaman ve yerlerde kimliklerini ortaya koymak ve açıklamak için çeşitli sanat ve tasarım ürünlerini kullanırlar” (Barnard, 2010: 23). Bu ürünlerden biri olan sergileme tasarımı, başlangıcı ve sonu belli olan projeler olması nedeniyle açık süreçler olarak tanımlanır. Sergi planlamasında başarılı bir sonuç elde etmenin temeli; çalışanlar arası koordinasyon ve iletişimdir. Başarıya ulaşması kişisel olup üstlenilen görev ve sorumlulukların gerçekleştirilmesi, zaman ve insan kaynaklarının doğru kullanımından geçmektedir (Erbay, 2011: 120).

Sergi planlamasında takım çalışması ne kadar çok kullanılırsa, tasarımcıda bu takımın bir parçası olarak daha büyük bir rol üstlenmektedir. Sergileme tasarımcısı, sergilerin hazırlık aşamalarında serginin görsel iletişimini ve artistik öğelerini hazırlar; aynı zamanda bu aşamalarda küratör ve diğer sergi paydaşlarıyla koordineli biçimde birlikte çalışır (Erbay, 2011: 130). Konvansiyonel yayın tasarımı endişesinden önemli ölçüde uzak olan bu süreçte, sergiler bilgili çabalardan doğarak, bireysel ekip uzmanlığı, proje yönetmenleri, mimarlar, mühendisler, yazarlar, ve grafik tasarımcılardan oluşur. Bu nedenle tasarım süresi boyunca, sergilemenin tek taraflı olarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Tüm sergi paydaşları; içeriğin sentezlenmesi, ulaşılabilir ve anlaşılabilir bir form haline gelebilmesi için, birlikte çalışır (Carter, vd, 2000: 38). Bu bağlamda “Cibali Tütün Fabrikası, Emegın Mekanı” adlı sergi geniş bir sergi ekipten oluşmuştur (Resim 10).



Resim 10 “Cibali Tütün Fabrikası Emeğin Mekanı” Sergi Ekibi, Yazarın Arşivi



Resim 11 “Cibali Tütün Fabrikası Emeğin Mekanı” Sergisi, Yazarın Arşivi

Grafik tasarım ürünlerini dışarıda bırakmak cazipmiş gibi görünse de sergileme tasarımcısı için bunu yapmak tehlikelidir. Sergileme tasarımcısı / grafik tasarımcı ya da danışmanlar ve proje koordinatörü sergi için birlikte çalışarak, mantıklı bir anlatımı, net

ve dengeli bir çizgiye oturturlar. “Cibali Tüntün Fabrikası Emeğin Mekanı” adlı sergide, yaratılan bu denge, serginin tasarım dilini oluşturur. Çünkü, sergileme tasarımcıların başlıca hedefi herkesin anlayabileceği bilgileri iletmektir (Resim 11).

Sergileme tasarımcısının sergi içindeki görevleri arasında, ziyaretçi ile iletişim kuracak çevresel koşulları yaratmaktır (Locker, 2013: 31-110). Bu nedenle, özellikle müzelerde yer alan serginin gelişimi, rolleri ve sergi sorumlulukları, oldukça planlı ve belirgindir. Lord ve Lordn göre: Çekirdek Sergi Ekibi, Sergi Ekibi Koordinatörü, Tasarımcı, Proje Yöneticisi, Tasarım ve Yapı Ekibi ve Alternatif Üretim Ekibinden oluşmaktadır. Bunlar;

Çekirdek Sergi Ekibinin Rolü: Sergi bütçesini ve yön bilgisini çizmek, sergi gelişimini, müzenin çeşitli bölümleriyle ilişkilendirmek ve bu süreci izlemek için tüm aşamaların uygulanmasına destek vermektir. Bu ekibin sorumlulukları arasında, serginin uygun bir düzende ziyaretçinin içerik ve iletişim gereksinimleriyle buluşmasını sağlamaktır. Bu durum, bir bakıma serginin evrim sürecini düzenler. Şematik tasarım, tasarım detayları, bütçe, dokümanları, sözleşme tazmini gibi işlemlerin reddi veya onaylanmasını önerir.

Sergi Ekibinin Koordinatörünün Rolü: Sergi ekibinin toplantılarını kolaylaştırmak, proje yönetimini, yönetmen ve çekirdek sergi takımı arasındaki doğru iletişimi sürdürmektir.

Tasarım Ekibi: Grafik ve multi medya tasarımcıları, Sergileme tasarımcıları, yazarları ve diğer tasarım uzmanları, olası ihtiyaç durumunda da mimarları içerir. Bazı müzeler, bu profesyonel ekiplere zaten sahiptir. Çoğu durumda bu takım, müze personeli ve dışında ki anlaşmalı kişilerin birleşiminden oluşmaktadır.

Sergileme Tasarımcılarının Rolü: Bir müzeye yapılacak olan sergileme tasarımı için, sergi yön bilgisini oluşturmakla başlar. Sergileme tasarımcıları ve tasarım danışmanları (grafik ve multimedya) uzmanları; bu kişiler müzenin personeli olabildiği

gibi, anlaşmalı tasarımcılar içerisinde seçilen kişiler de olabilmektedir; Sorumlulukları içerisinde tasarımların detaylı bir biçimde hazırlanması vardır. Tasarımcılar, bu uygulama boyunca tasarım ile kalite arasında uyumu düzenli olarak denetler ve süreci sağlıklı bir şekilde yönetir (Lord, Lordn 2002: 6-7).

“Bir ekip çalışmasının parçası olarak çalışırken, tasarımcının koordinatör olma durumu çok da görünür olmayabilir. Ancak tasarımcının, proje tasarımının yanı sıra bir koordinatör ya da yönetici gibi davranması projenin doğru yürütülmesi için gereklidir” (Dodsworth, Anderson, 2015: 12).

Serginin planlanma aşamasında, süreci planlayan genellikle bir küratör, tasarımcı ve eğitmenden oluşan sergi tasarım ekibi, iletişim halinde çalışır. Küratör aynı zamanda müze yönetiminden de sorumlu kişidir. Bu nedenle, projenin getirisine göre sergi paydaşlarını koordine edebilir (Erbay, 2011: 126-127).



Resim 12 Motorcycle Hall of Fame Sergisi, Genel Görünüm 1. Kaynak: (Pegler, 2000, s156-158)

Bu bağlamda “Motorcycle Hall of Fame” sergisi, yeni bir sergi örneği olmasa da, ekip çalışması ve sergileme tasarımı ile ön plana çıkmış başarılı sergi örneklerinden

biri olarak gösterilir. Sergi künyesine bakıldığında sergileme tasarımı: Dean DeShetler of Design Columbus, dışardan destek sergi tasarımcısı: Bill Mahon gibi kalabalık bir sergi ekibi mevcuttur (Pegler, 2000: 156).

Sergi, Harley-Davidson motor şirketinin yüzüncü yılı için motosikletlere bu şöhreti kazandıran birçok insanın hikayelerini araştırmayı ve sergilemeyi seçmiştir. Dramatik grafik tasarım çalışmaları vasıtasıyla, her kesimden gelen insanların hikayeleri, metin, fotoğraflar ve gerçek motorlar ile birlikte sergilenir. Bu araçların bazıları çok nadir olduğu için sergi senaryosuna uyması adına özellikle ödünç alınmıştır (Resim 12).

DeShetler, tüm grafik ve fotoğraf öğelerini bu konsept üzerinden ele alırken, Mahon, tasarım ve tüm mimari 3D öğeleri ve materyallerinin oluşturmaktan sorumludur. DeShetler ve Mahon mekan akışı ve 3D duvarlarının kullanıldığı bir konsept tasarım üzerine fikir birliği yapmış ve beraber çalışmışlardır. Ziyaretçiler, sergi yoluyla yönlendirildikçe mekanda “aktif katılımcı” olmuştur. İki boyutlu ve üç boyutlu tasarımlar ise birbirlerini taklit ederek heykelsi bir hissi ortaya koymak için birleştirilmişlerdir. 54 motor, 150 fotoğraf ve yaklaşık 105 kahramanın yer aldığı sergi içinde, Amerika’yı özgür bırakmak için bisiklet süren askerler gibi pek çok kadın ve erkeğin, fotoğraf ve hikayelerinin olduğu alana araçlar yerleştirilmiştir (Resim 13) (Pegler, 2000: 156-158). “Motorcycle Hall of Fame” adlı bu sergide, tasarım aşamasında sergileme tasarımcıları mühendis ve mimarla birlikte çalışmış olması, tasarımın hayata geçişini daha sağlıklı bir hale getirmiştir.



Resim 13 Motorcycle Hall of Fame Sergisi, Genel Görünüm 2. Kaynak: (Pegler, 2000, s156-158)

1.4 Sergileme Tasarımcısı

Bilgisayar kullanımının artması, masaüstü yayıncılık ve üretim tekniklerinin rahatça uygulanabilir olması, görsel çalışmaların baskı veya sunuma herhangi biri tarafından hazır hale getirmiştir. Böylelikle kullanıcılar tasarımın aşamalarıyla tanışmıştır. Bu süreç, tasarımcının işini kolaylaştırırken, aynı oranda zorlaştırmıştır. Çünkü tasarımcı; teknolojik gelişmeleri, yaratım sürecine giden yoldaki iletişim araçlardan biri olarak görerek istenen görseli ve uygulamayı kolayca gerçekleştirmektedir. Fakat binlerce görsel ve tasarımın olduğu bir mecrada tasarımcının kendi tasarımını fark edilebilir kılması güç bir iştir. Bu nedenle tasarımcının yeni ve farklı olanı bulma arayışını her zamankinden fazla yapması gerekmektedir. Böylece tasarımcı, yeni malzeme ve teknolojiyi disiplinlerarası gelişimden yararlanarak kendi çalışmalarına adapte edebilir.

Bu noktada sayısızca görselin içinden sıyrılmak, benzersiz deneyimler yaşatarak zihinlerde kalıcı izler bırakmak amacıyla tasarımcılar yeni disiplinlere yeni boyutlara

başvurmaktadır. 21. yüzyılın disiplinlerarası iletişim dünyası, üretim ve uygulanabilirlik uçurumlarını kapatarak, tasarımcıların daha hevesli, heyecanlı olarak yeni denemelere açık bir yaklaşımı benimsemelerini sağlamaktadır. Böylelikle, tasarımcılar kendilerine has geliştirdikleri biçim, şekil ve tekniklerini üçüncü boyuta rahatça taşır (Taşcıoğlu, 2010:116-129). Dolayısı ile tasarım teknolojilerindeki gelişim ve değişimler paralelinde tasarım disiplini de değişerek mesleklerarası işbirliğini gerektiren ve teknolojiye ayak uydurmak zorunda olan bir yola girmiştir. Plastik sanatlar disiplinlerinin kendi arasında iç içe geçmesi, sanat ve tasarımdaki disiplinlerarası koordinasyonu oluşturmuştur (Aybay, 2017: 457-459). Bu nedenle, multi disiplinler bir yaklaşım sahibi olan sergileme tasarımı, tasarımcılar için önemli bir çalışma alanıdır.

Mimar Osman Murat Akana göre:

“Sergileme tasarımı, multi disiplinler bir alan. Sergileme tasarımcısı dediğin zaman ise; geniş sergi ekipleriyle çalışacak kişidir. Örneğin bir küratörle çalışabilir. Genelde küratör, iç mimar, endüstriyel tasarımcı, belki sanat tarihçisi ile birlikte çalışarak süreci koordine edendir” (EK 02: 100).

Bu nedenle sergileme tasarımcısı, izleyici ile görsel iletişimin dengesini kurma görevini üstlenen, multi disiplinler bir tasarımcıdır. Sergileme tasarımcısının, konsept, hikaye ve mekan yaratma gücü, tasarım süreçlerinde etkin rol oynadığından; hikayeyi ileten kişi yani “hikaye anlatıcısı” olarak sergilerde yer alır (Bayar, 2013: 62).

1.4.1 Sergileme Tasarımcısının Özellikleri

Sergileme tasarımcısı olmanın ilk adımı, öncelikle tasarım sürecinin haritasını geliştirmekle başlar. Daha sonrasında tasarımcının rolü; hikayeyi anlatan üç boyutlu bir çerçeve çizmesiyle devam eder. Tüm bunların ışığında, sergileme tasarımcısı, mesajları iletmek için, diğer disiplinlerden ödünç aldığı medyumları kullanır. Genellikle iki ve üç boyutlu dijital alanlara hakim olması gerekmektedir. Mekandaki iletişim trafiğinin içeriğine odaklanan sergileme tasarımcısı, bu nedenle diğer disiplinlerdeki tasarımcılardan ayrılır (Locker, 2013: 38). Grafik Tasarımcı ve Tasarım Tarihi

Araştırmacısı Ömer Durmaz, grafik tasarımın iki boyutlu bir meslek alanı olarak tanımlandığına değinmiştir. Bu bilgiye katılmasa da haklılık payı olduğunu söyleyen Durmaz; özellikle sergileme tasarımının üç boyutluluğu gerektiğini savunmuştur (EK 01, 2017: 98-99). Ancak sergileme tasarımcısı, sadece sınırlandırılan bir alanı tasarlamakla yükümlü bir kişi olmaktan çok, o alanın tasarım kurallarını belirleyen bir yaklaşımı da benimsemelidir. Bir sergileme tasarımcısının nasıl yetiştiği veya kendini nasıl yetiştirdiği de önemli bir noktadır (Demir, 2006: 107-108).

Valerde, sergileme tasarımcısının sahip olması gereken özellikler için kişisel ve profesyonel (eğitim ve tecrübeyle kazanılmış) olmak üzere iki gruba ayırmıştır. Kişisel özellikler: üç boyutlu yapılardan anlama, insanları anlama, yapıyı anlama, problem çözme, iletişim kurabilme, yorum yapabilme. Profesyonel özellikler için: Grafik tasarımdan anlama, resimleme yapabilme, iç mimariden anlama, ışığı kullanabilme, çizim ve boyama yeteneği, model yapabilme, teknolojileri takip etme, bilgisayar kullanabilme ve reklam bilgisine sahip olmak olarak açıklamıştır (Aktaran Demir, 2006: 108).

Kendi disiplinlerine ait sınırların dışına çıkan tasarımcılar, sergileme tasarımıyla artık üç boyutlu bir tasarım dünyası içinde gezinmenin özgürlüğüne kavuşmuşlardır. Sergileme tasarımcısı kağıdın dışına çıkarak farklı malzemelerin sınırlarında dolaşıma girmiş, mekanı; üç boyutlu uygulamalara izin veren bir yapıya dönüştürmüştür (Taşçıoğlu, 2013: 132). Sergileme tasarımcılığı yapacak kişinin bu mesleği asıl tercih etme nedenlerinin başında; yaratıcı ve duygulara hitap eden yönü gelmektedir. Bu nedenle yaratma arzusu, sergileme tasarımcısının karakter özelliklerinden sadece biridir. Heyecan verici ve daha güzel şeyler yapma tutkusu, bu süreçte hizmet eden en önemli faktördür (Dodsworth, Anderson, 2015: 9).

Sergileme tasarımcısında bulunması gereken bir diğer özellik ise, tasarımcının meraklı bir kişiliğe sahip olmasıdır. Çünkü, düşüncelerini yaratıcı biçimde tetikleyecek gelişmelerin her daim peşinde koşarlar. Sergileme tasarımcısı, multimedyanın teatral imkanlarından, ses, ışık tasarımı ve diğer sergileme tekniklerinin yardımıyla, hikayenin

anlatım performansını yükseltmek için, bu araçları en doğru şekilde kullanmanın yollarını araştırır (Locker, 2013: 7-54). Bu noktada sergileme tasarımı yaparken, tasarımcı tıpkı bir iç mimarın yaptığı gibi, nesnelerin korunmasına yönelik vitrin, kaide, dolap, raf ve askı sistemleri gibi sergileme mobilyalarını da, tasarıma uygun bir biçimde ele almalıdır (Çetin, 2015: 7).

Osman Murat Akan sergilere multi disipliner bağlamdaki yaklaşıma şu şekilde açıklık getirmiştir:

“Sosyal ve kültürel odaklı sergilerde, müzeler, kalıcı geçici, gezici sergiler, büyük bir konseptin içinde yer alır. Mesela grafik tasarım alanı; sergi içinde çok önemli ve büyük bir alandır. Ama bir kısmı. İç mimarlık da ayrı bir kısmı, mekan tasarımı ya da endüstriyel tasarım da bir kısmıdır. Sergileme tasarımcısı, bu alanlara ait iş kollarının hepsine vakıf olmasa da bunların hepsini koordine edecek kadar bilgiye sahip olması gerekir. Ama yüzde yüz biliyorum diyemez. Çünkü bir disiplinden yetişiyor insan.” (EK02, 2017: 100).

Dodsworth ve Anderson; *“Geçmişten günümüze, “Mimar”, iç mimar”, “iç mekan tasarımcısı” ve “dekarötör” terimleri arasındaki sık sık bir karışıklık yaşanır. Aslında bu disiplinler arasındaki farklar, her zaman çok da açık ve mutlak değildir ve zaman zaman aynı noktalarda kesişirler”* diyerek disiplinlerarasında yaşanan geçişi vurgulamıştır (Dodsworth, Anderson, 2015: 7).

Sergileme tasarımcısı, endüstriyel tasarım, grafik tasarım, görsel iletişim tasarım, mimarlık, iç mimarlık, çevre tasarımı ve sahne sanatları gibi tasarım alanlarında eğitim almış ve iş tecrübesine sahip olan kişiler olması beklenmektedir. Buradan yola çıkarak bir müzede, grafikerler, psikologlar, iç mimarlar, desinatörler, modacılar, arkeologlar, endüstriyel tasarımcılar, şehir plancıları ve alan planlamacılar gibi pek çok tasarımcı sergileme tasarım çalışmalarında yer almaktadırlar (Erbay, 2011: 128-130). Bu bağlamda Tasarımcı Ömer Durmaz, konuya ilişkin olarak şu sözleri dile getirmiştir:

“Benim kendi kariyerimin dışında değerlendiresek meseleyi, grafik tasarımcıların sergileme tasarımı yapabilmeleri için sahip olması gereken ekstra donanımlar var. Her alanda olduğu gibi, yani web tasarımı yapacak olan tasarımcının donanımıyla ambalaj tasarımı yapacak olan tasarımcının donanımı bir olamaz. Her ikisi de teknik, içerik, üretim süreci anlamında farklı metodolojilere ihtiyacı vardır. Sergileme tasarımı da öyle. Sergileme tasarımı yapacak kişinin tıpkı yayın basın tasarımında, editoryal tasarımda olduğu gibi içerik okumayı bilmesi gerekir. Tıpkı illüstrasyon ve storybordaki gibi hikaye anlatmayı bilmesi gerekir” (EK 01, 2017: 98).

Sergileme tasarımı yapacak farklı disiplinlerden gelen kişilere bu alanın temel pratiklerine hakim olması tavsiye edilir. Bu nedenle sergileme tasarımı alanına ait bilgi ve donanımlara sahip bir sergileme tasarımcısı, firma ve müzelerle başarılı sergi projeleri yürütebilir (Hughes, 2010: 19). Durmaz’a göre sergileme tasarımcısı: Tıpkı illüstrasyon ve storybord’da olduğu gibi hikaye anlatmayı, aktarmayı bilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Yazının ve görselin okunurluluğu üzerinde durarak; serginin metin ve görsellerinin, uzak ve yakın mesafeden görülme olasılıklarının planlanması gerektiğini ifade etmiştir (EK 01, 2017: 98).

“Görsel iletişim ve multimedya konusundaki teknolojik ivmenin bir uzantısı olarak sinematografik anlatım yöntem ve teknolojileri de tüm dünyada büyük bir hızla gelişim göstermektedir” (Gergin, 2013: 87). Bunun bilincinde hareket eden sergileme tasarımcısı, günden güne, standardın dışına çıkarak çağdaş sunumların da etkisiyle, sergilemelerde basmakalıp anlayışları reddedip, kendi duruşunu ortaya koymaya başlamıştır (Çetin, 2015: 6).

1.5 Sergileme Tasarımcısının Çalışma Alanları

Sergiler, kültürleri temsil etme, akım ve eğilimleri belgeleme ya da zamanın tarihsel öyküsünü kurma amacıyla ortaya konur. Sergileme tasarımının gerçekleştiği alanların içerisinde tarih, bilim, kültür ve sanat alanlarında hizmet veren müzeler ile birlikte çocuklara yönelik müzeler, fuarlar, galeriler, parklar ve anıtlar da bu alanların

başında gelir (Taşçıoğlu, 2017: 68). Genel olarak sergiler, metin ve sergi objelerinin içeriğine bağlı olarak çeşitlenmektedir (Duyar, 2011: 10).

Slovenya’da Trzic Müzesi, 2017 yılında Trzic zanaat ürünlerine yönelik, kalıcı bir sergi açmıştır. Trzič Meslek ve Tekstil El Sanatları Kurumu için yapılan bu müze, Trzic’in 18 ve 19. yüzyıllarında ürettiği mavi çoraplarla ünlü olmasını sergi temasına dahil etmiştir. Eklenen bu yeni bölümü tekstil ürünleri, çorap yapımı ve keten kumaş üretimi oluşturmaktadır (Resim 14). Bu serginin avantajı, uzun süreli olmasıdır. Çünkü sergi, değişmeden kalacağı için ziyaretçiler sergiyi bir kaç defa gezme olanağı bulabilmektedirler (Tüzün, 2010: 22). Sergilerdeki objelerin konusu, ziyaretçi özellikleri, bulunduğu mekan ve halka sunum süreleri göz önüne bulunduran sergileme tasarımcısı, sergi projesindeki konumunu ve görevini bu değişkenliklere göre belirlemektedir.



Resim 14 Avcı Architects, Trzic Museum, Slovenya, 2017. Kaynak:

<http://avciarchitects.com/tr/proje/trzic-muzesi/> Erişim tarihi: 26.06.2018



Resim 15 “Yazlık Şehrin Kolonisi” Sergi Tasarım: Pattu Mimarlık, Salt. Kaynak: <http://www.pattu.net/project/detail/id/60/> Erişim tarihi: 26.06.2018



Resim 16 “Yazlık Şehrin Kolonisi” Sergi Tasarım: Pattu Mimarlık, Salt. Kaynak: <http://www.pattu.net/project/detail/id/60/> Erişim tarihi: 26.06.2018

Sergi ve grafik tasarımları Cem Kozar, Işıl Ünal'a ait "Yazlık Şehrin Kolonisi" adlı sergi, 5 Eylül-16 Kasım 2014 tarihinde gerçekleşmiştir. Türkiye'nin belli bir dönemine odaklanarak, yazlık olgusunu gözler önüne sermiş, geçici bir sergidir (Resim 15 ve 16). Serginin can alıcı noktalarından biri; kısa süreli bir sergi olduğu için, çarpıcı ve ilgi çekici olması gerektiği düşünülmüş ve o doğrultuda tasarlanmıştır (Tüzün, 2010: 22).

