

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



GÖRSEL SANATIN DİJİTAL MECRADAKİ DÖNÜŞÜMÜ VE YENİ
SERGİLEME BİÇİMİ OLARAK DİJİTAL SERGİLER:
BRITISH COUNCIL ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kübra Nur NİLÜFER

Yeni Medya Ana Bilim Dalı

Yeni Medya Programı

MART,2022

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**GÖRSEL SANATIN DİJİTAL MECRADAKİ DÖNÜŞÜMÜ VE YENİ
SERGİLEME BİÇİMİ OLARAK DİJİTAL SERGİLER:
BRITISH COUNCIL ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Kübra Nur NİLÜFER
(Y1812.400010)

Yeni Medya Ana Bilim Dalı
Yeni Medya Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğretim Üyesi Nur Emine KOÇ

MART,2022

TEZ SINAV TUTANAĞI



ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Görsel Sanatın Dijital Mecradaki Dönüşümü Ve Yeni Sergileme Biçimi Olarak Dijital Sergiler: British Council Örneği” isimli çalışmanın proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim (..../..../.....)

Kübra Nur NİLÜFER

ÖNSÖZ

Destegi için kıymetli hocam Dr. Öğretim Üyesi Nur Emine KOÇ'a, yüksek lisansa başlamama vesile olan ve kapısını her çaldığımda bana yardımcı olan dostum Sümeyya OLCAY YAMAN'a, her zaman olduğu gibi özenle yanımda olan annem Şevkiye DURAN ve babam Muhsin DURAN'a, en nihayetinde tüm iyiliği ve sevgisiyle bu süreçte de hayatıma dokunmaya devam eden sevgili eşim Enes NİLÜFER'e sonsuz teşekkürlerimle.

Tıpkı sanatın kendisi gibi insana temas eden bir çalışma olması dileğiyle...

Mart 2022

Kübra Nur NİLÜFER
(Kültür Sanat Editörü)

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ONUR SÖZÜ	iii
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER	vii
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ	xi
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xiii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xv
ÖZET.....	xvii
ABSTRACT	xix
I. GİRİŞ	1
II. SANAT	5
A. Sanat Kavramı	5
1. Sanat Yapıtı Tanımı.....	6
2. Görsel Sanat Kavramı	8
B. Alımlayıcı (Sanat Takipçisi)	10
1. Alımlayıcı (Sanat Takipçisi) ve Sanat Yapıtı İlişkisi	11
C. Sanat Mekanı.....	13
1. Sanat Mekanı ve Sanat Yapıtı İlişkisi	15
2. Sanat Mekanı ve Alımlayıcı İlişkisi	16
III. GÖRSEL SANATTA SERGİLEME BİÇİMLERİ	19
A. Sergileme Kavramı.....	19
1. Sergilemenin Tarihsel Süreci	20
2. Görsel Sanat Yapıtlarında Geleneksel Sergileme Biçimleri	22
B. Görsel Sanat Yapıtlarının Geleneksel Sergi Mekanları.....	24
1. Müzeler.....	24
2. Sanat Galerileri.....	26
3. Sanat Fuarları	28
4. Bienaller	30

IV. İLETİŞİMDE TEKNOLOJİK GELİŞİM ve SANATTA DİJİTALLEŞME	33
A. Teknoloji Kavramı	33
1. İletişim Kavramı.....	34
B. Dijitalleşme/Sanallaşma ve Sanat İlişkisi	36
1. Bilgisayar ve İnternetin Doğuşu	36
2. Dijital/Sanal Kavramı	37
3. Görsel Sanatın Dijitalleşmesi	39
4. Dijital Sanat ve Bilgisayar Sanatı	42
V. GÖRSEL SANATTA DİJİTAL SERGİLEME BİÇİMLERİ	45
A. Görsel Sanat Yapıtlarında Dijital Sergileme Biçimleri.....	45
1. Dijital/Sanal Müzeler.....	45
2. Dijital/Sanal Sergiler	48
B. Dijital Müze ve Sergilerde Erişilebilirlik	50
VI. KURAMLAR BAĞLAMINDA TEKNOLOJİ, DİJİTALLEŞME ve SANAT İLİŞKİSİ.....	53
A. Harold Innis'in Teknolojik Yaklaşımı	53
B. Marshall McLuhan'ın Teknolojik Determiniz Kuramı	54
C. Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı	58
D. Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer'in Kültür Endüstrisi Kuramı.....	60
VII. GELENEKSEL SERGİLEME BİÇİMLERİNDEN DİJİTAL SERGİLEME BİÇİMLERİNE GEÇİŞ SÜRECİ	63
A. Görsel Sanatlarda Sergileme Biçimlerinin Dönüşümü	63
1. Covid-19'un Dijital Sergilemeye Etkisi	64
B. British Council'ın Dijital Sergi Platformu: Duvarları Olmayan Müze Örneği	65
1. Birinci Dijital Sergi: Geçen Gece Bir Rüya Gördüm	68
2. İkinci Dijital Sergi: Tanışıyor muyuz?	70
3. Üçüncü Dijital Sergi: Cadılarla Dans Etmek.....	73
4. Dördüncü Dijital Sergi: Varmak Üzere	76
5. Beşinci Dijital Sergi: Rahat Hissediyor musun?	77
C. Duvarları Olmayan Müze Hakkında İnceleme.....	80
D. Sorunlar ve Çözüm Önerileri	87

VIII. DİJİTAL SERGİ ZİYARETÇİSİ BİREYLER ÜZERİNDE ANKET ÇALIŞMASI.....	97
A. Metodoloji.....	97
1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	97
2. Araştırmanın Kapsamı.....	98
3. Araştırmanın Sınırlılığı.....	98
4. Evren ve Örneklem.....	99
5. Araştırma Metodolojisi.....	99
6. Soruların Hazırlanması ve Ölçeklendirme	99
B. Araştırma Bulguları.....	100
1. Bulgular	100
2. Bulguların Değerlendirilmesi	104
IX. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	109
X. KAYNAKÇA	123
EKLER.....	133
ÖZGEÇMİŞ.....	141

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Sayfa

Fotoğraf 1 Geçen Gece Bir Rüya Gördüm.....	69
Fotoğraf 2 Geçen Gece Bir Rüya Gördüm.....	70
Fotoğraf 3 Tanışıyor muyuz?	71
Fotoğraf 4 Tanışıyor muyuz?	72
Fotoğraf 5 Cadılarla Dans Etmek.....	74
Fotoğraf 6 Cadılarla Dans Etmek.....	75
Fotoğraf 7 Varmak Üzere.....	76
Fotoğraf 8 Varmak Üzere.....	77
Fotoğraf 9 Rahat Hissediyor musun?	79
Fotoğraf 10 Rahat Hissediyor musun?	80



ÇİZELGELER LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 1 İletişim Devrimleri.....	35
Çizelge 2 TUİK, Kültürel Miras İstatistikleri, 2020	85
Çizelge 3 British Council Türkiye, 2022	86
Çizelge 4 Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı.....	100
Çizelge 5 Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı.....	101
Çizelge 6 Katılımcıların Yaş Aralığına Göre Dağılımı.....	101
Çizelge 7 Katılımcıların Sanal Müze veya Sanal Sergi Gezme Düzeyine Göre Dağılımı...	101
Çizelge 8 Sanal Müze, Sanal Tur Memnuniyet Ölçeğine Verilen Cevapların Frekans ve Yüzdelikleri.....	102



KISALTMALAR LİSTESİ

TDK	: Türk Dil Kurumu
ICOM	: Uluslararası Müzeler Konseyi
A.B.D.	: Amerika Birleşik Devleti





GÖRSEL SANATIN DİJİTAL MECRADAKİ DÖNÜŞÜMÜ VE YENİ SERGİLEME BİÇİMİ OLARAK DİJİTAL SERGİLER: BRITISH COUNCIL ÖRNEĞİ

ÖZET

Dijitalleşen dünyadaki gelişmeler nedeniyle her sektör gibi sanat endüstrisi de büyük bir dönüşüm yaşamaktadır. Fiziksel müze ve galerilerin yerini dijital platformlardaki yeni nesil sergi platformları almaktadır. Geleneksel sergileme biçimleri ise yerini dijital sergileme biçimlerine bırakmaktadır. Küresel koşullar ve yaşanan pandemi süreci nedeniyle dijitalleşme sanat için bir zorunluluk olmuştur. Bu değişim özellikle görüntünün ön planda olduğu görsel sanatlar disipliniinde belirgin bir şekilde görülmektedir. Bunun en büyük etkeni dijital sergilerin zaman ve mekan bağımsız olma özelliğidir. Dijital sergileme olanakları sayesinde küreselleşen dünyada herkes sanata erişim sağlayabilmektedir. Türkiye’de ilk dijital müzeyi ve sanal sergiyi hayata geçiren kurum British Council’dir. Duvarları Olmayan Müze adlı sanal sergiyle yenilikçi bir çalışmayı hayata geçirmiştir. Birleşik Krallık’ın dünya çapındaki kültürel çalışmalarını yürüten British Council sergi kavramına felsefi, fütüristik ve fonksiyonel bir bakış getirmiştir. Erişilebilirlik, Duvarları Olmayan Müze’nin en önemli özelliğidir. Fırsat eşitsizliği ve özel gereksinimi olan tüm bireyler sanal müze sayesinde sanat yapıtıyla iletişime geçebilmektedir. Çalışmada, geleneksel sergileme biçimleri ile dijital sergileme biçimleri sebep sonuç ilişkisi içinde ortaya konulmuştur. British Council örneği, görsel sanatların dijitaldeki temsili kapsamında içerik ve tasarım açısından irdelenmiştir. Duvarları Olmayan Müze’nin düzenlediği beş uluslararası sergi incelenerek projenin pozitif yanları, sorunları ve çözüm önerileri çalışılmıştır. 18-64 yaş arası bireylerin sanal müze, sanal tur kullanım memnuniyeti incelenmiştir. 434 bireye kapalı uçlu anket yöntemi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular yorumlama tekniğiyle analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Sergi, Dijital, Duvarları Olmayan Müze, British Council



THE TRANSFORMATION OF VISUAL ART IN THE DIGITAL AREA AND DIGITAL EXHIBITIONS AS A NEW EXHIBITION FORMAT: THE BRITISH COUNCIL CASE STUDY

ABSTRACT

Due to the developments in the digitalizing world, the art industry, like every sector, is undergoing a transformation. Physical museums and galleries are being replaced by new generation exhibition platforms on digital platforms. Traditional exhibition formats are being replaced by digital exhibition formats. Due to global conditions and the pandemic process, digitalization has become a necessity for art. This change is evident especially in visual arts where the image is at the forefront. The biggest factor in this is the nature of digital exhibitions being independent of time and space. Thanks to digital exhibition opportunities, everyone can have access to art. The institution that implemented the first digital museum and virtual exhibition in Turkey is the British Council. The British Council has implemented an innovative work with the virtual exhibition "Museum With No Frontiers". The British Council, which conducts the UK's worldwide cultural studies, has brought a philosophical, futuristic, and functional perspective to the concept of the exhibition. Accessibility is the feature of the "Museum With No Frontiers". Thanks to the virtual museum, all individuals with special needs due to inequality of opportunity can communicate with the work of art. In the study, traditional exhibition forms and digital exhibition forms are revealed with a cause and effect relationship. The British Council example has been examined in terms of content and design within the scope of the representation of visual arts in digital. Five international exhibitions organized by the "Museum With No Frontiers" were examined and the positive aspects, problems, and solution proposals of the project were studied. The satisfaction of using virtual museums and virtual tours of individuals between the ages of 18-64 was examined. The closed-ended questionnaire method was applied to 434 individuals. Obtained findings were analyzed by interpretation technique.

Key Words: Art, Exhibition, Digital, Museum Without Walls, British Council



I. GİRİŞ

Geçmişı insanlık ve felsefe tarihiyle eş olan sanat, yüzyıllardan bu yana var olmaya ve yapıtlarını vermeye devam etmektedir. Tarihsel süreç içinde sosyal, siyasi, ekonomik, coğrafi ve kültürel açıdan farklı pek çok atmosferde kendini var eden sanat üretimi özellikle son yüzyıldır teknolojiyle paralel adımlar atmaktadır. İlk sanat eseri örnekleri olduğu bilinen mağara duvarlarına çizilen resimlerden 21. yüzyıl teknolojisine uzanan geniş tarihsel perspektifte sanatın, teknolojiyi etkin kullanan disiplinler arasında yer aldığı görölmektedir. Her ne kadar duyularla hissedilmeyen herhangi bir sanat olmasa da görsel sanatlar, eserde görüntünün ve görme biçimlerinin baskın olarak öne çıktığı sanatlar arasında bulunmaktadır. Medya kanalları vasıtasıyla görüntünün hükümranlığını ilan ettiği bu çağda, görsel sanatlar da öne çıkan sanat alanlarından biri olmuştur. Sanat eserleri en yaygın olarak bilinen klasik yöntemlerle galeri, müze, pavyon ve fuar alanları gibi geleneksel sergileme mekanlarında sergilenmekte ve sanat takipçisiyle buluşmaktadırlar. Günümüzde sanat ve özelde de görsel sanatlar, iletişimin gün geçtikçe önem kazanması ve medya kanallarının çeşitlenmesiyle kendine yeni mecralar bulmaktadır. Alışlagelmiş bir biçim olarak fiziksel mekanlarda sergilenen görsel sanat eserleri hız kesmeyen teknolojik gelişmeler ve dijitalleşmeyle birlikte çevrim içi platformlarda yer almaktadır. Sanat eseri artık ilgilisi olan kitleyle yeni medya kanalları üzerinden buluşmaktadır. Dijital teknolojiyle harmanlanan yaratıcılık kendi platformlarını oluşturmaktadır.

Sanat eserinin kendisi yüzyıllar içinde biçim ve içerik olarak değişim geçirirken sergileme platformları da zenginleşen imkanlar ve teknolojik gelişmeler sayesinde değişime uğramıştır. Sergi kelimesi sözlükte alıcının görmesi, seçmesi için dizilmiş şeylerin tümü ve bu nesnelerin serildiği yer ve halkın gezip görmesi tanınması için uygun biçimde yerleştirilmiş ürünlerin, sanat eserlerinin tümü olarak yer almaktadır.

Sergilemenin amacı nesneleri ve sanat eserlerini sunmaktır. 16. yüzyılda ortaya çıkan “Wunderkammer” orijinal adıyla Nadire Kabineleri veya Merak Odaları’ndan bu yana çeşitli açılardan önem ve değer atfedilen nesneleri koruma amaçlı olarak barındırmıştır. Günümüzde ise sanat eserlerinin sergilenmesi için galeri, müze ve fuar gibi mekanlar kullanılmaktadır. Bilgisayarın icadı ve internetin doğuşuyla dünyada hemen hemen bütün sektörler değişime uğramıştır. Yaratıcı endüstrilerin de etkilendiği bu değişimden sanat üretimi de payını almıştır. Fiziksel mekanlarda sergilenen sanat eserleri zaman içinde dijital platformlarda düzenlenen sergilerde yer almaya başlamışlardır. Böylece geleneksel ve fiziksel yöntemlerle tasarlanan sergileme biçimleri artık çevrim içi olarak yeni medya kanalları üzerinden var olmaktadır. Gün geçtikçe zaman ve mekan bağımsız olarak kendi sistemini kuran endüstrilerden birisi de sanat endüstridir. Dijital platformlarda sanat takipçisiyle buluşan dijital sergiler sanat ve teknoloji ortaklığının birlikteliği ve bu birlikteliğin geldiği nokta açısından önem taşımaktadır. British Council’in imza attığı Duvarları Olmayan Müze adlı proje de 4 adet dijital sergiyi kapsamaktadır. British Council Birleşik Krallık sanatının örneklerini Türkiye'deki izleyicilere tanıtan bir oluşum olmasının ötesinde Türkiye'deki sanatsal çalışmaları da Britanyalı izleyicilere tanıtmaktadır. Duvarları Olmayan Müze de bu oluşumun görsel sanatlar alanındaki projelerinden biri. Bu dijital sergilerin en önemli özelliği Türkiye’de ilk düzenlenen ve sadece dijital platformda var olan sergiler olmasıdır.

Tezin temel kuramlarını A. Harold Innis ve Marshall McLuhan’ın Teknolojik Determinizm Kuramı, Jean Baudrillard’ın Simülasyon Kuramı, Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer’in Kültür Endüstrisi Kuramı oluşturmaktadır. Dijitalleşen ve küreselleşen dünyada insanlar fiziki müze gezmek yerine dijital müze gezmeyi tercih etmektedirler. Sanat eserlerini zaman ve mekan bağımsız olarak, dijital platformlar üzerinden gezmek erişilebilirlik açısından daha tercih edilir olmaktadır. Öte yandan dünyanın içinden geçtiği pandemi koşulları da dijitalleşen eğilimi hemen her alanda olduğu gibi sanat alanında da zorunlu kılmaktadır. Tezle, geleneksel sergileme biçimlerinin yerini zamanla dijital sergileme biçimlerine bıraktığı hipotez olarak sunulmuştur.

Çalışma kapsamında görsel sanatların geleneksel platformlardan dijital platformlara geçiş sürecindeki dönüşümü, içerik ve biçim olarak oluşumu irdelenmiştir. Küreselleşmeyle etkileşimli olarak ve dünyanın içinde bulunduğu

COVID-19 salgını nedeniyle takipçisi gnbeğn artan dijital sergilerin avantaj ve dezavantajları ele alınmıştır. Bu baēlamda Birleşik Krallık'ın uluslararası eēitim, kültür ve sanat platformu British Council'a ait dijital sergileme biēimlerinden olan Duvarları Olmayan Müze rneēi ele alınmıştır. Sanat takipēilerine çevrim içi bir müze deneyimi sunan mecra, Türkiye'de ilk olarak düzenlenen ve sadece dijital platformda var olan sergilerden oluşmaktadır. Çalışmada, kapalı uçlu anket yöntemiyle bireylerin sanal müze, sanal tur kullanım memnuniyeti incelenmiş ve bulgular yorumlanmıştır.



II. SANAT

A. Sanat Kavramı

Sanat üzerine geçmişten bugüne farklı tanımlamalar yapılmakta, kavramsal olarak farklı anlamlar yüklenmektedir. Pek çok kişinin günlük hayatta bir terim olarak kullandığı sanat kavramı, tarihsel süreç içinde felsefe, sanat ve akademi alanında çeşitli tanımlamalarla açıklanmaktadır. Özellikle Antik Yunan'dan bu yana sanat ve sanat felsefesi hakkında pek çok düşünce geliştirilmiştir. Dünyadaki ilk üniversite seviyesindeki kurum kabul edilen Akademi'nin kurucusu Platon'dan bu yana sanat hakkında çeşitli tanımlar yapılmaktadır. Felsefeye göre bir şeye yöneltilen “Nedir?” sorusu o şeyin varlığına ve varlığını oluşturan öze dair bir sorgulamadır. Bir sanat yapıtı onunla muhatap olan öznenen mülhem algısal bir nesnedir.

Felsefe ise nesnenin kendisinden ziyade kavramlarla ilgilidir. Yani sanat felsefesi bir sanatın yapıtının nesnesiyle değil onun kavramsallaştırılmasıyla ilgilenir. Bu nedenle sanatın ne olduğuna dair sanat felsefesinin yaptığı sorgulamalar ancak algısal olanı kavramsallaştırmaktadır. Bir şeyin öz niteliğinin neliğini bilmek güçtür bu yüzden bir tanım ortaya koyma amacı çıkmaza girer. Nihai tanıma ulaşmasa da o yoldaki kazanımlar ise felsefenin kendisini anlatmaktadır. Tek bir tanıma erişme kaygısından uzaklaşarak sanat konusuna bakılacak olursa felsefi açıdan dört öğeden oluşan bir biçim öne çıkmaktadır. Bunlar sanatçı, sanat yapıtı, alımlayıcı, yapıt-alımlayıcı ilişkisi olarak iletişimdir. Günümüz iletişim araçlarının önem kazanmasıyla birlikte sanatın iletişimsel yani bildirişimsel yönü de araştırma konusu olmuştur (Soykan, 2020:16). Sanatı tüm gerçekliğiyle anlamak ve ona dair düşünceler geliştirmek için bu çoklu mekanizmanın birbirleriyle ilişkisi oldukça önem arz etmektedir. Sanat; sanat yapıtı, sanatçı ve sanatın muhatabı olarak sanat takipçisi yani bir alımlayıcı olan süjeden bağımsız düşünülemez. Bu nedenle bu üçlü birlikte ele alındığı takdirde anlamlı sonuçlara ulaşılabilecektir.

Çağdaş felsefede sanatın tanımlanabileceği ve yapılacak tanımların faydası tartışma konusu olarak görülmektedir. Sanat üretiminin ortaya çıktığı bin yıllardan

beri üzerine çeşitli tanımlamalar getirilirken kelime, sözlükte farklı anlamlarla yer almaktadır. Türk Dil Kurumu'nun Güncel Türkçe Sözlüğünde kelimenin anlamı olarak 'sanat'; "1. isim Bir duygu, tasarı, güzellik vb.nin anlatımında kullanılan yöntemlerin tamamı veya bu anlatım sonucunda ortaya çıkan üstün yaratıcılık. 2. Belli bir uygarlığın veya topluluğun anlayış ve zevk ölçülerine uygun olarak yaratılmış anlatım. 3. Bir şey yapmada gösterilen ustalık. 4. Bir meslekte uyulması gereken kuralların tümü. 5. Zanaat." olarak tanımlanmaktadır. Güzellik kavramı etrafında yapılan tanımlamaların dışında zanaat olarak tanımlandığı da görülmektedir. (sozluk.gov.tr, e.t.: 04 Aralık 2021). Birbirinden oldukça farklı olan bu iki bakış açısı, geleneksel ve çağdaş sanatın oluşum süreci içinde doğal bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır.

Sanat, Güzel Sanatlar olarak kategorize edildiği zamana kadar zanaat olarak görülmüştür. Nişanyan Türkçe Etimolojik Sözlük'e göre ise Arapça kökenli olan 'sanat'; "Ustalık, hüner, imalat" sözcüğünden alıntıdır. Bu sözcük Arapça 'şanaa'; "yetiştirdi, ustalık ve beceri gerektiren bir iş yaptı" fiilinin mastarıdır. Fransızca 'art' sözcüğünün etimolojik kökü ise Antik Roma'da 'techne' ile aynı anlama gelen 'ars' sözcüğüdür. "Yetenek, hüner, maharet, ustalık, eliş" gibi anlamları kapsamaktadır. Sanat, zaman içinde bazı teorik açılımların sonucunda kategorize edilmiştir. 'Güzel Sanatlar' ifadesi de bu kategorizenin bir sonucudur.

Güzel sanatlar; resim, heykel, mimari, edebiyat, müzik, tiyatro ve dans disiplinlerini barındıran, insanda coşku ve hayranlık uyandıran sanatlardır (turkedebiyati.org, e.t.: 4 Aralık 2021). Tezin konusunu oluşturan görsel sanatlar disiplini ise güzel sanatların alt başlığı olarak konumlanmaktadır. Görsel sanatlar ve onun oluşum sürecinden evvel sanat yapıtının ne olup olmadığı hakkında fikir sahibi olmak isabetli olacaktır.

1. Sanat Yapıtı Tanımı

Herhangi bir yerde bir sanat yapıtından söz edilebiliyorsa orada somut bir üretim var demektir. Bir sanatçısının elinden çıkan söz konusu yapıt onunla muhatap olanların fiziksel duyularına ve tinsel sezgilerine açıktır. Burada söz konusu nesnenin sanat yapıtı olarak bahsedilebilmesi için ilk olarak 'estetik beğeni' ve 'güzellik'ten söz edilmelidir. Bir sanat yapıtı temel düzlemde karşısındaki özne beğeni ve güzellik uyandırmalıdır. Bu her ne kadar kişisel bir ölçüt olsa da buradaki özne estetik beğeniye

sahip olan bir öznedir. Güzel ifadesi ise öznenin kendi duyusu, sezişi ve yaşantısının bir çıktısıdır. Estetik beğenisi olan öznenin kendi pratiğinin bir dökümü olduğu için buradaki ölçüt kişisel ve öznel olacaktır. Mimesis (taklit), Platon'dan 20. yüzyıla kadar sanatın doğası sorununa verilen en felsefi cevaptı. 1914'teki Soyut Dışavurumculuk'un ortaya çıkışına dek sanat mimesisti ve tek tarzı (Alioğlu & Bayrak, 2019: 75). Platon bunu ayna örneğiyle açıklamaktadır. Ayna metaforuyla evrendeki varlıklar güneş, yıldızlar, dünya, insan, eşya, bitkiler ve bütün canlı varlıklar bir aynada görünür kılınabilmektedir. Bir ayna yardımıyla hepsi aynayı elinde tutan tarafından yaratılmış gibi durmaktadırlar. Fakat gerçek değildirler. Sanat yapıtını ancak gerçeğin bir taklidi olarak ele alan bu düşünce sanat yapıtını pratik, teorik ve duygusal birikiminden damıtarak ortaya koyan sanatçının kimliğini silikleştirip onu yok sayarken elde kalan ancak yaşamın acemice bir taklidi olacaktır.

Burada sanat yapıtının yansıtmacı özelliğinden bahsedilmelidir. Bir sanat yapıtı bireysel, toplumsal, düşünsel veya ruhsal olarak bir şeyi yansıtabilir veya yansıtmayabilir. Sanatın farklı disiplinleri Antik Yunan'dan beri yerleşik olan bu bakış açısıyla farklı araçlar kullanarak yansıtmacı bir tavır alabilmektedir. Platon, varoluş ve temsil arasındaki ilişkinin içindeki imgede yanılmalı bir gerçeklik görmektedir. İmge burada sadece bir şeyin yerine geçerek onu temsil etmektedir. Buradaki temsil etmek ise aslında verili bir gerçekliğin simülarkını üretmek anlamına gelmektedir. Yani aslında gerçeklikte olmayan bir şeye gönderme yapmaktır; göndergenin gerçek veya kurgusal olması bu durumu değiştirmez (Farago, 2020:17). Bu perspektiften bakıldığında sanatın bir paradoksu işaret ettiği görülmektedir o da gerçeği göstermek üzere kurgulanan bir yalan olduğu fikri olarak öne çıkabilmektedir. Oysa post-modern sanat, yansıtmacı bir amaç taşımayı redederek sanat yapıtının kendinden mülhem olduğunu savunmaktadır. O eser ne bir simge ne bir öykünme ne de bir taklidin sonucudur. Böylesi bir sanat hiçbir göstergebilimsel bağa sahip olmaz, kullandığı malzeme, araç ve enstrüman her ne ise yalnızca onu ifade etmektedir.

Post-modern sanat bu defa da bir nevi kendi özgürlük ve özgünlük manifestosunun tutsağı olmaktan kaçamamaktadır. Sanat özgürleşmeye çalıştıkça özgürlüğüne bağımlı olmaktadır. Kendisi olmayan bir şey sunmak, ortaya koymak veya yansıtmakla, kendisi olmayan şeylere bağımlı olur. Ama sanatın yansıttığı şey, konu olarak ne denli sanat olmayan bir şeyi, -örneğin; bir doğa manzarası, toplumsal bir gerçeklik durumu vb.- içerse de onu sanat dışı bir şey değil, tersine sanatsal bir şey

olarak yansıtırsa ancak o zaman sanat dışı bir şeye bağlı olmayacak dolayısıyla özerkliğini ve kendi hakikatini koruyabilecektir. Bu nedenle bu post-modern eleştiri, ancak basit bir mimetizm anlayışındaki sanat için geçerli olabilmektedir (Soykan, 2020:24).

Bu durumda görsel sanatlar, plastik sanatlar ve edebiyat alanında olduğu gibi bu disiplinlerden birine ait olan bir sanat yapıtı en nihayetinde bir şeyi somut veya ruhsal olarak yansıtacaktır. Bu noktada da önemli olan yansıttığı şeyi sanatsal olarak yansıtıp yansıtmadığıdır. Doğrudan bir yansıtma olursa bu sadece bir kopya olacaktır. Bir yapıtın bir taklit mi yoksa gerçek bir sanat yapıtı mı olup olmadığı sorusu onun sanatsal olup olmadığı noktasında düğümlenmektedir. Bir yapıtın sanatsal olması ise ‘estetik’ olmasıyla ilişkilidir. Sanat yapıtı estetik nesneyi ifade etmektedir. Bir nesneyi, estetik nesne yapan onun içeriği, biçimi, üslubu veya malzemesi değildir. Burada kıstas öznenin bilgisidir. Özne bir nesneyi estetik nesne olarak biliyorsa, onun bilgisi öyledir (Soykan, 2020:38). Estetik özne, sanat yapıtının ne olup olmadığı konusu hakkında karar verici konumundadır.

Bir sanat yapıtının sanat yapıtı olduğunun önemli bir göstergesi de onun bir sanat kuramı zeminine oturuyor olmasıdır. Sadece öznel bir hoşlanma veya toplumsal bir eğilim onu sanat yapıtı yapmaz. Kitlenin içindeki beğeni sahibi kişilerin görüşü ve ondan alınan estetik haz, o nesnenin sanat yapıtı olduğunu belirlemektedir.

2. Görsel Sanat Kavramı

Görsel sanatlar, biçim olarak görsel olan ve görselliği temel alan sanat dallarını kapsamaktadır. Sanat yapıtı türü ne olursa olsun en nihayetinde somut bir varlıktır. Bu nedenle de o algının bir nesnesidir (Soykan, 2020:17). Görsel sanatlar diğer duyuları dışarıda tutmaksızın tüm duyulara hitap eder fakat görüntü diğer sanat disiplinlerine göre daha çok ön plandadır. Heykel ve seramik kalıp alabilen, şekil verilebilen bir hacme dayandıkları için plastik sanatlar kategorisine girmektedir. Resim, fotoğraf, illüstrasyon, grafik, tezhip, kaligrafi, hüsnühat, ebru, minyatür gibi sanatlar görsel sanatlar alanına girmektedir. Görsel sanatların temelini ise resim sanatı oluşturmaktadır.

Görsel sanatlar, mekansal düzenlemeler, renk kullanımı, beden dili gibi iletişimin pek çok biçimi aynı görsel iletişimin kuşatıcı alanına girmektedir. Mağara duvarları,

taşlar, kayalar, ağaç gövdeleri, çamur, toprak vb. üzerine çizilen çizgiler, resmedilen figürler zaman içerisinde yazının gelişmesine zemin hazırlamıştır. Öte yandan görsel iletişim; resim, karikatür, heykel gibi sanatlar içerisinde varlığını sürdürmüştür (Güngör, 2018: 49).

Üretiminde somut bir nesne ortaya konulan figüratif sanatlar, edebiyat ve şiir türünde olduğu üzere dilin dışında kalan şeyleri ifade etmeyi hedeflerle. Örneğin edebiyat imgeler yaratır; plastik betimleme göndergeyi temsil eden bir obje bir heykel, fresk ya da tablo gibi hacimli, somut bir şey ortaya koyar. Böylece güzel görünüm öne çıkmaktadır. Bu güzel görünüm, Avrupa'daki plastik kültürün temel prensibi olmuştur. Güzellik ise sanatçının vizyonunun tinselleşmesine yani ruhsallaşmasına bağlıdır (Farago, 2020:17).

İnsanlığın ilk olarak mağara duvarlarına çizdikleri resimler görsel ve plastik sanatların ne kadar kadim olduğunu göstermektedir. Tarihteki ilk resim örneğinin Güney Fransa'da bulunan Chauvet Mağarası duvarlarına yapılan ve 37.000 ila 33.500 yıl öncesine tarihlendiği varsayılan dağ keçisi, mamut, at, aslan, ayı, gergedan gibi hayvanların resimleri bulunmaktadır. 18 Aralık 1994 tarihinde tesadüfen keşfedilmiş olan resmin yapılan karbon testleri sonucunda dünya üzerinde bulunan en eski resimler olduğunu bilinmektedir. Öte yandan insanlığın yerleşik hayata geçişinin izlerini barındıran ve yeryüzündeki ilk tapınak olduğu bilinen Şanlıurfa'daki Göbeklitepe'nin keşfi de insanlığın sanat üretiminin ne kadar eskiye dayandığını göstermektedir. Göbeklitepe'de de sanat yapısı denilebilecek yetkinlikteki figür örneklerine rastlanmaktadır. Taşlara kabartma olarak işlenmiş akrep, tilki, boğa, yılan, yaban domuzu, aslan, turna ve yaban ördeği figürleri yer almaktadır. Tarihi perspektiften bakıldığında görsel sanatlar hem sanat tarihi hem de insanlık tarihi için bin yıllar öncesinden bugüne bilgi verebilmektedir. Geçmiş yüzyıllarda artık geleneksel yöntemler olarak nitelendirilen temel yöntemlerle yapılan sanat üretimi geçirdiği dönemler ve teknolojinin varlığıyla farklı malzeme ve tekniklerle de üretilir olmuştur. İlk görsel sanat örnekleri olan mağara duvarlarına yapılan çizimlerin yapılış sebeplerinin dönem insanların günlük yaşamlarının yansımaları, hayvan figürleri, av sahneleri, inanç ritüelleri, doğayı anlamlandırma, mistik yansımalar olurken zaman içinde sanat yapıtları olarak nitelenen çalışmaların ele aldığı konular da çeşitlenmiştir.

Sanat yapıtı, onu ortaya çıkaran düşünce ve inanç sistemiyle birlikte ele alındığında geçmiş dönemlerde zanaatın bir kolu olarak nitelendirilirken Güzel Sanatlar sınıflandırmasıyla birlikte sanat yapıtını üreten sanatçı da sanat yapıtı kadar sanatın merkezinde konumlanmaya başlamıştır. Her sanat yapıtının bir sanatçıya yani onu ortaya koyan, üreten ve tasarlayana muhtaç olma hali sanat kadar sanatçıyı da özne yapmaktadır. Sanat felsefesi, Güzel Sanatlar Akademisi sanat yapıtı-sanatçı ilişkisi üzerine sorular soran düşünceler ve teoriler ortaya koymaktadır. Geniş bir ekosistemi kapsayan sanat endüstrisi ise teorinin ötesinde pratik olarak sanat hakkında yeni içerik, biçim, üslup ve sergileme türleri odağında üretmektedir. Hiçbir sanat yapıtı ve ifadesi kendisiyle başlamaz. Çağdaş sanattaki yeni yorumlarla birlikte geleneksel pratik teorinin güdümünden çıkan sanat, yeni medya araçları aracılığıyla kendi varlığını dönemin yenilikçi teknik ve dijital bilgisiyle yeniden inşa etmektedir. Bu inşa süreci sanat yapıtının, sanat takipçisiyle bulunduğu platformları da değiştirip dönüştürmektedir. Sanat pek çok şeyi değiştirme, dönüştürme gücüne sahiptir. Fakat onun asıl amacı insanoğluna hayat biçimlerini göstermek, görünür kılmak, teşhir etmek, sergilemektir. Sanat bilgiyi icra eder, bilgi vasıtasıyla yaşamının ne olduğunu ve anlamını ortaya koymaktadır (Groys, 2017:31). Görsel sanatlardaki bu dönüşüm sanatın başlıca amaçlarından olan sergilemenin biçimlerini de kapsamaktadır. Geleneksel veya klasik olarak nitelendirilebilecek sergileme biçimleri, değişen dünyada sanat yapıtının yeniden tanımlanması ve yeniden üretilmesiyle birlikte yeni mecralar bulmaktadır. Görsel sanatlar da yeni sergileme biçimlerine yönelerek farklı platformlarda, alımlayıcıyla (sanat takipçisi) buluşmaktadır.

B. Alımlayıcı (Sanat Takipçisi)

Sanat yapıtının varlığı nasıl ki onu üreten sanatçı olmadan tahayyül edilemezse onun alımlayıcısı (izleyici, okur) konumundaki sanat takipçisi olmadan da düşünülememektedir. Çünkü sanatsal bir yaratım gayesi taşıyan bir nesne olarak sanat yapıtı, görülebilir olmayanı görselleştirmeye yöneliktir. Sanat yapıtıyla içsel dünya dışsal dünyaya yansıtılmaktadır. Buradaki en önemli muhatap ise alımlayıcıdır. Çünkü bilinmeyenini bilinir kılan sanatçı karşısında bir muhatap bulmak istemektedir. Başlıca amaçlarından biri sergilemek, teşhir etmek olan sanat ancak böylelikle kendini gerçekleştirmiş olacaktır. Yazarı tarafından yazılıp basılan bir roman en az bir okur tarafından okunma gayesi, sanatçısı tarafından yapıp galeride yerini alan bir heykel

de onun karşısına geçip onu süzecek bir çift göz ve estetik beğeniye sahip bir özne arzulamaktadır. Aksi halde söz konusu roman bir bireyin yastık altında kalan sayıklamaları; heykel ise herhangi bir sanatsal iddiası olmaksızın, el ustalığından mütevellit bir zanaat işi olmaktan öteye gidemeyecektir. Alımlayıcı doğası itibarıyla öznedir. Bir sanat yapıtının karşısına geçen alımlayıcı kendi yaşantısı, hafızasında o ana dek yer edinenler, entelektüel bilgi birikimi ve estetik beğenisinin izin verdiği kapsamı işaret edecektir. Tüm bunların bir damıtısı olarak duygularının sözcüklere dönüşmüş haliyle bir iletişim kuracaktır.

1. Alımlayıcı (Sanat Takipçisi) ve Sanat Yapıtı İlişkisi

Öncelikle sanat yapıtı olarak bahsedilen şey bir estetik nesnedir. Burada ‘estetik özne’ kavramı denklemin içine girmektedir. “Estetik özne, genelde estetik nesne, özelde sanat yapıtı karşısında estetik birebir tavır alabilen kişidir. Bu kişi, sanatsal varlık alanına katılan bir kişi olmakla, bu alanı bilmeye yönelen filozofun nesnesidir de. Estetik tavır alan kişi filozof olmak zorunda değildir; o beğeniye sahip bir estet de olabilir” (Soykan, 2020:38). Estetik nesne ve onun karşısında özne konumunda bulunan alımlayıcı ilişkisi hakkında estetik ve sanat felsefesi detaylı ve çeşitli kavramsal tanımlamaları tartışmakta ve kategorize etmektedir. Bir sanat yapıtı karşısında bir beğeni gösteren kişi ‘estetik özne’ konumundadır.

Estetik öznenin içinde bulunduğu hâl yani öznenin karşısındaki nesneye gösterdiği tavır ise ‘estetik tavır’dır. Bu tavrın amacı doğrudan kendisindedir. Yani estetik nesne ile muhatap olan estetik öznenin bunu yapma amacı salt olarak o nesneyle kurduğu iletişimden duyduğu haz ve zevktir. Bu haz ve zevkin kaynağı da direkt olarak estetik nesnenin kendisindedir, onun dışındaki varlıklarla ilgili değildir. Bu nedenle gösterilen estetik tavır nesnenin kendisinden mülhemdir. Estetik olmayan ama estetik tavrı ile ilgili çeşitli yönelimler de mevcuttur fakat bu başka bir çalışmanın konusudur.

Estetik tavrın oluşabilmesi için öznenin ‘estetik beğeni’ye sahip olması gerekmektedir. Bu beğenin kökeninde ise insanın yaratılıştan gelen hoşlanma duygusu vardır. Fakat birey kendisinde bulunan estetik beğeniye kendisine entelektüel anlamda emek vererek, farklı kazanımlarla olduğu seviyeden daha yukarı taşıyabilmektedir. Sanatın hangi disipliniyle ilgileniyorsa o alanda eğitim alarak bu beğeni skalasını genişletebilmektedir. Estetik beğeni, insanın yaratılışında var olan

estetik duygusunu, kendisini estetik alanda eğitmesiyle inşa olur. Uzun ve sürekli bir eğitim gerektirir (Soykan, 2020:48).

Toplumsal beğeni ise dönemsel farklılıklar gösterir. Bir toplumun beğeni ölçütü dönemsel olarak, popüleriteye bağlı değişebilir. Kitlesele olan her şey dönemsel olmakla karşı karşıyadır. Sosyolojik eğilim hemen her konuda olduğu gibi sanatta da zamansallıkla ilgilidir. Bir dönem estetik gelen bir resim akımı başka bir dönem aynı şeyi ifade etmeyebilir. Bunun nedeni değişen sanat anlayışlarıdır. Kitle kültürü veya öznel görüşler bir nesneyi sanat yapıtı yapmamaktadır. O nesneyi sanat yapıtı yapan, estetik beğeni ve bilgiye sahip kişilerce yüklenen anlamlardır.

Bir sanat nesnesi hakkında bir yargı ortaya konuluyorsa da ona ‘estetik yargı’ denilmektedir. Estetik yargıyı veren kişi de alımlayıcının ta kendisidir. Yargı nesnel ve öznel olabilmektedir. Estetik yargı ise öznel bir yargıdır. Doğrudan sanat nesnesinde somut olarak görülebilen bir özellik değildir, o alımlayıcının sezdiği ve hissettiği bir şeydir. Alımlayıcı duyumsadığı şeye göre bir yargıya varır. Buradaki tek ilham noktası ise karşısında konumlandığı sanat yapıtıdır. Alımlayıcı ve yapıt ilişkisi önemli bir eşiği ifade etmektedir. Bir de ‘estetik kategori’ söz konusudur. Burada ölçüt ‘güzel’ kavramıdır. Güzel, estetik beğeniye sahip öznenin bir sanat yapıtı karşısında hissettiği estetik bir değerdir. Yani alımlayıcı o nesnede buldukları özellikler neticesinde onun güzel olduğu kanısına varmaktadır. Bir nesneyi güzel yapan onun sahip olduğu farklı özellikler olabilir. Trajikomik, hisli, naif, çirkin gibi çeşitli şeyler de güzel başlığına dahil olmaktadır. Burada asıl olan bunlardan herhangi birinin haz veriyor olmasıdır. Sanat tarihinin derinliklerinden bu yana Antik Yunan felsefecilerinden bu yana ‘güzel’e ilişkin çeşitli görüşler ortaya atılmış, tartışmalar yapılmıştır. Her görüş dönemi bazında üretilmiş olsa da hepsinin temelinde insan ve insan edimi yatmaktadır.

Sanatın ‘ne’ olduğunu ve ‘nasıl’ gerçekleştiğini açıklamaya çalışan görüşler vardır. Burada alımlayıcı ve sanat yapıtı ilişkisi konunun odağını oluşturmaktadır. Bunlar; sanatçı merkezli, yapıt merkezli, alımlayıcı merkezli ve toplum merkezli yaklaşım biçimleridir (Ötğün, 2009: 159). Her yaklaşımın kendine özgü bakış açısı ve düşünce düzlemi bulunmaktadır.

Sanatçıyı merkezine alan ilişki biçimi sanatçının kişisel duygu durumlarını ön plana çıkarmaktadır. Sanat nesnesini yaratan öznenin ruhsal devinimleri ve ruh halleri

onun sanatla olan ilişkisini ortaya koymaktadır. Sanatçı bu yaklaşıma göre nesnel olanla ilgilenmemekte, kişisel olana yönelmektedir. Yapıt merkezli yaklaşımda sanat yapıtının kendisi odak noktasıdır. Sanat nesnesi kendisi dışındaki her şey ve herkesten bağımsız olarak yorumlanmaktadır. Bu görüşe göre sanat yapıtının bir kimliği vardır. Bu kimlik bir biçime sahiptir ve sanat yapıtına ilişkin tüm okumalar onun özü üzerinden yapılmaktadır. Alımlayıcı merkezli yaklaşımda asıl olan sanatçı veya sanat yapıtı değildir, onunla muhatap olan alımlayıcıdır. Sanat yapıtının karşısında konumlanarak onunla iletişime geçen kişidir. Alımlayıcı türlü duygu hâlleri ve edimler vasıtasıyla sanat yapıtıyla bağ kurmaktadır. Bir nesne olarak durmakta olan sanat yapıtına anlamlar yüklemektedir. Bunu her alımlayıcı farklı koşullarda ve farklı psikolojik düzeylerde yapacaktır. Her alımlayıcının dünyaca ünlü bir tabloya baktığında gördüğü ve algıladığı şey bambaşkadır. Parçaları kendisi tamamlar ve o algıyı kendisi oluşturur. Bu yaklaşıma göre sanat yapıtı alımlayıcının eleştirel yorumlarıyla kendini tamamlayacaktır. Toplum merkezli yaklaşım Yansıtmacılık kuram ve Marksist kurama dayanmaktadır. Yansıtmacılık kuramı Platon'un ayna metaforundaki gibi sanat yapıtının gerçeğin kopyası olarak ele alınmasıyla ilişkilidir. Doğayı taklit etme, kopyalama gibi bir hareket noktasıyla sanat yapıtının oluşturulduğu görüşü ileri sürülmektedir. Marksist kurama göre tüm sanat üretimi ekonomik temellidir. Bütün yapıtlar, sanatçıları aksini iddia etse dahi objektif bir politik tavrı temsil edememektedirler. Çünkü her şeyin temelini finans düzlemi, sosyal çevre ilişkileri ve politika oluşturmaktadır.

