

MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**SERGİLEME TASARIMINDA YENİ YAKLAŞIMLAR:
SENOGRAFİ İLE ANLATI MEKANLARI VE KAPSAYICI MEKAN
DENEYİMLERİ YARATMAK**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MÜGE AVAR

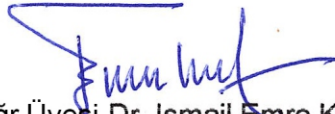
İç Mimarlık Anabilim Dalı

İç Mimarlık Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi İsmail Emre Kavut

MAYIS 2019

MÜGE AVAR tarafından hazırlanan SERGİLEME TASARIMINDA YENİ
YAKLAŞIMLAR: SENOGRAFİ İLE ANLATI MEKANLARI VE KAPSAYICI MEKAN
DENEYİMLERİ YARATMAK adlı bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak uygun
olduğunu onaylarım.


Öğr.Üyesi Dr. İsmail Emre Kavut
Tez Yöneticisi

Bu çalışma, jürimiz tarafından İç Mimarlık Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi
olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Dr.Öğr. Üyesi İ. Emre KAVUT

Üye : Dr.Öğr. Üyesi Hakan İMERT

Üye : Dr.Öğr. Üyesi Atilla SÖĞÜT

Üye :

Üye :

Bu tez, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü tez yazım
kurallarına uygundur.

Senografi ile beni tanıştıran Prof. Uwe R. Brückner'e, beraber çalışma fırsatı bulduğum Xavier Bellprat ve Marc Tamschick'e, bu tez çalışması ve yüksek lisans eğitimim süresince motivasyon konuşmalarını eksik etmeyen kardeşim Merve Avar ve arkadaşım Ayşenur Arık'a, düzeltmeler için son dakikaya kadar özveriyle yanımda olan arkadaşım Ebru Eren'e, anlayışı ve desteği (ve hatta bazı çevirileri) için kızım Ela Arya Alten'e, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi İç Mimarlık Bölümünün tüm değerli hocalarına , tez danışmanlığımı üstlenen Dr. İ. Emre Kavut'a ve kaynak olarak yararlandığım tüm çalışmaların yazarlarına içten teşekkürlerimle.

Bu çalışma hayata sıfırdan yeniden başlama fırsatı bulan tüm şanslı insanlara ve yeni başlangıçlara ithaf edilmiştir.

Müge Avar

İstanbul, Mayıs 2019

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel etik kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Ücret karşılığı başka kişilere yazdırmadığımı (dikte etme dışında), uygulamalarımı yaptırmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversite veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

Müge Avar

İstanbul, Mayıs 2019

ÖZET

Bir anlatısı olan ve kapsayıcı bir mekânı deneyimlemek, ziyaretçiler için akılda kalıcılığı ve etkileyciliği yüksek bir deneyime dönüşebilir. Hikâye anlatımı, dijital medya, grafik, aydınlatma, ses, etkileşim, rotalandırma ve dramaturji gibi araçlardan bir arada yararlanan disiplinlerarası yaklaşımıyla senografi, hem ziyaretçiye kapsayıcı bir anlatı mekânında olma deneyimi yaşatarak, hem de kolay algılanabilir bir bilgi akışı sağlayarak, müze ve sergi tasarımında günümüzde kullanılan en kapsamlı yaklaşımdır.

Senografi, sergi ziyaretçisiyle sergilenen eserler ve objeler arasındaki izlemeye dayalı geleneksel ve pasif yaklaşımdansa, etkin ve kalıcı öğrenmenin deneyimleme yoluyla oluşturulması için, sadece görme duyusundan değil, tüm duyulardan yararlanır.

Senografi formu içerikten üretirken, fikirler, objeler veya hikayeleri kullanarak tutarlı bir anlatı yaratır. Farklı katmanlardan oluşan anlatıyı ziyaretçinin kolaylıkla algılaması için en son teknolojilerden yararlanır. İçerik anlatıya, anlatı da deneyime dönüştürülürken, ziyaretçi ile iki yönlü bir iletişim kurabilmek için etkileşim önem kazanır.

Mekânda çözünen bir hikayenin kapsayıcı deneyimini amaçlayan senografi, müzeciliğin ve sergileme tasarımının geleceğidir.

Bu tez çalışmasında, sergileme tasarımı ve senografinin tarihi ve gelişimi, bu yeni disiplinin anlamı ve önemi, içerik, mekân ve objeyi nasıl bir araya getirdiği, kullandığı araçlar ve yöntemleri incelenmiştir. Kapsayıcı deneyim kavramı ise algılama üzerinde önemli etkileri olan nörolojik yönleri ile birlikte açıklanmış ve geçmişten günümüze önemli projeler örnek olarak sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: anlatı mekânı, kapsayıcılık, kapsayıcı deneyim, kapsayıcı mekân, senografi, sergileme tasarımı

ABSTRACT

Experiencing a narrative and immersive space can turn into a memorable and impressive experience for a visitor. Today, scenography is the most extensive way to design museums and exhibitions with its interdisciplinary approach utilizing storytelling, digital media, graphics, lighting, sound, interactivity, routing and dramaturgy as tools to provide the visitor an experience of immersive narrative space as well as an information flow that is easily comprehensible.

Contrary to the traditional and passive exhibition approach which is based on observation of the artifacts and objects, scenography employs all senses besides seeing, to convey effective and sustained information through experience.

Scenography produces form from content and creates a coherent narrative from ideas, objects or stories. It makes use of latest technologies to facilitate the perception of the multi layered narrative. While transforming content to narrative and narrative to experience, interactivity becomes essential to establish a reciprocal communication.

Scenography is the future of exhibition design striving for the immersive experience of a narrative which dissolves in space.

This thesis explores the history and evolution of exhibition design and scenography, the significance of this new discipline, how it interlaces content, space and object as well as its instruments and methods. The concept of immersive experience is explained through its neurological aspects which have a profound effect on perception and with significant projects from past and today.

Keywords: narrative space, immersion, immersive experience, immersive space, scenography, exhibition design

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
KISALTMALAR.....	iv
ŞEKİL LİSTESİ	v
1. GİRİŞ	1
1.1 Amaç	2
1.2 Kapsam.....	2
1.3 Yöntem	3
2. SERGİLEME TASARIMI	4
2.1 Sergileme Tasarımı Nedir?.....	4
2.2 Müze ve Sergi Bağlamında Sergileme Tasarımının Gelişimi.....	7
2.3 Günümüzde Müze ve Sergi Tasarımının Amaçları	18
3. SENOGRAFİ	27
3.1 Senografi Nedir?	27
3.2 Senografinin Kökenleri ve Gelişimi	29
3.3 Senografide İçerik, Mekân ve Obje.....	39
3.3.1 İçerik ve bağlam ilişkisi.....	39
3.3.2 Mekân ve bağlam ilişkisi.....	41
3.3.3 Obje ve bağlam ilişkisi.....	43
4. SENOGRAFİNİN ARAÇ VE YÖNTEMLERİ	50
4.1 Hikaye Anlatımı	50
4.2 Rotalandırma ve Dramaturji.....	53
4.3 Aydınlatma	56
4.4 Ses.....	61
4.5 Grafik	65
4.6 Dijital Medya	71
4.6.1 Medya istasyonları - Talep üzerine bilgi.....	73
4.6.2 Mekân oluşturan medya: Mediatecture, projeksiyon ve mekânsal film	77
4.7 Etkileşim ve Katılım	81
4.7.1 İletişim bağlamında etkileşim	81
4.7.2 Dijital medya bağlamında etkileşim.....	82
4.7.3 Kullanıcının sağladığı fayda yönünden etkileşim.....	82
4.7.4 Etkileşime dair analog ve dijital örnekler	83
5. KAPSAYICI MEKÂN DENEYİMİ	86
5.1 Kapsayıcı Mekân Deneyimi Nedir?.....	86
5.2 Kapsayıcı Deneyime Dair Örnekler	94
5.2.1 Osmose (1995)	94
5.2.2 The Brain Stripped Bare (2002).....	96
5.2.3 Apparition (2004).....	98
5.2.4 Magic Box – State Grid Pavilion (2010).....	99
5.2.5 Universe of Water Particles in the Tank (2019)	101
6.SONUÇ	104
KAYNAKLAR.....	107
ŞEKİL KAYNAKLARI.....	113

KISALTMALAR

TDK: Türk Dil Kurumu

EXPO: Dünya Fuarı

SEGD: Society for Experiential Graphic Design

ICOM: International Council of Museums

MoMA: Museum of Modern Arts

RFID: Radio Frequency Identification

PDA: Personal Digital Assistant

CERN: Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire



ŞEKİL LİSTESİ

- Şekil 1: Cabinets of Curiosities – Merak Odacıkları, 17. Yüzyıl
- Şekil 2: Louvre Müzesi büyük galeri sergileme örneği, 1787
- Şekil 3: Roma Capitoline Müzesi
- Şekil 4: British Museum giriş bileti, 1790
- Şekil 5: British Museum dış görünüşü, Londra
- Şekil 6: Paris EXPO, 1900
- Şekil 7: White Cube Galerisi, Londra
- Şekil 8: Kütahya Arkeoloji Müzesi
- Şekil 9: Niğde Müzesi
- Şekil 10: Bursa Arkeoloji Müzesi
- Şekil 11: Hofburg İmparatorluk Sarayı, Viyana
- Şekil 12: Bergama Müzesi
- Şekil 13: Census at Bethlehem, 1566 - Pieter Bruegel
- Şekil 14: Census at Bethlehem tablosundan yüksek çözünürlüklü detay
- Şekil 15: Mısır Osorkon II Heykeli, Louvre Müzesi, Paris
- Şekil 16: Palmira, Suriye
- Şekil 17: Google Creative Lab - Draw to Art projesi
- Şekil 18: Kristal Saray, 1851 - Joseph Paxton
- Şekil 19: EXPO Köln Sovyet Pavyonu, 1928 – El Lizzitsky
- Şekil 20: EXPO New York – Futurama Pavyonu, 1939-Norman Bel Geddes
- Şekil 21: The Art of This Century Galerisi, New York, 1942 - Frederick Kiesler
- Şekil 22: EXPO Montreal – Polyekran, 1967 - Joseph Svoboda
- Şekil 23: EXPO Brüksel, 1958 – Joseph Svoboda ve Emil Radok
- Şekil 24: Die Türken von Wien 1683 Sergisi, 1983, Viyana - Hans Hollein
- Şekil 25: Der Traum vom Sehen Sergisi, 1983, Berlin - Triad
- Şekil 26: Louvre Müzesinde Mona Lisa ve ziyaretçiler
- Şekil 27: Expedition Titanic Sergisi, 1997, Hamburg – Atelier Brückner
- Şekil 28: Objenin anlamının farklı katmanları ve objenin karakteri
- Şekil 29: Mercedes-Benz Müzesi mimari rotalandırma çalışması
- Şekil 30: Maske objesinin farklı yönlerden aydınlatılması

Şekil 31: Forest of Light, 2016, Milano - Sou Fujimoto

Şekil 32: The Weather Project, 2003, Londra - Olafur Eliasson

Şekil 33: Breathing Light, 2013, Los Angeles - James Turrell

Şekil 34: Living Frontiers, 2002, Biel – Atelier Brückner

Şekil 35: A World of Its Own: Photographic Practices in the Studio Sergisi, 2014, MoMA Los Angeles

Şekil 36: BMW Müzesi, 2008, Münih – Atelier Brückner

Şekil 37: Maske objesine dair farklı açıklama metinleri

Şekil 38: Exhibition Signage, Viyana Teknik Müzesi, 2018, Viyana – Bleed

Şekil 39: CERN – Universe of Particles, 2010, Cenevre – Atelier Brückner

Şekil 40: Archeology Switzerland, 2016, Zürih – Atelier Brückner

Şekil 41: Archeology Switzerland, 2016, Zürih – Atelier Brückner

Şekil 42: Notre Dame cephe projeksiyonu, 2018, Paris - Bruno Seillier

Şekil 43: BMW Müzesi, 2008, Münih – Atelier Brückner

Şekil 44: Gustav Klimt, 2018, Paris – Atelier des Lumières

Şekil 45: Egon Schiele, 2018, Paris – Atelier des Lumières

Şekil 46: Poetic A.I. Ouchhh, 2018, Paris – Atelier des Lumières

Şekil 47: İsviçre Bilim Merkezi Technorama, Winthertur

Şekil 48: TING Sergisi, 2014, Oslo – Ralph Appelbaum Associates

Şekil 49: TING Sergisi, 2014, Oslo – Ralph Appelbaum Associates

Şekil 50: Osmose, 1995, Montreal – Char Davies

Şekil 51: Osmose, 1995, Montreal – Char Davies

Şekil 52: Osmose, 1995, Montreal – Char Davies

Şekil 53: The Brain Stripped Bare, 2002, Düsseldorf – Rebecca Allen

Şekil 54: The Brain Stripped Bare, 2002, Düsseldorf – Rebecca Allen

Şekil 55: Apparition, 2004, Linz - Klaus Obermaier

Şekil 56: Apparition, 2004, Linz - Klaus Obermaier

Şekil 57: Magic Box – State Grid Pavilion, 2010, Şangay – Atelier Brückner

Şekil 58: Magic Box – State Grid Pavilion, 2010, Şangay – Atelier Brückner

Şekil 59: Magic Box – State Grid Pavilion, 2010, Şangay – Atelier Brückner

Şekil 60: Universe of Water Particles in the Tank, 2019, Şangay - TeamLab

Şekil 61: Universe of Water Particles in the Tank, 2019, Şangay - TeamLab

Şekil 62: Universe of Water Particles in the Tank, 2019, Şangay - TeamLab

1. GİRİŞ

Müzecilik ve sergileme tasarımı 17. yüzyıldan bu yana hızla değişmektedir. Son yüzyılda gerçekleşen sanayi ve teknolojideki gelişmelerin sanat alanını da etkilemesinin sonucunda bu değişim hız kazanmıştır. Müzeler daha demokratik mekânlar olmaya doğru ilerlerken, temel görevleri olan envanter toplama ve konservasyonun yanı sıra, halkın kullanımına sunma ve bilgilendirme görevlerini de üstlenmeye başlamıştır. Bu dönemde geleneksel, objeye yönelik sergileme anlayışı hüküm sürerken sergileme vitrinleri en önemli araç konumundaydı. Eserler bilginin tek kaynağı olarak görülmekte ve bu bilginin aktarımı için metin açıklamalarından yararlanılmaktaydı. İçeriğin küratörler tarafından otoriter bir şekilde iletildiği kurumlar olmaktan uzaklaşmaya başlayan müzeler, artık iki yönlü iletişimin önemini kavramışlardır.

Bu değişimle birlikte günümüzde müzelerin bilgi verirken eğlence de sunan, öğretme amacını didaktik bilgi vermenin ötesine taşıyıp, deneyim sunarak gerçekleştirmeyi hedefleyen, yaşayan mekânlar haline gelmesi amaçlanmaktadır.

Geleneksel sergileme ve müzecilik yöntemlerinin değişiminde çok büyük etkisi olan senografi, müze ve sergi alanlarını metaforik sahneler olarak görmektedir. Senografinin amacı, bu sahnelerde çeşitli araçlar ve yöntemler kullanarak katmanlı anlatılar oluşturmak ve bu anlatıları ziyaretçinin kolaylıkla algılayacağı şekilde sunmaktır.

19. yüzyılda gelişmeye başlayan çağdaş tiyatro sahnesinden doğmuş bir kavram olan senografi günümüzde müzecilik dünyasında önemli bir yer bulmuştur. Özellikle 20. yüzyıldan sonra senografi, disiplinler arası bir tasarım pratiğine dönüşmüş ve çalışma alanını sahne sanatlarından müzeciliğe ve sergi tasarımına doğru genişletmiştir. Senografi eskiden olduğundan çok daha geniş bir çalışma alanına sahip olarak yeni bir meslek haline gelmiştir.

Tiyatro, mimari, sergileme, görsel sanatlar ve medyanın kesiştiği noktada adeta bir orkestra şefi olan senograf, disiplinlerarası bir yaklaşımla küratör, mimar, iç mimar, grafik tasarımcısı, ses ve medya tasarımcısı, film yönetmeni ve temaya bağlı olarak başka birçok uzmanla birlikte çalışmaktadır.

Senografinin temelini aldığı ‘sahneleme’ nosyonu başrolde olunca, artık duvarlarda yer alan metinler ve eserlere ait açıklamalar içeriği iletmenin tek aracı olmaktan çıkıp, içerik mekânsal metaforlar ve çoklu algılamalar aracılığıyla anlatılmaya başlanmıştır. Yeni bir sergileme dili yaratan senografinin amacı, içerik, mekân ve objeden yola çıkarak anlatısı olan mekânlar üretmek ve kapsayıcı bir deneyime imkân verecek bir bütünlüğe ulaşmaktır.

1.1 Amaç

Bu tez çalışmasının amacı;

- Sergileme tasarımını, gelişimini ve geldiği yeri açıklayarak, günümüzde sergileme tasarımı yapılırken hedeflenen sonuçları ortaya koymak,
- Sergileme tasarımına yeni bir anlayış getiren “senografi” kavramını, nasıl geliştiğini, senografinin bakış açısını, kullanılan araçları ve yöntemleri açıklamak,
- Sanal veya kurgulanmış bir mekânda, zihnin yaşanan deneyime kendini kaptırması olarak tanımlanabilecek “kapsayıcı mekân deneyimi” kavramını nörolojik yönleri ile birlikte açıklamak, algılamayı etkileyen faktörleri incelemek ve geçmişten günümüze önemli projeleri örneklemek,
- Senografinin her ne kadar yeni duyulmaya başlamış olsa da gelecekte tasarım alanında çok önemli bir yere sahip olacağını göstermektir.

1.2 Kapsam

Bu tez çalışması, birinci bölüm olan giriş bölümü de dahil olmak üzere toplam 6 ana başlık altında yapılmıştır. İkinci bölümde sergileme tasarımı, nasıl geliştiği, alanları, müze ve sergiler bağlamında sergileme tasarımında geleneksel yaklaşım incelenmiştir. Günümüzde sergileme tasarımının amaçları, amaçların zaman içinde uğradığı değişim, müze ziyaretçilerinin müzelere bakış açısı, öğrenme, bilme ve deneyim arasındaki ilişki kapsamında ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde “senografi” kavramı, sahne tasarımına ve enstalasyonlara dayanan kökenleri ve gelişimi açıklanmış, senografinin bakış açısıyla içerik, mekân ve obje kavramları detaylı olarak incelenmiştir. Müze ve sergi tasarımında senografinin yarattığı değişim ortaya konulmuş ve anlatı mekânları oluşturarak öğrenme, algılama ve deneyimleme üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Senografinin kullandığı tüm araç ve yöntemler dördüncü bölümde detaylı şekilde açıklanmış, bu araçlardan nasıl yararlanılacağına dair yardımcı sorular listelenmiştir. Dijital medya açıklanırken, medya istasyonları ve mekân oluşturan medya ayrıca

detaylandırılmıştır. Etkileşim ve katılım ise, iletişim ve dijital medya bağlamında ayrıca incelenirken, analog ve dijital etkileşim örnekleri verilmiş, kullanıcının da veri sağlamasıyla etkileşimin iki yönlü olabileceği ele alınmıştır.

Beşinci bölümde ise nöroloji, psikoloji ve felsefe gibi pencerelerden bakılarak, kapsayıcı mekân deneyimi kavramı, nasıl oluştuğu, algılamanın hangi etkenlerden ve duyulardan etkilendiği incelenmiş, sanal gerçeklik projeleri ve dijital enstalasyonlardan örnekler verilmiştir.

Son bölüm olan sonuç bölümünde ise, çalışma neticesinde elde edilen sonuçlar değerlendirilmiş ve senografinin anlatı mekânları ve kapsayıcı mekân deneyimleri yaratmada kabul gören bir yaklaşım olarak sergileme tasarımını hangi yönde değiştirdiğine değinilmiştir.

1.3 Yöntem

Tez çalışması için öncelikle hem yerli hem de yabancı kaynaklardan sergileme tasarımı, senografi ve kapsayıcı mekân deneyimine dair literatür taraması yapılmış, ancak özellikle senografi ve kapsayıcı deneyim konusunda neredeyse hiç yerli literatür olmadığına görülmesi üzerine çalışma tamamen yabancı kaynaklara yoğunlaşmıştır. Dünyada hali hazırda sıklıkla tartışılmakta ve incelenmekte olan bu kavramlara dair önemli kitaplar araştırılmış ve edinilmiş, sonrasında da internet üzerinden makale, tez, toplantı ve sempozyumlarda sunulmuş bildiriler ve elektronik medya araştırılmıştır. Kaynakların büyük bölümünün yabancı dilde olması nedeniyle yoğun bir çeviri çalışması yapılmıştır. Tez çalışması süresince tezin konusu dışında da psikoloji, nöroloji ve felsefeye dair kitaplar okunmuş ve kapsamlı bir bakış açısı oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu okuma ve çevirilerin yanı sıra, başarılı örnekler incelenmiş, Fransa, İsviçre, Almanya ve Avusturya'da konuyla ilgili çeşitli sergiler, etkinlikler ve festivallere katılarak, senografi, dijital medya, etkileşim, kapsayıcı mekân deneyimleri ve hızla gelişen teknolojilerin deneyimlenmesi için çalışılmıştır. Olabildiğince çok görsel ve örnek projeler eklenerek senografi ve kapsayıcı mekân deneyimi perspektifinden incelenmiş, günümüzde kullanılan araç ve yöntemler sunulmuştur.

2. SERGİLEME TASARIMI

2.1 Sergileme Tasarımı Nedir?

Türk Dil Kurumu'na göre "sergilemek" kelimesi; "bazı şeyleri göstermek, tanıtmak veya satmak amacıyla herhangi bir biçimde, herkesin görebileceği yere yerleştirmek, teşhir etmek" olarak açıklanırken, Cambridge sözlüğünde "sergi"; "resim gibi objelerin halka gösterildiği bir etkinlik, halka belirli bir yetenek veya niteliğin gösterildiği bir durum veya bunları gösterme işi" olarak açıklanmıştır.