1.5.1 Sosyal ve Kültürel Sergiler

Sergiler ister ticari olsun ister kültürel olsun, farklı ortamlar arasındaki bağlantıyı üç boyutlu mekan içinde bir hikayeyi aktarma fikrine dayanır (Locker, 2013:10). Sosyal ve kültürel eğilimli sergilemeler de üç boyutlu yaklaşım geçmişten günümüze kadar çeşitli süreçlerden geçmiştir. Dini, kültürel, estetik, sanatsal ve düşünsel boyutların gösteriminin yanında felsefe okullarından, manastırlardan, külliyelerden, saraylardan, ya da kütüphanelere sonunda da gerçek işlevlerini yerine getiren sergi mekanları ve müzelerde kendilerine yer bulmuşlardır. Burçak Madran konuya ilişkin: *'Sosyal ve kültürel yapıdan bahsederken unutulmaması gereken "düşünsel boyut" olarak ifade edilen, bilimsel olguları da içine alır. Meta olarak ticari anlamda değerlendirilen ve/veya değerlendirilme imkanı olmayacak soyutluktaki bilimsel gösterimler de sergilemenin bir konusudur'* ifadelerini kullanmıştır (Madran, 2007: 4).

Sosyal ve kültürel odaklı sergilemeler için Sümer Atasoy, bu sergileri; "Hissi Sergi" olarak adlandırmıştır. Bu sergiler, tiyatral sunuşları ile izleyicide duygusal etkileşim yaratmayı hedefler. Belli bir ülke, kişi olay, bölge, soykırım, savaş, hastalık, afet, haksızlık, felaket, buluş gibi olay örgüsüne sahip pek çok durum ve süreç dramatize edilerek izleyiciye gösterilmekte, sosyal ve kültürel sergilemelerin içerisinde yer almaktadır (Erbay, 2011: 77). Dolayısıyla sergiler, bir mantık çerçevesinde oluşturulmaktadır. Sergileme tasarımcıları, genellikle müze sergileri ya da ticari sergi alanlarından birinde uzmanlaşırlar. Ancak, bu sektörler arasındaki sınırlar, giderek kırılmakta ve tasarımcılar her iki alanda da çalışmaktadır. Böylelikle sergileme

tasarımcısının çalışma alanları da günden güne genişlemektedir (Hughes, 2010: 20).

Erbay; sosyal ve kültürel odaklı sergilemeler için, ziyaretçilerin duyguları üzerinde bir etki yaratmak amacıyla düzenlenen sergiler olduğunu ifade etmiştir. Son yıllarda sergilerin öğretici amacının yanında, izleyene hoş vakit geçirme ve eğlendirme özelliğinin de bulunması gerektiğini aktaran Erbay, sergiye gelecek olan ziyaretçilere, bilgisayar ve diğer görsel-işitsel donanımlardan yararlanarak interaktif sunumlarla zevkli bir şekilde hizmet sunulması gerektiğine değinmiştir (Erbay, 2011: 77-78).

Müzeler, etkileşime geçme, gözlem yapma, düşünce ve duyguları ifade etme, hayal gücünü ortaya çıkarma, bilgilenme, obje ve kültürel değerleri paylaşma ve aktarma gibi özellikleri kapsamaktadır. Bu bağlamda müzeler, bağlı olduğu disiplinler ve sergiledikleri koleksiyonların sunduğu içerik doğrultusunda halka sunulurken çeşitli isimler alırlar. Bunlar: bilim ve teknoloji müzeleri, tarih müzeleri, çocuk müzeleri gibi sınıflandırılmaktadır. Tarih müzeleri, ulaşım, teknoloji, silah zırh, saatçilik, paracılık, pulculuk, kostümler, ev mobilya gibi geniş koleksiyonlardan oluşmaktadır (Duyar, 2011: 11-12). “Müze koleksiyonları, uçaklardan, kelebeklere, arkeolojiden nano teknolojiye kadar insan çalışmalarının tüm alanlarını zaman içerisinde sergilemiştir” (Locker, 2013: 21).

Ziyaretçiler tarafından kolay anlaşılır mesajları ileten koşullar yaratmak, sergileme tasarımcısı için önemlidir. Çünkü doğrudan doğruya mesaj iletmek ve eğlenceli deneyimler yaratmaları beklenir. Pek çok tarihi içeriğe sahip olan sergiler, ziyaretçilerin ilgisini çekmek veya tarihi geri getirmek için tema oluşturur. Bu nedenle sergileme tasarımcısı, tarih içerikli bir sergi projesi alanında çalışırken, temalandırmaya dikkat etmelidir (Locker, 2013: 33). Dolayısıyla tarih müzeleri ya da sergileri, geçmişteki olaylara karşı “ne oldu” sorusunu cevaplayarak zengin bir kültürel bilgi ve öneri ipuçlarının toplumu nasıl geliştirdiği hakkında bilgiler verir. Tarihsel sergiler; metinlere, eserlere ve hikayeyi anlatmak için arşiv görüntülerine bağlı kalır. Bu noktada tasarımcıların ve içerik geliştiricilerin başarılı bir hikayeyi anlatmak için bu parçaları doğru miktarda birleştirmesi gerekir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 50).



Resim 17 Imperial War Museum North. Kaynak:

<https://www.flickr.com/photos/dgmckelvey/9230826852> Erişim tarihi: 26.06.2018

Tarihsel sergiler, sergileme tasarımcısının çalışma alanlarında sadece biridir. “Imperial War Museum North”, İmparatorluk Savaşı Tarih Müzesine bakıldığında; savaşın 1914 yılından beri, İngiliz ulusunu ve vatandaşlarının hayatlarını nasıl etkilediğinin hikayesini anlatan, başarılı sergileme tasarımına sahip bir sergidir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 52) (Resim 17).

Lorenc, Skolnick ve Berger’ göre; bilim müzeleri için tasarım eğilimleri pasif, dinamik ve statik görüntülerden oluşmaktadır. Etkileşim, hareket ve duygusal deneyimler sayesinde ziyaretçiler görerek öğrenirler. Bu tür sergilerin anahtarı, erişebilir ve sürükleyici bir deneyim halini alarak bilgileri iletişime açmaktır. Bu sergiler zaman zaman içerik odaklı konular üzerine kafa yorar. Bu aşamda sergileme tasarımcısı, düşünceleri kışkırtmak ve özünde halkı bilinçlendirmek amacını aktarmak için tasarım ekibine dahil olur. Bir sergi tasarımının, ziyaretçilere unutulmaz deneyimler yaşatmak ve kamuoyunu kolaylıkla etkileyebilmesi için sergiyi bir forma yani bilimsel bir içeriğe çevirmesi gerekir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 56).

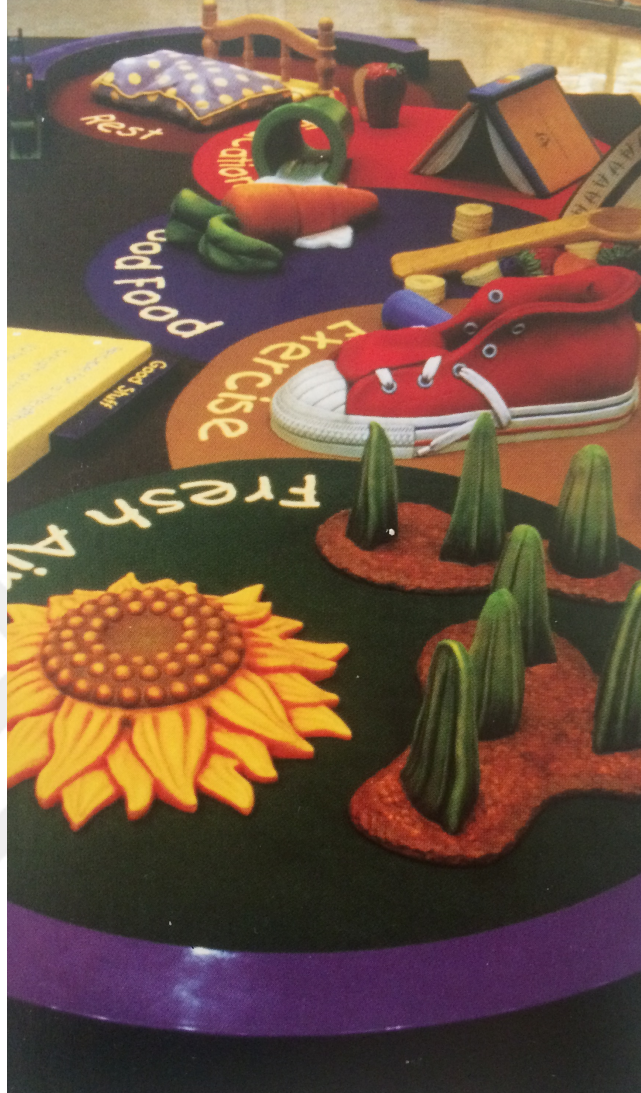


Resim 18 The Body Fantastic Exhibition, “Harika Vücut Sergisi”. Kaynak:
(Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, s58)

Bu anlamda The body Fantastic, (Harika Vücut) sergisi bilimsel bir içeriğe çevrilmiş doğru örneklerden biridir. Bu sergiyi gezen ziyaretçiler, bir yandan insan vücudunun işleyişi hakkında bilgiler öğrenirken, diğer yandan bir karnaval da dolaşırcasına vücudun güç, beceri ve duygularını test etmektedir (Resim 18). Vücut parçalarından oluşan bu renkli gösteri, grafik bir yaklaşım sağlayan karnaval teması ile ziyaretçi üzerinde oldukça etkili olmuştur (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 56-58). Bu nedenle sergilenen öğeler ziyaretçiler için sergiye katılımın ana sebebidir. Locker; sergileme tasarımcısı bilimsel içerikli bir müze sergisinde çalışırken, ilginç ve güzel teşhir birimleri yaratıyor olması ve yükseklik ve boyutların tüm ziyaretçilere uygun olarak tasarlaması gerektiğini dile getirmiştir (Locker, 2011: 103).

Bir serginin tüm ziyaretçilerinin çocuk olması muhtemelen en kritik olanıdır. İlgili ve öğretmeye hevesli ebeveynler çocukların ilgi ve dikkat çeken sergilere büyük ilgi gösterirler. Bilim sergisi tasarlayan tasarımcılar, çocukların ziyaret ettikleri zaman eğlenmelerinin de ne kadar önemli olduğunu bilir ve sergileri bu yönde tasarlarlar (Hughes, 2010: 46-47). Dolayısıyla, yaratıcılık ve çeşitlilik nedeniyle stil, boyut ve içerik olarak yetişkinlere yönelik olan müzelere göre, büyük farklılıklar gösteren çocuk müzeleri, çocuk ziyaretçilerinin ilgisini çekecek ve heyecan verici duygular uyandıracak şekilde düzenlenmelidir (Duyar, 2011: 15). Özellikle ilgili ve meraklı yaş grubu olan 3-10 yaş aralığı kritiktir. Bu nedenle pek çok sergileme tasarımcısının aklında spesifik parçalar için konu ve yaş oranları gibi bilgiler gelmelidir.

Sergi ziyaretçilerinin çocuk olması, tasarımcıları çok daha dikkatli olmak zorunda bırakır. Özellikle dayanaklılık ve güvenlik konusunda dikkatli aileler, çocuklarını stratejik her alanda görebilmeyi tercih ederler. Bu yüzden, basit, minimal bariyerler ve engeller tasarlanır. Sergileme tasarımcısı bu noktada; boy, ebat, renk ve kullanılan malzemelerle ilgili özel tasarım kararları alması, çocuklar için uygun dil, font ve imge seçmesi gerekir. Etkileşim konusu ise özellikle çocuk müzelerinde önemli ve popülerdir. Çünkü çocuklar için öğrenme ortamları yaratır (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 66).



Resim 19 Paradise Valley Childrens's Playcourt, "Cennet Vadisi Çocuk Oyun Alanı" Kaynak:
(Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, s66)

Paradise Valley Children's Playcourt sergisi (Resim 19), oyun alanlarından oluşmaktadır. Bu oyun alanının özelliği; büyük yumuşak oyun objelerinin olmasıdır. Sergide çocuklar için beş hayati yaşam stili seçilmiştir. Bunlar; temiz hava, egzersiz, sağlıklı yiyecek, eğitim ve dinlenme. Ziyaretçisi çocuk olan bir serginin etkileşimli sergi nesnelerinin verdiği mesajları "nasıl" ileteceği önceden planlanmıştır. Ancak sergileme tasarımcısı, bu iletişimin süresini kısa tutması gerekmektedir. Çünkü bilgi kolay iletilemiyorsa, ziyaretçi pes edip serginin başka bir bölümüne geçmek isteyebilir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 66).

Gençler ise genellikle müzelerin isteksiz ziyaretçileridir. Pek çoğu, küçük çocuklarda olduğu gibi, bu deneyimin kendileri için iyi olduğunu kabul etmekte zorlanır. Çünkü gençler, genellikle müzenin kendileriyle alakalı ve uygun bulmadıklarından şikayet ederler. Hughes’a göre; birçok genç için müze, nasıl düşünüleceği ve nasıl davranılacağına ilişkin dikkat edilmesi gereken saygın bir yerdir. Bu yüzden müzede bulunan sergilerin güvenliğinden endişe eden personelin varlığı, bu genç ziyaretçilerin müze çevresinden yararlanıp tam anlamıyla keyif almasının önüne geçebilmektedir (Hughes, 2010: 53).



Resim 20 Chopin’in 200. Yıl dönümü Sergisi, Britanya Kütüphanesi, Tasarım: Checkland Kindleysides, 2010. Kaynak: (Locker, 2013, s23)

“Bir eğitim mekanizması olarak” modern müze fikri, 20. ve 21. yüzyıl boyunca çekim yaratan, etkileşimli sergi örnekleriyle doludur. Britanya Kütüphanesi’ndeki Chopin Sergisi (Resim 20), bestecinin doğumunun 200. Yıl dönümünü işaret ederek, hayatı boyunca yaptığı besteleri bir sergi ile kutlamıştır. Hikaye anlatma konusunda uzmanlaşmış küresel bir tasarım ajansı olan Checkland Kindleysides, sergiye grafik bir fon oluşturarak, notasyon sembolleri ve ritmik tipografi örüntüler kullanarak, Chopin’in hikayesine can vermiş ve sanatçının müziğindeki tutku ve hareketi etkili şekilde

görselleştirmiştir. 2010 yılında yapılan bu sergi sadece bilgi vermeyip aynı zamanda etkileşim deneyimini de bir arada yaşatmaktadır (Locker, 2013: 23). Dolayısıyla müze sergilemeleri oldukça büyük ve ayrı bir sınıf olmakla birlikte, diğer sergilerden daha farklı ele alınır. Bunun nedeni; farklı bir amaç taşıması ve teknik ihtiyaçları nedeniyle gerekliliklerinin de daha farklı olmasıdır.

Müze sergilemeleri yapısının kısa süreli sergilemelere oranla daha detaylı ve ince hesaplamalar yapılarak hazırlandığını belirtmiştir. Bu bağlamda sergileme tasarımcısı müze için yapılan sergileme tasarımlarının kalıcı doğasından kaynaklanan değişkenliklere ve ihtiyaçlara vakıf olmalıdır. Müzeler için yapılan sergileme tasarımlarının, diğer sergileme türlerinden farkını Bülent Erkmen şu şekilde ifade etmektedir:

“Burası bir “müze” olmalıydı. Üç boyutlu nesnenin yok denecek kadar az olduğu, hemen hepsinin iki boyutlu resim, çizim, belge ve yazıdan oluştuğu bir “malzemeyi” sergilemenin “müzece” dili bulunmalıydı. Bir müze ile bir sergi arasındaki, kalıcı olanla geçici olan arasındaki ayrımın belirleyicisi olan bu dil, mekan kurgusundan sergileme tasarımına, aydınlatma anlayışından malzeme seçimine kadar yapılan her şeyin hem kendisinin hem birbirleriyle ilişkisinin görsel yapısıyla oluşmalıydı.” (Çetin, 2015: 29-33). Kısaca, sergilemeler; türüne bağlı olarak ziyaretçiler, koleksiyonlar ve amaçlar doğrultusunda değişiklikler sergileme türünü ortaya çıkartmakla beraber sergileme tasarımcısının kararlarını bir sonraki aşama olan sergileme teknolojisinin seçimini doğrudan etkiler.

1.6 Grafik Tasarıma Sergileme Tasarımcısının Katkısı ve Rolü

Grafik tasarımcıların, sergileme tasarımına dair dikkat çekici örnekler sunmaları 1920’lerin ortasına denk gelmektedir. Herbert Bayer, sergilemeler, stant tasarımları yaparken, mimari alt yapısı olmayan ve ilk kez sergilemeleriyle ön plana çıkan tasarımcı James Gardner 1946’da yaptığı (Resim 21), ‘Britain can make it’ (Britanya yapabilir) adlı sergileme tasarımıyla ilk kez dikkatleri üzerine toplamıştır. Daha

sonrasında (Resim 22) Misha Black, Casson Spence gibi isimler sergileme tasarımlarıyla tanınmaya başlamıştır (Aktaran Demir, 2006: 20).



Resim 21 James Gradner, 1946, 'Britain can make it' (Britanya yapabilir) adlı serginin maketinin başında.

Kaynak: <https://www.archivesportaleurope.net/featured-document/-/fed/pk/92538#sthash.cCTPAIF9.dpbs>

Erişim tarihi: 26.06.2018



Resim 22, Londra'daki Victoria ve Albert (V & A) Müzesi, Endüstriye Tasarım Sergisi, Tasarım: Misha Black, Kaynak: <https://vads.ac.uk/large.php?uid=53140&sos=0>

Erişim tarihi: 26.06.2018

Grafik tasarım, mesajı iletmek için tipografiyi ve imgeyi bir arada kullanarak serginin metnini doğru oluşturma çabası açısından oldukça kritik bir hamledir. Dolayısıyla, sergilerdeki grafik tasarım ve üç boyutlu bileşenler ayrılmaz bir şekilde

birbiriyle bütünlük oluşturacak şekilde kurgulanmıştır (Locker, 2013: 110).

Grafik tasarım, yaratıcı bir yol ve işlevsel ağlara sahip güçlü bir iletişim aracıdır.

Bu nedenle:

“Grafik tasarımcıların sergileme tasarımı içerisindeki rolleri de tıpkı çizgi roman sanatçılarının hikâye anlatma yöntemlerine benzer. 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. 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 çekmektedir” (Aktaran Bayar, 2013: 62).

Grafik tasarımda imgelerin ve metinlerin birleşimi, sergileme tasarımcısı için iletişimin bir anahtarıdır ve bu gelişen teknolojiyle beraber daha fazla ziyaretçi ile buluşma imkanı sağlar. Teknolojinin her geçen gün gelişmesiyle, geleneksel biçimde duvara asılan grafik paneller dönüşerek, çok sayıdaki bilgi basamaklarını kolay, hızlı ve etkileşimli ekranlara çevirmiştir (Locker, 2013: 7).

Emre Becer; grafik tasarımı bir iletişim sanatı olarak ele almış, grafik tasarımın sanat yapmayı amaçlamadığını, ancak etkileyici bir iletişim kurabilmek için sanatsal ifade biçimlerinden sürekli olarak yararlandığını aktarmıştır. Bu anlatım, grafik tasarım içinde sergileme tasarımcısının rolünü de dikkat çekmiş olur (Becer, 2013: 10).

Bülent Erkmen grafik tasarımla sergileme tasarımı arasında nasıl bir ilişki kurduğuna dair bakış açısını şu sözlerle ifade etmiştir:

“Grafik tasarım endişesini yüzeydeki çözümlerle taşıyan, asılmış, konmuş pano yüzeyleri tasarlamak yerine, tasarlanmamış gibi duran resim, yazı, çizgi,

üçboyutlu nesne gibi elemanları kendi başlarına bırakmak, kendi fiziksel yapılarını oluşturmak ve sonra kendi aralarında ilişkilendirerek yüzey ve mekan düzenlemeleri yapmak ilgimi çekiyor. Mekanın mevcut yapısal özelliklerini yok saymak yerine, bu özellikleri kullanmayı, bu mekânsal karakterin sergileme tasarımının içine “sızmasını” sağlamayı tercih ediyorum” (Erkmen, 2012: 184).

Taşcıoğlu'na göre, görsel iletişimdeki bu oluşumların hız kazanmasıyla, grafik tasarımın üçüncü boyutuna dair çözümler, giderek hacim kazanmaya başlamıştır. Artık grafik tasarımcılar için fiziksel bir etkileşim kurabilme şansı her zamankinden daha fazladır ve artarak devam edecektir. Mekan üzerinde çalışmalara odaklanan grafik tasarımcı, çevresel ve alana ilişkin grafik uygulamaların farklı denemelerine kapı açmıştır. Bu alanlardan biri de sergileme tasarımı olmuştur (Taşcıoğlu, 2017: 9-134-142).

Akın Nalça, 2015'de Mimarizm Mimarlık ve Tasarım Yayın Platformuna verdiği röportajda kendisine yöneltilen *“Peki bir grafik tasarımcı olarak merak saldığınız bu mekansal tasarım alanına el atarken sıkıntılarla karşılaşmadınız mı?”* soru üzerine şu cevabı vermiştir:

“Elbette iki boyutlu eğitimin getirdiği bazı handikaplar vardı. Ama tam olarak da bu nedenle kendimi, mekan ve üç boyutlu tasarım alanında geliştirmek için çok çaba gösterdim. Hem malzeme hem de yapım tekniği konusundaki eksikliğimi, kişisel çabalarım ile aşmaya çalıştım. Öte yandan mekan olgusunu deneyimlerken, iletişim için aldığım grafik eğitiminin yararını da gördüğümü eklemem lazım (Mimarizm Mimarlık ve Tasarım Yayın Platformu, 2010)

Sergi sürecinde metin, hikayeyi izleyiciye aktarılma noktasında yardımcı olmak için kullanılır. Grafik tasarımcının sergileme tasarımı yaparken tipografi bilgisi, izleyiciyle en iyi iletişimi kurma yolunda hayati bir önem taşımaktadır (Locker, 2013: 113).

Sergileme zeminlerinde çok fazla bilginin sunulmasını durumunda gülünç

sonuçlar çıkacağından bahseden Velarde, görsel ve metnin yer alacağı zeminde oluşan bir karşılıklıklığın, sergilemenin ziyaretçi ile iletişimini güçleştirebileceğini ifade etmiştir. Bu bakımdan sergileme bölümünde tasarımcı, doğru iletilerle izleyiciyi yönlendirmelidir. Ayrıca Velarde bu konuyla ilgili olarak; tasarımcıların görevi, bilgi ve tasarım ikilisinin birbirinin önüne geçmeden iletiyi göndermeleri gerektiğini belirtmektedir. Sergileme tasarımının başarısını etkileyerek, onu önemli bir grafik tasarım alanı haline getirecek unsur; bu nedenle görsel algılama ve iletişim gibi sorunların çözümü ile başlamaktadır (Aktaran Demir, 2006: 32).