C. Sanat Mekanı

Mekan kelimesinin TDK'nın sözlüğündeki birinci anlamı “Yer, bulunulan yer”dir. İkinci sırada ise “Ev, yurt” manası gelmektedir. ‘Sanat mekanı’ bu tanımlamaların yanında sanat eserlerine ve sanatsal etkinliklere ev sahipliği yapan mekandır. (sozluk.gov.tr, e.t.: 24 Aralık 2021). Bir sanat yapıtı mekandan bağımsız tahayyül edilememektedir. İnsanlığın bilinen ilk yıllarından bu yana rastlanılan sanat eserlerinin mekanı insanların doğal yaşam alanları olan barındıkları mekanlar, dinsel, mezarlar ve anıtlar gibi hayatlarının birer parçası olan mekanlar olmuştur. İnsanlığın gelişim gösterdiği, günlük hayatın yerleşik ve düzenli bir sisteme oturduğu yıllarda artık sanat eserleri için özel mekanlar tesis edilmeye başlanmıştır. Yüksek Rönesans döneminde bu mekan ‘wunderkammer’, İngilizce çevirisiyle ‘cabinet of curiosity’ olarak bilinen nadire kabineleri olmuştur. Kişilerin dünyanın farklı yerlerinden derledikleri el yapımı

objeleri ve sanat eserlerini saklayıp evlerinde sergiledikleri kişisel merak kabineleri çağdaş sanatla birlikte ortaya çıkan müze ve sergilerin atası olarak kabul edilmektedir. Farklı bölümlerden oluşan nadire kabinelerinde el yapımı ilk çağ ürünleriyle sanat eserlerini barındıran bölüme Artificialia denilmektedir. Bitkiler, hayvanlar ve doğadan farklı şeyleri kapsayan bölüm Naturalia olarak adlandırılır. Scientifica bölümü bilimsel materyalleri, Exotic bölümü uzak ülkelerden getirilen objeleri ve Mirabilia bölümü ise mucizevi şeyleri içerir (artfulliving.com.tr, e.t.: 24 Aralık 2021).

Nadire Kabinelerinin ardından sanatın, özel bir sergileme mekanına sahip olması fikri yaygınlaşmaya başlamaktadır. Galeri başlığı altında incelenen Salon Sergileri, bu konuda atılan önemli bir adım olmuştur. Sanat yapıtları, insanlığın bilinen ilk zamanlarında ilk üretim mekanları olan yerler (mağara, tapınak, mezar, anıt) dışında, zaman içinde kaydedilen gelişmelerle salon, müze, galeri gibi mekanlarda sergilenmeye başlamıştır. Alımlayıcının bir sanat yapıtının karşısına geçerek onu dikkatlice inceleyip, üzerine düşündüğü anlarda mekan da artık yapıtın eleştirisine dahil olmaktadır. Alımlayıcı esere odaklanırken mekandan da etkilenmektedir. *“Rembrant’ın tablosunu inceleyen sınıftan sessizce tabloya bakması isteniyor. Galeriye bir gözlemci girse, bir oyun izlediklerini düşündürecek kadar dikkatli bakan yirmi insan görür. Bakışlar aşama aşama yer değiştiriyor; önce galerinin bütününden tek bir duvara, sonra tartışacağımız yapıtın çerçevesine ve etiketine, sonunda resmin kendisine odaklanıyorlar. Tablo, birdenbire sanki odadaki tek nesneymişçesine belirgin bir şekilde odağa yerleşiveriyor”* (Burnham ve Kai-Kee, 2020:40). Sanat yapıtının kendisi de mekanla anlamsal bir birliktelik kurmaktadır.

Öte yandan sanat mekanlarının mimarisi de özellikle çağdaş sanat mekanlarında başlı başına ikonik bir kimlik olarak öne çıkmaktadır. Bazı mekanlar sanat yapıtını öne çıkarır ve ana işlevi olan ‘ev sahipliği yapma’ işlevini yerine getirirler, bazıları sanat yapıtıyla müsemma olarak onun devamı veya tamamlayıcısı olmak üzere yapıt dikkate alınarak tasarlanırlar, bazı mekanlar ise mimari özellikleriyle zaman zaman sanat yapıtının önüne geçmektedirler. Mekansal tasarımdaki bu tutum, çağdaş sanatla birlikte marjinal bir şekilde değişmekte ve sanat yapıtına yaklaşım biçimlerine de yön vermektedir. Bu alımlayıcı için de yeni bakış açıları ve anlam arayışları sunan bir imkandır. Alımlayıcı açısından mekan-sanat yapıtı ilişkisi bütünlüklü bir önem arz etmektedir. Bir sanat mekanı direkt olarak sanat yapıtı ve alımlayıcıyla ilişki kurmaktadır. Bunu sanat yapıtının ait olduğu disiplin, yapıtın

dönemi, üslubu, biçimi ve malzemeleri de çeşitlendirmektedir. Sanat mekanı ve sanat yapıtı ilişkisi bu üçlü iletişimin ilk basamağını oluşturmaktadır.

1. Sanat Mekanı ve Sanat Yapıtı İlişkisi

Mekan ve sanat yapıtı ilişkisi iki başlıkta ele alınmaktadır. Sanat yapıtının sergilendiği mekan olarak ve sanat eserinde işlenen mekan olarak. Görsel ya da plastik sanat ürünü olan bir eserin içeriğindeki yani kompozisyonundaki mekan o konunun resimsel mekanını göstermektedir. İnsanların mağara gibi doğal yaşam alanlarının duvar yüzeylerine resimler yapmalarıyla mekan ve sanat ilişkisi tarihteki ilk örneklerini vermiştir. Yapıttaki mekan ve mekandaki yapıt ilişkisinin ilerleyen yüzyıllarda özellikle Rönesans sonrasında aralarında sınırı kaldırırcasına iç içe geçtiği görülmektedir. Resimde perspektifin kullanılmaya başlanması bunun nedenleri arasında gelmektedir. Böylece mekan ve sanat yapıtı ilişkisi, ilk resim örneklerine göre bambaşka bir düzleme taşınmış olmaktadır. Resimdeki mekanın öne çıkarıldığı panoramik tablolar, alımlayıcıya resimsel mekanı veya kompozisyonundaki olayı oradaymışçasına yaşatmak, mekanı tümüyle algılatmak üzere tasarlanmıştır (Tuğal, 2018: 80).

Sanat yapıtları artık taşınabilir olduklarında konu edindikleri ve üretildikleri mekandan farklı mekanlarda da yer bulmaya başlamışlardır. Resim, rölyef, mimari ve yeni medya gibi çalışma alanları mekan-sanat yapıtı ilişkisi açısından sanatçısına farklı olanaklar sunan disiplinler arasında bulunmaktadır. Bu bağlamda sanat mekanı bir yapıtın sanatçının mutfağından çıkıp kamuya açıldığı alan işlevi görmektedir. Sanat yapıtı, geleneksel sanat mekanlarında bir nesne olarak konumlanırken çağdaş sanatla birlikte artık mekanla birlikte düşünülür ve tasarlanır olmaktadır. Estetik kaygılar taşıyan sanat eserlerinin yanı sıra günlük hayatın nesneleri de zaman zaman sesi gür çıkan sanat akımlarının etkisiyle müze ve galeri gibi mekanlarda yer almışlardır. Marcel Duchamp'ın 1917'de Bağımsız Sanatçılar Derneği tarafından kurulan sergiye 'Fountain' adını verdiği, "R. Mutt" imzalı pisuvarla başvurması günlük nesnelerin anlamından koparılarak bir sanat yapıtına dönüştürülme sürecinde sanat mekanı önemli bir işleve sahip olmaktadır. Ducamp sanat yapıtı olarak sergiye gönderdiği eserinin mekan ile olan ilişkisini o zamana dek görüldüğü gibi yorumlamadı. Ona göre sanat nesnesinin bulunduğu mekan nötr bir izlenime sahip değil aksine mekan ile dinamik bir etkileşim ve alışveriş halinde olmaktadır. Onun bu yenilikçi iddiasını

temsil eden ‘Fountain’ ise kendisinin içinde bulunduğu sanat çevresince dahi kabul görmedi ve sergide yer verilmedi. “Yıllar sonra New York’lu Dadaistler tarafından yayınlanan *The Blind Man* adlı dergide yayınlanan anonim bir yazı, *Fountain*’in neden bir sanat yapıtı olduğunu şu üç argüman ile savunuyordu: *Objenin seçimi başlı başına yaratıcı bir süreçtir. Obje işe yarar özelliğinden koparıldığında bir sanat yapıtı haline gelir. Objeye bir isim verip, bir sanat galerisinde sergileyerek objeye yeni bir fikir veya anlam verilmiş olur*” (medium.com, e.t.: 25 Aralık 2021).

Günlük hayatta kullanılan, fabrikasyon bir üretim olan ve sanatçısının üretim sürecine dahil olmamış bir nesneye isim verilerek bir sanat galerisinde sergilenmesi talep edilebiliyor ve böylece o nesneye yeni bir anlam yüklenmiş olabiliyor. Mekan-sanat yapıtı ilişkisinin birbirini besleyen bir unsur olması nedeniyle bu girişim yıllar sonra da olsa başarılı görülmektedir. Buradan anlaşıyor ki bir sanat mekanı çatısı altına girdiğı nesneleri dönüştürücü bir güce de sahip olabilmektedir.

2. Sanat Mekanı ve Alımlayıcı İlişkisi

Sanat mekanları; sanat yapıtı ve alımlayıcı arasındaki ilişkide önemli bir yerde konumlanmaktadır. Bir sanat yapıtı sergileneceğı mekana yerleştirilirken sergi düzenleyicisi olan küratörler tarafından mekan titizlikle tasarlanmaktadır. Bu yapılırken de hem sanat yapıtı-mekan ilişkisi hem de sanat yapıtı-alımlayıcı ilişkisi göz önünde bulundurulmaktadır. Sanat mekanı, üretilen yapıtın izleyici konumundaki alımlayıcıyla bir araya gelmesini sağlayan, onları buluşturan platform olarak öne çıkmaktadır. Klasik sanat anlayışında sanat yapıtları bir mekanda sadece bir sanat nesnesi olarak yer bulmaktadırlar. Yapıtlar kendi varlık güçlerini mekana taşımaktadırlar.

Çağdaş sanatta bu durum alımlayıcıya bir ‘deneyim’ imkanı sunmaktadır. Her şeyin gün geçtikçe işlevsel ve karşılıklı etkileşime dayalı olduğu bir ekosistem içerisinde artık deneyim başroldedir. Alımlayıcı, geleneksel sergileme biçimlerinin başlıca mekanı olan fiziksel sanat mekanlarında kendine bir deneyim imkanı bulmaktadır. Sanat yapıtıyla görsel, düşünsel ve duygusal bir etkileşim gerçekleştirmekte, karşısına geçtiğı yapıtla iletişim kurmaktadır. Fiziksel mekanda klasik bir sergileme biçiminde böylesi bir iletişim söz konusuysa, sanal gerçeklik (V/R- Virtual Reality) ve artırılmış gerçeklik (A/R- Augmented Reality) uygulanan

sanat mekanlarında bu durum mekan-alımlayıcı ilişkisi açısından daha da belirginleşmektedir.

İstanbul Beyoğlu'nda bulunan Pera Müzesi bunun bir örneği olan “Osman Hamdi Bey’in Dünyasına Yolculuk: Sanal Gerçeklik Deneyimi” projesini ziyaretçilerine sunmaktadır. Osman Hamdi Bey’in atölyesini ve ressamın fırçasından çıkan Türk resminin en çok tanınan yapıtlarından Kaplumbağa Terbiyecisi’nin canlandırıldığı sanal gerçeklik uygulamasıyla izleyiciler mekânsal bir deneyim yaşamaktadırlar. Çeşitli arşiv ve koleksiyonlardan derlenen bilgi ve belgelerle oluşturulan sanal gerçeklik uygulamasında, izleyiciler sanatçının çalışma atölyesinin yanı sıra Kaplumbağa Terbiyecisi yapıtının içinde de gezinti yapabilmektedirler. Bu ve bunun gibi sanal gerçeklik uygulamaları, alımlayıcının algısal bağlarını fiziksel mekanla keserek onu bir siber dünyaya davet etmektedir.

Siber dünyayla tanışan insan gerçek yaşamdan bağımsız olarak onda var olmak istemektedir. Bu ona varlık alanını, duygularını genişletmesini sağlarken, farklı deneyimler de sunmaktadır. Dijital evrende var olmak, bu evren içinde yeni bir yaşam biçimi edinmek ancak sanal gerçeklikle mümkün olmaktadır (Tuğal, 2018:87). Böylelikle ‘izleyici’ konumundaki kişi artık çift yönlü bir mekanizmada, interaktif bir konum edinmektedir ve o artık sanat mekanı-alımlayıcı ilişkisinin sadece şimdilik bilinmekte olan en geniş sınırlarına temas etmektedir.

Sanat mekanı ve alımlayıcı ilişkisi; İletişim Kuramcısı Marshall McLuhan’ın “Medium is the message” bazı nüanslarla “Mecra mesajdır” veya “Araç mesajdır” olarak Türkçe’ye tercüme edilen teorisi perspektifinde okunduğunda sanat yapıtının içeriğinden ziyade onun sunulduğu iletişim ortamı ve araçlarının mesajın kendisi olacağı okuması yapılmaktadır. İnsan ona verilen mesajları, verildiği ortamla birlikte algılar ve yorumlar. Bu nedenle McLuhan’a göre medya ortamının etkisi oldukça güçlüdür. Sanat mekanı bir platform olma özelliğiyle, böyle önemli bir işleve de sahiptir. Geleneksel sergileme biçimleri olan galeri ve müzelerde sanat mekanı ve alımlayıcı ilişkisi böyleyken, teknolojinin gelişmesi ve VR, AR gibi ortaya çıkan dijital imkanlar neticesinde bu etkileşim çok daha farklı düzeylere çıkabilmektedir.



III. GÖRSEL SANATTA SERGİLEME BİÇİMLERİ

A. Sergileme Kavramı

TDK'nın Güncel Türkçe Sözlükte 'Sergileme' kelimesi "Sergilemek işi, teşhir, ekspozisyon" olarak tanımlanmaktadır (sozluk.gov.tr). Sergileme, estetik değeri olan objelerin ve sanat yapıtlarının insanların beğenisine sunulması fikrinin bir sonucudur. Sergileme fikrinin bir diğer amacı da ticari kazançtır. Müzeler, sergileme yöntemiyle sanat yapıtlarını sanat takipçileriyle buluştururken galeriler salt sunumun yanı sıra yapıtların sanat alıcısı tarafından satın alınmasını da hedeflemektedirler. Sergileme, ilk örneklerinden bu yana teknolojinin gelişmesi ve yeni sergileme imkanları doğması nedeniyle pek çok değişikliğe uğramıştır.

Müzelerde ve galerilerde farklı kategorize edilmiş fakat içerik açısından birbirine benzer sergileme çeşitleri mevcuttur. Alımlayıcıların duyguları üzerinde etki yaratmak amacıyla düzenlenen sergileme yöntemi 'hissi sergileme'; estetik etki kaygısı gütmeksizin sadece bilgi verme amaçlı ortaya konulan yöntem 'öğretici sergileme', görsel ve işitsel araçlarla oluşturulan eğitim odaklı sergilere ise 'eğlendirici sergileme' yöntemi denilmektedir (Belcher, 1991: 65). Belcher söz konusu sergileme yöntemlerini ortaya koyarken sanat yapıtı-alımlayıcı perspektifini göz önüne almıştır. Bu perspektif sanat yapıtı ve yapıtın izlenimine sunulduğu alımlayıcı ilişkisi bakımından oldukça önemlidir. Amacı insana temas etmek olan sanat yapıtı bu etkileşimli/interaktif sergileme anlayışıyla etkili bir iletişim modeli de kurabilmektedir.

David Dean alımlayıcıya hitap eden sergileme yöntemlerine karşın nesneyi ve temayı merkeze almaktadır. Nesnenin estetik özelliklerine bağlı kalarak yapılan sergileme yöntemini 'nesneye dayalı sergileme' olarak ifade etmektedir. Bu tür sergilemede eğitici bilgiler sınırlı olarak kullanılmaktadır (David, 1994: 4). Nesneye

dayalı sergileme sanatçının üretimini yücelten, sanat nesnesini bir sergilemenin bütün unsurları içinde özel bir yerde konumlandıran bir tavra sahiptir. Böyle sergilerde sanatçı yapıtın materyal, üslup, doku, renk, biçim, içerik gibi niteliklerini direkt olarak ön planda tutmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle alımlayıcıyı hedefleyen bilgi notları oldukça az olmaktadır. Sanat yapıtı, artık sanatçının elinden çıkmış ve kendi gerçekliğini sükunetle sergi alanına yansıtmaktadır.

Diğer sergileme biçimi ise ‘temaya dayalı sergileme’dir (David, 1994:4). Burada sanat nesnesinden ziyade bütüncül anlamdaki mesaja odaklanılır, amaçlanan müstakil olarak sanat yapıtlarının anlamından ziyade onların bir araya gelerek temsil ettiği temanın öne çıkarılmasıdır. Sanatçı bir tema odağında yapıtını üretir ve inşa ettiği yapıt artık o temanın bir parçasıdır. Hazırlanan temaya dayalı sergiler de bu parçadan bütüne tamamlayıcı bir perspektif sunan temaya hizmet etmektedir.

Sergileme ucu bucağı olmayan, sınır tanımayan bir tasarıdır. Sanat yapıtının ve sanat mekanının imkanı dahilinde yaratıcı küratöryel zihinle farklı sergileme biçimlerine imza atılabilmektedir. Hiçbir sanat yapıtı ne kadar yenilikçi olursa olsun önceki birikim tarafından biçimlendirilir (Kahraman, 2013: 14). Değişen sergi mekanları ve farklılaşan sergileme biçimleri her defasında bu bilinçle, yeni olanı deneyimlemekten yana adım atmaktadır.

1. Sergilemenin Tarihsel Süreci

Doğada bulunan nesnelerin ve sanat nesnelerinin bir araya getirilmesi ilk defa Paleolitik Çağ’daki (M.Ö 2 milyon-10000) mezarlara dayanmaktadır. Bir başka koleksiyonculuk örneği de Eski Mısır ile Mezopotamya’da görülmektedir. Değerli görülen nesnelerin mağara, kutsal mekan, tapınak, saray, mezar ve kent merkezlerinde toplanıp sergilendiği bilinmektedir (Bulduk, 2018: 162). İnsanların inançları onların hayatını şekillendiren en önemli unsurların başında gelmektedir. Ölülerin sevdikleri değerli eşyalarla birlikte gömülme ritüelleri bir inanç sisteminin parçasını oluştururken sanat nesnelerinin bir araya getirilmesi sergilemenin temelini oluşturmuştur. Antik dönemlerde tapınaklar hem mimari açıdan hem de içerisinde ki heykel ve rölyef gibi unsurlarla bir koleksiyon ve biriktirme mekanı olmuştur. ‘Mouseion’ Platon’un akademisinde ve Aristoteles’in Lykeion’unda vardı. Fakat en önemli müze MÖ 4. yüzyılda kurulan İskenderiye Müzesi olarak öne çıkmaktadır (Preziosi, 1998: 306).

İncelikle tasarlanmış İskenderiye Müzesi pek çok bakımdan ilklerle kuşatılmış, kapsamlı ve iddialı bir ilk müzedir.

Avrupa'nın modern müze fikri ilk olarak Haçlı Seferleri'yle doğmuştur. İlk sergiler ganimetler ve hazinelerden oluşmaktadır (Artun, 2021: 21). Aynı zamanda birer güç göstergesi olan el konulmuş bu mallar yeni sahipleri için bir sonraki seferin gelir kaynağıdır da. Değerli madenlere sahip ganimetler eritilerek bir finans gelinine dönüştürülmektedir.

Bilinen ilk örnekleri Antik Yunan'da olan müzeler yüzyıllar geçtikçe değişmiş ve dönüşmüşlerdir. Orta Çağ'a gelindiğinde Haçlı Seferleri dönemine göre daha seçici bir koleksiyon fikri ortaya çıkmıştır. Dönemin Avrupası'nda görülen 'nadire kabinesi' ilk sergilerin oluşturulduğu alanlardır. Orijinal adı 'wunderkammer' olan bu özel bölümlere diğer adıyla 'merak odası' da denilmektedir. Kişisel merakın ve koleksiyon arzusunun nesneleri nadire kabinelerinde bir araya gelmekteydi. Yeni Dünyanın keşfiyle birlikte dünyaya açılan Avrupalılar türlü objeleri kendi coğrafyalarına getirmekteydiler. Nadire Kabineleri estetik özelliği olan bir eşyaya da dondurulmuş bir hayvana da ev sahipliği yapabiliyordu. Entelektüel bir yönelim olarak nitelendirilse de nadire kabineleri ekonomik gücün ve bireyin etki alanının bir göstergesi olarak da öne çıkmaktaydı.

Kabineler, İtalya'da studioli, Almanya'da da kunstkammer (sanat dairesi) veya wunderkammer (harikalar dairesi) olarak adlandırılmaktadır. Nadide objelerden oluşan bu kabinelerin koleksiyonu ise; naturalia (doğa), artificialia (sanat ürünleri), artificium (yapay nesneler), mirabilia (ucubeler) ve bibliotheca (kitaplar) gibi kategorilere ayrılmaktadır. Kurutulmuş bitkilerden sürüngenlere, ölümlerden alınmış masklardan sikke, resim, madalya gibi kültür nesnelerine ve üç başlı kuzu ya da cücelerden hareketli heykellere (automata) kadar pek çok tür bu kabinelerde yer almaktadır (Artun, 2012:28-30). 15. yüzyılda kişisel bir sergileme imkanı sunan nadire kabineleri önde gelen sergileme mekanları olan müzelerin temelini oluşturmaktadır. Kabinelerde dünyanın çeşitli şehirlerinden toplanarak getirilmiş çok çeşitli objeler sergilenirken müzelerde sanat yapıtları sergilenmektedir. Tarihsel süreç içerisinde dönüşen sergileme biçimi, kraliyet koleksiyonlarının genişlemesi ve kurumsallaşmasıyla müzeler ortaya çıkmaya başlamıştır.

Nadire kabineleri zamanla ekonomik ve kültürel iktidarı elinde tutan yönetimlerin tasarrufuyla kraliyet ve imparatorluk koleksiyonlarına dönüşmüşlerdir.

Bu koleksiyonlar devletlere ait olan mekan ve müzelerde muhafaza edilmiş, sergilenmişlerdir. Bu dönüşümün önde gelen müze örneği ise Palazzo Medici'dir. 14. ve 17. yüzyılları arasında Floransa'da yaşamış etkin bir aile olan Medici ailesinden Büyük Cosimo'nun 1440'larda inşa ettiği Palazzo Medici, ilk modern Avrupa müzesi örneği olarak kabul edilmektedir (Artun, 2019: 20). Avrupa'nın ilk modern müzesi Palazzo Medici olarak görülürken, ilk sergileme mekanı da yine Medici ailesine ait koleksiyona ev sahipliği yapan mekan olmuştur.

Yıllar içinde uzak ülkelere yapılan seyahatler ve ticaretin gelişmesiyle 1581'de Vasari, Medici ailesinin özel koleksiyonu sergilemek için Uffizi Sarayı'nın ikinci katında bugünkü anlamıyla bilinen ilk sergileme mekanını açtı (Çolak, 2010: 39). Böylece koleksiyon kamuya açılarak halkla buluştu. Modern öncesi dönemde yalnızca aristokrat ve soylu kesime ait olan müzeler, modern dönemle halka açılmaya başladı (Bulduk, 2018: 162). Uffizi Sarayı da bunun ilk örneklerinden oldu.

18. yüzyılda Avrupa'daki kraliyet koleksiyonları müzeye dönüşmeye başladı. 19. yüzyılda ise Avrupa'daki imparatorluk merkezlerinde müzeler açıldı (Boratav ve Gürdal, 2016: 169). 18. ve 19. yüzyılda sayıları oldukça artan müzelerde 20. yüzyılda gözle görülür bir dönüşüm gerçekleşmiştir. 21. yüzyılda ise yeni sergileme biçimleri dijital dünyanın içinde kendine yer edinmekte ve her geçen gün farklı deneyimleri ziyaretçilerine sunmaktadır.

2. Görsel Sanat Yapıtlarında Geleneksel Sergileme Biçimleri

Görsel sanatlar görüntünün ön planda olduğu her türlü klasik ve dijital sanat eserlerini kapsamaktadır. Bu kategoriye giren yapıtların sergileme biçimleri de ait oldukları disiplinin gereği olarak onların tüm görsel özelliklerini ön plana çıkarır nitelikte olmalıdır. Sergileme için gerekli olan sanat yapıtı-mekan birlikteliğinin kullanımı sergileme biçimine yön verecek önemlidir.

Sergiler; mekan, zaman, tasarım, sanatçı, koleksiyoner ve sosyal odaklı olarak şekillenebilmektedir (Ergen, 2013: 130). Zaman odaklı sergiler, sanat yapıtının gösterime açık tutulacağı süreye göre adlandırılmaktadır. Zamansallık bağlamında sergiler süreli ve süresiz olarak ikiye ayrılmaktadır. Müzeler süresiz sergileri daimi mekan kullanımı nedeniyle rahatlıkla düzenlerken, sanat fuarları ve galeriler süreli sergiler tertip etmeyi tercih etmektedirler. Bu durumun önemli bir sebebi de ticari satış kaygısıdır. Farklı sürelerde düzenlenen çok sergi, her defasında farklı hedef kitleye

hitap etme ve ticari devinim demektir. Kalıcı ve özellikle bazı prestijli müzeler gibi geniş mekana sahip kurumlar süresiz ve koleksiyon sergilere ev sahipliği yapmaktadırlar. Süresiz sergide herhangi bir zaman kısıtı olmamaktadır. Koleksiyon sergiler müzenin koleksiyonundaki yapıtların ziyarete açılması veya bir koleksiyonerin biriktirdiği sanat yapıtlarını gösterime sunmasını ifade etmektedir.

Mekanı merkezine alarak hazırlanan sergiler ise gezici sergiler, açık hava sergileri, sanal sergiler olarak öne çıkmaktadır. Buradaki en önemli unsur mekanın baz alınarak serginin tasarlanmasıdır. Mekanın fiziksel veya sanal koşulları, araçları, sunduğu imkanlar ve kısıtlar sergi yapıtlarının yerleştirilme sebeplerini belirlemektedir. Bu tür sergilerde önemli olan mekan-sanat yapıtlarının diyalog içinde olmasıdır.

Sosyal odaklı sergiler; anı-hatıra sergileri, eğitici ve eğlendirici sergilerdir. (Ergen, 2013: 130). Yazar, sanatçı, mimar, siyasi veya düşün insanı gibi toplum için önemli olan kişilerin anısına ondan kalan eşyaları hayatının ana izleği çerçevesinde ziyarete sunan sergiler anı-hatıra sergileri çerçevesinde değerlendirilmektedir. Eğitici sergiler, herhangi bir konu çerçevesinden bilgi vermeye dayalı, enformasyon hedefi yüksek olan sergilerdir. Bu bazen tarihi bir olay veya bir sanat akımı hakkında olabilmektedir. Eğlendirici sergiler ise konuları itibarıyla renkli olan şeyleri sergileyen, ilginç maketlere ev sahipliği yapan veya ziyaretçilerine etkileşim imkanı sunan maketler, teknolojik görsel, işitsel ve dokunmatik setler sunan sergiler olabilmektedir.

Sanatçı odaklı sergiler; kişisel sergiler, retrospektif sergiler, karma ve grup sergileridir (Ergen, 2013: 130). Kişisel sergiler, bir sanatçının bağımsız olarak ürettiği eserlerinin olduğu sergilerdir. Bu sergilerde sanatçının hayatından izler apaçık görülebilmekte ve üretimi bir tema kaygısı gütmemektedir. Retrospektif sergiler, sanatçının tüm sanat dönemi üretimlerini kapsayan, kronolojik bir izlekte hazırlanan sergilerdir. Böyle sergiler ziyaretçilerde, sanatçının hayatına şahitlik ettikleri duygusu yaratabilmektedir. Bu da alımlayıcının yapıtlarla birebir duygusal alışveriş yapmasını sağlayabilmektedir. Karma sergiler farklı sanat öykülerine sahip, farklı üretim disiplinlerini benimsemiş hatta zaman zaman farklı coğrafyadan sanatçıların bir konu etrafında veya konusuz olarak yapıtlarını aynı sergide sunmalarıdır. Grup sergileri ise

aynı sanat akıma ait olan, aynı ekol veya okuldan olan sanatçıların bir arada olmayı önemseyerek eserlerini izlenime sundukları sergi türüdür.

B. Görsel Sanat Yapıtlarının Geleneksel Sergi Mekanları

Sergileme gelenekselden fütüristik biçimlere her geçen gün bir yenisi eklenirken geleneksel sergileme biçimlerine ev sahipliği yapan mekanlar; müzeler, galeriler, pavyonlar, fuarlar ve bienaller olarak öne çıkmaktadır.

1. Müzeler

Müzelerin yüzyıllar boyunca tanımı, kapsamı, türü, çeşidi ve işlevleri değişmektedir. Müzelerin çıkış noktası günümüz kimliğinden farklı olarak mitolojik bir kökene dayanmaktadır. ‘Müze’ Yunan mitolojisinde ‘müzler’ ya da ‘musalar’ olarak adlandırılan dokuz kardeş tanrıçayı temsil etmektedir. Dokuz müzden her biri şiir, müzik gibi farklı bir yaratıma ilham olmaktadır. Müzlere adanan bahçeler, kalıntı odalar, tapınaklar, bazı festivaller ve kitaplar Antik Yunan’da müze olarak adlandırılıyordu (Artun, 2021: 11). O dönemlerde müzeler bugün bilinen kapsamından daha geniş bir yelpazeyi işaret ediyordu. Mitolojiden beslenen bir çıkış noktasına sahip olan müzeler, zamanlar boyunca dönüşerek şimdiki güncel müze anlayışına ulaşmışlardır.

‘Müze’ kelimesi eski Yunanca’da ise ‘mouseion’ yani ‘bilimler tapınağı’ olarak kullanılmaktaydı. İnsanlık tarihinin bilim ve kültür alanındaki en önemli ve eski yapısı olarak İskenderiye Müzesi öne çıkmaktadır. Büyük İskender Mısır fethi sonrasında Helen kültürünün merkezi olacak bir kent kurmayı istemekteydi. Müzlere adanacak kütüphane de bu idealin önemli bir parçasıydı. Büyük İskender’in ölümünün ardından kumandanı I. Ptolemaios Soter, İskender’in çalışma üslubunu ve kültürel mirasının devamını önemseyerek İskenderiye Müzesini kurdu (Artun, 2021:13). Yapı; müze, kütüphane ve üniversite görevi görmekteydi. Müze yaygın olarak kütüphane kimliğiyle bilinse de kütüphane yalnızca İskenderiye Müzesi’nin içindeki bir bölümdür. Kütüphane öte yandan bir üniversite veya araştırma merkezi gibi bilimsel çalışmalara da kapı aralayan bir özelliğe sahiptir. Yapı; felsefe, botanik ve zoolojiyle ilgili alanlara da sahipti. Müzeyi döneminin ilki yapan özelliklerden biri de yüzbinlerce papirüs tomarınca bilimsel ve kültürel bilgiyi muhafaza etmesiydi. 120

ciltlik kataloğa ev sahipliği yapan kütüphane, arşiv tutma ve nadir eserleri koruma özelliği de göstermekteydi.

Tarihin en köklü ve önemli olduğu bilinen İskenderiye Müzesinden günümüz müzelerine dek uzanan yelpazede müzelerin birincil çalışma alanı ‘kültür’ olarak öne çıkmaktadır. Tylor, üzerine çok çeşitli tanımlar yapılmış olan kültürü insanoğlunun ihtiyaçlarını gidermek amacıyla meydana getirdiği maddi ve manevi unsurların hepsi olarak ifade etmektedir (Tylor, 1884: 145).

Kültürün birer temsilcisi olan müzeler ise bu bağlamda çok çeşitli işlevlere sahiplerdir. Uluslararası Müzeler Konseyi olan “*ICOM’un 2005’te yayınladığı etik kodlar arasındaki “müzeler mevcut koleksiyonlarını toplumun ve toplumsal gelişimin hizmetine sunan kurumlardır” maddesi günümüz müzesinin temel işlevini açıkça belirtmektedir (Code of Ethic for Museums, 2006)*” (Karadeniz, 68: 2018). Önceleri ilk olarak sanat nesnesi için var olan müzeler zamanla kültürel çeşitlilik odağında kendilerini tanımlamışlardır. Bunun asıl gayesi de sanat nesnesinin ötesinde direkt olarak insana hizmet etme amacıdır. Toplumda bulunan farklı sosyal, siyasal, ekonomik, inanç ve dile sahip olan insanlara hitap etmenin yolu da kültürel çeşitliliği sunmaktan geçmektedir. Uluslararası Müzeler Konseyi’nin kültürel çeşitlilik kavramını odağına almasıyla müzenin toplum için var olma, topluma hizmet etme, halka açık olma gibi özellikleri sıklıkla vurgulanmaktadır (Karadeniz, 8: 2018).

Müzeler çok çeşitli işlevlere sahip olabilmektedirler. Müzeleri işlevlerine göre kategorize etmek geleneksel bir yöntemdir. Müzelerin türünü belirleyen bileşenler arasında koleksiyon, sergileme, bakım onarım politikası, eğitim ve sunum gibi başlıklar bulunmaktadır (Harrison, 2005: 39). Müzeler işlevlerinin yanı sıra içinde sergilenen nesneler ve bu nesnelerin anlattıkları hikayeler için olduğu kadar, sergileme eyleminin salt büyüğü için ziyaret edilirler (Nalçaoğlu, 2002: 46). Çünkü sergiler insanlara başka dünyalardan haber veren, zihinlerinde yeni ufuklar açan, onlara evrendeki varlıklara ve bilgiye dair entelektüel birikimden bir parça sunan özenle hazırlanmış sunumlardır. Bu nedenle sergileme; sanat yapıtından ve sanatçının vermek istediği mesajdan bağımsız olarak olağan hayatın akışı içinde olağandışlıklar sunan bir kesittir. Salt bir sergileme biçiminin baş döndürücülüğünden beslenen geleneksel müze anlayışında sanat yapıtı öne çıkarken çağdaş sanat müzeleri farklı deneyimlerle kültürel temsil işlevini yerine getirmektedir. Müzeler gün geçtikçe kurumsallaşarak

insanı odağına alan içerikleri repertuvarlarına eklemekte ve bireye sanat aracılığıyla en etkili şekilde temas etme yöntemlerini hayata geçirmektelerdir.

2. Sanat Galerileri

Galeriler, sanat eserlerinin sergilendiği, alınıp satıldığı, sanat piyasasının önemli bir devindiricisi olan sanat mekanlarıdır. Ticari bir kültür sanat kuruluşu olan galerilerin çıkış noktası ise Salon Sergilerine dayanmaktadır. 1699'dan itibaren Louvre Sarayı'nın Carré Salonu'nda sergilenen sanat yapıtlarından ilhamla sonraki yıllarda Salon Sergileri açıldı. Fransız Sarayı'nın ve saray bünyesindeki Kraliyet Akademisi'nin denetiminde düzenlenen yeni salon sergilerinin izleyicileri kraliyet üyeleri idi, sergilerin halka açılması 1737 yılına denk geliyor (aliartun.com, e.t.: 6 Ocak 2022). Zamanla sergilenmek üzere yüzlerce eser salon sergilerinde yer almaya başlamaktaydı.

Fransız İhtilali sonrasında tüm sanatçılara açılan salonlar zamanla popülerleşti ve ayırım yapmaksızın her türlü sanatçı ve sanata kapılarını açmaktaydı. Arnold Hauser bu çağı sanatın eğlence ile iç içe geçtiği, gittikçe ucuzladığı bir dönemin başlangıcı olarak nitelemektedir. Bu süreçte gerçek sanatı ve sanatçıyı korumak adına, Salon de Refusés, Salon des Indépendants, hâlâ düzenlenmekte olan Salon d'Automne gibi alternatif salonlar kurulur. Galeriler böyle bir sürecin sonucunda doğmuşlardır (aliartun.com, e.t.: 7 Ocak 2022). Halkın genel sanat eğiliminin dışında kalan sanatçılar, popüler olan sanat algısıyla çelişen isimler, sanatsal kimlikleri Salon Sergileriyle örtüşmeyen sanatçılar gün be gün açılan galerilerde kişisel sergilerine yer vermekteydiler. Salon Sergileri'nin dayattığı estetik tavrı kabul etmeyen kişisel sergilerin neticesinde artık yeni bir sanat mekanı olarak 'galeri' keşfedilmiştir. Manet, Degas ve Pissarro'nun eserlerini 1865'te açılan Durand Ruel Galerisi sergilerken Cezanne, Picasso ve Gauguin'e 1893'te açılan Ambroise Vollard ev sahipliği yapmaktaydı. Estetik modernizmin kurucuları olan bu sanatçılar egemen olan temsil-tasvir-taklit estetiğinin parçalanmasını sağlamaktaydılar (aliartun.com, e.t.: 8 Ocak 2022).

Galeriler, tarihte olduğu gibi bugün de sanatçının yapıtlarını özgürce sergilenmelerini sağlayan mekanlar olma işlevine sahiptirler. Sadece sanat nesnesine odaklanarak kurgulanan galerilerin yanı sıra kimi galeriler bir sosyal yaşam alanı gibi tasarlanmaktadır. Bazıları sanatçı atölyesinin bir parçasını oluştururken kimi galeriler

ise markaların kültür sanat politikaları çerçevesinde entelektüel alana yaptıkları finansal yatırımın bir sonucu olarak oluşmaktadır. Yaygın olan özel galerilerin yanı sıra devlet galerileri ve kültür merkezlerinde bulunan galeriler de bu alanın önemli bir temsilcisi olmaktadır. Galeriler bu işlevlerle farklı toplumsal ihtiyaçları karşılamaktadırlar. Fakat en önemli işlevleri sanata günlük hayatın orta yerinde alan açmaları olmaktadır. Galeriler halkın galeriye gelerek sanat yapıtlarıyla karşılaşmalarını sağlayarak bunun bir alışkın haline dönüşmesine zemin hazırlamışlardır böylece kendiliğinden bir sanat kültürü doğmuştur. Galerilerin bu katkıları yadsınamaz (Tunalı, 1982:34).

Galerilerin bir diğer özelliği de sanatçının temsilcisi konumunda olmalarıdır. Sanat yapıtı ancak iyi bir Sanat Yöneticiliği sayesinde sanat piyasasına başarıyla sunulabilmektedir. Yaratıcı zihnin atölyesinden çıkan yapıtlar halkla karşılaştığı zaman karşısında sanatçıyı değil galeriyi/galeri temsilcisini bulabilmektedir. Galeride, sanatçının üretim sürecinin dinamiklerine, yapıtını ortaya koyarken kullandığı materyal-malzemelerin bilgisine ve belki de en önemlisi olarak sanatsal üretim güdüsünün bilgisine sahip olmalıdır. Çünkü ancak elindeki yapıtların anlamını bilebilir ve onları halka başarıyla sunabilir. Sanatçı-alımlayıcı arasındaki ilişkiyi sağlayan şey sanat nesnesinin kendi varlığı olsa da galeriler de burada aktif olarak rol almaktadırlar. Başarılı bir iletişim kurulmasının sonraki aşaması ise yapıtın sadece galeri çatısında sergilenen bir sanat nesnesi olmaktan çıkarılıp, sanatçıya ve galeriye finansal bir getiri sağlaması olacaktır. Sanat galerileri bu yönleriyle sanat piyasasına yön verme, sanatçıyı bilinir kılma ve sanat yapıtının alıcısını bulması gibi misyonlara sahiptirler.

Sanatçı, üretim kimliğine uygun bulduğu galeride eserlerini sergileyebilmektedir. Kişisel sergilere ev sahipliği yapan galerilerle sanat mekanı- sanat yapıtı- sanatçı-alımlayıcı dörtgenine artık 'eleştirmen' de dahil olabilmektedir. Çıkış noktası yine 1737'de halka açılan Salon Sergileridir. Salonlara merak salan ansiklopedist Diderot, bir filozof olarak estetik deneyimlerini ve düşüncelerini 1753'ten sonra çoğaltarak mektuplar halinde aristokratlara göndermekteydi (aliartun.com, e.t.: 8 Ocak 2022). Sanat eleştirisi tarihinin miladı olan Salon Sergileri ve sonrasında açılan özel galeriler; sanatçıların yapıtları vasıtasıyla toplumla temas kurduğu sanat mecraları olmalarının ötesinde bir şey daha ispat etmişlerdir. Bir sanat galerisinin sadece bir sanat galerisi olmadığını, kuruluşuyla ve varlığını kabul

ettirmesiyle kültürel-toplumsal bir dönüşümün miladı olabileceğini de göstermektedir. Bu noktadan bakıldığında hiçbir mekanizmanın yalnızca kendi işlevine hizmet etmediği görülmektedir. Kolektif bilinç özellikle kültürel konularda parçaların bütüne olan etkisiyle ilişkilidir.

3. Sanat Fuarları

Sanat fuarları yılın belirlenen dönemlerinde şehirlerde (kent) kurulan gezici platformlardır. Sanat yapıtlarının görünürlüğü için oldukça önemli mecralardır. Sanat üreticileri ve sanat tüketicilerini bir araya getirerek sanat piyasası olarak adlandırılan ekosistemde önemli bir yer tutmaktadırlar. Küreselleşen dünyada fuarlar sanatçıları uluslararası arenayla buluşturma misyonunu üstlenmektedirler. Sanat yapıtlarının sanat takipçisine sunulması konusunda fuarlarda bulunan galeriler de önemli bir etken olmaktadır. Çıkış coğrafyası Avrupa ve A.B.D. olan fuarların kuruluşu 1930’lu yıllara dayanmaktadır. Dünyanın en eski sanat fuarının 1934’te kurulup 2009’da kapanan Grosvenor House Sanat ve Antika Eser Fuarı olduğu bilinmektedir (e-skop.com, e.t.: 10 Ocak 2022). Fuarların oluşumunun nedenin sanatı farklı platformlara taşıyan birtakım tarihsel akımlar olmuştur. Çağdaş Sanatın temellerinin yaslandığı Avangard sanat akımı bu anlamda önemli bir noktada konumlanmaktadır.

‘Avangard’ sanat akımının ortaya çıkışıyla sanat artık geleneksel kalıplarını yıkmış, biricik olma özelliğini terk etmeye başlamıştır. Avangard kelimesi askeri terminolojide ‘Öncü birlik’ anlamında bir terim olmakla birlikte TDK’da ‘Öncü’ olarak yer almaktadır. Tarihte ilk kez sosyalist Saint-Simon bu kavramı sanat çerçevesinde söz konusu etmiştir. *“1830’larda, sanatçı kisvesiyle Saint-Simon, diğer seçkinleri oluşturan bilim adamları ve sanayicilere şöyle seslenir: “Sizlerin avangardı biz sanatçılarız ... en etkilisi ve hızlısı sanatın gücüdür: insanlar arasında yeni fikirler yaymak istediğimizde, onları biz tuale veya mermere nakşederiz”* (aliartun.com, e.t.: 10 Ocak 2022). Saint-Simon böylece sanata ve sanatçıya toplumsal ve öncü bir rol biçmiştir. Bu akımın en önemli rolü halkın ufkunu genişletmek, sanata ilişkin farklı ve cesur perspektifler sunmaktır. Peter Bürger Avangard’ı kuramsallaştıran isimdir. Estetizme tepki olarak ortaya çıkan Avangard, klasikleşen haliyle sanatı reddetmiştir (Sorguç, 2017: 42). Avangard sanatçılar yeni anlam arayışlarının, yeni üslup ve biçimlerin peşine düşmüşlerdir.

Çağdaş Sanat, genel tanımıyla çağı ve değişen dönemin bütün dinamiklerini takip eden, üretim süreçlerinde dönemi ve küresel dünyayı yerel kodlarıyla takip eden bir sanat anlayışıdır. Avangard akımının ortaya çıkmasıyla sanatın kavramsal gücünün, tek ve biricik sanat objesi fikrinden uzaklaşması çağdaş sanatın temellerini oluşturan düşünceler arasında yer almaktadır (Turani, 2003: 33). İtalya’da Medici ailesinin etkin olduğu 16. yüzyılda ise artık antika eserlerin dışında çağdaş sanat eserleri de koleksiyonlara dahil olmaya başlamıştır (Erdoğan, 2009: 47). Bugün bilinen anlamıyla sanat fuarlarının temeli yüzyıllar öncesinde, Medici ailesinin çağdaşı olan sanatçıların eserlerinin koleksiyona girebilir olmasıyla gerçekleşmiştir. Sanatı çok daha fazla kişiye görünür kılan, sanatçıyı öne çıkaran böylesi adımlarla sanatçıların açısından özgür bir sanat ortamı da oluşmaktaydı.

Sanat fuarları hangi disiplinden olursa olsun sınır tanımaksızın, sanat yapıtını kabul görmüş estetik değer yargılarıyla eleştirmeksizin her türlü sanatçıya galeriler vasıtasıyla kapılarını açan platformlardır. Farklı içerik, biçim ve üsluptaki çağdaş sanat üretimlerinin yer aldığı sanat fuarları, sanat piyasasını yönlendirme işlevine de sahiptirler. Pek çok koleksiyoner sanat fuarlarından faydalananarak koleksiyonlarını oluşturmaktadır. Devingen bir sanat ticareti böylelikle kendi dinamiklerini belirleyen bir sanat ekonomisinin oluşmasına da zemin hazırlamaktadır.