Günümüz Sergileme Tasarımı, Türleri ve Londra'dan Sergileme Tasarımı Örnekleri adlı makalesinde Yrd.Doç. Çiğdem Demir, sergileme tasarımının başlangıcını şu şekilde açıklamıştır:

Ürünlerin bölgeleri kapsayan geniş sunumlarının yapıldığı ilk sergi ve antik pazarlar, deniz yolu ile kıyı ticareti yapan Fenikeliler'e dek götürülebilmektedir. Antik pazarların zaman içerisinde, günümüzün ticaret fuarları (trade fairs), uluslararası fuarlar (world fairs), halka açık ticari fuarlar (public trade shows), müze galerileri (museum galleries), sanat galerileri (art galleries), gezici sergiler (travelling exhibitions) ve taşınabilir sergilere (portable exhibitions) dönüştüğü söylenebilir.

Konikow'a (1994: 10) göre ilk dikkati çeken örnek Ortaçağ'da yapılmış olan Venedik Sergisi iken, Küçükerman (2002: 9) ilk sergileme tasarımı kavramının 1700'lü yıllarda Sanayi Devrimi dönemi ile ortaya çıktığını belirtmektedir. Izumi (1992: 6) ise 1851 yılında düzenlenen Londra Sergisi'nin (London Expo) dünya fuarları tarihçesini başlatan bir etkinlik olduğunu söylemektedir (Demir, 2009).

Skolnick, Lorenc ve Berger'e göre sergileme tasarımı tarihinin izini sürerken, bütün disiplinlerde olduğu gibi, başlangıcı yer ve zamana göre belirlemek oldukça zordur, ancak, bazı büyük ölçekli trendler göz önüne alınabilir (Skolnick, 2007, s.12).

Bu trendlerden en önemlisi ise, sergileme kavramının 17. yüzyılda ortaya çıkan "cabinets of curiosities" ile günümüzdeki anlamıyla ve mekânsal olarak gelişmeye başlamış bir kavram olduğunu göstermektedir. "Cabinets of curiosities" Selmin Kuş'un çalışmasında şu şekilde açıklanmış ve Türkçe'ye çevrilmiştir:

"Ortaya çıktığı yüzyıldan bu yana oluşturulduğu tüm ülkelerde farklı bir isimle anılan bu mekânlar (cabinet of curiosities) Türkçeye de farklı şekillerde

çevrilmiştir. Genellikle nadire kabineleri, dünya odaları, bellek odaları gibi isimlerle anılan bu mekânlara, çalışma boyunca merak odacıkları denecektir. Merak güdüsü, bilgiye ulaşma yolundaki ilk adımdır. Buradaki nesneler ve canlılar öncelikle merak uyandıran, bir merak sonucu biriktirilen, ender bulunan ve farklı nesnelerdir. Temel düşüncesi nadir olma özelliğinden önce, merak uyandırmasıdır. Mekânın boyutuna gelindiğinde ise, ilk ortaya çıkışından sonra koleksiyoncunun isteğine, imkânına, ülkesine göre değişiklik göstermiştir. Genellikle bol kutucuklu, muhafazalı bir dolap şeklinde düzenlenirken, sahibinin zenginliğine, koleksiyonun çeşitliliğine, nesnelerin boyutuna göre, bölmeli, büyükçe bir kasa; içerisinde çeşitli kutucukların, bölmeli rafların bulunduğu bir oda ya da geniş bir salon şeklinde de olabilmektedir. Burada kabine yerine odacık kelimesinin tercihinde ilk müze mekânı varsaydığımız Gılgamış Destanı'nda ve Tevrat'ta tanımlanan Nuhun Gemisi'nin de bölüm bölüm, oda oda oluşu ve günümüze dek gelen sergileme mantığının en yaygın şeklinin de yine oda oda olan mekânlardan oluşuyor olması etkili olmuştur. -Cık ekinin imâ ettiği küçüklük ile de bu koleksiyonların son derece "kişiyeye özel", küçük birer evren oluşu, bireyselliği ve küçüklüğü vurgulanmak istenmiştir." (Kuş, 2010, s.22).



Şekil 1: Cabinets of Curiosities – Merak Odacıkları, 17. yüzyıl

İnsanlar çok önceden beri içgüdüsel olarak teşhir etme, bilgi verme, kutlama, saygı uyandırma, satış yapma ve deneyimlerini yorumlama gibi amaçlarla objeleri ve mekânları kullanmaya başlamışlardır. Bu “iletişen mekânlar” insan deneyimi tipolojisinin ve yaratıcı bir uygulama olarak sergileme tasarımının öncüsü olarak düşünülebilir.

Her ne kadar günümüz müzeleri, sergileme tasarımının ilk örnekleri olan “merak odacıkları”na pek benzemese de, hala insanın merakı ve yaşadığımız dünya hakkında daha fazla bilgi sahibi olma ihtiyacını tatmin etmektedirler (SEGD,[Erişim tarihi:12.07.2018]).

Sergileme tasarımı mimarlık, iç mimarlık, grafik tasarımı, dijital medya, aydınlatma, işitsel etkileşim gibi birçok farklı disiplinden değişen oranlarda yararlanan birleştirici bir tasarım sürecidir.

Sergileme tasarımı, müze sergilemeleri, ticari mekânlar, fuarlar, tematik eğlence alanları, bilgilendirme kioskuları, ziyaretçi merkezleri, dünya fuarları ve sergilerine kadar birçok farklı alanda, mekânı, hareketi ve hafızayı kullanarak, çok katmanlı iletişime imkân veren gerçek zamanlı deneyimler yaratmaya odaklanır. Kullanılan mekân veya iletilmek istenen mesaj ne olursa olsun, hedeflenen kitleye istenen hikayeyi anlatmak için çok farklı disiplinlerden aynı anda yararlanır. Bu anlamda deneyimi şekillendirirken bir besteci, orkestra şefi, koreograf ve yönetmen rolünü oynar ve istenilen mesajın en etkileyici ve anlamlı şekilde iletilmesini sağlar. İletişim tasarımı ile mekânı birleştirir (Skolnick, 2007, s.8).

Demir’e (2009) göre; “sergileme tasarımı türleri çok net ayrıştırılamamasına ve gün geçtikçe aralarındaki sınırlar azalmasına rağmen, sürekli ya da geçici kullanımlarına, işlev ve içeriklerine göre sınıflandırılabilir. Turgut (2003: 182), sergilemeleri kısa süreli, uzun süreli, ticari, ticari olmayan, müze sergilemeleri vb. olarak ayırırken, Dernie (2006: 6) ise bu ayrımı kültürel, ticari, geçici, sürekli, müze, sanat galerileri vb. olarak genişletmektedir. Hatta Lorenc, Skolnick ve Berger (2007: 4) bu farklı disiplinleri, kendi içerisinde daha da ayrıştırmaktadır.”

Demir (2009), makalesinde sergileme tasarımını şu şekilde alanlara ayırmıştır:

Kültürel/Sosyal içerikli sergilemeler: Sosyal içerikli sergilemeler, bazen açık havada (outdoor), bir sokakta ya da kapalı bir mekânda (indoor) ya da tarihi bir yapı içerisinde vb. olabilmektedir. Bu tip sergilemelerinin amacının sosyal içerikli bir ileti göndermek, bir fikri savunmak amaçlı oluşturulduğu söylenebilir.

Bu tip sergilemelerde, ticari kaygılardan çok sosyal içerikli kaygılar öne çıkmaktadır.

Ticari fuar sergilemeleri: Belirli bir ürünü tanıtmak, hedef kitlenin ilgisini çekmek ve ürünün satışını sağlamak üzere hazırlanan daha planlı sergilemelerdir.

Sanat galerisi sergilemeleri: Sanat galerisi sergilemelerinde 2 boyutlu, 3 boyutlu, çoklu ortam ve enstalasyon gibi farklı sanat eserleri belirli sürelerle yer alabilmektedir.

Müze sergilemeleri: Müze sergilemeleri önemli bir sınıf olmakla beraber, diğer tanıtım sergilemelerinden farklı bir amaç taşıması ve teknik gereklilikleri sebebiyle ayrı tutulur. Dernie (2006: 64) müze sergilemelerinin yapısının geçici sergilemelerin aksine daha ayrıntılı ve yoğun hazırlandığını, sergilenen nesneler ile ilgili yorumların ön plana çıkarıldığını belirtmektedir. Müze sergilemelerinin en büyük özelliği kısa süreli değil, uzun bir zaman dilimine yayılan sergilemeler olmasıdır (Demir, 2009, s.5-10).

SEGD'ye (Society for Experiential Graphic Design) göre sergileme tasarımı, görsel anlatı ve çevreyi kullanarak bilginin iletilmesi sürecidir. Mimari, iç mimari, grafik tasarımı, deneyim ve etkileşim tasarımı, multimedya ve teknoloji, aydınlatma, ses ve diğer birçok disiplini ve aracı bir arada kullanan sergileme tasarımında amaç, bir tema veya konu üzerine çoklu katmanlardan oluşan anlatılar yaratmaktır. Sergileme tasarımı ile bazen tek bir vitrin, bazen de kapsayıcı ve mimariyle bütünleşik bir çevre tasarlanabilir. Teknolojinin kullanımıyla birlikte giderek daha fazla medyanın kullanıldığı, sosyal ve demokratik hale gelen sergileme tasarımında içerik, sadece tasarımcılar ve küratörler tarafından değil, aynı zamanda kullanıcılar tarafından da üretilmeye başlanmıştır. Bu tasarım disiplini evrimleşmeye devam etmektedir. Teknolojinin rolü ne olursa olsun, mekân, obje ve bilginin, kullanıcının rolü ile dengelenmesini gerektirir (SEGD,[Erişim tarihi:12.07.2018]).

2.2 Müze ve Sergi Bağlamında Sergileme Tasarımının Gelişimi

Sergilenmeye değer bulunan, tarihi, sanatsal, dini, bilimsel veya estetik değeri olan objelerin ve bunlara dair bilginin aktarılması müzecilik kavramının oluşmasını sağlamıştır. Objelerin korunması, topluma sunulması, anlamlandırılması ve bir kültür oluşması amacıyla hareket eden müzeler açısından sergilemenin nasıl tasarlanacağı zaman içinde büyük değişimlere uğramış bir alan olmuştur.

Bayar (2011), sergileme tasarımının sosyolojik olarak gelişimine dair şöyle yazmıştır:

Paylaşmak ve aktarmak niyeti ile gerçekleştirilen girişimler günümüze kadar oldukça farklı biçimlerde boy göstermiş ve değişime uğramıştır. İlk gösterme niyetli girişimlerden günümüz sergilerine bilgi, belirli toplumsal sınıfların “malı” olarak var olmuştur. Tıpkı pek çok dalda ilerlemenin kaynağı olduğu gibi, bu alanda da Endüstri Devrimi, bilginin paylaşılması adına dengeleri tamamıyla değiştirmiştir. Yönetimlerin inisiyatifinde olan ve pek çok dalda git gide artan bilgi birikimi, ulusal ilerleme ve üstünlük adına halk ile paylaşılmış, bu büyük hazine tabiri caizse dolaşıma açılmıştır. 1759 yılında faaliyete geçen British Museum’un açılış amacını özetleyen şu sözler günümüz sergi anlayışının da temellerini atan kelimeler olarak görülebilir:

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

Bu tarihten itibaren sergileme eylemi müzelerin desteği ve özellikle dünya fuarlarının (EXPO’lar - 1800’lü yıllardan günümüze dek süregelen, ülkelerin kendi kültür ve ekonomilerini dünyaya tanıtmayı amaçladıkları fuarcılık etkinliği) da etkisi ile bir disipline dönüşmüş, sergilemenin niteliği, görevi günümüze dek değişmiş ve gelişmiştir (Bayar, 2011, s.1-2).

Müze ve sergiler bağlamında kullanıldığında sergileme tasarımı, objelerin bir vitrin içinde ziyaretçilere sunulurken, objeler hakkında bilgi vermenin ise sadece metinle kısıtlı olduğu bir anlayıştan evrilmeye başlamıştır.

Geleneksel yaklaşımda müzeler olabildiğince çok sayıda envanteri ziyaretçiye sunmaya odaklanırken, vitrin tasarımlarında objeleri koruma amacı ön plana çıkmaktaydı. Bayar (2011), sergileme mekânlarının geçtiği aşamaları şu şekilde açıklamaktadır:

Dernie, Louvre Müzesi’nin sergileme biçimini şöyle tanımlamıştır: Louvre ve British Museum gibi tarihi mekânlarda eserler karanlık ve dağınık bir yapı içerisinde sergilenmektedir. Duvarlar tavana kadar sanat eserleri ile kaplanmaktadır. Bu noktada bu tür mekânlar için üç adet önemli sergileme fikrinden söz edilmektedir. Bunlar, dolap sergilemeleri (Cabinets), yenilikçi galeriler (progressive galleries) ve dönem odaları (period rooms). Dolap sergilemelerinin basitçe amacı izleyiciyi sanat eserlerinden fiziksel olarak uzak tutmak ve güvenlik mesafesi kurmaktır. Bu aynı zamanda Gizemli Eşyalar Sandığı yapısının bir ileriki aşaması ve sergicilik üzerine etkisinin de kanıtı

niteliğinde olmuştur. Bir diğer yöntem olan Yenilikçi Galeriler ise çapraz yerleşen sıralı odalar ile çok daha net ve temiz bir sergileme alanı olarak faaliyet göstermiştir. Aynı zamanda bu odalar eserlerin sınıflandırılması ve ilişkilendirilmesi adına dönemi içerisinde verimli yapılar olmuşlardır. Son olarak ise Dönem Odaları, aynı tarihi dönemde üretilmiş farklı eser sahiplerini ve türlerini (resim, heykel, mimari projeler, mobilyalar) bir araya getiren sergileme biçimleri olmuşlardır. Bu yenilikçi sınıflandırma girişimi, aynı zamanda 19. yüzyılın taksonomik (canlıları biçimlerine ve türlerine göre sınıflandıran bilim dalı) tasniflendirme anlayışının da ortaya çıkışına neden olmuştur (Dernie, 2006, s.8) (Bayar, 2011, s.16).



Şekil 2: Louvre Müzesi büyük galeri sergileme örneği, 1787

Skolnick, Lorenc ve Berger'e göre 12. yüzyılda kale olarak inşa edilen Paris'teki Louvre, V. Charles döneminde bir saraya çevrildiğinden beri birçok kez güncellenmiştir. İlk başlarda büyük bir depoya benzeyen ve tıka basa doldurulmuş olan mekânda şimdi bile büyük ve yüksek tavanlı hollerde üst üste üç resim asılı durmaktadır. Son zamanlarda yapılan renovasyonlarda, birçok başka şeyle beraber, koleksiyonların tarihi ve doğrusal (linear) anlamda organize edilmesi istenmekteydi (Skolnick, 2007, s.14).



Şekil 3: Roma Capitoline Müzesi

Roma'daki Capitoline Müzesi ise 1734 yılında inşa edilmiş ve sanat eserlerinin adeta ev düzeni içinde sergilendiği bir müzedir. Hem mekânın ortasında hem de çevresinde yer alan eserlerin düzeni, önceki benzer sunumlara göre de daha az bilinçlidir. Eserlerin yerleşimi neredeyse rastgele ve gelişi güzel yapılmış, her bir obje bir kaide üzerine yerleştirilerek kavramsal veya sembolik olarak herhangi bir şekilde düzenleme yapılmamıştır (Skolnick, 2007, s.15).

Amerika'da ise ilk kamuya açık müzelerden biri olan Charles Wilson Peale'in 1786'da The Museum of Rational Entertainment (Makul Eğlence Müzesi) olarak adlandırdığı bir müze, Washington DC'de yer alan Smithsonian Enstitüsü için bir model olmuştur. Müzeyi "ulusun dolabı" veya kurtarılmaya ve incelenmeye değer her şey için bir depo olarak gören Peale, koleksiyonu hükümet, kilise veya kraliyet galerisi sahipliğinden çıkararak, müzeyi bir biriktirme, koruma ve sergileme kültürü olarak konumlandırmıştır. Müzeler her ne kadar objeleri toplayan ve gösteren, kurumlar veya bireyler için özel bir yer olarak başladıysa da, Peale bu perdeyi aralayıp kültür tarihini ve kültürel hazineleri ortaya sermiş ve herkesi içeriye davet etmiştir (Skolnick, 2007, s.16).

Müzeler Avrupa'da ilk defa yerleşmeye başladığında, iki ana rolleri vardı:

- uzmanların çalışması ve öğrenmesi
- halkın içeriklerin değerini bilmesi.

Bu amacı en iyi anlatabilecek iki müze British Museum ve Louvre'dur.



Şekil 4: British Museum giriş bileti, 1790

British Museum 1753 yılında Sir Hans Sloane tarafından kuruldu. Doğa bilimleri koleksiyonu ve kütüphanesini devlete hibe eden Sir Hans Sloane'un amacı alimlerin buluşup büyüyen endüstriyel İngiliz ekonomisini ilerletmek için çalışmalar yapmasıydı ve haftada sadece bir gün halka açıktı. Alimler ziyaretçilere yaptıkları işi anlatmak için refakat etmekteydiler. Eğitime erkenden duyulan bu ilgi, 19. yüzyılın başlangıcında, Avrupa'daki ilk eğitimsel departmanın kurulmasına yol açtı (Nardi, 2016, s.20).

Louvre ise 1792'de Cumhuriyetçi dönemin en başında Musèum National olarak kuruldu. Ana fikir, daha önce ayrıcalıklı olarak kralın mülkiyetinde olan kraliyet koleksiyonunun, halkın kolektif mülkiyetine dönüşmesi, ressamlar ve heykeltıraşlar için eğitsel bir araç olması ve böylelikle vatandaşlık kavramının geliştirilmesi idi. Bu nedenle müze takvimi bu iki görevi yerine getirebilmek amacıyla ikiye bölünmüştü. Haftanın üç günü rahatsız edilmeden sessiz bir ortamda çalışabilsinler diye sanatçılara ayrılmıştı, diğer üç gün de halka açıktı ve bir gün de temizlik için ayrılmıştı (Nardi, 2016, s.20).

British Museum örneğinde halka yönelik politika aslen bilişsel iken Louvre örneğinde amaç eğitmekten çok genç demokratik ülke ile kurulan bağın sağlamaştırılmasıydı.

Her iki örnekte ortak olan ise ziyaretçilerin katılımını sağlamak ve vatandaşların daha fazla bilgiye sahip insanları dinleyerek öğrenmeleri amacıydı (Nardi, 2016, s.20).

Daha sonraki yüzyıllarda müze çalışmalarında halkla iletişim kurmaktan ziyade konservasyon ağırlık bulmaya başladı. Müze direktörleri halka olan ilgiyi kaybetmeye başladılar, temel endişeleri kendi sorumlulukları altında olan objeler hakkında araştırmalar yapmak ve bakmakla yükümlü oldukları hazinelerin korunması haline gelmeye başladı. Bu dönemde müzeler genelde olumsuz bir şöhrete sahip oldular: tozlu mekânlar, uzmanı olmayana hiçbir anlam ifade etmeyen ve ilginç olmayan objeler yığını. Genellikle Yunan tapınaklarını taklit eden mimarinin de bu olumsuz düşünceye katkısı oldu ve müzeler günlük hayattan uzaklaşmaya başladılar (Nardi, 2016, s.21-22).



Şekil 5: British Museum dış görünüşü, Londra

Dünya Fuarları da bir yandan kamu müzeleri ve herkes için sergileme fikrinde bir mihenk taşıydı. 19. yüzyılda başlayan bu muazzam etkinlikler, egzotik yerlerden getirilen objelerden oluşması bağlamında “merak odacıkları”na benzemektedir. Farklı tarafı ise inanç, teknoloji gibi daha geniş temalardan oluşarak, insanın hayret verici ve büyüleyici ilerlemesinin arkasındaki itici gücü ortaya koymalarıydı. Büyük ölçekli objeler sergilenmekte, egzotiklik ve bilinirlik izleyicilerin dikkati için birbirleriyle yarışmakta, orta ve çalışan sınıfların erişimine açık olmasıyla bir ilk gerçekleşmekteydi (Skolnick, 2007, s.16).



Şekil 6: EXPO Paris, 1900

Yaklaşık 51 milyon insanın katıldığı 1900 yılında Paris'te düzenlenen Dünya Fuarı'nda, her ne kadar hala belirli bir tematik anlatı olmadan her şeyi gösterme ihtiyacının üstesinden gelinmemiş olsa da, belirli sergiler için özel olarak inşa edilmiş pavyonlar bulunmaktaydı. Bu Dünya Fuarları, tematik eğlence parkları ve bilim ve teknoloji müzelerine ön ayak olmuşlardır (Skolnick, 2007, s.16).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra özellikle Avrupa'daki müzelerin tekrar yapılması ve el konulan sanat eserlerinin geri kazanılması ihtiyacı sonucunda UNESCO, müzeler arasındaki iş birliğini geliştirecek uluslararası bir konsey oluşturdu. Böylelikle Uluslararası Müzeler Konseyi (ICOM) kuruldu. ICOM ilk olarak uluslararası kabul gören şu müze tanımını yaptı:

“Müze; halkın hizmetinde ve halkın gelişmesi için çalışan, halka açık, eğitim, öğretim ve eğlence amacıyla insanlığın maddi ve manevi mirasını biriktiren, koruyan, araştıran, ileten ve sergileyen, kâr amacı gütmeyen, kalıcı bir kurumdur.”

Sergileme tasarımı da Dünya Fuarları ve müzeciliğin gelişmesi sonucunda farklılaşmaktaydı. Sanat eserlerinin sergilenmesinde üst üste yerleştirilmiş resimler, dağınık objeler ve belirli bir tema veya anlam olmaksızın düzenlenen sergi alanlarından, 20. yüzyılın değişen toplumsal yapısının da etkisiyle ve rasyonellik,

sadelik, fonksiyonellik gibi kavramların öne çıkmasıyla sergileme tasarımı çok farklı bir görüntüye kavuşmaya başladı.

“Beyaz küp” olarak adlandırılan yeni bir galeri estetiği ile, kare veya dikdörtgen biçiminde, beyaz duvarlardan oluşan ve genellikle aydınlatma kaynağı tavanda bulunan mekânlar, sergilemeler için kanvas haline geldi.