Ünlü Hollandalı tasarımcı Gert Dumbar ise; disiplinlerarası işbirliği ve bu işbirliği içerisinde grafik tasarımcının yeri için: Grafik tasarımcı ve mimarın beraber çalışmak durumunda olduğunu söyleyerek; bu tip bir işbirliğinin belli bir kuralının olmadığını ancak mimarın ve grafik tasarımcının entelektüel kalitesi ile ilgili bir uyum süreci olduğunu ifade etmiştir. Mimarlar, her şeyi yapabileceklerini idda etseler de, bunun olanaksız olduğunu vurgulayan Dumbar, her iki tarafında mesleki becerileri, entelektüel seviyeleri ne kadar yüksekse işbirliklerinden ortaya çıkacak çalışmaların da bir okadar başarılı olabileceğini belirtmiştir (Aktaran Aybay, 2017: 459).

Böylelikle günümüzde sergileme tasarımı, grafik tasarım alanıyla yakından ilişkili bir süreç yürütür. Dolayısıyla grafik tasarımın içerisinde bir uygulama alanı olarak sergileme tasarımı da yerini sabitlemiştir (Demir, 2006: 16).

II. BÖLÜM:

SERGİLEME TASARIMINDA YARATICI SÜREÇ

II. BÖLÜM

SERGİLEME TASARIMINDA YARATICI SÜREÇ

2.1 Yaratıcı Süreç ve Organizasyon

Ürün ya da süreçten bağımsız olarak, sergi çalışmalarında dikkat edilmesi gereken noktalar prensipte aynıdır. Çünkü etkili ve doğru bir sergilemede esas nokta sergileme tasarımının doğru kurgulanmasıdır. Sergileme tasarımı için sürdürülen hazırlıklar kurgu, konsept gelişimi, tasarım ve nihahi sunuş aşamaları boyunca pek çok bilgi birikimi ve deneyime eşlik eden bir entelektüel çalışma süreci gerektirmektedir. Bu nedenle, etkili ve anlaşılır bir sergileme tasarımı oluşturmak için, iki temel çalışma aşaması göz önünde bulundurulur. Bunları, bilginin doğru kavranıp aktarılmasına ve serginin tasarımına yönelik çalışmalardan oluşur. Dolayısıyla sergileme tasarımı söz konusu olduğunda; konsept, konsepti anlatacak olan metinler, malzemeler, sergileme elemanları, aydınlatma ve mekâna ilişkin düzenlemelere dair üzerinde düşünülmesi gereken kurallar mevcuttur. Bunlar, sergileme tasarımının gerçekleşeceği alanda yapılan ön çalışmalar ile doğru orantılı olarak gelişmektedir (Çetin, 2015: 6-8). Bu bağlamda, sergileme tasarımının yaratıcı süreci, tasarımcının bu kurallara dikkat etmesi ve algılamasıyla başlar.

2.2 Anlama ve Kavrama

Bir sergileme tasarım projesinin ilk aşaması, tasarım sürecinin sağlıklı bir biçimde devam edebilmesi için ön araştırmalara yeterli süre ve emeğin harcanmasıyla gerçekleşir. Çünkü böyle bir projenin tüm yönleriyle kavranıp tanımlanması, tasarımcıya yeni keşif alanlarının kapılarını aralayacaktır. Bu nedenle, anlama ve kavrama aşaması sergi sürecinde önemli bir yer tutar (Dodsworth, Anderson, 2015: 27). Bir sergileme projesinin heyecan verici ve değerli görünmesini sağlamak, ses tonu ile oluşturulmalıdır. Yaratıcı süreç aşamalarında, genellikle bu oluşum kelime ve imgelerin birlikteliğine dayanır. Dolayısıyla, sergileme tasarımcısı imgelemelerini canlandırmak

için akıllı, eğlenceli ve bütüncül bir dil kullanmalıdır. Ancak bu dilin oluşabilmesi, genellikle yön bilginin ilham verici kısımlarında gizlidir (Hughes, 2010: 25).

2.2.1 Yön Bilginin Önemi

Tüm tasarım projeleri yön bilgi analiziyle başlar. Yön bilgi, projeyi oluşturacak yapının temelini oluşturur. Tüm projeler biricik oldukları gibi; detaylarda ve içerikte, projenin getirisi, ölçeği ve müşterinin deneyimine göre yön bilgi de çeşitlilik gösterebilmektedir. Ancak sergileme tasarımcısı yön bilgiyi eline aldığı andan itibaren bazı soruların cevaplarını aramalıdır. Öncelikli olarak sorular şunları içerir: Projenin doğası ve amacı nedir? Projenin ölçeği nedir? Hedef kitle ve ihtiyaçları nedir? Müşteri ekibi kimdir? Süre nedir? Bütçe nedir ? (Hughes, 2010: 24). Ömer Durmaz bütçe ve süre için şu sözleri ifade etmiştir: “*Burada bütçe ve zamanlama müthiş belirleyici yani gerçek bir iş yapıyorsunuz; çünkü izleyicinin önüne bir şey koyuyorsunuz*” (EK01, 2017: 96). Sergileme tasarımı yaparken, yön bilgide geçen süre ve bütçenin önemine dikkat çeken Durmaz, iyi bir tasarımcı ve iyi bir araştırmacı olduğunu gösterebilmenin şansını, bu maddelerle ilişkilendirmiştir.

Her tasarım, kısa bir formül ya da projenin anlaşılmasıyla başlamak zorundadır. Briefler birçok farklı biçimde karşımıza çıkmaktadır. Genel olarak, kapsamlı bir görev tanımı, projenin doğasının anlaşılmasında yardımcı olacaktır. Sergileme tasarımcısı, görev anlayışını ve sorumluluklarını müşteriye iletmelidir. Net bir yanıt beklediğini açıkça belirtmesi her iki taraf için de doğru bir yön bilgi anlayışını doğuracaktır. Bazı yön bilgileri çok belirleyici olmaktadır. Eğer müşteri tam olarak ne görmek istediğini belirlerse, tasarım kararlarının çoğunu kendi ellerine alarak sergileme tasarımcısının uzmanlığını kullanma fırsatını reddeder. Çok belirsiz olan bir yön bilgi ise, tasarımcının eldeki göreve uygun olmayan konu üzerinde çalışarak zaman kaybetme riskini de beraberinde getirir. Sonuç olarak, eğer müşterinin iyi fikirleri varsa, onları en baştan konuşmak gerekir. Müşteriyi sorgulama ve soruşturma senaryoları, yön bilginin anlaşılabilirliğini test etmek adına önemlidir. Eğer müşteri, görevin doğasını ayrıntılı olarak

açıklamamışsa ve bazı talepler anlam ifade etmiyorsa; sergileme tasarımcısının bu noktada sorular sormaktan çekinmemesi gerekir (Hughes, 2010: 24).

Tüm bu soruların cevapları müşteriyle diyalogu oluşturur. Yön bilgi, aynı zamanda tasarım ekibinin başlangıçtan bu yana özelleşmiş taleplerini de belirleyebilir. Bu yüzden yön bilgi, projenin başlanıldığı andan itibaren, tasarımcının sabit el kitabı ve referans noktası olmaktadır. Bu anahtar belge, tasarımcıyla müşteriye birbirine bağlamakta ve ilişkilerinin temelini oluşturmaktadır (Locker, 2013: 41).

Yazılı bir proje özeti, oldukça detaylı bilgiler içerebilir; ancak nicelik her zaman nitelik anlamına gelmez. Bu yüzden, konuya odaklanmış öz bilgi, başarılı bir sergileme proje özeti için yeterli olacaktır. Yön bilgi, konu odaklı ve net sınırlı ise, tasarımcının kesin kararlar alabilmesi ve etkili bir tasarım çözümünü ortaya çıkarabilmesi kolaylaşır (Dodsworth, Anderson, 2015: 30). Bu bilgiler ışığında briefin gerekliliklerini okuyup anlayan tasarım ekibi ya da sergileme tasarımcısı, içeriğin tamamına hakim olmalıdır (Locker, 2013: 42-43).

2.2.2 Sergi İçeriğinin Önemi

Hikaye örgüsü, sergiyi yerleştiren yorumlayıcı bir belgedir. Bir sergileme için hikaye örgüsü, genellikle bilimsel ve üzerinde iyice düşünüldüğü tartışılmış mihenk taşıdır. Sergileme tasarımcısı için yön bilgi, bir tasarım şemasının temelini oluşturabilecek araştırmaları veya fikirleri içermesi sebebiyle, önemli bir ilham kaynağıdır. Bu bağlamda serginin içeriği, yapılması beklenen bir sergileme projesinin reçetesi olarak nitelendirilebilir. Örnek olarak, bir bilim sergisi için içerik açıklaması bir A4 sayfası kadar olabilir. İnşaa edilen büyük bir müze projesi ise, bu sayı birkaç cilde kadar çıkabilir. Ancak küçük, geçici bir sergi de ise A4 kağıdının her iki tarafı yeterli olacaktır. Sergi içeriği, bir sergileme tasarımının belkemiği olduğu için çok detaylı olmalıdır. Herhangi bir tutarsızlık veya eksik detay kesinlikle serginin oluşumunda problem yaratır. Bu nedenle, içerikteki tüm bilgiler ve listeler incelenerek titizlikle sorgulanmalıdır. Büyük bir müze veya ticari fuar sergileri için “supervisor” olarak

adlandırılan, içerik denetimcileri, yön bilgi ve sergi içeriğini denetleme görevini üstlenir. Bu kişiler düzenli olarak sergi içeriğini güncellemekten sorumludurlar (Hughes, 2010: 26-28).

Bir sergi içeriğinin daimi olması genellikle sergilerin nasıl sınıflandırılacağına kararı ile başlar. Süreç en basit anlatımla; tıpkı bir rafa alfabetik olarak kitap yerleştirmek gibi düşünülmelidir. Burada sergileme tasarımcısının görevi; sınıflandırmanın tutarlılığını ve ziyaretçi deneyimini nasıl sağlayacağını çözmektir. Örneğin, tarihsel sergilerde, içeriği en eski eserlerden en güncel olanlara kadar sınıflandırmak en yaygın olanıdır. Bu tür bir bilgi şeması, ziyaretçilerin çoğunluğu tarafından anlaşılır. Öte yandan, tür ve çeşitliliğe özgü de sınıflandırma yapılabilir. Bazen, sınıflandırma sisteminde, sergilerin nerede gösterildiği de önemlidir. Eğer bir sergi dört odaya yerleştirilmişse, içeriği alt kategorilere ayırmak gerekir. Dolayısıyla, sergiler bir şekilde karışım halinde sınıflandırılabilir. Genel bir tarihsel sergi başlangıcında kıyafet, mobilya ve sanat gibi tematik; alt bölümler içinse 1700-1800, 1800-1900, 1900-2000 gibi zaman dilimleri oluşturabilir (Hughes, 2010: 74-75). Bu bağlamda, tasarım tarihi araştırmacısı ve grafik tasarımcı Ömer Durmaz'ın 2013 de yaptığı "Babıali'nin Kapak Ressamları" adlı sergisinde, zamana göre sınıflandırmanın olduğu görülmektedir (Resim 23) Sergiye ilişkin olarak Durmaz şu sözleri söylemiştir: *"Oradaki anlatı yöntemi kronoloji idi. Kronoloji temel bir anlatıdır. Ve tasarım tarihinde de okumayı çok kolaylaştıran bir yaklaşımdır. Hiçbir şey bilmeyen biri bile kronolojik akışta o kırılmaları ve farklılaşmayı görür."* Serginin çok az metine sahip olduğunu ifade eden Durmaz, giriş ve sunuş metinlerinin dışında; kronoloji üzerinden kapakların gözlemlenip okunduğuna değinmiştir (EK 01, 2017, 97).



Resim 23 Babıali'nin Kapak Ressamları Sergisi. Kaynak: <https://www.flickr.com/photos/omerdurmaz/>

Erişim tarihi: 26.06.2018

Bu bilgiler ışığında yön bilginin gerekliliklerini okuyup anlayan tasarım ekibi, ya da sergileme tasarımcısı, bir anlatı oluşturmak için mümkünse içeriğin tamamını anlamak durumundadır. Bunun için sergi alanını ziyaret etmeli, malzeme ve konsept fikir gelişimi için araştırma yapmaya başlamalıdır (Locker, 2013: 42-43).

2.3 Araştırma Aşaması

“Yaratıcı fikirler denize ağ atıp toplanmaz dolayısıyla araştırmalarla sergiyi desteklemek iyi bir başlangıç noktasıdır” (Locker, 2013: 63).

Genel olarak görsel ve duysal olmak üzere iki çeşit araştırmadan söz edebiliriz. Görsel araştırmada, olgular, görseller, göstergeler, sayılar; sınıflandırılma ve ölçeklendirme olarak ele alınabilir. Duyusal araştırmalar ise duygular ya da mekâna verdiğimiz tepki gibi daha içgüdüsel değerlendirmeleri kapsar. Sergileme projesini anlamaya çalışırken gerekli araştırma tipleri içerisinde yer alan bu bilgiler, farklı şekillerde kullanılacak olsa da, yapılan tüm bu araştırmalar, tasarımı kavramak için

gereklidir (Dodsworth, Anderson, 2015: 38).

Tasarımcı, yön bilgiyi tanımladıktan ve taraflarca üzerinde anlaşmaya varıldıktan sonra, yaratıcı sürecin fikir bulma aşamasını besleyecek olan bilgiye ulaşmak için araştırmaya başlamalıdır. Bu araştırma, detaylı istatistik rakamlar, hedef kitlenin boyutları ve yapısı gibi niceliksel olabilir veya niteliksel olup kullanıcı kitlenin neler satın aldığı veya tükettiğine, yaşam tarzının nasıl olduğuna dair bilgiler de içerebilir. Tasarım ekibinin, kullanıcıyı nelerin cezp edip etmeyeceğini daha iyi görmesi için hayali bir tipik kullanıcı modeli oluşturması da ayrıca bir yöntemdir (Ambrosa, Harris, 2013 : 18). Her sergileme tasarımı, verilen yön bilginin ışığında kısıtlamalar ve çözülmeyi bekleyen problemleriyle farklıdır; ve tasarımcı, tasarım sürecinin konsept aşamasında, yaratıcılığını, hayalindeki fikirlerini geliştirecek ve esinini tetikleyecek şeyler aramaktadır. İşte bu etkiyi yaratacak basamaklardan biri görsel araştırmadır. Sergileme tasarımcıları, görsel düşünürler olarak esinlenecekleri bilgi ve ortamların içine dalma yollarını keşfetmelidirler. Bu nedenle düşünmenin görsel ve algısal malzemeler ile desteklenmesi gerekir. Örnek olarak, bir dolu görsel koleksiyonları, renk ve malzemeleri, görsel panoda bir araya getirebildiği gibi, bir defterde toplanıp fikir haritası oluşturabilir (Resim 24). Dolayısıyla sergi tasarımcısına, bu sürecin bir parçası olarak yardımcı olacak araçlardan biri “temalandırmaktır”. Tema, projenin niteliğine göre değişiklik gösteren tasarımcının fikirlerini geliştirip ilişkilendirebileceği bir çeşit askıya dönüşür (Locker, 2013: 62-63).



Resim 24 (Scrapbook). Kaynak: (Dodsworth, Anderson, 2015 s41)

Bu etkileşim sürecinde fikir haritaları, bir problem üzerine geliştirilen düşünceleri görsel olarak temsil etmek üzere hazırlanır. Bu haritaların nasıl oluşturulacağına dair birçok yöntem vardır. Süreç organik bir şekilde gelişir ve tasarımcı doğru hissettiği bilgileri resimler, karalamalar, renkler ve zihinsel haritalar gibi şekillerle ilişkilendirip düzenler. Görsellik, fikirlerin güçlenmesine yardımcı olurken; beyin de bilinçaltındaki bilgilerin su yüzüne çıkmasını sağlayarak, daha sonraki bir aşamada kullanılacak şekilde yaratılan görsel görüntüleri, basit bir listeden daha kolay bir şekilde işler ve süzer. Malzeme araştırması ile devam eden süreç, malzemelerin uygulanmasına yönelik ve estetik potansiyellerine göre seçilir. Projenin başlangıcında yeni malzemeler için düzenli araştırma yapılması değersiz görülebilir. Oysa tasarımcının yeteneklerinden biri de alternatif malzeme, ürünü kullanabilme ve araştırma yapma yetisidir (Dodsworth, Anderson, 2015: 54-140). Dolayısıyla, proje bilgilendirmesi ve ön araştırma, tasarımın güçlü yönleri doğru saptamaktadır. Çünkü tasarım aşaması, bu temeller üzerine kurulmaktadır (Ambrosa, Hariss, 2013: 10-136).

Sergileme projesinde yön bilgi ve tasarım analizi süreçlerinden geçerek, tam bir kavrayışa ulaşan sergileme tasarımcıları, bir sonraki adımında mekanı anlamaya çalışmalıdır. Mevcut mekânsal ilişkiler ve yapım teknikleri son derece önemlidir. Tasarım zamanla evrildikçe, projedeki mekânsal ilişkiler de gelişecektir. Bu ilişkiler değişip geliştikçe, geri dönüşler ile birlikte süreçler birbirine bağlanacaktır (Dodsworth, Anderson, 2015: 53).

2.3.1 Mekanın Kullanımı

Mekanın kullanımı, öncelikle mekanı anlamaktan geçmektedir. Bunun için alanın büyüklüğünü, yapısını, detaylarını ve görsel görünümünü kaydetmek ve incelemek gerekir. Bunlar; iç mekan tasarım ve planlaması için temel olarak kullanılır. Saha araştırmalarını, çoğu zaman son derece hassas ekipmanlar kullanarak araştırmacılar, mimarlar bazen de sergileme tasarımcısının kendisi tarafından gerçekleştirilmektedir. Ancak, özellikle küçük çaplı, geçici sergiler tasarlarlarken, teknolojik yardımlar almadan bir sergi mekanının nasıl araştırılacağını bilmek önemlidir.

Mekan araştırması en iyi, şekilde iki kişi ile yapılmalıdır; biri ölçer diğeri ise ölçümleri not eder. Bu koordineli çalışma, mekan hakkında hızlı ve doğru bilgiler edinmek için gerekli bir çabadır.

Mekan kullanımını anlamanın ilk adımı, tüm sergi alanını fotoğraflamaktan geçer. Ancak bir sergi mekanının araştırma çekiminde dikkat edilmesi gereken önemli bir aşama vardır; fotoğrafları rasgele çekmemek. Çünkü mekanla ilgili görüntülerin nasıl olduğunu bir süre sonra hatırlamak imkansız olacağından en iyi yol, fotoğrafların geniş ve sıralı bir biçimde çekilmesidir. Böylelikle mekan fotoğraflarını birbirleriyle birleştirilebilir ve sergi mekanını gösteren nitelikli bir kolaj elde edilebilir. Panoramik çekimler de bu işlemi hızlandıran pratik yöntemlerden biridir ve sergileme tasarımcısı, ziyaretçi akışını oluştururken bu çekimlere sıkça başvurur (Hughes, 2010: 70-71).

Sergileme tasarımcıları, mekânı anlama sürecinde “Mekanın yeniden şekillendirilmesiyle ilgili kısıtlamalar var mıdır? Sergi mekanına nesneleri ya da sergileme elemanlarını getirmek için ulaşım elverişli midir? Zemin, sergi ürünlerini taşıyacak kadar güçlü müdür yoksa zemini ağır nesneler için desteklemek mi gerekir? Malzeme akışı nasıl sağlanacaktır? Mekanda sergilenecek malzeme ve destek ekipmanları için depolama gerekir mi? Sergileme tasarımını etkileyecek mevcut kolonlar, yükseklik farkları veya engelleyici öğeler var mı? Sergi yönlendirmesini dışardaki görüntüler etkiler mi? Ziyaretçilerin deneyimleri nasıl yönetilir?” gibi soruları kendilerine sormalıdırlar. İşte tasarımcının, ziyaretçi giriş ve çıkışı dahil olmak üzere, bu alanların nasıl tasarlanacağını göz önünde bulundurması gerekir. Bu tip sorular çerçevesinde sergi mekanın ele alınması, çözüm sürecini doğrudan etkileyecek unsurların başında gelmektedir (Locker, 2013: 43-45).

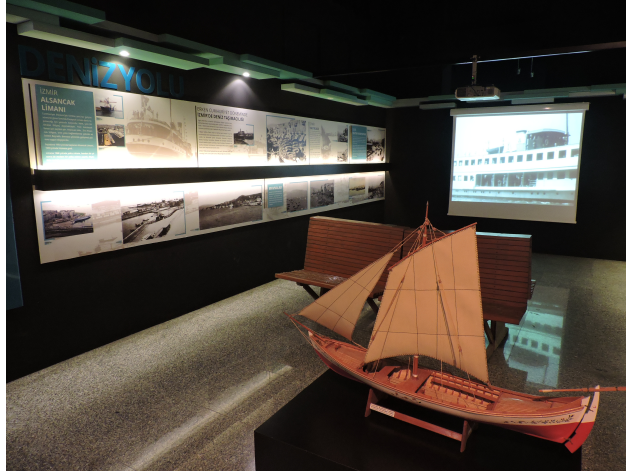
Sergileme tasarımının gerçekleştiği mekanlar genellikle açık ve kapalı alanlar olarak ayrılabilir. Açık sergi mekanı, sergileme dışındaki çevreyle kurduğu bağlantıyı göstermek için tasarlanır. Bu tarz sergiler "açık" sergi alanı olarak bilinmektedir. Açık sergi alanlarının genellikle dış cepheye bakan geniş cam bölmeleri vardır. Bu bölmelerdeki serginin keyfi, sergi ve çevresi ile olan etkileşimidir. Ancak, sergileme

tasarımcısı için bu mekan tipinin bazı dezavantajları vardır. Öncelikle, bu sergiler, ziyaretçilerin pencereden ya da serginin arkasında ne gördüğü ile rekabet etmek zorundadır; böylelikle izleyicilerin dikkatini sağlamak ve idare etmek tasarımcı için daha güç bir hal alır. (Resim 25) Büyük Teton Milli Parkı içinde Craig Thomas Sergi ve Ziyaretçi Merkezi, muhteşem manzarasını doğal bir yaşam alanında konumlandırmıştır. Bu mekanın, tasarımcıları, sergi gösterimlerini, alanın dışındaki manzarayla bütünleştirerek, nasıl bir sergi mekanı yaratmayı başardıklarını göstermektedir. Açık sergi alanları, aynı zamanda, gün ışığındaki dalgalanmalardan etkilenir. Günlük değişimlerin dışında, mevsimler dikkate alındığında, serginin görsel etkisi de değişmektedir (Hughes, 2010: 59-60). Dolayısıyla, tasarımcı bu değişimin farkında olup süreci ele almalıdır.