Dünyada pek çok prestijli sanat fuarı bulunmaktadır. 1970’ten beri İsviçre’nin Basel şehrinde düzenlenen Art Basel de dünyanın en önemli sanat fuarları arasında bulunmaktadır. Başlangıçta üç galeriyle düzenlenen etkinlik Avrupa, Amerika ve Asya olmak üzere üç kıtada çağdaş sanat alanında faaliyet göstermektedir (artfulliving.com.tr, e.t.: 11 Ocak 2022). Sanat fuarları yurt dışında olduğu gibi yurt içinde de oldukça yaygın olarak düzenlenmektedir. Fuarlar, galeri ve sanatçıların yurt içi veya yurt dışı katılım eksenine göre ulusal ve uluslararası olarak nitelendirilmektedir.

Türkiye’de ilk açılan sanat fuarı ise 1991’de Artist İstanbul Sanat Fuarı’dır. İstanbul Kitap Fuarıyla eş zamanlı olarak düzenlenen sanat fuarında çağdaş sanat eserlerinin sergilenmesinin yanı sıra sanat inisiyatifleri ve sanat oluşumları gibi grupların etkinlik söyleşi, konferanslarını da ziyaretçileriyle buluşturma işlevine sahip. Oluşum, düzenlediği sanatçı ödülleriyle de bir fuar olmanın ötesinde sanat adına yapılabilecek organizasyonların çok yönlülüğünün altını çizmektedir. Fuarın çıkış noktasını 1992’de ilk fuarı düzenleyen Plastik Sanatlar Derneği’nin (UPSD) o

dönemki başkanı Prof. Dr. Hüsametdin Koçan o yıllarda Türkiye’de dinamik bir sanat üretim potansiyeli olduğunu fakat bu potansiyeli sergileyecek modern sanat müzelerinin olmadığını, sanatın yaygınlaşmasına hizmet edecek bir sanat pazarı oluşturma fikrinin bunun bir sonucu olarak doğduğunu ifade etmektedir (radikal.com.tr, e.t.: 11 Ocak 2022).

Türkiye’nin ilk ve önde gelen Artist İstanbul Sanat Fuarı, Türkiye’de modern müzelerin yokluğu ve dolayısıyla ülkede bir sanat piyasasının olmaması nedeniyle bu açığın görülmesi sonucu düzenlenmiştir. Bu örnekten anlaşılmaktadır ki sanat fuarları galeri-sanatçı-koleksiyoner ortaklığında sanat yapıtlarının yaygınlığını sağlayan, sanatçıların adlarını duyurmalarına zemin hazırlayan, koleksiyonerlerin arşivine katkı sunan, bir ülkenin sanat atmosferini şekillendiren, sanat ticaretiyle sanat pazarı ekosisteminin oluşmasına önemli katkılar sağlayarak dünya sanat piyasasında yer edinme özelliklerine sahiptir.

Türkiye’de, İstanbul Sanat ve Antika Fuarı’nın öncü olduğu sanat fuarı organizasyonu Art Weeks Akaretler, Art Contact Çağdaş Sanat Fuarı ve ARTANKARA Uluslararası Çağdaş Sanat Fuarı gibi örneklerle devam etmektedir. Her bir fuar kendi temsil gücü ve hinterlandında önemli boşlukları doldurmaktadır.

4. Bienaller

Fransızca “her bir diğer yıl” anlamı taşıyan ‘bienal’ kelimesi TDK’da “yılışırı” olarak yer almaktadır. Çağdaş Sanat’ı merkezine alan ve içinde konser, sinema, tiyatro, dans ve mimariyle ilgili etkinlikleri de alan sanat organizasyonudur. Sanat bienali, belirli bir ülkede ve bir zaman kesiti içinde yapılan büyük ölçekli, küresel olmayı amaçlayan ve uluslararası boyutta bir iş birliğini, etkileşimi hedefleyen oluşumlardır (Bayrak, 2013: 126). Çağdaş Sanat için küresel ölçekteki en önemli platformlar bienallerdir. İki yılda bir şehir merkezinde veya şehrin çeşitli noktalarına yayılarak gerçekleştirilen sanat etkinliklerinden oluşmaktadır. Bienaller, sanatçıları uluslararası arenaya taşıyıp, yapıtlarını dünyada insanlarıyla buluşturmakta ve dolaşıma sokmaktadırlar.

Dünyanın bilinen en eski bienali 1895 kuruluş tarihiyle Venedik Bienali’dir. Venedik Bienali, İtalya Venedik merkezli bir sanat organizasyonu ve organizasyonun sunduğu başlıca bienal sergisinin adıdır. İtalya’nın Venedik şehrinde düzenlenen

bienal, tüm dünya tarafından en seçkin kültürel kurum olarak kabul edilmektedir. Köklü sanat organizasyonu II. Dünya Savaşı nedeniyle kesintiye uğradı. Bienal kapsamındaki Film Festivali 1946'da; Müzik ve Tiyatro festivalleri 1947'de ve Sanat Sergisi 1948'de yeniden dünya sanat takipçileriyle buluşmaya başladı (stringfixer.com.tr, e.t.: 11 Ocak 2022). Bienallar dünya sanat piyasasının önemli kurumlarıdır. Şehre nüfuz eden sanat etkinlikleri sayesinde bienal süresince şehrin kapalı ve açık kamusal mekanlarında sergiler, workshoplar, performanslar, araştırma programları ve söyleşiler halkla buluşmaktadır. Bienaller, bir ülkenin tanınmamış ve kalkınması istenen şehirlerinde organize edilmektedir (Sülün ve Candemir, t.y.:8).

Türkiye'nin en köklü bienali ise İstanbul Bienali'dir. İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV) tarafından iki yılda bir düzenlenen çağdaş sanat etkinliği farklı kültürlerden sanatçılar ve sanat takipçileri için İstanbul'u görsel sanatlar alanında bir buluşma noktası yapmaktadır. İstanbul Bienali çağdaş sanatın yeni eğilimlerini bir araya getirerek yurtiçi ve yurtdışındaki sanat çevreleri, sanatçı, küratör ve eleştirmenler arasında uluslararası kültür ağı kurmaktadır (bienal.iksv.org, e.t.: 11 Ocak 2022).

Bienaller çalışma sistemi olarak genellikle bir uluslararası danışma kurulu tarafından belirlenen bienal küratörünün geliştirdiği kavramsal çerçeve kapsamında çeşitli sanatçı ve projeleri sergiye davet etmesiyle kurgulanmaktadır. Burada önemli olan bienalin temasını oluşturan konunun, organizasyonun düzenlendiği ülke insanına, toplumsal belleğine ve kültürel kodlarına ne kadar doğrudan temas etme çabası içinde olduğudur. Bu noktada önemli olan bienallerin dayatmacı konular yerine toplumu ve şehirini anlamaya yönelik bir içerik oluşturması olacaktır. Günümüzün çokkültürlülük politikası; kültürel farklılığın metalar dünyasına evrilmesini sağlayan kapitalist bir ideoloji olabilmektedir. Bienaller de böylesi bir sistem içinde küreselleşme politikasının getirisi olan bir dünyaya açılmayı ve sermaye grupları içerisinde yer elde etmeyi amaçlamaktadır (Sülün ve Candemir, t.y.:8). Sharjah Bienali, São Paulo Sanat Bienali ve Şanghay Bienali de dünyadaki prestijli bienaller arasında yer almaktadır. Bienaller, Milano Trienali gibi üç yılda bir düzenlenen ve Roma Quadriennale gibi dört yılda bir düzenlenen versiyonlara da sahiptir.

Her ikisi de mühim olan sanat organizasyonları bienal ve sanat fuarını ayıran önemli bir nokta vardır. Bienallerde eserler, sanatçı esasına göre küratörlerin denetiminde sergilenmektedir. Sanat fuarları ise katılım için belirli bir ücret ödeyen

ticari galerilerin katılımıyla gerçekleşmektedir. Sanat fuarlarında sergilenen yapıtların alım-satımı anında yapılabilirken bienallerde hızlı satışa aracı olan bir mekanizma bulunmamaktadır (e-skop.com, e.t.: 10 Ocak 2022). Bienaller bu özellikleriyle de sanatçı-alımlayıcı arasında doğrudan ve şeffaf bir buluşma kurgulamaktadırlar.

Şehrin kamuya açık alanlarına yayılan bienal etkinlikleri belirlenen birkaç ay boyunca farklı sanat mekanlarında, sokaklarda, caddelerde, iskelelerde, endüstriyel miras yapılarında, terk edilmiş fabrika veya depolarda devam etmektedir. Sanat etkinliklerinde başrol bu defa bienal gibi geniş çaplı bir sanat organizasyonuna ev sahipliği yapan şehirler olmaktadır. Bienalin şehirle etkileşimi sadece bienal tarihiyle sınırlı kalmayarak toplumsal bir etki yaratmaktadır. Bu kapsamda şehir sanatsal veya mimari müdahalelerle yeniden inşa olmaktadır. Gün be gün farklı anlamlara bürünen şehrin dönüşümü sadece fiziksel olarak gözlemlense de bu dönüşümün etkileri kente yeni çekim merkezleri kazandırdığı ve şehrin sakinlerinin mekân algısını dönüştürdüğü müddetçe uzun soluklu olacaktır (mimariz.com, e.t.: 12 Ocak 2022).

IV. İLETİŞİMDE TEKNOLOJİK GELİŞİM ve SANATTA DİJİTALLEŞME

A. Teknoloji Kavramı

900'lü yıllarda teknik alanındaki keşifler çoğalmıştır. Elektrik, ışık, telgraf, telefon gibi teknik araçlar insan hayatına girdikçe yazılı dönem yerini artık elektronik döneme bırakmıştır. Elektriğin bulunmasıyla teknik alanındaki çalışmalar artmıştır (Yengin, 2014: 77). 20. yüzyılın sonlarında insan hayatına giren elektronik teknolojisi varlığını gösterdiği ilk yıllardan itibaren insan yaşamının vazgeçilmezleri arasına girmiştir. 21. yüzyılda genişleyen yelpazesi, üretim ve tüketim alanlarıyla hayat pratiğinde sarsılmaz bir yer edinmiştir. Temel çalışma prensibi elektroniğe dayanan bilgisayar teknolojisi ise küresel dünyanın en önemli araçlarının başında gelmektedir.

Dijitalleşmeyle birlikte elektronik çağ yerini zamanla dijital çağa bırakmaktadır. Bu çağda elektronik ve dijital ortamlar yakınsama yani bütünleşme özelliğiyle bütünleşik bir yapı oluşturmaktadır. Bu nedenle içinde bulunulan çağ tam anlamıyla 'dijital çağ' kavramını karşılamamaktadır 'bilişim çağı' olarak ifade edilmektedir. Bilişim ise kelime anlamı olarak bilginin iletişimi demektir (Yengin, 2014: 78) Toplamlar, bilgiyi teknolojik enstrümanlarla harmanlayıp günlük hayata pratize ettiklerinde yani bilgi ve teknolojinin birlikteliğinin faydası sağlandığı takdirde bilişim de gelişecektir. Bilişimin gelişmesi insanoğlunu tüm koşullarda bilgiye yaklaştırmaktadır. Bilgi; insan aklının erebileceği olgu, gerçek ve ilkelerin bütünü, bili, malumattır (sozluk.gov.tr, e.t.: 22 Ocak 2022). Bilişimin bir diğer koşulu ise 'teknoloji'dir. Teknoloji kelimesi etimoloji sözlüğünde şöyle yer almaktadır *"Fransızca technique "yöntem, usul, özellikle imalat yöntemi" sözcüğünden alıntıdır. Bu sözcük Eski Yunanca τέχνη τέχνη "1. marangozluk veya yapı ustalığı, 2. genel anlamda ustalık, sanat" sözcüğünden +ik° ekiyle türetilmiştir. Bu sözcük Hintavrupa Anadili yazılı örneği bulunmayan *tetk-sneh₂ (*tetk-snā) biçiminden evrilmiştir. Bu biçim Hintavrupa Anadili yazılı örneği bulunmayan *tetk- "ustalık yapmak, duvar*

veya kumaş örmek, marangozluk yapmak” kökünden türetilmiştir.” (nisanyansozluk.com, e.t.: 22 Ocak 2022). Teknoloji hakkında yapılmış çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Bunlardan biri Brian Arthur’a aittir. Teknoloji; insani bir amacı yerine getiren bir araç, uygulamalar ve bileşenler topluluğu ve bir kültürün elinde bulunan aletlerin ve mühendislik uygulamaların bütünüdür. Teknoloji en temelde, olguların insanın amaçları doğrultusunda programlanmasıdır (Arthur, 2011: 36). Arthur’a göre teknoloji bilginin tüm araç mekanizmalarının toplum tarafından kültürel birikime dönüştürülmüş halidir. Bu bağlamda teknolojinin en önemli yanı insanlığın gelişimine ve pratik hayat çözümlerine sunduğu katkılar olmaktadır.

Teknikten doğan teknoloji kavramı üretilen bilgilerin toplumsallaşması, toplumsal anlam bulmasıdır bu nedenle öz itibarıyla teknoloji sosyalleşmiş bilgidir (Yengin, 2019: 131). Teknolojik gelişmeler sadece bilişim sektörüyle ilişkili durumları ifade etmemektedir. Teknoloji endüstrisi her geçen gün yepyeni alanları da inşa etmektedir.

1. İletişim Kavramı

‘İletişim’ teknolojiyle iç içe olan ve teknolojinin imkanlarıyla her geçen gün yeni platformlar oluşturan alanların başında gelmektedir. İletişim kavramı Batı dillerinde Latince “communicare” sözcüğünden türemiş olan “communication” sözcüğü için kullanılmaktadır. İletişim; duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme ve komünikasyon anlamlarını taşımaktadır (sozluk.gov.tr, e.t.: 23 Ocak 2022).

Bir yerde bir iletişimin olabilmesi için mutlaka gönderici, ileti ve alıcı olmalıdır. Bu üç temel şeyden biri yoksa iletişim gerçekleşemez. İletişim; doğrudan iletişim veya aracılı iletişim olarak sınıflandırılmaktadır. İletişimde kullanılan araçlar iletişim modelini göstermektedir. İletişimdeki ilk ve en önemli araç dildir. Dil, toplumsal yaşamın zorunlu bir neticesi olarak doğmuş ve gelişmesinde düşünce sistemleri etkili olmuştur (Yaylagül, 2017). İletişim türlere ayrılırken farklı ölçütler kullanılabilir. Kullanılan simge biçimi sebebiyle iletişim sözsüz, sözlü, yazılı ve görsel olarak ayrılmaktadır. (Güngör, 2018: 49).

Yazının icadı iletişim bilimi için bir milat noktası olmuştur. İtalyan İletişim Bilimci Massimo Baldini, iletişim devirlerini teknolojik araçlara göre belirlemiştir.

Günlük yaşamı pratik hale getiren iletişim araçları teknolojinin geldiği önemli basamakların çıktılarını ifade etmektedir. Baldini'nin İletişim Devrimleri'ne göre söz, yazı, matbaa, telgraf-radyo-televizyon araçlarıyla kategorize etmiştir. Yazının icadıyla başlayan insanlık tarihinde yazı aracı sayesinde bilgiyi toplanabilir, iletebilir, saklanabilir hale gelmiştir. Matbaanın icadıyla elde edilen bilginin yayılması gerçekleşir; bilginin işlenmesi ise bilgisayarın icadıyla gerçekleşmiştir. Baldini'nin oluşturduğu tablolamadan anlaşıldığı üzere iletişim araçlarının gelişimi bireyin iletişim sürecini de güncellemektedir (Yengin, 2019: 132). Birtakım icat ve keşiflerle kendi teknolojisini tasarlayan iletişim türü ise aracılı iletişim türüne girmektedir.

Sözlü iletişimde bellek, hafıza ön plandayken yazılı iletişimde kalem, kağıt başrolü almaktadır. Yazı sayesinde düşünce hafıflemiştir, matbaa sayesinde ise yazının kayda alınması yaygınlaşmıştır. Walter Ong için teknolojik enstrümanların çeşitlenmesiyle iletişim biçimleri de çeşitlenmiştir. Yazı yapay olması nedeniyle bir teknolojidir. Ong, elektronik çağı da ikincil sözlü kültür çağı olarak adlandırmaktadır. Bunun da çıkış noktası, yazının alfabe aracılığıyla kullanılmasıdır. Ona göre telefon, radyo, televizyon sözlü kültür çağına aittir

Çizelge 1 İletişim Devirleri

Devrim	Araç	Dönem	Özellik
Sözel	Söz	İnsanlığın doğuşu	Belleğin gücü
Chirografik	Yazı	M.Ö. 4. Yüzyıl	El yazmalı
Tipografik	Matbaa	15. yüzyıl	Kitabın çoğaltılması
Medya	Telgraf – Radyo – Televizyon	19. yüzyıl	Kitle iletişimi

Kaynak 1 Baldini, 2000

(Ong, 1995: 15). Telgraf, telefon, radyo, televizyon, bilgisayar, mobil cihazlar, giyilebilir teknolojiler, robotlar gibi araçlar teknolojik üretim sahasının çıktıları olarak günlük yaşamda yer almaktadırlar.

Teknolojinin şekillendirmekte olduğu toplumlarda, yazılı iletişimden ziyade görsel iletişim baskın olmaktadır. Cep telefonları, bilgisayar, laptop, tablet, sanal uygulamalar ve yeni medya kanalları görsel iletişimin araçlarıyla donatılmaktadır.

Guy Debord'un 'Gösteri Toplumu'nda yer verdiği gibi gösteri kendini hem toplum olarak hem onun bir parçası olarak ve hem de bir birleştirme aracı olarak sunmaktadır. Gösteri, toplumun bir parçası olarak tüm bakışları ve bilinçleri bir araya getiren sektördür (Debord, 1996: 14). Debord'un bahsettiği şey 21. yüzyılın bir gerçekliğidir. Bu gösteri adı üzerinde görsel araçlar ve imajlarla sağlanmaktadır. Hem tıpkı bir iletişim metodu gibi birleştirici unsura sahiptir hem nesneleşmiş bir dünya görüntüsüdür. Görsel ve kocaman bir dijital dünya görüntüsü. Gösteri toplumunun oluşmasında şüphesiz en büyük paylardan biri dijital veya sanal olarak adlandırılan kültürdür.

B. Dijitalleşme/Sanallaşma ve Sanat İlişkisi

1. Bilgisayar ve İnternetin Doğuşu

Dijital/sanal olgusu hakkında kavramsal çerçevenin çizilebilmesi için bilgisayar ve internet teknolojilerinin tarihsel sürecinden bahsedilmelidir. İlk kişisel bilgisayar girişimi IBM şirketi tarafından Intel 8086 işlemci mimarisi kullanan "IBM PC" ile olmuştur. Bilgisayarlar 4. kuşakta bireysellik olgusu temelinde gelişimini sürdürerek yükselmişlerdir. 5. kuşakta ise bireyselliğin yanı sıra yapay zeka teknolojisi de eklenerek bireyin asistanlığını üstlenir olmuşlardır (Şavli, 2019: 16). Bu yüzyılda bilgisayarların insanların eli ayağı olmuştur. Çok çeşitli bireysel, kurumsal ve toplumsal ihtiyaçlar bilgisayarlar sayesinde belli bir düzen içinde karşılanmakta ve her sektör küresel ölçekte bilgisayar teknolojilerini onun gerektirdiği tüm diğer teknolojik araçlarla birlikte kullanmaktadır.

Bilgisayarın ardından İnternetin doğuşu ise A.B.D.'nin ARPANET projesiyle gerçekleşmiştir. 1969'da çeşitli bilgisayar ve askeri araştırma projelerini desteklemek için Savunma Bakanlığı ARPANET adında paket anahtarlamalı bir ağ tasarlamıştır. Bu ağ, şartlar olgunlaştıkça A.B.D.'deki üniversite ve araştırma kuruluşlarının değişik tipteki bilgisayarlarını da içererek büyüme göstermiştir. İnternet yolculuğunu geçirdiği türlü gelişim serüveninin ardından günümüzde kullanılan halini almıştır (bidb.itu.edu.tr, e.t.: 26 Ocak 2022). Askeri strateji oluşturmak için kullanılan internet yıllar içinde edindiği yeni özellikleri, yaygınlığı, kullanım hızı gibi çeşitli nitelikleriyle bireylerin hayatlarının merkezinde konumlanmaktadır. 1990'da bugünkü kadar etkin olarak kullanılamayan internet, dünya çapında ağın World Wide Web'in (WWW) geliştirilmesiyle değişmiştir. Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi'nde çalışan

mühendis Tim Berners-Lee'nin 'web'i yani ağı tasarlamıştır. Böylece belgeleri kullanıcıları web'de her yere götürebilecek hiper metinlere gömülebilmesini sağlamıştır (Chayko, 2018: 18). Yıllar içinde gelişen World Wide Web ağı, yenilenen ileri seviye versiyonlarını iletişim teknolojileri pazarına sürmüştür. Web 1.0'daki statik, dosya indirme özelliği ve bireysel eğlence mantığı; Web 2.0 ile dinamik, dosya yükleme ve kişisel yayıncılığa dönüşmüştür. Fakat yazılım ve karmaşık kodlama gerektiren bu sistem Web 3.0'da ise çevrim içi bir ortamda kişisel, kreatif, görsel tabanlı uygulamaların olduğu taşınabilir bir teknolojiye kavuşmuştur (Yengin, 2014:118-119). Günümüzde kullanılan Web 4.0 teknoloji ise tüm işlemlerin sanal ağlar üzerinde yapıldığı, hakimiyetin yapay zekada olduğu son sürüm bir işletim sistemidir. Bu web teknolojisi kodlanan yapay zeka ile sorunları tespit edip, çözebilmektedir. Bir yaşamın sanal ortama taşınmasıdır (esmacalisir.com, Şubat 2022). İnternetin yaygınlaşması ofislere, dersliklere, evlere, cep telefonlarına girmesiyle dünya artık eskisi gibi olmayacaktır. Bireyden aileye; topluluktan ülkelere geniş bir skalada değişim artık önü alınamayacak bir hızla başlamıştır. İnternet, veri paketleri, tüpler, devreleri birleştiren bilgisayarlaştırılmış aletlerin milyarlarca ve tabii ki bunları kullanan insanları birbirine bağlayan küresel bir ağıdır (Blum, 2013: 58).

Dünyamız birçok yönden birbirine bağlı tek bir toplum olarak görülebilir. Buna 'küreselleşme' denilmektedir. Bunun nedeni ise teknolojik gelişmelerdir (Chayko, 2018: 99). Blum ve Chayko'nun ifade ettiği küresel ağ ve küreselleşme kavramlarının bugün geldiği noktada temelini teknoloji oluşturmaktadır. Küreselleşen dünyanın olumlu ve olumsuz olarak pek çok sonucu bulunmaktadır. Farklı bireyleri birbirine bağlayan da toplumları tek tipleştiren küresel ağ da aynı nedenin sonucudur. Ne var ki teknolojiyi de insan üretmekte ve yine aynı insan tüketmektedir. Bu açıdan bakıldığında küresel dünya dokunmatik insanın cenneti ve cehennemi olarak parmak ucunda dönmektedir. İnternetin bu hızla yaygınlaşması dünyanın bütününün dijitalleşen formlara yönelimini başlatmıştır. Böylece dünya hızla dijitalleşen bir sisteme doğru dönmüştür (Genel, 2018: 44).

2. Dijital/Sanal Kavramı

Dijital/sanal kavramı doğrudan bilgisayar ve internetin bir armağanı olarak literatürde yer almıştır. Dijital kelimesinin TDK'ya göre birinci anlamı "*Sayısal*"; ikinci anlamı "*Verileri bir ekran üzerinde elektronik olarak gösteren*" ve üçüncü

anlamı “*Verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi*”yle ifade edilmektedir (sozluk.gov.tr, e.t.: 26 Ocak 2022). Sözlük tanımlarından dahi anlaşıldığı üzere dijital sayılarla, verilerle ilgili olandır. Günümüz dünyasında günlük yaşamdaki hemen her şeyin dijital versiyonları da vardır. Bunlar analog sistemlerin dijitalle dönüşmüş versiyonları olduğu gibi doğrudan dijital olarak üretilen şeyler de olabilmektedir. Lev Manovich, dijital sürecin aslında gerçeğin bir kopyası olduğunu ve var olan analog örneklemden kaynaklandığını belirtmektedir (Yengin, 2014: 95). Dijital hayat, basitçe, gerçek hayattır. Teknolojiyle yaşamının gerçekliği, özellikle bilgisayarlaştırılmış/dijital biçimde, bazen artırılmış gerçeklik olarak tanımlanmaktadır (Jurgenson, 2012). Dijital teknolojilerle yaratılan nesneler artık kapsamını daha da genişleterek kendi dijital atmosferlerini de inşa etmektedirler. Artık bir nesnenin, eşyanın, mekanizmanın dijitalinden ziyade dijital veya sanal olarak nitelenen yeni yaşam alanlarından söz edilmektedir.

İnsanlar gerçekliği teknoloji sayesinde yeniden yaratarak onunla, onun içinde yepyeni bir varlık deneyimi yaşamak istemektedirler. Bu noktada sanal kavramından söz etmek gerekir. Dijital ile aynı anlamlı olarak da kullanılan sanal kelimesi TDK sözlüğünde “*1. sıfat Gerçekte yeri olmayıp zihinde tasarlanan, mevhum, farazi, tahmini*” açıklamasıyla yer almaktadır (sozluk.gov.tr, e. t.: 24 Ocak 2022). Sözlükteki anlamıyla sanal zihnen tasarlanan, farazi olarak tanımlansa da 21. yüzyılda artık sanallık kendi gerçekliğini oluşturmaktadır. Teknoloji hayatın her alanında kendi parametrelerini oluşturmakta ve sanal mekanizmasını kurmaktadır.

Sanal ortam yani siber uzay, dünyadaki tüm sınırları ortadan kaldırmış, globalleşmeyi hızlandırmış, yapılan işlerde zaman kullanımını azaltmış, haberleşme ve ticari işler yirmi dört saatte yapılabilir hale getirmiştir (Çavuşoğlu, 2004: 318-319). Sanal kavramıyla insana hayatın gerçekliği içinde yapılması gereken yükümlülüklerini sanal mecraya taşıyarak yüklerini azaltmıştır. Günlük hayat rutininden sanat yapısı görme pratiğine dek sanal mecralar bireylerin artık önem verdiği alanların başında gelmektedir. Sanallaşma sayesinde somut olarak fiziki açıdan var olan tüm biçimler, sanal ortamda yeniden şekillenebilmektedirler (Coşkun, 2017: 62). Sanallaşma dönüşen dünyada birey için kaçınılmazdır. Eğitimden sanata, ticaretten ulaşım her şey sanallaşmaktadır. Günlük hayatın ihtiyaçları dışında büyük çaplı sanal sergiler, sanal sanat pratikleri sanal kavramının boyutunu derinleştirmiştir. Rutin günlük akışın yanı sıra dijital müze ve sanal sergi gibi platformları deneyimleyen insan, geline

noktada sanallığın boyutunun nerelere dek ulaşabileceğini tahmin dahi edememektedir.

3. Görsel Sanatın Dijitalleşmesi

Son yüzyılda sıfır ve birlerin oluşturduğu verilerden kurulmuş bir evren ve onun kurgusal dünyası insanın makro ve mikro düzeydeki hayatına her yönüyle nüfuz etmektedir. Bilgisayarın ve internetin icadıyla dünya günlük yaşamdan sektörel değişimlere, bireyden topluma varan boyutlarıyla büyük değişikliklere sahip olmuştur.

Dijital imge görünmez imge dosyasının, görünmez dijital verinin görselleştirilmesinin bir sonucudur. Bu nedenle dijital bir imge (analog, “mekanik olarak yeniden üretilebilir” bir imge gibi) sadece sergilenemez ya da kopyalanamaz; her zaman sadece sahnelenebilir ya da icra edilebilir. Bu durumda da dijitalleşmenin görsel sanatları performans sanatlarına dönüştürdüğü savunulabilir (Groys, 2016: 123). Bir veri ancak internet kullanıcısı sayesinde gösterilip, işlevselleştirilebilmektedir. Bilgisayar ortamında üretilen nesneler dijital biçimlidir. Birçok nesne analogdan dijitalleşmiş varyasyonlardır. Dijitalleşme; örnekleme ve ölçme işlemi gerçekleşen nesnenin analogdan dijital dönüşümü olarak tanımlanmaktadır (Yengin, 2014: 95).

Dijital çağ en başta gerçek zamanlı bir dijital gözetleme çağıdır. Her dijital veri sunumu, her dijital kopya-imge aynı zamanda bir kendi imgemizi yaratma, kendi kendimizi görselleştirme eylemidir (Groys, 2016: 125). Buradan hareketle düşünülebilir ki yeni medya platformlarında üretketici konumda olan kullanıcı birey, görselin dijitalleşmesiyle kendi kendinin dijital birer replikasını üretmektedir. Birey kendi varlığının dahi bir kopyasını üretme aksiyonundayken dijitalleşme nedeniyle görsel sanat için uçsuz bucaksız bir yeniden üretim alanından söz etmek mümkündür. Bu üretim alanlarından biri de yeni medyadır. Yeni medyanın en önemli özelliği olarak multimedya olarak öne çıkmaktadır; metin, hareketli ve hareketsiz görüntü, resim, film, video, müzik gibi çeşitli iletişim elemanlarını barındırmaktadır. Bu yönüyle sadece yazılı metnin veya sözlü iletişimin başrolde olduğu bir platform değildir (Duran & Yenice, 2019: 204).

Teknolojinin insanların hayatında yer edinmesi ve hemen her alanda yaygınlık kazanmasıyla sanal/dijital ortamlar oluşmuştur. Sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojileri insana, duvarları olan fiziksel dünyanın ötesinde bir başka dünyanın

mümkün olduğunu göstermektedir. Sadece görsel ve işitsel değil aynı zamanda bedensel olarak duyarlılık yönünde oluşan yeni teknoloji, sanal gerçekliğin (virtual reality) oluşmasını sağlamıştır (Tuğal, 2018: 41). Stone'a göre sanal gerçeklik insan ve makine arasındaki iletişim artırmak için geliştirilen insan duyuların hitap eden bir çoklu ortamdır. Oppenheim'a göre ise sanal gerçeklik insan-makine etkileşimin görsel ve işitsel iletişimle yetinmeyip, hissetme yoluyla artırmaya çalışan bir teknolojidir (Kurbanoglu, 1996: 22).

Sanal gerçeklik ilk olarak geleneksel medya araçları vasıtasıyla ortaya çıkmıştır. İlk sanal gerçeklik simülasyonu 1962'de görüntü yönetmeni Morton Heilig, "Sensorama Simulator" adıyla icat etmiştir. 35 mm iki kameranin yan yana konulmasıyla 3 boyutlu görüntü elde edilmiştir. Görüntüye ek o ALIOĞLU larak renk, ses, koku, izleyicinin yanına koyulan vantilatör ve titreşimli koltuk ise sanal gerçekliğin etkisini güçlendirmekteydi (Algül vd., 2018: 16). Çıkış noktası geleneksel medya olan sanal gerçeklik, yıllar içinde dijital dünya ve yeni medya faktörleriyle, 1960'larda belki hayal dahi edilemeyen boyutlara ulaşmıştır.

Sanal gerçeklik sanal ortamda gerçek ortamın yeniden oluşturulmasıyken, artırılmış gerçeklik gerçek ortama ek olarak yeni görüntü ses ve biçimler katılarak oluşturulmaktadır (Bingöl, 2018: 46). Sanal gerçeklik, bireyi gerçek mekanın realiteyle örtüşen algısından uzaklaştırmaktadır. Deneyim esnasında giyilen ve kullanılan teknolojik aletlerin aracılığıyla birey, sanal gerçeklik algısını tadabilmektedir.

Artırılmış gerçeklik (augmented reality); yazı, resim ve video gibi bilgisayar ortamında oluşturulmuş nesneleri insanların gerçek dünyaları algılamalarının üzerine yansıtan bir teknolojidir (Bingöl, 2018: 46). Artırılmış gerçekliği bir nesne üzerinde deneyimlerken birey, gerçek zamanlı bir fizik mekandayken üzerinde çalıştığı nesne üç boyutlu olarak kendini inşa etmektedir. 2007'de ortaya çıkan ve gelişmekte olan bu teknolojiyi, günümüzün akıllı telefonları ve artırılmış gerçeklik tarayıcılarıyla insan-bilgisayar etkileşimini kucaklamaktadır (Julier ve Bishop, 2002).

Artırılmış gerçeklik, dijital materyalleri, gerçek dünya nesnelere yansıtan teknolojileri ifade etmektedir. Bu; saf bir sanal ortamdan gerçek ortama dek geniş bir yelpazeye yayılmış teknolojileri tanımlamak olarak özetlenebilir (Milgram ve Kishino, 1994). Artırılmış gerçeklik görsel sanat disiplininin dijitalleşmesi

serüveninde sıkça kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem sayesinde sanat takipçisi, sanat yapıtını çok daha yakından inceleyebilmektedir. Fizik boyuttaki nesne ile sanal boyuttaki görseller birbirini desteklemektedir. Artırılmış gerçeklik teknolojisi çoğunlukla mimarlık ve inşaat ofisleri, eğlence ve oyun, ordu, eğitim ve sanat alanında kullanılmaktadır.

Fiziksel olarak var olmayan şeyler sadece sanal olarak var olabilmekte ve insanların yaşamlarına doğrudan girebilmektedir. İlgi alanlarını etkilemekte ve günlük hayatlarına yön vermektedir. Bunun son dönemdeki sanat alanındaki en önemli örneği NFT (Non-fungible token) olmuştur. NFT, dijital bir varlığın benzersiz olduğunu ve bu nedenle birbirinin yerine geçemeyeceğini onaylayan, blok zinciri adı verilen bir dijital defterde depolanan veri birimi olarak tanımlanmaktadır. Fotoğraflar, videolar, ses ve diğer dijital dosya türleri gibi öğeleri temsil etmek için kullanılmaktadırlar. NFT'ler artık sanat, müzik, spor ve diğer popüler eğlencelerdeki dijital varlıkları metalaştırmak için de kullanılmaktadır (artsandculture.google.com, e.t.: 23 Ocak 2022). NFT'yi dijital bir sanat eserine dönüştürmek için yaygın kullanılan pazarlara girmek gerekmektedir. Open Sea, Mintable, Nifty Gateway ve Rarible bu pazarlardan bazılarıdır. Üretilen eserler bu pazarlara yüklendikten sonra NFT'ye dönüştürülerek satılabilir. NFT'nin alım satımı ise yalnızca kripto para birimleriyle yapılmaktadır. Söz konusu dijital pazarlar dijital sergi alanları gibi teşhire açık platformlardır. Bir NFT eserin kullanımı ve onun dijital sergi alanı, son dönemde dünyada dijital sergileme biçimlerinin geldiği noktayı bir daha gözler önüne sermektedir.

Dijitalin geldiği noktalara örnek verilebilecek bir diğer yeni gelişme ise metaverse olarak adlandırılan yepyeni bir sanal evren teknolojisidir. Yeni medya platformu Facebook'un marka adını Meta olarak değiştirmesi ve kurucu Mark Zuckerberg tarafından yapılan açıklamalarda 'fizikselleştirilmiş internet' olarak tanımlanan Metaverse diğer adıyla sanal evren kavramının geçmişi daha eskiye dayanmaktadır. Kavrama ilk olarak, Neal Stephenson 1992 yılında yayımladığı bilimkurgu romanı Snow Crash'de yer vermiştir. Metaverse, bilgisayarlar ve android cihazlar sayesinde insan bilişinin yapay bir fiziksel ortama dâhil olmasını sağlamaktadır. Metaverse evreni, kullanıcıları eğlendirmek için büyük bir içerik potansiyeline sahiptir. Sanal sinemalar, sanal konserler, sanal sergiler ve daha pek çok disiplinde gerçek dünyadaki her şey gibi birçok deneyim alanı doğacaktır. Böylesi yeni bir dijital ortam şekilleniyorken mimarlar için Metaverse, fiziksel dünyanın

kısıtlamaları olmayan yepyeni olasılıklarla dolu bakir bir bölge olarak tanımlanabilmektedir (yapikatalogu.com, e.t.: 23 Ocak 2022). Metaverse evreni gelişerek genişledikçe yepyeni tasarım fikirlerini de hayata geçirmektedir. Tasarımda sınır tanımayan küratörler, mimarlar ve yazılımcılar her geçen gün bu geniş evrende yeni bir sergileme biçimine sahne olan içerikler tasarlamaktadırlar. Metaverse özellikle tasarımcılar, sanatçılar ve sergi mekanlarına imza atan mimarlar için uçsuz bucaksız bir deneyim sunmaktadır. Kullanıcıların, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerini kullanarak 3 boyutlu olarak var olabildiği Metaverse evreninin, seyahatten sanata çok çeşitli amaçlarla kullanılması ön görülmektedir.

Görsel sanat yani görüntüye dayalı ve görselliği ön planda olan sanat ve onun yapıtları; jpeg uzantılı bir fotoğraf dosyasından çok boyutlu milyonlarca bit verinin işlendiği sanal sanat üretimlerine uzanan oldukça geniş bir alanda sergilenme imkanı bulmaktadır. Dijitalleşen görsel sanat yine yazılım tabanlı platformlar üzerinden sanat takipçisine ulaşmaktadır.

4. Dijital Sanat ve Bilgisayar Sanatı

Teknolojiyle olan ilişkisi bağlamında sanattaki en köklü kırılma 1900-1967 döneminde yaşanmıştır. Tekniğin imkanlarının bilişimle olan birleşimi, sanat alanında da etkisini göstermiş ve teknolojik sanat anlayışı ortaya çıkmıştır. Bu alandaki önde gelen örnekler ‘kinetik sanat’ yapıtlarında görülmektedir. Kinetik sanat alanındaki önemli isimler Rus sanatçılar Naum Gabo olarak bilinen Naum Neemia Pevner ve Vladimir Yevgraphovich Tatlin’dir. Bu iki isim ilk defa gerçek hareketin bir sanat ortamı olarak kullanılmasını sağlamışlardır (Tuğal, 2018: 36). Açıklamalardan da anlaşıldığı üzere kinetik sanat, teknoloji ve sanat birlikteliğinin ilk somut üretimi olmuştur.

Doğrudan ışık kaynağı olan eser üretimi ilk kez 1920’li yıllarda gerçeklemiştir. Bauhaus sanatçısı Laszlo Mohoyl-Nagy’nin 1921-1930’da ürettiği kinetik heykelleri ‘Lumino Kinetik Art’ın ilk örneklerindendir (Tuğal, 2018: 38). Lumino Kinetik Sanat yeni medya sanatının alt kümesinde yer almaktadır. Sanat tarihçisi Frank Popper, bu sanat türünü teknolojik ilerlemeyle bağlantılı estetik kaygıların kanıtı ve yüksek teknoloji sanat bağlamında bir başlangıç noktası olarak görmektedir (stringfixer.com, e. t.: 24 Ocak 2022). Bu sanat türü çizgi film ve animasyon gibi hareketli çıktıları olan türlere de ilham olmuştur.

Sanal sanat/dijital sanat teknolojik olarak 1980’li yıllarda ortaya çıkan sanat biçimi ve uygulamalarıdır. Sanal ortamın ortaya çıkması bu sanatı doğurmuştur (Tuğal, 2018: 41). Bilgisayar ve sanattan bahsedilirken kavramlar sıklıkla karıştırılabilmektedir. Dijital sanatın yerine sıklıkla multimedya-yeni medya sanatı terimi kullanılmaktadır ama bu gerçekte doğru bir tanımlama değildir. Dijital teknolojilerin kullanıldığı çok-disiplinli bir alan olan Yeni Medya Sanatı-Multimedya Sanatı aslında Elektronik Sanat içinde gelişen Dijital Sanat’ın kapsamında yer alan bir bölümdür (Tuğal, 2018: 67).

Bilgisayar icat edildiği ilk yıllardan itibaren geliştirilerek cihaz üzerinde ilerleme kaydedilmiştir. Fakat bu gelişim sonucunda ortaya çıkan yeni sürümler ve oluşan imkanlar, sadece bilişim alanını etkilememiştir. İletişim, medya ve sanat disiplinleri de eş zamanlı olarak bu durumla ilişkilendirilmiştir. Zaten bu yüzden bilgisayar ya da dijital sanattan söz edilebilmektedir. 1980 yılından sonra bilgisayarlardaki gelişim ve dijital teknolojiler beraberinde sanal/dijital kavramını olağan hale getirmiştir, sanal ortam yeni bir yaşam alanı olmaya başlamıştır (Tuğal, 2018: 41).

Elektronik teknolojileri, burada olmakla orada olmak arasındaki ayrımı bulanıklaştırarak içsel ve dışsal uzam arasındaki ayrımı sarsmıştır. Bu durumun ilk ipucu telefonla ortaya çıkmıştır (McLuhan, 2001: 233). Telefonla ilk sinyallerini veren bu süreç, ilerleyen yıllarda çeşitlenen medya ve yeni medya kanallarıyla daha yüksek boyutlara ulaşmıştır. Dijital platformlar sayesinde gün geçtikçe sadece işitsel değil görsel, duyuşsal ve hatta dokunsal olarak iç-dış, uzak-yakın ayrımı ortadan kalkmaktadır. Hatta edebi sanatlar da teknolojinin nimetlerinden faydalanmaktadır. Sanat kuramcısı Emre Zeytinoğlu, yeni medya sanatçısı Bager Akbay’ın tasarladığı şiir yazan yapay zeka ürünü robot Deniz Yılmaz’ın şiirlerini ya da ondan esinlenen diğer makinelerin artık insanın denetiminden tümüyle kurtulmuş birçok şiirini, yine makinelerin bağımsızca besteleyebilmesi, resmini oluşturması ya da başka bir sanat formuna dönüştürebilmesi mümkün müdür diye sormaktadır. Ama bir şerh düşer bu soruya; makinelerin kendi aralarındaki bilgi organizasyonuna uygun olarak, laboratuvar koşullarında ve insandan bağımsız ortamlarda ama (Zeytinoğlu, 2020: 2019). İşte böylesi sonsuz bir ufuk çizgisinde görsel sanatların sergilenme biçimleri sürekli kendini aşarak ilerleyen teknolojiye dayanarak kendi dijital atmosferini kurgulamaktadır.



V. GÖRSEL SANATTA DİJİTAL SERGİLEME BİÇİMLERİ

A. Görsel Sanat Yapıtlarında Dijital Sergileme Biçimleri

1. Dijital/Sanal Müzeler

Dijital müzeler, alt yapısını 0 ve 1'lerin oluşturduğu, görselliğini müzenin kimliğine hizmet eden tasarımların ve sergilediği yapıtların ortaya koyduğu kültürel platformlardır. Elektronik ortamda erişilebilen görsel, ses ve metin dosyalarını sanat ve kültür gibi alanlarda insanlarla paylaşan dijital hazinelerdir. Çoklu ortamda geleneksel müzelerin zaman ve mekan tasavvurunun dışında, farklı kaynaktan pek çok derlemeyi uluslararası platformda sunmaktadır (Barlas, 331). Sanal müze iki türlü olabilmektedir, fiziksel mekanlı müzelerin sanal müze olarak dijital platformda da var olması bir diğeri ise sadece sanal platformda kurulan ve bilindiği anlamda bir mekanı olmayan müzelerdir.

Fiziksel ve gerçek mekanlı müzeler ulaşmak istedikleri sanat takipçilerini çoğaltmak ve ziyaretçi kitlelerini artırmak amacıyla dijital platformda da var olmaktadır. Dijitalin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla bu artık mümkün olmaktadır. Bir coğrafyanın, ülkenin, toplumun, geleneğin ve hatta insanlığın ortak mirasının envanterini tutan müzeler, dijitalleşme sürecinde adapte olabildikleri müddetçe daha çok kişiye ulaşabilmektedirler. Müzede teknoloji kullanımıyla, farklı kitlelere hitap eden ilgi odakları oluşturularak izleyici çeşitliliği sağlanması amaçlanır. Müzenin erişilebilirliğini artırarak fiziksel sınırlarının aşılması ön görülür, arşivin güçlenmesini sağlar ve izleyici katılımını en üst seviyeye taşımayı hedefler (Karadeniz, 2020: 975) Dijital/sanal müzeler internet erişimi olan tüm bireylerin kullanımına açıktır. Bu kolay erişilebilir olma özelliği de müzelerin zaten tüm dünyanın ortak mirası olan koleksiyonlarını, internet ağıyla yine tüm dünya insanına açık hale getirmek demektir.

Bir dijital müze için içerik olmazsa olmazdır. Microsoft'un kurucusu Bill Gates'in ilk kez 1996'da söylediği "İçerik kraldır" sözü, tüm üreticiler için anlam ifade

etse de iletişim, medya ve sanat çalışmaları adına ayrıca önem taşımaktadır. İçerik sanal olsun olmasın bir müzenin her şeyidir. İnsanları müzeye davet eden, onların evlerinden işlerinden çıkıp müzeye gelmelerini sağlayan şey içeriktir. Müze içerikleri ise pek çok açıdan farklılık göstermektedir. Bazı dijital müzeler yalnızca envanterindeki yapıtları ziyaretçileriyle buluşturduğu kalıcı koleksiyon sergileri açarken bazı müzeler bir tema etrafında karma sanatçılı sergiler düzenlemektedirler. Bu ayrımda söz konusu müzenin sanatsal tavrı, türü ve işlevi önemlidir. Örneğin, müze terminolojisi dahil pek çok anlamda çeşitli nedenlerle tarihi bir dönüm noktası olan New York'taki Museum Of Modern Art (Modern Sanat Müzesi-MoMA) modern sanat terimine kattığı yeni anlamın dışında uzun bir süre daimi bir koleksiyona sahip olmamasıyla da öne çıkmıştır. Ancak 19. yüzyıla ait ve bağışlanan her tür yakın dönem sanat eserlerinden bir koleksiyona sahip olmuştur o koleksiyon da benzer müze koleksiyonlarına özgü heterojen yapıdadır ve sadece müze direktörünün aldığı çok kısıtlı anlamıyla 'modern' yapıtlara yer vermiştir (Lorente, 2016: 13). Gerçek mekanlı bir modern sanat müzesi bu rijid özelliklere sahipken bir müzenin dijital platformda olmasının ilham verici yanları mutlaka vardır. İhtiyacı olan yeterli teknik alt yapı ve kreatif bakıştır.