20. yüzyılın başlarında soyut modern sanatın ortaya çıkmasıyla beraber, renk ve ışığa vurgu yapan De Stijl ve Bauhaus gibi gruplardan sanatçılar, eserlerini dikkatin dağılmasını en alt seviyeye indirmek amacıyla beyaz duvarlar üzerinde sergilemeyi tercih ettiler. Mimari ve tasarımda da paralel olarak evrimleşen bu estetik anlayış kabul görmeye başladı (Tate Museum, [Erişim tarihi:15.12.2018]).



Şekil 7: White Cube Galerisi, Londra

Modern müzelerde sergi mekânları, Eileen Hooper Greenhill'e göre “pozitivist”, “objektif”, “rasyonel”, “değer belirten”, “uzak” ve “gerçek dünyadan ayrı” olurken; galerilerin bu temiz ve düzenli hali ve disiplinli çalışmaları, şüpheye yer bırakmayan kapalı eğitsel kodları, aynı zamanda izleyicileri, kendilerini de içeriden disipline ederek temiz ve düzenli olmaya teşvik etmektedir. Ancak iletilen materyalin çerçevesi soğuk, açık ve analitiktir; objelere kısıtlı metinler eşlik eder, diğer medya türlerinden yararlanılmaz ve teşhir soğuk ve akılcı şekilde sunulur. Renk, doku ve ses sergilemeye dahil edilmez (Greenhill, 2000, s.130-131) (Özkal, 2006, s.22).

Bu dönemin sergilerinde ziyaretçilerin deneyiminin, akılcı şekilde ve görsel bir düzenle oluşturulduğuna inanılmakta ve subjektif algılardan oluşan sergi etkinliğine karşı kayıtsız kalınmaktaydı. Hooper Greenhill, görme duyusunun tüm duyular içinde en uzaklaştırıcı duyu olduğunu ve bunun teşhirlerde ziyaretçilerin eserlere mesafeli olması anlamına geldiğini belirtirken, sanat galerilerinde resimlerin optimum olduğu düşünülen yükseklikte ve bakma mesafesinde asılmasının ve müzelerde vitrinlerin uygun bakma koşullarını ve mesafesini belirleme işlevinin ön planda olduğunu belirterek, gözlemci ile gözlenen arasındaki ilişkinin kopukluğunun altını çizmektedir (Greenhill, 1990, s.32) (Özkal, 2006, s.22).

1976'da Brian O'Doherty Artforum Dergisi'ne yazdığı ve sonrasında kitaba dönüştürdüğü bir dizi makalede, beyaz küpe ilişkin modernist takıntıya karşı çıkarken beyaz küpün içindeki her objenin neredeyse kutsal hale geldiğini ve bunun da sanatın okunmasını sorunlu hale getirdiğini yazmıştır (O'Doherty, 1976).

Sergileme tasarımı her ne kadar "merak odacıkları"ndan günümüze büyük ölçüde evrimleşmiş olsa da, halen günümüzde çoğu müze ve sergide beyaz küp etkisi varlığını güçlü bir şekilde korumaktadır. Bu estetik anlayışının ortaya çıkması her ne kadar gelişigüzel teşhirle başlayan sergileme tasarımı için büyük bir ilerleme olsa da, içinde izleyicinin olabildiğince pasif kalması ve sunulan eserle izleyici arasındaki bağın sadece görme duyusu üzerinden kurulması nedeniyle yeterli olmamaktadır. O nedenle bu türde sergileme tasarımı anlayışı da "geleneksel" olarak nitelendirilebilir.

Günümüz müzelerinde de halen olabildiğince çok sayıda envanterin metin açıklamalarıyla beraber sunulmasına sıklıkla rastlanmaktadır.



Şekil 8: Kütahya Arkeoloji Müzesi

Ülkemiz müzelerinden Kütahya Arkeoloji Müzesi, Niğde Müzesi ve Bursa Arkeoloji Müzesi örneklerinden çok da farklı olmayan Viyana'daki Hofburg İmparatorluk Sarayı'nda da envanterler cam vitrinler içinde sergilemekte ve esere dair uzun açıklamalar bulunmaktadır.



Şekil 9: Niğde Müzesi

Aydınlatma, eserleri ön plana çıkaracak şekilde planlanmamış ve teknolojinin hiçbir imkânından yararlanılmamıştır.



Şekil 10: Bursa Arkeoloji Müzesi

Ziyaretçinin vitrinin arka bölümünde yer alan açıklamaları okuduğu sürenin, eseri incelediği süreden daha fazla olacağı açıktır. Verilen bilginin tümüyle okunması neredeyse imkânsızdır.



Şekil 11: Hofburg İmparatorluk Sarayı, Viyana

Viyana'daki Hofburg İmparatorluk Müzesinde de aydınlatma sunulan eserlere göre planlanmamıştır. Sadece eserlerin kısa açıklamaları verilmiş olup, genel mekânlara ve bu mekânlarda nasıl bir temanın olduğuna dair bir bilgi yoktur. Rotalandırma düşünülmediğinden her bölüm birbiriyle ilgisiz olarak algılanmaktadır.

2.3 Günümüzde Müze ve Sergi Tasarımının Amaçları

Uluslararası Müzeler Konseyi (ICOM) Başkanı Prof. Dr. Hans-Martin Hinz'e göre günümüzde müzeler daha geniş bir kitleye erişebilmek için geniş bir çalışma yürütmeli, ayrıca müzelerin artık farklı deneyimleri ve perspektifleri karşılamak için sosyal diyalogun yer aldığı bir forum, aydınlanma ve uzlaşma mekânları olmak istemelerinin yanısıra çalışmalarının sürdürülebilir etkileri olmalı ve böylelikle halka toplumsal değerleri nakşetmelidirler (Angelini, 2016, s.5).

Paris'teki Ulusal Sanat ve Popüler Gelenekler Müzesi'nin (Musée National des Arts et Traditions Populaires) kurucusu Georges-Henri Rivière'in (1897-1985) devrimsel fikri, ziyaretçileri her müzenin odak noktasına koymuştur:

- Ziyaretçi sayıları tek başına müzenin başarısını göstermez. Müzenin gerçek amacı bir şey öğretmektir.
- Küratörlerin genelde aritmetik olarak düşündüğü (ne kadar obje, o kadar değer) sunulan objelerin sayısı dikkatlice düşünülmelidir; çünkü bunaltıcı bir müze, ziyaretçilere işleyemeyecekleri sayıda uyaran vererek akıl karıştırır.
- Müzenin ziyaretçilerden gezmelerini beklediği metrekare aynı şekilde sadece kantitatif bir ölçek değildir. Sonu gelmez koridorların ve odaların verdiği yorgunluk ziyaretçiler için engelleyici bir öge haline gelir (Nardi, 2016, s.19).

Bu analiz, kantitatif yaklaşımın ziyaretçi davranışlarını yorumlamada olası araçlardan sadece biri olduğunu düşündürmektedir. Ayrıca, müzelerin ziyaretçileri çok fazla sayıda obje ile ürkütmemesi ve mekâna sadece fiziksel olarak değil, psikolojik olarak da erişimlerinin mümkün kılınmasındaki gerekliliği savunmaktadır. Bu, tabii ki müzeler objelerden kurtulmalı ve mekânlar küçültülmeli anlamına gelmemektedir. Müzeler bu soruna dair farkındalığa sahip olmalı ve ziyaretçileri mekânda rahat hissettirmek ve bir şeyler öğrenmeye teşvik etmek için uygun stratejiler keşfetmelidir (Nardi, 2016, s.19).

De Luca'ya (2012) göre artık müzeler içeriğin otoriter ve önceden belirlenmiş şekilde iletiliği kültürel kurumlar olmaktan çıkmıştır. Daha ziyade ziyaretçilerin kendi şahsi bilişsel ve duygusal bilgilerine başvurdukları ve etkin şekilde parçası oldukları bir kültürel deneyim sunan mekânlar olmuşlardır. Bu nedenle artık her müze girişiminin, ziyaretçiler ve müzeyi işletenlerin arasında iki yönlü bir iletişimi körüklemesi gerekmektedir. Çünkü ziyaretçinin öğrenme ihtiyaçları ile bu ihtiyacı gidermek için sunulan yöntemlerin sıkıca iç içe olduğu açıktır. Bu yaklaşımı benimsemek isteyen her müzenin, mekânını ve içeriğini yeniden düzenlemesi ve ziyaretçiyi samimiyetle karşılayan, motive eden ve hoş bir öğrenme deneyimine hazır hale getiren şekilde bu düzenlemeleri yapması gereklidir (Nardi, 2016, s.21-22).

1988'de Birleşik Krallık'ta bulunan Lincolnshire'da, müzelerin toplumsal kurumlar olarak algılanmasına ve müzeleri ziyaret etme ve etmeme nedenlerine odaklanan bir araştırma yapılmıştır. Prince'e göre (1983), kişinin bir müzeyi ziyaret edip etmemesinde iki önemli psikolojik öge vardır: "mekânın / ziyaretin ne olduğuna dair bilişsel öge" ve "mekâna / ziyarete dair anlayışa değer atfeden etkili bir unsur" (Angelini, 2016, s.32)

Du Berry (1994), "İnsanlar Neden Müzelere Gitmiyor?" başlıklı kitabında 1990'ların başında, Londra'da gerçekleştirilen başka bir araştırmadan bahsetmiştir. Bu araştırmada insanları müze ziyaret etmekten alıkoyan fiziksel ve psikolojik bariyerlerin

tanımlanmasına çalışılmıştır. Araştırma, müzelerin geçmişi, ilgi çekici ve ilgiye değer bir şekilde sunmadığı, daha ziyade “sıkıcı, küflü, loş ve kasvetli” olarak sunduğunu ortaya çıkarmıştır. Müze mekânlarının atmosferi “bir kilise veya kütüphane”ye benzetilmiştir (Angelini, 2016, s.33).

İtalya’da yapılan daha güncel bir araştırmada ise müzeleri ziyaret etmeyenlerin düşünceleri hakkında etkileyici bir portre ortaya çıkarılmıştır. Presta’ya (2010) göre araştırmaya katılanların bir bölümü müzeleri ya sıkıcı mekânlar olarak algılamakta ya da kendilerine uygun olmadığını, koleksiyonları anlamak için gerekli bilgiye sahip olmadıklarını düşünmekte, bir diğer bölümü de genel anlamda müzeleri ilginç ve uyarıcı mekânlar olarak görüp olumlu bir algıya sahip olmakla birlikte müze deneyimini olumlu olarak yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Araştırmada sorulan “müze nedir?” sorusuna karşılık katılımcıların büyük çoğunluğu müzeleri öğrenme ve kültür mekânları olarak değil, daha ziyade tozlu eski objeleri sergileyen, sessiz ve sıkıcı mekânlar olarak tanımlamışlardır. Müzelerin, eğitim ve eğlence faaliyetleri mekânı ve sosyal kimlik mekânı olması gibi iki önemli yönü algılamalarında yer almamıştır (Angelini, 2016, s.37).

Her ne kadar kültürel okur-yazarlığın azlığı, müzeler dahil her tür kültürel etkinliğin önünde bir engel olsa da, araştırma lise veya üniversite mezunlarının da müze koleksiyonlarını anlamak için yeterli bilgi donanımına sahip olmadıklarını düşündüklerini göstermekte ve müze hakkında olumlu görüşleri olsa da müzeleri sıkıcı ve çekicilikten uzak mekânlar olarak gördüklerini ortaya koymaktadır. Stylianou-Lambert (2009), müzeler hakkında olumlu bir görüşe sahip oldukları halde, göz korkutucu bularak reddeden, müzeleri kibirli, gösterişçi ve züppe mekânlar olarak algıladığı için müzelerle kendi hayatları arasında herhangi bir bağlantı bulamadıklarından ilgisiz hisseden kişileri “romantik” olarak tanımlamıştır (Angelini, 2016, s.67).

ICOM’un tanımında da bahsi geçtiği gibi, müzelerin kendilerini, insanların hem öğrendiği hem de eğlendiği, sadece pasif izleyiciler değil, aktif katılımcılar olabileceği; etrafa sadece sessizce bakacakları değil, kendilerini ifade edebilecekleri, objeleri kendi deneyimleriyle yorumlayabilecekleri bir mekân olarak konumlandırmasında etkili bir yöntem geliştirmeleri gerekmektedir (Angelini, 2016, s.43-44).

Geleneksel anlayışın teknoloji ve toplumdaki gelişim sayesinde çok büyük ölçüde dönüşüme uğradığı günümüzde sergileme tasarımı çokça sorgulanan ve tartışılan bir alan konumundadır. Birçok farklı disiplinden yararlanması da her bir disiplinin

içerisinde ve bu disiplinlerin birbirleri ile arasındaki ilişkide de yeni sorgulamalara ve tartışmalara neden olmaktadır. Tam da bu nedenle çok hızlı gelişmekte olan ve verimli bir alan olarak tanımlayacağımız sergileme tasarımı, artık odak noktası obje ve eserden kullanıcıya/izleyiciye ve deneyime doğru kaymaktadır. Bilginin sunulmasında hem çok farklı teknolojiler hem de tamamen yeni bir anlayış ortaya çıkmaktadır.

Hollandalı bir sergileme tasarımı firmasının ortakları olan Herman Kossmann ve Mark De Jong, Susan Mulder ve Frank den Oudsten ile birlikte yazdıkları Engaging Spaces adlı kitapta, bilgi ve deneyimin arasında kurulan bağın öneminden bahsetmişlerdir:

Ziyaretçilerin, girdiklerinden daha farklı ayrıldıkları bir sergi yaratmak oldukça zordur. En kötü ihtimalle, ziyaretçi bu deneyimden hiçbir şey hatırlamayacaktır, en iyi ihtimalle ise bu deneyim ziyaretçiye bir şekilde dokunur ve kolay unutulabilir olmaz, yeni bir perspektif sunar ve bakış açılarını genişletir. Serginin kalıcı olması için, sadece deneyimden fazlası olması gerekir. Aynı zamanda öğrenme, anlama ve diğer bir deyişle bilgi de sunmalıdır. Deneyim doğrudan gelen duygular ve düşünceler temelinde gerçekleşir ve genellikle subjektiftir. Anlama ve bilgi ise düşünme, kavramsal yorumlama ile ilgilidir ve daha soyut bir niteliğe sahiptir. “Deneyimleme” ve “bilme” birbirini güçlendiren iki farklı yoldur ama bu ikisini birleştirmek bir sanattır. Yani duygusal ve entelektüel deneyim arasında bir denge kurulması gerekir. Bir şey hakkında bilgi sahibi olmayı istemek için öncelikle bu konuda bir deneyim edinilmesi gerekir. Aynı zamanda, bir konu hakkında bilgi sahibi olunca bir deneyim çok daha derin ve yoğun hale gelebilir. Bu döngü sistemi kendi içinde birbirini beslediğinden, deneyim ziyaretçiyi daha çok bilgi sahibi olması için harekete geçirirken, hali hazırda konuya dair bir kavrayışa sahip olmak da deneyimin daha farklı algılanmasını sağlayacaktır (Kossmann & De Jong, 2010, s.71).

Öğrenmenin kalıcılığı konusu psikoloji ve nöroloji bilimlerinde de oldukça araştırılan bir konudur. Bilgi ile deneyim arasındaki bağlantı, beynin değişik bölümlerinin bir arada kullanılmasının öğrenme performansını artırmasıyla açıklanabilir.

Antikacıoğlu’na (2015) göre, öğrenme ve performans sürecinde beynin birçok katmanının rolü etkili olmaktadır ve başarılı öğrenme ve performans uygun kişisel bağlantıların kurulmasıyla doğrudan bağlantılı olup merkezi sinir sisteminin tümünü içeren bir süreçtir. Öğrenilen şeyin güçlü veya zayıf olmasını belirleyen şey, tüm merkezi sinir sistemi ağında kurulan bağlantıların sayısı, niteliği ve yoğunluğudur. Dış

duyum¹ (exteroceptor), özduyum² (proprioceptor) ve içduyum³ (interoceptor) aracılığıyla ne kadar çok beyin bölümü etkilenirse, öğrenme ve performans o ölçüde artmaktadır (Antikacıoğlu, 2015).

Müze ziyaretçisi genellikle anonim bir “bilimsel” küratörün, yani bir çeşit otoritenin monoloğuna maruz kalır. Bu da özdeşleşme ve katılımcılık sürecini kısıtlayan bir mesafe yaratır. Ziyaretçiye bireysel yorumlama için çok az bir alan bırakılır. Halbuki ilgi çekici bir hikayede, anlatıcı ile izleyen arasındaki mesafe çok az olmalıdır. Bu yakınlık çok önemlidir. Ziyaretçi hikaye ve anlatıcısıyla ne kadar özdeşleşirse, anlatılan da o kadar etkili ve kalıcı olur. Bu kişisel bağın kurulmasının bir yolu, hikayeyi şu ana ve buraya taşımak, konuyu ziyaretçiye bir dizi perspektiften göstermek ve bu şekilde ziyaretçide derin bir kavrayış oluşturmaktır. Böylece anlatılanın objektifliği de korunacak, konu veya temaya dair farklı hikayelerin sunulmasıyla ziyaretçiye kendi bakış açısını oluşturma fırsatı verilecektir. Bu, aynı zamanda konuya dair tek bir bakış açıysındansa birçok bakış açısının gösterilmesi sayesinde, hikayenin temelini de sağlamlaştıracaktır. (Kossmann & De Jong, 2010,s.74)

¹ Dışduyum (exteroception): Vücut dışından gelen uyarıları almak üzere deri veya mukozada sonlanan duyuşal sinir ucu; eksteroseptör (Tıbbi Terimler Sözlüğü).

² Özduyum (proprioception): Vücut farkındalığı olarak da adlandırılabilir. Kaslarda ve eklemlerde yer alır ve vücudumuzun nerede olduğunu söyler. Bununla birlikte vücut parçalarının nerede olduğu ve nasıl hareket ettiklerine ilişkin bilgi verir (Ayşe Doğu, 2013)

³ İçduyum (interoception): Vücut içinden gelen uyarılara duyarlı, iç organlarda sonlanan duyuşal sinir ucu; interoseptör (Tıbbi Terimler Sözlüğü).



Şekil 12: Bergama Müzesi

Sergi küratörlerinin bilgiye deneyimden daha fazla değer verme eğilimi birbirini besleyen bu döngü ile çelişmektedir. Bu da uzun tanıtımlar ve birçok açıklamaya neden olmaktadır. Yukarıda, Bergama Müzesi örneğinde de görüldüğü gibi, ziyaretçiler küçük fontlarla yazılmış metin panellerini okumaya objenin kendisine bakmaktan daha fazla zaman ayırmak zorundadır. Bunlar da genellikle bilgi sahibi ve kalifiye küratörün perspektifinden yazılan uzun metinlerdir. Küratör içeriğin koruyucusu ve sergileme tasarımcısı ile birlikte içeriğin en önemli iki ortağından biridir. Bu durumda yapılması gereken, objektif bilgi ve subjektif deneyimi birbirleriyle ilişkili olarak üretecek bir yorumlama stilini uzmanlarla birlikte oluşturmaktır. Sunuma bilgiyi incelikle yedirmek ve konuyu hem uzmanlara hem de sıradan ziyaretçilere yeni ve ilgi çekici bir şekilde göstermek, sergileme tasarımcısının en önemli görevidir (Kossmann & De Jong, 2010, s.71).

Sergileme tasarımında bakış açısı dramatik şekilde değişirken, bir yandan da teknoloji gelişmektedir. Teknolojinin imkânlarının akılcı şekilde kullanılmasıyla daha önce var olmayan birçok bilgi ve deneyim aktarma aracı ortaya çıkmıştır.

Son 10 yılda gelişimine ve erişimin kolaylaşmasına şahit olduğumuz teknolojiler arasında sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, 3D ve ultra yüksek çözünürlüklü tarama, dokunmaya duyarlı tabletler, etkileşimli vitrinler ve hatta yapay zekayı sayabiliriz.

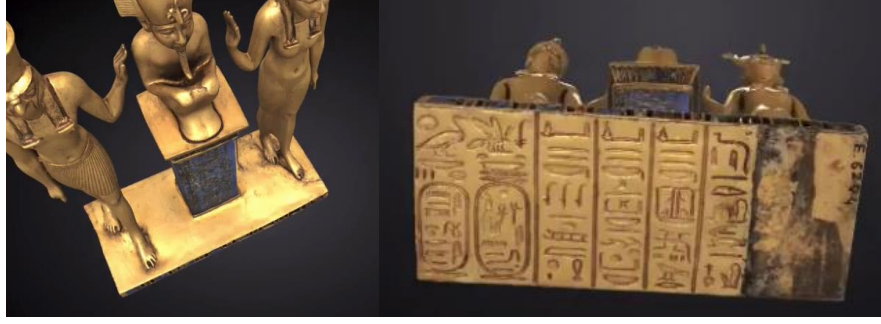


Şekil 13: Census at Bethlehem, 1566 - Pieter Bruegel

Lille Güzel Sanatlar Müzesi'nde 3 adet 4K ekranda Bruegel'in bir tablosu milyarlarca pikselden oluşan bir imaj olarak görülebilmekte ve çıplak gözle görünmeyen detaylara yaklaşılarak incelenebilmektedir. Ultra güçlü yakınlaştırma dokunmatik bir ekranla yapılmakta ve resmin incelenen bölümüne dair kısa tarih, teknik ve ikonografi bilgileri sunulmaktadır.



Şekil 14: Census at Bethlehem tablosundan yüksek çözünürlüklü detay



Şekil 15: Mısır Osorkon II Heykeli, Louvre Müzesi, Paris

Üç boyutlu tarama ile Louvre’da sergilenen Mısır’ın ünlü Osorkon II isimli altın heykeli (IO 874-850) sergilendiği vitrinde görülmesi mümkün olmayan detayları ile ve tüm açılardan görülebilmektedir. Böylece vitrinde sadece tek bir yönden deneyimlenen heykel çok daha etkin şekilde izleyiciye sunulmaktadır.



Şekil 16: Palmira, Suriye

Antik dünyanın en önemli kültürel ve ticari merkezlerinden biri olan, Greko-Roman mimarisi ile inşa edilmiş Palmira kenti Ekim 2015’te düzenlenen bir saldırı sonucu yıkılmış ve bu büyük tarihi miras yerle bir olmuştur. Grand Palais’nin katkılarıyla bu antik kent sanal olarak yeniden inşa edilmiştir ve artırılmış gerçeklik teknolojisiyle en azından sanal olarak deneyimlenebilmektedir.