Resim 25 Craig Thomas Sergi ve Ziyaretçi Merkezi, Kaynak: (Hughes, 2010 s60)

Kapalı sergi mekanı ise gün ışığı olmayan alanlardır. Mekan içinde sergileme, tasarımcısına çok daha fazla kontrol avantajı sağlar. Çünkü mekanın çevresiyle ilgili herhangi bir rekabetin olmadığı yerlerde, ziyaretçiler sadece sergiye ve onun mesajlarına odaklanır. Ayrıca sergileme tasarımcısı, ziyaretçinin düşünce akışını derinden etkilemeyi hedeflediği yerlerde; ses, film ve etkileşim tasarımına başvurarak bir hikaye anlatısını rahatlıkla oluşturabilir (Hughes, 2010: 61) (Resim 26). Tıpkı “Kent ve Ulaşım Sergisi”nde olduğu gibi, İzmir’in ulaşım tarihini ve günlük yaşamını konu edinen beş ayrı bölüme sahip sergi, obje ve videolardan oluşmuş olup, ziyaretçiyi etkilemeyi başarmıştır.



Resim 26 İzmir Büyükşehir Belediyesi Ahmet Piriştina Kent Arşivi ve Müzesi. Kaynak: Yazarın Arşivi

Video ve multi medya ekranları sergilerin detaylarını oluşturur. Bu detay, aslında sergileme tasarımı için önemlidir. Çünkü mekânı kullanan insan ve insan bedeni, mekânın biçimini doğrudan etkiler. Bu yüzden, mekân kullanımı biraz da ziyaretçiye ve ziyaretçinin mekân içi hareketlerine bağlıdır (Taşçıoğlu, 2017: 44). Sonuç olarak sergi mekânları, ziyaretçiler için iletişim kurulan, bilgi aktarımını sağlayan alanlar haline gelerek sergileme tasarımına yön vermektedir (Çetin, 2015 : 31).

2.3.2 Sergi Ziyaretçisinin Rolü ve Önemi

Sergi ziyaretçinin sergileme tasarımındaki rolü ve önemi, öncelikli olarak ziyaretçi niteliklerini sorgulamakla başlar. Sergilemede ziyaretçilerin yaşı, cinsi, ırkı, fiziksel ve duygusal yetenekleri ayrıca değerlendirilmesi gereken şeyler olmaktadır. Sergiler, ağırlıklı olarak bireyler, çiftler, aileler, turistler mi yoksa okul çağındaki öğrenciler ya da bu karışımın tamamına mı seslenmelidir? İşte tüm bu soruların cevapları iyi bir sergi tasarımının merkezinde yatan ziyaretçi analizinde bulunur. Bütün ziyaretçi kitleleri sergilere farklı fiziksel, duygusal, kültürel ihtiyaçları karşılamak amacıyla gitmektedir (Locker, 2013: 47-51). Sergileme tasarımcısı bu amaçları göz önünde bulundurmak zorundadır.

Değişen ziyaretçi yapısı, büyük çaplı sergilerde kendini daha çok gösterir. Bazı sergiler temasıyla diğerlerinden daha fazla bilgiye sahiptir. Bu yüzden ziyaretçilerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için, sergileme tasarımcısı bilgi katmanları oluşturur. Dolayısıyla herhangi bir sergi, çok çeşitli şekillerde aşamalandırılabilir.

Hughes 'a göre (2010) üzerinde durulması gereken dört tip ziyaretçi vardır. Bunlar: Sergi Uzmanı; sergi alanını iyi bilen sergiyi derinlemesine inceleyen ziyaretçilerdir. Sergi Gezgini; daha fazla bilgiyi keşfetmek isteyen ve belirli bir bilgiyi edinme ihtiyacından çok merak edip sergiye gelen ziyaretçilerdir. Sergi İzci; sergileme tasarımcısının belirlediği bu bilgi izlerini izleyen ve mekanı tanımasa da karar noktaları hakkında bilgi almak isteyen ziyaretçilerdendir. Sergi Acemisi ise; genellikle bir sergi içinde nereye gitmesi gerektiğini bilmeyen ziyaretçilerdir. Gerçekten iyi bir içeriğe sahip sergi, içinde çok çeşitli aktiviteler kurgulayarak, sergide yönlendirilmeye ihtiyacı olan tüm ziyaretçilerin ilgisini çekmeyi başarır. Özellikle müze sergileri, etkileşimli sahnelerle ev sahipliği yaparlar. Örneğin, bir müzede bulunan dinazor kemiklerinin statik görüntüsü, doğa ve geçmişe ilgi duyan bir yetişkini tatmin edebilir (Hughes, 2010: 40-41). Ancak, Frankfurt Işık Kültürü Festivali Luminale 2004 için Senckenberg Doğal Tarih Müzesi, dinazorların kemiklerini sergilemiş olmasına karşın, farklı bir ışık sistemi kullanarak, statik görünümü bu yöntemle daha ilgi çekici bir hale getirmiştir. Şuan için bu sergi yeni bir örnek sayılmasa da sergileme biçimi adına tarih müzesinin gösterim teknikleriyle ziyaretçiyi nasıl kendine çektiğini aktarma noktasında, doğru bir sergi örneğidir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 146) (Resim 27). Bu ziyaretçi tiplerini anlamak, sergileme tasarımcısının hikaye örgüsü için son derece gerekli bir bilgidir. Hedef kitlenin taşıdığı potansiyelin bilincinde olmak, tasarımcıya pek çok avantaj sağlar.



Resim 27 Illumination: Evolution, Senckenberg Natural History Museum, 2004, Kaynak: (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010, s146).

Ziyaretçiyi bilgilendirme işlevi, sergilerde esas amaçtır. Bu nedenle, sergilemede kullanılan gösterim teknikleri değişip gelişmekte, ziyaretçiyle iletişim odak alınmaktadır (Çetin, 2015: 32). Ancak sergilerdeki bekleme süreleri ele alınması gereken önemli bir konudur. Görsel-işitsel gösterimlerin üç ila beş dakikadan uzun olmaması gerekir. Aksi taktirde ziyaretçilerin geçişini engeller. Başarılı bir sergileme tasarımcısı, tasarım stratejilerinin bir parçası olarak ziyaretçileri bekletirken, nasıl eğlendireceğini göz önünde bulundurur. Fakat bu noktada birincil amaç, eğlendirme değil, bilgilendirme işlevidir (Locker, 2013: 48).



Resim 28 Koku ve Şehir, PATTU Mimarlık, 2016. Kaynak: <http://www.pattu.net/project/detail/id/106/>

Erişim tarihi: 26.06.2018

Ziyaretçiler; fiziksel, mental veya duygusal olarak sergi mekanında var olduğu andan itibaren, serginin etkisi altına girerler. Bu etkilenme süreci gerçekleştiğinde ziyaretçi, sergi içeriğine kapılıp, duygusallık, merak vs. gibi duyguları yaşayabilir (Carter, vd, 2000: 72-73).

Örneğin, Koku ve Şehir Sergisinde, geleneksel sergilemenin tersine, bazı nesneler açık seçik olarak sergilenmektedir. Ancak, görünenden fazlasını öğrenmek, görünmeyenleri ortaya çıkarmak, düğmelere basmak, bilgilere ulaşmak için merak içeren eylemler gerekmektedir. Ziyaretçi, ne kadar bilgi edinmek isterse, sergi de ona o kadar bilgi vermektedir. Dolayısıyla müze ve sergilemenin eğitim içindeki rolü ziyaretçi ile bir araya geldiğinde daha çok önem kazanmaktadır (Balık, 2009: 47). Bu nedenle, tasarım süreci boyunca hedef kitlenin konumu ve kim olduğunu hatırlatmak, tasarım fikirlerine yön verebilir (Ambrose, Harris, 2013: 74) (Resim 28).

2.3.3 Sergilemede Aydınlatmanın İşlevi

Aydınlatmanın tasarlanması sergi içinde ziyaretçilerin daha konforlu ve sergiyi bütünüyle algılamasını sağlayan bir unsurdur. Hava kalitesi, sıcaklık soğukluk ve renk gibi öğeler sergi mekanının aydınlatma çalışması için önemlidir. Aydınlatma koşulları bir sergi yapısının nasıl algılandığı, sergi içerisindeki grafiklerin, biçim, form ve okunurluğa olan etkileri hayati önem taşır. Aydınlatma tasarımcıları bazen sergi içindeki bu tercihleri sergileme tasarımcılarıyla birlikte alırlar. Çünkü bu kararlar serginin atmosferini büyük ölçüde değiştirebilir (Dernie, 2006: 136). “Hong Kong Wetland Park”ındaki sergide (Resim 29) ilk olarak renkli aydınlatmalar dikkat çekmekte, özellikle aydınlatmanın yoğun olduğu bölümlerde sergiler, bu gösterimde olduğu gibi çok dramatik bir etki yaratmaktadır.



Resim 29 Hong Kong Wetland Parkı. Kaynak: (Hughes, 2010, s143)

Sergilenecek görsellerin veya objelerin, mekanla uyum içerisinde aynı tondan konuşması ve sergileme mekanlarının doğru aydınlatılması, sergileme tasarımının başarısı ile doğru orantılıdır. Aydınlatma biçimleri, sergi mekanlarını doğru ve yeterli olarak aydınlatıldığında, görsel bir dilin tamamlayıcısı niteliğine bürünmektedir.

Işık, sadece herhangi bir mekanı aydınlatmakla kalmamakta, aynı zamanda doğal ya da yapay da olsa, dahi izleyici üzerinde bir etki bırakmaktadır. Mekan hissinin oluşumunda önemli rol oynayan ışık, mekanın fiziksel özelliklerinin insanda psikolojik tepkilere neden olmasını sağlayan en önemli faktörlerden biri olmaktadır. Objelerin tüm fiziksel özelliklerini ve diğer nesnelerle olan oranını gözler önüne seren ışığın aynı zamanda niteliğine ve niceliğine bağlı olarak, aydınlattığı objenin insan üzerinde mutluluk, üzüntü, rahatsızlık, huzur gibi duygulara kapı açtığı görülmektedir. Dolayısıyla, mekanların aydınlatılması sırasında istenen görsel psikolojik algılamalara temel oluşturan, eylemlerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Aydınlatma elemanlarının biçimi, konumu ve amacı serginin vermek istediği bilgi hiyerarşisini izleyiciye aktarım noktasında oldukça önemli bir etkidir. Sergi mekanlarında

kullanılan aydınlatma biçimleri doğal ve yapay aydınlatma olarak iki şekilde incelenmektedir (Oksel, 2013: 15-27).

Soğuk, sıcak, korkunç ya da huzur duygusu veren bu seçimler, aydınlatma tasarımı ile sergilemeye aktarılmaktadır. Aydınlatma aynı zamanda bilginin nasıl okunacağı, hiyerarşi ve görünürlük boyutuyla sergileme projelerinde grafik tasarımın bir tamalayıcısıdır. Bu bilgiden hareketle, başarılı sergileme tasarımı çalışmaları hem doğal hem de yapay ışığı proje içerisinde birlikte uygulamaktadır. İstenilen mekanda doğal ve rahat bir etki alanı oluşturulurken diğer yanda ise izleyici üzerinde dramatik bir his yaratılmaktadır (Bayar, 2013: 86-87). Aydınlatma, tipografik okunabilirliği korumak için de bir anahtardır. Hiyerarşi kurma ve atmosfer yaratmada stratejik bir aydınlatma, mekanları ve nesneleri canlandırıp; ve tüm sergilere renk katabilir. Işık ve gölge arasında oluşan etkileşim vasıtasıyla ritmik ve sihirli bir atmosfer yaratılmaktadır (Carter, vd, 2000: 73).



Resim 30 Design Sutdio H2E, Stories About Man and Poer in 10 Objects, The Museum of the History of Riga and Navigation 2015. Kaynak: (eg Experiential Graphic Magazine, s. 79)

Günümüzde sergi mekanları, aydınlatmayı sadece mekanın fiziksel bir elemanı olmanın ötesinde, bir tasarım elemanı olarak da kullanmaktadır (Oksel, 2013: 16). (Resim 30) Bu anlamda örnek teşkil eden Letonya Riga da bulunan tarih müzesi, Design Studio H2E tarafından On Nesnede İnsan ve Güç Hakkında Hikayeleri, Çarlık dönemini, Alman ve Sovyet işgalinin insanlarla otorite arasındaki ilişkilerini ele alan bir sergileme tasarımı yapmıştır. Ana hikayeler, belirli insanlara ve öykülere bağlı olan on otantik nesne üzerinden okunmaktadır. Bir daktilo, Baltık Alman göçmenlerden bahsediyorken; bir çift çizme ise otoriteyle çarpışan kişisel cesaret hikayelerini anlatmaktadır. Nesnelerin arkasındaki öyküler, tasarımı geliştirme sürecine ilham kaynağı olmuş, muazzam bir ortam yaratılmıştır (eg Experiential Graphic Magazine: 79). Dolayısıyla sergileme tasarımcısı veya tasarım ekiplerince geliştirilen yeni fikirler, aydınlatmada monotonluğu ortadan kaldırmaktadır. Böylelikle istenilen etkiye bağlı aydınlatma kullanılarak sergide etkileyici sonuçlar elde edilebilir (Duyar, 2011 : 32).

2.4 Geliştirme Aşaması

Genel olarak, geliştirme aşamasının amacı, eskiz ve fikirlerden sonra ortaya çıkan konsept tasarım ve sergi özelliklerinin mümkün olduğunca tasarım aşamasında hayata geçirmektedir. Tasarımcı, elindeki onaylanmış konsept tasarımıyla, serginin karakterini daha iyi tanımlayacak ve yorum gücünü artıracak özel malzemelerin, renklerin ve mekanların kullanımı üzerinde, serginin ana hatlarını geliştirir.

Henüz belirtilmemiş sergi detayları bu süreçte dikkate alınır. Özellikle, sesli ve görüntülü programlar için komut dosyası oluşturulmak eğer sergileme tasarımcısının eksik veya hatırlaması gerektiği bir bölümü varsa, çalışma üzerinde tekrar geri dönüp geliştirmekte yarar vardır. Bu tasarımcıya tasarımı istediği yönde geliştirme fırsatı verir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 116). Sergi geliştirme, tasarım disiplininin ötesine geçen karmaşık bir aktivitedir. Çeşitli türlerde uzmanlar, müze sergilerinin geliştirilmesinde tasarım sürecini büyük ölçüde etkileyen dijital teknolojiler açısından müze sergilerine yeni bir bakış açısı getirdi (Lin, tarihsiz: 7).

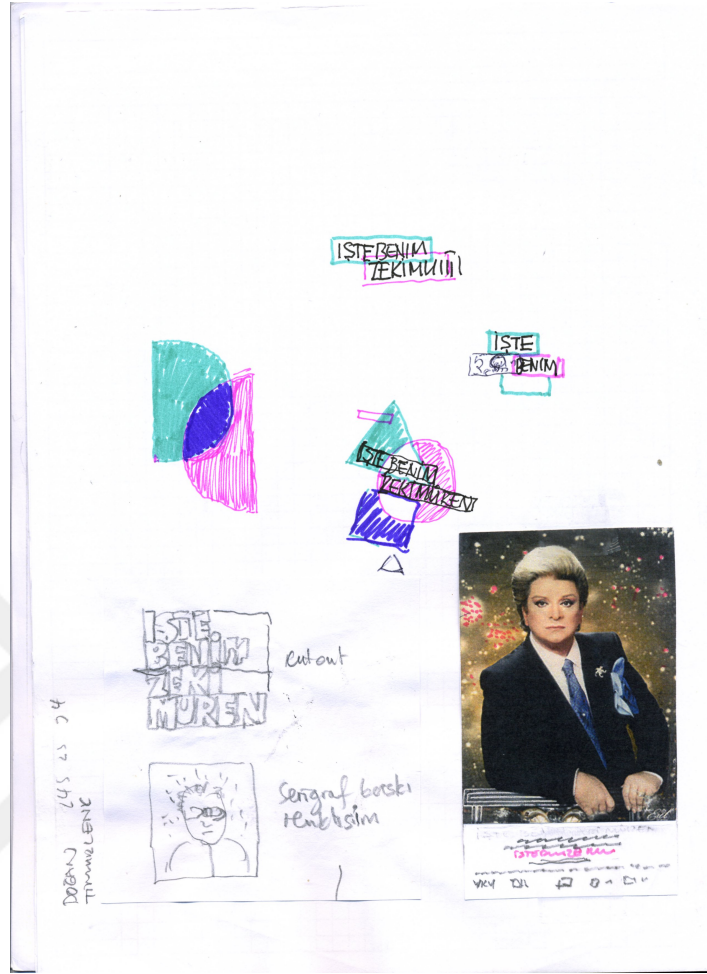
2.4.1 Fikir ve Eskiz

El ve göz arasındaki koordinasyon ilişkisi, çizim süresince gelişip, tasarımcının fikirleri “görmesine” yardımcı olan güçlü bir araç olmaktadır (Locker, 2013: 70).

Konikow, bir tasarımcının, kendi fikirlerini eskiz aşamasından, insanlarla dolup taşan bir sergileme haline dönüştürmekten büyük bir keyif alabileceğini belirtmektedir. Çizim yapıldıkça çok değerli bir içsel kaynak oluşturulduğu daha fazla fark edilmekte ve bu kaynağa sadece zihinde bulunan tasarım problemlerini çözerken başvurulabilmektedir (Aktaran Demir, 2006: 110).



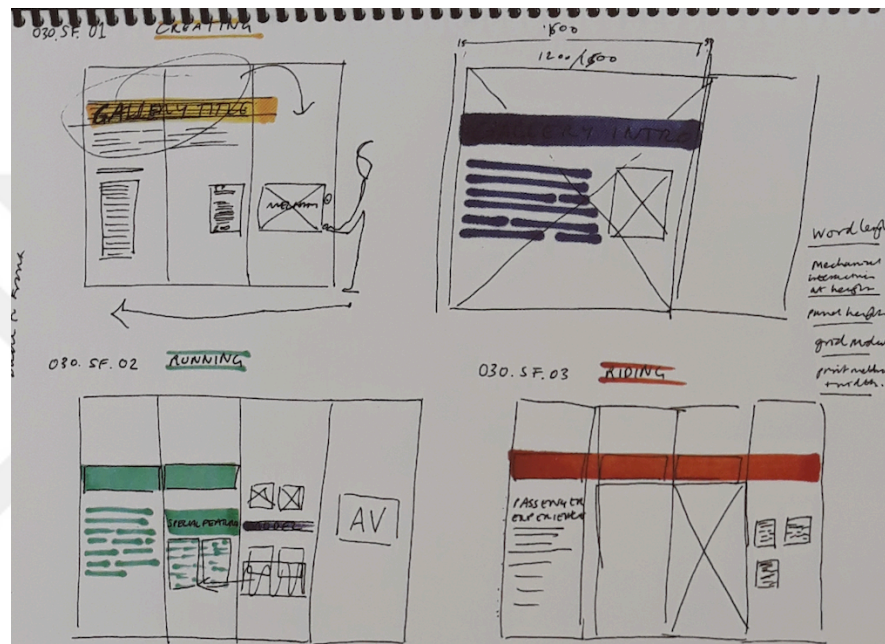
Resim 31 “İşte Benim Zeki Müren” Sergisi, Kaynak: Sadık Karamustafa Arşiv



Resim 32 “İşte Benim Zeki Müren” Sergisi ve Eskiz Çalışma Örneği, Kaynak:
Sadık Karamustafa Arşiv

Eskiz yapmak, görsel bir iletişimci olan sergileme tasarımcısına, sürekli uygulama yapma, doğru ve hızlı tekniklerle yaratıcılığını geliştirme şansı verir. Eskizler, mükemmel imgelerden çok, anlam ifade eden, üzerine düşünülmüş notlar ve işaretlerdir (Locker, 2013: 63-68) (Resim 31 ve 32). 2014 yılında Karamustafa Tasarım tarafından yapılan “İşte Benim Zeki Müren” sergisine ait eskiz çalışmalarına bakıldığında, Zeki Müren’in bir fotoğrafı üzerinden, fikirlerin kabaca çizilip ve sergindeki grafik tasarım çözümlerine yönelik birtakım notlar alındığı görülmektedir. Bu bağlamda, eskizler, tasarım yolculuğunun son hali değil, ancak bir parçası olarak yaratıcı süreçte yerlerini alırlar.

Sergileme tasarımcısının dikkat etmesi gereken bir husus da esin kaynaklarından karışım yaratmak ve bu fikirleri görünür bir biçimde ele almaktır. Aynı zamanda, eskizler ve fikir bulma aşaması, grafik tasarıma yönelik çizim ve taslakları da ortaya çıkmaya başlamaktadır (Locker, 2013: 63-68).



Resim 33 Londra Ulaşım Müzesi için yapılan eskiz çalışmaları. Kaynak: (Hughes, 2010, s110)

Londra Ulaşım Müzesi (Resim 33) için yapılan eskizler, grafik tasarım çalışmalarının yerleşim planlarını ve serilerinin gelişimini göstermektedir. Bu eskiz, farklı ölçülerdeki görsellerin renk kodlarını, yerleşim planlarını, çizim ve başlık, gövde-metin hiyerarşisini gösteren ayrıntılı bir taslaktır (Hughes, 2010: 110). Bu taslaklar, daha fazla renk ve gelişmiş çizimlere, ölçeklendirmelere, grafik boyutu gösteren, gelişmiş panel fikirlerine sahip ve tasarım aşamasında detaylı olarak ele alınan belgelerdir. “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” (Aktaran Bayar, 2011: 81).

Tasarım ekipleri ve tasarımcılar, bir fikri alıp zayıf ve güçlü yönlerini değerlendirerek, uygun tasarım çözümüne ulaşmak üzere çalışırlar. Bu sebeple çoğu tasarımcı, geliştirme sürecini eskizlerle birlikte yürütür (Anderson, Dodsworth, 2015: 92).

Gelişen tasarımlar, sürekli sorgulanmalı ve herhangi bir problemde daha fazla planlama ve görselleştirme ile çözümlenmelidir. Aynı zamanda görsel bir düşünür olan sergileme tasarımcısı kendini sergi mekanında hayal edip neler hissedebileceğini öngörmeye çalışır (Anderson, Dodsworth, 2015: 100-113). Tasarımcı, bu öngörüğü zihninde resmetmeye çabalar. Pek net olmayan bir biçimde beliren imgeyi geliştirip, sergi gösterimini hazırlar. Burada söz konusu olan, geliştirme aşamasında çok ham ya da ilkel sayılabilecek bir kavramın, geliştirilip işlenebilir bir düzeye getirilmesi veya sunulması olarak da düşünülebilir (Yurttaş, 2010: 60). Bu düşünce biçimi, sergileme tasarımcısını konsept geliştirmeye doğru yönlendirecektir.