Sanal müzeler için içerik kadar tasarım da oldukça kritik bir eşiktir. Bir internet kullanıcısının bir web siteye girdiği anda orada kalma süresini belirleyen ilk şey tasarımın cazibesidir. Sanal müzeler de sanat takipçisi olan kullanıcılarını ilk olarak tasarım farklılığıyla yakalamaktadırlar. Sanal müzeler, sundukları dijital sergilerin dikkat çekici olabilmesi adına üç boyutlu ve panoramik görsellikte tasarlanmaktadır. Müzeler bu teknoloji ve teknikle ziyaretçilerine müzenin içinde dolaşıyormuş izlenimi vererek yeni bir müze deneyimi sunmaktadır. (Kalıncı, 2015: 59). Böylece izleyici bir anda pasif konumdan aktif konuma gelecektir. Sanal tur tasarımına sahip bir müzeyi ziyaret ederken, fiziksel bir müzenin içinde geziyormuş hissine kapılması, müze ve alımlayıcı açısından olumlu bir etkidir. Bu durum, sanat takipçisinin sanat yapıtıyla bağ kurması için yeterli etkileşime zemin hazırlayacaktır böylece ziyaretçinin müze kalma süresi de uzayacaktır.

Sanal müzelerin bazıları 360 derece panoramik bir tasarıma sahipken bazı sanal müzeler özellikle gerçek mekanlı bir müze, galeri veya fuar alanına benzemekten kaçınmaktadır. Görsel donanımların hızla çeşitlendiği bu zamanlarda, daha önce tanımlanmış, bilinen ve çağrışıma dayalı bir mekansal tasarım tercihi yerine sınırları

olmayan bir uzam veya tıpkı evren gibi sonsuz bir atmosfer sunmaktadırlar. Bir sanal sitenin içeriği bilinmese dahi tasarımı onun görsel kimliği olarak ziyaretçilerine müze hakkında bilgi vermelidir. Böylece müze ziyaretçisi ile müze arasında bir görsel iletişim kurulabilecektir. Görsel iletişim tasarımı ürünleri “*3 D gezinti teknoloji odaklı tanımlar, mobil teknoloji uygulamaları, web içerikleri, yeni medya uygulamaları, kullanıcı odaklılık, sayısal ürünler ile web ara yüzleri, hareketli grafikler (gif, kinetik tipografi vb.), bilgi tasarımı, yazılım, reklamcılık, eğlence ve kurumsal teknolojiler, mobil uygulamalar, sanal uygulamalar, oyun tasarımları, eğitim materyalleri*”dir (Erişti, 2016: 64).

Görsel iletişim tasarımı bir sanal müze için markanın kimliği ve içeriği hakkında ipuçları vermesinin yanı sıra müzelerin eğitim işlevine de katkı sunmaktadır. Görsel iletişim tasarımı ürünlerinin müze eğitime, bilgilendirmeye ve tanıtıma önemli katkısı olduğu belirlenmiştir. (Mercin, 2017: 209). Görsel tasarım ise özellikle öğrenci kategorisindeki sanal müze ziyaretçileri için simgeler ve renklerle geleneksel müzelere göre hafızada yer edinmeye ve bellekte iz bırakmaya imkan vermektedir.

Geleneksel anlamdaki müzelerin dijital platformda yer almasının ötesinde sadece sanal olarak inşa edilmiş ve yalnızca dijital kimliğe sahip olan müzeler de vardır. British Council’ın Duvarları Olmayan Müzesi tam da böyle bir müzedir. Hiçbir şekilde mekan ve zaman sınırlılığı olmayan bu platform sayesinde British Council’ın İngiltere binasında bulunan sanat koleksiyonu tüm dünyadan kullanıcıların ziyaretine açıktır. Bu perspektiften bakıldığında sanal müzeler fizik ile metafizik arasında bir yerde konumlanmaktadırlar. Ali Artun, Ütopya Olarak Müze ve Mimarlık yazısında müzelerin, tabiatın ve Tanrı’nın mekanı olan makrokozmosun mikro ölçekli temsilleri yani ütopya modelleri olduğunu söylemektedir (Artun, 2019: 80) Bu sembolleştirme sanal müzeler bağlamında düşünülürse, sanal müzeler için distopik bir evrenden bahsedilebilir. Sanal müzeler, bir mimarinin imkanları ve engellerinden sıyrılmış bir alanı işaret etmektedir. Sınırların olmadığı, hiçbir fiziksel öğenin sanat yapıtını gölgede bırakmadığı, sadece onun mevcudiyetine odaklanmaya imkan tanıyan ve bunun odağında tasarlanan dijital yapılardır.

Sanal müzeler, çeşitli multimedya araçları ile oluşturulmuş dijital nesnelerin oluşturduğu koleksiyonları anlatır. Bu nedenle sanal müzenin kapasitesini çeşitli bağlantılar ve ulaşım araçları oluşturmaktadır (Schweibenz, 2004). Dijital müzeler sahip oldukları bu temel niteliklerin yanı sıra alternatif programları da bünyesinde

barındırabilmektedir. Endüstri çağından bilgi çağına geçiş sürecinde müzelerin eğitim birimleri, izleyicilerin sayısını ve çeşitliliğini artırmak amacıyla müze programlarında değişiklik yapmışlardır (Gorman, 2008) Sanal müzeler de sadece var olan sergilerini sanat takipçisiyle buluşturmakla yetinmeyip yine dijital olarak çevrim içi platformlarda sanatçılar ve eğitimcilerle söyleşi ve paneller düzenlemektedirler.

Sanal müzeler, klasikleşen nesne koleksiyonundan farklı olarak bilgiye ve imgeye dayalı, erişimi kolay ve etkileşimli oluşumlardır (Bozkuş, 204: 329). 1960'larda müzebilimin müze yönetimi, yenileme -konservasyon-, sergi tasarımı, eğitim, ziyaretçi ilişkileri, araştırma, arşivleme ve iletişim gibi alt alanlara ayrılmıştır. (Mensch, 2004: 5) Dijital müzelerin, müzebilimin kategorize ettiği bu geleneksel alanları dijital teknolojinin de aksiyonelliğini ekleyerek yeniden tanımlamaları, sanal müzenin çağın gerekliliklerine hizmet etmesi açısından önemli olacaktır.

2. Dijital/Sanal Sergiler

Geleneksel sergilerde olduğu gibi dijital sergilerde de farklı sergileme yöntemleri kullanılmaktadır. Dijitalin küresel çapta kendi sınırlarını aşmasıyla klasikleşen anlamıyla sergileme biçimleri yepyeni boyutlar ve platformlar kazanmaktadır.

Müze, galeri ve fuar gibi mekanlarda sergilenen sanat yapıtı artık dijital platform üzerinden sanat takipçisiyle buluşmaktadır. Geleneksel sergileme yöntemlerinde tasarımın karar vericisi büyük oranda, eser sahibi sanatçılarla yakın iletişim halinde çalışan küratörler olmaktadır. Küratörlük, II. Dünya Savaşı'ndan önceki dönemden sonraki döneme tarihsel süreç çeşitli görevlendirmeleri kapsamıştır. Koruma kültürünün vurgulandığı 'müze küratörlüğü' zamanla 'sergi yazarı'na (müellefi) kaymıştır. Roma İmparatorluğu'ndan modern zamanlara küratörlük iki temel süreçle şekillenmiştir: öznelerin yönetimi ile nesnelerin muhafızlığı (Madzowski, 2019: 34). Yüzyıllar içinde ise sanatın korunması ve bakımından sorumlu olmaktan ziyade yeni sanatçı, akım ve sahnelerin keşfedilmesi hakkında olduğu ortaya çıkmıştır (Martini & Martini, 2010: 262). Küratör, tarihsel süreç içinde geline nokta da söz konusu sanal müze ve sergiler dahi olsa var olan sanat envanterini korumanın ötesinde yeni sanat keşiflerine kapı aralayan bir vizyonla üretir olmuştur. Sanal müzedeki sergilerin oluşturulmasında herhangi bir fiziksel kısıtlama olmaması küratörler için sınırsız ve özgür bir çalışma alanı sunmaktadır.

Mekanın imkanları ve serginin konusu ve teması dahilinde kreatif bir sergileme biçimi hazırlayan küratörler, sanal sergiler söz konusu olunca görsel tasarım ve dijital yazılım uzmanlarıyla birlikte düşünmeye başlamaktadırlar. Bu küratörler için yeni ufuklar açması sebebiyle dinamik bir süreç olmaktadır öte yandan dijitalin uçsuz bucaksız enstrümanlarını hayalindeki sergi konseptine uygun olarak tasarlamak ve onu bir görsel tasarımcıyla somutlaştırmak yaratıcı zihne uçsuz bucaksız bir alan açmaktadır. Sergileme, anlatılmak istenen, odaklanılması gereken konuya; ulaşılmak istenen hedef kitleye ve sergilenen yapıtların niteliğine göre değişkenlik göstermektedir. (Ergen, 2013: 142). Sergi tasarımları 1990’lardan bu yana tanıtım, uzaktan ve yüz yüze eğitim süreçlerinde farklı ve yenilikçi yaklaşımlara sahne olmaktadır. Geleneksel müzelerin koleksiyonları dijital ortamlara aktarılmış, müzedeki sunumlarda paylaşılabilen koleksiyon bilgileriyle mikro galeri, web sitesi ve sanal müze uygulamalarıyla izleyiciye sunulmaya başlanmıştır.

Sanal sergiler sadece sanatçı ve küratörleri değil sanat takipçilerini de kuşatarak kendi tercihleriyle sergiler oluşturmalarına da olanak tanımaktadır. Örneğin A.B.D.’deki Frye Sanat Müzesi ‘Social Medium’ adıyla, sanat takipçisi olan sosyal medya kullanıcılarını davet ederek, kendi küratörlüklerinde bir sanal sergi yapmalarını sağlamıştır. Müzenin Kuruluş Koleksiyonu’ndaki eserlerin fotoğraflarını Facebook, Instagram, Pinterest ve Tumblr’da yayınlamıştır. Sosyal medya takipçilerinden de 232 resim içinden en sevdiklerini seçmelerini isteyerek kullanıcılarını küratörlüğe davet etmiştir. Seçilen eserleri internet sitesindeki dijital sergiyle sergilemiştir (fryemuseum.org, e.t.: 11 Şubat 2022). Sanal müzeler bu yönleriyle alışlagelmiş küratörlük anlayışının dışına çıkarak kreatif edimlerde bulunmaktadır. Böylesi deneyimler de yeni bir meslek olarak ‘sanal müze-sergi küratörlüğü’nü ortaya çıkarmaktadır (Okan, 2018: 223).

Dijital sergiler, çoklu medya aygıtları kullanılarak tasarlanmaktadır. Kullanılan teknikler sanat yapıtlarının sunuş biçimlerini de şekillendirmektedir. Bazı dijital sergiler 360 derece sanal tur biçiminde tasarlanmışken, bazı sergiler düz bir satıh üzerinde sanat yapıtlarının gösterilmesiyle sunulmakta, bazıları ise sınırlılıkları olmayan bir evrenin içinde tasarlanarak sergilenmektedir. Özellikle dijital dünyanın içinde yetişen yeni nesil sanatçılar, geleneksel engellerle karşılaşmamaktadırlar, böylelikle teknolojik potansiyellerden yararlanmaktadırlar, bu potansiyeli üretim pratiği ve sergileme imkanı olarak açığa çıkarabilmektedirler (Wands, 2021: 377).

B. Dijital Müze ve Sergilerde Erişilebilirlik

Dijital platformların en önemli özelliği zamansız olmalarıdır. Hiçbir web sitesi için teknik alt yapı problemi yaşanmadığı müddetçe, ziyaretçi açısından herhangi bir zaman kısıtlaması bulunmamaktadır. Dijital müzelerin de kapıları ziyaretçileri için 7/24 açıktır. Bu durum bireylerin diledikleri zaman sanatla buluşmaları anlamına gelmektedir. Bir diğer özelliği ise mekansal sınırlarının olmamasıdır. Duvarlara sahip olmadığı için sergileme ve ziyaretçi kısıtlaması olmamaktadır. Fiziksel bir mekan olmadığı için de ulaşım problemi yoktur dijital müzeler internet erişimi olan herkes için eşit mesafededir. Bu da yeni medya platformlarıyla mümkün kılınmıştır. Lev Manovich'e grafikler, hareketli görüntüler sesler, renkler, şekiller ve bunları kapsayan tüm mekanlar bilgisayar ortamına taşındığında, her biri bir veri (kod) halini aldığı anda, zaman ve mekandan bağımsız bir gerçekliğe dönüşürler ve böylelikle geleneksel medya yerini yeni medyaya bırakır (Manovich 2001: 25)

Dijital müze ve sergiler özel gereksinimi olan bireyler için oldukça önemlidir. Engelli bireyler için erişimi günlük hayata karışıp kentin hatalarla dolu fiziksel eksikliklerine maruz kalmaksızın bulundukları mekanda dijital müze ve sergilere erişim sağlayabilmektedirler. İnternet ilgili bir konu etrafında tüm insanları bir araya getirerek tüm şartlarını eşitleyen bir işleve sahiptir. Bu kapsamda sağır ve işitme engelli toplum örgütleri, müzelerle geliştirilen iş birlikleri kapsamında engelli bireylerin ihtiyaçları ve beklentileri doğrultusunda sanat müzelerine eşit erişimi sağlamak üzere çalışmalar yapmaktadırlar (Külük, 2019: 41). Sanal müzeler bu gibi ihtiyaçları dijital tekniklerle pratik bir şekilde çözebilmektedirler. Sanal müzenin internet sitesi içeriklerini engelli bireylerin kullanımına uygun tasarlamak sanal müzenin işlevini daha nitelikli bir hale getirecektir. Sesli sayfa ve buton yönlendirmeleri, alt yazılar, işaret dili tercümeleri gibi site eklentilerine yer vermek görme ve işitme engelli sanat takipçilerinin sanal müzeye olan katılımını artıracaktır.

Dijital sergilerde erişimin bir diğer önemli boyutu ise farklı dijital cihazlardan müze içeriğine erişimin sağlanabilmesidir. Masaüstü bilgisayarda açılan bir sanal müze cep telefonunda ve tablette de açılmalıdır. Bir sanal müzeye farklı özelliklerdeki teknoloji cihazlarından rahatlıkla erişim sağlanması medya yaklaşması (media convergence) özelliği açısından olumlu olacaktır. Yakınlaşma (convergence) farklı cihazların ses, görüntü, yazı gibi çeşitli özelliklerini bir arada kullanıcıya sunabilmesidir. Sola Pool, 1983 tarihli "Technologies of Freedom" adlı kitabında;

biçimlerin yakınlaşması olarak adlandırılan bir süreç medyalar arasındaki hatta posta, telefon, telgraf gibi iki nokta arası ve basın, radyo, televizyon gibi kitlesel iletişim araçlarının arasındaki çizginin gittikçe belirsizleştiğini ifade etmektedir (Jenkins, 2018: 28). Yakınlaşmaya göre bu medyalar arasındaki sınırlar kaldırılmıştır. Dijitalleşmenin etkisiyle oluşan bu dönüşümle yeni medya teknolojileri aynı içeriğin farklı kanallardan akışını ve alış noktasında farklı biçim almasını mümkün kılmıştır (Jenkins, 2018: 29). Sanal müzeler dijital alt yapılarını medya yakınlaşmasını baz alarak farklı cihazlarda kullanıma uygun olarak hayata geçirirlerse bu onların daha fazla ziyaretçiye ulaşmasını sağlayacaktır.

Sanal müzeler geleneksel müzelere göre bahsedilen başlıca özellikler sebebiyle ziyaretçi erişimi daha kolay olan yapılardır. Bunda internetin sağladığı zemin önemli bir yer tutmaktadır. Zaman ve mekan bağımsız yapısıyla tüm bireylerin kullanımına açık olması da pozitif bir etkidir. Öte yandan bir ülkede yaşayan her bireyin eşit yaşam koşulları ve sosyo-ekonomik duruma sahip olmaması nedeniyle, tıpkı gündelik hayatında ücretli olan bir geleneksel müzeyi istediği zaman gezememesi gibi, internet ve onu kullanabileceği bilgisayar veya mobil cihaza sahip değilse söz konusu erişim kolaylığı kullanıcı açısından sektöre uğrayabilmektedir.

Son yıllarda müzeler herhangi bir sebeple toplumda dışlanmanın kültürel boyutuna karşı halkın tamamına sundukları hizmetler ve ziyaretçileri müzeye davet eden etkinlikler aracılığıyla -özellikle kapsayıcılığın yaygın olarak teşvik edildiği Britanya gibi ülkelerde- geleneksel müze kitlesi arasında yeteri kadar temsil edilemeyen gruplara erişim sağlamaya başlamıştır (Ağaoğulları, 2009: 75). Toplumsal kapsayıcılık konusu bu çokkültürlü küresel dünyada, müzelerin odaklandığı bir başlık olmaktadır. Sanal müzeler de toplumsal kapsayıcılık için en uygun müze türleri arasında bulunmaktadır. Britanya müze kültürünün sanal bir yansıması olan Duvarları Olmayan Müze ise bu konuya önem veren dijital müzelerin başında gelmektedir.



VI. KURAMLAR BAĞLAMINDA TEKNOLOJİ, DİJİTALLEŞME ve SANAT İLİŞKİSİ

A. Harold Innis'in Teknolojik Yaklaşımı

Harold Innis, iletişim ortamları üzerine yoğunlaşan çalışmalar yapmıştır. Alfabeden yazıya iletişim araçlarının her birini teknoloji olarak ifade etmiştir. Onları, zaman ve mekânla ilişkileri temelinde açıklamıştır. Onun savunusuna göre toplum ve teknoloji iç içe iki mekanizmadır. Biri sosyal bir diğeri ise teknik bir oluşumdur. Teknolojinin toplumsal olarak belirleyici bir yanının olmasının yanı sıra aynı şekil de toplumun da teknoloji üzerinde bir etkisi ve tasarrufu bulunmaktadır. Harold Innis, insan ile teknoloji ilişkisine odaklanmaktadır. Innis'e göre; insan kendi teknolojisiyle birlikte vardı toplumsal biçimlerdeki ve kültürdeki değişiklikler iletişim teknolojisindeki değişimlerin bir fonksiyonudur (Erdoğan & Alemdar, 2005: 139).

Alfabe ve yazı önemli bir iletişim aracı ve teknoloji olarak kabul edilir, Innis'e göre alfabe, elektriğin keşfinden sonra en etkili iletişim aracıdır (Innis, 2006: 75-58). Harold Innis, bilginin geçmişten geleceğe aktarılmasında teknolojik araçların önemli rol oynadığını savunmaktadır. Kendi döneminin teknolojik araçları olan papirüs, parşömen ve kağıdın da bilgi aktarımında çok önemli bir vasıta olduğundan söz etmektedir. Innis'e göre yazının icadıyla düşünce hafiflemiştir. Daha sonra matbaanın bulunmasıyla iletişim ağları genişlemiştir. Innis'in yazı ve alfabeye dayandırarak işaret ettiği bilgi aktarımındaki teknolojik araçların gelişimi; günümüzde müzeler ve özel koleksiyonlarda kopyaları sergilenmekte olan Hintlilerin kullandığı İnka düğüm yazısı ile Hindistan'ın teknoloji ve yazılım mühendisliğinde dünyanın önde gelen ülkeleri arasında olması arasında bir bağlantı olabileceğini düşündürmektedir.

Innis yazıyla başlayan bilgi aktarım süreci alfabenin gelişimiyle devam ederek görsel kodlarla biçim bulduğunu ifade etmektedir. Bu da bilginin aktarımında tekrarlanabilir, çoğaltılabilir bir kültürel sonucu doğurmuştur. Yeni teknolojiler tekelleşen geleneksel bilgiyle mücadele etmektedir, bunu yaparken de farklı bir topluluk tarafından yönetilmekte olan bir yeni bir bilgi monopolü ortaya çıkardığını

açıklamaktadır. (Aktaran: Yengin, 2014: 50). Innis, ‘bilgi monopolü’ ifadesiyle bilginin tekelleşmesinden söz etmektedir. Tezin konusuyla ilişkili bir örnek verilecek olursa, nasıl ki geleneksel müze ve sergileme biçimleri yıllardır en prestijli markaların çatısı altında kendi hükümlerini sürdürmüş; sanatçıyı-sanat yapıtını-sanat takipçisinin ilişkisini şekillendirmiş ise dijital dünyanın yeni deneyimsel aktörü olan sanal müze ve dijital sergileme teknikleri de alışılmış geleneksel pratik ve teorik yöntemlere tabiri caizse başkaldırmaktadır. Sanat piyasası olarak dijital çağın koşullarına adapte olabilmek için atılan adımlar Innis’in ifade ettiği gibi yeni bir tekelleşmeyi oluşturmaktadır. Öyle ki artık sanal platformda olmayan sanatçı ve sanat kurumları neredeyse yok sayılıp, görmezden gelinmektedir. Alfabe, kağıt, matbaa veya sanal platformlar; teknoloji onu üreten insandan hep daha fazlasını istemektedir. Esasında teknoloji ve toplum; birbirini üreten veya tüketen çift taraflı bir mekanizmadır.

Innis, iletişim sistemlerini zamanı aşan ve mekanı aşan olarak ikiye ayırmaktadır, o iletişim sistemlerinin insanlar, toplumlar ve kültürler üzerindeki dönüştürücü etkisini yaptığı tarihsel perspektifte açıklamaktadır (Patterson, 1990: 7). Dijital müzeler çevrim içi bir alan olduğu için internet kullanıcıları da bu alanda çevrim içi olarak, an içre bulunmaktadırlar. Bu da o platformu kullananlar arasında ortak bir kültürel kesişim kümesi oluşturmaktadır. Bir dijital/sanal platform olan müze veya sergiyi gezenler ortak bir hafızanın birer parçasını oluşturmaktadır. Bu durum sanal müzelerin tüm dünyaya açılabilmesi özelliği nedeniyle geleneksel müzelere oranla daha fazla kültürel kesişim nedeniyle sanat aracılığıyla ortak bir bellek oluşmaktadır. Müze ziyaretçisi olan internet kullanıcısı ile sanat yapıtı arasındaki duygusal ve düşünsel bağ bu ikili iletişimin dışına çıkarak bunu topluluklara yayabilmesi olasıdır. Bazı müzeler sergilere paralel olarak Zoom, Youtube gibi çevrim içi platformlarda etkileşimli söyleşiler düzenlemekte ve sergiler hakkında konuşulan bir zemin oluşturmaktadır.

B. Marshall McLuhan’ın Teknolojik Determiniz Kuramı

Marshall McLuhan, insanlığın tarihini; Kabile Çağı, Edebiyat Çağı, Basım Çağı ve Elektronik Çağ olarak dört döneme ayırmaktadır (Varol, 2019: 143). Ayrımın bu şekilde olmasında yaşanan dönemlerdeki icatlar etkili olmuştur. İnsan, sözlü kültürün hakim olduğu kabile çağında ateş başında masallar, hikayeler, efsaneler anlatmıştır.

Onun ardından gelen matbaanın icadı edebiyat çağına kapı aralamıştır. Matbu belge, kopya ve görsellik ön planda olmuştur. Telgrafın icadı ise en güçlü devrim olarak elektronik çağa geçişi başlatmıştır. McLuhan'ın belirttiği dönemlere göre artık toplumsallığın hakim olduğu, global bir çağa adım atılmıştır. Elektronik çağın en önemli iki gelişmesi bilgisayar ve internet olmuştur. Bu iki etken sayesinde bireysellik hızla geride kalarak toplumsallık yaygınlaşmıştır. İnsan, çoktan global yani küresel bir dünyanın ondan ayrılmaz bir parçası olmuştur.

McLuhan elektronik çağda insanların, yazılı kültürde olduğundan çok daha bilinçli olacağını öngörmüştür. O, yazılı kültürün insanların bilinçlerinin yok ederken, elektronik çağın bilincin tekrar oluşmasını sağlayacağını savunmuştur (Varol & Varol, 2019: 140). Kolektif olarak nitelendirilebilecek bu bilincin bu zamanlardaki en önemli oluşum platformu ise şüphesiz internettir. Dünya, web teknolojisi ve internet sayesinde tüm dünyanın bir ağ üzerinde bir araya geldiği elektronik çağdan geçmektedir. Sanal müzeler de bu dijital dönüşümün yüzü kültür sanata dönük önemli bir yönüdür.

Marshall McLuhan, iletişim aracının değişmesinin algıyı değiştirerek görselliği daha duygulu bir boyuta taşındığını belirtmiştir. Dijital ortamı elektrikli medya olarak tanımlayan McLuhan, anında ve sürekli olarak tüm insanların katıldığı etkileşimli etkinliklerin bulunduğu ortak bir alandan bahsetmektedir (Tuğal, 2018: 58). Bu ortak alan sayesinde kişi, diğer tüm bireylerle iletişime geçebilmekte, etkileşimde bulunmakta ve birlikte tüketebilmektedir. Sanat endüstrisi de bu üretim-tüketim akışı içerisinde kendi estetiğini ve kültürel arka planını dijital sanat platformlarıyla bu ortak alana taşımaktadır. Buna ek olarak, en yaygın kullanılan teknolojik araçlar olan bilgisayar, laptop ve akıllı telefonlar sayesinde kişilerin algıları daha çok görsellik ve görsel çağrışımlar odağında değişir olmuştur. Sanal müzeler de bu görsel katmanları en iyi kullanan dijital oluşumlar arasında bulunmaktadır.

McLuhan'a göre sanatın amacı görünmez olanları keşfedip ortaya çıkarmaktır. Bu bağlamda ışığın kendisi içeriksiz bir bilgidir ve ortamın kendisidir. Bu nedenle ışık kendi kendine yeten bir iletişim sistemidir. Eğer araç ortamı oluşturuyorsa, ortam mesajın kendisidir (Tuğal, 2018: 58). Dijital müzeler, McLuhan'ın araç, mesajdır düşüncesini bütünüyle karşılayan yapılardır. Sanal müzeler tıpkı McLuhan'ın 'ışık' metaforundaki gibi salt olarak kendi biçimlerinden mütevekkil ortamlardır. Gerek sergiledikleri sanat yapıtları gerekse dijital müzelerin oluşturduğu tasarı, herhangi bir başka içeriğe ihtiyaç duymaksızın kullanıcılarıyla doğrudan etkileşime girerler. "Araç

ortamı oluştuyorsa, ortam mesajın kendisidir” ifadesi en çok da video sanatı için geçerlidir çünkü video görüntüsü, nesnesi ile eşzamanlı olarak oluşmaktadır. Bir video sanatçısı, üretimlerinde başka hiçbir ortamda elde edemeyeceği bir uzam ve özgürlük kazanabilir. McLuhan’ın bakış açısı video sanatının doğasıyla örtüşmektedir (Altunay, 2006: 237).

Dijital ve sanal müzeler de her ne kadar o bilinen anlamıyla sanatı ve sanat yapıtını her zamanki alımlayıcısı olan sanat takipçisine sergilemek amacıyla sunsa da artık yepyeni bir sanat algısı ve kültürü doğmaktadır. Teknolojinin farklı şekilleriyle servis edilen her şey artık sadece kendi öznesinden ibaret değildir. Servis edildiği, sunulduğu uzamla birlikte yorumlanmakta ve algılanmaktadır. Bu yüzden iletişim teknoloji değiştikçe kültür de paralel olarak bundan etkilenecek değişmektedir. Bunun sonucunda insan hayatı değişim ve dönüşüme tabi olmaktadır. Marshall McLuhan bu kavramı en iyi şöyle açıklamaktadır. “Biz ilk başta aletlerimize şekil veririz ve daha sonra aletlerimiz bize şekil verir”. *“Teknolojik determinizm olgusu bugün ve önceden neler olduğunu anlamlandırmaktadır. Ona göre bu kavram gelecek ile ilgili bir öngörüde bulunamaz. O yüzden bu kuramı teste tabi olması mümkün değildir. Bu kavramda önemli olan içerik değil araçtır”* (Altay, 2005, s. 21-22). McLuhan’ın işaret ettiği şeyi günümüz teknoloji-insan ilişkisi üzerine yorumlanacak olursa insanın çeşitli icatlar neticesinde ürettiği teknolojinin kullanıcısının yine o üretimleri yapan insanın kendisi olduğu görülmektedir. Günlük yaşamının hemen her aşamasında teknolojik cihazların yegane müdavimi olan insanın, bu kadar iç içe olduğu şeyler arasında bir bağ, bir illiyet kurması kaçınılmazdır. Bilgisayar ve internet de bu teknolojik araçların başında gelmektedir. İlgilendiği içerikler ne olursa olsun kullandığı araçlar, onların pratik kullanımları, gerektirdikleri özellikler, onları kullanırken edindiği ön kabuller, her şey insanın davranışına ve tabiatına etki edebilmektedir. Söz gelimi dijital platformda bir sanat eserleriyle karşılaşan kullanıcı eserleri hızla geçerken, onu arada bilgisayar aracı olmaksızın müzede ziyaret ettiği takdirde belki de bu kadar hızlı geçişler yapmayacak ve sanat yapıtı karşısında bir müddet zaman geçirerek, anda kalabilecektir. Oysa internetteki yoğun medya akışı aynı bireye, monitör karşısındayken hızlı olmasını fısıldamaktadır.

Çağdaş sanat, sanal ortaya çıkmasıyla ve yeni elektronik mecraların devreye girmesiyle etkileşen sadece görüntü üretme teknikleri değildir. Sanal ortam ve yeni medya, hakim olan bilincin dönüşümünde önemli bir rol oynamaktadır (Robertson &

McDaniel, 2009). Bu görüş, McLuhan'ın teknolojik determinizm kuramını hatırlatmaktadır. Teknolojik determiniz kuramı, teknolojinin insan yaşamında belirleyici etken olduğunu ifade etmektedir. McLuhan'a göre bu kavram insanları şekillendirmektedir. Kültür, ona iletişimde aracılık eden biçimiyle birlikte şekillenmektedir. Günümüzde önemli ölçüde gelişme kaydeden iletişim teknolojisi kültürün taşıyıcısıdır (Altay, 2005: 21-22). McLuhan'a göre teknolojiler yenilendikçe, farklı biçimlere sahip oldukça bir enstrüman veya aracı olarak kullanılsa dahi kültürel değişimleri de etkilemektedir.

Bilgisayar ve internete hayati derecede önem atfedildiği küresel dünyada 'ağ toplumu'nu hatırlamak gerekir. Manuel Castells günümüz toplumunu ağ toplumu olarak görmektedir. Ağlar, sınırsız biçimde genişleyebilen, ağ çerçevesinde iletişim kurabilmeleri, aynı iletişim kurallarını paylaşmaları halinde yeni düğümlerle bütünleşen açık yapılardır (Castells, 2008: 623-624). Dijital bir iletişim sürecinin sonucunda oluşacak kültür artık farklı imaj ve imgeleri ifade etmektedir. Bireylerin ikincil uzamları olan sanal ağlar, kendi kültürel üretim ve tüketim konjonktürünü de yaratmaktadır. Yüzyılın getirdiklerinin sonucu olarak ağ toplumunda sanat biçim değiştirerek varlığını sürdürmektedir. Tek bir ağ üzerinde herkesin bulunduğu bir platform, sanat üreticisi için sanat izleyicisiyle doğrudan bulunduğu baş döndürücü bir sergileme alanı olacaktır. Bu da dönüşen sanatın internet gibi geniş bir pazarda yepyeni mecralar bulabilmesi anlamına gelmektedir.

Bilgi ve enformasyonla örülü ağ toplumunda kültür sanat ve onun varyantları da kar topu gibi büyüyerek bambaşka boyutlara ulaşmaktadır. Bireyler, McLuhan'ın belirttiği global köy tasavvurunu yaşamaktadırlar. Bu ortam teknolojik, elektronik kitle kültürü araçları vasıtasıyla gerçekleşmektedir (Yengin, 2014: 129). Sanal müzeler ve sergi platformları bireylerin yerel alanlarında sabit kalarak, küresele ulaştıkları bir ortamdır. Tüm dünyanın bilgisi, internet kullanıcıları için tek bir tık mesafesindedir. Enformasyon akışına konfor içinde erişim söz konusudur. Öte yandan bu küresel ortak alan bireyleri tek tipleştirilmektedir de. Küreselleşmenin tek tip kültür yaratması da kültürel farklılıklar ve kültürel zenginlikleri tehdit etmektedir (Göver, 2017: 137). Sanal sanat platformları açısından bir okuma yapılacak olursa bu durumun olumlu ve olumsuz iki yönü olduğu görülmektedir. Olumlu yanı; küreselleşen dünyada artık mesafeler yoktur ve sanata erişim kolaydır. Olumsuz yanı ise kültürel mozaik yok olabilir ve bu sanatçı ve sanatın doğası için bir tıkanmaya sebep olabilir. Sanat

farklı kültürel motiflerden beslenir, farklılıklar ve kontrastlarda görünür olur. Tek tipleşme sanata ilham olan renkleri griye döndürme tehlikesini taşıyabilir.

Teknoloji, insanın bilinç ve bilinç dışı düzeyine nüfuz edecek derece onun yaşamını etkilemektedir. Ülkelerin siyasi yönetimleri, savaşlar, krizler ve salgın hastalıkların eşiklerini oluşturduğu küresel köyün kapsamı ve anlamı yeni medya kanalları vasıtasıyla yeniden yorumlanmakta ve her geçen gün değişmeye devam etmektedir. İnsanların teknolojiyi kullanımlarındaki nedenler birisi de sosyal amaçlardır. İnsanlar medya ve teknolojiyi sıklıkla diğer insanlarla bağlantıya geçmek için kullanmışlardır bu da medyayı toplumun bir parçası yapmıştır (Chayko, 2018: 6). Sürekli onun araçlarını kullanan, ondan gelen bilgi akışına maruz kalan birey; rüyalarından ideallerine, algılarından yaşam biçimine kadar mikro ve makro ölçekte teknolojinin belirleyici özelliğinin etkilerini yaşamaktadır. Gelişmekte olan ülke insanlarında bu süreç henüz tanışmaya devam edecekleri bir dizi yeni teknolojik araçlar nedeniyle daha da uzun süreli bir perspektif çizmektedir

C. Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı

20. yüzyılda gerçekliğin yok olduğunu söyleyen Baudrillard, hiper-gerçeklik kavramından söz etmektedir. Hiper-gerçeklik veya simülasyon; bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığı ile türetilmesi olarak adlandırmaktadır (Baudrillard, 2020: 14). Baudrillard'ın ortaya koyduğu hiper-gerçekliğin zeminini ise dijitalleşik oluşturmaktadır. Dijitalleşen dünyada artık her şey makine öğrenmesiyle yeniden yaratılmaktadır. Buradaki makine simülasyondur. Baudrillard ise onu şöyle izah etmektedir “*Simülasyon: Bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesidir*” (Baudrillard, 2020: 7). Dijitalin araçlarının hakim olduğu çağımızda pek çok alanda ‘simülasyon’un pratik hayattaki karşılığı deneyimlenmektedir. Bilgisayarlar sayesinde artık tek bir gerçeklikten söz edilemez olmuştur. Simülasyon dünyasında şeyler simüle edilerek ‘simülakr’a dönüşürler; simülakrlar gerçeği öğretmek onun yitip gitmesine neden olurlar. *Simülakr: Bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm olurken simüle etmek: gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi sunmak, göstermeye çalışmaktır* (Baudrillard, 2020: 7).

Yaşamın farklı alanlarında vuku bulan bu durum, sanat alanında da geçerliliğini korumaktadır. Örneğin; sanal müzeler tuval, yağı boya, fırça gibi gerçek malzemelerle oluşturulmuş gerçekte de fiziksel nesneler olarak var olan tabloları sergilemektedirler. Fakat fotoğrafın imkanıyla ve verilerle dijital ortama aktarılmış olan sanat yapıtı, o sanat yapıtının kendisi değildir. Aktarılan veri, sanat yapıtının bir kopyasıdır. Hiper-gerçeklik, gerçek olanın taklidi ya da onun yerini alması değildir, kendi kuralları olan yeni bir dünyanın varoluşunu ifade etmektedir (Olçay, 2018: 96). Sanal müzeler de her ne kadar sanat yapıtlarını sergilediklerini iddia etseler de Baudrillard'ın simülasyon kuramına göre, ancak sanat yapıtının kendini yeniden oluşturmuş bir kopyasını sergilemektedirler. Bu durum sanat izleyicisine bir kandırılma hissi verir mi bilinmez fakat yine Baudrillard'ın sanat hakkında söylediği umutsuz şeylere bakılacak olursa; onun şimdilik kopyasına razı olmak dahi sanattan ümidi kesmemek demektir. Baudrillard sanat için; yok olan tüm biçimler gibi simülasyon içinde kendini yenilemeyi denediğini fakat yakında yerini uçsuz bucaksız yapay bir müzeye ve zincirinden boşalmış reklamcılığa bırakarak tamamen silinip gideceğini söylemektedir (Eroğlu, 2014: 35).

Baudrillard; günümüzde sistemin tamamen belirsiz bir ortama doğru sürüklendiğini, tüm gerçekliğin, kod ve simülasyona özgü hiper-gerçeklik tarafından emildiğini söylemektedir. Ona göre hayatları eski gerçeklik ilkesinin yerini alan bir simülasyon ilkesi belirlemektedir (Baudrillard, 2008: 3). Gerçek, gerçeklik nedir ve onun kaybı nelerin kaybı demektir sorusu akıllara gelmektedir. Bir ahlak bilinci mi, yüksek estetik kaygılar mı, dünya savaşlarını durduracak bir peygamber veya iktidarların kötücül yanlarını dizginleyecek bir iyi niyet elçisi mi? Burada ihtiyaç duyulan şey gerçeğin zaten ne getirdiği sorusudur. Aksi halde homo sapiens neyi kaybettiğini asla bilemeyecektir.

Baudrillard, ortadan kaybolmayla ilgili savlar sunmaktadır. Bakılan her imgenin gerisinde kaybolup giden bir şey olduğunu söylemektedir. İnsanı büyüleyen şeyin de bu olduğunu ifade eder. Tüm sanal gerçeklik biçimleri (telematik, enformatik, sayısal) gerçekliğin ortadan kaybolup gitmesine neden olmuştur ki, herkesi büyüleyen olay budur (Baudrillard, 2019: 25). Sanal gerçekliğin, gerçeği yok ettiği iddiasındaki Baudrillard aslında sanal platformlarda oluşturulan üçüncü boyutu, iki boyutlu dünyanın; dördün boyutu da üç boyutlu dünyanın hayali olarak ürettiğini söylemektedir (Baudrillard, 2020: 148) Ona göre sanal alemdeki tüm nesneler

düşseldir, gerçekten yoklardır. Hologramlar, sanal oluşumlar birer halüsinasyon üretimidir. Fiziki mekanda herhangi bir varlığı olmayıp sadece sanal platformda var olan müzeler gibi. Buna ek olarak; sanal müze ortamında sanal ile gerçek olan karıştırılıp, manipüle edilebilir (Bozkuş, 2014: 342). Bu noktada kullanıcılar gerçek, sanal ve simülasyonun farkında olarak temkinli bir kullanıcı tutumu sergilemelidirler. Aksi halde kavramlar muğlaklaşabilir, uzun süreli sanal platform kullanımı neticesinde sanal gerçekliğin tetiklediği bazı semptomlar açığa çıkabilir.

Platon'un idealar-gölgeler dünyasından Baudrillard'ın hiper-gerçekliğine uzanan bu ikircikli yolda, önemli olanın insanın kendi gerçekliğini oluşturma uğruna verdiği emek, belki de onu Baudrillard'ın işaret ettiği gibi nihai gerçekliğe hiçbir zaman ulaştıramayacak olsa da biraz olsun yaklaştırabilir. Sanal müzeler, sanal sergiler ve onların izleyici karşısına çıkardığı sanal sanat eserleri de işte bu yaklaştırma niyetinin küçük birer çabası olarak okunabilir. Tıpkı felsefenin 'sanat'ın ne olduğunu kesin olarak tanımlamayıp, 'yolda olma'nın hazzına dikkat çekmesi gibi.

D. Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer'in Kültür Endüstrisi Kuramı

Kültür endüstrisinden söz edebilmek için ilk olarak 'kültür' kelimesinin etimolojisine bakmak ilk adım olmalıdır. İngilizce ve Fransızca'da *culture* "1. ekip biçme, tarım, 2. terbiye, eğitim, 3. bir toplumun (eğitim yoluyla elde edilen) töre ve simgeleri" sözcüğünden alıntıdır. Bu sözcük Latince aynı anlama gelen *cultura* sözcüğünden alıntıdır. Bu sözcük Latince *colere* "ekip biçmek, toprak işlemek" fiilinden türetilmiştir (nisanyansozluk.com, e.t.: 3 Şubat 2022). Kültür ilk kullanım zamanlarında bir şeyin kültürü olarak ve hep bir şeye ilişkin olarak kullanılmıştır. En nihayetinde kavram, 18. yüzyılda tek başına da kullanılmaya başlanmıştır (Kulak: 2016: 15).

Felsefeciler, sosyologlar, filologlar, yazarlar, sanatçılar ve tarihçiler gibi pek çok farklı disiplinden isimler kültür hakkında yüzlerce tanım yapmışlardır. Postman, kültürün her iletişim aracıyla yeniden oluştuğunu vurgulamaktadır "*Kültür sözün eseri olmakla birlikte, resimden hiyeroglfe, alfabeden televizyona kadar her iletişim aracıyla yeni baştan yaratılmaktadır*" (Postman, 2010: 19) Burada belirttiği 'yeni baştan yaratım' bahsi önemlidir. Tıpkı McLuhan'ın savunusu olan Teknolojik Determinizm çağrışımı yapmaktadır. Tek farkla; Postman için 'araç' içerik değil, metaforudur. Ona göre tüm araçlar kullanıldığı dönemde, insanın düşünme biçiminin

yapısal bir değişim geçirmesini yansıtmaktır, araca metafor diyerek bunu kast etmiştir (Postman, 2010: 22).

Adorno ‘kültür endüstrisi’ kavramını ilk kez 1947’de Horkheimer’la birlikte yazdıkları ‘Aydınlanmanın Diyalektiği’ kitabında ‘kitle kültürü’yle aynı anlamda kullanmıştır. (BELCHER, 2019: 129) Ona göre ‘kitle kültürü’, yaygınlaştırdığını iddia ettiği her şeyi esasında yok etmiştir (Bahadır, 2019: 126) Kültür endüstrisiyle bireylere kültür pazarlanmakta ve bu pazarlanan kültürle de ortak ilgi ve yaşam alanlarının oluşturulmak istenmektedir. “Kültür endüstrisi; film, müzik, televizyon, radyo, dizi, magazin, çizgi roman gibi kitlesel tüketim için hazırlanmış eğlence ürünlerinden oluşur, kitlelerin boş vakitlerini eğlenceli yaparak her şeyin yolunda gittiği yanılsaması oluşturmaktadır” (Aytaç, 2005: 15).

Adorno ve Horkheimer; sinema, tiyatro, avangart sanat gibi kültürel etkinliklerin birer endüstri faaliyeti olduğunu söylemektedirler. Kültür endüstrisi içerikleri benzeyen çok sayıda kültürel metaları, farklı ambalajlar altında kitle beğenisine sunmakta ve böylece farklı sosyoekonomik sınıftan insanları kendi pazarına dahil etmektedir (Oskay, 1993: 239-242).

Kültür sanat endüstrisinin hiçbir alanında bir eylemde bulunmayan tiyatroya gitmeyen, sinema izlemeyen, dergi okumayan bireyin entelektüel zihin olarak kendini nasıl besleyeceği merak konusudur. Bu bağlamda müze gezmek -geleneksel veya sanal- de bireyi, kültür endüstrisinin çemberine dahil edecektir. Müze izleyicilerinin 21. yüzyılda bir müşteri olduğu, müzenin de eğlence ve boş zaman etkinlikleri pazarında yer alan rekabetçi bir kurum olduğuna ilişkin görüşler de bulunmaktadır (Hudson & Ritchie, 2006: 87). Kültür endüstrisi her birey için bir şey sağlamaktadır bu nedenle hiç kimse kültür endüstrisinin kısılcacından kaçamamaktadır (Adorno & Horkheimer, 1973: 123). İhtiyaç dışında dahi pek çok şey bireye, elzem bir ihtiyacıymışçasına pazarlanmaktadır. Bu metalaşma girişimi öyle yumuşak geçişli bir söylemle ve rüya atmosferlerle kurgulanmaktadır ki, birey kendi gerçekliğiyle yüzleşmeye fırsat dahi bulamadan kendisini kültür endüstrisinin bir nesnesi olarak bulur. Öte yandan, bu görüşe göre kültür sanata ilişkin tüm etkinlikler kültür endüstrisinin metası olmaktadır. Öyleyse gerçek anlamda hiçbir sektöre mal olmaksızın gerçekleşen bir sanat ve kültür faaliyetinden söz etmek ne kadar mümkün olacaktır sorusu akıllara gelmektedir. Adorno bu noktada ideal bir çözüm aramanın ve kendi felsefesi üzerinden bir sonuca ulaşmanın doğru bir yaklaşım olmadığını ifade

etmektedir. Bireyin yapması gerekenin, bitmeyecek bir mücadelede kendisini güçlü bir şekilde konumlandırmasını tavsiye etmektedir. O, eleştirel teorisinin negatifliğini sonu olmayan bir süreç olarak tasarlamıştır (Bahadır, 2019: 254).