Şekil 17: Google Creative Lab - Draw to Art projesi

Google Yaratıcı Laboratuvar'ının (Google Creative Lab) sanat ve kültür deneyleri yapan ekibinin ürettiği bir proje olan, özellikle çocukların müze deneyimini, sanata bakış açılarını ve özgüvenlerini olumlu etkileyen "Draw to Art" projesinde, basit bir el çizimini özeğitilmiş makine (machine learning) aracılığıyla, bilinen milyonlarca sanat eserinin içinden en yakın olanlarıyla eşleştirilmektedir. Proje, yapay zekanın gelişiminin sanat ve kültür alanında da çığır açacak bir teknoloji olabileceğinin sinyalini vermektedir.

Teknolojiden yararlanma imkânı ve talebi her geçen gün artarken yapılması gereken odak noktasına teknolojiyi koymak elbette olmamalıdır. Amaç verilmek istenen bilgiyi deneyim yoluyla aktararak bilginin kalıcılığını artırmak ve ziyaretçinin hikayeye kişisel bir bağ kurmasını sağlamak olduğunda, geleneksel sergileme tasarımından farklılaşmak ve güncel ziyaretçi profiline ulaşmak mümkün olmaktadır.

3. SENOGRAFİ

3.1. Senografi Nedir?

Müze, küratör ve sergi çevrelerinde bir süredir tartışılan bir kavram olarak senografi aslen sahne sanatları bağlamından ortaya çıkmış bir disiplin olsa da, günümüzde kendi kulvarının çok daha ötesine geçmiş disiplinlerötesi bir yaklaşımdır. Müze ve sergi mekânlarını metaforik sahneler olarak gören senografi, sergileme tasarımını farklı bir anlayışla ele alırken, katmanlardan oluşan anlatı mekânları yaratan, belirli bir dramaturji içinde yeni medyayı mekânsal sergilemeler için kullanan ve ziyaretçiye duyularına hitap eden deneyimler yaşatma yoluyla sergi mekânlarından daha verimli yararlanmasını sağlayan, yeni ve radikal bir bakış açısıyla müzecilik ve sergileme tasarımını başka bir alana taşıyan yeni bir disiplin olma yolundadır.

Sahne sanatlarında kullanılagelmiş bir kelime olan “scenography” kelimesinin tam olarak Türkçe’de bir karşılığı bulunmadığı için bu tezde kavramı ifade edebilmek için “senografi” kelimesi kullanılmıştır.

“Scenography”nin sözlük anlamı, Merriam Webster sözlüğüne göre, “özellikle sahne dekoruna uygulanan tasarım ve resimlerin bir perspektif içinde tasvir edilmesi sanatı”dır. “Scenography”, şimdiye kadar her ne kadar tiyatro, opera veya bale gibi sahne sanatları jargonunda kullanılmış bir kelime olsa da, günümüzde sergileme tasarımına tamamen farklı bir anlayış getirmekle kalmamış, geleneksel bakış açısının yerine geçmeye başlamıştır.

Sözlük anlamında kullanılan “perspektif” kelimesi, senografide birçok farklı girdinin bir sergileme mekânında belirli bir perspektifle, uyum ve anlam yaratacak şekilde bir araya getirilmesi bağlamında, belki de en isabetli kelimedir. Ancak senografi, sözlük anlamının çok ötesinde bir uygulama alanıyla günümüz sergileme tasarımında kullanılmaktadır.

Senografi, sergileme tasarımını aşağıdaki girdiler ışığında değerlendirirken aşağıdaki sorularla ilgilenir (Greci, 2016, s.11):

- Sergilenen objenin izleyici ile konuşması nasıl sağlanır?
- İçerik yaratıcı bir tasarım kaynağı olarak nasıl kullanılabilir?
- Mekânsal imge ve anlatısal mekân nasıl oluşturulur ve mekânın konuşması nasıl sağlanır?

- Ziyaretçinin algısı nasıl yönlendirilir, katılımı nasıl sağlanır ve nasıl bilinçlendirilir?
- Detaylı konseptler tasarıma nasıl entegre edilir ve bütüncül bir tasarım sağlanır?
- İçerik, bir senaryoyu / hikayeyi anlatacak şekilde nasıl ortaya konulabilir?
- Mekânsal koreografi potansiyelini kullanarak, mekân ve temalara nasıl dramatik bir yapı oluşturulabilir?

Senografinin temel faaliyeti, belirlenmiş kavramsal veya maddesel bir içeriği, üç boyutlu ve anlatısı olan bir mekâna dönüştürmektir. (Greci, 2016, s.12)

Senografi, mimari ve iç mimari, grafik tasarım, aydınlatma tasarımı, ses ve medya tasarımı, yerleştirme sanatı (enstalasyon) gibi birçok yaratıcı disiplini ve tiyatro, opera ve film gibi farklı türleri bir arada kullanırken, yeni gelişen teknolojilerden de üst düzeyde yararlanır.

Formu, içeriği temel alarak oluştururken içeriğe anlam katar. Fikirler, objeler veya hikayelerden anlatısı olan mekânlar tasarlayarak istenen mesajı iletir. Sergilenmek istenen tek bir obje, birden fazla obje veya komple bir envanter bulunduğu zaman da, sergilenecek hiçbir objenin olmadığı ve bir kavramın anlatıldığı mekânlarda da - soyut veya somut sergi öğelerinin her ikisi de yeni bir bağlamda ortaya konulduğundan - yöntem ve prensip olarak aynı yaklaşımla çalışır.

Sergilenen obje, bir tasarımın içinde yer aldığı anda orijinal bağlamından çıkıp, yeni bir bağlam oluşturur. Bu yeni bağlam bir anlam üretir. Böylece obje önemi olan bir anlama ve bir kavrayışa sahip olur ve kavramsal bir obje haline gelir. Bir sergide sergilenecek obje, ilk başta müzeologlar ve küratörler tarafından incelenir ve gözlemciye senografin tasarladığı bir sahne içinde sunulur. Son olarak da gözlemcinin ona dair algısıyla süreç tamamlanır (Brückner, 2010, s.60).

Senograf, objenin hikayesiyle gözlemcinin zihninde oluşturmak istediği algıyı en ideal şekilde birleştirirken, objenin bağlamını açığa çıkarır ve gözlemciye sunar. Aslında amacı sunulan objeyi gözlemcinin zihninde bir merak objesine dönüştürmek ve ilgisini çekmektir. Ancak bu sağlandığında herhangi bir sergi objesi bir bilgi veya mesaj ulaştırabilir ve içerik ziyaretçiye akılda kalıcı, merak ve heyecan uyandırıcı şekilde sunulabilir.

Senograf, derin bir araştırma safhasından geçerek sergileyeceği obje veya kavram hakkında ve bunların potansiyel anlatısı hakkında bilgi sahibi olur. Bilgi, fikir veya bir mesajı ziyaretçiye sunarken, formun somutlaştırılmış dilini kullanır. Yani formun dili ile içeriğin dilinin aynı bağlamda ifade edilebilmesi için aslında bir hikaye yazar. Böylelikle mekân, ziyaretçiye içeriği içgüdüsel olarak ve ilk bakışta aktarabilir.

Farklı disiplinlerin bir arada kullanılması ve mekânın dinamik bir şekilde ele alınmasıyla, senografi fiziksel olarak keşfedilebilen deneysel mekânlar yaratır, ziyaretçiye duyularına hitap edebilen deneyimler sunar ve onu yönlendirir. Bu bağlamda senografi, günümüzün tasarım gerekliliklerini ve toplumun sürekli değişen dünyayı algılama şeklini mantıklı bir şekilde karşılar, müzeciliğin ilgiyi canlı tutabilen anlatı mekânları ve içerikle uyumlu sergileme tasarımı ihtiyacını da karşılayan yeni bir bakış açısı sunmaktadır (Greci, 2016, s.21).

3.2 Senografinin Kökenleri ve Gelişimi

Sahne dekoru ve senografi, Yunanca “skené” kelimesine dayanmaktadır. Oxford Dictionary’ye göre Yunanca’da anlamı “kulübe, çadır” olan “skené”, ilk olarak antik Yunan tiyatrosunda sahnenin köşesinde oyuncuların kostümlerini değiştirdikleri ahşap kulübe için kullanılmaya başlanmıştır (Brückner, 2010, s.12).

Sanat tarihçisi Jocelyn Penny Small’un ifade ettiğine göre Yunanca “skenographia” kelimesi, “skené” ve “graph” kelimelerinin birleşimiyle oluşmuştur ve kelimesi kelimesine çeviriyle “sahne boyama” anlamındadır (Small, 2013, s.111).

Senograf Den Oudsten ise bu iki kelimenin aynı zamanda “kulübe” ve “yazmak” olarak da çevrilebileceğini ve bütün halinde senografinin “mekânın yazarlığı – authorship in a space” anlamına da gelebileceğini söylemiştir (Oudsten, 2011, s.17).

Senografi, sahne tasarımı değildir çünkü bunun daha ötesindedir. Bu konuda yazılan ilk kitaplardan birisi olan, “What is Scenography?” isimli kitabında Pamela Howard (2002), senografiyi “mekân, metin, araştırma, sanat, oyuncular, yönetmenler ve izleyicilerin, orijinal bir yaratıma katkı sağlayan kusursuz bir sentezi” olarak açıklamıştır (Lam, 2013, s.6).

Senografi bir pratik olarak geçtiğimiz onyıllar boyunca birçok farklı değişimden geçmiş ve sürekli olarak evrilmeye devam etmiştir.

Sanayi Devrimi’nin başlangıcında, 19. yy. ortalarında, pazarlar devletlerin rekabet alanı haline geldiğinde, sergileme tamamen farklı bir alana da yayılarak sadece müzelerin tekelinde olmaktan çıkmaya başladı. Böylece teknik performans şovları ortaya çıktı ve bu şovlarda ticaret fuarı karakterinde ama aynı zamanda eğlence de sunan büyük sahne şovu alanları oluştu.

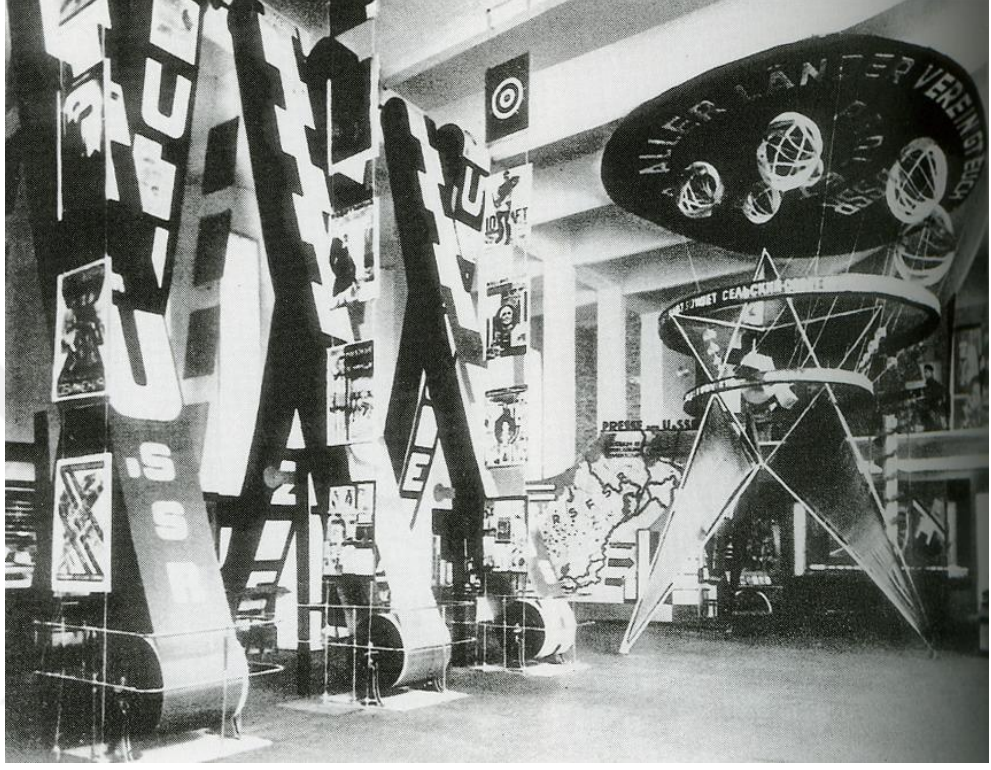


Şekil 18: Kristal Saray, 1851 - Joseph Paxton

Joseph Paxton'ın Kristal Sarayı'nın bulunduğu 1851 Londra ve Eysel Kulesinin inşa edildiği 1889 Paris'te sadece yeni üretilmiş ürünler, kentsel veya askeri teknolojiler değil, aynı zamanda sanat, sanat objeleri ve sıradışı seyler de içeren büyük etkinlikler yapıldı. Bu geçici sergiler, bugünkü anlamıyla senografinin temelini oluşturdu. Bu etkinlikler çok sayıda insanı çekti ve sonrasında ise doğal, teknik ve kültürel tarih müzelerinin algılanmasını ve tasarımını değiştirdi (Brückner, 2010, s.14).

Rus konstrüktivist, yayımcı ve mimar El Lissitzky (1890-1941), farklı medya çeşitleri kullanarak yaptığı tasarım deneylerinde sergileme tasarımı alanına da el attı. Sosyal idealizme ve katı politik hedeflere sahip bir sanatçı olan Lissitzky, Rus Devrimi'nin en büyük destekçilerindendi ve 1920'lerin diğer ilerici sanatçıları gibi, imajların devrim yaratan dilini kullanmaktaydı. İmajı var olan ve görünen realiteyi temsil etmek için değil, yeni ve ütöpk geleceği imgelemek ve yeni sosyalist topluma katkı sağlamak için kullandı. Sergi enstalasyonlarında tekil sanat objelerini, bütüncül bir tasarıma entegre etmeye çalıştı. En bilinen projelerinden olan Hannover'deki Landesmuseum için 1928'te gerçekleştirdiği Abstract Cabinet projesi, soyut sanatı sergilemek için özel bir mekândı. Heykeller ve tablolar bütüncül bir dinamik ortamda sergilenirken, sanat eserleri için optik fon işlevi gören duvarlar bulunuyordu ve ziyaretçiler mekânda hareket ettiklerinde sürekli değişen bir deneyim yaşıyorlardı. Lissitzky bu etkiyi bir tarafı siyah, diğer tarafı beyaz duvarların ön yüzeyine yerleştirdiği dikey şeritlerle

yakalamıştı. Ziyaretçiler mekânda yürürken duvarlar renk değiştiriyor ve sanki hareket ediyorlarmış gibi görünüyordu. Mekâna adım attıkları andan itibaren ziyaretçiler bambaşka ve kendine özgü bir evrene taşınıyordu. Sadece objelere bakmıyorlar, kendi hareketleriyle etkileşim içinde olan bütüncül dinamik bir ortama giriyorlardı (Kossmann & De Jong, 2010, s.19-20).

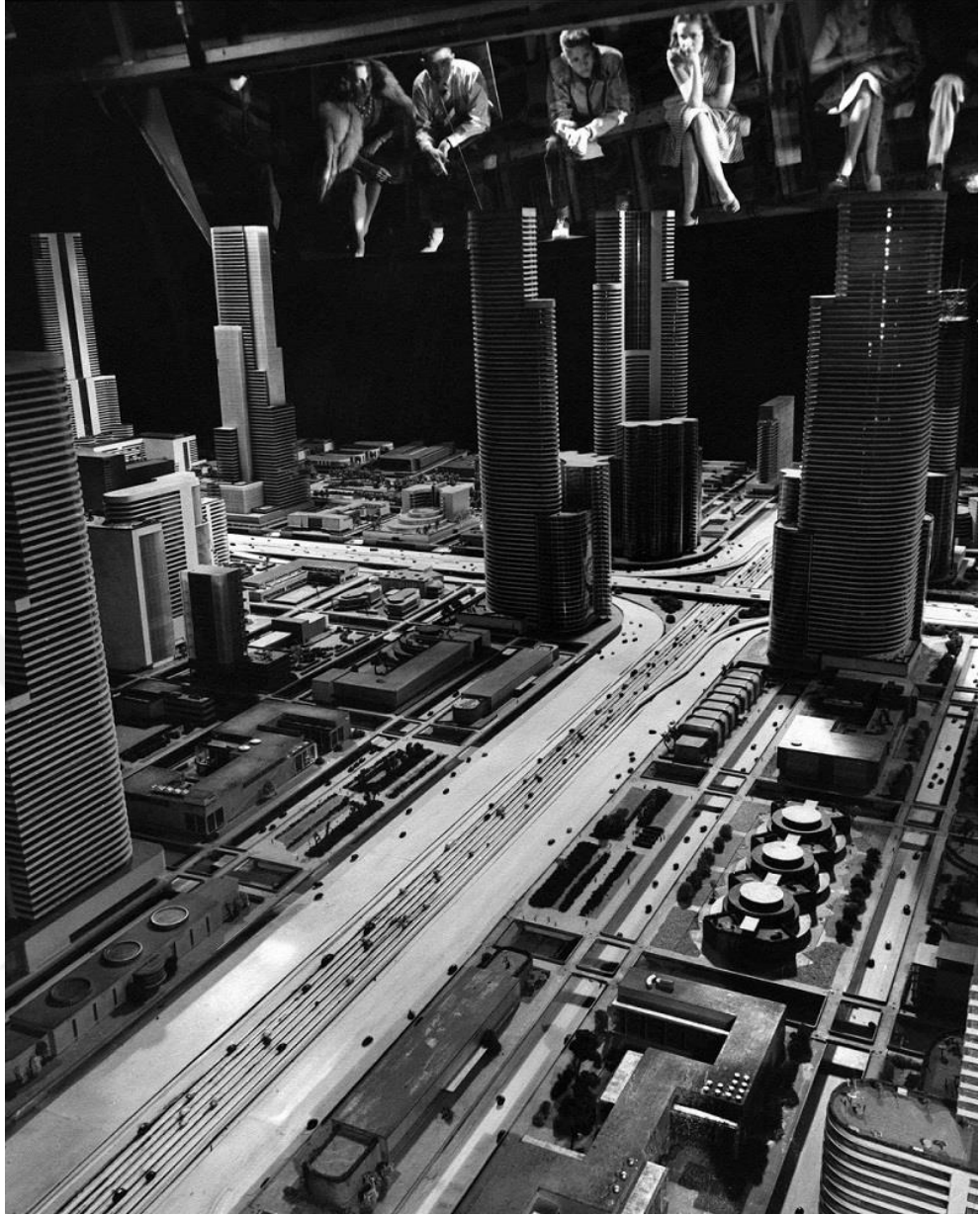


Şekil 19: EXPO Köln Sovyet Pavyonu, 1928 – El Lizzitsky

Zamanla El Lissitzky'nin deneysel enstalasyonları daha çok propagandaya doğru yöneldi ancak çok etkili ve inovatif sunumları, sergilerin bütüncül bir multimedya deneyimi olarak algılanmasında halen örnek alınmaktadır. 1928'de Köln'de düzenlenen Dünya Fuarının Sovyet Pavyonundaki Basın Sergisi, uluslararası ölçekte büyük etki bıraktı. Yeni kitle medyasının ve teknolojinin devrimci Rusya'daki gücü hakkındaki sergide Lissitzky, içerik ve mekânsal deneyimi ustalıkla bir araya getirdi. Sergi büyük ölçüde birçok farklı enstalasyonla bir araya getirilmiş ve mekânın bütününe etkileyen grafik bilgi içeriyordu. Yukarıdaki ünlü görselde, üzerinde metin ve imajların olduğu uzun şeritler tavana kadar yükselmekteydi ve sarılabiliyordu. Sovyet Pavyonu o zaman için yepyeni bir toplumsal manzara sunmaktaydı ve büyük kitlelere ulaştı (Kossmann & De Jong, 2010, s. 22).

Multimedyanın kullanıldığı bütüncül bir deneyim anlayışının ilk kez uygulandığı New York'ta düzenlenen 1939 Dünya Fuarı bu anlamda bir dönüm noktası sayılabilir. Bu Dünya Fuarı için geçmiştekinin aksine, sadece mimarlar değil, aynı zamanda iç mimarların, endüstriyel tasarımcıların, film yapımcılarının, aydınlatma tasarımcılarının, reklam tasarımcılarının ve sahne tasarımcılarının oluşturduğu disiplinlerarası takımlar bir araya gelip pavyonları tasarladılar. Ziyaretçilerin deneyimi ve halkın ilgisinin nasıl çekileceği, en önemli tasarım kriteri haline geldi. Tasarımcıların birincil amacı, birçok büyük sunumun ve bilginin yol açtığı “sergi yorgunluğu”nun önüne geçebilmektir. Tematik konseptler ve dramatik yoğunlaşma arasında bir ilişki kurmanın bu amaca ulaşmada önemli olduğunu düşüncesiyle, sergi boyunca bir devamlılık ve dramatik sekans oluşturarak halkın ilgisini korumanın mümkün olduğu sonucuna vardılar (Kossmann & De Jong, 2010, s.25).





Şekil 20: EXPO New York – Futurama Pavyonu, 1939 - Norman Bel Geddes

Norman Bel Geddes ve ekibi tarafından General Motors için tasarlanan Futurama Pavyonu (1939), başı, zirve noktası ve sonu bulunan dramatik yapıyla sürekliliği olan bir hikaye anlatıyordu. Gelecekte bir şehre yapılan yolculuğu – ki bu 1960'lardaki otomobil dostu bir şehirdi – anlatan, insanların serbestçe değil de kocaman bir modelin metrelerce üzerinde asılmış bir kabinde yavaşça yol aldıkları bir sunumla, ziyaretçilere sanki bir uçakla seyahat ettikleri izlenimi verilmekteydi. Devasa boyutlardaki bu maketle geleceğin manzarası, kavşaksız otoyolları, farklı ölçeklerde çeşitli üç boyutlu görüntülerle görülebiliyordu. Ziyaretçilerin “uçuşu” esnasında dinletilen bir ses kaydında çeşitli yorumlar ve uçak motoru sesleri duyuluyordu. EXPO'nun baş tasarımcılarından biri olan Teague, Futurama Pavyonu'nu, “izleyicinin

önüne bir sahne koyup gösteriyi birbiri ardına göstermektense, gösteriyi uzamsal bir seride düzenleyip izleyiciyi bunun önünde hareket ettirmek” olarak tasvir etmiştir (Kossmann & De Jong, 2010, s.25).