2.4.2 Konsept Tasarım

Konsept tasarım süreci, sergileme ve çevresel grafik tasarım alanlarında sıkça görülmektedir. İlk olarak konseptler, tasarımcıların ilk konsept fikirlerinin geliştirmeye hazır çizimlerinin olduğu eskizler halinde sunulur. Kullanılan araştırma, kapsam planlamaları, acımasız revize ve düzenlemeleri ile gerçek bir konsept geliştirmek çok zor bir iştir. Dolayısıyla, konsept geliştirme, sergi öyküsünün tüm unsurlarıyla şekillenip yönünün çizildiği yerdir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 36-108). Sergileme tasarımcısının konsept geliştirmesi, vakit alabilir, ancak bu aşamanın yapılması, güçlü bir konsept geliştirebilmek için şarttır. Güçlü bir konsept ise başarılı bir proje üretebilmenin en can alıcı şartlarından biridir (Dodsworth, Anderson, 2015: 27). Akan'a göre güçlü bir konsept gelişimi, içeriğin çok iyi bilinmesi ve araştırma yapılmasıyla gerçekleşebileceği yönündedir. *“Ortaya bir sergi çıkacaksa o serginin bir defa konseptinin ismi ve içeriğinin oluşturulması daha sonrasında konsept kısmına geçilmesi gerekir”*. Bu bağlamda, Mimari Dehanın Şaherserleri Sergisinde de sürecin bu mantık çerçevesinde geliştiğini ifade etmiştir. (EK 02, 2017: 101) (Resim 34)



Resim 34 Mimari Dehanın Şaheserleri Sergisi, Tophabe-i Amire. Kaynak:

http://www.mimarizm.com/haberler/sinan-ve-mimari-dehanin-saheserleri-sergisi-acildi_118016 Erişim

tarihi: 26.06.2018

Sınıflandırma, araştırma, toplama çalışmalarını takip eden yaratıcı süreç, konseptin yapı kazanmasıyla gerçekleşir. Herhangi bir sistem oluşturulmadan, nesnelerin ilişkisi ve bütünselliği düşünülmeden yapılan ilk gösterim çalışmaları, sergilemelerin emekleme adımlarıdır. Konsept ve geliştime süreci üzerine yapılan uzun mesailer, sergilemenin de ufkunu açmaktadır (Çetin, 2015: 40-41).

2.4.3 Sergileme Teknikleri

Geçmişten günümüze büyük değişiklik gösteren sergileme teknikleri farklılıklar göstermekte ve gelişmeye devam etmektedir. Sergileme elemanları, bir yandan sergilenen ürün hakkında niteliksel özelliklerini ziyaretçiye sunma görevini üstlenirken, diğer yandan yapım koşulları ve kullanıcı beklentilerini göz önünde bulundurulması gereken tasarım ürünleridir. Bu nedenlerden dolayı, sergileme elemanlarının tasarımına, sergi objesine bağlı özellikler yön verebilir.

Üwe Brückner göre, (all design, 2014) konuşan mekanlar fikirlerden, objelerden ve hikayelerden olmuştur. Bu şekilde içeriği takip etmesi, kademeli olarak içerikle bütünleşen, yenilikçi ve özgün tasarım yaklaşımını harekete geçirir. Sergi esnasında, teşhire sunulan nesneler, sergilerin amacına yönelik olarak, sosyal ve kültürel sergiler de bir bölgenin maketi olabilmektedir (Duyar, 2011: 24). Tıpkı Atelier Brückner

tarafından 2014 yılında yapılan Devlet Arkeoloji Müzesi, İsviçre'nin Sakson Eyaletinin tarihini anlatmak için maketlere yer verir. Bütün bu nesneler sergide aktarılmak istenen bilginin akılda daha kalıcı bir yer edinmesine yardımcı olmak amaçlı kullanılır (Resim 35).



Resim 35 State Museum of Archeology, Atelier Brückner. Kaynak: <https://www.atelier-brueckner.com/en/projects/smac-state-museum-archaeology> Erişim tarihi: 26.06.2018

Durağan gösterim teknikleri ile oluşturulmuş sergilerde anlatımı güçlendirmek için yardımcı anlatım tekniklerinin başında maketler yer almaktadır. Sergileme teknikleri durağan, dinamik, tiyatral ya da skenografik gibi kendi içinde çeşitlilik gösterebilir (Duyar, 2011: 23-24). Önemli olan sergilemelere göre tercih edilen teknolojinin amacı doğrultusunda bir tasarım üretmektir. Bu değişkenlikler sergileme teknolojisinin seçimine doğrudan etki eder Moris Micka; sergileme teknolojileri için şunları söylemiştir: *“Multimedya bileşeni, çoğu sergi tasarımının kilit öğelerinden biridir. Teknolojiyi kullanarak, ziyaretçilerin ilgisini çekecek onları sunduğumuz hikayenin içine alacak bir mekan yaratmanın yollarından biridir”* (Heritage Magazine, 2017: 125).

Skenografik anlatım teknikleri için Uwe Brückner: Skenografi sanat eserlerinin bir sentezi olduğunu belirtmiştir. Skenografinin mekânsal tasarım ve içerdiği bilgiler arasında bağlantı kurulması gerektiğine değinen Brückner, tasarım ve içeriğin sergide tek vücut olmasının öneminden bahsetmiştir. “Skenografi sayesinde müzelerde, fuarlar, sergiler ve sanat enstalasyonlarında mekan başrol oynar ve çağdaş tasarım içinde içeriksel bir yaklaşım sergiler” diyerek skenografi sadece sahne ya da set tasarımı olarak açıklanamayacağını, mekanları konuşturan farklı bir çok disiplini içerisinde barındırdığının altını çizmiştir (all design, 2014: 119). İşte yaratıcı bir sergileme tasarımına kaçınılmaz bir biçimde anıtsal ve statik olmaktan çok, daha dinamik, deneyime dayalı ve teatral bir bakış açısıyla yaklaşılmalıdır (Kandemir ve Uçar, 2017: 25) Dolayısıyla seyircinin ilgisini canlı tutmak, düşünce kalıplarını kırmak ve onu etkilemek için her türlü anlatım yöntemi ve tekniklerinden özgürce yararlanılmalıdır (Gergin, 2013: 11).

2.4.4 Sergi İçeriğine Yönelik Tekniklerin Belirlenmesi

Özel bir teşhir estetiği barındıran vitrinler, sergilemelerde çokça tercih edilir. En sıradan nesneyi bile adeta sihirli bir değnekle çok özel, biricik ve büyüleyici bir nesne haline getiren vitrinler; benzersiz bir görsel güce sahiptir. Nesneyi hem dış etkenlerden hem de ziyaretçiden korurken, içindeki nesne ile izleyen arasında fiziksel bir mesafe yaratır (Artun, 2005: 20-22). Bu tarz bir sergileme, daha önceden hazırlanmış camlı kabinlerin içine yerleştirilme yöntemi ile oluşmaktadır. Işıklı, duvar ve mantar tipi vitrin çeşitleri gibi tercihler sergi içeriğinin gereklikleri doğrultusunda her geçen gün artmaktadır.

Üç boyutlu nesneler ile hikayenin desteklenmesini sağlayan dioromalı anlatım tekniklerinde, mumya ve mankenler tercih edilmektedir (Duyar, 2011: 25). İspanya'daki Aydınlanma ve Modern Çağ Müzesi, (Resim 36) Orta Çağ'ın teorik fikirlerinden aydınlanma ve modern bilime kadar ki dönemi kapsayan bir sergi içeriğine sahiptir. Benzersiz felsefe deneyimini mumyalarla destekleyen bu müze, ziyaretçilerini düşünce yolculuğuna çıkarır.

Sergide kullanılan mankenler, anlatımı görsel olarak destekler ve izleyicinin nesnelere birebir temas etmesine izin veren koşullar yaratır. Bu türdeki teşhir ürünleri için sergileme araçları tasarlanırken, nesnelerin hacimsel özellikleri dikkate alınmalıdır (Duyar, 2011: 25).



Resim 36 Museum of Enlightenment and Modern Age, Valence, Spain, 2000

Boris Micka Associates. Kaynak: <http://www.borismicka.com/museum-of-enlightment-and-modern-age-valencia-spain/> Erişim tarihi: 26.06.2018

Sergilerde kullanılmak üzere sipariş verilen diyaromalar ve mumyalar gerçek boyutlarında olabileceği gibi belli ölçeklerde küçültülerek de yapılabilir. Böylelikle sergi mekanında bulunan grafik ve görsel tasarımlar ile sergilemeye hizmet eden temel alanlar bütünlük oluşturur (Erbay, 2011: 89-96).



Resim 37 Avcı Mimarlık, Lipikum Exhibition, Slovenya, Lipico, 2011. Kaynak:

<http://avciarchitects.com/tr/proje/lipikum/> Erişim tarihi: 26.06.2018



Resim 38 Avcı Mimarlık, Lipikum Exhibition, Slovenya, Lipico, 2011. Kaynak:

<http://avciarchitects.com/tr/proje/lipikum/> Erişim tarihi: 26.06.2018

“Dinamik sergileme teknikleri özel hazırlanmış düzenekler gerektirir. Bu düzenekler dinamik gösteri odaları, sesli yönlendirmeler, film, video ve diya gösterileri, hareketli modeller canlı yorumcular, bilgisayar destekli sunumlar, simülatör, interaktif gösterimler, video diskleri ve dramalar dinamik sergileme teknikleri olarak adlandırılır” (Erbay, 2011: 99). 2011 yılında Avcı Mimarlık tarafından yapılan (Resim 37 ve 38) Lipikum sergisi, deneyimsel bir müze olarak tasarlanmıştır. Sergide Lipizzaner atlarının hikayesini, objelerle olduğu kadar, video, ses ve interaktif gösterimlerle de kurgulayan dinamik bir sergileme tasarımıdır.

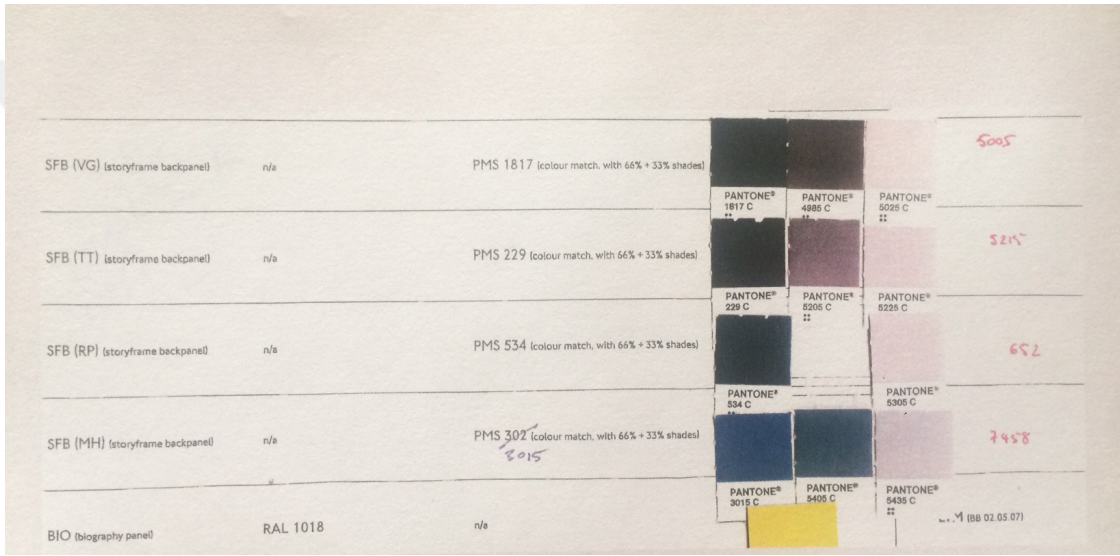
Gösteri odaları, interaktif sistemler, panorama, simülatörler, animatronik sistemler ve tiyatral yöntemler hologramlı sunumlar eşliğinde özellikle çocuk ziyaretçileri etkilemeyi amaçlar. Yapılan araştırmalarda çıkan sonuçlar; dinamik gösterim tekniklerinin daha etkili öğrenme sağlayıp, merak uyandırdığı eser/obje hakkında limitsiz bilgiyi sınırlı zamanda aktarmasıyla geleneksel sergileme tekniğinin önüne geçmiştir (Erbay, 2011: 99-114).

2.4.5 Malzeme Seçimi

Leornard, ve Amborse’a göre, malzeme seçimi, bir sergi projesinin başarılı veya başarısız olmasını belirleyebilir (Leornard, Amborse, 2015: 120). Bu nedenle malzeme seçiminde tasarımcı pek çok kriteri göz önünde bulundurmalıdır.

Sergileme tasarımcıları için mevcut olan malzeme; yeni tedarikçiler ve malzeme veritabanları ile her zamankinden daha fazla seçenek sunarak artmaya devam etmektedir. Sergileme tasarımcısı malzeme seçerken tasarımın gerekliliğinin dışında, yangın faktörünü de düşünmelidir. Çoğu müze, son derece değerli koleksiyonlara sahiptir. Bu yüzden kullandıkları tüm malzemelerin, yangın performansı önceden kontrol edilmiş olmalıdır. Sergileme tasarımcısı sürekli olarak kullandıkları malzemelerin paletlerini geliştirir ve sadece gerçekleştireceklerinden emin olduklarını müşteriye sunarlar.

Malzeme seçimi yapılırken, renk unsuru da konuşulmalıdır. Pantone renkleri, tasarımcılar tarafından standart bir referans sistemi olduğu için sergileme tasarımında da kullanılır. Renk referansını kullanma süreci basittir. (Resim 39) Renk seçen tasarımcı, renk kodunu not ettikten sonra teknik resimin üzerine yazmalıdır. Çünkü sergi paydaşlarının içinde yer alan ve teknik konularla ilgilenen sorumlu kişi, buradaki notları referans alabilecek ve uygulama öncesi hazırlıklar için malzemeleri tedarik edebilecektir (Hughes, 2010: 170-173).



Resim 39 Malzemedeki Pantone Renk Seçimleri, Kaynak: (Hughes, 2010, s175)

Alternatif malzemelerin kullanımı, tasarıma farklı özellikler katabildiği gibi onu saklanmaya değer daha da lüks bir eşya haline getirip tasarımın da ömrünü uzatabilir (Ambrrosa, Harris, 2013: 158). Kullanılması öngörülen malzemelerin maliyet ve kaynak araştırmaları bu noktada önem arz eder. Eğer seçilen malzeme nadir ve pahalı ise üretim maliyeti yükselip, müşteri ya da kullanıcının ödeyeceği ücret arttırılacaktır.

Malzemelerin amaca uyup uymadığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Pek çok sergileme tasarımcısı, bu tür kaygıları iş tasarlandıktan sonraya bırakır. Oysa bu bir hatadır. Çünkü işin nasıl yapılacağı hakkındaki bilgi, tasarımları beklenmedik şekilde etkileyebilir (Leonard, Amborse, 2015: 120).

Sergileme tasarımcısı, vinil baskı grafikleri gibi malzemelerin haricinde deneysel materyaller üretme konusunda da yeteneklidir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 116). Bek Tasarım tarafında 2008 yılında yapılan sergileme tasarımında, (Resim 40) Sedat Hakkı Eldem'in 16-24 yaş arasında, mimar olmaya hazırlandığı döneme ait çalışmalar yer almıştır. Sedat Hakkı Eldem'in mimar olarak "kullanıma" girmediği bu dönemi bir tür "inşaat" dönemi olarak ele alan sergide, sergileme tasarımının temel malzemesi olarak ondüle levhaları kullanılmıştır (Bek, 2012: 43). Farklı malzemeleri hikaye örgüsü içinde tercih eden sergileme tasarımcısı, hem uygulama üzerinde kafa yormuş, hem de malzemeyi hesaba katmıştır (Ambraso, Harris, 2013 :168).



Resim 40 “Sedad Hakkı Eldem I / Gençlik Yılları” Sergisi için Sergileme Tasarımı 2008.

Kaynak: (Bek, 2012, s43)

III. BÖLÜM:

SERGİLEME TASARIMINDA YARATICI UYGULAMA

III. BÖLÜM

SERGİLEME TASARIMINDA YARATICI UYGULAMA

3.1 Tasarım Aşaması

Tasarım, sınırlı ve durağan olmamakla beraber değişken, adepte olabilen ve farklı ortamlarda işe yarar olmalıdır. Tasarımın başlangıcında amaçlanandan daha fazla yol almasını sağlayan “bacaklara” gereksinim vardır. Bu tasarımcıya, tasarımının üzerinde düşünmek durumunda bırakır.

Sergileme tasarımcısı, hem tasarımı nasıl yapacağını düşünen hem de tasarım sürecini tasarlayan ve planlayandır. Bunun için öncelikli işi, tasarım aşamasında, yön bilginin anlama evresini tamamlamış olup, geliştirme aşamasındaki ihtiyaçları belirledikten sonra projeyi tasarıma dönüştüren süreci planlamaya başlamalıdır (Ambrosa, Hariss, 2013: 10-136-138). Sergileme tasarımcısı tasarım sürecini, tek bir tasarım yönetiminin yerine her projede probleme ve amaca uygun bir çözüm belirleyerek gerekli teknolojilerle çalışmaktadırlar. Sergileme tasarımcısının da hangi programı tasarım sürecinde tercih edeceği konusu, programın ara yüzünün işlevselliği, tasarımcının kişisel tercihi veya yazılımın tasarlanacak formu yaratmadaki başarısı göz önüne alarak tasarım süreci tasarlanmalıdır (Sevgi, 2013: 17).

Tüm hazırlıklar iyi bir tasarım süreci içindir. Bu hazırlıktan sonra alınacak tasarım kararları, sergilemenin genel görünümünü hazırlar. Ancak atlanmaması gereken önemli bir nokta da; gerçekten başarılı sergi, bir santimetresi dahil olmak üzere boşa harcanmamış olanıdır (Doherty, 2010: 33).

3.1.1 Grafik Tasarım Çalışmaları ve Yerleşimi

Bir sergi için grafikler, tema ya da hikayeden ortaya çıkmaktadır. Grafikler herhangi bir gösterimin ayrılmaz parçası, üç boyutlu tasarım ile birlikte daima kol

koladır. Grafikler sergileme tasarım sürecinde, bazen bütçelerin düşük olduğu sergiler veya yeni bir alan yaratma gibi durumlarda, ana unsurlar olarak kabul edilir. Sergide yer alan tüm bölüm ve duvarların sıfırdan inşa edilmesi gereken durumlarda ise; rolleri az gibi gözüktür. Ancak oldukça çoktur. Çünkü grafikler, görsel iletişimin önemli bir parçasıdır. Bu yüzden metinlerin uygun şekilde ele alınmaması, iyi bir sergileme tasarımında olumsuz, yanlış kullanıldığında ise, ziyaretçiler için en olası zorluk sebebidir. Bu durumun önüne geçilebilmesi; grafik tasarımcıların özellikle layout ve tipografi bilgilerinin sergilere aktarılmasından geçmektedir. Bir sergileme tasarımında çalışan grafik tasarımcılar, bazen sergileme tasarımcısı olarak görev üstlenirler. Sergi grafiklerini normal baskı yöntemlerine göre çok daha farklı ve çeşitli şekilde ele alırlar. Malzeme ve montaj konusunda da ayrıca bilgilidirler. Dolayısıyla, bu konuda uzman olmayan tasarımcılar, sergi sürecinde yabancılık çekebilmektedir (Hughes, 2010: 102).

3.1.2 Yazı Tipi ve Okunurluluk

Sergiler için yazı tipini seçmek hiç bir zaman kişisel tercih meselesi değildir. Seyircilerin spesifik ihtiyaçları, sergilerin içerisinde içerik düzenlemesi ile birlikte düşünülmesi gereken bir süreçtir. Çünkü yazı gözlerle izlenmektedir. Bu nedenle metin; miktar ve boyut, okuma mesafesi, tipografik üretim ve sergi alanın konfigürasyonu için önemli bir öğedir. Yazı karakterlerinin, kendisine has bir ruh hali vardır (Carter, vd, 2000: 46-47). Bunun sebebi, yazı karakterlerinin temsil ettikleri kelimelerin haricinde, hikayeleri anlatan ve ziyaretçi üzerinde çeşitli duygular uyandıran kişiliklere sahip olmasıdır. Örneğin, bazı yazı karakterleri ciddi bir duruşu varken, bazıları ise dimdik ve tutucu görünür, bazılarıysa eğlenceli, maceracı ya da gençlik dolu bir izlenim yaratabilmektedir (Ambraso, Haris, 2013: 118). Bu bilgiler ışığında, Pattu Mimarlığın 2015’de gerçekleştirdiği sergileme tasarımı, (Resim 41) Türk sinemasının yüzyıllık dönemini ve hafızasını görünür kılmayı hedeflemiştir. Özellikle, sinemanın parlıtlı ve büyülü dünyasını, kullanılan yazı karakterini, aydınlatmadan destek alarak eğlenceli bir biçimde ziyaretçiye yansıtmıştır. (Resim 42) Smithsonian Enstitüsü'nün Afrika Ulusal Amerikan Tarihi ve Kültürü Müzesi, Afrika kökenli bir Amerika'nın tarih ve kültür

hikayesinin, anlatıldığı bir bölümde, tırnaksız bir font kullanarak değişimi ve aktivist tutumu ortaya koymaya çalışmıştır.



Resim 41 Yüzyıllık Aşk Sergisi 2015. Kaynak: <http://www.pattu.net/project/detail/id/78/> Erişim tarihi: 26.06.2018



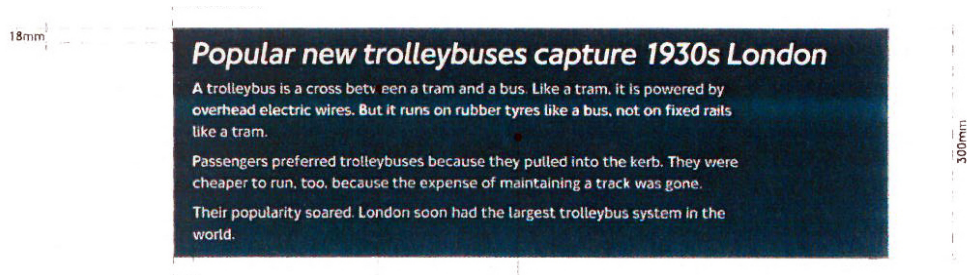
Resim 42 Smithsonian Institution's National Museum of African American History and Culture,

“Smithsonian Enstitüsü'nün Afrika Ulusal Amerikan Tarihi ve Kültürü Müzesi” Kaynak:

<https://www.csmonitor.com/The-Culture/2016/0918/National-Museum-of-African-American-History-and-Culture-opens-Why-now> Erişim tarihi: 26.06.2018

Ancak sergilerde serifli yazı karakterlerin kullanımı sergileme tasarımı gibi uzaktan anlaşılması gereken durumlarda; harf algısında dağılma etkisi yaratarak, okunurluğu güçleştirebilir. Dolayısı ile tipografi, değişen uzaklıklara göre algılanabilir boyutta olmalı ve yazı karakter seçimi dikkate alınmalıdır (Aktaran Demir, 2006: 36-37). Sergi metnin uzunluğu hakkında karar vermeden önce basit temel bir soru sorulmalıdır. İçeriğin hikayesi ve doğal (olağan) uzunluk nedir? Hangi yazı karakteri kullanılacak? Serginin bilgi panellerinin ve boyutu ve yüzeyleri nedir? Metin hangi mesafeden okunacaktır? (Carter, vd, 2000: 38-39). Tüm bu soruların cevapları tipografi ve sergi grafiklerindedir.