VII. GELENEKSEL SERGİLEME BİÇİMLERİNDEN DİJİTAL SERGİLEME BİÇİMLERİNE GEÇİŞ SÜRECİ

A. Görsel Sanatlarda Sergileme Biçimlerinin Dönüşümü

Tüm sanat dallarında olduğu gibi görsel sanat yapıtları için de teşhir edilmek, beğeniye sunulmak ve en nihayetinde sergilenmek, yapıt ve sanatçı açısından önemli bir eşiktir. Sergi aynı zamanda teşhir etmektir. Sanatçının, üretimini görünür kılma arzusu her zaman var olmuştur. Tekniğin ileri boyutlara gelmesi her şeyde olduğu gibi sanatın üretimini ve sergileme biçimini de etkilemiştir. Teknolojinin geldiği boyutlar, yeni iletişim kanallarının kurulması, farklı medyaların tüm alanlarda kullanılır olması yapıtların sergilenmesi için yeni öneri ve çözümler arayışına girilmesine sebep olmuştur. Sanatçının edimiyle başlayan bu süreç zaman içinde küreselleşme, teknoloji, dijital gibi farklı etmenlerle şekillenerek yeni sergileme şekillerini gerekli kılmıştır. Küresel ağ, öyle güç ve süper bağlantılıdır ki çabasız olarak dünyanın iki ucunda farklı sosyo-ekonomik koşullardaki iki sanatçının eserlerini dijital sanat platformlarında yan yana getirebilmektedir.

Sanat da küreselleşen dünyaya ayak uydurmakta hatta bunun da ötesinde yeni medyanın hakim olduğu küresel sistem düzeni kendi sanat disiplinlerini de yaratmaktadır. Görsel sanat yapıtlarının alışlagelerek gelenekselleşen sergileme biçimleri teknolojik hayatlar süren günümüz insanının algılarını tatmin etmemektedir. Teknolojinin insansılaştırılması, karşılıklı etkileşimin bir sonucu olarak ortaya çıkan ‘sanal’ kavramı bu dönemdeki önemli noktalardan biridir. Ortaya çıkan psikolojik karmaşa gerçek ve sanal kavramlarına çok hassas yaklaşılmasını gerekli kılmaktadır. Farklı bir nokta olarak sanal (virtual)-dijital alanda uygulamaları olan sanatçılar ve klasik sanat uygulamalarıyla ilgili sanatçılar bazı noktalarda benzerlik göstermelerine karşın pek çok açıdan farklı üretimlere imza atmaktadırlar (Tuğal, 2018: 41).

1. Covid-19'un Dijital Sergilemeye Etkisi

Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını ortaya çıkmıştır. Covid-19, Türkiye'de de ilk vakanın görüldüğü 11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından pandemi ilan edilmiştir. Pandemi, bir hastalığın veya enfeksiyon etkeninin ülkelerde, kıtalarda, hatta tüm dünya gibi çok geniş bir alanda yayılım göstermesini ifade etmektedir (covid19.saglik.gov.tr, e.t.: 23 Ocak 2022).

Pandemi nedeniyle hayatın hemen her alanında köklü değişiklikler gerçekleşmiştir. Günlük yaşamın tüm başat etmenlerinde kısıtlamaya gidilmiş ve eğitimden ticarete pek çok alan alışlagelmiş biçimdeki faaliyetlerini durdurmuştur. Pandemi önlemleri kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı 14 Mart tarihinden itibaren Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü, Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü ve Devlet Tiyatroları Genel Müdürlüğü'ne ait tüm sanatsal etkinliklerin ertelendiğini duyurmuştur. Özel tiyatrolar ve birçok kültür sanat mekanı programlarına ara vermiştir. 18 Mart'ta devlet kararıyla ziyaret kapılarını kapatan müzeler, çevrim içi platformlardan sanatseverlerle buluşmaya başladı. Kültür ve Turizm Bakanlığı, kendisine bağlı müze ve ören yerleri için alternatif bir çözüm olarak dijital bir platform olan "sanalmuze.gov.tr" sitesini faaliyete geçirmiştir. Devlet müzeleri bu adresten ziyaretçileriyle buluşmaya başlamıştır.

Özel müze ve galeriler ise bütçeleri, ekipleri ve dijital alt yapı potansiyellerine göre peyderpey sanal platformlarda da koleksiyon ve yapıtlarına yer açmışlardır. Çoğu kurum sadece dijital sergi yapmakla kalmayıp, sergilere paralel olarak çevrim içi söyleşi ve panellere de imza atmıştır. Tüm bunları karantina koşullarında yaşayan halkın biraz olsun sağlıklı bir psikolojiye sahip olması için yaparlarken öte yandan milyonlarda insanın tüm dikkatini kitlesel olarak kendi üzerlerine toplama şansı da bulmalarının bu durumda payı yok değildir.

Dünyada ise Louvre Müzesi'nden British Museum'a; Metropolitan Sanat Müzesi'nden Dali Müzesi'ne pek çok müze, sanal turlar ve dijital sergilerle çevrim içi olarak ziyaretçilerini ağırlamaya başlamıştır. Bu süreçten önce dijital olarak ziyaretçilerini ağırlayan müzeler, pandemi sürecini başarıyla sürdürebilmişken, pandeminin bir sonucu olarak dijitalle tanışan kültür sanat kurumları hızlı bir hazırlık aşamasından sonra sürece dahil olabilmişlerdir. Fiziksel mekandaki müze, galeri ve sergiler sanal müze, sanal galeri ve dijital müze olarak internet sayesinde erişilebilir

olmuşlardır. Bir gereklilik olarak koleksiyon ve etkinlikler, izleyicisiyle sanal versiyonlarıyla buluşmuşlardır. Devletlerin zorunlu kapanma talimatları nedeniyle haftalarını karantinada geçiren halk kültür sanat ihtiyacını dijital içeriklere erişim sağlayarak karşılamıştır.

Dijitalin kullanımını yaygınlaştıran pandemi, dijital toplumların oluşma sürecini hızlandırmıştır. Dijital toplum, bilgisayar aracılı toplumdur. Kültür yapılarını işleyen etkileşimlerin eylem değişikliğinin yüz yüze (face-to-face) topluluklardan bilgisayar-aracılı (computer-mediated) topluluklara doğru taban kaymasına yol açmaktadır. İletişimsel aksiyondaki sembolik yoğunluğun çevrim içine aktarımı artmaktadır (Walther, 1996: 4) Müzelerin teknolojiyi kullanma amaçları hakkında çalışmaya sahip olan Bollo, dijital platformları aktif kullanmanın bir müzeye yeni müze toplulukları kazandırmakta olduğunu ve “dijital topluluklar” (digital natives) olarak adlandırılan yeni müze toplumunu anlaşılmasını kolaylaştırdığını ifade etmektedir. Dijital topluluklar, yalnızca dijital platformları yakından izleyen genç ziyaretçileri değil, çocukları ve yetişkinleri de içeren farklı yaş gruplarını ifade etmektedir (Bollo, 2011: 34). Toplumların karantinada olduğu pandemi koşullarının kaçınılmaz bir sonucu olarak hemen her üretim, tüketim, eğitim ve eğlence sektörünün dijitale evrilmesiyle bireyler yeni sanal platformları daha sık kullanmışlardır. Bu durum dijital araçların kullanıldığı yeni yaşam biçimine adaptasyonu hızlandıran bir gelişme olmuştur.

İnsanlar dijital teknolojinin yaygınlık kazanmaya başladığı 1990’dan itibaren yeni medya kanallarını kullanmakta, dijital ortamlarda kimliğiyle yer edinmekte, sosyal medyanın devingen değişimine hızla adapte olmaktaydı. Yeni dünya düzeninde artık her nesnenin, insanın ve hatta yaşam stillerinin dijital versiyonundan bahsedilebilmektedir. Pandeminin ortaya çıkması toplumsal dijitalleşme sürecini küresel olarak hızlandıran bir etken olmuştur.

B. British Council’ın Dijital Sergi Platformu: Duvarları Olmayan Müze Örneği

‘British Council’, Birleşik Krallık’ın sanat, kültür, eğitim ve dil faaliyetlerinden sorumlu organizasyonudur. 1934’te ‘British Committee for Relations with Other Countries (İngiliz Diğer Ülkelerle İlişkiler Komitesi) adıyla kurulmuştur. Dışişleri ve İngiliz Milletler Topluluğu Ofisi sponsorluğunda bir kamu iktisadi teşebbüsüdür. Merkezi Londra’da olan kurumun 100’den fazla dünya ülkesiyle bağı vardır (tr.wikipedia.org, e.t.: 14 Ocak 2022). Kültür, sanat, eğitim ve İngilizce dili aracılığıyla

Birleşik Krallık ve diğer ülkelerdeki insanlar arasında bağlantılar kurup, projeler hayata geçirmektedir (britishcouncil.org, e.t.: 14 Ocak 2022). Tüm bunları gerçekleştirirken finansal gelirinin yüzde 15'ini Birleşik Krallık hükümeti karşılamaktadır. Türkiye'de 1940'tan beri çalışmakta olan British Council faaliyetlerini Ankara ve İstanbul'daki ofislerinin yanı sıra dijital platformlar yoluyla da sürdürmektedir. Kurumun birincil faaliyeti dünyanın dört bir yanında özellikle gençlere İngilizce alanında eğitim sunmak, onların dil öğrenimine materyaller ve eğitim programlarıyla katkı sunmak, uluslararası başarılarla imza atmalarına zemin hazırlamaktır. Dijital ve fiziksel olan IELTS kursları ve sınavlarının düzenleyiciliğini yapmaları bu faaliyetlerinin başında gelmektedir.

Kurumun büyük önem atfettiği bir diğer çalışma alanı ise kültür ve sanattır. Bu alanda yaratıcı projelere imza atan kurum, bireyselden küresele uzanan bir değişimi başlatacak öncü faaliyetlerin ortaya çıkması adına çalışmalar yürütmektedir. Kurumun sanat alanındaki çalışmaları da bu misyonun oldukça mühim bir parçası olmaktadır. Türkiye'nin kültürel ve yaratıcı sektörüne katkıda bulunmak için Birleşik Krallık'ın sanat alanındaki en iyi isimleriyle çalışan kurumun sanat programları beş unsur etrafında şekillenmektedir. Bunlardan ilki Birleşik Krallık sanatının tanıtımıdır. Bu tanım bağlamında Birleşik Krallık kültürünün ve yenilikçiliğinin seçkin örnekleri Türkiye'deki izleyicilere sunmak; sanatçılar ve kurumlar için uluslararası bir çalışma zemini oluşturmak (britishcouncil.org.tr, e.t.: 14 Ocak 2022). British Council Türkiye ve Britanya arasında taşları kültür ve sanattan örülmüş köklü bir köprü inşa etmektedir.

Birleşik Krallık'ın sanat alanındaki çalışmalarını şekillendiren diğer hususlar ise; iş birliğini ve bağlantı kurmayı teşvik etmek, sosyal değişim için sanat, kapasite geliştirme, politika ve araştırmadır (britishcouncil.org.tr, e.t.: 14 Ocak 2022). Tüm bu noktalar bütüncül olarak Birleşik Krallık sanatının, dünya insanına temas ettiği yaratıcı alanlarda kültürel farkındalıklar, sanatsal başlangıçlar ve ortak üretim mekanizması oluşturması adına ortaya konulmaktadır.

Kurumun sanat alanında yaptığı küresel çalışmalar arasında Görsel Sanatlar çalışmaları da yer almaktadır. Birleşik Krallık ile dünya çapındaki görsel sanat sektörü arasında ilişkiler kurmayı hedefleyen Görsel Sanatlar Departmanı, gelişmekte olan ülkelerde çağdaş sanatı destelemektedir. Bu kapsamda sergi ve eğitim programları düzenleyen kurum, sahip olduğu birikimle görsel sanatlar ve müzecilik sektöründe uluslararası çalışmalara imza atmaktadır (britishcouncil.org, e.t.: 14 Ocak). Müzecilik

alanındaki çalışması British Council Türkiye sanat departmanı tarafından 2017’de kurulan Duvarları Olmayan Müze adlı sanal müzedir. İnternet aracılığıyla çevrim içi olarak herkese açık erişim sunulmaktadır. Müzede 1938’den bu yana bünyesine yeni sanat yapıtları eklemeye devam eden British Council Koleksiyonu’ndan seçilen eserler de sergilenmektedir.

British Council’in imza attığı aynı adlı sanal serginin çıkış noktası Fransız yazar Andre Malraux’un ‘Duvarları Olmayan Müze’ ifadesidir. İlk defa Malraux’nun 1947’de yayımladığı Le Musee imaginaire (Hayali Müze) isimli yapıtının bir tercümesiyle ortaya çıkmıştır. Bu, sanat yapıtlarının fotoğrafik röprodüksiyon vasıtasıyla fiziksel müzelerin dışına çıkmasını ifade etmekteydi. Bu fotoğrafların oluşturduğu bir müze demektir. Böylesi bir müze sayesinde sanat yapıtları, duvarlara sahip fiziksel müzelerden özgürleşecekti (Artun, 2017: 235). Böylesi bir müzenin amacı, sanatı bulunduğu sınırlı mekan nedeniyle ve yapıtla muhatap olan alımlayıcı kitlesi açısından sınırlandıran fiziksel müzelerin yerine tüm insanlara hitap eden sınırsız bir sanat alanı oluşturmaktır.

British Council’ın Görsel Sanat Departmanı da sınırları aşmak ve herkes için erişilebilir olmak gayesiyle internet bağlantısı olan herkesin dünyanın her yerinden ulaşabileceği sanal bir müze fikri inşa etmiştir. Kurum, bu fikrin pratiği olarak dijital sergiler düzenlemektedir. British Council, Türkiye’de dijital sergi yapan ilk ve tek kurum olma özelliği taşımaktadır. Bunun nedeni dijital olarak erişime açık sanat yapıtlarının daha önce fiziksel bir biçimde sergilenmemiş olmasıdır. Duvarları Olmayan Müze sergileriyle çağdaş sanata ve yeni üretime yer vermesinin yanı sıra British Council Sanat Koleksiyonu’ndan yapıtları da sergilerine dahil etmektedir. Koleksiyondaki yapıtlar daha önce hiçbir şekilde bir kürasyonla dijital bir sergide de yer almamışlardır. Duvarları Olmayan Müze’nin dijital versiyonuyla eş zamanlı olarak fiziksel bir sergisi düzenlenmediği için ve British Council Sanat Koleksiyonu’ndan yer verdiği yapıtlar daha evvel bir başka dijital sergide küratöryel bir çalışmayla yer almadığı için British Council, Türkiye’de dijital sergi yapan ilk kurum olma niteliğindedir.

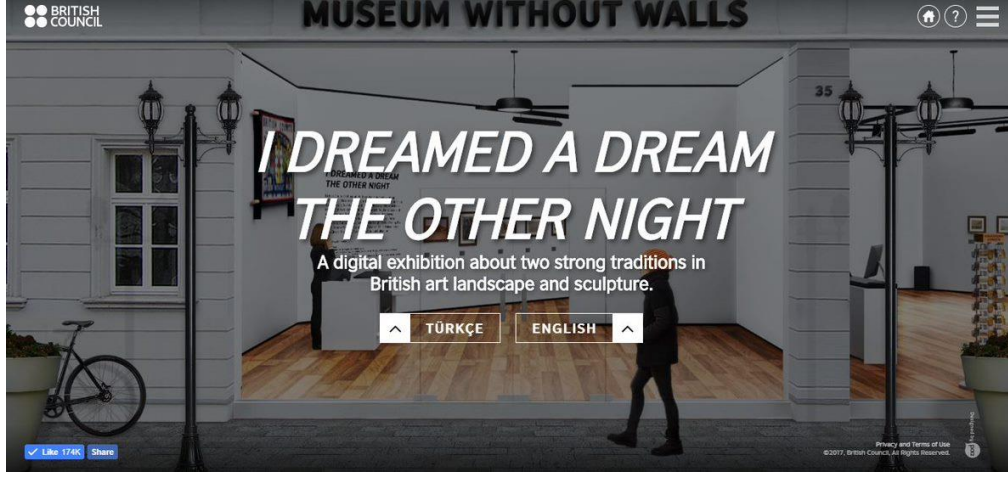
Kurumun hayata geçirdiği sergiler düzenlenme sırasıyla ‘Geçen Gece Bir Rüya Gördüm’, ‘Tanışıyor muyuz?’, ‘Cadılarla Dans Etmek’, ‘Varmak Üzere’ ve ‘Rahat Hissediyor musun?’ adlı dijital sergilerdir (britishcouncil.org.tr, e.t.: 15 Ocak 2022).

Dijital olarak ziyaretçilere sunulan sergilerin her biri farklı küratörler tarafından farklı konuları odağına alan içerikle tasarlanmaktadır.

1. Birinci Dijital Sergi: Geçen Gece Bir Rüya Gördüm

British Council'in ilk sergisini 2017'de 'Geçen Gece Bir Rüya Gördüm' adlı grup sergisiyle gerçekleştirmiştir. Manzara ve heykeli merkezine alan sergi adını 16. yüzyıldaki bir İskoç ağıtı olan 'Uzak Ovalar'dan almaktadır. Sergideki eserler British Council Koleksiyonu'ndan Vanessa Bell, David Muirhead Bone, Eveleen Buckton, Charles Cheston, Duncan Grant, Wilfred Fairclough, Richard Long, Paul Nash, Susan Philipsz, Gwendolen Raverat, Philip Wilson Steer ve Alfred Thornton'ın yapıtlarını izleyiciye sunmaktadır (britishcouncil.org.tr, e.t.: 15 Ocak 2022). Koleksiyondaki yapıtlardan bir seçki sunan serginin ana teması rüya kavramı üzerine kurulmaktadır. 'Rüya sergi' ifadesiyle düş ile gerçek arasında silikleşen bir alana işaret edilmektedir. Bu alan sanatçının rüyasını alımlayıcıyla paylaştığı özgür bir alandır.

Geçen Gece Bir Rüya Gördüm sergisi, insanın hayatında yaşadığı felaketler, kayıplar, içinden çıkılması çok zor zamanlarda doğayla nasıl bağ kurduğunu gözlemlemeye imkan tanımaktadır. Doğanın kendi akışı içindeki coşkusu, umudu ve iyileştirici çabaları vasıtasıyla onun insana söylediği şeyleri merceğine alıyor. Felaket ve zamansızlık kavramları etrafında düşünerek doğanın insanoğlu için bir barınak olabileceği düşüncesiyle yeniden yorumlamaktadır (britishcouncil.org.tr, e.t.: 15 Ocak 2022). Sergi görselliğiyle ön planda olan bir disipline ait bir ilk dijital sergi için alışlagelmişin dışında felsefi ve sosyolojik okumalara kapı aralayan bir mahiyettedir. İnsan-doğa-hayat üzerine düşündüren içeriğiyle bir görsel sanatlar sergisinin yalnızca görsel el işçiliğine, sanatsal yeteneğe dayalı yapıtları değil aynı zaman da onun da sahip olduğu düşünsel bir zemini ziyaretçilerinin görüşlerine sunmaktadır.



Fotoğraf 1 Geçen Gece Bir Rüya Gördüm

Sergideki eserler İkinci Dünya Savaşı'nı görmüş, savaşın soğuk tüm acılarına tanıklık etmiş fakat buna rağmen fırçalarını umuttan yana kullanmış sanatçılara aittir. Gri bir dünyanın içinden rengarenk tuvaler yaratan sanatçıların tavrı doğadan yana olmakta, resimleri insanın felaketler karşısında ümit arayışının birer simgesi olmaktadır. Serginin ilk bölümünde çizim, resim ve gravürler ziyaretçileri karşılamaktadır. Vanessa Bell, David Muirhead Bone, Eveleen Buckton, Charles Cheston, Duncan Grant, Wilfred Fairclough, Paul Nash, Gwendolen Raverat, Philip Wilson Steer ve Alfred Thornton'ın eserleri bulunmaktadır (britishcouncil.org.tr, e.t.: 15 Ocak 2022).

Sergide yapıtı yer alan bir isim de heykeltıraş Richard Long'tur. Sergideki heykel yerleştirmeleri, sanatçının doğa yürüyüşü sırasında topladığı malzemelerle oluşturduğu heykellerdir. Sanatçının yürüme eylemi, yaratıcı gücüyle birleşerek bir yapıta dönüşmektedir. Sergideki bir diğer sanatçı ise Susan Philipsz'dir. Sanatçı, 2008'de 'Ovalar' adını verdiği sestten heykel için bir aşık çiftin öyküsüne değinen İskoç ağıtı olan 'Lowlands Away'ın üç farklı versiyonunu kaydetmiştir. Bu eser, dünyadaki bütün felaketlerin en nihayetinde kaybolduğu bir rüya ülkesini işaret etmektedir (britishcouncil.org.tr, e.t.: 15 Ocak 2022).



Fotoğraf 2 Geçen Gece Bir Rüya Gördüm

Sergi, insanın doğayla olan ilişkisini, insanların sebep olduğu muhtemel olumsuzluklar üzerinden okuyan bir alan aralamaktadır. Sergide, tıpkı dünya savaşları gibi felaket senaryoları ve yaşanabilecek kötücül tahayyüller karşısında hem doğanın bir parçası hem de ona rağmen bir pratik geliştiren insanın türlü hallerinin izdüşümleri yansıtılmaktadır. Bu sanat üretimlerinin çoğunluğunda sanatçıların yeşile, iyiliğe ve umuda yönelen yani doğadan, tabiattan yana olan yapıtlar resmettikleri görülmektedir. Sergideki tüm sanat yapıtları dijital bir sergi deneyimiyle ziyaretçilere yine dijital platformlar aracılığıyla sunulmaktadır. Sanat takipçileri, kurgulanan rüya serginin atmosferine dahil edilmektedirler. Sergi; konusu, içeriğindeki sanat yapıtları, sanatçıların üretim metotları ve mekansal tasarımıyla dijital bir sergi olarak bir ilke imza atmaktadır.

2. İkinci Dijital Sergi: Tanışıyor muyuz?

Duvarları Olmayan Müze'nin ikinci sergisi 'Tanışıyor muyuz?' 2018 yılında hayata geçirilmiştir. Sergi, Birleşik Krallık'ta portre sanatını odağına almaktadır. Bu köklü sanat geleneğinin son 80 yılını mercek altına alan sergi, konusunu günlük hayatın içindeki 'Tanışıyor muyuz?' cümlesinden almaktadır. Sergi, insanın kendini, tanıdığı insana yakın hissetme dürtüsünden hareketle yola çıkmaktadır. Sanat takipçilerini farklı yüzlerle tanıştıran sergi; portreler vasıtasıyla kültür, toplum, kimlik ve politika gibi konularda izleyicileri düşünmeye davet etmektedir (britishcouncil.org.tr, e.t.: 15 Ocak 2022).

Serginin küratörlüğünü yapan Ulya Soley, 9 bin yapıttan oluşan British Council Koleksiyonu'ndan seçtiği 22 portreyi sergide bir araya getirmektedir. Yapıtlara,

1930’lardan bu yana bir seçici kurul ve küratörlerin üzerinde çalıştığı seçkiden oluşan sanat koleksiyonunun taranmasıyla karar verildi. Portreler serginin ‘çeşitlilik’ adlı temasını yansıtabilecek şekilde seçilmiştir.

Dijital sergi, 360 derecelik bir görünüm sunacak şekilde tasarlanmıştır. Bir kürenin içindeymişçesine kuşatıcı bir görsellik sunan sergi, ziyaretçilere panoramik bir dijital deneyim sunmaktadır. Son dönemdeki dijital görme biçimleri baz alınarak kurgulanan sergi ziyaretçilerini kurduğu atmosfere davet eder mahiyettedir. Sergide izleyiciler yapıtları diledikleri şekilde yakınlaştıırıp uzaklaştıırabilmektedirler. Alımlayıcılar aynı zamanda yapıtlar arasında gezebilmektedirler.

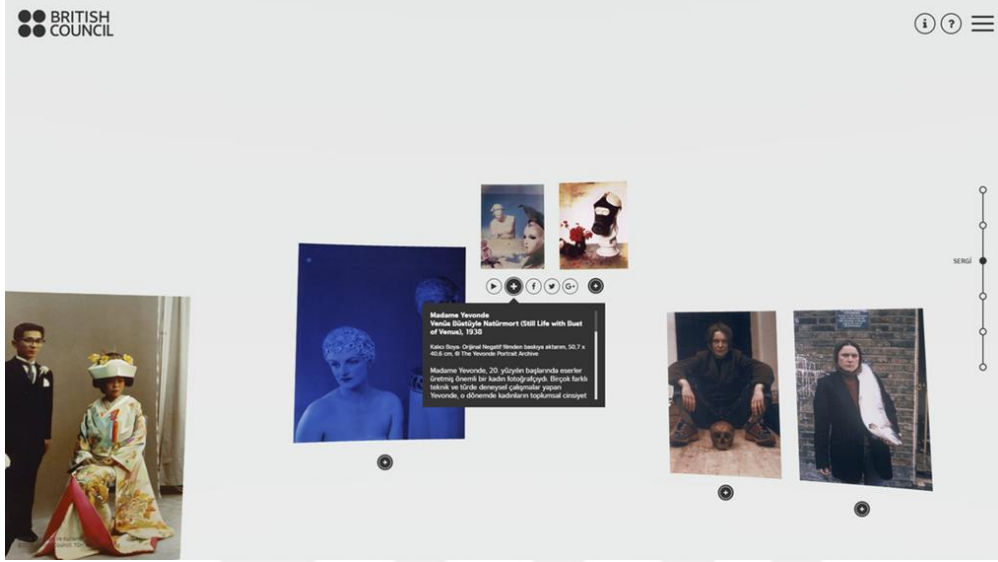


Fotoğraf 3 Tanışıyor muyuz?

Erişilebilirliğin önemli olduğu alanlardan biri de sanattır. Bu bağlamda metinlerin sesli versiyonları da yapıtların bilgisini işitsel olarak ziyaretçilere sunmaktadır. İşitsel bilgilenme, ziyaretçinin tercihiine bağlı olmakla birlikte görme engelli olan veya okur yazarlığı olmayan alımlayıcılar için kültür sanat alanında eşsiz bir olanak sunmaktadır. Bu kapsamda görme engelli bireylerin rahatlıkla gezebileceği biçimde Sesli Betimleme Derneği’yle iş birliği içinde serginin betimlemeye dayalı bir turu da mevcuttur. Böylelikle geleneksel bir serginin hitap ettiği sınırlı sayıdaki kitle, görsel ve işitsel enstrümanlarını başarıyla kullanan dijital bir sergide genişleyebilmektedir. Bu hem dijital medya platformunun yani McLuhan’ın “*Medium is the message*” (*Araç mesajdır*) (McLuhan, t.t.:) ifadesiyle işaret ettiği medyumun

kendi imkanıyla hem de görme engelli bireylerle ilgili fiziksel bir problemi çözüme kavuşturarak sosyal bir sorumluluğu yerine getirmenin sonucudur.

Sosyal medya platformlarının yaygın olarak kullanıldığı bu yüzyılda, dijital sergiler onlarla sıkı sıkıya örülü bağlar kurmaktadır.



Fotoğraf 4 Tanışıyor muyuz?

Serginin ‘Sen de katıl’ başlıklı alanında, dijital sergiyi gezenler anlık fotoğraflarını çekerek, bilgisayarlarından yükleyerek veya Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya platformları üzerinden sergiye dahil olabilmektedirler.

‘Tanışıyor muyuz?’ sergisinin sonundaki ‘Sen de katıl’ butonuna basarak herkese açık olan bir platformda kullanıcıların kendi portre fotoğraflarını yükleyerek sergiye dahil olmaları Henry Jenkins’in ‘katılımcı kültürü’nü hatırlatmaktadır. Jenkins’a göre sosyal medya aynı zamanda ‘katılımcı kültür’ün bir ifadesi olmaktadır. O, katılımcı kültürü “ taraftarların ve diğer tüketicilerin yeni içeriğin yaratılması ve yayılmasına etkin olarak katılmaya davet edildiği” (Jenkins, 2008: 331) kültür olarak tanımlamaktadır (Fuchs, 2018:79).

Böylelikle her birey muhatap olduğu çevrim içi platformda, oranın gerekliliklerine göre bir ‘dijital emek’ harcayacaktır. ‘Dijital emek’ tartışması sosyal medyanın varlığıyla Eleştirel Medya ve İletişim Çalışmaları alanında ortaya çıkmış bir söylemdir. Bu emek türü, enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında sermaye birikimi için gerekli olan karşılığı ödenmemiş kullanıcı emeğinin ve emeğin diğer biçimlerinin analizine odaklanır (Fuchs, 2018: 92). Örneğin dijital sergiyi gezen insanlar oradaki yapıtları görmek için zaman harcamakta, fiziksel olarak sergi

mekanında bulunmasalar da çevrim içi olarak izleme edimiyle birlikte bir dijital emek harcamaktadırlar. İzleyicinin, sergiyi görmek üzere dijital platforma ayırdığı zaman, yapıtlar arasında gezinti vb. dijital emeği ifade etmektedir. Geleneksel sergilerde olduğu gibi çevrim içi platformlarda da sanat izleyicisi pasif bir noktada konumlanmaktadır. Dijital emek, izleyicileri pasif bir seyirci konumdan çıkararak onları ‘üretketici’/‘üretüketici’ kılmaktadır. ‘Üretketici’ (Producer + Consumer = Prosumer) bireyin çevrim içi platformlarda ona sunulan içerikleri tüketmesinin ötesinde insanın bir üretici olma halini ifade etmektedir. O artık ne üretici ne tüketicidir. Alvin Toffler ‘üretketici’ kavramını 1980’lerin başında gündeme getirmiştir. Kavramın ifade ettiği anlam “*üreticiyi tüketiciden ayıran çizginin giderek bulanıklaşması*”dır (Toffler, 1980: 267). Christian Fuchs da içerik üreten tüketici kavramından bahsetmektedir. Üretketici, dijital medya endüstrisine hem içerik üreten hem de bu üretilen içerikleri tüketenlerdir (Fuchs, 2018: 96).

Buradan anlaşıldığı üzere katılımcı kültür, dijital emek ve onun sonucu olarak üretketici kavramı birbirini tetikleyen süreçlere sahiptir. İzleyicilerin, sanat takipçilerinin tutumu açısından bu kavramların ardıl bir örneğini Duvarları Olmayan Müze’nin ‘Tanışıyor muyuz?’ adlı dijital sergisinde görmekteyiz. Sanal sergi turunun son bölümünde bulunan ve izleyiciye etkileşim alanı sunan ‘Sen de katıl’ bölümü bunu sağlamaktadır.

3. Üçüncü Dijital Sergi: Cadılarla Dans Etmek

British Council’a ait Duvarları Olmayan Müze’nin bir diğer sergisi de Ocak 2019’da ziyarete açılan ‘Cadılarla Dans Etmek’tir. Müzenin üçüncü sergisi olan ‘Cadılarla Dans Etmek’ farklı kültürler, temsiller ve mitolojilerden bir yansıma olarak sanatta cadı kavramına odaklanmaktadır. Duvarları Olmayan Müze sergisinin küratörü açık çağrı yöntemiyle Mine Kaplangı olarak belirlenmiştir.

Cadıların dünyasına sanatsal bir bakış sunan serginin küratörlüğünü üstlenmektedir. British Council sanat koleksiyonundan yabancı sanatçılara yer verme geleneğini sürdüren Duvarları Olmayan Müze ilk kez bu sergiyle Türkiye’den baskı, video ve fotoğraf gibi farklı alanlarda işler üreten sanatçıların yapıtlarına yer vermektedir. Kadın temasından hareketle hazırlanan sergi, cadı/kadın olmanın bir güç sembolü olarak ne ifade ettiğini sorgulamaktadır. Özellikle İngiliz edebiyatının kadınların hak ve eşitlik arayışlarına öncülük eden metinlerinden ilham almaktadır.

Sergideki eserler, Batı sanat tarihi yazımında kadınların gizli rollerinin ve gizlenmiş, üzeri kapatılmış izlerinin altını çizmektedir (britishcouncil.org.tr, e.t.: 17 Ocak 2022).



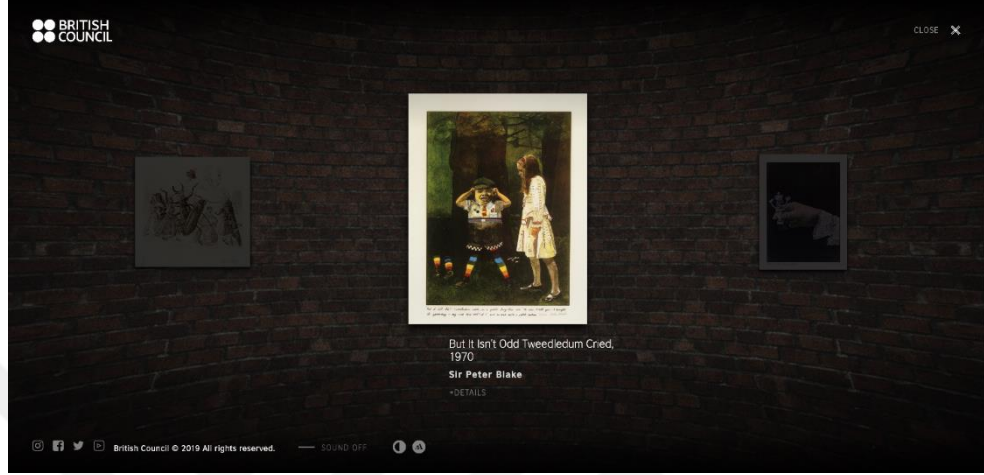
Fotoğraf 5 Cadılarla Dans Etmek

‘Cadılarla Dans Etmek’, British Council Koleksiyonu’ndan seçilmiş 20 yapıttan oluşan özenli bir seçkinin yanı sıra Türkiye’den öne çıkan güncel sanatçıların yapıtlarını da kapsamaktadır. Türkiye’den Fatma Bucak, Canan, Nilbar Güreş, Gözde İlkin, İstanbul Queer Art Collective, Erinç Seymen ve Pınar Yolaçan yapıtları sergilenen isimlerdir. British Council Koleksiyonu’ndan ise Anya Gallaccio, Paula Rego, Roger Eckling, Alan Davie, David Nash, Madame Yvonde ve Grayson Perry gibi pek çok sanatçının eserleri de sergide ziyaretçilerini beklemektedir. Sergide ayrıca British Council sanat koleksiyonunun dışında, İngiltere’nin önde gelen isimlerinden William Blake’in 1795’te ortaya koyduğu ‘Enitharmon’un Mutluluk Gecesi’ eski ismiyle ‘Büyü Tanrıçası’ adlı eseri de yer almaktadır (britishcouncil.org.tr, e.t.: 17 Ocak 2022).

Sergi, konusu ve görsel kimliği itibarıyla izleyenlere gizem ve mitlerle örülü dijital bir deneyim sunmaktadır. Küratöryel titizlikle tasarlanan dört odayı kapsayan dijital sergi deneyimi tarih boyunca bambaşka biçimlerde tanımlanmış cadı kavramını ele almaktadır. Sergi, kadın otoritesinin sembolü olan cadı kavramının tüm mit ve kültürlerdeki karşılığını sanat yapıtlarının rehberliğinde araştırmaktadır. Edebiyat, sanat ve hikâye anlatıcılığında öne çıkan cadı sembolü kadın otoritesini ve gücünü temsil etmektedir.

‘Mitler ve Hikayeler’, ‘Ritüeller ve Semboller’, ‘Aşınalar ve Doğa’ ve ‘Portreler’ adlı odalar farklı disiplinlerden eserleri kapsamaktadır. Çeşitli temalardaki

odalar; temsiller, semboller, ritüeller, doğanın gücünün, çeşitliliğinin ve büyülerin izinde resim, baskı, video ve fotoğraf gibi eserleri kapsamaktadır. Cadı ve cadılık tarihinin sanat pratiklerindeki yansıması hakkında yapılan araştırmayla temelleri atılan sergi, British Council Koleksiyonu'ndaki eserlerin dahil olmasıyla İngiliz edebiyatı odağında yeni bir katmana sahip olmuştur.



Fotoğraf 6 Cadılarla Dans Etmek

Orta Avrupa ve yakın coğrafyası ve İngiltere'nin tarihi ekseninde cadının ve cadılığın serüveni araştırma alanını kapsamaktadır. Olası izler ve detaylar takip edilerek hazırlanmıştır. 'Cadılarla Dans Etmek' sanal sergisinin internet sitesi tasarımı, alışıldık sergi mekanlarına benzememektedir. Ziyaretçileri bir orman yürüyüşüne davet eden sergi, konusuyla bütünlüklü bir tasarıma sahiptir. Serginin ana temasını anlatan metin, ana sayfada yer almaktadır. Dört ayrı alt başlık altında toplanan yapıtlar için dört farklı mekan tasarlanmıştır. Odaların her biri kendi konusuna has görsel ve işitsel niteliklerle donatılmıştır. Mekanlar arasında hiçbir hiyerarşi bulunmamaktadır. Bu nedenle ziyaretçiler sergiyi gezmeye herhangi bir odadan başlayabilmektedirler. Bu da ziyaretçilere özgür bir alan sunarak, onların kendi deneyimlerini, kendi hikaye dinleme stillerini elde etmelerini sağlamaktadır.

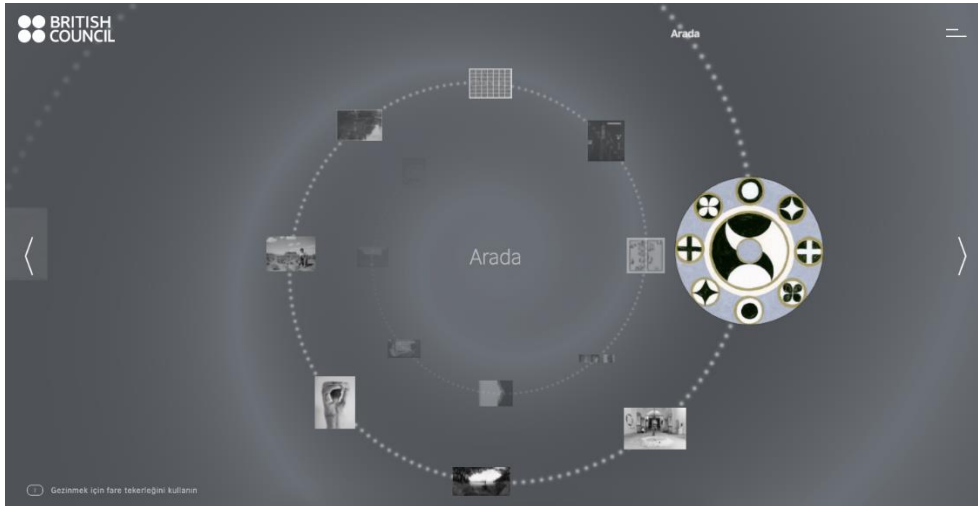
Odalarda bulunan sanatçı yapıtları ve sanatçı isimlerinde verilen bilgiler ve eserin görsel detayları ise ziyaretçilere daha detaylı bilgiye ulaşmalarını sağlamaktadır. Metin ve yapıt görsellerinin altındaki butonlarda ise işitme ve görme engelli bireyler için sesli betimleme, kolay okuma ve işaret diliyle anlatım butonları bulunmaktadır.

Sanal sergiye mobil cihazlardan, telefon ve bilgisayardan giriş yapılabilir. Günlük hayatın elzem bir nesnesi olan telefon bu kez de bir sergi gezmek, farklı coğrafyalardan sanatçıların üretimlerine şahit olmak için başrolde.

Serginin oluşum sürecinde kullanılan tüm kitap ve kaynakların bilgisi ise ana menüdeki 'Kütüphane' kısmında bulunmaktadır. Öte yandan söz konusu Kütüphane listesinde sergideki sanatçılarla yapılan röportajlar ve onların sanat pratikleri üzerine yapılmış tanıtım videolarına da ulaşılabilir.

4. Dördüncü Dijital Sergi: Varmak Üzere

'Varmak Üzere', Duvarları Olmayan Müze'nin dördüncü sergisidir. Serginin küratörlüğünü Gürcistan'tan Teona Burkiashvili, Ukrayna'dan Tatiana Kochubinska ve Türkiye'den Seyhan Musaoğlu üstlenmektedir. 'Varmak Üzere' sanal sergisiyle Duvarları Olmayan Müze projesine ilk kez yurt dışından küratörler dahil olmaktadır. Sanatın farklı disiplinleri olan fotoğraf, video, performans dokümantasyonu, resim ve yerleştirme alanında yapıtlardan oluşan sergi, 35 sanat yapıtını ziyaretçilerle buluşturmaktadır (britishcouncil.org.tr, e.t.: 17 Ocak 2022). Yapıtların bir kısmı British Council koleksiyonundan seçilmişken bir kısmı da katılımcı ülke sanatçılarının eserlerinden oluşmaktadır. Sergiye katılan üç farklı ülke kültürünün benzerlik gösterdiği alanlar sayesinde ortak bir tema ve vizyon ortaya konulmaktadır. Bu durum da sergiyi, kültürlerarası iletişimin görsel bir hafızası yapmaktadır.

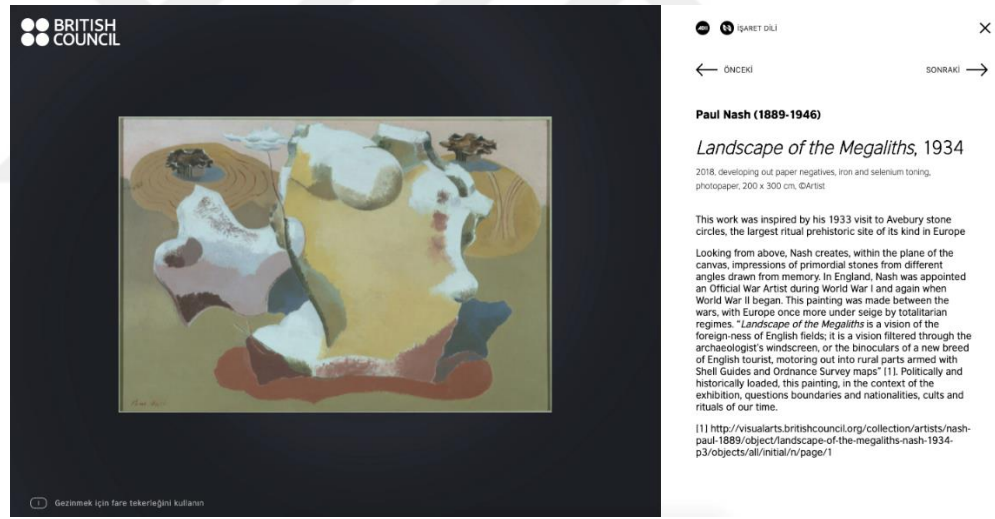


Fotoğraf 7 Varmak Üzere

Sergi, insanın varoluşuna ve benliğine odaklanırken aidiyet, yer, yurt gibi kavramların anlam arayışlarına da düşmektedir. Yer, arada ve yersizlik kavramlarında

bir gezinti sunan sergi, insanın hallerine bir bakış sunmaktadır. ‘Varmak Üzere’ sergisindeki yapıtlar, insanların ve coğrafyaların görünen ve görünmeyen sınırlarına temas eden üretimleri kapsamaktadır. Bu bağlamda ayrılığın ve yerinden edilmenin çeşitli boyutlarına dair sorular sormaktadır (britishcouncil.org.tr, e.t.: 17 Ocak 2022).

Kurgusal anlamda bir seyahat güncesi olarak tasarlanan sergi, izleyiciyi kendi seyahat deneyimini yaşayabileceği bir yolculuğa çıkarmaktadır. Serginin ara yüzü spiral tasarımdan ilhamla tasarlanmıştır. Spiralin efekt etkisiyle dönmesi sergi odaları arasındaki geçişi serbest kılmaktadır. Bu spiral tasarımın etkisiyle lineer olmayan metinlerin sunumu yapılmaktadır. Geleneksel sergilerdeki gibi giriş, gelişme, sonuç akışı içinde bir okuma yapılamamaktadır. Sergi içeriği bölümler arası bir sıçrama yöntemi sunarak ziyaretçilerini karşılamaktadır. Sergi tasarımında sembolizmden de faydalanılmıştır. Bu semboller ikonlar, belirteçler, şekiller ve renk kodlarıyla olarak ziyaretçiyi yönlendirmektedir. Yapıtların tümünde eser ve sanatçı bilgisi yazılı, görsel ve işitsel olarak yer almaktadır.



Fotoğraf 8 Varmak Üzere

Engelli bireylerin rahat erişimi için Türkçe ve uluslararası işaret diliyle anlatım, sesli betimlere, renk kontrast ayarları gibi çeşitli özellikler yer almaktadır. Ayrıca görme engellilerin kullandığı metin okuma programlarıyla uyumlu çalışmaktadır.

Farklı kültürlerden gelen üç küratörün erişilebilir, evrensel bir dil oluşturma çabası öne çıkmaktadır. Sergiyle dünyadaki evrensel kimlik fikriyle içsel benlik arasında gidip gelen bir seyahat rotası oluşturulmuştur.