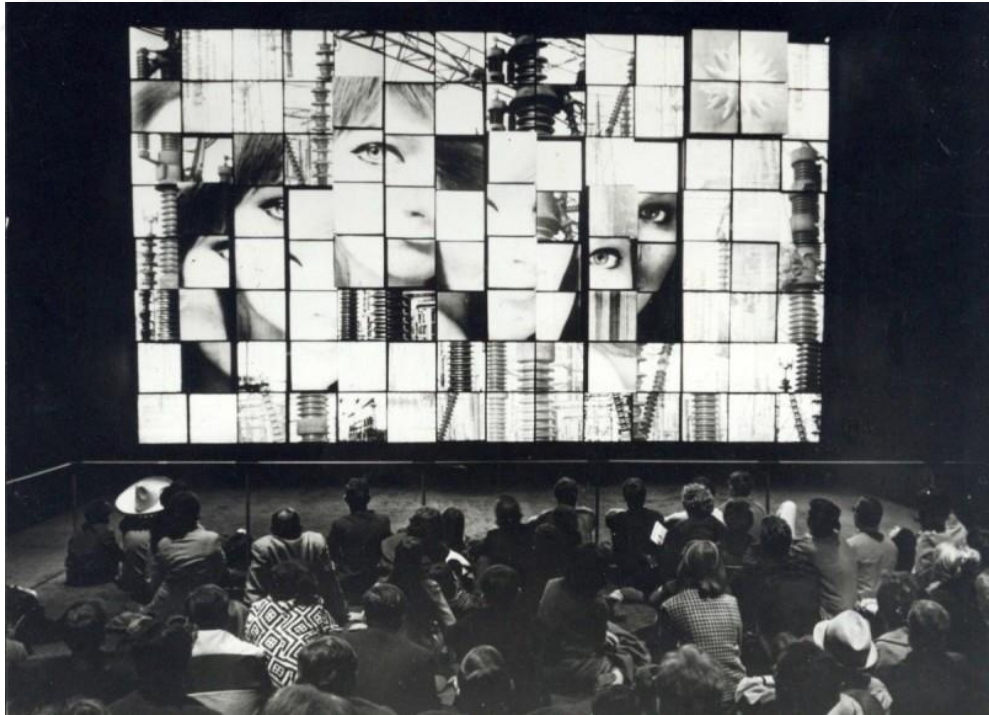


Şekil 21: The Art of This Century Galerisi, New York, 1942 - Frederick Kiesler

Avusturya-Macaristanlı sanatçı Frederick Kiesler (1890-1965) de sanat eserlerini ve diğer objeleri sergilemenin yeni yollarıyla ilgili benzer deneyler yapmıştır. Onun araştırmaları da aynı şekilde sosyal idealizmden ilham alıyordu ve farklı disiplinleri kullanarak, obje, mekân ve izleyicinin, belirli herhangi bir sıra veya hiyerarşi olmadan bir araya gelebileceği bütüncül ortamlar yaratmayı amaçlıyordu. Bu yeni ve ahenk içindeki dünyayı mümkün kılmak ve böylece sanata insanların günlük yaşamındaki önemli ve aşikâr yerini geri vermenin, sanatçıların ve tasarımcıların görevi olduğuna inanıyordu. Sanatın algılanmasını ve deneyimlenmesini artıran deneyleri, çok ilginç ve çağdaş deneylerdi. Kiesler, sanatın deneyimlenmesinde ziyaretçinin etkin katılımının önemine inanıyor ve farklı etkileşim şekilleriyle deneyler yapıyordu. İnsanlar ve sanat arasındaki bu etkileşimi artırmanın yolunun, iki dünyanın (sanat eseri ve izleyicinin dünyaları) hemen algılanabilir bir realite içinde bir araya getirilmesi olduğunu düşünüyor ve böylece ikisi arasındaki tüm sınırların kalkacağına inanıyordu (Kossmann & De Jong, 2010, s.25).

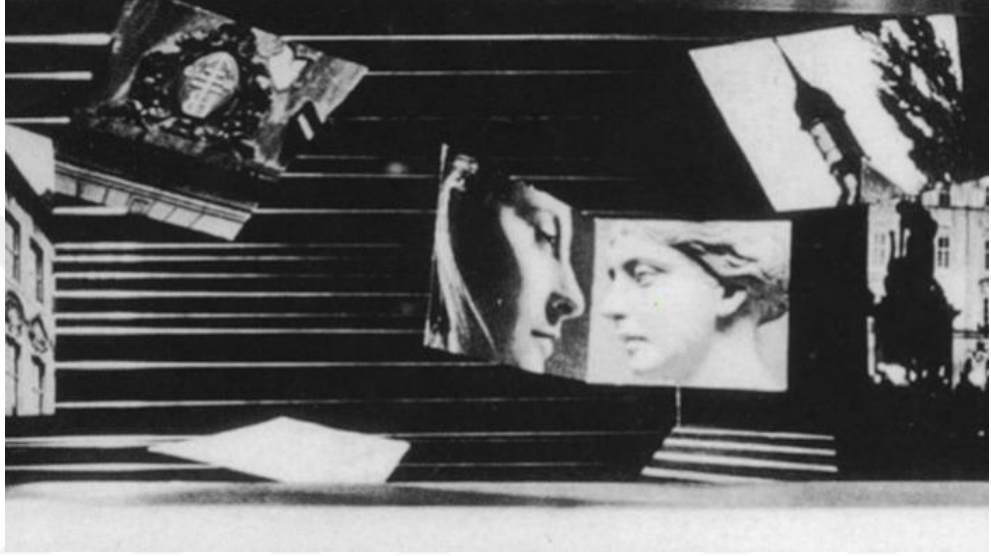
Sergileme tasarımı da dünyada daha geniş ve daha çeşitli bir izleyici kitlesine hitap edebilme amacıyla birçok inovasyona sahne olmaya başladı. Dünya Fuarları sergileme tasarımına bakış açısını değiştirdiği için senografinin gelişmesinde de büyük öneme sahiptir. Bu fuarlar 1920 ve 1930'lardan itibaren farklı izleyici tiplerine hitap ederken, izleyiciyi çekmenin yöntemi, bir anlatısı olan mekânlar tasarlamaya doğru evrildi. Ses, film, fotoğraf ve aydınlatmada yeni teknolojilerin gelişmesiyle eş zamanlı olarak senografinin de gelişmesi birçok farklı disiplini harmanladı ve çok katmanlı anlatılara sahip mekânları mümkün kıldı.

Modern senografinin öncüsü ve babası kabul edilen Çek senograf Josef Svoboda Dünya Fuarlarının çok ilgi çektiği yıllarda senografiyi başka bir düzeye taşıdı. Tiyatro eleştirmeni Jarka M. Burian'ın (1970) belirttiği üzere, kinetik sahneleri ve projeksiyon teknikleriyle bilinen Svoboda'nın temel estetik vizyonu, metaforik güçleri birleştirmek, yani zaman, mekân, hareket, maddesel olmayan enerji ve kinetik sahneleme gibi soyut kavramları, engin mimari algısı ve dinamizm prensibiyle kullanmaktı. Yönetmen Alfred Radok ile birlikte kurduğu multimedya grubu Laterna Magika ile Svoboda, senografiyi tiyatro bağlamından çıkarıp, Expo 1958 ve Expo 1967'deki uluslararası sergilerin eğlence bölümlerinde, multimedya şovları ile uygulayarak çeşitli deneyler yaptı (Lam, 2013, s.6-7).



Şekil 22: EXPO Montreal – Polyekran, 1967 – Joseph Svoboda

Svoboda'nın kendi ifadesiyle "çoklu mekân", mekânsal anlatının çığır açan metodolojisi olarak, "lineer sürekliliği alt etmenin" en bilinen miraslarından biri idi (Collins, 2010, s.391). Bu anlamda senografi yalnızca yeni bir artistik araç değil, aynı zamanda otoriter gündeme karşı çalışan ideolojik bir mekân stratejisine de dönüştü. Böylece lineer anlatının yerine, çok katmanlı anlatı kullanılarak, çoklu bakış açılarına erişilebildi. Tiyatro eleştirmeni Jarka M. Burian'ın (1970) dediği gibi, Laterna Magika etkili, yeni ve hibrit bir şekilde, gerçekliği birçok farklı açıdan görebilme kapasitesine sahipti (Lam, 2013, s.6-7).



Şekil 23: EXPO Brüksel, 1958 – Joseph Svoboda ve Emil Radok

Josef Svoboda ve Emil Radok, 1958'de Brüksel'de düzenlenen EXPO için simsiyah bir mekânda dikkatle yerleştirilmiş 8 projeksiyon perdesinde film ve fotoğrafların bir müzik eşliğinde sunumuyla, canlı performans olmaksızın görsel-işitsel bir kompozisyon oluşturmuştu.

Dünya Fuarlarının çok ilgi çektiği yıllarda, reform iklimi sonucunda bilgi üreten ve keşfe dayalı eğitimle birlikte müzecilik dünyası da değişmekte ve "edutainment"⁴ yani eğlenirken öğrenme kavramı, modern ve popüler sergileme kavramını müzecilik dünyasına da getirmekteydi. İlk olarak 1969'da İsviçre'de açılan Technorama, sonrasında 1982'de Almanya'daki Spectrum ile ilk Bilim Merkezleri açılmaya başladı.

1980'lerin başında Milano merkezli "Studio Azzurro" gibi tasarımcılar ışık, metin, müzik, oyunculuk, film ve video gibi farklı medyaları kullanarak hem bir anlatıya sahip

⁴ "Edutainment" kelimesi İngilizce eğitim anlamına gelen "education" ve eğlence anlamına gelen "entertainment" kelimelerinin birleşimiyle oluşmuştur.

hem de eylemsel mekânlar tasarlamışlardır. Film yapımcısı Peter Greenaway de sahnelenmiş mekânlarıyla benzer bir etkiye ulaşmıştır (Brückner, 2010, s.196).

1980'lerde ise sahnelenmiş sergiler (stage-managed exhibitions) insanları şaşırtıp büyüledi.



Şekil 24: Die Türken von Wien 1683 Sergisi, 1983, Viyana - Hans Hollein

Bu sergiler, dinamik ve anlatısal sergileme tasarımının standartlarını ortaya koyarken senografiyi de mekân tasarımının öncü disiplinlerinden biri haline getirdi. Bu sergilerden en önemlileri 1981'de Gottfried Korff ve Jürg Steiner'in Prusya Sergisi, 1983'te Hans Hollein'in efsanevi Die Türken von Wien (Viyana Kapılarında Türkler) Sergisi, 1984'te François Confino'nun Cités- Cinés (Cinema Şehri) Sergisi, 1987'de Hans Dieter Schaal'in Berlin-Berlin Sergisi, Korff ve Steiner'in 1994'teki Feuer und Flamme (Ateş ve Alev) Sergisi, Triad'in 1997'deki Der Traum vom Sehen (Görmenin Rüyası) Sergisi, Atelier Brückner ve Götz Schulz Haas Architekten'in 1997'deki Expedition Titanic (Titanik Yolculuğu) Sergisi, Bodo Baumunk'un 2000'deki efsanevi Sieben Hügel (Yedi Tepe) Sergisi ve Peter Greenaway'ın 2001'deki Hel en Hemel (Cehennem ve Cennet) Sergisi sayılabilir (Brückner, 2010, s.15).



Şekil 25: Der Traum vom Sehen Sergisi, 1983, Berlin - Triad

Senografinin kökeni her ne kadar antik Yunan'daki tiyatro sahnesine dayansa da yıllar içindeki gelişimi sonucunda artık bu alandan tamamen ayrıldığı açıktır. Tiyatrodan ayrışmasındaki en önemli sebeplerden biri, izleyicinin sahnelenmiş mekânın bir parçası haline getirilerek katılımının sağlanmasıdır. Günümüzde halen senografiyle ilgili müze, sergi ve küratörlük çevrelerinde süre gelen bir tartışma söz konusudur. Tartışmanın nedeni, senografinin aslında hali hazırda var olan müzeoloji ve küratörlük disiplinlerinin ötesine geçerek, bilgiçlik taslamayan bir yaklaşımı benimseyerek ve dijital medya, film, ses, aydınlatma, iç mimari, grafik tasarımı gibi farklı disiplinleri bütüncül bir bakış açısıyla bir araya getirerek aslında sergileme mekânının orkestra şefi gibi bir konumlandırmaya ulaşması olarak açıklanabilir.

Sahne ve serginin, küratörlük ve tasarımın, uygulama ve hikaye anlatımının, dolayısıyla yazarlığın kesiştiği noktadan türemiş olan senografi bu anlamda oldukça kompleks bir tanıma sahiptir ve süreç içinde evrildiği kadar halen de evrilmeye devam etmektedir.

3.3 Senografide İçerik, Mekân ve Obje

Senografide en önemli üç ana girdi içerik, mekân ve objedir. Bu üçünün ziyaretçiye nasıl sunulduğu senografinin temel sorusunu oluşturur. Anlatının tutarlılığını sağlamak için bu üçünün en uyumlu şekilde sunulması ana hedeftir. Böylece ziyaretçiye istenen mesaj verilebilir.

3.3.1 İçerik ve bağlam ilişkisi

“İçerik”, içermek fiilinden türetilmiş bir kelime olarak, sergileme tasarımında kullanılırken spesifik bir anlama sahiptir. TDK’ya göre içerik, “sözlü veya yazılı anlatımda verilmek istenen öz, düşünce, duygu ve imgelerin bütünü” olarak açıklanmaktadır. Senografide ise, bir şeyin veya bir fikrin özü, bir şeyin detaylı ve esas doğası ve onun temelini oluşturan tüm anlamının/anlamlarının mekânsal bir anlatımıdır. Senografi içeriğe form ve şekil verirken öze dair yeni bir bağlam yaratır, içeriğe perspektif sağlar.

Brückner, “Senografi: Mekânları Konuşturmak – Anlatı Mekânı” adlı kitabında içerik ile senografi arasındaki önemli ilişkiyi incelemiştir.

Aristoteles için, içeriği bir şeyin temel doğası olarak gösteren, o şeyin özü (ousia) ve bu özün form (eidos) ve anlamla/fikirle (logos) olan ilişkisiydi. Hegel’in, içeriğin formsuz olmadığı, aksine neredeyse kendi dışındaki form kadar formu kendi içinde barındırdığına dair diyalektik önerisi ise hemen hemen aynı zamanlarda ortaya çıkmış başka bir konsept olan “gerçek, güzel ve iyi” konseptine önderlik ederek 18. ve 19. yüzyıllardaki klasik yaklaşımların ideallerine, yenilenmiş bir bakış açısı sağladı. Bu yeni bakış açısı ise, daha sonra Louis Sullivan’ın ilkesi olan “form fonksiyonu takip eder – form follows function” düşüncesine ve nihayet modern zamanların en etki bırakan okulu olan Bauhaus’a kadar tesir etti. Senografi, içeriğe ve forma bağlılığı ve her zaman kullandığı disiplinlerarası yaklaşımla, Bauhaus akımıyla kıyaslanabilir (Brückner, 2010, s.60).

Senografi aslında tam olarak içeriği, ona bir şekil sağlayarak tanımlar, bir anlam vakfeder ve fikirler ile elle tutulabilir objelerin içeriğine dair bir perspektif üretir. Senograf, içeriği belirli bir bağlamda ve belirli bir mekânsal konfigürasyon içinde sunarken, ziyaretçi yani izleyici bu içeriği bir merak objesine dönüştürür. İzleyici böylelikle tasarlanmış mekânda kendisine sunulan içeriği duyularıyla algılar ve bu etkileşime açıksa sergilenen obje ile kendisi arasında iki yönlü bir ilişki kurar. Bu ilişkinin kurulmasıyla içerik algılanabilir hale gelir. Obje ve suje, yani sergilenen ile

izleyicisi arasındaki bu ilişki, içeriği bir anlatıya ve olaylar dizisine (plot) dönüştürür (Brückner, 2010, s.61).

İçerik bir serginin genel anlatısı, hikayesi, planı ve mesajıdır. Serginin içeriği aslında sergilenen obje veya objelerle tamamen bağlantılı değildir. Senografi içeriğe form ve şekil verirken yeni ve şaşırtıcı bir perspektif üretir.

Senograf ilk olarak “Anlatı nasıl olmalıdır? Hangi mesajlar iletilmelidir? Senaryo nasıl olmalıdır? Senaryoyu üretecek hikaye nedir?” gibi sorular sorarak içerik kaynaklarını, objeleri, olası anlatıları ve bilgileri araştırarak çalışmaya başlar. Senaryo bir hikayedeki en önemli olayları ve eylemleri içerir. Aristoteles’in tanımında olduğu gibi giriş, gelişme ve sonuç bölümünden oluşur ve bir anlatısal yapıyı takip eder. Sonrasında bir “ana fikir” belirlenmelidir. Tasarıma dönüştürülmüş bir içerik aslında bir hikayedir ve tasarım da aslında bu hikayenin bir parçasıdır.

Karmaşık bir içeriğe nasıl yaklaşılabileceği ve içeriğin mekânsal bir deneyime nasıl dönüştürüleceğiyle ilgili Greci (2016) yol gösterici bir harita sunmaktadır:

- Başlık: Tarif eden, ilgi çeken provoke eden ve etkileyen başlık nedir?
- Altbaşlık: Başlığa eşlik eden ve ilk algıyı ve bilgiyi veren altbaşlık nedir?
- Senaryo: Tüm projeyi tarif edecek şekilde objeler, iletilmek istenen hikaye veya bilgi, mekânın imajı, serginin ortamı, atmosfer, mekân, anlatı, ziyaretçinin rolü nasıl bir araya getirilir?
- Anahtar mesaj/hedef/kıssadan hisse: Ziyaretçinin hangi mesajı algılaması isteniyor?
- Projeyle ulaşılmak istenen nedir?
- Müzenin görev beyanı nedir?
- Müze halk tarafından ve medya tarafından nasıl algılanmalı? (Greci, 2016, s.37).

Bu sorular cevaplandığında serginin içeriği bütünsel bir bağlam içinde değerlendirilebilir.

Sergiler birçok farklı amaca veya içeriğe bağlı olarak tasarlanabilir; bir sanat veya kültürel tarih müzesinin geniş bir koleksiyonunun sergilenmesinden, sadece soyut bir fikri anlatmaya kadar birçok farklı temaya, hatta bir markaya hizmet edebilirler. Ancak senografinin bakış açısıyla sergi tasarlamının ortak çıkış noktası, serginin içeriğini doğru bağlamda belirlemek olacaktır.

3.3.2. Mekân ve bağlam ilişkisi

Mekân, senografide en önemli girdilerden biridir ve tek başına diğer tüm girdileri yönlendirebilir. Mekân, bir serginin içeriğine, anlatısına ve vermek istediği mesaja büyük katkı sağlayabildiği gibi, bazen de sergi mekânından sergiyi soyutlamak yani mekânı inkar etmek de gerekebilir. Çıplak bir mimari mekân, doğru uygulanmış bir tasarımla bir anlatı mekânına dönüşebilir. Doğru yaklaşımı seçebilmek tasarımın başarısını belirleyecektir.

Arayıcı'ya göre, "Mekân, fiziksel boyutları ile ölçülebilir, ölçülemeyen boyutları ile varsayılabilir ve deneyimlenebilir, duyularla kavranabilir bir uyaranlar bütünüdür." (Arayıcı, 2015, s.47). Bu tanım, mekânın farklı parametrelerden oluştuğunu ve duyularla algılamanın önemini göstermektedir.

Brückner'e göre senografide mekân dört ayrı parametreden oluşur: fiziksel mekân, atmosferik mekân, anlatısal mekân ve dramatik mekân (Brückner, 2010, s.169).

İlk parametre olan "fiziksel mekân", mimari mekânın ölçüleri, materyali ve fiziksel sınırlarını tanımlar. Aynı zamanda mekânın neyi kapsadığı veya neyi kapsamadığı da fiziksel mekân içinde değerlendirilir. Mekânın sınırları, bir membran, gerçek veya hissedilen arasında geçişken olabilen bir ten olarak görülebilir ve iç mekân ile dış mekân arasında akan bir geçiş imkân tanıyabilir. Fiziksel olarak var olan mekân, bu kategorileri tanımlamak için bir parametre olarak kullanılır ve bu tanımlamanın sonucunda statik mekânın dinamikleştirilmesi veya sınırlarının kaldırılmasında bir ön koşul olarak değerlendirilir. Sonuçta bütün bu parametreler farklı önemde veya üstünlükte bunda bir rol oynar (Brückner, 2010, s.169).

İkinci parametre olan "atmosferik mekân", mekânı sembolik olarak renklendiren, kıvam veren ve izleyicisinin duygularını doğrudan etkileyen her şeydir. Bu mekânın fiziksel durumu ve karakterinin algılanmasıyla ilgilidir. Materyali ve yüzeylerindeki etmenleri kadar, ışığı, tonları ve renkleri de bunda rol oynar. Subjektif olarak algılanan özellikleri, mesela fiziksel ısı, akustiği, sesle ilgili özellikleri de önemlidir. Spesifik atmosferi mekâna kendine özgü bir "ruh" vakfeder. Tasarımda kullanılacak yaklaşımdan, modern medya teknolojisine kadar tüm araçlar, hali hazırda mekânda bulunan veya sergi için yaratılacak bu atmosfere göre belirlenir (Brückner, 2010, s.169).

Mekânı sözlü anlatı potansiyeline göre tanımlayacak olan üçüncü parametre ise "anlatı mekânı"dır ve mekânın anlattığı hikaye ve şiirselliği ile ilgilidir. Buradaki 'sözlü' kelimesi dile, kelimelere, hikayelere ve şiire atıfta bulunurken aslında bunun da

ötesinde senaryoyu, değişim ve dönüşümü ifade etmektedir. Yüklem gibi, mekân da esnektir ve konusuna adapte edilerek tasrif edilebilir. Buradaki öz, hem somut tematik hem de hayal edilen mekândır. Anlatı, mekânları üretir ve mekânlar da bir anlatıyı iletirler. Temel araçlar dil, kelimeler, yazı, işaretler, semboller ve eylemsel öğelerdir. Mekâna dair içerik, metinden, şiirden, tarihten ve hikayelerden gelir (Brückner, 2010, s.169-170).