Grafik tasarım içerisinde önemli bir yer tutan tipografi, sergileme tasarımında da aynı önemi korumaktadır. Allwood ve Montgomery; insanların sergilemelerdeki yazıları hızla gözden geçirmek istediklerini vurgulamış, bu nedenle yazının anlaşılır ana başlıklara sahip olmasının iletinin hatırlanırılığını kolaylaştırdığına değinmiştir. Ayrıca ana ileti başlıklarının okunurluğu kolay olması, ikincil iletilerin de okunmasını sağlamaktadır. Böylelikle yazının rahat okunması aynı zamanda tasarımın da etkili bir biçimde algılanacağından söz etmiştir (Aktaran Demir, 2006: 34-35). Sergideki bilgi panellerinin oluşumunda tasarımcı, titiz bir yol izlemektedir. Çünkü bilgi panelleri, tipografi ve metin ilişkisinin sağlıklı bir biçimde yer alacağı zeminlerdir. Bu bağlamda örnek olarak (Resim 43) Londra Ulaşım Müzesi'ndeki bilgi panelleri, üst bilgi ve gövde metin arasındaki iyi düzenlemeler ve ayrıntılardan oluşmaktadır. Bilgi panellerindeki iyi yazılmış metinler ve ana iletiler, ziyaretçilerin sadece başlıkları okuyarak bile bir sergi hissi kazanmalarını sağlar. Ziyaretçi daha fazla öğrenmek istiyorsa, aşağıdaki açıklayıcı metinleri okumaktadır (Hughes, 2010: 108).



Resim 43 Londra Ulaşım Müzesi, Bilgi Panosu. Kaynak: (Hughes, 2010, s108)

Başarılı bir satır uzunluğu, okumadaki ritmin oluşumunu önemli ölçüde etkiler. Çok kısa satır arası, göz hareketi gerektirdiğinden okuyucu yorulabilir. Çok uzun satırları ise satır başlarına geri dönmeyi zorlaştırır. Bu nedenle harf, kelime ve satır aralığı sergileme tasarımında özellikle önemlidir (Carter, vd, 2000: 32-33-36-37). Dolayısı ile, grafik panellerin düzenlemesi, bu bilgiler ışığında ele alınmalıdır. (Resim 44).



Resim 44 Londra Ulaşım Müzesi. Bilgi Panosu Kaynak: (Hughes, 2010, s111)

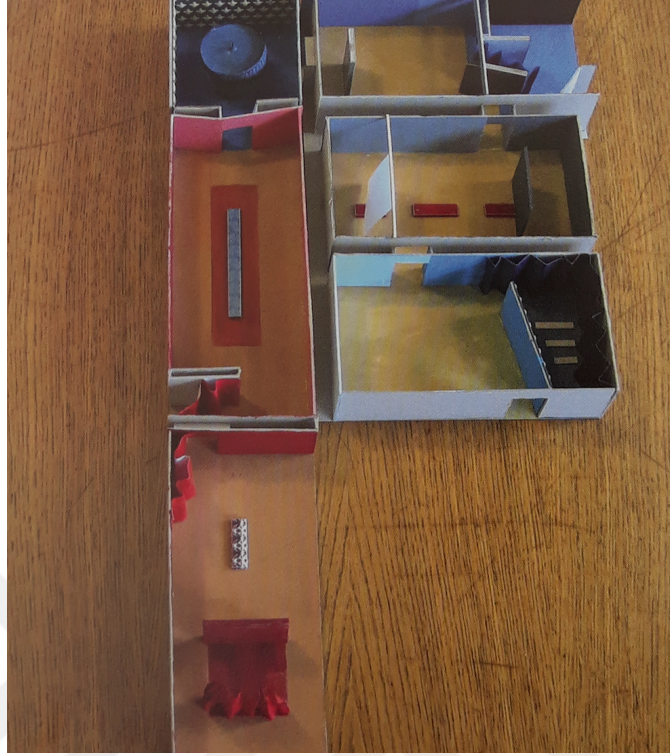
“Harflerin ölçeği punto ile kontrol edilir. Gerekli punto büyüklüğü, görme uzaklığı ve mevcut ışığa göre değişir. Bir yazının minimum gövde ölçüsü 18-36’dır. Bununla birlikte taslak modeller yapılırken gerçek büyüklüğün kullanılması kararların alınabilmesi açısından faydalı bir yöntemdir”(Locker, 2013: 114).

Sergi sürecinde metin, hikayeyi bu noktada, ziyaretçiye iletmeye yardımcı olmak için kullanılır. Zaman içerisinde yaşaması gereken tipografi, sergileme tasarımında belirgin bir rol oynar (Carter, vd, 2000: 38- 44).

Aydınlatma ve değişen çevresel koşullar nedeniyle sergileme tasarımında renk faktörü de ön plana çıkmaktadır. Yazının rengi ve arka plan arasındaki ilişki, belirli renk değerlerini ve renk sıcaklıkları göz önünde bulundurularak seçilmesi gerekir (Carter, vd 2000: 41). İçerikle iletişim halinde olan grafikler, tarihsel yazı karakterleri, renk kombinasyonları serginin hangi dönemden seslendiğini belirler. Bu nedenle, renk unsuru sergileme tasarımında etkilidir. Dernie'e göre, renk faktörü yaratıcı kullanım, etkili gösterim şekilleri ve okunaklı yapısıyla bir serginin oluşmasını sağlar. Özellikle, ziyaretçilerin deneyimine dayalı, etkili iletişim kurma, ve canlandırma gerektiren bölümlerde ön plandadır. Sergi tasarımında renk kullanımı; içeriğe, serginin niteliğine, alan ölçeğine ve aydınlatma stratejisine bağlı olarak farklılık göstermektedir. Dolayısıyla sergileme tasarımı grafik ve renk unsurlarını sentezleyerek, bilgi iletişimini pekiştirir (Dernie, 2006: 160).

3.1.3 Ölçeklendirme ve Maket Uygulaması

Birçok tasarımcı için, etkileşim iyi bir serginin anahtarıdır. Bir sergi stratejisine karar verildiğinde, çoğu tasarımcı tasarımlarını ölçek, modeller, eskizler ve kabaca çizimler kullanarak geliştirmeye başlar. Sergi alanındaki tüm kısıtlayıcı engeller ya da her ne yükseklik varsa hepsinin bilinmesi önemlidir. Çünkü bir sonraki aşama, serginin genel görüntüsünü test edebilmek için üç boyutlu çözümler oluşturmak ve modelleme yapmaktır. Bazı tasarımcılar, tasarım konsepti hakkında bilgi edinebilmek için kabaca kavramsal modeller yaparlar. Bu yüzden modeller, tasarımcının düşüncesini özgürleştiren ve bir alana müdahale etmesine izin veren hazırlık çalışmasıdır (Hughes, 2010: 85-88). Gotik Kabuslar adlı (2006) serginin birbirine bağlı sergi mekanlarının modeli, tasarımcının mekanı üç boyutlu olarak görmesini sağlamaktadır (Resim 45).



Resim 45 Gotik Kabuslar adlı Sergi Maketi 2006, Kaynak: (Hughes, 2010: s88)

Düşüncelerin ölçek ve modelli olması, soyut bir düşünce hakkında, tartışmadan çok fazla şey söyleyecektir. Geleneksel olarak, maket ve modeller, üç boyutlu projelerle ilişkilendirilmektedir. Bir model, ağırlık, ölçek ve duyguyu göstermektedir. Serginin son parçalarının orantılarını yansıtacak ve sergiyi sonuçlandıracak bir şey yapmak, işin görüleceği ortama dair bir görüntü sunmaktadır. Bu önemlidir. Çünkü sergileme tasarımcısının sergi ekibi ile beraber, üzerine yorum yapacakları ve tartışacakları somut bir şeyleri olacaktır. (Leornard, Amborse, 2015: 174)

Tasarımcı için bir fikir önemli olduğu kadar fikri üretmek üzere kullanılacak medyanın ve malzemenin seçimi de önem taşımaktadır (Taşcıoğlu, 2017: 129). Tasarımcı için bu önem, sergileme elemanlarının tasarımda ziyaretçiye ait bedensel ölçülerinin, doğru kavranmasını, ziyaretçinin teşhir ürünü ile olan iletişimi sağladığını farketirir. Örneğin arkeolojik kalıntılarının sergilendiği rahle tipi bir vitrinde; vitrinin eni, boyu ve yüksekliği, izleyeceğinin fiziksel boyutlarına uygun olmalıdır. Ziyaretçi

vitrindeki objeleri inceleme esnasında rahatsız olmayacak şekilde hazırlanmış ölçülere sahip üniteler tasarlanmalıdır (Duyar, 2011: 30). İsviçre'nin Milli Arkeoloji Müzesi, "Homo, Natura, Terra" adlarına sahip, tematik üçleme bir sergi olarak düzenlenmiştir. 100.000 yıllık insanlık tarihine 1300 adet nesne ile bir bakış sunan sergi, vitrinlerdeki nesnelerin ziyaretçiler tarafından rahatça görülmesi için tasarlanmıştır (Resim 46).



Resim 46 Archaeology Switzerland National Museum 2016 Zurich, İsviçre Milli Arkeoloji Müzesi, Atelier Brückner. Kaynak: <https://www.atelier-brueckner.com/en/projects/archaeology-switzerland-national-museum> Erişim tarihi: 26.06.2018

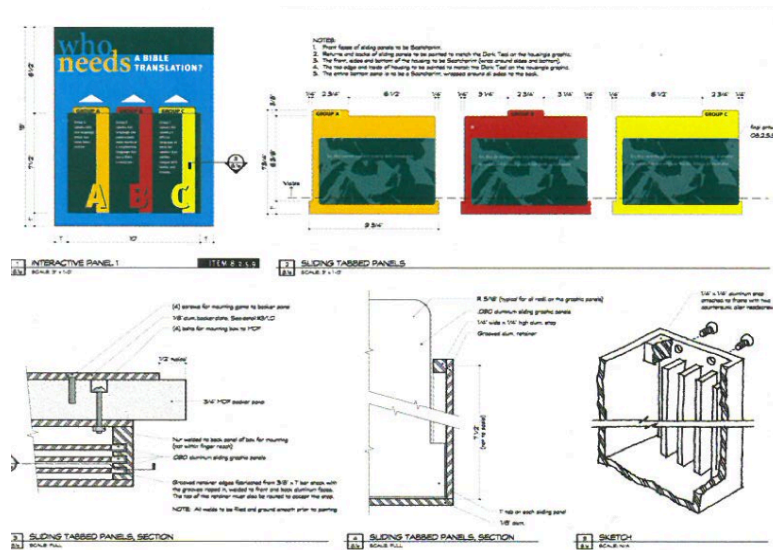
Her tasarım ürünüde olduğu gibi, sergileme araçlarının tasarımı da kullanıcıya uygun biçimlerde yapılmalıdır. Sergileme araçlarının ölçü ve biçimleri, onu kullanacak olan insanın vücut ölçülerinde olmalıdır. Bu detay; tasarımın kilit noktasıdır (Duyar, 2011: 27-28).

Valerde, normal görüş alanının, zeminden yukarı 90 cm ve 200 cm arasında olduğunu ve önemli iletilerin bu alana yerleştirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Dolayısıyla sergilemede yer alan bütün öğelerin uyum içinde yaşıyor olmasının yanı

sıra, arka plandaki zemin, yükseklik, yerleştirme, aydınlatma gibi ayrıntılar, görme alanını belirleyerek algılamayı yönlendirebilmektedir (Aktaran Demir, 2006: 33).

3.1.4 Sergi Kurulum ve Üretim

Sergi kurulum ve üretim tasarım aşamasının bir parçası olarak sürdürülür. Serginin üretim ve kurulum amaçlı hazırlanan dökümantasyonları, genellikle her tasarım detayının çizimlerle ifade edildiği inşaat evrakları ile karıştırılır. Ancak tasarım amaçlı dökümanlar, sergilemenin sayısız uzmana nasıl görünmesi gerektiğini açıklayan ortak bir iletişim medyumudur. Dolayısıyla sergi metni ile tasarım amaçlı dökümanlar, birçok ayrıntıya sahiptir. Ek olarak dahil edilmesi gereken iki önemli husus ise, ölçek ve malzeme spesifikasyonudur. Bu önemli iki hususu anlamış olarak yola devam eden tasarımcı, farklı alanlardaki uzman ya da tasarımcı görüşlerini, en doğru biçimde kavrar ve iletilebilir. Sergileme tasarımı söz konusu olduğunda, tasarımcılar ve üreticiler arasında heyecan verici bir işbirliği ortamının oluşması son derece önemlidir. Bir sergileme tasarımcısında ihtiyaç duyulan en önemli beceri, dökümantasyon bilgisine sahip olması değil; tasarımda gerçekleştirmek istediklerini bildirme yeteneğine olan güvendir. Bu nedenle, bir serginin dökümantasyon belgelerini hazırlamanın en heyecan verici yönlerinden biri, bir üretici ile çalışmaktır (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 130-131).



Resim 47 İmalat Dosyası Kaynak: (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010 s130)

Bir sergi üreticisinin rolü, gerçek bir sergiyi spesifik bir şekilde görselleştirmek olduğundan, tasarımcı ve müşteriyle iyi bir diyalog kurmak için bir takım iletişim araçlarına ihtiyacı vardır. (Resim 47) Bu araçlar, imalat dosyası yani inşa edilecek olan serginin yapı çizimleridir. Bu belge ile birbirlerini çok daha iyi anlayacak olan taraflar için süreç daha hızlı ve doğru ilerlemektedir. İçeriği, sergi unsurlarını mümkün olduğunca ayrıntılı olarak açıklayan metinler, sunum paftaları ve prototiplerden oluşmaktadır. Bir serginin nasıl bir araya getirelebileceğini gösteren çoğu çizimler, sergiyi yeterince anlatmayabilir. Bu gibi durumlarda üreticiler, sergi detaylarının prototiplerini istemektedirler (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 130-131).

Bir sergi müşteriye teslim edilirken, tasarım ekibi ya da sergileme tasarımcısının son ve en önemli sorumluluğu serginin nasıl yönetileceği ve yürütüleceği ilgili açık ve duru ifadelerden oluşan bir bilgi dosyası hazırlamasıdır. Bu dosya, sergiye nasıl girileceğinden, ampül değiştirmeye, iletişim bilgilerinden tüketim malzemelerinin ikmaline kadar herşeyi içermelidir. Multi medya ekipmanlarının yönetimi ve bunların tedarikçilerinin iletişim bilgileri de olmalıdır. Kalıcı sergilerde tüm alanları kapsayan bakım sözleşmelerinin yapılması da gittikçe artan ortak bir yöntemdir (Locker 2013: 159).

Sergileme tasarımcısı, sergiyi üretecek olan üreticiyi seçmekten daha fazlasını yapmaktadır. Çünkü serginin sadece kağıt üzerinde güzel bir tasarım olması değil, bu niyetin fiziki bir formda olmasıdır. Üreticinin temel hedefide bu yöndedir. Bu yüzden, üretici ve sergileme tasarımcısının başarılı bir iletişim kumasının anahtarı, sadece paylaşılan bir vizyon ve iş değil aynı zamanda da birbirlerinin yeteneklerini anlamadan geçmektedir. Sergileme tasarımcısının üretim seçimi ve sergiyi üretecek olan üretici firmayla çalışabilmesi, özellikle karşılıklı saygı ile başlar (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010).

Tasarımcılar genellikle üç ya da beş üretici firmaya teklif vererek aralarında seçim yaparlar. İşin ne kadar büyük olduğunu, ne kadar zaman harcamak istedikleri üst düzey personeli ile görüşmelere bağlıdır. Bir çok tasarımcı ihaleler için sıkı bir hazırlık

yaparlar. İyi bir tasarım teklifi, tasarım yaklaşımını iletmek için yeterli bilgiye, ekipman, malzeme ve ebatlara göre değişiklik gösterebilirler ancak her imalat detayı ayrı düşünülmesi gerekir.

“Tüm tasarım projelerinde olduğu gibi en zor ve sinir bozan kısım, işin müşteriye teslimidir. Sergi tasarımcısının, serginin düzgün ve etkin bir şekilde yönetileceğinden ve yürütüleceğinden emin olması gerekir” (Locker, 2013: 158).



Resim 48 “Babalı’nın Kapak Ressamları” Sergi Kurulumu. Kaynak:

<https://www.behance.net/gallery/17445087/Babalinin-Kapak-Ressamlar-Sergi-Kurulumu> Erişim tarihi:

26.06.2018

Deneyimli bir üreticiden çok tasarımcı tecrübesi, kendi tecrübelerini kullanarak yaklaşımlar geliştirir. İyi bir üretici, fiyatları düşerecek metaryel veya yaklaşımlar önerebilir. Eğer sergileme tasarımcısı ve üretici firma arasındaki güven bağı kurulmuşsa tasarımcı bu önerileri dikkatlice dinler ve uygulayabilir (Lorenc, Skolnick, Berger, 2010: 134-135).

Her ne kadar sergi sektörü, inşaat sektörü ile benzer özellikler taşıyorsa da, birçok farklı uygulamayı içerir. Sergi kurulum ve inşaatında hız hayati önem taşır ve çoğu

sergi tasarımcısı dikkatli hazırlık ve planlama ile bu süreleri kısaltır. Durmaz’a göre; sergi süreciden ne kadar iyi bütçe, ne kadar iyi zaman, ne kadar iyi partnerler ve çözüm ortakları ile çalışılırsa, daha hızlı yol alınmaktadır (EK, 01 2017: 97- 99). Bu bağlamda Babıali’nin Kapak Ressamları Sergisi dört gün kapak taramaları, bir hafta metnin yazılımı, sergileme tasarımının yapılması ve İzmir’den İstanbul’a montaj ekibi ile birlikte gidilip serginin montajının yapılması dahil olmak üzere a’dan z’ye her şeyi ile on günde bitirilmiştir (Resim 48).

Pek çok mekan, kapalı oldukları süreyi en aza indirmeye çalışır ve sergi kurulum ve söküm işlemlerini kısa süreler içinde yapar. İnşaat, grafikler, ve multimedya ve aydınlatma kurulumlarının ise zaman çizelgesi olmak zorundadır. Çünkü bir sergileme tasarımcısı, serginin nasıl taşınıp yerleştirileceğini düşünmelidir. Örneğin, büyük inşaat çalışması gereken sergilerde, ulaşım için malzemeler ve teknik kurulumlar daha küçük parçalara ayrılarak sergi alanına taşınmalıdır. Özellikle müzeler, montaj ve inşaat çalışmaları için kısıtlı kapılara ve girişlere sahiptir. Dolayısıyla tasarımcı bu durumu en başta ele almak zorundadır (Hughes, 2010: 194).

3.2. “1970’lere Gitmek: Uluslararası İzmir Fuarında Bir gün” Sergisi

Kentsel hayatın, kültürel etkinliklerin ve ulaşım ağlarının kesişim noktasında yer alan İzmir Fuarı, Kurtuluş Savaşından başarıyla çıkan bir ulusun ekonomik açıdan da bağımsızlığını elde edebilme, ekonomik açmazlardan çıkabilme savaşın önemli bir adımı ve göstergesi olarak kabul edilmiştir. Kültür park çevresi 20. Yüzyıl boyunca yoğunluklu olarak gayri Müslim azınlıkların yaşadığı bir kent parçasından bir yangın yeri ne oradan da Türk ulusal kimliğinin ve ülkenin iktisadi ve kültürel gelişimin mekansallaştığı bir kent parkı ve önemli bir fuar alanına dönüşmüştür.

Cumhuriyet döneminde, 1922 yangınıyla ortaya çıkan boşlukta, bir kent parkının inşa edilebileceği ve burada bir fuar yaratılabileceği düşüncesiyle tesis edilen İzmir Enternasyonal Fuarı ve Kültürpark, 1936 yılındaki açılışıyla kent ve ülke çapında bir hafıza mekanı haline gelişmiştir.

İzmir Enternasyonal Fuarı'nın doğuşu, Mustafa Kemal Atatürk'ün emriyle gerçekleşen kongrede şekillenmiştir. İktisat Kongresi ile eş zamanlı bir ticari ürünler sergisinin gerçekleşmesiyle Atatürk, sergi beğenmiş detaylıca incelemiş ve her yıl tekrarını ve geliştirilmesini istemiştir. Bu süreçleri takip eden birçok sergi açılmış ve nihayi olarak fuar olma yolunda ilk adımları atılmıştır. Bir yandan müzelerin inşaatları devam ederken diğer yandan paraşüt kulesi, fuar alanındaki pavyonların çevresine yollar, havuz, gazinolar, ve bahçeler hazırlanmıştır. Aynı zamanda kültür pavyonu, parkta ki sergileme kültürü mekanlarını anlamak için de iyi bir örnek ve modern Cumhuriyet'in sunulmasının önemli bir vitrini olmuştur.

20 Ağustos 1937 yılında İzmir Enternasyonal Fuarı adını alarak uzun yıllar boyunca ziyaretçilerin buluşmaya noktası haline geleceği bir mekana dönüşmüştür. İzmir Fuarının kurulması, eğlence sektörüne de yeni bir boyut kazandırmış; fuarın içerisinde birçok sayıda gazino ve gece kulüpleri de yerini almıştır. Hiç kuşkusuz en şatafatlı ve renkli yıllarını 70'lerde yaşayan Fuar, pek çok sanatçının adeta yer bulmak için kıyasıya yarışa girdi önemli bir platforma dönüşmüştür. Zeki Müren'den Yıldız Kenter'e, Müzeyyen Senar'dan, İsmail Dübellü'ye, sirklerden, tiyatrolara, konserlerden pek çok sergilere ve çeşitli kültürel etkinliklere ev sahipliği yaparak hem ulusal hem de uluslararası mecrada yer edinmiş, ülke tanıtımına büyük katkılar sağlamıştır. Dolayısıyla Cumhuriyetin en önemli eserlerden biri olma niteliği kazanmıştır.