5. Beşinci Dijital Sergi: Rahat Hissediyor musun?

Yenilikçi dijital sergi projesi Duvarları Olmayan Müze'nin beşinci sergisi 'Rahat Hissediyor Musun?' adlı sergidir. 27 Mayıs 2021'de sanal olarak ziyarete açılan sergi iki küratörlü olarak tasarlanmıştır. Türkiye'yi temsilen Rita Aktay, Birleşik Krallık'ı temsilen Ritika Biswas sergi küratörlüğünü üstlenmektedir.

Beşinci dijital sergi konu itibariyle kadın olmaya, aile kavramına ve bir gezegenin içinde yaşarken evde hissetmenin ne ifade ettiği üzerine sorular sormaktadır. Sergi, British Council Koleksiyonu eserlerinin yanı sıra uluslararası alanda üretim yapan çağdaş sanatçıların yapıtlarına da ev sahipliği yapmaktadır.

Sergi kapsamında yapıtları ziyaretçilerle buluşan sanatçılar Birleşik Krallık ve Türkiye'den isimlerdir. Sharon Aivaliotis, Shirley Baker, Ursula Biemann, Elif Biradlı, Flo Brooks, Chila Kumani Burman, Helen Chadwick, Jayashree Chakravarty, Tacita Dean, Rohini Devasher, Suki Dhanda, Ayçesu Duran, Anna Fox, Lubaina Himid, Siobhan Hapaska, Jun Hasegawa, Sibel Horada, Shirazeh Houshiary, Delaine Le Bas, Clare Leighton, Goshka Macuga, Paula Rego, See Red Women's Workshop, Charlotte Schmitz, Eda Sütunç, Madame Yevonde ve Zadie Xa 'Rahat Hissediyor musun?' dijital sergisinin sanatçılarıdır (britishcouncil.org.tr, e.t.: 22 Ocak 2022).

Erişilebilirliğin ön planda tutulduğu çevrimiçi platformda, farklı ülkelerden 27 sanatçının video, fotoğraf, resim ve yerleştirme gibi çeşitli disiplinlere ait 40 eseri sergilenmektedir. Ziyaretçiler, sergi turu esnasında çeşitli emojileri seçerek her defasında eserlerle ilgili farklı bir seyir rotası belirleyebilmektedir. Ziyaretçiler emojileri seçerek hangi sanat eserlerinin bu sanal sergi deneyimine yön vereceğini belirleyebilmektedir. Herkesin farklı yolculuklara çıkabileceği deneyimde eserler, mizah ve ironiyle yepyeni bir dile bürünmektedir.

'Rahat Hissediyor musun?' dijital sergisinin projenin önceki dijital sergilerine göre en önemli farkı ziyarete açıldığı yıl 2021'in pandemi şartları nedeniyle zorunlu olarak küresel anlamda dijitale geçişin yaşandığı yıl olmasıdır. Pandemi koşulları nedeniyle rutin olarak gerçekleşen yüz yüze toplantılar gerçekleşmemiştir. Koleksiyondaki eserlerin seçimi British Council Koleksiyonu yakından incelenir ve yerinde seçimler yapılırken 2021'de her şey tamamen dijital olarak hayata geçmiştir. Serginin içeriği de bu zorunlu durumu bir çözüm önerisi olarak müşterekliğin, birlikte hayatta kalma mücadelesi vermenin ve insanların yanı sıra doğaya da iyi bakma ideallerini işaret etmektedir. Düşsel bir yolculuk sunan sergi, neşe ve kederi bir araya getirmektedir.



Fotoğraf 9 Rahat Hissediyor musun?

‘Rahat Hissediyor musun?’ sergisinin ana sayfasında ziyaretçileri ilk olarak renklerin geçişken olduğu bir arka plan üzerine tasarlanmış sohbet sayfası karşılamaktadır. Aynı sayfada biberon, dinazor, çamaşır, alarm, konfeti, büyükanne emoji’leri yer almakta. Sohbet bölmesinde ziyaretçileri karşılayan kısımda ilk soru bir yolculuk oluşturmakla ilgili olarak ortaya çıkıyor.

Kadın ve dayanışma kavramlarından yola çıkılan projede beden, aile ve gezegen olmak kaydıyla üç ölçekte ele alınmaktadır. Sergi, kadın bedenine sahip olmanın ne anlama geldiği üzerinden hareket eden sergide, kadının coğrafyalar boyunca anlamı, kadın ve emek ilişkisi, hayal ve rüya gibi müphem kavramların peşinde küratöryel bir araştırmayla inşa edilmiştir.

Sergi tasarımı, içerikle bütünleşik olarak kurgulanmaktadır. Sergideki emoji’ler sayesinde ziyaretçiler kendi kişisel sergi deneyimlerini yaşamaktadırlar. Her bir emoji farklı bir gezi yolculuğu oluşturmaktadır. Emoji’ler aynı zamanda eserler arasında bir bağ kurmaya ve ilişki oluşturmaya yardım etmektedir. Herbir çalışmada üç emoji

mevcuttur. Ziyaretçiler seçtikleri emojiiler sayesinde her bir çalışmanın sahip olduğu birden fazla anlama da temas etmektedir.



Fotoğraf 10 Rahat Hissediyor musun?

Fiziksel müzelerde birbiriyle ilişkili olan yapıtlar dahi fiziki sınırlılıklar nedeniyle duvarlar ve odalarla birbirinden ayrılmaktayken Duvarları Olmayan Müze'nin sonuncu sergisinden emojiilerin temsiliyetiyle yapıtlar arası ilişkiler kurulabilmektedir. Bu durum sanat izleyicisi için çok boyutlu eser okumalarına olanak sunmaktadır. Sergideki her emoji tema bağlamında bir şeyi simgelemektedir. Biberon emojiisi; hayatta kalmayı, bakımı temsil ederken, dinazor emojiisi neslin tükenmesi ve insan dışılığı temsil etmektedir, çamaşır sepeti aile ve ev içi ortamını, aileyi temsil ederken, büyükanne emojiisi nesiller arası buluşmayı ifade etmektedir, alarm kişisel, siyasi, ekolojik krizleri göstermektedir ve konfeti en zor koşullar altında bile coşkuyu ve neşeyi korumanın önemine vurgu yapmaktadır.

Biçimsel ve işlevsel anlamda müze pratiğine pek çok yenilik getiren Duvarları Olmayan Müze özgün tasarım ve erişilebilirlik özelliklerinin yanı sıra sanat izleyicisinin Birleşik Krallık'ın sanat tarihine, sanatçılara, geleneksel ve çağdaş sanatına yakından bakmaya olanak sunmaktadır. British Council Türkiye'nin imzasını taşıyan Duvarları Olmayan Müze'nin, kültürel ekosistem yaratmak ve yaratıcı ekonomiyi desteklemek ise en geniş çerçevedeki hedefleri arasında bulunmaktadır.

C. Duvarları Olmayan Müze Hakkında İnceleme

British Council Türkiye, Duvarları Olmayan Müze adlı sanal sergi projesiyle sanatı tüm insanlar için erişilebilir kılmaktadır. “Herkes için sanat” prensibiyle

engelleri kaldıran sergilere imza atan kurum, herkesi zaman ve mekan sınırlaması olmaksızın kurduğu sanal sergi platformlarına davet etmektedir.

Zaman etkisi, sanat takipçisinin sanat alanındaki üretimlere, sanat mekanlarına ve sanat düşüncesinin ürünleri olan görsel ve yazılı kaynaklara ulaşabilme açısından önemli bir faktördür. Özellikle hayatını kentte konumlandıran, günde 9 saat ve üzeri çalışan modern insan için her şeye yetiştirilme kaygısıyla çevrili gündelik yaşamın içinde sanata zaman ayırmak gün geçtikçe zorlaşan bir lüks olmaktadır. Öte yandan trafik probleminin olduğu kaotik kent yaşamında sanat merkezlerine, müze ve galerilere ulaşmak transfer halinde geçen süre kayıpları nedeniyle etkin bir zaman yönetimine izin vermemektedir.

Zamanın önemli olduğu bir diğer perspektif ise sanat mekanları, müze ve galerilerin pek çok ülkede başkent ve büyük şehirlerde konumlanmış olduğunu göstermektedir. Her ne kadar Türkiye’de son on yıldır sanatı Anadolu coğrafyası ülkenin kültür, sanat, turizm açısından cazibe merkezi sayılan bölgelerine yayma amacıyla Bayburt’ta Baksı Müzesi, Eskişehir’de Odunpazarı Modern Müze gibi inşa edilen müzeler olsa da sanat mekanları çoğunlukla büyük şehirlerde yer almaktadır. Kent hayatı zaman problemiyle ilgili pek çok handikaba sahipken taşra ve periferide yaşayan insanlar için sanata erişim meşakkatli bir sonucu doğurmaktadır. Sanat mekanlarının büyükşehirlerde yer alması nedeniyle taşradan kentlere ulaşım açısından zaman önemli kılan bir faktördür.

Duvarları Olmayan Müze düzenlediği sanal sergilerin gezinti süresini sınırsız tutmaktadır. Geleneksel biçimde tasarlanan sergilerde ev sahibi olan mekanların çalışma saatleri göz önünde tutularak sadece belli saat aralıklarında ziyaretçi kabul etmektedirler. Oysa 7/24 erişilebilir olan sanal sergiler, geleneksel biçimlerde tasarlanan sergilere göre zaman sınırlamasını ortadan kaldırmaktadır. Ziyaretçiler istedikleri her an sergiyi gezebilmekte ve diledikleri süre boyunca sanal sergi platformunda çevrim içi olarak kalabilmektedirler.

Fiziksel bir mekanın yapı itibarıyla kaçınılmaz olarak bazı fiziksel sınırlandırmaları olmaktadır. Örneğin duvar, mimari inşanın temel elemanlarından biridir ve somut bir sınırı imlemektedir. Duvarları Olmayan Müze’nin sanal sergileri ise mekan işlevi bakımından oldukça sınırsız bir imkan sunmaktadır. Her biri kendi temasına uygun olarak tasarlanan sergiler çok katmanlı ve dijital bir uzamı işaret etmektedir. Sanal olarak tasarlanan mekanlar kısıtlama olmaksızın sergi

konusunun/temasının, küratörün ve dijital tasarımcının hayal gücüne ve uygulama imkanlarının varabildiği gerçekçiliğe dek oluşturulmaktadır.

Duvarları Olmayan Müze kapsamındaki sanal sergiler birden fazla oda halinde tasarlanmışlardır. Sanal bir platformda tasarlanan sergilerde odadan bir diğer odaya geçiş, fiziksel mekandaki gibi somut nesnelerin el verebildiği imkanda değil, küratörün sunduğu ve sanat izleyicisinin tercihi boyutundadır. Bu açıdan hem sanat üreticisine hem de sergi izleyicisine sınırsız bir alan seyir rotası sunmaktadır.

Dijital müzede var olan tüm sanat yapıtları uzamın etkisiyle nötralize olmaktadır. Fiziksel bir mekanda kurgulanan sergilerde sanatçıların eserlerinin aynı çatı altında, yan yana sergilenmesi zaman zaman deneyimli sanatçıları ve sanat yolculuğunun başındaki genç isimleri dijital sergi mekanındaki gibi kolaylıkla buluşturmak kolay değilken, sanal bir sergi mekanı tüm bu farkı bir anda nötrlemekte ve sanatçıları, yapıtlarının halkla buluşması konusunda eşit kılmaktadır. Fiziksel sanat mekanında eserler bir galeride sergilenirken mekanın fiziksel özellikleri ve sınırlılıkları zaman zaman bir baskı unsuruna dönüşmektedir. Dijital uzam bu sınırı kaldırmakta ve küratörü kreatif anlamda özgür kılmaktadır.

Öte yandan fiziksel sanat mekanlarında sanat yapıtlarının sunumu bir çerçeve veya sergi camının içinde gerçekleşmektedir. Bu da sanat yapıtı ile alımlayıcı arasında bir mesafe oluşturmaktadır. Oysa dijital sergilerde böylesi bir ara katman olmadığı için alımyacı konumundaki sanal sergi ziyaretçisi, istediği sanat yapıtına herhangi bir paravan olmaksızın ulaşabilmektedir.

Söz konusu dijital platformlarla sanata ulaşabilmek için gerekli olan iki şey internet erişimi ve internete bağlanabilen elektronik cihazlardır. Sergiler bilgisayar, laptop, tablet ve cep telefonları aracılığıyla gezilebilmektedir. Dünyanın her ülkesinden, bir şehrin internet erişimi olan her noktasından sanat takipçisi fiziksel imkanlarla ulaşım sağlamakta zorlandığı sergi mekanlarına dijital sergiler sayesinde erişim sağlayabilmektedir. Örneğin ücra bir köyde yaşayan bir genç şehir merkezlerinde konumlanmış müze ve galerilere her an gidemeyebilirken, Duvarları Olmayan Müze sahip olduğu internet erişimi sayesinde ve dijital bağlantılar yoluyla her an sosyal eşitsizliğe sahip bireylerin erişimindedir.

Duvarları Olmayan Müze'nin en önemli özelliği herkes için erişilebilir olmasıdır. Engelli veya özel gereksinimleri olan bireylerin günlük hayatlarında çeşitli

ihtiyaçları olmaktadır. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın verilerine göre Türkiye'de 4,8 milyona yakın engelli birey bulunmaktadır. Bu da dünya nüfusunun yüzde 15'ini kapsamaktadır. British Council'in yaptığı bir araştırmaya göre, Türkiye'de internet kullanımı oranları, 16-24 yaş arasında yüzde 84, 25-34 yaş arasında ise yüzde 79; ancak engelli bireylerin yüzde 27'si henüz hiç internet kullanmamıştır (britishcouncil.org.tr, e.t.: 21 Ocak 2022). Kültür sanat etkinlik mekanları, sanat merkezleri, müze ve galeriler genellikle sadece sağlıklı bireylerin erişimine uygun olmaktadırlar. Pek çok galeri ve müzede engelli bireyler için uygun fiziki yapı oluşturulmamıştır. Söz konusu uygun şartların ilki sanat mekanının mimarisinin uygun olmasıyla başlamaktadır; engelli otopark alanı, tekerlekli sandalye kullanımına uygun mimari enstrümanlar engelli erişiminin ilk koşullarını oluşturmaktadır. Bir diğer önemli kısım ise engelli bir alımlayıcının sanat yapıtıyla iletişim kurmasını sağlayacak eklentilerin varlığı meselesidir. Sanat yapıtına ve sanatçısına dair seslendirme, betimlemeli bilgilendirme, ulusal ve uluslararası işaret dili anlatımı söz konusu bireylerin sanata doğrudan temas etmesi önünde büyük bir engel teşkil etmektedir.

British Council Türkiye ekibi, Duvarları Olmayan Müze projesiyle engelli bireylerin sınırlı sanat erişimini ortadan kaldırarak zgr bir erişim zemini oluşturmaktadır. Duvarları Olmayan Müze, erişilebilirliğin ön planda tutulduğu diğital sergileriyle, engelli bireylerin rahatlıkla deneyimleyecekleri biçimde tasarlanmıştır. Sergilerin internet sitesindeki sesli betimleme, okuma kolaylığı ve Türkçe ve uluslararası işaret dili uygulaması, yazılı, görsel ve işitsel eklentiler bireyin tek başına, dışarıdan bir desteğe gerek duymadan sanat yapıtıyla iletişim kurmasını sağlamaktadır.

Duvarları Olmayan Müze'nin herkes için erişilebilir olmaya devam ettiği bir diğer önemli zemin ise Covid-19 salgını oluşturmuştur. Dünya Sağlık rgt'nün küresel boyutta 'pandemi' ilan ettiği salgın nedeniyle tüm dünya alarm konumuna geçmiş ve karantina şartlarını uygulamaya başlamıştır. Dünya çapında ve Türkiye'de haftalar boyunca eve kapanma uygulanmıştır. Gıda ve tıbbi malzeme gibi temel ihtiyaçların üretimi dışında hemen her sektör belli kısıtlamalara gitmiştir. Kültür sanat sektörü de Covid-19'dan olumsuz etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Bu bağlamda dünyanın hemen her yerinde ve Türkiye'de tüm büyük ve kk ölçekli fiziksel sanat mekanları, müze ve galeriler geçici süreliğine kapılarını ziyaretçilere

kapatmışlardır. Kültür Bakanlığı'na bağlı müzeler, özel müze ve galeriler teknolojik donanımları, dijital imkanları ve vizyonları bağlamında dijital sergiler düzenlemeye bağlamışlardır. Fiziksel mekandaki sanat yapıtlarını kullandıkları teknolojik enstrümanlar sayesinde dijital/sanat platforma taşınmışlardır. Pandemiden önce vizyon olarak dijital platformlarda yer almayı önemseyen geleneksel müze ve galeriler, ortaya çıkan küresel salgın sonrasında zaten daha önce deneyimledikleri biçimde ve/veya daha kapsamlı standartlarda dijital kanallarda yer almayı bağarmışlardır. Fakat pandemi öncesindeki dünya düzeninde sadece geleneksel sergileme biçimlerini kullanan ve ancak fiziksel mekanlarda var olabilen müze ve galeriler ise pandemiyle ortaya çıkan olumsuz koğullara hazırlıksız yakalanmışlardır. Hızla ve derme çatma yöntemlerle ortaya konulan dijital/sanal sergileme denemeleri yapmışlardır. Fiziksel müze ve galerinin kapalı kaldığı süreçte ve önceki yıllardaki

Türkiye İstatistik Kurumu (T   K), AB uyum ve Resmi İstatistik Programı  alışmaları kapsamında müze istatistiklerine ilişkin istatistik çalışmalarını yürütmektedir. T   K resmi internet sitesinde 'Müze, Eser ve Müze ve  ren Yeri Ziyaretçi Sayısı' istatistiğini 'Kültürel Miras' kategorisinde yıllar bazında yayımlamıştır. T   K, Avrupa Birliği (AB) istatistik ofisi EUROSTAT metodolojisinde, kültür istatistikleri kapsamında kültürel miras başlığındaki temel alanlardan biridir. Verileri elde edilen müzelerin kapsamını, Türkiye'deki referans yılı içerisinde faaliyet gösteren ve Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı müzeler oluşturmaktadır. Veriler, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü aracılığı ile müze müdürlüklerinden derlenmektedir (data.tuik.gov.tr, e.t.: 21 Ocak 2022).

T   K verilerine göre müze ve  ren yerlerinin ziyaretçi sayısı T   K'in resmi internet sitesinde pandemiden önceki yıllar (2019, 2018, 2017, 2016) ve pandeminin etkin olduğu yıl (2020) ayrımlı yapılarak görülebilmektedir.

Yıl	Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı ücretli müze ve ören yerler	Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı ücretsiz müze ve ören yerleri	Özel müzeler
2016	99 813 51	7 266 089	8040 090
2017	12 807 822	7 701 924	10151930
2018	18 512 407	9 657 208	16258 132
2019	21 873 822	131 745 95	12478 229
2020	5 566 566	3 675 346	4514571

Kaynak 2 Varlıkları Kültür ve Müzeler Genel Müdürlüğü

TÜİK’e ait ‘Müze, Eser ve Müze ve Ören Yeri Ziyaretçi Sayısı’ istatistik çizelgesinde görülmektedir ki son 5 (beş) yıl içinde her sene artmakta olan ziyaretçi sayıları, 2019’un son haftalarında ortaya çıkan Covid-19 pandemisinin 2020’de ileri boyutlara ulaşması nedeniyle önceki yılın 3 (üç) katı boyutunda azalmıştır. Söz konusu azalmada evde karantina uygulamalarının payı büyüktür. Küresel salgın bireyleri sanatla buluşacakları fiziksel mekanlardan koparmıştır. Ulusal ve uluslararası müze ve galeriler kapanırken, çeşitli sanat organizasyonları, bienaller, festivaller ileri bir tarihe ertelenmiştir. Tüm dünyayı etkileyen küresel salgınla dünya çapında yeni yaşam iş, eğitim, üretim ve eğlence biçimleri gündeme gelmiştir. Salgın yepyeni bir hayat biçimini gerekli kılmıştır. Artık dijital platformlar her alanda ön planda tutulmakta ve sanal içeriklere odaklanılmaktadır. Zaman ve mekan bağımsız özgürlük sunan dijital uygulamalar önemli olmaktadır.

Böylesi tahmin edilmesi oldukça güç bir durum karşısında dijital dünyanın gerekliliklerinin farkında olan kurumlardan biri olarak British Council Türkiye’nin Duvarları Olmayan Müze projesi dünyanın neresinden olursa olsun internet bağlantısı olan tüm insanları sanat, sanatçı ve sanat yapıtı denkleminde bir araya getirmeye devam etmektedir. Pandemi nedeniyle kapanan sayısız müze ve galeri söz konusuysen Duvarları Olmayan Müze sahip olduğu dijital alt yapı sayesinde 7/24 erişilebilir olmuştur. İnsanlar, sanal sergiler sayesinde sanata kesintisiz ve koşulsuz

ulaşabilmektedirler. Duvarları Olmayan Müze'nin sadece ilk dört sergisi, bir milyonu aşkın ziyaretçi sayısına ulaşmıştır (britishcouncil.org, e.t.: 24 Ocak 2022).

Duvarları Olmayan Müze sanat izleyicilerine 'Geçen Gece Bir Rüya Gördüm', 'Tanışıyor muyuz?', 'Cadılarla Dans Etmek', 'Varmak Üzere' ve 'Rahat Hissediyor musun?' sergileriyle; Birleşik Krallığı'n sanat tarihine bir bakış sunan British Council Koleksiyonu'na ait eserler, dünya çapındaki çağdaş sanatçıları ağırlayan, ulusal ve uluslararası küratör iş birlikleriyle tasarlanan, her biri görsel bir şölen olan sanal sergileri serbestçe dolaşma ve keşfetme özgürlüğünü sunmaktadır.

Beş sergi süresince 8 küratörle 100'e yakın sanatçının eserine yer veren Duvarları Olmayan Müze, dünyanın her yerindeki insanlar için dijital bir erişim imkanı sağlamaktadır. Sosyal, fiziksel, ekonomik kısıtlardan dolayı sanata erişim sağlayamayan kişilere sanatın kapılarını açmaktadır. Proje tüm bunların yanı sıra erişilebilirlik açısından araştırma ve geliştirme projesi olarak da görülebilmektedir. Her geçen yıl geliştirilen erişilebilirlik özellikleri müzeye eklenmektedir. 2020'deki 'Varmak Üzere' dijital sergi için tasarlanan işaret dili uygulaması 5 farklı dilde ziyaretçilere sunulmuştur. Öte yandan bu sergiyi ziyaret edenlerin %5'i ilk kez bir sanat sergisi gezen insanlardan oluşmaktadır (britishcouncil.org.tr, e.t.: 21 Ocak 2022). Bu da sanal müzenin, sanat izleyici kitlesini çeşitlendirme etkisine sahip olduğunu göstermektedir. Duvarları Olmayan Müze'nin dijital sergileri aşağıdaki ziyaretçi sayılarına ulaşmıştır:

Çizelge 3 British Council Türkiye, 2022

Sergi Adı	Açıldığı Yıl	Ziyaretçi Sayısı
Geçen Gece Bir Rüya Gördüm	2017	120.000
Tanışıyor muyuz?	2018	175.000
Cadılarla Dans Etmek	2019	315.000
Varmak Üzere	2020	270.000
Rahat Hissediyor musun?	2021	Sergi devam ediyor

British Council Türkiye'nin her yıl bir yenisini tasarlayıp erişime açtığı dijital sergilerin ziyaretçi sayısı paylaşılmıştır. Çizelge 3'e göre 2017'de hayata geçirilen ve

serinin ilk sergisi olan ‘Geçen Gece Bir Rüya Gördüm’ toplamda 12.000 ziyaretçiye ulaşmıştır. Serinin ikinci sergisi ‘Tanışıyor muyuz?’ 2018’de erişime açılmış ve 175.000 kişi tarafından ziyaret edilmiştir. Üçüncü sergi ‘Cadılarla Dans Etmek’ 2019’da 315.000 kişiyi dijital platformunda ağırlamıştır. 2020’deki dördüncü sergi ‘Varmak Üzere’ ise 270.000 ziyaretçinin eriştiği bir sergi olmuştur. Son olarak 2021’de dijital erişime açılan ‘Rahat Hissediyor musun?’ sergisi ise hala devam ettiği için verileri paylaşılmamıştır.

D. Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Duvarları Olmayan Müze, alanında bir ilk olma özelliği taşımaktadır. Türkiye’de dijital sergi yapan ilk ve tek kurum olan British Council, düzenlediği sanal sergiler dijital versiyonları dışında fiziksel bir sergi formatında bulunmadığı için ilk ve tek olma niteliğindedir. Bu Türkiye’deki dijital sanat piyasası için oldukça önemlidir. Hem sanal uygulamaların yüksek potansiyelli kullanımı hem de bu yolla iki farklı kültürün etkileşiminin amaçlanması sınırların silikleşerek azaldığı küresel dünya için mühim bir sanat adımıdır. Birleşik Krallık 1939’dan beri koleksiyonuna eklemek üzere İngiltere’nin önde gelen sanatçı, zanaatkar ve tasarımcılarının yapıtlarını toplamaktadır. İlk olarak kağıt kullanılarak üretilen yapıtlar derlenirken koleksiyona zamanla 20. ve 21. yüzyılın sanatını temsil eden tablo, fotoğraf, multimedya ve enstalasyonlar eklenmiştir (britishcouncil.org.tr, e.t.: 20 Ocak 2022). Türkiye sanat piyasası açısından ilkleri ve nitelikli pek çok özelliği barındıran Duvarları Olmayan Müze, olumlu niteliklerinin yanı sıra değiştirilmesi ve geliştirilmesi gereken bazı noktalara sahiptir. Tespit edilen sorunlar ve çözüm önerileri biçim, içerik ve teknik açıdan aşağıda incelenmiştir.

Dijital dünyanın her geçen gün yeni enstrümanlarını doğurduğu ve farklı inovasyon biçimlerine eriştiği çağdaş dünyada sanal sergilerin günbegün daha çok rağbet görmesi beklenmektedir. Bunda post-modern insanın zaman, mekan ve kısıtlayıcı diğer etkenlerden arınmış olarak yaşamını sürdürme eğiliminde olmasının payı büyüktür. Günlük alışveriş ihtiyacından iş mesaisine kadar hayattaki hemen her hamlesinde dijital dünyanın ona sunduklarını kullanan ve bu konjonktürden hep daha fazla fayda bekleyen sanat takipçisi dijital müzeler ve sergileri fiziksel müzelerden daha fazla tercih eder olmaktadır. Böyle bir davranışsal eğilime bir de tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi dahil olduğunda dijital platformlar artık bir

zorunluluk haline gelmiştir. Tüm sektörler gibi sanat endüstrisi de zorunlu olarak dijital içerikler üretmeye ve sanal versiyonlarıyla sanat izleyicisinin karşısına çıkmaya başlamışlardır. Müze, galeri ve sergiler dijitale adapte olmaya çalışırken sadece dijitalde varlıklarını sürdüren platformlar ziyaretçi sayılarını yükseltme eğiliminde olmuşlardır. Bu kategoriye giren Duvarları Olmayan Müze, ilk sergisini düzenlediği 2017'den beri her yıl açtığı yeni sergilerle ziyaretçi sayısı yükselme eğiliminde olmuşken bu ivme pandemi şartlarında sıkı karantinaların yaşandığı 2020 yılında düşüşe geçmiştir. 2019'da ziyarete açılan 'Cadılarla Dans Etmek' 315.000 kez tıklanırken 'Varmak Üzere' sergisi pandeminin etkisinin tüm dünyada hissedildiği 2020 yılı boyunca toplamda 270.000 kişi tarafından ziyaret edilmiştir.

Duvarları Olmayan Müze kurulduğu ilk yıldan itibaren erişim sayısı her yıl yükseliş trendindeyken tüm dünya insanların devletlerin de kriz yönetimi politikalarınca eve kapanarak karantinada kaldıkları ve fiziksel olan hemen her şey gibi sanatla ve sanat yapıtıyla buluşamadığı zamanlarda erişim sayısının düşüşe geçtiği görülmektedir (Bknz.: Çizelge 3). Temel yaşam döngüsüne ilişkin ihtiyaçların karşılanma biçimlerinin değiştiği yeni pandemik dünya sisteminde bienal, fuar, müze ve galerin programlarını iptal etmiş, sanatçıların atölyelerini kapatmıştır. Alışverişten eğitime her şeyin dijital mecralara taşındığı, fiziksel olanın sanal olana dönüştüğü bu küresel atmosferde dijital müze ve sergilere olan ilgi ve alaka artarken Duvarları Olmayan Müze'nin güncel dijital sergisine ziyaretçi erişiminin azalması istisnaidir. Bu durum, yıllardır erişilebilirlik adına öngörülerle hareket eden, tasarlayan, hayata geçiren ve küresel bazda aksiyonel sonuçlar elde eden British Council Türkiye için şaşırtıcı bir sonuç olmaktadır.

Yaptığım görüşmeler göstermiştir ki sanal müze olarak prestijli bir yerde konumlanan ve dijital alanın teknik enstrümanlarını yıllardır etkin bir şekilde kullanan Duvarları Olmayan Müze'nin sahip olduğu bu güncel tablonun temelde üç sebebi bulunmaktadır.

Ziyaretçi sayısının azalmasının nedenlerinin ilki son iki yıldır diğer yıllardan farklı olarak siteye gelen ziyaretçinin sayısından ziyade kaliteli izleyiciyi platforma çekmenin hedeflenmiş olmasıdır. Ziyaretçinin sitede kalma süresinin uzaması ve siteyi tıkladıktan sonra tarayıcıyı kapatma süresinin düşürülmesi hedeflenmiştir. Yeni medya literatüründeki 'time on site' oranının uzaması 'bounce rate' oranının

azaltılması böylesi bir sonucu doğurmuştur. Bunun nihai amacının kaliteli sanat izleyicisine ulaşmak olduğu belirtilmiştir.

Ziyaretçilerin müzenin internet sitesinde kalma oranının uzamasının çözümü olarak web sitesinin ziyaretçileri karşılayan ara yüzünün ilgi çekici olarak yeniden tasarlanmasıdır. Her ne kadar bu problem ilk olarak sayfaların geç yüklenmesi ve site hızının yavaş olmasıyla ilgili olarak akıllara gelse de bunun altında yatan temel etmen görsel optimizasyon ve site tasarımıdır (webtures.com, e. t.. 23 Ocak 2022). Tasarımın kreatif olarak yenilenmesiyle kaliteli sanat izleyicisini hedeflemenin yanı sıra internette amaçsızca sörf ederken tesadüfen serginin web sitesini ziyaret eden internet kullanıcısının da aktif olarak sitede kalma oranının yükselmesini sağlayacaktır. Dijital müzenin var olan web sitesi bir müze algısı ve ilgisi yaratmak yerine açıklama ve maddeleme yönteminin kullanıldığı, site içi yerleştirmede tipografik başlıkların ön planda tutulduğu, dil bilmeyen bir ziyaretçi için müze olma kimliği hakkında fikir vermeyen bir görsel tasarımıdır. Şimdiki haliyle müzenin ana sayfası, ziyaretçiyi sergilere davet etmekte zayıf kalmaktadır. Bu da ziyaretçilerin asıl bölüm olan sergiye geçişini engellemektedir. Duvarları Olmayan Müze'nin ilk olarak ana sayfa tasarımında farklılık ortaya koyması gerekmektedir. Müzenin ara yüzü yenilenerek daha dinamik ve ilgi çekici bir tasarıma imza atılırsa diğer sanal müzelerin web siteleri arasında bir farkındalık yaratılabilir. Duvarları Olmayan Müze'nin ana sayfası görselliğin ön planda olduğu, zengin bir görsel yelpazenin ziyaretçiyi odağına aldığı bir tasarım olmalıdır. Duvarları Olmayan Müze'nin ana sayfası müze kimliği vurgulanarak tasarlanırsa bu ziyaretçiler ikinci ve en önemli aşama olan sergiyi gezme aşamasına algısal olarak daha kolay geçecekler ve bu da ilgili ziyaretçinin sitede kalma süresini uzatacaktır.

Düşüşe uğrayan ziyaretçi sayısının ikinci nedeni pandemiyle beraber fiziksel olarak varlığını sürdüren pek çok galeri ve müzenin dijital olarak da var olması ve rekabetin artması olarak belirtilmiştir. Duvarları Olmayan Müze pandemiden önce bir benzerinin pek olmadığı bir sanal müzeyken pandeminin bir sonucu olarak dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla tüm sanat kurumları benzer platformlara yatırım yapmışlardır. Daha önce dijital sergiyi deneyimlememiş bireylerin belki hemen ilgisini çeken ve kendisini sergi turunda bulan ziyaretçi, pandemide ardı ardına erişime açılan sanal galeri, müze ve sergi platformlarını tercih eder olmuşlardır. Sanat izleyicisi daha önce ücretsiz göremediği envanter ve eserleri sanallaşarak tek tıkla erişilebilir kılan

benzer dijital platformlara yönelmişlerdir. Bu da Duvarları Olmayan Müze'ye olan ilginin dağılması demek olmuştur.

Belirtilen ikinci probleme çözüm ise eserlerin sergilerdeki sunuluş biçimlerinde farklılığa gidilmesi olacaktır. Duvarları Olmayan Müze zaten British Council'in zengin İngiltere sanat koleksiyonuna sahipken içerik anlamında Türkiye'deki diğer sanal müzelerden ayrılmaktadır. Bu durum müze için pozitif bir yöndür. Fakat pandemiyle beraber ilk kez dijital platforma geçen müze ve galerilerin fiziksel erişimde ücretliyken dijital geçtiklerinde ücretsiz olması onları daha çok ziyaret edilir kılmıştır. Özellikle karantinaların yaşandığı pandemiyle birlikte sayıları artan diğer dijital sergi platformları arasında fark yaratmak için ise eserlerin sunuluş biçimlerinde de özgün olmak gerekmektedir. Tasarımsal anlamda özgünlüğün sağlanmasının temeli ise teknolojik alt yapının bu farklılığa hizmet edecek kapasitede olmasıdır. Örneğin koleksiyondaki bir tablo sergideki yerleştirmesi açısından bir jpeg uzantılı bir fotoğraf gibi durmamalıdır. Tek satır üzerinde boyutsuz görünümde yerleştirilmiş olan eser pek fazla dikkat çekmeyecektir. Ziyaretçi olan sanat takipçisini mekan ile mekansızlık arasında tutan, fizik mekan ile fantastik ikileminde bir gerilim ortaya koyularak ziyaretçilerin muadil dijital müzeler olmasına rağmen zaten koleksiyon ve sergi fikirleri olarak içeriğiyle de farklı olan Duvarları Olmayan Müze'yi merak etmeleri ve bir aksiyona girmeleri sağlanacaktır.

Ziyaretçi sayısının düşmesinin üçüncü nedeni ise pazarlama ve reklam kampanyasına ayrılan bütçenin düşük olması olarak belirtilmiştir. Sektörel anlamda pazarlama iletişimi oldukça önemli bir etkidir. Sanat piyasası için önem arz eden yatırımların yapıldığı bu alan sanat ve izleyiciyi buluşturan bir kaynaktır. Üretilmiş ve ilgisine ulaşmamış bir sanat yapıtı sanatçının atölyesinde kalmaya mecbur olurken doğru ve etkili pazarlama stratejisine uygun olarak planlamış bir bütçeyle bir sanat yapıtı milyonlara sunulabilmektedir. Bu nedenle serginin pazarlama iletişimine ayrılması uygun görülen bütçe lokomotif olarak ziyaretçi erişimini de etkilemektedir. Böylesi global bir kurumun dijital sanat projesinde son yıllarda finansal kaynağın kısıtlı tutulmasının şüphesiz kurumsal olarak ve pandemiyle birlikte değişen dünya konjonktüründe tutarlı sebeplerinin bulunması olasıdır.

Her şey ve koşula hızla adapte olabilen dinamik dünya düzeni, çıkmaza girdiği zaman kendi çözümlerini de doğurabilmektedir. Bu perspektiften bakıldığında zaman bu soruna çözüm olarak finans kaynağının çoğaltılması için Duvarları Olmayan Müze

adına bir Patreon hesabı açılarak müzenin geliri arttırılmalıdır. Patreon, 2013'te Jack Conte, Sam Yam adlı iki ortağın kurduğu İngilizce adıyla 'crowdfund' yani topluluk fonudur. İçerik üreticilerinin aylık abonelik ya da tek içerik satışı üzerinden para kazandıkları bağış platformudur. Bu platformda içerik üreticileri, sanatçılar, yönetmenler, yazarlar, müzisyenler ve düzenli olarak çevrim içi yayın yapan diğer içerik oluşturucularının yaygın olarak kullandığı bir platformdur (bilgi.zone, e.t. 23 Ocak 2022). British Council Türkiye ekibi de, Duvarları Olmayan Müze için bir açacağı Patreon hesabıyla sanat takipçi ve izleyicilerinden ekonomik destek elde edecek ve sanatta erişilebilir olmayı sürdürebilecektir. Çağdaş müze kültürünün artık sanat tüketicisini de sürece aktif olarak dahil ettiği yeni nesil sanat piyasası adına da diğer müzelere örnek olan bir açılım olacaktır. Dijital medya da geleneksel medya gibi ekonomi politikte zorunlu bir ilişki ağı içindedir. Finansal kaygılardan dolayı kurulan bu ilişkinin nedeni kapitalizm sistemidir.

Kapitalizmin hakimiyeti elinde tuttuğu toplumlarda medya platformları, ekonomik ve politik yapının hem ürünü hem de ekonomi politik işlevleri olan endüstriyel bir kurumdur. Bu açıdan bakıldığında medya, yalnızca bir bilgi üretim aracı değil aynı zamanda kapitalizmin mantığına ve kurallarına göre işleyen birer işletmedir (Bulut, 2009: 7). Sanat tarihine bakıldığında özellikle Orta Çağ'da yönetici-sanat ilişkisi dikkate alındığında, yöneticilerin sanatı destekleme faaliyetleri sürdürdükleri bilinmektedir. Bu destek kimi zaman görünür ve kültürel sebeplerle verilirken kimi zaman da kişisel zevkler ve siyasi bir enstrümanı olarak değerlendirilmiştir (Durmuş, 2014: 75) Buradan anlaşılıyor ki sanatın güçlü bir ekonomiyle desteklenmesi Orta Çağ'dan bu yana var olan bir konudur. Duvarları Olmayan Müze açısından bakıldığında Birleşik Krallık'ın zaten kendi kurumu olan British Council'a global olarak destek vermektedir. Önerilen Patreon sistemiyle kurumun rutin kaynakları dışında topluma açılan bir kaynağının da oluşması sağlanmış olacaktır. Bu müze ziyaretçilerini ve sanat izleyicilerini de pasif ve edilgen pozisyondan çıkarıp aksiyonel bir yer konumlandıracaktır. Bu dinamizm odaklı tavır artık günümüz dünya tasavvurunun bir gereği ve zorunluluğu olmuştur.

Duvarları Olmayan Müze'nin bahsi geçen üç temel sorunun dışında oldukça önemli bir başka problematiği ise teknik alt yapı sorunudur. Müzeye ait ilk iki sergi olan 'Geçen Gece Bir Rüya Gördüm' ve 'Tanışıyor muyuz?' sergileri alt yapı probleminde ötürü iki yılı aşkın süredir erişime kapalıdır. Dijital araçlarla oluşturulan

sanal sergiler, alt yapı problemini de beraberinde getirmektedir. Oysa yayında olan bir ücretsiz dijital içeriğe koşulsuz olarak internet oldukça sürekli erişim sağlanabilmelidir. Bunun için iş birliği yapılan teknik alt yapı ortaklarının üsteleneceği sorumluluk ve devam edilen süreçteki güncellemelerin yapılması çok önemlidir. Dünyadaki ortak dil artık kodlama yani yazılım dili olmaktadır. Bu yazılım dilini sürekli olarak güncelleyerek gelişimini sağlamak önem arz etmektedir. Bunun için gerekli tüm görsel, işitsel ve işletim alt yapısının sağlıklı biçimde sürdürülebilmesi için teknik yeterlilik gereklidir. Alt yapı probleminin temelinde teknik ve finansal olmak üzere iki etken rol oynamaktadır. Teknik yeterlilik müzelerin iş birliği yaptığı onlara yazılım çözümleri sunan iş ortağıyla ilgili bir konudur.

Bu probleme çözüm olarak kurumun Türkiye ekibi dışarıdan bir ajansla tasarım ve teknik çalışmalarını sürdürmek yerine, tasarım-yazılım ekibini kendi bünyesinde kurmalıdır. İçeride kendi yazılım ekibini kurmaksızın dışarıdan bir ajansla sürdürülen çalışmalarda özellikle de süreklilik gerektiren güncel çözümlerde ihtiyaç duyulan performansa ulaşmak mümkün olmayabilmektedir. Seçkin sanatçılar, film yapımcıları, müzisyenler ve mimarlar 1950'lerden beri bilgisayar kullandıkları ve yazılımlarını genellikle Bell Laboratuvarları ve IBM Watson Araştırma Merkezi gibi araştırma laboratuvarlarındaki bilgisayar bilimcileri ile iş birliği içinde geliştirdikleri halde dahi, bu yazılımların çoğu yalnızca belirli tip imgeleri, animasyonları ya da müziği üretmeyi hedefliyordu. Söz konusu yazılım programları genel amaçlara hizmet eden aletler olarak işlev gösteremediler (Aydoğan, 2018: 48) Bu bağlamda Duvarları Olmayan Müze'nin önemli ihtiyaçlarından biri de tasarım ve yazılım ekibinin kurum bünyesinde hizmet vermesidir. Kurulacak ekiple teknik kalifiye elemana, her dakika güncellenen bilgiye erişim ve teknolojik imkanlara ulaşmak mümkün olacaktır. Tüm bunların sağlanması için ise yine iletişim pazarlaması konusunda olduğu gibi yeterli bir ekonomik bütçe gerekmektedir. Bu ekonomik bütçe kaynağının nasıl genişletilebileceğini önceki paragrafta belirtmiş bulunmaktayım.

Bir diğer sorun ise içerikle ilgili olarak dijital olarak sanat eserlerinin korunması ve geleceğe aktarımıyla alakalıdır. Yazılım tabanlı sanat eserlerinin ve sanat sergilerinin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu konu, dijital olarak sanat eserlerinin muhafazasıyla ilgili kaygıları da beraberinde getirmektedir. Dijital sergilerin ve sanat eserlerinin en önemli problemlerinden biri arşivleme problemidir. Teknolojik platformlarda üretilen, sunumu gerçekleşen eserler ve sürekli değişen teknoloji

nedeniyle çelişkili bir tablo ortaya çıkmaktadır. Dijital sanatı veya sanal sanat platformunu var eden teknoloji, var ettiği şeyi yok etme tehdidini beraberinde getirmektedir. Yazılım tabanlı olarak üretilen müze ve sergi platformları sürekli değişen teknoloji karşısında kendini yenileyemeyen alanlar olarak teknolojik çürümeyle karşı karşıya kalmaktadır. Dijital olan ebedi değildir, ama öyle geçici de değildir. Yazılım teorisini Wendy Hui Kyong Chun'a göre, 'kalıcı geçicilik', bugünkü kültürün arşivleme mantığıyla ilgili olarak dijital medyanın niteliğini anlamamızı sağlayan tabirdir (Parikka, 2017: 152). Chun'un söylediği ve başka yazılımcıların da ifade ettiği gibi artık yepyeni arşivleme yöntemlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Dijital bellek ile dijital arşivin ilintisi üzerine yeni çalışmalar yapılmalıdır.

Sanat eserlerinin ve sanat platformlarının geleceğe taşınmasının sorumluluğu kültür sanat kurumları, müzeler ve diğer kurumlardadır. Tüm sanat piyasasında domino taşı etkisi yaratan bu durum, sanat eserlerinin gelecekte erişilebilir olmaması sonucunu getirmektedir. Gerek fiziksel olarak var olurken dijital versiyonu oluşturulmuş gerekse doğrudan dijital tabanlı üretilmiş sanat yapıtları olsun her iki kategorideki eserin de dijital olarak arşivlenmesi gerekmektedir. Sanal müze rneği olarak Duvarları Olmayan Müze; ziyarette açtığı sergiler üzerinden dijital arşivlerin sürdürülebilirliği, açık erişim, dijital sanat eserlerinin korunması, yapay zeka, akademik ve dijital iş birlikleri gibi başlıklarda araştırma alanları belirleyerek sergilemenin yanı sıra bir dizi teorik çalışmayı pratiğe geçirmeye yönelik adımlar atmalıdır. Bu hem müzenin potansiyelini genişletmeye hem de yeni ufuklar amaya yarayacaktır. Sanat disiplinleri, medya arkeolojisi, bilgisayar bilimi gibi farklı alanların ortak çalışması ise bu konuda önem arz etmektedir. Sanat ve kültür kurumları çalışmalarını bu noktada bilişim birimleriyle dirsek temasında sürdürmelidir.

Buna ek olarak, her dijital eser ve dijital platform koruma yöntemi için kendine has bir reçeteyi barındırmaktadır. Ortaya çıkan sorun, doğru okumalar yapılsa ihtiyaç duyduğu çözümü de sunmaktadır. Teknolojik koruma konusu dijital sanat ve dijital sanat platformları henüz yokken sadece bilişimin ve mühendisliğin problematiğiydi. Bilgisayar bilimi bu konu üzerinde on yıllardır çalışmalar yapmakta ve çözüm arayışlarını sürdürmektedir. Bu alanda da hayli yol almıştır.