Dördüncü parametre olan “dramatik mekân” ise zamanı, strüktürü ve dinamizmi mekâna getirir. Drama ritmi, dinamizmi ve duygusallığı içerir. Mekânın koreografisi ve mekânların koreografik dizilimi, senografinin uğraşı konusudur çünkü objelerin ve onların hikayelerinin dramaturjik bir sunumu yapılmalıdır. Dördüncü parametreyi oluşturmak için senograf, senografinin araçlarının tümünü ve özellikle de dramaturjiyi kullanır. Böylece mekâna hareket katılabilir ve yaşayan bir metafora dönüştürülebilir (Brückner, 2010, s.170).

Bu dört parametre, var olan içeriği, objeleri ve iletmek istenen mesajı uygun mekânda sunma amacını taşır.

Sergi mekânı, içine girilen sosyal bir ortam ve hem bilgi hem de duygusal olarak iletmek istenen her şeyin konusu olarak düşünülmelidir. Böylece ziyaretçinin katılımı sağlanır ve ziyaretçi senografinin bir parçası haline gelebilir.

Sergileme mekânı, içinde kullanılacak teknolojiden bir ölçüde etkilenir. Örneğin, projeksiyon ve ses sistemleri, ekranlar vb. dijital medyanın mekânda etkin ve göz önünde olmayacak şekilde kullanılabilmesi için mekân tasarlanırken inceliklerle düşünülmelidir. Kullanılan teknoloji hiçbir zaman mekânın anlatısını bozmamalıdır.

Kavut’a göre, “Günümüzde teknoloji, mekân kurgusunun önünde yer almaya başlamıştır. Bu nedenle mekân kurgusu çoğu yerde gerekli şekilde değer bulamamaktadır.” (Kavut, 2015).

Tutarlı bir anlatı mekânı, mekânla içeriğin, sergilenen eser ile izleyicisinin arasında bir diyalog oluşturur. Anlatı mekânı sergi temasını ve içeriğin özünü keşfeder, bağlamı hakkında sorular sorar ve konunun mesajına atıfta bulunurken, bunu ziyaretçinin bilişsel olmayan (non-cognitive) zekasına, bilincinin alt katmanlarına ve duygularına yönelik olarak yapar. Farkındalığın ötesinde bir anlayış oluşturur ve ziyaretçinin katılımını ve empatisini teşvik eder. İçeriği referans alan anlatısal bir mekân, objelere bağlam katarken mesajlarını ve hikayelerini anında iletir. (Brückner, 2010, s.62).

Mevcut mekânın ve sergi koşullarının analizi için aşağıdaki sorular sorulabilir:

- Mekânın fiziksel büyüklüğü ve ölçüleri nedir?
- Mekânın büyüklüğü sergilenecek objeler ve beklenen ziyaretçi sayısı bağlamında nasıl değerlendirilebilir?
- Mekândaki kapılar ve pencereler nasıl konumlandırılmış, giriş ve çıkış bölümleri neresi ve ziyaretçilerin gezecekleri alan neresidir?
- Tek bir mekân mı yoksa bir dizi mekân mı kullanılacak? Birden fazla ise nasıl ulaşılabilirler ve mekânlar sergi dahilinde nasıl bütünleşmekte?
- Mekânın akustiği nasıldır?
- Mekânın atmosferi, karakteri ve ruhu nasıldır ve mekân içinde bulunanlara nasıl bir his vermektedir?
- Mekânın/mekânların ayırt edici nitelikleri nelerdir?
- Mekânın güçlü ve zayıf yanları nelerdir?
- Mekânda hangi koreografi veya hangi koreografi dizisi uygundur? (Greci, 2016, s.41).

Bu sorular cevaplanırken içerikle ilişki sürekli göz önünde bulundurulduğunda, içeriği bir forma dönüştürme yolunda önemli bir aşama kaydedilmiş olacaktır.

Mekâna farklı parametrelerden bakarak ve bunlardan yola çıkarak mekâna anlam katmak, sergiye de bu anlamla katkıda bulunmak senografinin bakış açısının bütüncüllüğünü göstermektedir.

3.3.3 Obje ve bağlam ilişkisi

Bir sergideki en temel içerik sergilenen objelerdir. Bilim insanları için objeler, kültürel kalıntılar olarak korunmalıdır ve aynı zamanda hangi bilgiyi aktardıklarına dair yaptıkları araştırmaların konusudurlar. Küratörler için objeler keşfedilmesi ve sunulması gereken anlamlara sahiptir. Senografin amacı ise objelerin konuşması, izleyicisi ile bir diyaloga girmesidir. Tasarım, objeyi bağlamlandırmaya ve yeniden bağlamlandırmaya odaklanırken senografi, objeleri kökenlerine, geldikleri yere, kültürel önemine, eski amacına, toplumsal amacına ve sergideki değerine göre yeniden bağlamlandırır ve tüm bunları bir anlatı içinde ve mümkünse kendiliğinden anlaşılır bir şekilde izleyiciye iletir. Bu başarılı olduğunda detaylı açıklamalara gereksinim kalmaz ve obje izleyiciye hızlıca kavranabilir, bilgilendirici ve merak uyandırıcı bir şekilde sunulabilir. Objelerin “aura”⁵sı görünür olur, sergilenen obje ile izleyicisi

⁵ “Aura” kelimesi Oxford sözlüğüne göre, “bir insan, bir şey veya bir yer tarafından üretilen veya bunları çevreleyen belirleyici atmosfer veya nitelik” anlamına gelmektedir.

arasındaki mesafe en aza iner ve izleyici objenin dünyasına dair bir bilince ulaşır (Brückner, 2010, s.68).

Sergilenen obje bir sahne içinde sunulduğunda anlam kazanır, ulaşılabilir ve okunabilir olur ve böylelikle de deneyimlenebilir. Objeye verilen aura, ziyaretçinin deneyimini ve hayal gücünü açığa çıkarır.

Rheinhard ve Teufel'e göre orijinal müze objesi "doğal ortamından, olağan sistemsel senkronundan ve zaman dizisinden ayrılmış; topluma, doğal tarihe veya estetiğe dair bir bilgi taşıyıcıdır" (Reinhard, 2010, s.17) ve dolayısıyla da Korff'a göre "bilgisel bir şeydir" (Korff, 2007, s.143). Sergi objeleri, orijinal ve yaşayan bağlamından çıkarılmış, hakiki fonksiyonları ve anlamından koparılmış, sergilendiği müze bağlamında yeni bir anlam verilmiş şeylerdir. Bağlamın değişimi ve anlamın transferi objeye sadece yeni bir perspektif vermekle kalmayıp aynı zamanda eş zamanlı farklı perspektifler de verir ve böylece yeni bir kavrayışa neden olur. Flügel'e göre sergileme, "bir şeyin geçmiş hakkında bize söylediği ile korunduğu ölçüde neyi söylediği" arasındaki tamamlanmamış karakterin farkındadır ve kendi kendini açıklamayan şeylerin, yeniden bağlamlandırılmaya ve yeniden ölçeklendirilmeye ihtiyacı vardır (Flügel, 2005, s.27). Bir obje, kendisini başka şeylerle ilişkilendiren bir bağlam verilmedikçe ve dolayısıyla da bir yorum/anlam sağlamadıkça geçmiş hakkında bize bilgi veremez (Greci, 2016, s.28).

Müze objeleri, geçmiş hakkında bilgi verebilen tanıklardır. Krzysztof Pomian müze objelerini, geçmiş ve günümüz arasında aracılık yapan "göstergeler (semiophores)" olarak adlandırır; yani görünen ile görünmeyen, gözlemlenebilirliğin maddeselliği ile hatırlanabilirliğin soyutluğu arasındaki aracı olarak ifade eder (Pomian, 1988, s.49). Orijinal müze objesinin bir kaynak değeri olduğu gibi, ilgi, hayranlık ve merak uyandıran algısal ve estetik değeri de vardır. Kaynak olma değeri, gerçekleri olduğu gibi göstermesinden gelir. Bu anlamda Korff'a göre gerçekliği objenin "bir tanık olarak tarihsel karakterinden" gelmektedir. Ancak "gerçeklik" terimi aynı zamanda objenin estetik anlamda orijinal olarak algılanması olarak da anlaşılabilir. Önemli olan objenin gerçekten de tarihsel bir kalıntı olmasından ziyade, izleyicisi tarafından gerçek veya sahici olarak algılanıp algılanmadığıdır (Korff, 2007, s.121). Bu noktada Walter Benjamin'in "aura" kavramından bahsedilmelidir: "Aura, güzelliğe değil, sahiçilik ve orijinallığe bağlıdır. Objeye hakiki anlamını veren onun sahiçiliğidir. Aura, sadece özgün referans çerçevelerini yeniden üretmekten çok daha fazlasını yapar, anlaşılmaya da imkân verir" (Flügel, 2005, s.29).

“Teknolojik Reprodüksiyonlar Çağında Sanat Eseri” adlı makalesinde aura kavramını güçlü biçimde etkilemiş olan Walter Benjamin şunları yazmıştır: “Aura tam olarak nedir? Uzay ve zamanın garip bir ağı: her ne kadar yakın olsa da uzaklığın emsalsiz bir görünüşü” (Benjamin, 1974, s.440). Bir şeyin fiziksel olarak yakınında olduğunun farkındalığındayken bile, ona uzak olma fenomenini böyle tanımlamıştır (Greci, 2016, s.29).



Şekil 26: Louvre Müzesinde Mona Lisa ve ziyaretçiler

Bu bakış açısından hareketle, kavramı basit bir örnekle ifade edebiliriz. Louvre Müzesi’nde sergilenen Leonardo da Vinci’nin Mona Lisa - La Giaconda - tablosuna “aura”yı veren, ziyaretçinin ona fiziksel olarak yakın olsa bile zamansal olarak uzak olması, tablonun 1517 yılında şu anda gördüğümüz şekliyle var olmuş olması, ünlü ressamın kendi elleriyle bu tablo üzerinde o zamanki atölyesinde çalışmış olması ve bu haliyle tablonun emsalsiz olmasıdır. Tablo her ne kadar ziyaretçiye yakın olsa da farklı bir uzay-zamanda var olmuştur. Orijinal olmayan bir Mona Lisa’nın önünde duran bir ziyaretçi, tablo birebir aynı güzellikte olsa da asla aynı “aura”yı hissedemeyecektir. Dolayısıyla objenin orijinalliği aurayı etkilemektedir. Orijinal Mona Lisa’yı görebilmek için insanlar saatlerce kuyrukta beklemeyi göze almaktadır

Gernot Böhme’ye göre aura deneyimi “gözlemcinin belirli bir duygu durumudur. Gözlemcinin fiziksel olarak rahat olduğu durumda aura görünebilir”. Böhme aurayı “atmosfer”le eş anlamlı olarak kullanmıştır (Böhme, 1995, s.27). Ona göre atmosfer “bir anlamda belirsiz ve yayılmış bir şeydir” (Böhme, 1995, s.22). Atmosfer, objelere mi, mekânsal ortama mı ve hatta onu deneyimleyen sujelere mi mal edilmektedir

bilinmez (Fischer-Lichte, 2004, s.201). Dolayısıyla Şu soru sorulmaktadır: Aura nereden ve nasıl meydana gelmektedir? Spangenberg'e göre aura "objenin kendisinde yoktur ve - sosyal, eskiden çoğunlukla ulvi - başka bir etken tarafından verilir veya durumsal bir  er eve tarafından ve aurası olan objeye iŐlenmiŐ sosyal bir rol temelinde üretilir (Spangenberg, 2002, s.401). Bu bakış açısı, müzeye objelerin işlendiği yer bağlamında yaklaŐtıĐından önemlidir. Gottfried Korff müzede objelerin "auralandırılması" için, objeye aurasını vakfeden sahneyi tasarlamak ve aura deneyimini mümkün kılmak anlamında senografiye dikkat çeker.    nk  aura deneyiminin, objenin nasıl algılandığına ve gözlemcisine bağlı olarak değişen subjektif bir tarafı vardır (Greci, 2016, s.30).

Objeye ve onu algılayan suje arasındaki iki yönlü iletişimin kurulabilmesi için, objenin en kolay ve anlaşılabilir Şekilde yeniden bağlamlandırılması gereklidir. Bu yeniden bağlamlandırmanın oluŐmasında objenin mekânda nasıl sunulduğunun önemi büyüktür. Sunum izleyicinin duyularına en dolaysız ve basit Şekilde hitap ettiğinde, izleyicide bir deneyim ve kavrama oluşturmak mümkündür. Böylece objenin aurası izleyici tarafından hissedilebilmektedir.

Mekânın ideal kompozisyonu ile objeye yeniden bağlam ve aura kazandırılmasının başarılı bir  rneği, Atelier Brückner'in sergileme tasarımı yaptığı 1997 yılında Hamburg Hafen City'de gerçeklesen Expedition Titanic sergisindeki "Şampanya Odası"dır.



Şekil 27: Expedition Titanic Sergisi, 1997, Hamburg – Atelier Brückner

Sınırları yokmuŐ gibi görünen beyaz bir odada iki ayrı vitrin vardır. Bunlardan birinde bir iŐçinin enkazdan çıkarılmış ayakkabısı, diğerinde ise yine enkazdan çıkarılmış, açılmamıŐ 6 adet Şampanya ŐiŐesi bulunmaktadır. Odada kullanılan gerçeküstü bir ışık efekti ve fonda duyulan tek bir bas nota ile oldukça kasvetli bir mekân yaratılmıştır.

Böylece mekân konseptinin amacı en yalın ve anlaşılır şekilde ortaya konulmuş, sadece birkaç obje ile felaketin tarihsel ve sosyolojik boyutu anlatılabilmüş ve ziyaretçi 20. yüzyıl Avrupasındaki sosyal sınıf farklılıklarına doğrudan bakabilmiştir. Fazlasıyla parlak kullanılmış olan aydınlatma, mekânın olduğundan çok daha büyük algılanmasına neden olmuş ve objelerin bulunduğu Batı Atlantik Okyanusu'nun soğuk, karanlık, yaşam barındırmayan ortamının bir yansıması haline getirilmiştir. Aynı zamanda mekân, yaşamın sonrasına işaret eder ve ölümün “sınıfsızlığına” dair bir metafordur. Duyulan bas sesi, denizin dört kilometre altındaki müthiş basıncı hayal etmeye imkân tanırken, asla batmayacağına inanılan muazzam geminin savunmasızlığına atıfta bulunur.

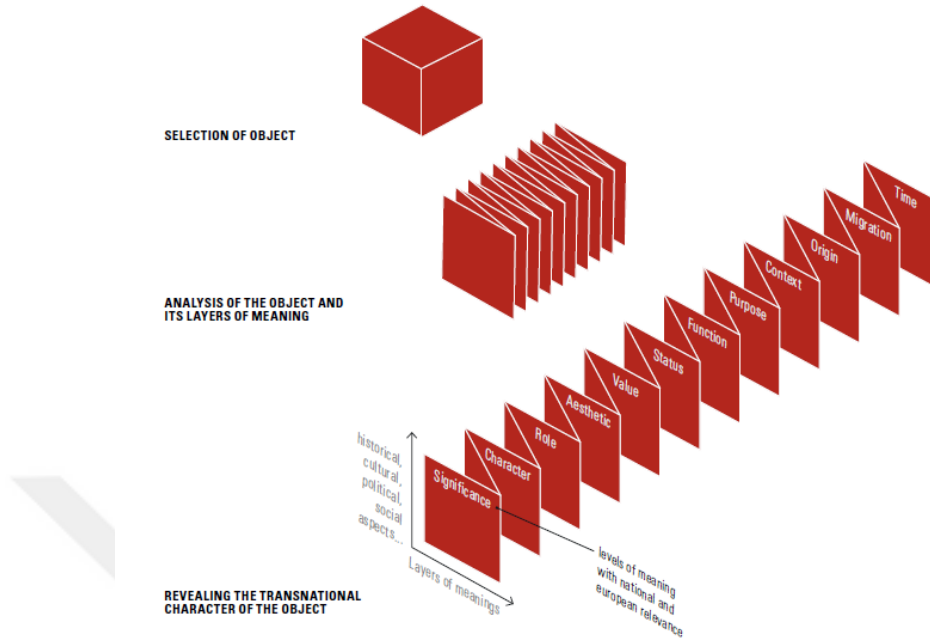
Mekânda yaratılan ortam, objelerin aurasını oluşturmuş ve onları “dile getirmiş”tir. Sadece birkaç objenin doğru tasarlanmış bir mekânda bağlamlandırılmasıyla, ziyaretçi Titanic trajedisini algılayabilmiş ve bu hem duygusal, hem duygusal hem de bilgilendirici bir deneyim olarak ziyaretçiye sunulabilmiştir.

Oluşturulan tüm konsept içinde, vitrinde sergilenen ayakkabı ve şampanya şişelerine aslında bir obje değil, “özne” olarak yaklaşmıştır. Öznenin mekânla, serginin içeriğiyle, sergilendiği sahneyle, izleyicisinde yarattığı duyguyla ve vermek istediği mesaj/bilgi ile tam olarak nasıl bütünleştiğini; yeniden bağlamlandırılırken aurasının nasıl ortaya çıkarıldığını başarılı biçimde yansıtan aslında bu yaklaşımdır.

Sergilenen objelerin anlamı birçok katmandan oluşmaktadır. Bu anlam katmanları küratörler tarafından incelenir ve belirlenirken, senograf bu anlamları çoklu bir perspektif içinde düşünerek mekânda sahneler. Amaç, izleyiciye objenin tüm katmanlarını tek bir bakışla sunabilmektir.

Objenin “konuşması ve izleyici ile diyaloga girmesi” sağlandığında bilgi, fikir ve iletilmek istenen mesajın aktarımı ve bu aktarımın ziyaretçinin zihnindeki kalıcılığı mümkün olur (Greci, 2016, s.35).

Objenin anlamının farklı katmanlarını ve özelliklerini Prof. Uwe Brückner aşağıdaki şekilde açıklamıştır:



Şekil 28: Objenin anlamının farklı katmanları ve objenin özellikleri

Greci (2016), objenin sahnelenmesi için şu yardımcı sorulardan yararlanılmasını önermiştir:

- Objenin karakteri, estetik kalitesi, aurası, amacı nedir?
- Objenin nesi (boyut, şekil, orijinallik, gariplik vs.) önemli, sıradışı ve gösterilmesi gereken bir özelliğe sahiptir? İlk olarak dikkat çeken yanı nedir?
- Objenin tasarlanan sahnede veya mekânın koreografisinde oynaması gereken rol nedir? Öncelikle mi yoksa ikincil olarak mı dikkat çekmelidir? Mekânda ilk önce mi, arada mı yoksa en son mu görünmelidir?
- Orijinal bir obje mi yoksa kopya mıdır?
- Anahtar obje olarak mı, ikincil obje olarak mı, referans obje olarak mı sunulmalıdır?
- Sahnede objenin oynayacağı rol nedir? Tanıklık eden bir obje (örneğin tarihsel bir olay veya kişiliğe ait), temsilci bir obje, örnek bir obje, hikaye anlatan bir obje, aracı bir obje veya sembolik değere sahip bir obje mi?
- Objeye tek başına mı yoksa bir objeler grubunun içinde benzer veya başka referans objelerle mi sergilenmelidir?

- Mekânda hangi konum bu obje için uygundur? Duvarda mı, bir niş içinde mi, sarkan halde mi, bir vitrinde mi, statik bir sunumla mı, dinamik bir sunumla mı sergilenecektir?
- Objenin hikayesi veya karakteri mekânsal düzenlemede yapılacak nasıl bir hareketle ortaya koyulabilir?
- Objenin çevresini saran mekânın ona etkisi nedir? Mekânla obje arasındaki bağı nasıl kurarız?
- Perspektifte bir değişime imkân vermek için obje nasıl sergilenmelidir? (Greci, 2016, s.31-33).



4. SENOGRAFİNİN ARAÇ VE YÖNTEMLERİ

Senografi, içerik, mekân ve obje olan üç temel girdiyi, disiplinlerarası bir yaklaşımla, farklı araçlar ve yöntemlerden yararlanarak, verilmek istenen mesaja en uygun biçimde bir araya nasıl getireceği ile ilgilenir.

Bir tiyatro yazarı, edebiyatçı veya bir şair gibi düşünürken amacı, serginin tutarlı, belirlenen mesajı açıkça verebilen, ziyaretçinin zihninde kalıcı bir anlatısının olmasıdır. Serginin rotasını oluştururken bu anlatının dramaturjisini takip eder ve mekânın fiziksel özelliklerine göre ziyaretçiyi yönlendirir. Aydınlatma ile mekânın deneyimlenmesine katkı sağlarken, sergilenen objelere anlam katar. Dijital medya ile bilgi vermenin de ötesine geçebilir ve mekânın sınırlarını değiştirir, sanal mekânlar ve kapsayıcı deneyimler⁶ (immersive experiences) yaratır. Ses ile anlatının ziyaretçinin duyularına hitap edebilmesini ve bilinçaltına ulaşabilmeyi sağlar. Grafik ile görsel algılamının avantajını kullanarak bilginin rahat kavranabilir olmasını sağlarken, sergi alanında yönlendirmeyi ve tasarıma ortak bir görsel dil vermeyi amaçlar. İnteraktivite ve katılımcılıkla ziyaretçiyi serginin bir parçası haline getirir ve kişiye özel deneyimler tasarlar.

4.1 Hikaye Anlatımı

Yazının icadından önce, hikaye ve bilgiler kişiden kişiye ve jenerasyondan jenerasyona sözlü olarak aktarılagelmiştir. Hikaye anlatımı, aşikar veya gizli bilgilerin metaforlar, jestler ve imajlarla iletildiği bir iletişim biçimidir. Alıcı, eylemsel bir faaliyet sonucunda anlatılan hikayeye bütünleşir ve kendisi de bu anlatı süreci içinde hikayenin bir parçası haline gelir. İçerik sadece duyulmaz, aynı zamanda tüm duyularla deneyimlenir. Hikayenin içeriği ve bilgi sezgisel olarak, yansıtma olarak veya bazen de sadece oyuncu bir şekilde iletilir. Yoğun bir anlatısı olan ve deneyimlenen bir hikaye, dikkati ve konsantrasyonu doğal olarak sağlar. Alıcı her detayı anlamasa veya sindirmese bile, anlatının özünü kavrayabilir. Bir uyarıcı olarak yoğunluk, sürdürülebilirliği sağlar ve hikaye hafızaya nüfuz edip etki bırakırken, imajlar alıcının zihninde dürtüsel olarak canlanır (Brückner, 2010, s.67).