Tam da bu nokta da kültür Park'ın belligini okumak ve yeniden yaşamak daha da büyük önem kazanmaktadır. Çünkü, yıllar geçtikçe kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması fuara olan ilgiyi de zamanla azaltmıştır. Eski parlak günlerini aratsa da hala pek çok kişinin uğrak noktasıdır. Dolayısıyla geçmişle ilişki kurmamızı sağlayan ve onun temsili olan bellek, geçmişin parçalarının her hatırlama sürecinde tekrar ve yeniden bir araya getirilmesi ile oluşmakta ve zihinlerimizde bu seyir noktasını canlandırabilmektedir. İşte 1970'lerdeki İzmir'in eğlence hayatının nasıl olduğunu o yılları yaşayan ve yaşamamış olan insanlara aktarmanın en iyi yolu bir anı tutucu olan "sergileme" ile gerçekleştirilebilir. Bu nedenle, Proje, 70'ler de altın çağı yaşamış olan

Kültürparkı ele alarak, günümüzde fuar hayatının önemine dikkat çekmeyi ve geçmişten yeniden yaşatmayı hedefler.

3.2.1 Sergi Bölümleri

Tezin oluşum süreci, grafik tasarım disiplininin yetişen bir tasarımcının sergileme tasarımı içerisinde izlediği aşamalar üzerine odaklanmıştır. Araştırmaların ışığında, bu sürecin sergi ekipleriyle beraber yürütülen büyük ölçekli projeler olduğuna değinilmiş; sergileme tasarımında hikaye anlatısının sergi içindeki önemi vurgulanmıştır. Buradan hareketle ortaya çıkan sergi projesi hikaye anlatısı kadar konusu ve kavramsal çerçevesinin önemi üzerinde durulmuştur.

Serginin bu bağlamda “1970’lere Gitmek: Uluslararası İzmir Fuarında Bir Gün” başlıklı sergi projesinin oluşumu 2016-2017 İzmir Enternasyonal Fuar dönemine denk gelmiştir. Son yıllarda yapılaşmaya açılıp açılmayacağı konuşulan kültür park, sergi projesinin ana hatlarının oluşmasına etki etmiştir. Sergi projesinin fikir aşaması, İzmir Gazeteciler Derneği başkan yardımcısı ve Gazeteci Tayfur Göçmenoğlu ile yapılan ikili görüşmelerle şekillenmiştir. Bu görüşmelerin ışığında, fuar hayatının öneminin bir sergileme tasarımı ile ortaya konmasına karar verilmiştir. Bu anlamda serginin görsel verilerinin büyük bir kısmı ve bu verilerin bilgileri (sergi metinleri) Tayfur Göçmenoğlu tarafından temin edilmiştir. Serginin, sergi bölümlerinin oluşumu ve yönlendirilmesi için bir küratör ile çalışma gerekesinimi duyulmuş; bu anlamda Küratör ve Koleksiyoner Derya Manav, tecrübeleri ile serginin konseptinin oluşumunda ve sergi bölümlerinin gelişiminde yer alarak destek vermiştir. Serginin bu aşamasından sonra sergileme tasarımcısı tarafından grafik tasarım çalışmalarına geçilerek, serginin hikaye örgüsü doğrultusunda uygulama çalışmaları tamamlanmıştır. Sergi mekanının 3D modellemesini Sanat Yönetmeni Amir Ahmadoghlu, sergi mekanının içinde yer alan fuar alanının maket modellemesi Endüstri Ürünleri Tasarımcısı Selin Özgür tarafından yapılmıştır. Sergi projesi toplamda bir koleksiyoner bir küratör bir sergileme tasarımcısı bir endüstriyel tasarımcı ve yeni medya alanında çalışan sanat yönetmeninden oluşan bir ekipten meydana gelmektedir. Sergi için seçilen mekan,

fuarda halen varlığını koruyan Pakistan Pavyonudur. Fiziki yapısı nedeniyle var olan biçim ve kolonları da tasarım unsurunun bir parçası olarak görerek mevcut olan alanlar tasarıma dahil edilmiştir.

Sergi bölümleri, ilk olarak mekanın fiziki yapısını göz önüne alarak iki ana bölümden oluşturulmuştur. Ziyaretçisini 70'li yıllara götürmek isteyen sergi, bu iki bölümü fuarın gece ve gündüz eğlenceleri üzerinden kurgulamıştır. Serginin bir kısmı fuar'ın renkli akşamlarını ziyaretçisine gösterirken; bir diğer kısım ise gündüz etkinliklerini anlatmaktadır.

Serginin Birinci Bölümü:

Serginin birinci bölümü, İzmir'in eğlence hayatının nasıl başladığına yönelik kısa bir tarihçe ile ziyaretçisini karşılar (Resim 49).



Resim 49 Sergi Projesi Birinci Bölümün Giriş Kısmı Kaynak: Yazarın Arşivi

Bu ana bölümde dört alt başlık ve bu bilgi başlıklarının altında açıklayıcı metinler yer almaktadır. Bunlar, İzmirde Eğlenmek, Gazinolar, Pavyonlar, Bahçeler, Sıcak Yaz Akşamları Mogambo'da Olmak ve son olarak Fuar'da Bu Yıl Yıldız Yağmuru Müthiş Olacak bölümleridir. İzmir'de Eğlenmek bölümünde, açıklayıcı bilgi metninin son paragrafı, fuarın artık gazinoların pavyonların ve aile bahçelerinin

vazgeçilmez yerleri olduğunu belirterek sonlandırılmıştır. Bu bilgi önemlidir. Çünkü sergi akışında bir üst başlık olarak ikinci adımda yerini alarak, fuarın en ünlü mekanlarına değinmiştir (Resim 50).



Resim 50 Sergi Projesi Birinci Bölümünden Genel Kesit Kaynak: Yazarın Arşivi

1971, 1972, 1973, 1974, 1975 ve 1976 yıllarına ait dönemin en gözde mekanları yine bu bölümde ele alınmıştır. Zeki Müren'in sahnesinden, Fusün Önal'ın Benelüks'deki gecesinden, pavyon adabına kadar pek çok bilgi ve yaşanmışlık bu kısımda aktarılmaya çalışılmıştır. Burada tercih edilen yöntem, kronolojik bir anlatım yönetimidir. Bu tarihsel bilgiler, dönemin renk biçim ve formları üzerinden anlatılmaya çalışılmıştır. Gövde metinlerde kullanılan yazı karakteri Geogrotesque'dur. Rakamlar, alt başlıklar ve ana başlıklarda ise Athelas ve Argent fontları kullanılmıştır (Resim 51). Ziyaretçi açısından son derece rahat bir okunma ve algılanabilirlik sağlayan bu yazı karakterleri aynı zamanda dönemi aktarma ve okutma noktası göz önünde bulundurularak tercih edilmiştir.



Resim 51 Sergi Projesi Birinci Bölümünden Detay 1 Kaynak: Yazarın Arşivi

Açıklayıcı metinlerde kullanılan dil, dönemin gazete ve fuar eklerinde geçen, yer yer sergi ziyaretçiyle konuşuyormuş havasında oluşturulmuştur. Sergi içindeki bu metinler, bilinçli olarak kısa tutulmuş; ziyaretçisini uzun metinlerle yüz yüze getirip korkutmadan dönemin havasını yansıtacak şekilde tasarlanmaya çalışılmıştır. Sergide dinamik gösterim teknikleri içinden maketler, canlandırmalar ve interaktif uygulamalara da yer verilerek, ziyaretçinin ilgisini canlı tutacak şekilde düzenlemeler yapılmıştır. Serginin birinci bölümü ve ikinci bölümünü birbirine bağlayan kısmında, bu uygulamalardan bir tanesi bulunmaktadır. “Zaman Makinası” olarak geçen ve iki bölümü bağlayan bu alanda 70’li yılların eğlence hayatına ziyaretçiyi dahil eden interaktif bir uygulama yer almaktadır. Bu uygulama, yüz tanımaya ayarlanmış özel bir kamera sistemi ile ziyaretçinin yüzünü tarıyor ve dijital ekranda sürekli olarak değişmekte olan konser fotoğraflarından bir tanesinin içine yerleştiriyordu. Ziyaretçi, bu uygulamanın bir çıktısını serginin çıkışında, sergiyi gezdikten sonra alabilmektedir. Böylelikle bu uygulama sayesinde sergi ziyaretçisi sadece serginin bir parçası olmakla kalmıyor, aynı zamanda sergiden kalıcı bir belge ile ayrılabilirdi (Resim 52).

Dönemin aktörlerini ve süreçlerini kronolojik bir anlatı yönetimiyle sunan serginin birinci bölümünde özel koleksiyonlardan temin edilmiş orjinal arşiv malzemeleri ve gazetelere yer verilmiştir. Serginin birinci bölümünün güzergahının sonuna doğru Demokrasi ve Yeni Asır gazetelerinin ziyaretçiyle buluştuğu kısımda fuar haberleri yer

almaktadır. Özel sergileme ünitelerine sahip olan bu teşhir alanı, gazetelerin okunması için genel aydınlatmanın dışında ayrıca ışıklandırılmıştır (Resim 53).



Resim 52 'Zaman Makinası' adlı İntreaktif Uygulama Alanı Kaynak: Yazarın Arşivi



Resim 53 Sergi Projesi Birinci Bölümünden Detay 2 Kaynak: Yazarın Arşivi

Serginin birinci bölümünde kullanılan mor ve tonları, dönemin ışıltı gece hayatını aktarmak için seçilmiş; duvarınların tamamında bu renk kombinasyonu, mekana daha loş bir hava katarak fuarın gece yaşamını yansıtmayı hedeflemiştir.

Serginin İkinci Bölümü:

Bu bölüm, fuarın gün içi eğlencelerine ve fuar alanlarına dair bilgi vermektedir. Fuar Bir Tatlı Huzur, Rüya Gibi Bir Gün: Matineler, Sirkler ve Tiyatrolar, Yaşasın İstanbul Tiyatrosu Geliyor ve Çocukların Beklediği Eğlence Sirkler olmak üzere 4 alt başlıktan oluşmaktadır. Bu bölüm, birinci bölüme göre oldukça aydınlıktır. Kullanılan renkler daha canlı ve tamamlayıcıdır.



Resim 54 Sergi Projesinin İkinci Bölümünden Bir Görüntü Kaynak: Yazarın Arşivi

Fuar'ın vazgeçilmez eğlencelerinden biri olan matineler serginin ikinci bölümünde yer almaktadır. Tiyatrolar ile devam eden sergi akışı, dönemin önemli oyuncularını ön plana çıkarmış ve fuara nasıl bir ilgi olduğunu “Yaşasın İstanbul Tiyatrosu Geliyor” başlıklı açıklayıcı bilgi panosunda yer vermiştir (Resim 54 ve 55).



Resim 55 Sergi Projesinin İkinci Bölümünden Genel Görünüm 1 Kaynak: Yazarın Arşivi



Resim 56 Sergi Projesinin İkinci Bölümünden Genel Görünüm 2 Kaynak: Yazarın Arşivi

Sergi güzergahında çocukların olduğu kadar büyüklerinde ilgisini çeken sirkler yer almaktadır. Fuarda buz pateni gösterileri, lunapark, atlama kulesi ve ülke pavyonların varlığı fuara olan ilgiyi arttıran önemli unsurlardır. Dolayısıyla bu bilgiler dikkate alınarak tasarım yapılmış, beş adet bilgi panosu tasarlanmıştır. Her bir panonun

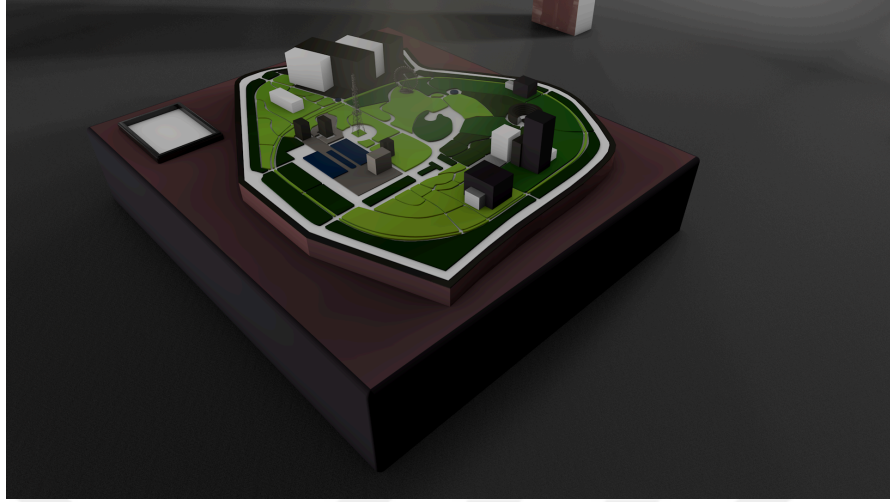
içeriğine yönelik bir renk verilmiştir. Başlıklar döneme ait hikayeler veya görsellerden yola çıkılarak yazılmıştır. Birinci bölümde sıkça rastlanan yıldızlar, bu bölümde de taşıyıcı öge görevini üstlenmiştir (Resim 56).

Kolonlarda 70’lerde fuarı gezmeye gelen insanların görüntüleri kullanılmış, böylelikle iki sergi alanları arasında bir bağ kurulmuştur (Resim 57).



Resim 57 Sergi Projesinin İkinci Bölümünden İç Kolonlar Kaynak: Yazarın Arşivi

Serginin orta bölümünde bulunan ve 70’li yıllara ait fuarın yerleşim planının yer aldığı bir maket bulunmaktadır. Bu maket aynı zamanda interaktif bir yapı olup ışıklandırma ve rengin bilgilendirici niteliğinden yararlanarak, gazinoların, diskoların, çay bahçelerinin lunaparkın, atlama kulesinin ve havuzların yerlerini göstermektedir. Sergi ünitesinin yanında bulunan dijital bir ekranla eş zamanlı şekilde bilgi akışı takip edilebilmektedir (Resim 58).



Resim 58 Sergi Projesi, Fuar Maketi Kaynak: Yazarın Arşivi

SONUÇ

İnsanlar yaşadıkları tecrübeleri ve bakış açılarını aktarmak için teşhir etme, ortaya çıkarma, gibi eylemleri uzun yıllar kullanarak, bilgi alışverişini sağlamıştır. Sergi kavramı, tam da bu noktada düşünsel ürünleri yönlendirme işlevini amaçlayan bir iletişim ağı olmuştur. Sergi, tarih sahnesine çıktığı andan itibaren birçok değişim yaşamış, bazen pazarlarda satılan ilk ürünler, bazen de ülkeleri tanıtan dünya fuarları olarak karşımıza çıkmıştır. Sanayi devriminin doğurduğu sonuçlar 20. yüzyıl ile beraber sanat ve tasarım anlayışlarını sergi ortamlarına dahil etmiştir. Sergilenecek bir şeyin anlatılacak hikayesini, ziyaretçiyle buluşturan sergileme tasarımı, hikaye anlatımını üç boyutlu bir alana taşımıştır. Ancak sergi projeleri, zamanla tek bir kişinin kontrol edemeyeceği kadar gelişerek takip edilmesi zor ve kapsamlı projeler haline gelmiştir. Bu bağlamda sergileme tasarımı; disiplinlerarası bir alan olması nedeniyle, tek taraflı olarak değerlendirilmesi doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Sergi paydaşları içeriğin sentezlenmesi, ulaşılabilir ve anlaşılabilir bir form haline gelebilmesi için sergi sürecinde birlikte çalışır. Bu nedenle alanında yetkili bir çok uzman sergileme tasarımında yer almaktadır.

Sinematografik anlatım yöntemi ve gelişen teknolojiler, sergileri farklı bir boyuta taşımıştır. Bunun bilincinde hareket eden sergileme tasarımcısı, günden güne tasarım tavırlarını ve çağdaş sunum teknikleri kullanarak sergilemelerde kendi duruşunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla teknolojik gelişmeler tasarımcının çalışma alanlarını genişletmiş ve dönüştürmüştür.

Sergileme tasarımında yaratıcı sürecin organizasyonu ve uygulama aşamaları önemlidir. Sürdürülen sergi hazırlıkları, konsept gelişimi, tasarım ve sunum aşamaları ciddi bir bilgi birikimi, tecrübe ve entelektüel çalışma süreci gerektirir. Serginin içeriği, yön bilgisi, araştırma aşamaları, fikir ve eskizler eşliğinde konseptin oluşturulması, çözüm sürecini etkileyen faktörler arasındadır.

Tez kapsamından da anlaşıldığı üzere, sergileme tasarımının yaratıcı süreç ve uygulama aşamalarında sergileme tasarımcısının konumu, kültürel sergiler ekseninde temellendirilmiştir. Bu tür sergilemeler için yapılacak olan tasarımın öncesinde, sergileme tasarımcısının hakim olması gereken bilgiler üzerinde durulmuştur. Geliştirme aşamalarına olan etkisi, konsept, grafik tasarım çalışmaları ve mekana ait her bir özellik, serginin nasıl hayata geçeceğine dair vurgu yapmaktadır. Tez, araştırma ve incelemelerin sonucunda yer verdiği örnekler üzerinden de açıkça sergileme tasarımının planlı ve sistemli bir iş olduğunu ortaya koymuştur.

Tez çerçevesinde ele alınan sergileme tasarımcısının bu aşamadaki rolü ve konumu oldukça kritiktir. Çünkü üç boyutlu bir hikayeyi anlatma görevi sergileme tasarımcısıdır. Tasarımcı bu rolü diğer disiplinlerden ödünç aldığı yöntem ve teknolojileri kullanarak sergi ekibindeki çözüm ortaklarıyla beraber paylaşmaktadır. Sergileme tasarımcısı, yaptığı işe ne kadar hakimse o kadar başarılı bir sergileme tasarımı ortaya çıkacaktır. Bu yüzden sergileme tasarımı yapacak kişilerin hangi disiplinden yetiştiği ve geldiği önemlidir. Bir mimar veya iç mimar mekan, aydınlatma ve malzeme konusunda sergiye katkılar sağlarken, grafik tasarım, verilerin görselleştirilmesi, tipografi ve konsept geliştirme söz konusu olduğunda bir grafik tasarımcı kadar sergiye katkı sağlayamayabilir. Bu nedenle, grafik tasarımcı olarak sergileme tasarımcılığı yapan kişilerin yer aldığı sergi projelerinde, sergileme tasarımının başarı oranı daha yüksek olacaktır. Çünkü sergileme tasarımcısı görsel bir düşünürdür. Verilen görselleri, metinleri, objeleri bir konsept dahilinde geliştirerek sergiyi kurgular. Burada önemli olan sergileme tasarımcısının neyi yorumladığı değil; bilgilendirme işlevini kaybetmeden, ziyaretçiyi etkileyerek daha fazlasını öğrenmesi için tetikleyen koşullar yaratmaktır; yani bu süreci nasıl yorumladığıdır. Bu nedenledir ki sergileme tasarımcısı, iyi bir sergileme tasarımının ortaya çıkmasında ciddi katkılar sağlayan çözüm ortaklarının başında gelir.

Grafik tasarım, mesajı iletmek noktasında imge ve tipografiyi birlikte kullanarak serginin metinlerinin oluşmasında yer alır. Bu sebeple üç boyutlu bileşenlerle, sergi

grafiklerinin birliktelikleri birbirinden bağımsız olarak düşünülmemelidir. Dolayısıyla tutarlı bir sergi dili için bu birlikteliğin dengeli kullanımı son derece hayatidir.

Bu dengeyi sergileme tasarımcısı diğer uzmanlarla çalışarak işbirliği içinde gerçekleştirmesi beklenir.

Tez, sergileme tasarım sürecini her projede probleme ve amaca uygun çözümler belirleyerek gerekli teknolojiler ve ekiplerle çalışması gereken bir disiplin olarak ele almış, sergi sürecinin paydaşlarından olan sergileme tasarımcısına odaklanmıştır. Bu nokta da tez bahsi geçen alanda sergileme tasarımcısının kim olduğu ve sergi içindeki rolünü incelemeye alan ilk yüksek lisans tezi olma özelliği taşımaktadır.

Bugün grafik tasarımcıların birçoğu genellikle reklam, illüstrasyon, ambalaj tasarım gibi farklı alanlardanda çalışmaktadır. Spesifik olarak sergileme tasarımı üzerine çalışan veya bilinçli olarak tercih edip çalışmak isteyen tasarımcıların sayısı, diğer tasarım alanlarına nazaran daha az olduğu söylenebilir. Anca Türkiye’de son yıllarda sosyal ve kültürel sergilemelere olan ilginin artması ve bu alanda yapılan nitelikli sergileme tasarımları ile birlikte Türk grafik tasarımı adına kayda değer bir çok sergi bulunmaktadır. Türkiye, kültürel birikim ve muhteşem bir mirasa sahip olması göz önünde bulundurulduğunda, tarihini yorumlaması adına olağan üstü nüvelere sahip zengin bir ülke olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle grafik tasarımcılara çok daha fazla iş düşmekte, özellikle bu alanda çalışmak isteyen grafik tasarımcılara gün geçtikçe çok daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun bilincinde olan tasarımcılar için bulunabilecek harika bir yer olan bu coğrafya, müze gelişimi ve sergileme tasarımı adına gelecekte söz sahibi olacak ülke olma yolunda ilerlemektedir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR:

AKÇURA, G. (2009). *Türkiye Sergicilik ve Fuarçılık Tarihi*, İstanbul: Tarih Vakfı ve Tüyap.

AMBROSE G, HARRİS P. (2013). *Grafik Tasarımda Tasarım Fikri*, Çev. A. Gülder Taşcıoğlu, Melike Taşcıoğlu, İstanbul: Literatür Yayınları

ARTUN, A. (2005). *Sanatçı Müzeleri*, Çev. Elçin Gen-Ali Berktaş-Engin Yılmaz İstanbul: İletişim Yayınları

BARNARD, M. (2010). *Sanat Tasarım ve Görsel Kültür*, Çev. Güliz Korkmaz. Ankara: Ütopya Yayınevi.

BECER, E. (2013). *İletişim ve Grafik Tasarım*, Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

CARTER, R. DEMAO, J. WHEELER, S. CHARLES, F.B. MACFADYEN, J.T. MAJEWSKI, J. MACLAUGHLIN, M. (2000). *Working with Type- Exhibition*, Switzerland: by RotoVision SA.

ÇELİK, Z. (2005). *Şark'ın Sergilenişi 19. Yüzyıl Dünya Fuarlarında İslam Mimarisi*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

DERNİE, D. (2006). *Exhibition Design*, Laurence King Publishing Ltd, Great Britain

DODSWORTH, S. ANDERSON, S. (2015). *İç Mekan Tasarımının Temelleri*, Çev. Neslihan Şık, İstanbul: Literatür Yayınları.

ERBAY, M. (2011). *Müzelerde Sergileme ve Sunum Tekniklerinin Planlanması*, İstanbul: Beta Basım Yayın.