Avrupa Birliği'nin uzun dönemli dijital koruma için oluşturduğu PLANETS (Preservation and Long-Term Access via Networked Services) süresi en az 5, en fazla

20 ve daha uzun süreli olarak belirlenen dijital korumayı şöyle tanımlamaktadır: Dijital koruma, bugün var olan dijital nesnelerin gelecekte bulunabilmesi, kullanılabilmesi ve anlaşılabilmesi için yapılan işlemler bütünüdür. Bu işlemler dijital nesne adları ve yerlerinin yönetimi, depolama değişikliklerinin takibi ortamı güncellenmesi, içerik belgelenmesi, donanım ve yazılım gibi çok geniş bir alanı kapsamaktadır (planets-project.eu, e.t.: 22 Ocak 2022). Artık günümüzde hiçbir depolama aygıtına ihtiyaç duymaksızın bulut sistemiyle tüm dijital veriler saklanabilmektedir. Bulut depolama fotoğraf, pdf, video gibi birçok verinin sanal ortamda muhafaza edildiği bir alandır. Bulut depolamaya eklenen veriler üçüncü kişiler tarafından paylaşılmamaktadır. Telefon ve bilgisayarların depolama alanları yeterli gelmediğinde ya da daha kalıcı bir çözüm arandığında bulut depolama sistemlerine başvurulmaktadır (uyumsoft.com, e.t.: 22 Ocak 2022). Eski tip arşivciliğin yerini yeni nesil arşivlemeye bıraktığı bu zamanlarda Duvarları Olmayan Müze de sürekli erişilebilir olabilmesi için yeni nesil bir arşivleme yöntemi belirlemelidir. Bu yöntemi de sanat piyasasına çözümler sunan bilişimci ve yazılımcıları hedefleyerek açacağı açık çağrıyla belirlemelidir. British Council tıpkı sergilerinde küratörler için açık çağrı yaptığı gibi bilişim uzmanları için de Duvarları Olmayan Müze'nin geleceği için açık çağrı yapmalıdır. Dünyanın dönüşümünün gereklerinden biri olarak teknolojinin gelişimi koruma kültürünün yaygınlaşmasını da bir zorunluluk haline getirmiştir. Böylece dijital arşivlerdeki veriler yeni yöntemlerle güncellenme problemi olmaksızın zaman ve mekan ötesi kullanıma açılabilir.

Günümüz çağdaş sanat müzelerinde katılım kültürü ve demokratikleşme kavramlarına sıkça atıf yapılır olmuştur. Kapalı sistemlerin yerini açık sistemlere bıraktığı, özerk yapıların işlevlerini kamusal alana yönelttiği bir toplum düzeni oluşmaktadır. Bu kapsamda Duvarları Olmayan Müze, sergi içeriklerini oluştururken farklı fikirlere açık bir alan oluşturmalıdır. Böylece dijital müze platformundaki sergilerin sadece sergi ekibinin mutfağında kalan ve sanat takipçisiyle buluşmayan yönü hayata geçirilecek araştırma alanlarıyla beraber sanat takipçisine ve sanat takipçisinin katkılarına da açık olmalıdır. Halihazırda ziyarete açık olan sergiler her ne kadar ziyaretçinin gezinti esnasındaki etkileşimine açık olan yapılar olsa da bu sadece ziyaret süresini kapsamakta ve serginin oluşum sürecine etki etmemektedir. Oysa tıpkı küratör seçimi sırasında kullanılan açık çağrı yöntemi gibi serginin oluşum sürecinde de sanat takipçilerinin de görüş ve katkılarının alınması süreci daha

devingen kılacaktır. Fiziksel, geleneksel sergileme biçimlerine buna çok fazla imkan yokken hemen her bireyin internete erişiminin olduğu bu yüzyılda katılım kültürü daha aktif olarak somut verilerini ortaya koyabilmektedir.





VIII. DİJİTAL SERGİ ZİYARETÇİSİ BİREYLER ÜZERİNDE ANKET ÇALIŞMASI

A. Metodoloji

1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yeni teknolojilerin gelişmesiyle dijitalleşme hız kazanmış, sanat disiplinlerinden birini oluşturan görsel sanat yapıtları; müze, galeri, fuar ve bienal gibi fiziksel mekanlarda sergilenirken çevrim içi platformlarda yer almaya başlamıştır. Dijital ve sanal platformlarda var olan sergiler, sanat ve teknoloji ortaklığının birlikteliği açısından önem taşımaktadır. Birleşik Krallığın sanat alanında dünya çapında çalışmalara imza atan kurumu British Council, Birleşik Krallık sanatının örneklerini Türkiye'deki izleyicilere tanıtan bir kurum olmasının yanında Türkiye'deki sanatsal çalışmaları da Britanyalı izleyicilere tanıtmaktadır. Duvarları Olmayan Müze adlı projesiyle sanat takipçilerine sanal bir müze deneyimi sunmaktadır. Duvarları Olmayan Müze'nin en önemli özelliği Türkiye'de düzenlenen ilk dijital müze olmasıdır.

Tez konusunun seçilmesinin önemi, dijitalleşen çağda sanat kurumlarının da bu dünyada kendilerini var ederek sanal dünyanın enstrümanlarını görsel sanatları sergilemek için kullanmalarının Duvarları Olmayan Müze örneği üzerinden incelenmesidir. Literatür taramalarında sanat alanında dijital ve sanal kavramlarının önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Sınırların ortadan kalktığı, zaman ve mekan algısının dönüştüğü bu yüzyılda, sanat takipçisi olan birey için geleneksel biçimlerle sergilenen sanat yapıtları yerine çağın gerekliliklerine adapte olmuş yeni sergileme biçimleri görmek bir gereksinim olmuştur. Duvarları Olmayan Müze'den hareketle sanal müzelerin sanat takipçisi bireyin sanatsal ihtiyaçlarını karşılayıp karşılamadığı tezin araştırma konusu ve amacını oluşturmaktadır.

Tez çalışmasında görsel sanatların geleneksel platformlardaki sergileme biçimlerinden dijital platforma geçiş süreci ele alınmaktadır. Geleneksel sergileme biçimlerine ilişkin inceleme yapılmaktadır. Yaygın olan geleneksel sergileme

üsluplarının ve sanal sergilerin içerik ve biçim olarak oluşumu irdelenmektedir. Sanal sergiler internet bağlantısıyla dünyanın her yerinden internet bağlantısı olan herkesin erişimine açık yapılardır. Bu özellik sayesinde sanat yapıtları, zaman ve mekan kısıtlaması olmaksızın herkes için ulaşılabilir olmaktadır. Erişilebilirlik alanının genişliği sayesinde engelli bireyler gibi özel gereksinimi olan tüm sanat izleyicileri bu sergileri gezebilmektedir.

Buna ek olarak, dünyayı etkisi altına alan Covid -19 nedeniyle dünya ve Türkiye’de pek çok fiziksel müze, galeri, fuar ve sergi, dijital platformlar üzerinden sanat izleyicisiyle buluşmaya başlamıştır. Bu durum son yıllarda açıkça yansımaları görülmekte olan sanattaki dijital dönüşümü, pandeminin de etkisiyle küresel olarak hız kazanan bir zorunluluğa dönüştürmüştür. Bununla birlikte yerel kimliğe sahip pek çok sergi dijitalde yer bulması nedeniyle uluslararası ölçekte de ziyaret edilebilir olmuştur. Dijitalleşen ve küreselleşen dünyada insanlar fiziki müze gezmek yerine dijital müze gezmeyi tercih etmektedirler. Dijital sergiler bunlar gibi pek çok sebepten ötürü her geçen gün önem kazanmaktadır. Tez çalışmasıyla tüm bu etkiler sebep sonuç ilişkisi bağlamında ele alınmakta ve dijital sergileme biçimlerinin önemi irdelenmektedir.

Yapılan tez çalışmasıyla geleneksel sergileme biçimlerinin yerini zamanla dijital sergileme biçimlerine bıraktığı hipotez olarak sunulmaktadır.

2. Araştırmanın Kapsamı

Tezin araştırma kapsamında dijital sergi platformlarından British Council’in kurucusu olduğu Duvarları Olmayan Müze’den sanal müzeden hareketle kullanıcıların sanal müze, sanal tur memnuniyeti incelenmiştir.

3. Araştırmanın Sınırlılığı

Bu araştırma Ocak-Şubat 2022 tarihleri arasında, öğrenim durumu lise – lisansüstü arasında, 18-64 yaş aralığındaki kişilerle sınırlandırılmıştır. Sanal müze veya sanal tur deneyimine sahip olan bireyler araştırmanın sınırını belirlemiştir. 18-64 yaş aralığında sanal müze veya sanal tur gezmiş olanların tercih edilmesinin nedeni; Teknolojiyi Kabul Modeli’nin işaret ettiği dijital yerli ile dijital göçmen kavramlarının ayırımına gitmeksizin sanatın her yaştan birey için erişilebilir olması gerekliliğinin göz önünde bulundurulmuş olmasıdır. Bu nedenle yaş aralığı 18-64 olarak geniş bir yelpazede tutulmuştur.

Anket kapsamında katılımcılara dijital ortamda kapalı uçlu 19 soru yöneltilmiştir.

4. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşayan, 18-64 yaş aralığında bulunan ve en az bir defa sanal müze veya sanal tur gezmiş bireyler oluşturmaktadır. Evren toplam 434 kişiden oluşmaktadır. Çalışmaya katılım, gönüllülük esasına dayanmaktadır.

Araştırma örnekleme rastlantısal örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Ölçekler, örnekleme kolaylıkla ulaşmak amacıyla Google Forms üzerinden oluşturularak çevrim içi uygulanmıştır. Formu, Türkiye’de yaşayan 18-64 yaş aralığında olan 434 kişiye ulaşılmıştır. Bu kişilerden sanal müze veya sergi gezmiş olan 308 kişi anketi tamamlamıştır.

5. Araştırma Metodolojisi

Tez araştırmasında odak grup özelinde nicel veri toplama yöntemi olarak çevrim içi anket tekniği kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında yer alan sormaca tekniğinde kapalı uçlu soru tipine yer verilmiştir. Bu soru tipinde katılımcının vereceği yanıtlar seçeneklerde yer almış ve çoktan seçmeli yanıt yapısıyla katılımcıdan sabit bir cevap istenmiştir.

Bu araştırma metodolojisinin amacı kullanıcı deneyiminin verilerine ulaşarak, analiz etmektir. Araştırmada 18-64 yaş aralığında toplam 434 kişiye ulaşılmıştır. Toplam kişi sayısından en az bir defa sanal müze veya sanal tur gezmiş 308 kişi anketi tamamlamıştır.

Araştırmada elde edilen veriler Microsoft Excel programı ile analiz edilmiş ve analizler detaylı olarak açıklanmıştır. Çalışmada, sonuçların analizi için yüzdelik ve tamamlayıcı tablolardan faydalanılmıştır.

6. Soruların Hazırlanması ve Ölçeklendirme

Çalışmada, görsel sanatın dijital mecradaki dönüşümü kapsamında dijital sergilerden British Council Duvarları Olmayan Müze örneği incelenirken, kullanıcı deneyimine bağlı olarak sanal müze, sanal tur memnuniyetine araştırılmıştır.

Araştırmada literatür taraması yapılmış ve ankette 18-64 yaş arası hedef kitle olarak belirlenmiştir.

Soruların Hazırlanması: Araştırmada veri toplama yönteminden çevrim içi anket tekniği uygulanmıştır. Ek'te soruları verilmiş olan çevrimiçi anket iki bölüm olarak belirlenmiştir. Birinci bölümde demografik bilgiler, ikinci bölümde sanal müze, sanal tur kullanımına memnuniyetine ilişkin sorular yer almıştır.

Soruların Ölçeklendirilmesi: Ankette ölçek olarak daha önce güvenilirliği kanıtlanmış “Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeğinin Türkçe’ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması” kullanılmıştır. Ölçek; Kuzey Texas Üniversitesi’nde D’Alba (2012) tarafından, 3D sanal müzede sanal tura katılan öğrencilerin sanal tura yönelik memnuniyet düzeylerini tespit etmek için geliştirilen Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet (SMSTM) Ölçeğinin Türk dili ve kültürüne uyarlanmış versiyonudur.

Anketin ikinci bölümünde kapalı uçlu olmak üzere 19 soru yer almıştır. Ankette ayrıca 5’li likert ölçeğine göre soru hazırlanmış, katılımcının sanal müze ve sanal turlarla ilgili tutumunu belirtmesi istenmiştir. Anket tekniğinde elde edilen bulgular yorumlama yöntemiyle analiz edilmiştir.

B. Araştırma Bulguları

1. Bulgular

Araştırma kapsamında ankete toplam 434 kişi katılmıştır. Katılımcılardan en az bir defa sanal müze veya sanal tur gezmiş 308 kişi anketi tamamlamıştır. Katılımcıların çok az bir kısmı, çok az miktarda soruya cevap vermemiştir. Araştırma sonuçlarının yüzdeliği bu durum göz önünde bulundurularak alınmıştır.

Çizelge 4 Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	%
Kadın	260	60
Erkek	173	40

Bu soruyu toplam 433 katılımcı cevaplamıştır. Katılımcıların 260 tanesi (%60) kadın, 173 tanesi (%40) erkektir. Bu bağlamda katılımcıların cinsiyet dağılımına göre bulguların değerlendirmesinde kadın ağırlığının fazla olduğu gözlemlenmektedir.

Çizelge 5 Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı

Eğitim Düzeyi	Frekans	%
Lise	39	9
Lisans	228	52,9
Ön Lisans	31	7,2
Lisansüstü	133	30,9

Katılımcılardan 431 tanesi bu soruyu yanıtlamıştır. Sanal müze ve sanal tur kullanıcılarının dijital araçları aktif kullanımlarında eğitimlerinin de bir etken olabileceği düşünülerek eğitim düzeyi lise öğreniminden başlatılmıştır.

Çizelge 6 Katılımcıların Yaş Aralığına Göre Dağılımı

Yaş Aralığı	Frekans	%
18-24	63	14,5
25-34	139	32,1
35-44	137	31,6
45-54	59	13,6
55-64	35	8,1

Katılımcılardan 433 kişi bu soruyu yanıtlamıştır. Bu araştırmada tüm bireylerin sanata ve sanat yapıtına doğrudan erişimi önemsendiği için dijital mecraları aktif kullanan yaş aralığı baz alınarak 18-64 yaş arası belirlenmiştir.

Çizelge 7 Katılımcıların Sanal Müze veya Sanal Sergi Gezme Düzeyine Göre Dağılımı

Sanal Müze veya Sanal Sergi		
Gezme Deneyimi	Frekans	%
Evet	308	71,3
Hayır	124	28,7

Katılımcılardan 432 tanesi bu soruyu yanıtlamıştır. Araştırma, sanal müze veya sanal sergi gezen bireyler üzerinde olacağı için, analize sanal müze gezmiş kullanan 308 kişi üzerinden devam edilmiştir. Bundan sonra yer alan soruları sadece sanal müze deneyimi yaşayan katılımcılar cevaplamıştır.

1- Kesinlikle katılmıyorum

2- Katılmıyorum

3- Kararsızım.

4- Katılıyorum.

5- Kesinlikle Katılıyorum.

Çizelge 8 Sanal Müze, Sanal Tur Memnuniyet Ölçeğine Verilen Cevapların Frekans ve Yüzdelikleri

Sorular	1		2		3		4		5		Toplam	
1. Sanal müze kullanmak cezbedicidir.	8	%2,6	36	%11,7	85	%27,6	104	%33,8	75	%24,2	308	%100
2. Sanal müze kullanmak keyiflidir.	8	%2,6	36	%11,7	85	%27,6	104	%33,8	75	%24,2	308	%100
3. Sanal müzeyi kullanmak kafa karıştırıcıdır.	94	%30,6	104	%33,9	64	%20,8	40	%13	5	%1,6	307	%100
4. Sanal müze kullanmak zordur.	109	%35,4	99	%32,1	58	%18,8	36	%11,7	6	%1,9	308	%100
5. Sanal müzeyi kullanmak eğlencelidir.	99	%2,9	32	%10,4	81	%26,4	110	%35,8	75	%24,4	307	%100
6. Sanal müze kullanımıyla edindiğim deneyimlerden bir şeyler öğrendiğimi düşünüyorum.	5	%1,6	27	%8,8	51	%16,6	129	%42	95	%30,9	307	%100

7. Sanal müzede anlatılanlar, önemli şahsiyetler ve eserler hakkında daha fazla bilgi edinmeme yardımcı oldu.	8	%2,6	26	%8,5	60	%19,5	124	%40,4	89	%29	307	%100
8. Herhangi bir anlatıyı takip etmeme gerek kalmadan, sanal müzeyi keşfederek daha çok öğrenebileceğimi hissediyorum.	18	%5,9	60	%19,7	95	%31,1	72	%23,6	60	%19,7	305	%100
9. Sanal müze ile deneyimim beni, tur süresince önemli şahsiyetler veya eserler hakkında daha fazla bilgi aramaya teşvik etti.	10	%3,3	35	11,4	66	%21,6	116	%37,9	79	%25,8	306	%100
10. Sanal müze kullanımı deneyimim sonucunda, turdaki önemli şahsiyetler veya eserler hakkında daha fazla bilgi edinmek isterim.	7	%2,3	25	%8,1	56	%18,2	138	%45	81	%26,4	307	%100
11. Sanal müze, koleksiyonun eserleri ve önemli kişileri hakkında yeterince bilgi sunuyor.	7	%2,3	24	%7,8	97	%31,6	114	%37,1	65	%21,2	307	%100

12. Fiziksel ortamdaki sanat koleksiyonlarını da sanal müze kullanarak keşfetmek isterim.	27	%8,9	36	%11,8	47	%15,4	96	%31,5	99	%32,5	305	%100
13. Sanal müzenin kullanımı kolaydır.	4	%1,3	28	%9,1	60	%19,5	118	%38,4	97	%31,6	307	%100
14. Sanal müzeyi kullanmak için özel talimatlara gereksinim duymadım.	6	%2	40	%13,1	58	%19	114	%37,4	87	%28,5	305	%100
15. Sanal müzenin nasıl kullanılacağını hızlı bir şekilde öğrendim.	3	%1	12	%3,9	39	%12,8	131	%43,1	119	%39,1	304	%100
16. Sanal müzenin nasıl kullanılacağını öğrenmek kolay oldu.	3	%1	13	%4,3	40	%13,2	130	%42,8	118	%38,8	304	%100
17. Sanal müzenin nasıl kullanılacağını hatırlamak kolay oldu.	3	%1	19	%6,3	44	%14,5	119	%39,1	119	%39,1	304	%100
18. Sanal müzenin kullanımı zahmetsizdir.	3	%1	26	%8,5	45	%14,7	120	%39,2	112	%36,6	306	%100
19. Sanal müze, benim müze ziyaretim için bir tamamlayıcıdır.	21	%6,8	38	%12,3	68	%22,1	86	%27,9	95	%30,8	308	%100

2. Bulguların Değerlendirilmesi

Tez kapsamında yapılan çevrim içi anketle toplamda 434 kişiye ulaşılmıştır bu kişilerden daha önce en az bir kez sanal müze veya sanal tur gezdiği için anketi tamamlayabilen 308 kişi olmuştur. Ankette kullanılan ölçek katılımcıların, British

Council'ın kurduğu Duvarları Olmayan Müze adlı dijital/sanal müze özelinde bir sanal müze veya sanal tur ziyareti esnasındaki memnuniyetlerini ölçmeye yönelik 19 maddeden oluşmaktadır.

Bulgular başlığındaki tablodan anlaşılabacağı üzere yüzdelik olarak en yüksek olan seçenekler değerlendirildiğinde görülmektedir ki; sanal müzenin cezbedici olduğuna dair maddeyi katılımcıların yüzde 57,5'i "katılıyorum" yönünde yanıtlarken, yüzde 28,6'sı "kararsız" kalmıştır, yüzde 14'ü ise olumsuz görüş bildirmiştir. Bir sanal müzeyi cezbedici yapan ilk anda tasarımı, sonra içeriği ve en önemli nitelik olarak da teknik alt yapısıdır. Bunları sağlayan sanal müze ve sanal turlar başarılı olmaktadır. Bu nitelikler kullanıcılar için önemli birer faktördür. Sanal müze kullanmanın keyifli olduğu maddesi katılımcıların yüzde 58,2'si tarafından olumlu olarak yanıtlanmıştır, yüzde 27,6'lık oranındaki katılım kararsız olurken yüzde 14,3 katılımcı olumsuz olarak cevaplamıştır. Sanal müze kullanmanın kafa karıştırıcı olduğu maddesine yüzde 64,5 kullanıcı katılmamıştır, yüzde 14,6 oranındaki kullanıcı ise kafa karıştırıcı olduğunu düşünmüştür. Bir dijital platformu kafa karıştırıcı yapan etkenler tasarımın işlevsel olmaması ve yönlendirme yönergelerinin amacına ulaşmamasıdır. Bu yanıtlara göre sanal müzeler çoğunlukla bu özelliği karşılamaktadır. Sanal müze kullanmak zordur maddesini yüzde 67,5 katılımcı "katılmıyorum" yönünde yanıtlamıştır, yüzde 13,6 oranındaki katılımcı "katılmıyorum" derken yüzde 18,8 oranındaki katılımcı kararsız kalmıştır. Bir sanal müzede kullanıcı deneyiminin kolayca pratik olarak gerçekleşmesi her zaman tercih edilir olmuştur. Karmaşık tasarımlar, yetersiz yönlendirme butonları her zaman o dijital müzenin kullanımını zorlaştırmaktadır. Eğlenceli olduğuna ilişkin maddeyi yüzde 60,2 kişi olumlu yanıtlamıştır. Bir sanal müzenin eğlenceli olması dışındaki önde gelen işlevi öğretici olmasıdır. Ölçekte yer alan sanal müze ziyaretinin öğretici olduğu maddesini 72,9 katılımcı olumlu bulurken, yüzde 16,6 oranındaki katılımcı kararsız olduğunu belirtmiştir. Bu oran sanal müzelerin de fiziksel müzeler gibi öğretmen işlevini yerine getirdiğini göstermesi açısından önemlidir. Eğitim ve öğretime katkı sunan müzelerin bilgi edinmeye yardımcı olma maddesine yüzde 69,4 oranında olumlu yanıt verilmiştir, herhangi bir anlatıyı takip etmeme gerek kalmadan sanal müzeyi keşfederek daha çok öğreniyorum maddesinde ise 43,3 kişi olumlu görüş bildirirken, yüzde 31,1 oranındaki kişi kararsız kalmış, yüzde 25,6 oranındaki kişi ise olumsuz görüş bildirmiştir. Önceki öğrenme ve bilgi edinme maddesiyle ilgili soruda olumlu

görüşlerin oranı yüksek çıkarken, başka bir anlatı veya kaynağa ihtiyaç duymadan sanal müzeyi keşfederek bir öğrenmenin gerçekleşmediğini düşünenlerin oranının düşük çıkmasının nedeni sanal müzelerin içeriğine güvensizlik duyulması olabilmektedir. Doğru yanlış teyide her türlü muhtaç enformasyonun internet ortamında olmasının bunda payı olabilir. Sanal müze deneyiminin tur süresince önemli şahsiyetler ve eserler hakkında daha fazla bilgi aramaya teşvik ettiği maddesinde yüzde 63,7 kişi “Katılıyorum” yanıtını vermiş, yüzde 14,7 oranındaki kişi “Katılmıyorum” derken, yüzde 21,6 oranındaki kişi ise kararsız kalmıştır. Benzer bir madde olan sanal müze kullanımı deneyimin sonucunda, turdaki önemli şahsiyetler veya eserler hakkında daha fazla bilgi edinmek isterim maddesinde de yüzde 71,4 oranında olumlu görüş verilmiş, yüzde 10,4 oranında olumsuz görüş verilirken yüzde 18,2 oranında ise kararsız kalınmıştır. Bu oranlardan anlaşılmaktadır ki sanal müzeler, kullanıcılara tek tıkla fiziksel mekan değiştirmelerine gerek kalmadan bulundukları yerden ilham olabilmekte ve kültürel katkı sunabilmektedirler. Sanal müzelerin koleksiyon eserleri ve önemli kişiler hakkında yeterli bilgi sunduğu maddesinde yüzde 58,3 oranında olumlu yanıt verilmiştir. Fiziksel ortamdaki sanat koleksiyonlarını sanal müze kullanarak keşfetmek isterim maddesine yüzde 64 oranında “Katılıyorum” denilirken yüzde 15,4 oranında “Kararsızım” denilmiş ve yüzde 20,7 oranında “Katılmıyorum” denilmiştir. Buradaki olumlu oranın yüksek çıkmasının payında Covid-19 sürecinde küresel olarak hızlanan dijitalleşmenin payı olabilir. Olumsuz görüş bildiren katılımcılar ise diğerlerine görece daha geleneksel eğilimleri olan sanat takipçileri olabilir. Bunun yanı sıra, sanal sanat platformlarını bir sanat izleyicisi (alımlayıcı) olarak tatmin eder nitelikte bulmayabilir. Sanal müzenin kolay kullanım maddesine yüzde 70 oranında olumlu yanıt verilmiş, yüzde 19,5 oranında kararsız yanıtı ve yüzde 10,4 oranında olumsuz yanıt verilmiştir. Oranın böyle sonuçlanmasının bir nedeni anketi yanıtlayan katılımcılarının yaş aralığına bakıldığında yüzde 90’ının dijital yerli olduğu görülmektedir. Dijital yerliler ise sanal mecraları kolaylıkla kullanan bir yaş aralığını ifade etmektedir. Sanal müzeyi kullanmak için özel talimatlara gereksinim duymamakla ilgili maddeyi yüzde 65,9 kişi olumlu yanıtlamış, yüzde 19 kişi kararsız kalırken yüzde 15,1 kişi olumsuz yanıtlamıştır. Buradan anlaşıyor ki sanal müze ve sanal sergi ziyaretçilerinin çoğunluğu dijital platformların kullanım pratiklerine hakimdir. Bu maddeyi destekleyici bir madde olarak sanal müzenin nasıl kullanılacağını hızla öğrendim maddesinde olumlu yanıt yüzde 82,2’dir. Çoğunluğun verdiği yanıtın olumlu olması

anketi dolduran kullanıcıların dijital toplumunun birer parçası olduklarını göstermektedir. Sanal müzenin nasıl kullanılacağını öğrenmenin kolay olduğu maddesine yüzde 81,6 kişi “Katılıyorum” demiştir. Bu oran ilk kez sanal müze kullanan bireylerin kullanım pratiklerini ifade etmektedir. Sanal müzenin nasıl kullanılacağını hatırlamak kolay oldu maddesinde ise yüzde 78,2 oranındaki kullanıcı olumlu görüş bildirirken yüzde 7,3 oranındaki kullanıcı olumsuz görüş bildirmiştir. Sanal müzenin kullanıcıların müze ziyareti için bir tamamlayıcı olduğu maddesi ise 58,7 oranında olumlu yanıtı sahiptir, yüzde 22,1 oranında kararsız yanıt vardır, yüzde 19,1 oranında ise olumsuz görüş mevcuttur. Sanal müze deneyiminin tamamlayıcı olduğunu düşünenlerin oranı en yüksek oran olsa da kararsız kalan ve olumsuz düşünenlerin oranının toplamı yüzde 41,2’dir buradan anlaşıyor ki sanal müzenin tamamlayıcı olma özelliği tek başına çok güçlü bir özellik olmamaktadır. Anket sonuçları yorumlandığında görülmektedir ki, bireyler sanal müze ve sanal tur kullanımını büyük oranda olumlu bulmaktadırlar. Fakat bazı maddelerde olumsuz görüş bildirme ve kararsız kalma oranlarının yüksek olmasa dahi belirgin olduğu görülmektedir. Burada ankete katılan sanat takipçisi bireylerin dijital/sanal sanat platformlarını aktif kullanıyor olmalarının yanı sıra bazı durumlarda düşük oranla da olsa çekinceleri olduğu görülmektedir. Söz konusu maddeler, sanal platformlara adapte olamama veya onların kullanım pratiğiyle ilgili değildir. Bu durumla ilgili öne çıkan iki madde vardır; ilk madde fiziksel ortamdaki sanat koleksiyonlarını da sanal müze kullanarak keşfetmek isterim maddesidir buradaki olumsuz görüş yüzde 20,7, kararsız görüş yüzde 15,4’tür. İkincil olarak öne çıkan madde ise sanal müze, müze ziyareti için bir tamamlayıcı olduğu maddesidir buradaki olumsuz görüş yüzde 19,1, kararsız görüş ise yüzde 22,1’dir. Söz konusu iki maddedeki olumsuz ve kararsız görüşler, elbette olumlu görüşlere oranla düşüktür. Bulgular yorumlandığında sanal müze kullanımına ilişkin memnuniyet oranı yüksek çıkmıştır. Bunun yanı sıra yukarıdaki iki maddenin yanıtı incelendiğinde bireylerin sanata erişim sağlamada sanal müze veya sanal tur gibi dijital platformların kullanımında bir miktar çekincelerinin olduğu görülmektedir. Bu çekince geleneksel yöntemler ve dijital/sanal dünyaya ait olmak arasında bir yeri işaret etmektedir.



IX. SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanın üretme dürtüsü içten gelen bir potansiyelle ortaya çıkmaktadır. Bu en eski zamanlı kalıntılara sahip mağara duvarı resimlerinden bu yana süregelmektedir. İnsan ilk sanat eserini verdiği yıllardan bu yana gerek koşulların gerekliliklerinden gerek hayatta kalmak için gerekse vaktini anlamlı kılmak için sürekli üretmiş ve ortaya koyduğu nesnenin görünür olmasını arzu etmiştir. Sanat da tinsellik ile yaşam pratiği arasında bu devingenliğin sonuçlarından biri olarak üretme arzusundaki insanın hayatında yer almaktadır.

Günlük hayatta insanların basit edimlerinden doğan sanat, felsefenin alanına girdiği zaman sanat nesnesinin kendisiyle değil, kavramsal olarak sanatla ilgilenir. O, sanatın tanımı hakkında kesin yargılara ulaşmayı hedeflemek yerine yolda olmayı tercih etmektedir. Önemli olan bu süreçteki kazanımlardır. Felsefenin sanatı ele alış biçiminde sanatçı, sanat yapıtı, alımlayıcı, yapıt-alımlayıcı ilişkisi olarak dörtlü öge öne çıkmaktadır. Antik Yunan'dan bu yana sanatın bireysel veya toplumsal bir yansıması olduğu fikri söz konusudur. Platon, varlık ve temsil arasındaki ilişki imgesinde yanılmalı bir gerçeklik görmektedir. Bir şeyin yerine geçen imge, onu temsil etmektedir.

Zanaat ile sanat arasındaki zaman zaman geçişken ayırım, sanatın Güzel Sanatlar'ın bir kolu olarak kategorize edilmesiyle sona ermiştir. İnsanda coşku uyandıran sanatlar olarak kategorize edilen; resim, heykel, mimari, edebiyat, müzik, tiyatro ve dans disiplinleri Güzel Sanatlar'ın dalları olarak nitelendirilmektedir. Biçimsel kategori bağlamında ilk olarak görselliği baz alan, görsel kaygıların ön planda olduğu sanat dalı Görsel Sanatlar öne çıkmaktadır.

Gelişen teknolojiyle sanat da alışlagelmiş pratiklerinin uzağında yepyeni deneyimlere kapılarını açmıştır. Özellikle çağdaş sanattaki bu dönüşüm, sanat nesnesini ilgilendirdiği gibi nesnenin sunuş biçimi olan sergilemeyle de alakalıdır. Sergileme biçimleri, dönüşen dünyada sanat yapıtının yeniden tanımlanması ve

yeniden üretilmesiyle birlikte farklı platformlar bulabilmektedir. Görsel sanatlar da yeni sergileme biçimlerine yönelerek farklı mecralarda yer almaktadır.

Sanat teorik olarak üç sac ayağına sahiptir; sanat yapıtı, sanatçı ve alımlayıcı. Bir sanat yapıtı sanatçı ve alımlayıcı olmadan eksiktir. Bir sanat yapıtı, onu seyircisine sunan bir mekan fikri olmadan eksik kalmaktadır. Sanat ilk üretim zamanlarında dahi mağara, anıt, mezar gibi mekanlarda, ortaya çıkışının doğal seyri sonucunda yer bulmuştur. İlerleyen yüzyıllarda ise artık onun için ayrılmış özel mekanlarda yer almaya başlamıştır. Yüksek Rönesans döneminde Nadire Kabinesi olarak orijinal adıyla ‘wunderkammer’ olarak adlandırılan minimal mekanlar artık sanat yapıtlarının konulduğu özel dolaplar, odalar olmuştur. Nadire Kabineleri tam olarak bir sergi salonu gibi olmasa da Avrupalıların dünya seyahatlerinde aldıkları nesnelerden oluşuyordu. Yeni Dünya keşfedilmişti, Avrupalı soylular seyahatleri sırasında uzak coğrafyalardan ilgilerini çeken objeleri getirmekteydiler. El yapımı objeler, dondurulmuş hayvanlar, kurutulmuş bitkiler gibi sanatsal ve bilimsel materyalleri kapsıyordu. Nadire Kabineleri bu bakımdan müze ve serginin atası olarak nitelendirilmektedir. Nadire Kabineleri, envanter bakımından bir zenginliğin, ekonomik gücün ve finansal etki alanının göstergeleriydi. Soyluların malikanelerindeki kabineler; galeri, sergi salonu ve müze gibi özel sergileme mekanlarının yüzyıllar içinde ortaya çıkması adına önemli bir temel oluşturmaktadır.

Sanat yapıtı taşınabilir olduğu zaman, oluşturulduğu mekanlardan bağımsız olarak farklı mekanlarda yer almaya başlamıştır. Sergileme fikri artık kişisel alanlardan çıkarak kamusal alana taşınmıştır. İlk başta sergi mekanlarında sadece bir nesne olarak konumlanan yapıt, sanatçının mekan etkisini de yaratım sürecine katmasıyla, sanat ve mekan birlikteliği pek çok sergileme yeniliğini de beraberinde getirmiştir. Sergileme; estetik değeri olan objelerin ve sanat yapıtların insanların beğenisine sunulmasıdır. Bir çeşit teşhirdir. Sanat yapıtı salon, galeri, müze ve fuar alanlarında yer almaktadır. Teknolojinin gelişmesi ve yeni sergi platformlarının hayata geçmesiyle yepyeni sergileme biçimleri oluşmuştur. Mekanlar ve biçimler dönüşmüştür.

Sergileme yönteminin önemi, sanatçının yapıtının artık onun aidiyetinden çıkıp sanat takipçisi/izleyicisiyle baş başa bırakıldığında daha iyi anlaşılmaktadır. Sergileme, sanatçı ve küratöre yaratıcı alan açar. Yeni platformlar ve biçimler sanatın

sergilenmesi hususunda sonsuz ihtimallerin alanını temsil etmektedir. Bu, yaratıcı düşünce için özel bir evrendir.

Müzeler, sergilemelerin yapıldığı en kadim sanat mekanlarıdır. Tarih boyunca kapsamı, çeşidi, işlevi değişmiş olsa dahi yüzyıllar içinde kendi kültürünü ve uluslararası standartlarını oluşturmuş yapılardır. Kökleri Antik Yunan'a dek uzanan müzeler, Antik Yunan'dan Orta Çağ'a gelindiğinde ise seferlerle birlikte bilinçli bir koleksiyon fikri ortaya çıkmıştır. Savaş ganimetleri ve seyahatlerin yaygınlaşması gibi nedenlerle 18. yüzyılda kraliyet koleksiyonları oluşmuştur. Bu koleksiyonların kurumsallaşmasıyla Avrupa'daki imparatorluk merkezlerinde müzeler oluşmuştur. İlerleyen yüzyıllarda müzeler yaygınlaşmış ve en nihayetinde içinde bulunduğumuz 21. yüzyılda farklı işlev, tema ve konseptlerde müzeler açılmıştır. Müzeler geldikleri noktada farklı disiplinlere ait sanat yapıtlarına ev sahipliği yapmaktadırlar. İşlevlerine göre müzeler muhafaza, bakım-onarım, koleksiyon, sergileme, atölye, söyleşi ve panellere imza atmaktadırlar. İnsanlar müzeleri sanat yapıtlarını görmenin yanı sıra sergileme yöntemlerini görmek için de ziyaret etmektedirler.

Sanata ev sahipliği yapan mekanlar arasında galeriler bulunmaktadır. Sanatçının yapıtlarını özgürce sergileyebildikleri galeriler en temelde ticari bir kuruluştur. Tarihi ise 1600'lü yıllardaki salon Sergilerine kadar gitmektedir. Fransa'da sarayın salonunda sadece kraliyet üyeleri için sergilenen yapıtların ardından farklı Salon Sergileri halka açık olarak düzenlenmeye başlamıştır. Galeriler de tıpkı müzeler gibi on yıllar içinde geçirdiği dönüşümlerin ardından bugünkü kimliklerine kavuşmuştur. Sanatçının temsili açısından önemli bir rol üstlenen galeriler, sanat piyasasına yön veren mekanlardır.

Sanat yapıtlarının bir başka sergilenme mekanı ise fuarlardır. Sanat fuarı olarak adlandırılan mekanlar, senenin belirli zamanlarında şehrin merkezi konumlarında kurulmaktadır. Sanat piyasasının aktörlerini bir araya getiren fuarlar, piyasaya yön verme potansiyeline sahiptirler. Sanatçı ve sanat izleyicisini buluşturmanın ötesinde sanat koleksiyonerleri, müze ve galeri yöneticilerini de tek bir zeminde bir araya getiren ulusal ve uluslararası alanlardır.

Sanatın başrolde olduğu bir diğer organizasyon ise bienaldir. Bienaller; şehir yaşamına, kent kültürüne, birlikte yaşamaya, şehrin irili ufaklı topluluklarına ve topluma ilişkin farkındalık yaratacak sanat çalışmalarına ev sahipliği yapmaktadır. Tüm bu sanat projelerinin de şeffaf olarak, sosyal açıdan şehrin merkezî konumundan

uzakta kalan, sosyo-ekonomik olarak değişime ihtiyacı olan semtlerinde yürütülmesi esastır. Böylece bienaller sayesinde sanat, şehre yayılır. Küresel çaptaki sanat etkinliklerinden biri olan bienaller çağdaş sanatın en prestijli sanat olaylarının başında gelmektedir.

20. yüzyılın sonlarından itibaren hayata yön vermeye başlayan elektronik teknolojisi, 21. yüzyılda yaygınlaşan kullanım alanıyla kendi endüstrisini oluşturmuştur. Bilgisayar teknolojisi ise elektroniğin dünyaya en önemli armağanlarından olmuştur. Teknoloji, yalnızca bilişim sektörünün ürünü değildir sanattan iletişime pek çok alanın ortak paydasıdır. İletişim; duygu ve düşüncelerin çeşitli yollarla başka bireylere aktarılmasıdır. Bunun aracılı ya da aracısız olarak iki yöntemi bulunmaktadır. Aracısız yöntem en az iki birey arasında gelişirken. Aracılı olan iletişim ise teknolojik araçlar gerektirmektedir.

Elektronik çağın en önemli teknolojisi şüphesiz bilgisayar ve internet teknolojisidir. Bilgisayarlar gelişen teknolojik sistemlerle geldikleri noktada bireyin asistanlığını üstlenir olmuşlardır. İlk olarak askeri strateji için kullanılan internetin alanı World Wide Web teknolojisini geliştirilmesiyle yaygınlaşmıştır. Web 1.0'den Web 0.4'e uzanan internet teknolojisi sayesinde dijitalleşme de hız kazanmıştır.

Dijital dünya sadece kendi nesnelerini değil kendi ekosistemini de inşa etmektedir. Birey artık teknolojik cihazlar eşliğinde kendi sanal gerçekliğini yaratmaktadır. Sayısal sistemlerin hakimiyeti, dijital ve sanal kavramı arasında bir geçişkenlik yaratmış ve bu kavramlar birbirinin yerine kullanılır olmuştur. Bu boyutuyla bilişim sistemlerinin bir ürünü olan dijitallik/sanallık pek çok sektörde kendi araçlarını oluşturmakla kalmamış, sanat alanında da bunun neticelerini göstermiştir. Resim sanatından fotoğrafa pek çok disiplin dijital/sanal bir dönüşüme uğramıştır. İnsan algılarını değiştiren, fizik ve zaman ötesi bir deneyim sunan sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojileri bu alanın en cürekâr çalışmaları olarak öne çıkmıştır.

Görsel sanatın dijitalleşmesine bir diğer örnek ise son dönemde yaygın olan NFT'dir. NFT'ler sanat alanındaki görsel üretimleri metalaştıran dijital varlıklardır. Sanat, NFT ile sadece dijital olarak varlığı kanıtlanmış olan bir nesneye dönüşmüştür. Sanat takipçisi ona yalnızca sanal platformlar üzerinden sahip olabilmektedir. Böylelikle sanat yapıtı sahibi tarafından bir galeriden alınarak duvara asılıp seyredilen tablodan, fiziksel bir gerçekliğe sahip olmayan ve ancak belirli dijital platformlarda sanal bir sahiplik temsil eden bir noktaya gelmiştir.

NFT kadar çarpıcı olan bir diğer dijitalleşme örneği ise Metaverse olarak adlandırılan sanal evren teknolojisidir. Kullanıcılar, Metaverse evreninde mülkiyet sahibi olunabilecek veya reel dünyadaki gibi sosyal faaliyetlerde bulunabileceklerdir. Gerçek ile sanalın; hakikat ile kurmacanın sınırlarının yok olduğu bir çağ olan 21. yüzyılda insanlar, hızla piyasaya sürülen yeni teknolojileri henüz kavramaya çalışırken onlara bir yenisi daha eklenmektedir. Geleneksel ve tutucu toplumlar için bu süreçte adapte olmak zorlu ve karmaşık olabilmektedir. Teknoloji tam da gelişimi itibarıyla böylesi bir döngüyü toplumlara sunmaktadır. Ne için üretildiğini kavrayamadan tüketim.

Sanal platformlar sayesinde zaman-mekan kavramı farklılaşmış, mesafeler yok olmuş, yerel sınırlar kalkmış küreselleşmenin somut etkileri bireyin mikro ölçekli yaşamında hissedilir olmuştur. Sanal gerçeklik fiziki mekanda olmayan şeylerin sanal ortamda tıpkı fiziki bir ortammışçasına yeniden inşa edilmesidir. Artırılmış gerçeklik ise reel dünyadaki nesnelere veya ortamlara dijital görüntü ve efektlerin dahil edilmesidir. Her iki deneyim de bireyi var olduğu gerçeklikten kopararak yepyeni bir boyut ve algının içine davet etmektedir. Bu gerçeklik ve sanallık çelişkisi daha ileri boyutlara gittikçe kullanıcılarda bazı dijital hastalık semptomları ortaya çıkabilmektedir. Harold Innis'in düşüncesine göre toplum ve teknoloji birbirinden etkilenen, birbirini besleyen biri sosyal biri teknik bir oluşumdur. Teknolojinin toplumsal olarak belirleyici bir yanının olmasının yanı sıra aynı şekil de toplumun da teknoloji üzerinde bir etkisi ve tasarrufu bulunmaktadır. Yani insan için olumlu veya olumsuz sonuçlar doğuran teknolojilerin her birini yine üretmiştir. Olumsuz etkilerinden dolayı teknolojiyi tümünden suçlamak bu anlamda büyük bir yanılgı olacaktır.

Dijitalin görsel sanattaki yansıması ise sanat mekanı ve sergileme biçimleri bağlamında büyük değişikliklere neden olmuştur. Dijital ve sanal müzeler bu köklü değişikliğin birer sonuçlarıdır. Yazılım tabanlı dijital müzeler, ziyaretçilerini sanal ortamda ağırlayan, içeriklerinde tıpkı geleneksel müzeler gibi koleksiyonları, süreli veya süresiz sergileri olan, sanat takipçisi/alımlayıcı erişiminin internetle sağlandığı sanal platformlardır. Fiziksel mekanlı müzelerin dijital platformlarda da var olması da o müzeyi sanal müze yapmaktadır. Öte yandan sadece sanal platformda olan, reel dünyada bir sunum mekanı bulunmayan dijital müzeler de mevcuttur. Dijital

müzelerin içeriği müze kurumunun sahip olduğu koleksiyonu ve misafir olarak ağırladığı sanat yapıtlarından oluşmaktadır.

Bir dijital müze için tasarım çok önemli bir etkidir. Çünkü sergiyi gezmek için internet sitesine giren kullanıcılar, ilk olarak müzenin ara yüz tasarımıyla karşılaşır, site farkındalık yaratan, çarpıcı bir tasarıma sahip ise ancak o zaman asıl aşama olan sergiyi gezmeye faaliyeti başlar. Kimi müzeler sanal tur biçiminde, kimileri ise slayt biçiminde yapıtların görsellerinin ekranda belirmesiyle işlevlerini yerine getirmektedirler. Yazılım ve görsel tasarım tabanlı sistemler kullanan dijital müze platformları pek çok yönleriyle geleneksel müzelerden ayrılmaktadır. Dijital müzeler küreselleşen dünyada sanat takipçisi için önemli bir fırsat doğurmuştur. Yurt içinde ve farklı ülkelerde gidilerek görülmesi maddi açıdan hayli güç olan sanat koleksiyonlarını görmeye imkan vermektedir. Bu ciddi bir sanat izleyicisi için oldukça önemli bir gelişmedir. Öte yandan zaman mefhumu da ortadan kalktığı için sanat izleyicisi sanat yapıtıyla bir araya gelirken kendisini özgür hissetmektedir.