⁶ İngilizce’de kullanılan anlamının Türkçe’de bir kelime ile ifade etmek zor olduğundan, birçok sözlükte verilen anlamlarına bakacak olursak, “immersive” kelimesinin bu tezde Türkçe’ye en anlaşılır haliyle “kapsayıcı” olarak çevrilmesi uygun görülmüştür. Konu, bu tez çalışmasının 4. bölümünde detaylı olarak incelenmiştir.

Anlatısal mekân, içeriğin bir illüstrasyonu veya dekorasyonu değildir. İçine girdiğinizde deneyimlenen, bilgisel olarak veya duygusal olarak iletilmek isteneni veren mekândır. Ziyaretçinin katılımını mümkün kılar ve oluşturulan sahnenin bir parçası olmasını sağlar. Tutarlı bir anlatısı olan mekân, mekânla içerik arasında, sergilenen eserle izleyicisi arasında bir diyalogu mümkün kılar (Brückner, 2010, s.69).

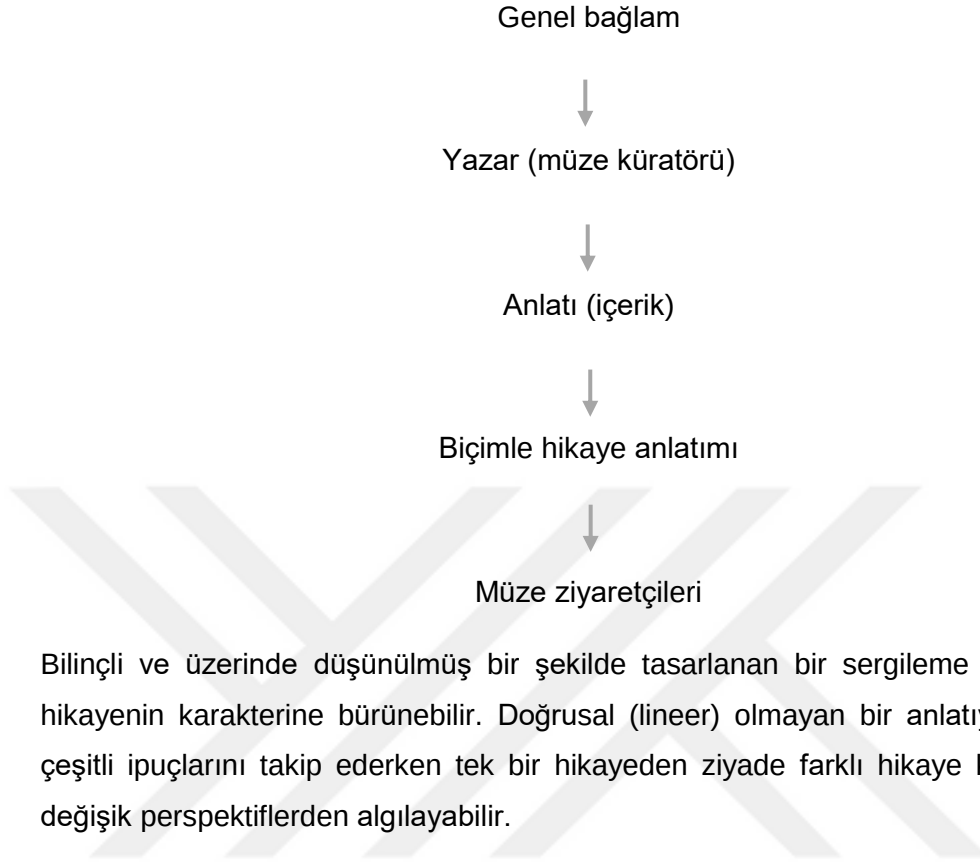
Anlatısal bir mekân, teatral, etkili ve duygusal ama aynı zamanda bağlamsal olarak tutarlı ve kendiliğinden anlaşılan bir hikayeyi aktarabilmek için çeşitli sahneleme enstrümanlarını kullanan bütünsel bir kompozisyonudur. Tiyatronun aksine, katılımcılığı sağlar ve ziyaretçilere sahnelenen mekânın bir parçası olma imkânı verir. Böylelikle izlenimler akılda kalıcı hale gelir. Anlatısal mekânlar şaşırtır, ilham verir, büyüler ve baştan çıkarır. Unutulanı anımsatır, bilinene yeni bir ışık tutar, kişinin perspektifini değiştirir, kolektif ilgiyi çeker ve bireysel olarak ise hayranlık uyandırır (Greci, 2016, s.22).

Anahat (plot), hikayenin anafikri, ana karakterleri, çevre, tasarlanan süre, olay yeri ve iletilmek istenen kıssadan hisse veya mesajdan oluşur (Brückner, 2010, s.113).

Anlatılması gereken nedir? Mümkün olan en isabetli şekilde anahattı oluşturmak için anlatılacak hikaye nedir? Hangi mesajlar iletilmelidir? Hikayenin anahattı en önemli olayları ve eylemleri içerir. Aristoteles'in tanımındaki gibi; başlangıç, orta ve bir son veya açıklama, çatışma, yoğunlaşan bir eylem, zirve noktası ve yoğunluğun azalmasının ardından en nihayetinde bir sonuca bağlanan bir olaylar dizisini takip eder. Tasarım sonuçta bir hikayedir ve hikayenin vurucu noktasını yansıtmalıdır (Brückner, 2010, s.115).

Anlatısal mekân, temayı ziyaretçiye içgüdüsel olarak ve ilk bakışta iletmek için uygun bir araçtır. Senografi, anlatısal mekânları yaratmaya odaklanırken aslında güzel sanatlar ve sahne tasarımıyla yakından bağdaştırılabilir. Anlatısal mekânlar, non-kognitif (bilişsel olmayan) zekaya, bilincin daha derinlikli katmanlarına ve duyulara hitap eder ve birçok duyu ile algılanır. Böylelikle hafızada doğrudan yer eder ve alıcı üzerinde sürekliliği olan bir etki yaratır (Brückner, 2010, s.62).

Macleod'a (2012) göre anlatı mekânları oluşturma süreci beş aşamada gerçekleşir (Warming, 2017, s.8):



Bilinçli ve üzerinde düşünülmüş bir şekilde tasarlanan bir sergileme mekânı, bir hikayenin karakterine bürünebilir. Doğrusal (lineer) olmayan bir anlatıyla ziyaretçi çeşitli ipuçlarını takip ederken tek bir hikayeden ziyade farklı hikaye katmanlarını değişik perspektiflerden algılayabilir.

Sinema sanatında zaman ve mekânda bir ileri bir geri giden paralel hikayeler kullanılmakta olan bir tekniktir ve filmin sonunda hikaye daha anlaşılır hale gelir. Sergileme tasarımında ise hikayenin farklı katmanları aynı anda deneyimlenebilir. Örneğin, tarihi bir olay anlatılırken, zamanda pencereler açmak veya farklı yerlerde aynı anda olan olayları tek bir mekânda göstermek mümkündür. Senografi ile hikayenin çeşitli katmanlarını simultane olarak göstermek mümkün olduğundan, kullanılan anlatım edebiyat, film ve tiyatrodan ayrılmaktadır.

Sergi, sadece bir bilgi verme mekânı olarak düşünülmeyp, ziyaretçinin deneyimine ve katılımına odaklanıldığında ve mekânda işlenen hikayeyi anlatırken soyutlamadan da yararlanıldığında, her ziyaretçiye bireysel algısı ve yorumunu oluşturma imkânı sağlanabilir.

Sergi mekânı - çoğunlukla olduğu gibi - her ne kadar farklı mekânların bir araya gelmesiyle oluşmuşsa da, ana hikayenin bir bütün olarak düşünülmesi gereklidir. Anlatı mekânı, ziyaretçinin orada geçirdiği tüm zaman göz önünde bulundurularak tasarlandığında, bütüncül bir deneyim sunulurken, serginin akılda kalıcılığı da sağlanabilir. Her ziyaretçinin farklı deneyim ve bilgilere sahip olmasından dolayı eşsiz

olduğunu düşünürsek, sergiyi gezen herkesin kendine ait bir anlam ve mesaj çıkaracağı kesindir. Bu süreci, algıyı ve sonucundaki etkiyi yönetmek amacıyla sergilemeyi tasarlarlarken senografide anlatı mekânlarından yararlanılmaktadır.

4.2 Rotalandırma ve Dramaturji

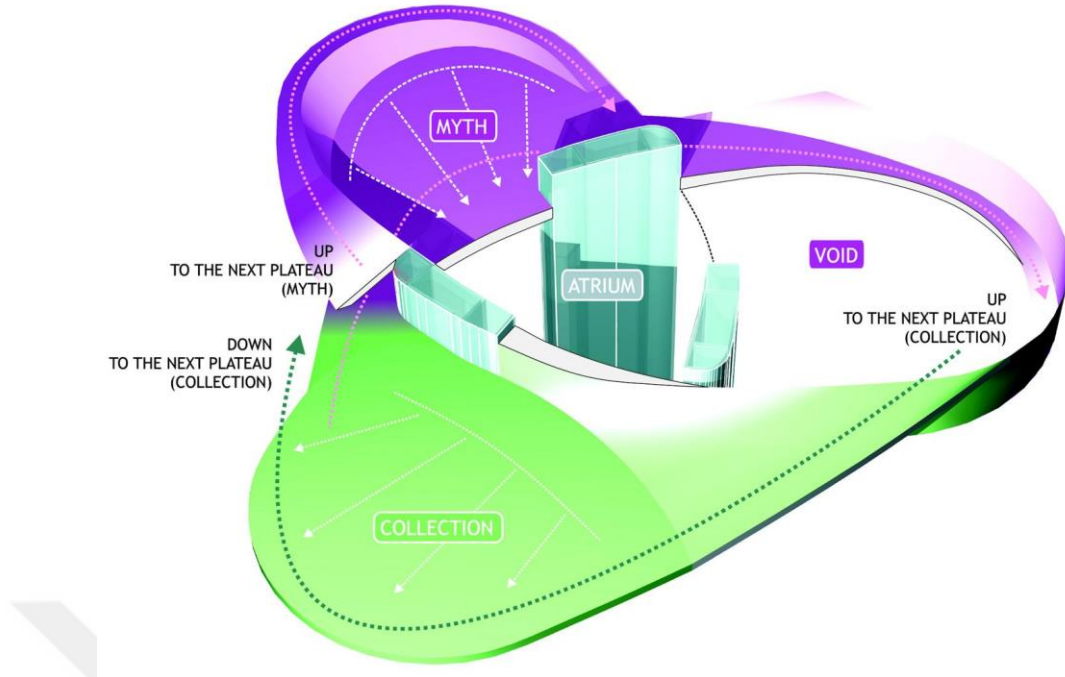
Ziyaretçinin bir sergiyi gezerken belirli bir mekânda, belirli bir zamanda ve hareket halinde bulunduğu göz önüne alındığında, izlediği rotanın, bu rotanın sekansının ve mekân diziliminin, sergileme tasarımı yaparken büyük öneme sahip olduğu açıktır.

Günümüzde ziyaretçinin deneyimi ve halkın dikkatinin nasıl çekileceği sorusu büyük önem kazanmıştır. Tasarımcılar, sergi yorgunluğundan kaçınmayı, yaptıkları işin odak noktası olarak belirlemekte ve tematik konseptlerin birbirleriyle ilişkisinin ve dramatik yoğunlaşmanın sağlanmasının da bunu başarmanın yolu olarak görmektedirler. Önde gelen tasarımcılara göre halkın ilgisini çekmenin yolu, sergi boyunca “belirli bir oranda devamlılık ve dramatik sekans” yaratmaktır (Kossmann & De Jong, 2010, s.25).

Bir sergi, sergilenen şeylerden ziyade bunların arasında kurulan ilişkiyle ilgilidir. Ziyaretçi, sergiyi gezerken kişisel bağlantılar kurar ve gezdiği rota açıkta kalan noktaları birleştirmesinde etkin bir yere sahiptir (Kossmann & De Jong, 2010, s.68).

Rotalandırma (routing), sergi gezilirken olası ve ideal yolları, ulaşılabilir fonksiyonel bölümler de dahil olmak üzere düzenler. Rota, ziyaretçinin sergi içinde sınırsızca seçebileceği bir yol, yani “serbest akış (free flow)” şeklinde olabileceği gibi, önerilen ideal bir gezi rotası da olabilir. Veya belirli bir dramaturjik planı takip eden sabit bir rota olarak da belirlenebilir. Mekân mecbur kılmadığı takdirde genel olarak çıkmaz yollardan kaçınılmalıdır (Brückner, 2010, s.117).

Rotalandırma bir sergileme tasarımı projesinin anahtar niteliklerinden birisidir ve mekânın mimarisinin analiz edilmesinde ve tasarlanmasında, içerik dramaturjik parametreleriyle birlikte ele alındığı takdirde, büyük bir yardımcı işlevi görür. Rotalandırma tipini belirlerken, içerik ve temaların birbiriyle etkileşimde bulunup bulunmadığı veya nasıl etkileşimde bulunduğu, verilen bilginin çoğalmasını veya bilginin kendiliğinden algılanmasını sağlaması gibi kriterler göz önüne alınmalıdır. Amaç, anlatının devamlılığını sağlamak, deneyimlemenin bir koreografisini oluşturmak ve algılama sekansını düzenlemektir (Brückner, 2010, s.117).



Şekil 29: Mercedes-Benz Müzesi mimari rotalandırma çalışması

Brückner'e göre, içerik açısından yaklaşıldığında, aslında temel olarak üç tipte rotalandırma şekli vardır: kronolojik, tematik ve topografik. Bu temel rotalandırma tiplerinin bir karışımı olan hibrit rotalandırma da kullanılabilir. Karar verilirken küratörlerle yakın iş birliğinde bulunulur ve serginin içeriğine ve bütünsel olarak kavranmasına odaklanılır (Brückner, 2010, s.117).

Rotalandırma ile serginin konsepti belirgin hale gelir çünkü bu sayede mekânların sekansı belirlenir, içerik ve temaların anlam kronolojisi oluşturulur ve oluşturulan sahnelerin dramaturjisinin oryantasyonel yapısı belirlenir. Tema veya temaların tutarlı bir anahattı (plot) oluşturulurken, içeriklere uygun anlatı mekânları üretilir ve anahtar mesajın açıklıkla iletilmesi sağlanır (Brückner, 2010, s.117).

Rotalandırmada senografinin üç önemli göstergesi ortaya konur: Mekân, zaman ve anlatı. Rotalandırma tasarlanırken uygun mekânların tümü, yani hali hazırda varolan mekân ve tasarlanacak mekân aynı anda göz önünde bulundurulurken, mekânlarla birlikte süreklilik, kronolojiler ve sergiyi gezme hızı; anlatılacak içerikler, temalar ve hikayeler açısından bir bütün olarak düşünülmelidir. Rotalandırma senografinin hem bel kemiği hem de kardiyovasküler sistemidir (Brückner, 2010, s.131).

Rotalandırma, dramaturji ile yakından ilgilidir.

Bir sergi ancak ziyaretçi mekânda hareket halindeyken deneyimlenebilir. Hareket, zaman içinde başlı başına bir eylemdir. Bu gerçeğin önemli bir sonucu vardır: ziyaretçi

bir eylem içindedir ve bazen eyleme devam etmeye teşvik edilmesi, bazen de bakmak için durmaya teşvik edilmesi gereklidir (Kossmann & De Jong, 2010, s.73).

Dramaturji, tüm mekânların ve objelerin arasında, anlatıya sahip bir rotadan oluşan bağı kurmak için bütüncül bir olaylar dizisi olarak oluşturulmalıdır. Böylece ziyaretçiler tüm içeriği, uyumlu bir sırayla deneyimleyebilirler. Merakı canlı tutan bir eğri çizmek için, dramaturjiyi bir dramadaki, bir filmdeki veya bir romandaki yapısıyla düşünmek faydalı olacaktır: bir önsöz, tekil olaylar ve bir sonsöz (Greci, 2016, s.50-51).

Senografi, bir sahne oluşturma eylemi olarak düşünülürse, aslında tiyatro, film veya sahne sanatlarına benzetilebilir. Operadaki gibi bir giriş, değişik olaylardan oluşan bir ana bölüm ve bir finalden oluşan dramaturji oluşturulmalıdır. Dramatize etme, merakı canlı tutan bir eğri boyunca gerçekleşir. Böylece içerik kolay okunabilir, deneyimlenebilir ve yorumlanabilir. Senografik tasarım, mekânların sekanslarının koreografisini tasarlamaktır (Greci, 2016, s.50-51).

Senografi, ziyaretçinin belirli bir zamanda belirli bir yerde gördüğü anlık gerçeklik ve belirli temalar veya mesajlara nasıl eriştiği ile; bunun tutarlı bir “önce”si ve bir sonuca neden olan “sonra”sının da olduğunun bilincinde olarak ilgilenir. Senografiden yararlanılarak, birbiriyle uyumlu vurucu noktalardan oluşan bir dramaturji oluşturulabilir. Bu da ziyaretçilerin içeriği ve mesajları fiziksel ve duygusal olarak, bilişsel ve birleşimsel olarak (birbiriyle bağlantılarını kurarak), aktif ve pasif olarak ve de aslına uygun olarak deneyimleyebilmelerini sağlar (Greci, 2016, s.50-51).

Bu anlamda senograf aslında bir yazar-tasarımcıdır. Karmaşık bir içeriğin tercümesini üç boyutlu, anlatısı olan bir mekân yoluyla yapar, mekânsal koreografiyi ve dramaturjik yapıyı oluşturur. Başarılı olduğunda ise mekânın kendisi, dramaturjik bir araç ve mesajların taşıyıcısı haline gelir (Greci, 2016, s.50-51).

Greci, senografide dramaturjiyi oluştururken yararlanabileceğimiz soruları şu şekilde listelemiştir:

- Dramatik bir bakış açısıyla ziyaretçi neyi deneyimlemelidir?
- Mekândaki veya mekânlardaki hangi koreografi uygundur?
- Kavrama sırası nasıl olmalıdır ve vurucu noktalar nasıl bir egride olmalıdır?
- Önemli noktalar belirlenmeli ve gerekirse bir dramaturji eğrisi çizilmelidir.
- Sergi boyunca rota serbest mi, isteğe bağlı mı yoksa önceden belirlenmiş mi olmalıdır?
- Heyecan verici bir ziyaretçi rotası oluşturmak için tematik bölümlere/alanlara göre nasıl bir mekânsal koreografi olmalıdır?

- Sergi/mekân/tematik alanda ilk olarak ve son olarak ne görmeliyiz ve bunların arasında ne deneyimlemeliyiz?
- Kat planında rotalandırmanın bir eskizi yapılmalıdır ve çeşitli ilgi noktaları/durakları numaralandırılmalıdır (Greci, 2016, s.49).

Dramaturjisi doğru ve içeriğe uygun oluşturulmuş bir mekân ve uygun bir rotalandırma, ziyaretçiye verilmek istenen mesajı netleştirirken, yaşatılması hedeflenen deneyimi de kalıcı kılmakta büyük öneme sahiptir. Geleneksel sergileme tasarımıyla senografi arasındaki en önemli farklardan biri rotalandırmayı dramaturjiyle birlikte ele alan bütüncül bakış açısında görülebilmektedir.

4.3 Aydınlatma

Senografide aydınlatma kavramını en temel şekilde algılayabilmek için siyah kutu ve beyaz küp olarak adlandırabileceğimiz iki zıt mekânı ve bu mekânların uyandırdığı farklı hisleri ve yol açtığı farklı algıları düşünebiliriz.

Siyah kutu, hayal edilen mekân lehine fiziksel mekânın yokluğunu telkin eder. Aksiyonlar, figürler, sabit ve hareketli imajlar ve söylenen söz karanlıkta özel bir anlam kazanır. Her şey minimum bir ışıkla gereken berraklıkta ortaya konulurken, ışığın en ekonomik şekilde kullanılması durumunda dahi küçük jestler ve hareketler görünebilir. Sessizce söylendiğinde kelimeler daha da çoğalırken, çevreden yalıtılmış objeler anıtsal bir etkiye kavuşur. Senograf için siyah kutu azaltmayı, sessizliği ve içe dönmeyi temsil eder (Brückner, 2010, s.179).

Beyaz küp ise, buna taban tabana zıt bir özelliğe sahiptir. Siyah kutu kalıcı veya geçici şekilde azaltmayı -örneğin yokluğu veya yokluğun saklanması- ifade ederken ve sınırların kaldırılması için çaba gösterirken, beyaz küp ise eklenme prensibini destekler. Başka bir deyişle, hali hazırda aynı anda ve eş zamanlı var olan her şey kesintisiz bir parlaklık içinde ortaya konur. Siyah kutu, dikkat dağıtan her şeyden arınmış ve daha içe dönük olma niyetiyle bir mahremiyet mekânı olarak düşünülebilirken, beyaz küp ise tam tersine tüm yapının ve objelerin kalıcı varlığını teşhir eden bir mekândır. Tiyatro analojisiyle, daha çok zihnin mantıkla ilişkili bölümüne hitap eden epik bir tiyatro olarak düşünülebilir (Brückner, 2010, s.179).

Işık, hem obje hem de izleyicisi için çok yönlü hislerin üretilmesinde anahtar bir etkidir. Parlak veya kısılmış, sıcak veya soğuk, yaygın veya yönlendirilmiş (spot ışığı), doğrulayıcı veya mistik, statik veya dinamik olabilirken, objeleri doğru ışıkla ortaya koymak onları “okumak” ve algılamak için ilk koşuldur. Işık, neredeyse her şeyi

-manzaraları, ortamları ve mekânları- değiştirebilirken, hikayeler anlatabilir, duygusal bir tetik görevi görür ve objeleri istenen şekilde sunar (Greci, 2016, s.63).