ERKMEN, B. (2012). *Son İşler*. İstanbul: Ofset Yapımevi.

HUGHES, P. (2010). *Exhibition Design*, Laurence King Publishing Ltd, London.

LEONARD N, AMBROSE G. (2015). *Grafik Tasarımda Tasarım İçin Araştırma*, Çev. Bengisu Bayrak, İstanbul: Literatür Yayınları

LOCKER, P. (2013). *İç Mekan Tasarımında Stant Tasarımı ve Sergileme*, Çev. Sezen Haskatar İstanbul: Literatür Yayınları

LORD, B, LORDN, G. (2002). *The Manual of Museum Exhibition*, America: Altamira Press.

LORENC, J. SKOLNICK, L. BERGER, C. (2010). *What Is Exhibition Design*. Switzerland: Published and Distributed by RotoVision SA.

O'DOHERTY, B. (2010). *Beyaz Küpün İçinde*,  ev. Ahu Antmen, İstanbul: Sel Yayıncılık

PEGLER, M. M. (2003). *Designing The World's Best Exhibits*, New York: Visual Reference Publications Inc.

TAŞ IO LU, M. (2017). *Bir Görsel Platform Olarak Mekan*, İstanbul:Yem Yayınları.

TWEMLOW, A. (2011). *Grafik Tasarım Ne İçindir*,  ev. Dalsu  zgen. İstanbul: Yem Yayınları.

MAKALELER:

ÇOLAK, Banu. (2015). "Tarihsel Süreç İçerisinde Müzelerle Birlikte De i en Sergileme Mekanları; New York Modern Sanat Müzesi (MOMA) Ve Frankfurt Modern Sanat Müzesi (MMK)  rne i" *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, No:30, ss 37-45
<http://sbedergi.erciyes.edu.tr/2011-1/Dergi/3-37-45.pdf>

YILDIRIM, Dicle (2015). "Kentin Hafıza Mekanlarına Dokunmak: Levanten Kent ve Bellek", *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 11. Ulusal Sanat Sempozyumu Sanatın De i kenlikleri Bağlamında Kentsel Adalet Bildiriler Kitabı*, No: 47, 21, Mart, ss 129-130

AYBAY, Cihan (2017). "Bilgilendirme Tasarımında Disiplinlerarası Tasarım İ birli i Ve Grafik Tasarımın Bu İ birli indeki Yeri", *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, TOJDAC, July, Volume, 7, Issue 3
http://www.tojdac.org/tojdac/VOLUME7-ISSUE3_files/tojdac_v07i3108.pdf

KANDEMİR,  . UÇAR,  . (2017), "De i en Müze Kavramı ve Müze Mekanlarının Olu turulmasına Yönelik Tasarım Girdileri", *Anadolu Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Dergisi*, Aralık, Cilt 5- Sayı, 2
<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/192412>

LİN, Hung- Chung (y.t). "Establishing a Design Process For Museum Exhibition Design", *Tunghai  niverstiy, Department of Indutrail Design Taiwan*,
http://www.idemployee.id.tue.nl/g.w.m.rauterberg/conferences/CD_doNotOpen/ADC/final_paper/482.pdf

TEZLER:

BALIK, Deniz (2009). *Çağdaş Sanat Müzelerinde “Yeni” Mekan Deneyimi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Mimari Tasarım Programı, İstanbul.

BAYAR, Ziyacan (2011). *Sergileme Tasarımında Yeni Yaklaşımlar Ve Bir Proje Önerisi*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı, İzmir.

ÇETİN, İlayda. (2015). *Sergi Mekanlarına Dönüştürülen, İşlevini Yitirmiş, Olan Yapıların, Çağdaş Sergileme Anlayışı Kapsamında İrdelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Haccettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı, Ankara.

DEMİR, Çiğdem. (2006). *Ülke Tanıtımında Sergileme Tasarımı, Stand Ve Stand Üzeri Grafik Ürünlerin Yeri, Ayaş Örneğinde Türkiye’nin Turizm Tanıtımına Yönelik Uygulama Çalışması*. Sanatta Yeterlilik Tezi, Haccettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı, Ankara.

DUYAR, Hande. (2011). *Sergileme Elemanlarının Türkiye’deki Endüstrileşme Düzeyi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İç Mimari Tasarım Anabilim Dalı, İstanbul.

GERGİN, Atay (2013). *Günümüz Seyircisini Etkilemede, Tiyatral Anlatım Ve Sinematografik Anlatım Olanaklarının Farklı Boyutları Üzerine Bir Model Önerisi*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Sahne Sanatları Anasanat Dalı, İzmir.

GÜLER, Tuğcan (2008). *Grafik Tasarımda Yeni Bir Alan: Bilgilendirme Tasarımı Ve Bir Uygulama*. Sanatta Yeterlilik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı, İzmir.

KILINÇARSLAN, R. Özgül (2013). *Sanat Yapıtı ve Sergileme Pratiğinde Değişen Konumlar (Documenta 12. ve 4. Tate Trienali)*. Sanatta Yeterlilik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Resim Ana Bilim Dalı, İzmir.(Yayınlanmamış)

OKSEL, Yasemin (2013). *Sergi Mekanlarında Aydınlatma Biçimlerinin Kullanıcı Algısı Üzerindeki Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı, İzmir.

SEVGİ, Sabiha, Yıldız (2013). *İç Mimaride Sayısal Tasarım Ve Üretim Teknikleri: Sergileme Elemanı Tasarımı*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İç Mimari Tasarım Anabilim Dalı, İstanbul.

TÜZÜN, Ahmet, Bülent (2010). *Modern Müze İşletmeciliği*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Arkeoloji Anabilim Dalı, Adana

YURTTAŞ, Neşe, Başak (2010). *İç Mekan Tasarımında “Tema” Kavramı Ve “ Tematik Mekan” Olgusunun Örnekler Üzerinde Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü İç Mimarlık Anabilim Dalı, İç Mimarlık Programı İstanbul.

SÜRELİ YAYINLAR:

Heritage Magazine. (2017) Müzeciliği Yeniden Tanımlamak Zorunda Kalacağız, Boris Micka (125) .İstanbul: TG Expo Uluslararası Fuarçılık A.Ş

alldesign. (2014) Tasarımı Sergilemek için, Sergilemeyi Tasarlamak (Osman Murat Akan 110) .İstanbul: ALL Fuarçılık A.Ş

eg Experimental Graphics Magazine. (2015, No:14) Exploring Eldheimar (by Leslie Wolke, 32) . SEGD, USA

RÖPORTAJ

Akan, O. Murat. (15.08.2017), (D.Yıldırım, Röportajı Yapan), İstanbul.

Durmaz, Ömer. (20.09.2017), (D.Yıldırım, Röportajı Yapan), İzmir.

İNTERNET KAYNAKLARI:

http://www.mimarizm.com/mimarlik-ofisleri/akin-nalca-ve-terminal_123206

MADRAN, Burçak (2007). Yerel Tarih Çalışmalarının Sergilenmesi İçin Kılavuz, Tarih Vakfı. <https://updoc.tips/download/free-pdf-ebook-yerel-tarih-calismalarinin-sergilenmesi-icin-kilavuz-1>

EK: 01

Ömer DURMAZ Röportaj:

Yer: İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü

20.09.2017

D.Y. Aslında bir grafik tasarımcı ve iletişim tasarımcısı olarak sergileme tasarımı süreci sizin için nasıl bir süreç? Kendi çalışmalarınız üzerinden bunu açıklar mısınız?

Ö.D. Profesyonel bir sergileme tasarımcısı olduğumu düşünmüyorum. Çünkü tam olarak hiç bir zaman profesyonel bir ekiple çalışma şansı bulamadım.

Bunun temel nedeni de bana verilen bütçe. Sergileme tasarımı için en önemli şey bütçe. Bütçe olursa sergileme tasarımının ihtiyaç duyduğu disiplinler arası ekibi kurmanız mümkün. Ne var ki benim ürettiğim alan zaten tümüyle kabul görmemiş bir alan olduğu için tasarım tarihi; bu alanı ben ve benim gibi araştırmacılar var ettiğinden, tasarım tarihinin sergilenmesi de Türkiye henüz daha kendisine yeni yol bulduğu için emsal projeler ve benim projelerim kendisine çok fazla bütçe bulamıyor. Bu bütçe yetersizliği dolayısıyla da birçok şeyi pek az kişi yapak zorunda kalıyor. Benim sergilerimde de genelinde böyledir. Çok az süreler verilir. Çok kısıtlı bütçeler verilir. Kısıtlı süreler ve bütçelerle çoğu şeyi tek başıma yapmak zorunda kalıyorum. Bu da işi pratik kotarmaya, hızlı çözümler üretmeye sevk ediyor beni. Ben tasarımı tümüyle içime sinen bir şekilde yapmadım şimdiye kadar. Ne geçmiş sergileme tasarım projelerimi ne de şuan üzerinde çalıştığım tasarım tarihi ile ilgili bir kaç sergileme projemde. Onlarda aynı şekilde geliyor. Mecburen bütçe içinde kalmaya çalışıyorum. Sergileyeceklerimi de ona göre o bütçeye göre, zamanlamaya göre belirliyorum. Burada bütçe ve zamanlama müthiş belirleyici yani gerçek bir iş yapıyorsunuz; çünkü izleyicinin önüne bir şey koyuyorsunuz. Yani düz bir satığa yapıştırılmış bir görsel bile olsa o panosuyla, duvarıyla bir nesne koyuyorsunuz. O gerçekliğin fiziki koşulları içerisinde orda bulunabilmesi için bir maliyet hesabı, bir ekonomi üzerinden yürütmesi gerekiyor. Haliyle bunu sağlayan şey de bütçe. Ne kadar iyi bir tasarımcı olduğunuz ne kadar iyi bir araştırmacı olduğunuzu gösterebilmenin şansı da bütçedir.

D.Y. Peki projelerinizde koleksiyonlarınızı kendiniz oluşturunuz o zaman bu süreç baya uzuyor. Bu bağlamda nasıl yaklaşıyorsunuz?

Ö.D. Basın yayın ressamlarının tarihini anlatan Babıali'nin Kapak Ressamları sergisi bir talep üzerine Işık Üniversitesi Görsel İletişim Bölüm Başkanı Prof. Hasip Bektaş'ın "Ömer bize bir sergi yapar mısın?" talebi üzerine gelişmişti. Ve bana verilen süre çok kısıtlıydı. Hatta önce kabul etmedim. Bu kadar kısa süre içinde yetişmez dedim. Hoca yetiştirirsin dedi. Bende varımla yoğunla toplamda on gün bir hafta da diyebileceğimiz, dört gün de kapakların taranmasıyla, bir hafta da metnin yazılmasıyla sergileme tasarımının yapılması ve İzmir'den İstanbul'a montaj ekibi ile birlikte gidip serginin montajının da yapılması dahil olmak üzere a' dan z' ye her şeyi ile on günde bitti. Şimdi on günde bir sergi yapıyorsunuz. Bu sergiyi kaç kişi gezdi bilemiyorum ama herhâlde binleri bulmuştur. Bir Üniversitenin kampüsü içinde yer aldığı için uzun da bir süre açık kaldı. Bu kadar izleyiciliğiyle uzun süre buluşacak bir serginin bu kadar kısa sürede toparlanması bir deneyim, bir birikim, bir donanım. Ben bu koleksiyona sahip olmasaydım elimde ki ile 650-700 kapak vardı; o sergi için bu kadar kısa sürede araştırma şansım olmayacaktı. Kapaklar zaten bende vardı. Taramaların temizlenmesi, düzeltilmesinden sonra kronolojik olarak hazırlandı. Oradaki anlatı yöntemi kronoloji idi. Kronoloji temel bir anlatıdır. Ve tasarım tarihinde de okumayı çok kolaylaştıran bir yaklaşımdır. Hiçbir şey bilmeyen biri bile kronolojik akışta o kırılmaları ve farklılaşmayı görür. Sergi, çok az bir metne sahipti. Bir giriş bir sunuş metni vardı. Ötesinde metin yoktu. Kronoloji üzeri de kapaklar akıyordu. Daha sonra bu sergiyi gezenlerden edindiğim bilgiler, internette çıkan yazılar, üzerine yazılan yazılar ve bilgilerde gördüğüm amacına ulaşmış olmasıydı. 1920 ile 1970 arasındaki 50 yıllık periyotlarda kapaklara bakanlar, nerede yazının başladığını, nerede görselin azaldığını, nerede öne çıktığı gibi bir takım değişimleri rahatlıkla görebiliyorlardı. Kronolojinin böyle bir avantajı var. Dolayısıyla pratik bir sergi yaparken, kronolojiye yaslanmak bir yerde kolaylık bir yerde de avantaj. Ben onu kullandım o sergi de başarıya ve amacına da ulaştı. Bir önemi de şuydu: Said Maden'in o sergide çok büyük bir önemi vardı. Çünkü 1950'ler deki kırılmanın Said Maden'in ve Said Maden'le beraber Ayhan Erer

gibi başka tasarımcıların kapak tasarımları, yaptıkları yeniliklerle çağdaş bir sürece girildiği anlaşıyordu. O kronoloji de buna müsaade ediyordu. Said Maden, o dönemin tanığı olarak sergi de halen hayattaydı. Gerçi hastanedeydi; katılamadı ama bilgi veriyorduk kendisine. Bu anlamda da Said Maden'in yaşamının sürdüğü anda böyle bir serginin açılması onun adına mutluluk vericiydi bizim adımıza da gurur vericiydi bir şeydi.

D.Y. Peki sergileme tasarım projeleri bazen büyük ölçekli bazen ufak ölçekli oluyor. Grafik tasarımcı sizce hangi noktalarda daha stratejik öneme sahip?

Ö.D. Ben şimdi kendi özelim üzerinden konuşuyorum. Ben hem tasarım tarihi araştırmacısıyım hem de tasarımcıyım bu bir avantaj hem bir dezavantaj. Avantajı sergileri zaten kafamda tasarlamış oluyorum tasarım bitmiş oluyor. Bir tasarımcı ile çalıştığım zaman “gözleri konuşmak” sergisinde tasarımcılarla çalıştım. Onlara her şeyi çok tarif ediyorum. Bu bir avantaj, zaman azsa süreyi iyi kullanmak açısından avantaj. Ama bir yandan da dezavantaj, tasarımcının belki önünü kesiyorumdur; daha yapmak istediği şeyler vardır. Yani sergi küratörünün, araştırmacının ya da metni hazırlayan kişinin tasarımcı olduğu durumlarda avantajlı olduğu zamanlarda var dezavantajlı olduğu durumlarda var. Benim kendi kariyerimin dışında değerlendirecek meseleyi, grafik tasarımcıların sergileme tasarımı yapabilmeleri için sahip olması gereken ekstra donanımlar var. Her alanda olduğu gibi, yani web tasarımı yapacak olan tasarımcının donanımıyla ambalaj tasarımı yapacak olan tasarımcının donanımı bir olamaz. Her ikisi de teknik, içerik, üretim süreci anlamında farklı metadonorolojilere ihtiyacı vardır. Sergileme tasarımı da öyle. Sergileme tasarımı yapacak kişinin tıpkı yayın basın tasarımında, editoryal tasarımda olduğu gibi içerik okumayı bilmesi gerekir. Tıpkı illüstrasyon ve storybordaki gibi hikaye anlatmayı bilmesi gerekir. Plan plan çalışmayı bilmesi gerekir. Küçük büyük mesafeli çalışmayı görsele kaç cm yaklaşırsam kaç m uzaklaşırsam nasıl okunur? Nasıl öne çıkar? Bunu bilmesi gerekir. Grafik tasarım genellikle iki boyutlu bir meslek alanı olarak tanımlanır. Ne kadar katılmasam da haklılık payı da var muhakkak. Ama sergileme tasarımı, üç boyutluluğu gerektiriyor. Haliyle sergileme tasarımcılığı yapacak grafik tasarımcının üç boyuttan da anlaması

gerekir. Bu ambalaj tasarımımda ki üç boyut değil. Mekânsal bir üç boyut. Mekan ile beraber düşünmek. Mesela benim o noktaya geldiğimi kendi adıma söyleyemem. O çok başka bir bakış açısı. Bunu yapan çok iyi tasarımcılarımız var ama grafik tasarım kökenli olan. Akın Nalça bunun eski en iyi bilinenlerindendir, Bülent Erkmen, Yeşim Demir, Eray Makal. Bu noktaya gelmiş önemli tasarımcılarımız var. Bu da onlara sunulan bütçelerle projelerle alakalı bir şey. Size ne kadar iyi bütçe sunulursa, ne kadar iyi zaman sunulursa, ne kadar iyi partnerlerle çözüm ortakları ile çalışırsanız bu süreçte daha hızlı yol almış oluyorsunuz. Bu sizin yapamayacağınız anlamına gelmiyor. Size yapmak için verilen imkanlarla alakalı bir şey. O nedenle de en başta hep bütçenin vurgusunu yaptım.

D.Y. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederim.

Ö.D. Rica ederim ne demek.

EK: 02

Osman Murat AKAN Röportaj:

Yer: İstanbul, TG- Expo

15.08.2017

Bu Röportaj hazırlanmakta olan “Sosyal ve Kültürel Odaklı Sergilemelerde Tasarımcının Rolünün İncelenmesi” başlıklı tezin oluşum sürecinde Mimar Osman Murat AKAN ile gerçekleştirilmiştir. Verilen bilgiler, tezin geliştirilmesine ışık tutmuştur.

D.Y. Sosyal ve kültürel odaklı sergilemelerde sergileme tasarımı ve tasarımcısının yerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

M.A. Sergileme tasarımı, multi disiplinler bir alan. Sergileme tasarımcısı dediğin zaman ise; geniş sergi ekipleriyle ile çalışacak kişidir. Örneğin bir küratörle çalışabilir. Genelde küratör, iç mimar, endüstriyel tasarımcı, belki sanat tarihçisi ile birlikte çalışarak süreci koordine edendir.

D.Y. Sergileme tasarımcısının, geniş bir sergi ekibi içinde yer aldığını belirttiniz. Peki sergilere multi disiplinler bağlamda nasıl yaklaşılmalıdır?

M.A. Sosyal ve kültürel odaklı sergilerde, müzeler, kalıcı geçici, gezici sergiler, büyük bir konseptin içinde yer alır. Şimdi bütün bunlara baktığımız da sergileme tasarımcısı bu sergiler için sergileme tasarımı birebir uygulayabiliyor olması lazım. Ya da çeşitli disiplinleri bir arada koordine ederek çalışıyor olması gerekir. Mesela grafik tasarım alanı; sergi içinde çok önemli ve büyük bir alandır. Ama bir kısmı. İç mimarlıkta bir kısmı, mekan tasarımı ya da endüstriyel tasarımda bir kısmıdır. Sergileme tasarımcısı, bu alanlara ait iş kollarının hepsine vakıf olmasa da bunların hepsini koordine edecek kadar bilgiye sahip olması gerekir. Ama yüzde yüz biliyorum diyemez. Çünkü bir disiplinden yetişiyor insan. Bu nedenledir ki tasarımcı, sergileme tasarımı ile pek çok disiplini tek bir çatı altında toplayabilmektedir.

D.Y. Sergi süreleri hakkında neler söylemek istersiniz. Gerçekleştirmiş olduğunuz projelerden bir örnek vererek açıklayabilir misiniz?

M.A. Tasarımcının bakış açısını anlatmak için Türktelekom Avea ve Tnt'tin bir arada olduğu fuar stant çalışması üzerinden açıklayayım. Tüyap'ın içinde devasa bir alanda açık bir stant talep edilmişti. Biz yön bilgiyi (brief) aldıktan sonra ayrı ayrı firmaları tek bir çatı altında nasıl göstereceğiz diye düşündük. Kağıt üzerinde yazarsın. Ama fuar alanında bunu nasıl yaparsın? Biz, bir risk aldık ve açık istenen fuar alanını kapatmaya karar verdik. Yön bilgiyi (brief) aldıktan sonra böyle bir şey yapmak bir risktir. Sonuç olarak, 18 firmanın katıldığı bir ihalede diğer firmaların tamamı açık bir tasarım yapmasına rağmen, bizim yaptığımız proje seçildi. Şimdi yön bilginin (brief) kendisi çok önemli ancak, verilen tasarım kararları da bir o kadar önemlidir. Türkiye'de böyle şeyler çok kısa sürelerde sonuçlanmaktadır. Bu proje, yaklaşık olarak dört buçuk ay öncesinden ihaleye açıldı, her bir firmaya bir buçuk ay süre verildi ve ay sonunda sadece iki firma çağırılarak aralarından biri tercih edildi. Dolayısı ile bir buçuk ayın sonrasında iki aylık bir üretim süreci oldu. Fakat o iki aylık süreç tabi çok zor ve meşakkatli geçti.

D.Y. Yaptığınız yön bilgi (brief) vurgusu üzerinden, sergilerde konsept geliştirmek ve yön bilgi için neler söylemek istersiniz?

M.A. Ortaya bir sergi çıkacaksa o serginin bir defa konseptinin ismi ve içeriğinin oluşturulması daha sonrasında konsept kısmına geçilmesi gerekir. Konsept kısmına geçmek için, içeriği çok iyi bilmek lazım araştırma yapılması lazım. Mimar Sinan sergisinde de süreç bu şekilde gelişti. Tasarımcılar, Mimar Sinan'ın hayatını, eserlerini, yaşam tarzını, yapıtlarının sanat ve tarihi değerleri gibi bilgilere vakıf olup bu süreçleri yaşadılar.

D.Y. Röportajı kabul ettiğiniz ve zaman ayırdığınız için teşekkür ederim.

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Dicle YILDIRIM

Doğum Yeri Ve Yıl: Türkiye, İzmir, 1990

Yabancı Dil: İngilizce

Eğitim: 2013, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

Grafik Bölümü.

2017, Academia Riace Firenze, Interior Design, Two Weeks Short Course

İş Tecrübesi:

2017-2018 FSMVÜ GSF Grafik Bölümü, İstanbul (Araştırma Görevlisi)

2016, DEÜ Buca Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, İzmir
(31. Madde ile Öğretim Görevlisi)

2016, Medbar Tıp Malzemeleri, İzmir (Grafik Tasarımcı)

2012, Zooİstanbul Production Agency, İstanbul (Grafik Tasarım Stajyer)

2009, Yeni Asır Gazetesi, İzmir (Grafik Departmanı Stajyer)

Sergiler ve Ödüller

2017, 3. Genç Güncel Sanat Proje Yarışması, Kültür Bakanlığı, Sergileme Ödülü

2016, 9. International Student Poster Competition Skopje “Identity Crisis” Special Jury
Awards and Exhibition.

2016, 2. Genç Güncel Sanat Proje Yarışması, Kültür Bakanlığı, Başarı Ödülü

2016, International Art and Design Competition Italy Third Place Prize (Eğitim Bursu)
Firenze