Geleneksel müzelerde sanat takipçisi, bir yapıtın karşısına geçerek onunla bir tür duygusal veya düşünsel bağ kurabilmektedir. Sanal müzelerde ise yapıt eğer bir dijital sanat ürünü değilse, onun orijinaliyle karşı karşıya olmak mümkün değildir. Sanat takipçisi onun ancak dijital nüshasını görebilmektedir. Fiziksel sanat mekanında ise sanat yapıtı ve sanat izleyicisi arasına yapıtı çevreleyen koruma önlemleri, bazen bir fanus görevi gören camekanlar ve en önemlisi de odaklanmayı önleyici çeşitli gürültü etkenleri girmektedir. Dijital olarak o sergiye ulaştığı anda ise ortamda sadece yapıt ve kendisi olacaktır. Mouse aracılığıyla söz konusu yapıtı çok yakından inceleyebilmektedir. Yapıtla ilgili daha fazla bilgiye internet aracılığıyla hızla ulaşabilmektedir. Kendisi bu süreçte bir dijital emek de vereceği için bu sanat deneyimi oldukça özel, kişiselleşmiş bir tecrübe olacaktır.

Dijital müze ve sergiler, başarıyla uygulanan tasarım sayesinde kullanıcıya dijital müze deneyimi yaşatırken tıpkı fiziksel bir müzede geziyormuş hissi de yaşatabilmektedir. Sadece dijital platformda olup, fiziksel mekanda bulunmayan müzeler tasarım ve sergileme biçimi olarak daha özgün bir yapıya sahiptirler. Geleneksel müzelerdeki duvarlar ve camekanlar yerine sonsuz bir uzam veya yer çekimsiz bir sergileme tasarımına imza atabilirler. Bu da müze ziyaretçilerini yapıtlar arasında hiyerarşinin olmadığı, tüm sanatçıların eserlerinin eşit yaklaşımla

sergilendiği ve yapıtın bir sanat nesne olmasının ötesinde tinselliğini hatırlatan bir sonuca götürmektedir.

Duvarları Olmayan Müze yalnızca sanal olarak var olan, Türkiye'nin ilk dijital müzesidir. Bu müze tasarısı sayesinde, British Council'ın İngiltere'de bulunan koleksiyon eserleri, tüm dünyadaki internet kullanıcılarının erişimine açıktır. Zamanı ve mekanı sıfırlayan bu sanal oluşum, dünyada interneti olan herkesin sanatla buluşmasını sağlamaktadır. Böylesi dijital müzeler bireye zaman mekan bağımsız bir alan sunmaktadır.

Sanal müze ve sergiler, küratörlüğe de yepyeni yaklaşımlar getirmektedir. Mimari mekan kısıtlamaları nedeniyle radikal sergilemeler yapamayan küratörler artık mekandan bağımsız olarak üretebilmektedirler. Bu durum sanal sergi küratörlüğü olarak yeni bir meslek kolu doğmuştur.

Bazı sanal müzeler, kolektif sergilere imza atmaktadırlar. Bunu da sergi ziyaretçilerinin katılımlarıyla gerçekleştirmektedirler. Bu durum da sanat takipçisini sadece bir izleyen değil, serginin kürasyon sürecine katkı sunan, yorumlaya, eleştiren bir dijital aktivist konumuna getirmektedir.

Tüm dijital müze ve sergilerin gayesi erişilebilir olmaktır. Sanal müze, bu anlamda erişilebilirliğin en yüksek olduğu müze çeşididir. Mekan değişimine ihtiyaç duymaksızın kullanıcıları bambaşka kültürel, sanatsal dünyalara götürme potansiyeline sahiptir. Özellikle engelli bireyler veya müze gezmek için sosyo-ekonomik durumu çeşitli sebeplerle uygun olmayan kişiler için, internet olduğu müddetçe sınırsız bir erişim alt yapısı söz konusudur. Sanal müzeler işitme ve görme engelli bireyler için de alt yazı ve işaret dili hizmeti verebilmektedirler. Bu oldukça kuşatıcı ve kapsayıcı bir sonuç doğurmaktadır.

Sanal müzeler medya yaklaşması göz önünde bulundurularak bilgisayar kadar cep telefonu, tablet ve diğer android cihazlara uyumlu olarak tasarlanmalıdırlar. Böylece yeni medyanın yaklaşma özelliği, sanal müzelerde deneyimlenebilir. Farklı cihazlarda bulunma, daha çok müze ziyaretçisine erişim sağlanmasına olanak sunacaktır.

2019'un son aylarında ilk belirtilerini gösteren küresel salgın Covid-19 nedeniyle tüm dünya uzun karantina süreci geçirmiştir. Sokaklarda günlük yaşam durma noktasına gelmiş, pek çok sektör üretimini durdurmuş, ülkelerin sağlık

sistemleri çökmüş ve milyonlarca ölüm yaşanmıştır. Böyle bir atmosferde her şey gibi sanat üretimi ve sanata olan ilgi de durma noktasına gelmiştir. Dijital müzeler ve sergiler böylesi bir atmosferde sanat için tek çıkış kapısı olmuştur. Geleneksel müzeler varlıklarını hızla dijital platformlarda aktif bir şekilde sürdürme çabasına girmişlerdir. Zaten sanal olarak çalışmalarını sürdüren müzeler ise bu alana daha çok yatırım yaparak içeriklerini zenginleştirip, muadillerinden farklı kılmaya çalışmışlardır. Pandemi nedeniyle dünyadaki devlet ve özel sanat kurumları dijital platformlara zorunlu olarak geçiş yapmışlardır. Bu süreçte yaygınlaşan sanal platformların yoğun kullanımı, ülkelerin dijital topluma geçiş sürecine hız katmıştır. Bilgisayar aracılı toplumlarda; simgesel dil, imajinasyon ve görsellik ön plandadır. Bu da bireyler arasında uzun diyaloglar ve derin iletişim yerine kısaca haberleşme iletişimi, emojilerin hakim olduğu dijital diyaloglar ve görselliğin başrolde olduğu bir iletişim türü ortaya çıkarmıştır. Harold Innis'in ifade ettiği toplumsal biçimlerdeki ve kültürdeki değişiklikler iletişim teknolojisindeki değişimlerin bir fonksiyonu olmaktadır. Teknoloji toplumu ve kültürünü şekillendiren en önemli etken olarak öne çıkmaktadır.

Sanal müzeler, Marshall McLuhan'ın savunusunu yaptığı teknolojik determinizm kuramı kapsamında "Araç, mesajdır" fikriyle örtüşen oluşumlardır. Sanal müze biçim olarak başlı başına bir araçsal ortam oluşturmaktadır. İletişim teknolojileri değişime uğradıkça kültür de değişime uğramaktadır. McLuhan *"Biz ilk başta aletlerimize şekil veririz ve daha sonra aletlerimiz bize şekil verir"* görüşüyle, teknolojinin insan üzerindeki etkisini açıkça ifade etmiştir. Dijitalleşen dünya bir yandan da enformasyonla örülü olan ağ toplumunu oluşturmuştur. Bu da McLuhan'ın global köy fikrine zemin hazırlayan bir görüş olarak yer almaktadır. Sanal ve dijital müzeler bu ağ sisteminin kültür sanatla ilgili olan kısmında yer almaktadır.

Baudrillard ise artık gerçekliğin yok olduğunu ve hiper-gerçekliğin var olduğunu ifade etmiştir. Fransız düşünüre göre hiper-gerçeklik veya simülasyon, gerçeğin kendi gerçekliğini üretmesidir. Bu da bir gerçek değil ancak kopya olacaktır. Simülasyon, simüle ve simülakr kavramlarının ortak noktası gerçeğin onu terk ettiğidir. Baudrillard için sanal alemdeki nesneler düşseldir, gerçek versiyonları yoktur. Bu durum sanal müze kullanıcıları için gerçek ile sanal alanın belirsizleşmesi nedeniyle bazı dijital hastalık semptomlarını açığa çıkarabilmektedir. Dijital sergiler nedeniyle zaman

zaman bireyler bu muğlaklığı yaşayabilmektedirler. Bu da platform-izleyici açısından karşılıklı etkileşimin bir sonucudur

Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer ‘kültür endüstrisi’ni bireylerin; müzik, sinema, kitap gibi çeşitli kültür sanat etkinlikleriyle boş zamanlarını doldurmalarını kapitalist sistemin önemli bir işlev alanı olduğunu söylemektedirler. Adorno tarafından ‘kitle kültürü’yle aynı anlamda kullanılan kültür endüstrisi, bireylerde sürekli bir şeye ihtiyaçları varmış hissi yaratarak onları tüketime yönlendirmektedir. Pazarlanan kültürel faaliyetler ise eğlenceli vakit geçirmeye teşvik eden etkinlikler olmaktadır. Adorno ve Horkheimer’in kültür endüstrisi hakkında savunuları oldukça negatif bir söylem olmasının ötesinde modern bireye kültür ve sanat alanında içtenlikle yapacakları bir faaliyet alanı bırakmamaktadır. Adorno ve Horkheimer için müze gezmek dahi kültür endüstrisinin bir neticesi olmakta ve kişiyi metalaşan bir özne yapmaktadır. Oysa bunun aksi de mümkün olabilmektedir. Bir birey kitlesel hareketle değil de kendi entelektüel ihtiyacı bağlamında bilinçli tercihleriyle bir sanat faaliyetinin içinde bulunabilecektir. Bu düşüncenin ışığında; sanal ve geleneksel müzeler eğitici ve öğretici işlevlerinin yanı sıra eğlenceli olma niteliği de taşıyan dijital platformlardır. Bu bağlamda söylemek gerekir ki kültür endüstrisi kuramı, bizleri toplumların büyük resimleri kapsamında doğru sonuçlara ulaştırabilir. Fakat bireyin yaptığı tüm kültür sanat faaliyetlerinin kültür endüstrisinin dayattığı bir zorunluluk olarak görülmesi mümkün değildir. Bu noktada bakılması gereken kısım bireylerin boş zaman ve sanat etkinliklere yönelme davranışları olacaktır.

Birleşik Krallık’ın eğitim, kültür ve sanat faaliyetlerinin yürütücüsü British Council’in kurduğu Duvarları Olmayan Müze, bu tez çalışmasının odağını oluşturmaktadır. Sanal müze kapsamında düzenlenen sergilerde British Council Koleksiyonu’ndan eserler yer almaktadır. British Council, Türkiye’de dijital sergi açan ilk kurumdur. Yapıtları yalnızca dijital olarak erişime açıktır, gerçek mekanlı bir salon, galeri ya da müzede sergilenmemektedir. Bu özellik onu dijital sergiler arasında ayrıcalıklı bir yerde konumlandırmaktadır. Hem sanal uygulamaların yüksek potansiyelli kullanımı hem de bu yolla iki farklı kültürün etkileşiminin amaçlanması, sınırların silikleşerek azaldığı küresel dünya için oldukça mühim bir sanat adımıdır. Sadece İngiltere’deki binada Birleşik Krallık fiziksel arşivinde bulunan koleksiyon, Duvarları Olmayan Müze sayesinde tüm dünya insanının erişimine açılmıştır. Belli bir zümrenin veya sınırlı bir kitlenin buluşabildiği sanat yapıtları internet aracılığıyla artık

herkesin kullanımına açık hale gelmiştir. Bu müzecilik tipi, toplumlar arası kültürel ilişkiler ve post-modern dünyanın geldiği noktada insanlığa entelektüel ve iyimser katkılar sunan bir kültür politikasını temsil etmektedir.

Duvarları Olmayan Müze ilk sergisine 2017’de ‘Geçen Gece Bir Rüya Gördüm’ grup sergisiyle imza atmıştır. Ardından sırayla 2018’de ‘Tanışıyor muyuz?’, 2019’da ‘Cadılarla Dans Etmek’, 2020’de ‘Varmak Üzere’ ve 2021’de ‘Rahat Hissediyor musun?’ adlı sergileri dijital müze ziyaretçilerine açmıştır. Açık çağrı yöntemiyle küratörlerini seçen müze, koleksiyondaki eserleri her yıl belirlenen tema kapsamında özenle belirlemekte ve sergileri kürate etmektedir. İlk sergisinden bu yana ziyaretçi sayısı her sene yükselen Duvarları Olmayan Müze’nin tıklanma oranları pandemiden sonra düşüşe uğramıştır. Bu düşüşün bazı somut nedenleri mevcuttur.

Birinci neden müzenin internet sitesine gelen kullanıcıların sitede kalma süresinin yükseltilmesinin hedeflenmesi olmuştur, yani sitede kalması istenen kitle konuyla ilgili ve bilinçli olarak müzede zaman geçirilmesi istenen kitledir. Burada önemsenmesi gereken konu; sitenin ara yüz tasarımının dikkat çekici olması ve ilk kez müze sayfasını ziyaret eden kullanıcıyı sitenin asıl bölümü olan sergi odasına çekmesidir. Böylece bilinçli, tercihli kullanıcıların yanı sıra ilk kez bir sanal müze gezen kullanıcı dahi sitede uzun süre vakit geçirebilecektir.

Düşüşe uğrayan ziyaretçi sayısının ikinci nedeni, pandemi döneminde pek çok müze ve galerinin dijital platforma taşınması ve Duvarları Olmayan Müze’nin muadillerinin artmasıdır. Bu da müzenin sanat takipçilerinin dikkatlerinin diğer sanal sanat platformlarına kaymasının bir sonucudur. Bu noktada ise yapılması gereken Duvarları Olmayan Müze’nin sergileme biçimlerini değiştirmeye gitmesi olabilir. Sanallığın tüm enstrümanları; üç boyutluluk, gerçeklik-sanallık algısının değişmesi, bu müzede görünür kılınmalıdır.

Ziyaretçi sayısını düşüren üçüncü neden ise, kurumun pazarlama iletişimine önceki yıllara göre daha düşük bütçe ayırmasıdır. Bunun nedenleri arasında şüphesiz ki pandemiyle birlikte değişen dünya düzeninin olumsuzlukları da bulunmaktadır. Bu noktada Duvarları Olmayan Müze için açılacak bir Patreon hesabıyla müzenin gelirlerine bağış yoluyla katkı sağlamak mümkün olabilecektir. Önerilen Patreon sistemiyle sanal müze yine sanal bir çözümle toplumun katkısına açılmış olacaktır. Bu durum da müzenin ziyaretçisi olan sanat izleyicisini pasif konumdan, katılımcı bir

kimliğe bürünecektir. Bu durum müze için de kendi finansal ekosistemini kendisi yaratan kreatif ve özgür bir alanı işaret etmektedir.

Bu üç sebepten bağımsız olarak bir diğer problem ise müzenin alt yapı sorunu yaşamasıdır. Bu nedenle ilk dönem sergilerine erişim 2 yılı aşkın süredir kapalıdır. Oysa dijital platformlar 7/24 ulaşılabilir mekanlardır. Çözüm ise müzenin yazılım/bilişim ekibini kendi bünyesinde oluşturmasıdır. Kurum dışından yürütülen tasarım ve yazılım her zaman ortaya sağlıklı iş birlikleri çıkaramayabilir. Önemli olan müzelerin kendi küratörleri gibi kendi yazılım mühendisliği ekibini de kurmaları gerektiğidir.

Bir diğer konu ise içeriğin arşivlenmesi ve yapıtların muhafazasıyla ilgilidir. Teknoloji kendi eserlerini üretirken onu zamanı geldiğinde yok etmeye de meyilli bir yapıdadır. Bugünün teknolojik araçlarıyla üretilen sanat nesnesi, yarının daha yüksek donanımlı teknolojik araçlarında kullanılamamaktadır. Teknolojik cihazların sürekli bir üst versiyonunun çok hızlı hayata karıştığı bu zamanlarda, sanat yapıtı yeni teknolojilerde yer bulamadığı zaman teknolojik çürüme gerçekleşmektedir. Yazılım mühendisleri, bilişim uzmanları, görsel tasarımcılar ve müze ekibi bir araya gelerek, dijital sanat eserlerinin korunması ve arşivlenerek geleceğe aktarılabilmesi için yeni projeler odağında çalışılmalıdır. Hatta Duvarları Olmayan Müze tıpkı açık çağrıyla küratör davet eder gibi bir yazılım mühendisi veya bilişim uzmanını da açık çağrıyla projelerine davet etmelidir. Çağrıya başvuran yazılımcı mühendis zaten görsel tasarımla da ilgilenen bir bilişimci olacaktır.

Erişilebilirliğin önemli olduğu alanlardan biri de sanattır. Duvarları Olmayan Müze bu noktaya çok önem veren bir sanal sanat platformudur. Görme ve işitme engelli sanat takipçileri için metinlerin sesli versiyonları yapıtların bilgisini işitsel olarak ziyaretçilere sunmaktadır. İşitsel bilgilenme, ziyaretçinin tercihiyle bağlı olmakla birlikte görme engelli olan veya okur yazarlığı olmayan alımlayıcılar için kültür sanat alanında eşsiz bir olanak sunmaktadır. Bu kapsamda görme engelli bireylerin rahatlıkla gezebileceği biçimde Sesli Betimleme Derneği'yle iş birliği içinde serginin betimlemeye dayalı bir turu vardır ve işaret dilinin kullanıldığı bir anlatı da mevcuttur.

Biçimsel ve işlevsel anlamda müze pratiğine pek çok yenilik getiren Duvarları Olmayan Müze özgün tasarım ve erişilebilirlik özelliklerinin yanı sıra sanat izleyicisinin Birleşik Krallık'ın sanat tarihine, sanatçılarına, geleneksel ve çağdaş

sanatına yakından bakmaya olanak sunmaktadır. British Council Türkiye'nin imzasını taşıyan Duvarları Olmayan Müze, kültürel ekosistem yaratmak ve yaratıcı ekonomiyi desteklemek ise en geniş çerçevedeki hedefleri arasında bulunmaktadır. Türkiye ve diğer ülkelerde imza attığı tüm sanat etkinlikleriyle kültürlerarası iletişiminin görsel bir ağını oluşturmaktadır. Faaliyet gösterdiği 100'ün üzerinde ülke bazında müstakil olarak hayata geçirilen dijital sanat içerikleri (sanal sergiler, müzik çalışmaları, edebiyat etkinlikleri vb.) tek bir sanal platformda bir araya getirilirse bu ağ, yıllar içinde sayısı artacak dijital sanat etkinlikleri sayesinde bir kültür atlasına dönüşerek kapsamlı ve evrensel bir kültür envanteri oluşturabilir. Bu da küresel dünyanın pozitif sonuçlarından biri olacaktır.

Tez çalışmasında geleneksel müze ve sergileme biçimleri ile sanal müze ve dijital sergileme biçimleri incelenmiştir. Görsel sanat disiplininin gelenekselden dijitale geçiş süreci kapsamında geçirdiği dönüşümler; sanat, sanat yapıtı, sanat mekanı ve sanat izleyicisi bağlamında ele alınmıştır.

Türkiye'nin ilk sanal müzesi olan Duvarları Olmayan Müze örneğinden hareketle sanal müzelerin birey ve topluma olan etkisi incelenmiştir. Literatür okumaları, analiz ve çevrim içi anket uygulamasının sonucunda tespit edilmiştir ki; geleneksel sergileme biçimleri, dijitalleşmenin hızla devam ettiği bu yüzyılda yerini sanal sergileme biçimlerine bırakmaya başlamıştır. Elektronik çağın gereği olarak rutin seyrinde devam eden teknolojik gelişmelerin ve küreselleşmenin yanı sıra pandeminin etkisiyle sanat alanındaki dijital dönüşüm süreci oldukça hız kazanmıştır.

Elde edilen bilgiler doğrultusunda, sanat alanındaki bu dönüşümün toplum tarafından tamamen, eski yöntem ve biçimleri geride bırakacak derece güçlü bir şekilde benimsenmesi için tüm endüstrilerin teknik yeterliliğe ve kullanıcıların ise duygusal olarak zamana ihtiyaç vardır. Günlük yaşamda her ne kadar dijital medya ve platformlarının kullanımı yaygın olsa dahi çevrim içi anket sonucu göstermektedir ki hızla dijitalleşen ağ toplumuna, ticaretten sanata sanallaşan tüm sektörlere, veri tabanlı günlük yaşam sistemlerine rağmen birey, yeni medya sistemlerine adapte olmaya çalışırken temkinli bir tavrı tercih etmektedir.

Simülasyon ile gerçekliğin iç içe geçtiği canlı yayınlarda savaş görüntülerini izlerken, ortaya çıkışıyla ilgili spekülasyonların dinmediği salgın hastalık ölümleriyle baş başayken, dünya ekonomi politikindeki hızlı değişim, nüfus ve iklim sorunlarıyla birlikte yeni dünyanın tam ortasında kimi zaman mutlulukla çoğu zaman şaşkınlıkla

yer alan homo sapiens'in hızla katlanan kozmik bilgisi ve bilimsel bakışı, James Webb Uzay Teleskobunun yörüngesine ulaştığı bu tarihi günlerin ışığında dijitalleşen dünyadan bir iyilik ummanın mümkün olup olmadığı bilinmemektedir.





X. KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- ADORNO T. & HORKHEIMER M. (1973). **Dialectic of Enlightenment**. London, Allen Lane.
- ADORNO, T. W. (2009). **Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi**, Çev. N. Ülner, M. Tüzel, İstanbul, İletişim Yayınları.
- ALGÜL, A., YENGİN, D. KARADAĞ, G. H., ÖVÜR, A., BAYRAK, T. (2018), **Sanal Gerçekliğin Tetiklediği Semptomlar**, İstanbul, İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları.
- ALİOĞLU N. ve BAYRAN B. (2019). **Çağdaş Sanatta Anlam Sorunu Üzerine Bir Deneme**, İstanbul, Literatür Yayınları, 1. Baskı.
- ARTHUR, B. (2011). **Teknolojinin Doğası**, (Çev: İdil Çetin). İstanbul, Optimist Yayıncılık.
- ARTUN, A (2019). **Mümkün Olmayan Müze**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2. Baskı. (Ed. Levent Çalıkoğlu), İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- AYDOĞAN, F. (2018). **Yeni Medya Kuramları**, İstanbul, Der Yayınları, 2. Baskı.
- BAHADIR, M. (2019). **Theodor W. Adorno'da Kültürün Metalaşması**, Ankara, Çizgi Kitabevi.
- BAUDRILLARD, J (2019). **Neden Her Şey Hala Kaybolup Gitmedi?**, Çev. Oğuz Adanır, Ankara, Doğu Batı Yayınları, 2. Basım.
- BAUDRILLARD, J. (2008), **Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm**, Çev. Oğuz Adanır, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- BAUDRILLARD, J. (2020). **Simülarkrlar ve Simülasyon**, Çev. Oğuz Adanır, Ankara, Doğu Batı Yayınları, 13. Basım.
- BELCHER, M. (1991). **Exhibitions in Museum, Leicester**, Leicester University Press, 1. Baskı.

- CHAYKO, M. (2018). **Süper Bağlantılı İnternet, Dijital Medya & Tekno-Sosyal Hayat**, Çev. Berkan Bayındır, Deniz Yengin ve Tamer Bayrak, İstanbul, Der Yayınları, 1. Baskı.
- DAVID, D. (1994). **Museum Exhibition-Theory And Practice**, London, Routledge, 1. Baskı.
- DEBORD, G. (1996). **Gösteri Toplumu ve Yorumlar**, Çev. Ayşen Ekmekçi & Okşan Taşkent, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 5. Baskı.
- ERDOĞAN, İ., KORKMAZ, A. (2005). **Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi**, Ankara, Erk Yayınları.
- ERİŞTİ, S. D. B. (2016). **Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı**, Ankara, Pegem Akademi Yayınları, 1. Baskı.
- EROĞLU, Ö. (2014). **Baudrillard'ı Okumak**, İstanbul, Tehkne Yayınları.
- FUCHS, C. (2018). **Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş**, Çev. İlker Kalaycı ve Diyar Saraçoğlu, Ankara, Notebene Yayınları, 1. Baskı.
- GENEL, M.G. (2018). **İletişim Çağında Dijital Kültür**, Konya, Eğitim Yayınevi, 1. Baskı.
- GROYS, B. (2017). **Akıştta İnternet Çağında Sanat**, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul, Koç Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı.
- GÜNGÖR, N. (2018). **İletişim, Kuram ve Yaklaşımlar**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 4. Baskı.
- INNIS, H. A. (2006). **İmparatorluk ve İletişim Araçları**, N. Törenli (Çev.). Ankara, Ütopya Yayınevi.
- JENKINS, H. (2018). **Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü**, Çev. Nihan Yeğengil, İstanbul, İletişim Yayınları, 2. Baskı.
- KAHRAMAN, H. B. (2013). **Türkiye’de Görsel Bilincin Oluşumu**, İstanbul, Kapı Yayıncılık.
- LORENTE, J. P. (2016). **Çağdaş Sanat Müzeleri**, Çev. Şeyda Öztürk, İstanbul, Koç Üniversitesi Yayınları.

- MADZOSKİ, V. (2019), **Küratörlük Koruma ve Kapatmanın Diyalektiği**, İstanbul, Koç Üniversitesi Yayınları, 2. Baskı.
- MANOVICH, Lev, (2001). **The Language of New Media**, Cambridge: The MIT Press.
- MCLUHAN, M. ve POWERS B. R. (2001). **Global Köy**, Çev. Bahar Öcal Düzgören, İstanbul, Scala Yayıncılık, 1. Baskı.
- NALÇAOĞLU, H. (2002). **Müze Eğitimi Seminerleri 1**, (Ed.Bekir Onur), Akdeniz Bölgesi Müzeleri, İstanbul, Suna-İnan Kıraç Vakfı Yayınları.
- ONG, W. (1995). **Sözlü ve Yazılı Kültür**, Çev. Sema Postacıoğlu Banon, İstanbul, Metis Yayıncılık.
- OSKAY, Ü. (1993). **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, İstanbul, Der Yayınları.
- PARIKKA, J. (2017). **Medya Arkeolojisi Nedir?**, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul, Koç Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı.
- PATTERSON, G. (1990). **History and communications: Harold Innis, Marshall McLuhan: The interpretation of history**, Toronto, University of Toronto Press.
- POSTMAN, N. (2010). **Televizyon Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem**, Çev. Osman Akınhay, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 3. Baskı.
- SOYKAN, Ö.N. (2020). **Estetik ve Sanat Felsefesi**, İstanbul, Bilge Kültür Sanat, 1. Baskı.
- TUĞAL, A. S. (2018). **Oluşum Süreci İçinde Dijital Sanat**, İstanbul, Hayalperest Yayınları, 1. Baskı.
- TURANİ, A. (2003). **Çağdaş Sanatın Felsefesi**, İstanbul, Remzi Kitabevi.
- TYLOR, B., E. (1884). **American Aspects of Antrophology**, Popular Science Monthly, 26: 145. Public Domain.
- YAYLAGÜL, L. (2017). **Kitle İletişim Kuramları**, Ankara, Dipnot Yayınları, 8. Baskı.
- YENGİN, D. (2014). **Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum**, İstanbul, Derin Yayınları, 2. Baskı.

ZEYTİNOĞLU, E. (2020). **Sanatın Karanlığı**, İstanbul, Espas Yayınları.

MAKALELER

ALTUNAY, D. (2006). “Video Sanatında Yapı Çözümü: Araç ve Mesaj Olarak Video”, **Selçuk İletişim**, cilt 4, sayı 2, ss. 234-239.

AYTAÇ, Ö. (2005). “Kapitalizm ve Boş Zaman”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, cilt 6, sayı, ss. 1-22.

BAYRAK, B. (2013). “Çağdaş Sanatın Ticarileşmesine Küreselleşmenin Etkileri”, **Sosyal Bilimler Dergisi**, sayı: 6/1, ss.123-137.

BİNGÖL, B. (2018). “Yeni bir yaşam biçimi: Artırılmış gerçeklik (AG)”, **Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi Etkileşim**, sayı 1, ss 44-55.

BOLLO, Alessandro. (2011). “**Museums and The Challenge of New Digital World**”. Proceedings of the Kenneth Hudson Seminar, (Ed. The European Museum Academy), Italy, ss. 30 – 35.

BORATAV, O. & GÜRDAL, N. (2016). “1980 Sonrası Sergileme”, (Exhibition After 1980). **Art-Sanat**, sayı 6, ss.169-183.

BOZKUŞ, Ş. (2014). “Kültür ve Sanat İletişimi Çerçevesinde Türkiye’de Sanal Müzelerin Gelişimi”, **The Journal of Academic Social Science Studies**, cilt 26, sayı 2, ss. 329-344.

BULDUK, B. (2018). “Müze Kavramı ve Modern Müze Örnekleri”, **Journal of Institute of Economic Development and Social Researches**, cilt 4, sayı 9, ss.162-169.

CANDEMİR, T. (2006). “İstanbul Bienali’nde Kimlik ve Aidiyat Sorunu”, **Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 8. Ulusal Sanat Sempozyumu**, ss.185-200

COŞKUN, C. (2017). “Bir Sergileme Yöntemi Olarak Artırılmış Gerçeklik”, **Sanat ve Tasarım Dergisi**, sayı 20, ss. 61-75.

ÇOLAK, B. (2010). “Tarihsel Süreç İçerisinde Müzelerle Birlikte Değişen Sergileme Mekanları; New York Modern Sanat Müzesi (Moma) ve Frankfurt Modern

- Sanat Müzesi (Mmk) Örneği”, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, cilt 1, sayı 30, ss.37-45.
- DURAN, K. N., & YENİCELER, İ. (2019). “Gelenekselden Yeni Medyaya Geçiş Süresinde İçerik Üretimi: Cüneyt Özdemir Youtube Kanalı”, **Yeni Medya Elektronik Dergisi**, cilt 3, sayı 3, ss. 200-212.
- DURMUŞ, T. İ. (2014). “Siyasi Rekabetin Bir Enstrümanı Olarak Orta Çağ’da Sanat”, **Divan Edebiyatı Araştırmaları Dergisi**, cilt 12, sayı 12, ss. 65-76.
- ERDOĞAN, B. Z. (2009). “Pazarlama: Küresel Krizin Suçlusu mu, Kurtarıcısı mı?”, **Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi**, cilt 1, sayı 1, ss. 41-51.
- ERGEN, B. A. (2013). “Sanat Yapıtı Sergileme ve Sunum Çeşitlerine Örnekler Eşliğinde Bir Bakış” **Akdeniz Sanat**, sayı 6, ss.11.
- HARRISON, D., J. (2005) “Ideas of museums in the 1990s”, In George Corsane (Ed.), **Heritage, museums and galleries: An introductory reader**, London: Roudledge, ss. 35-53.
- HUDSON, S. & RITCHIE, R. J. (2006). “Promotoing destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives”. **Journal of Travel Issues**, cilt 44, sayı 4, ss. 387-396.
- JULIER, S. ve BISHOP, G. (2002). “Tracking: How Hard Can It Be?”, **IEEE Computer Graphics and Applications**, cilt 22, sayı. 6, ss. 22–23.
- KALINCI, E. (2015). “360 Derece Panoramik Görüntü Veren Sanal Müzelerin Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi”, **The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication**, cilt 5, sayı 4, ss. 57-65.
- KARADENİZ, C. (2020). “Müzedede Dijital Teknolojilerin Kullanımı ve Salgın Sürecinde Dijital Katılım”, **İdil Sanat ve Dil Dergisi**, cilt 9, sayı 70, ss. 975-984.
- KURBANOĞLU, S. (1996). “Sanal gerçeklik: Gerçek mi, Değil mi?”, **Türk Kütüphaneciliği**, cilt 10, sayı 1, ss. 21-31.
- KÜLÜK, C. Ş. (2019). “Sanat Müzelerinde Sağır ve İşitme Engelli Bireylere Dönük Sosyal Erişim Programları: Amerika Birleşik Devletleri Örneği”, **Uluslararası Sanat Kültür ve İletişim Dergisi**, cilt 2, sayı 1, ss. 40-67.

- MARTINI, F. MARTINI, V. (2010). "Questions of Authorship in Biennial Curating", **The Biennial Reader**, der. Marieke van Hal, Solveig Ovstebo, Elena Filipovic. Hatje Cantz Verlag GmbH & Co KG, ss. 260-275.
- MENSCH, P. (2004). "Museology and Management: Enemies or Friends? Current Tendencies in Theoretical Museology and Museum Management. In Euope in Museum Management in the 21st Century", Tokyo, **Museum Management Academy**, pp. 3-19.
- MERCİN, L. (2017). "Müze Eğitimi, Bilgilendirme ve Tanıtım Açısından Görsel İletişim Tasarımı Ürünlerinin Önemi", **Milli Eğitim Dergisi**, cilt 46, sayı 214, ss. 209-237.
- MILGRAM, P., ve KISHINO, F. (1994). "A Taxoomy of Mixed Reality Visual Displays". **IEICE Transactions on Information Systems**, issue 77, pp. 12.
- OKAN, B. (2018). "Günümüz müzecilik anlayışındaki yaklaşımlar ve müze oluşumunu etkileyen unsurlar". **Tykhe Sanat ve Tasarım Dergisi**, cilt 3, sayı 4, ss. 215-242.
- OLCAY, S. (2018). "Sosyalleşmenin Dijitalleşmesi Olarak Sosyal Medya ve Resimler Arasında Kaybolma Bozukluğu: Photolurking", **Yeni Medya Elektronik Dergisi**, cilt 2, sayı 2, ss. 90-104.
- ÖTGÜN, C. (2008). "Sanat Yapıtına Yaklaşım Biçimleri", **Sanat ve Tasarım Dergisi**, cilt 1, sayı 2.
- PREZİOSİ, D. (1998). "Musaology", **Encyclopedia of Aesthetic**, New York: Oxford University Press, sayı 3, ss.306
- SCHWEIBENZ, W. (2004). "The Development of Virtual Museums". **ICOM News**, cilt 57, sayı 3.
- SORGUÇ, G. (2017). "Sanata Karşı Başkaldırı: Avangard", **FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi**, sayı 24, ss. 37-56.
- VAROL, E., & VAROL, M. Ç. (2019). "Kavram ve Kuramlarıyla Marshall McLuhan'a Bakış: Günümüzün Egemen Medya Araçları Ekseninde Bir Değerlendirme", **Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)**, cilt 5, sayı 1, ss. 137-158.

- WALTHER, B. (1996). “Computer-mediated Communication: Impersonal, Interpersonal and Hyperpersonal Interaction”, **Communication Research**, sayı 23. ss. 3
- WANDS, B. (2021). “Dijital Sanat Sergi K rat rl   n n 25 Yılı: 1993–2018”,  ev. Özgür Ballı, **Sanat Dergisi**, sayı 37, ss. 410-417.
- YENGİN, D. (2019). “Teknoloji Bağımlılığı Olarak Dijital Bağımlılık”, **The Turkish Online Journal of Design Art and Communication**, cilt 9, sayı 2, ss. 130-144.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

- URL1- “Sanatın Sınıflandırılması”, <https://www.turkedebiyati.org/sanatin-siniflandirilmesi/>, (Erişim Tarihi: 4 Aralık 2021)
- URL-2 “Sergileme” kelimesinin anlamı, <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 5 Ocak 2022).
- URL-3 “Sanat Galerisinin Sonu”, <http://www.aliartun.com/yazilar/sanat-galerisinin-sonu/>, (Erişim Tarihi: 6 Ocak 2022)
- URL-4 “Bienaller ve Sanat Fuarları”, <https://www.e-skop.com/skopbulten/bienaller-ve-sanat-fuarlari/3137>, (Erişim Tarihi: 10 Ocak 2022)
- URL-5 “Kuramda Avangardlar ve Bürger’in Avangard Kuramı”, <http://www.aliartun.com/yazilar/kuramda-avangardlar-ve-burgerin-avangard-kurami/#2>, (Erişim Tarihi: 10 Ocak 2022)
- URL-6 “ lk sanat fuarımız 25. yılında: Geniş mekanların ve kalabalıkların sanat fuarı”, <http://www.radikal.com.tr/yazarlar/cem-erciyes/ilk-sanat-fuarimiz-25-yilinda-genis-mekanlarin-ve-kalabaliklarin-sanat-fuari-1472492/>, (Erişim Tarihi: 11 Ocak 2022)
- URL-7 “Venedik Bienali”, https://stringfixer.com/tr/Biennale_di_Venezia, (Erişim Tarihi: 11 Ocak 2022)
- URL-8 “Uluslararası İstanbul Bienali Direktörü Bige  rer: "Bienal, kent ve kentli arasında yeni bir diyalog kurulmasını sağlıyor”, https://www.mimarizm.com/makale/uluslararasi-istanbul-bienali-direktoru-bige-orer-bienal-kent-ve-kentli-arasinda-yeni-bir-diyalog-kurulmasini-sagliyor_113685?sourceId=113688, (Erişim Tarihi: 12 Ocak 2022)

URL-9 “British Council”,

https://tr.wikipedia.org/wiki/British_Council#:~:text=British%20Council%2C%20Birle%C5%9Fik%20Krall%C4%B1k'%C4%B1n,g%C3%B6steren%20kurumunun%20merkezi%20Londra'dad%C4%B1r.&text=1934'te%20British%20Committee%20for%20Relations%20with%20Other%20Countries%20ad%C4%B1yla%20kurulmu%C5%9Ftur., (Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022)

URL-10 “Hakkımızda”, <https://www.britishcouncil.org.tr/about>, (Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022)

URL-11 “Müze, Eser ve Müze ve Ören Yeri Ziyaretçi Sayısı”, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=egitim-kultur-spor-ve-turizm-105&dil=1>, (Erişim Tarihi: 21 Ocak 2022)

URL-12 “Güncel Türkçe Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi 22 Ocak 2022).

URL-13 “Nişanyan Sözlük Çağdaş Türkçe’nin Etimolojisi”, <https://www.nisanyansozluk.com/kelime/teknoloji>, (Erişim Tarihi: 22 Ocak 2022)

URL-14 “Sosyal Bağış Platformu Olan Patreon Nedir, Nasıl Çalışır?”, <https://bilgi.zone/sosyal-bagis-platformu-olan-patreon-nedir-nasil-calisir/>, (Erişim Tarihi: 22 Ocak 2022)

URL-15 “Planets - Preservation and Long-term Access to our Cultural and Scientific Heritage”, <https://planets-project.eu/> (Erişim Tarihi: 22 Ocak 2022)

URL-16 “NFT”, <https://artsandculture.google.com/entity/g11g0g4sbp3?hl=tr>, (Erişim Tarihi: 23 Ocak 2022)

URL-17 “Yepyeni Bir Dünya: Metaverse”, https://www.yapikatalogu.com/blog/yepyeni-bir-dunya-metaverse_328, (Erişim Tarihi: 23 Ocak 2022)

URL-18 “Ziyaretçileri Sitede Tutmak İçin Etkili Yöntemler”, <https://www.webtures.com/tr/blog/ziyaretcleri-sitede-tutmak-icin-en-etkili-yontemler/>, (Erişim Tarihi: 23 Ocak 2022)

URL-19 “Lumino kinetik sanat”, https://stringfixer.com/tr/Lumino_kinetic_art, (Erişim Tarihi: 24 Ocak 2022)

URL-20 “İnternet'in Tarihçesi”, <https://bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/07/internet'in-tarih%C3%A7esi>, (Erişim Tarihi: 26 Ocak 2022)

- URL-21 “#SocialMedium”,
<https://fryemuseum.org/exhibition/5631/Frye%20Art%20Museum/#Social%20museum>, (Erişim Tarihi: 11 şubat 2022)
- URL-22 “WEB 1.0-WEB 2.0-WEB 3.0-WEB 4.0 ‘Nedir Bu Web?’”
<https://esmacalisir.com/2018/01/09/web-1-0-web-2-0-web-3-0-web-4-0-nedir-bu-web/>, (Erişim tarihi: 12 şubat 2022)

TEZLER

- AĞAOĞULLARI, M. (2009). “Sosyokültürel Hayata Yön Veren Teknolojik Gelişmeler Paralelinde 21. Yüzyıl Müzeciliği ve Türk Müzeciliği İçin Bir Değerlendirme”, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yıldız Teknik Üniversitesi.
- GORMAN, A. (2008). "Museum Education Assessment: Survey of Practitioners in Floria art Museum", (Unpublished doctoral dissertation), Florida State University.
- KULAK, Ö. (2016). “Theodor Adorno: Kültür Endüstrisi Kıskaçında Kültür”, (Yayımlanmamış doktora tezi), Hacettepe Üniversitesi.
- şAVLİ, A. (2019). “Sanatın Yeni Aracı Olarak Dijital Kodlama ve Yazılım Sanatı” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Güzel Sanatlar Enstitüsü, On Dokuz Mayıs Üniversitesi.

DİĞER KAYNAKLAR

- GÖVER, İ. H. (2017). “Küreselleşen Dünya ve Dünyevileşen Küre”. In 3rd International Conference on Economic and Social Impacts of Globalization, pp. 137.



EKLER

Ek 1: Sanal Müze, Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği

Ek 2: Sanal Müze, Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği Anketi-Türkçe





Sanal Müze, Sanal Tur Memnuniyet Ölçme Formu

Bu anket "Görsel Sanatın Dijital Mecradaki Dönüşümü ve Yeni Sergileme Biçimi Olarak Dijital Sergiler: British Council Örneği" Yüksek Lisans tezi için yapılmaktadır. Verilen yanıtların gizliliği esas alınmıştır.

1. Cinsiyetiniz

- ☐ Kadın
☐ Erkek

2. Eğitim Durumunuz

- ☐ Lise
☐ Ön Lisans
☐ Lisans
☐ Lisansüstü

3. Yaş Aralığınız

- ☐ 18-24
☐ 25-34
☐ 35-44
☐ 45-54
☐ 55-64

4. Hiç sanal müze veya sanal sergi gezdiniz mi? (Gezmediyseniz anketi sonlandırabilirsiniz. Katılımınız için teşekkürler.)

- ☐ Evet
☐ Hayır

Ek 2: Sanal Müze, Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği Anketi-Türkçe

Ek 2: Sanal Müze, Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği Anketi-Türkçe

Bu bölüm Sanal Müze, Sanal Tur kullanım durumunuza yönelik sorulardan oluşmaktadır. Lütfen her soruya tek bir cevap veriniz ve her soruyu cevaplayınız.

- 1- Kesinlikle katılmıyorum.
- 2- Katılmıyorum.
- 3- Kararsızım.
- 4- Katılıyorum.
- 5- Kesinlikle katılıyorum.

1. Sanal müze kullanmak cezbedicidir.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

2. Sanal müze kullanmak keyiflidir.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

3. Sanal müzeyi kullanmak kafa karıştırıcıdır.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

4. Sanal müze kullanmak zordur.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

5. Sanal müzeyi kullanmak eğlencelidir.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

6. Sanal müze kullanımıyla edindiğim deneyimlerden bir şeyler öğrendiğimi düşünüyorum.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

7. Sanal müzede anlatılanlar, önemli şahsiyetler ve eserler hakkında daha fazla bilgi edinmeye yardımcı oldu.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

8. Herhangi bir anlatıyı takip etmeme gerek kalmadan, sanal müzeyi keşfederek daha çok öğrenebileceğimi hissediyorum.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

9. Sanal müze ile deneyimim beni, tur süresince önemli şahsiyetler veya eserler hakkında daha fazla bilgi aramaya teşvik etti.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

10. Sanal müze kullanımı deneyimim sonucunda, turdaki önemli şahsiyetler veya eserler hakkında daha fazla bilgi edinmek isterim.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

11. Sanal müze, koleksiyonun eserleri ve önemli kişileri hakkında yeterince bilgi sunuyor.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

12. Fiziksel ortamdaki sanat koleksiyonlarını da sanal müze kullanarak keşfetmek isterim.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

13. Sanal müzenin kullanımı kolaydır.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

14. Sanal müzeyi kullanmak için özel talimatlara gereksinim duymadım.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

15. Sanal müzenin nasıl kullanılacağını hızlı bir şekilde öğrendim.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

16. Sanal müzenin nasıl kullanılacağını öğrenmek kolay oldu.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

17. Sanal müzenin nasıl kullanılacağını hatırlamak kolay oldu.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

18. Sanal müzenin kullanımını zahmetsizdir.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

19. Sanal müze, benim müze ziyaretim için bir tamamlayıcıdır.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Kübra Nur NİLÜFER

ÖĞRENİM DURUMU

Lisans: Eylül 2014, Kocaeli Üniversitesi, Görsel İletişim Tasarımı

Eylül 2015, Kocaeli Üniversitesi, Türk Dili ve Edebiyatı (Çift Anadal)

MESLEKİ DENEYİMLER:

TRT 2 :Hayat Sanat Programı, Kültür Sanat Editörü, İç Yapımlar (Mayıs 2018- hâlâ)

TRT Haber :Hayat Tadında Programı, İçerik Editörü, İç Yapımlar (2014-2018)

İnternet Televizyonu :Kahve Bahane Programı Kültür Sanat Editörü ve Sunuculuk (2014-2016)

İnfomag Yayıncılık :Skylife Türk Hava Yolları Uçak İçerik Editörü ve Yardımcısı (2013-2014)

AKADEMİK YAYINLAR:

Makale Adı: Gelenekselden Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde İçerik Üretimi

Sürecinin Dönüşümü: Cüneyt Özdemir Youtube Kanalı

Yayın Yeri: e-Journal of New Media, 2019