LED teknolojisinde gelişme ve ışık kaynaklarının ayrı ayrı programlanabilmesi sayesinde, günümüzde tasarımcılar çok yönlü ve yaratıcı bir tasarım aracına sahip olabilmışlardır.

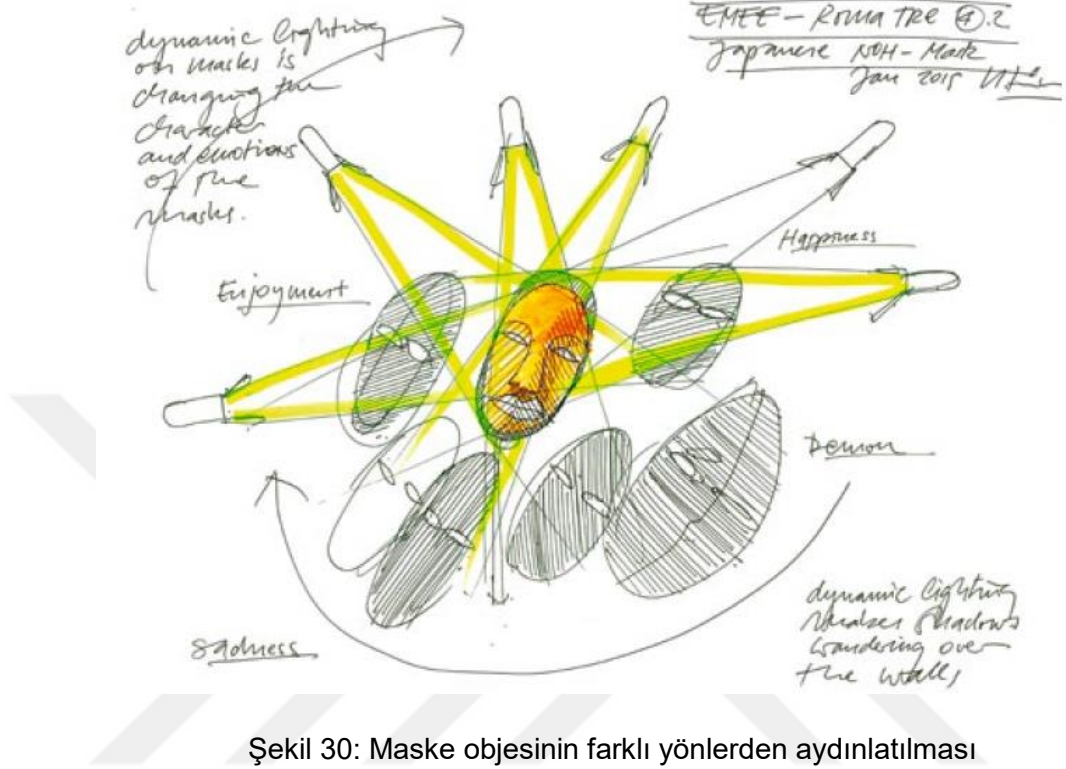
Brückner'e göre, senografide aydınlatma üç farklı seviyede kullanılır: mekân aydınlatması, obje aydınlatması ve sahne oluşturan aydınlatma.

Mekân aydınlatması, senografi, sahne düzenleme ve aydınlatma koreografisinin ön koşulu olan mekânın en uygun şekilde sunulmasıyla ilgilidir. Mekân aydınlatmasının konsepti, hali hazırda var olan, statik ve çevreleyen mekânsal öğelerle, özellikle de tavanlar, duvarlar ve zeminlerle uygun şekilde oluşturulmalıdır. Mekân aydınlatması, mekânın temel ışıklandırılması ve atmosferini ortaya koyar ve mekânın etkisini önemli ölçüde şekillendirerek, algılanan boyutlarını başlı başına değiştirebilir. Mekânsal tonların, renklerin ve sıcaklığın etkisinde belirleyici bir rolü vardır. Senografinin altında yatan konseptin ortaya konulmasında her zaman bütünleşik bir araç olarak kullanılır (Brückner, 2010, s.181).

Objeler ve eser aydınlatmasının nasıl kullanılacağı her zaman hassas bir senografi kararıdır. Amaç objenin yeniden bağlamlandırılması ve aura niteliğinin vurgulanmasının yanı sıra, serginin olaylar dizisinin ana çerçevesine en uygun şekilde sunulmasıdır. Sadece uygun aydınlatma teknolojisinin, doğru renk sıcaklığının seçilmesi ve objenin uygun şekilde odaklandırılması değil, her zaman objenin genel dramaturjik konseptle başarıyla bütünleştirilmesi de sağlanmalıdır (Brückner, 2010, s.181).

Doğru aydınlatma seçilirken objenin konservasyon durumu ve ihtiyacı da hassas bir şekilde göz önüne alınmalıdır. Objeler aydınlatması, detayları ortaya koyarken dinamik bir ışık koreografisi ile senkronize olabilir ve objeyi odak noktasına yerleştirerek iletilmek istenen mesaja çok önemli bir katkıda bulunur (Greci, 2016, s.61).

Prof. Uwe Brückner, bir objenin dinamik ve değişen bir aydınlatma ile tamamen farklı karakterlerde ve farklı şekillerde nasıl algılanabileceğini bir maske örneğini kullandığı eskiz çalışması ile aşağıdaki gibi açıklamıştır:



Şekil 30: Maske objesinin farklı yönlerden aydınlatılması

Farklı yönlerden objeye odaklanan ışığın objenin arka planındaki alana, farklı duyguları ifade edecek şekilde değişen gölgeleri düşmektedir. Tek bir maskenin mutlu, hüzünlü, haz alan ve korkutucu olarak ürettiği dört farklı duygu dinamik ışık koreografisi kullanıldığında ortaya konabilmektedir.

Sahne oluşturan aydınlatma ise doğrudan senografin ve tasarımcı yazarın işidir çünkü sadece aydınlatma değil, bağlantıları oluşturma amacı da taşır. Sahne oluşturan aydınlatma, objeleri ve serginin anlatısını tercüme etme ve yorumlama etkisiyle bağlamları yaratmaya yardımcı olur. Aynı zamanda dramaturjik bir işleve sahiptir, mekânın fiziksel durumunu ve mekânsal anlatıyı şekillendirir. Işığın mekândaki koreografiyle uyumu, sunumu dinamik hale getirir ve mekânların sekansını makul ve heyecan verici kılar. Sahne oluşturan aydınlatma, obje ve mekân aydınlatması da dahil edilerek, temel ve nihai ışık ve aydınlatma konseptini en uygun şekilde belirler. (Brückner, 2010, s.181).

Greci, senografinin bakış açısıyla aydınlatmayı tasarlarken aşağıdaki sorulardan yararlanılmasını önermiştir:

- Objeyi en iyi şekilde sahnelemek için ne tür bir aydınlatma gereklidir?
- Mekânda gün ışığı var mı? Varsa bu nasıl ele alınmalıdır?
- Mekân aydınlatması, spot aydınlatma, vitrin içi-vitrin dışı aydınlatma türlerinden hangisi/hangileri gereklidir?
- Objeyi ve/veya mekânı aydınlatmak için statik mi dinamik mi aydınlatma kullanılmalıdır?
- Işık atmosferik yönüyle mi didaktik yönüyle mi baskın olmalıdır?
- Aydınlatmada herhangi bir özel konservasyon niteliğine ihtiyaç var mı? (Greci, 2016, s.61).

Aydınlatma aynı zamanda mekânda başrolde olan ve başlı başına deneyimlenen bir araç veya anlatı haline de gelebilir. Aydınlatma ile bir anlatı oluşturmaya örnek olarak Sou Fujimoto, Olafur Eliasson ve James Turrell'in enstalasyon çalışmaları verilebilir.



Şekil 31: Forest of Light, 2016, Milano - Sou Fujimoto

Işık Ormanı olarak adlandırılan enstalasyonda, ışığın ve gölgenin kontrollü olarak mekânsal dağılımı ile aydınlatma güçlü ve tek bir tasarım elemanına ve hatta başlı başına bir anlatıya dönüştürülmüştür.



Şekil 32: The Weather Project, 2003, Londra - Olafur Eliasson

Olafur Eliasson'un enstalasyonunda, ışık akısı (ışıklılık-luminance) niteliğinin baskınlığı ile aydınlatma mekânın atmosferini yaratmış ve mekân bir anlatıya sahip olarak kapsayıcı bir deneyime dönüştürülmüştür. Buluta benzer hafif bir sis mekânda birikirken, yarım daire şeklinde bir form ve yüzlerce tekil frekans (mono-frequency) lambası kullanılmakta, bunlar sarı ve siyah dışındaki renkleri görünmez kılmaktadır.



Şekil 33: Breathing Light, 2013, Los Angeles - James Turrell

James Turrell, bu enstalasyonda renkli ışık kullanarak izleyicinin mekân algısını yönlendirmiş, maddesellik ve tinsellik arasında değişen birçok farklı duyunun algılanmasını mümkün kılarak izleyicinin derinlik algısını tamamen yok etmiştir.

Mekânda herhangi bir sis makinesi kullanılmamasına rağmen, izleyici kendini tamamen sisler içindeymiş gibi algılamaktadır. Adeta boşlukta duruyormuş gibi hisseden izleyicide dünyevi olmayan bir deneyim yaşıyormuş hissi oluşturulmaktadır.

Aydınlatma tasarımcısı Anders Liljefors'a göre ışık iki ana kategoride değerlendirilebilir: deneyimlenen ışık ve ölçülebilen ışık. Deneyimlenen ışık, ışığın psikolojik, fizyolojik ve görsel etkilerini tanımlarken, ölçülebilen ışık ise kantitatif ve fotometrik ölçülere dayanır (Liljefors, 1999) (Warming, 2017, s.17). Dolayısıyla deneyimin algılanması üzerinde psikolojik, fizyolojik ve görsel etkileri sayesinde belirleyicidir. Başrolde olduğu ve başlı başına deneyimi yaratabildiği gibi (örneğin ışık enstalasyonları), yardımcı rollerden birinde iken de deneyimi büyük ölçüde şekillendirmektedir.

Senografin elindeki en güçlü araçlardan birisi olan aydınlatma; mekânı, objeyi, atmosferi, materyalleri, yüzeyleri ve sahneleri birçok farklı şekilde manipüle ederek, serginin konseptini algılanabilir kılarak, verilmek istenen duygu ve mesajların en etkin şekilde iletilmesinde önemli bir yere sahiptir. Aydınlatma tasarımı bu anlamıyla, deneyimlenen ışık üzerinde çalışan senografinin yönlendirmesi gereken bir alan haline dönüşmekte, sadece kantitatif ve fotometrik ölçülere dayanan teknik bir araçtan çok daha ötesine hizmet etmektedir.

4.4 Ses

Ses, sergilenen eserlerin veya sergi konularının işitsel açıklamasında kullanılmak üzere; atmosferik stereo veya ses temsili ya da drama formunda kullanılan bir anlatı ögesi olarak, senografinin araçlarından biri olmuştur. Algının ilkel bir seviyesi olarak işitme duyusu, gürültü, ses ve müzik formunda çevre farkındalığımızı kontrol eder, içgüdülerimize, bilişsel olmayan zihnimize ve bilinçaltımıza diğer duyularımızdan çok daha fazla hitap eder. Dile getirilmiş metin doğrudan insan sesiyle bağlantılıdır ve merak, bilgi ve zekayla doğal bir yakınlığı vardır. İster aplikasyon, ister enstalasyon veya sahnelenmiş bir düzenleme olsun tüm işitsel şekillerin bir ortak noktası vardır: görünmezdirler, yani herhangi bir görsel sunmazlar ancak dinleyicinin zihninde bir takım bireysel içsel görseller oluşmasını sağlarlar. Günümüzde senografi, her zamankinden fazla elektro-akustik formatlarla çalışır ve bu da verilen görsellerdense akla getirilen ve çağırılan görsellere verilen önemi göstermektedir (Brückner, 2010, s.209).

Sunulan bir içeriğin kişiselleştirilmesine ve böylece her bir ziyaretçi ile daha güçlü ve özel bir bağın oluşmasına izin verdiğinden dolayı ses, senografide oldukça güçlü bir

araçtır. İşitsel her türlü veri, kolaylıkla ve doğallıkla her bireyin bilinçaltı ve duygusal dünyasında yankılanır. Böylelikle ziyaretçi ile sergi arasında eşsiz bir bağ kurulur ve istenen deneyimin daha kalıcı olması sağlanır.

Kapı zili veya bir köpeğin havlaması gibi aşına olan sesler, duyulduğu anda doğrudan zihnimizde bir resme bağlanır. Diğer bir deyişle, duyduğumuz şeyler, gördüğümüz şeyleri akla getirir (Greci, 2016, s.69).

Lorenz Onken'in (1779-1851) bu konuda söylediği bir söz fazlasıyla isabetlidir: "Göz insanları dünyaya yöneltir, kulak ise dünyayı insana yöneltir" (Brückner, 2010, s.209).

Bir mekânda stereofonik ses, yöneltilmiş ses veya geleneksel bir ses istasyonu, dinleyiciye bir şeyi iletme amacıyla kullanılır. Daha da interaktif hale gelmiş olan ses istasyonları günümüzde ziyaretçiyle tepkisel bir diyaloga izin vermektedir. İşitsel bilgiyi kalıcı hale dönüştüren bu etkileşim sayesinde, ziyaretçi, doğrudan kendisine hitap edildiğini hissedebilmekte ve kendi kişisel tercihlerine göre, hakkında daha çok bilgi edinmek istediği içerikler ve hikayelere karar verebilmekte ve bir kuş sesinden, bir senfoni orkestrasına kadar istediği işitsel bilgiyi seçebilmektedir (Brückner, 2010, s.209).

Sözlü radyo programları, radyo ve yayıncılığın yükselişi sonucunda, bir rapor, belgesel veya edebi bir sunumun bağımsız bir formatı oldu. Sözlü temsiller ve özellikle de sesli tiyatro temsilleri de benzer bir gelişim gösterdi. Senografi, ikincil objelerin sahnesini ve bilimsel açıklamaları etkin şekilde yönetmek için bu türde araçları da kullanmaktadır. Bu gibi durumlarda işitsel veri, daha fazla detay veren bir bilgi sunmak için kullanılır (Brückner, 2010, s.209).



Şekil 34: Living Frontiers, 2002, Biel – Atelier Brückner

Atelier Brückner'in 2002'deki EXPO Biel'de İsviçre için tasarladığı "Living Frontiers-Grenzen (er)leben" pavyonunda, normalde İsviçre'yi çağrıştıran klişe, pastoral kartpostal şiirinden farklı bir biçimde toplumu yansıtan yedi farklı hikaye ses draması olarak sahnelenmiştir. Seçilen temalar olan klonlama, kişisel görüntü takıntısı, transseksüellik, çalışan fakir kesim, evlilikte şiddet ve ötenazi, İsviçre'ye özel temalar olarak sunulsa da, aslında sorunlu alanlarıyla İsviçre'nin Batı medeniyetinin bir temsilcisi olduğu da ortaya konulmuştur. Her biri ayrıca anlatılan gerçek hikayeler, ziyaretçilere pavyonun merkezi iç mekânını görebilecekleri şekilde yerleştirilen tema kabinlerinde ses temsilleri olarak sunulmuştur. Böylelikle bireysel hikayeler ve bunların toplumdaki geçerliliği geniş kapsamlı şekilde bir araya getirilmiştir (Brückner, 2010, s.211).

Senografide bir mekânı sesle doldurmaktan çok öte bir yaklaşımla, mekânın stereofonik sesin yardımıyla şekillendirilebileceği ve mekândaki sesin aslında mekânın içeriğini tamamladığı öngörülür. Aynı anda algılanan görsel mekân,

görselliğin de ötesinde duyuların yardımıyla iletilmek istenen bilgiyi, mesajı veya duyguyu izleyiciye daha kapsamlı bir deneyim şeklinde sunabilir.

Ses, mekânsal ses, atmosferik stereo ses, bireysel ses, film müziği ve ses temsilleri olarak farklı türlerde kullanılabilir. Mekânda açıkça duyulan bir ses, o mekâna belirli bir ritim, açık veya gizlenmiş bir tempo vererek, istenilen atmosfere katkı sağlayabilir. Atmosferik stereo ses, sergilenen eserlerin ve konuların açıklanması için kullanılabilir. Bireysel sesle ise, sadece belirli bir bölgede duyulabilen hoparlörlerin kullanımıyla doğrudan bir bölgeye odaklanılabilir veya etkileşimli araçlara bağlanılabilir. Müzik, film veya animasyonlarla birlikte kullanılan film müzikleri objeyi veya konuyu yeniden bağlamlandırabilir. Ses temsilleri ise anlatı öğeleri olarak kullanılır ve dinleyici ile daha samimi ve diyaloga dayalı bir şekilde çeşitli hikayeleri veya mesajları iletebilir. Dinamik ses sistemleriyle, ses şiddeti dinamik olarak değiştirilebilir; belirli bir ses koreografisi içinde ses kaybolup yeniden duyulabilir veya bu dinamik sistemler aydınlatma ve projeksiyonlarla bir arada uyumla çalışabilir (Greci, 2016, s.67).

Sürekli gelişim halinde olan yeni teknolojiler, yeni anlatı stratejileri oluşturmayı veya sesi farklı konseptlerde kullanmayı mümkün kılmaktadır. Ses, ışıkla veya projeksiyonla birlikte kullanıldığında, sinestetik⁷ algılama üzerinde muazzam bir etkiye sahip olabilir. En önemlisi de ses deneyimi içeriğe göre şekillendirildiğinden, ziyaretçinin dikkatini içeriğe yönlendirerek algılamasına rehberlik etmek amacıyla kullanılır. Ses aynı zamanda ziyaretçilerin sergi mekânında belirli bir davranışını tetikleyebilir; örneğin konuşmaktan kaçınmalarını, daha yavaş ve dikkatli yürümelerini sağlayabilir ve ziyaretçileri ortam atmosferinin içine doğallıkla çekebilir (Greci, 2016, s.67).

Greci, sesin sergide kullanımına yönelik aşağıdaki sorulardan yararlanmayı önermiştir:

- Sergide ses nasıl bir rol oynamalı?
- Ses hangi türde kullanılmalı?
- Ses nerede ve hangi şekilde uygulanmalı?
- Ses neyi iletebilir veya etkileyebilir?

⁷ Sinesteziyi TDK “duyum ikiliği” olarak açıklarken, Oxford Dictionary “bir duyunun veya vücudun bir bölümünün uyarılmasının başka bir duyu üretmesi” şeklinde açıklamaktadır. Wikipedia’daki açıklamalarına bakacak olursak, sözcük Yunanca’da beraber anlamına gelen “syn” ve duyum anlamına gelen “aisthesis” kelimelerinin birleşiminden oluşmuştur ve bir duyumsal veya bilişsel yolun uyarılmasının, ikinci bir duyumsal veya bilişsel yolda istemsiz deneyimlerin oluşmasına neden olduğu nörolojik bir fenomendir.

- Sesi ışık veya projeksiyon gibi başka senografik araçlarla senkronize etmek gerekli mi? (Greci, 2016, s.67).

4.5 Grafik

Grafik tasarım, iletişim kurar, hikaye anlatır, bağlam üretir ve resimlendirir. Bilgi grafikleri, objeleri açıklar ve içeriği iletir. Grafikler, sergiyi inşa ederken hikaye anlatımını ve dramaturjiyi destekler. Grafik tasarım aynı zamanda mekânları karakterize etmek veya anlatı mekânlarının etkisini artırmak için de senografik bir araç olarak kullanılmaktadır (Greci, 2016, s.57).

Grafik tasarım artık hayatlarımızda hiç olmadığı kadar ve sürekli olarak vardır. İnternet, gazete ve TV reklamları sürekli olarak, tipografi ve resimler kullanarak tasarlanan mesajları iletmekteler. İsviçreli-Fransız grafik tasarımcı Ruedi Baur (2001) bu durumu kısaca şöyle özetlemiştir: “Her şey iletişimdir”. 2001 yılında yayımlanan Integral adlı kitabında, disiplinlerarası bir tasarımcı ve mekânsal grafik konseptlerinin öncüsü olan Baur, mekân ve grafik arasındaki ilişkinin geçicilik ve kalıcılık anlamında altını çizerek, mimarinin sınırlı tabiatına karşılık, sürekli değişen mesajların esnekliğinden bahsetmiştir (Greci, 2016, s.59).

Grafik tasarım, senografinin sergi ve müzeler için kullandığı en temel, esnek ve büyük olasılıkla en eski araçlarından biridir. Mekânın sahne olarak yönetimi konusu ortaya çıktığından beri, grafik tasarım, iki boyutlu bir araçtan üç boyutluya doğru sürekli evrimleşen bir araç olmuştur. Tek bir düzlemden doğarak, mekânı fethetme noktasına gelmiştir (Brückner, 2010, s.217).



Şekil 35: A World of Its Own: Photographic Practices in the Studio Sergisi, 2014, MoMA Los Angeles

Mekân, grafik tasarım anlamında, teması doğrultusunda soyut olarak sahnelenenebilir ve bunun da ötesinde soyut olan, görsel olarak ulaşılır hale gelebilir. Anlatı mekânını destekleyen ve açığa çıkaran bir öge olarak grafikler, mekânın içeriği ve temaları için adeta bir güç haline gelir. Grafik tasarımla metin mekânları, okuma mekânları, hikaye anlatı mekânları ve hatta yorumlama mekânları yaratılabilir. Metin grafikleri mekânların konuşmasını sağlayabilir, mekânı içine girilen bir hikayeye dönüştürebilir, ve böylelikle de hikaye anlatımı, anlatı mekânına karakterini veren bir izlenime dönüşürken, okuma eylemini tüm olayı renklendiren ve ziyaretçinin zihninde yeni hikayelerle sonuçlanan bir deneyime dönüştürebilir (Brückner, 2010, s.217).



Şekil 36: BMW Müzesi, 2008, Münih – Atelier Brückner

Grafiğin senografik olarak kullanımı sadece bilginin metinsel aracı olmakla sınırlı değildir, aynı zamanda içerik çok kapsamlı ve anlaşılması zor olduğunda çok önemli bir yardımcıdır. Grafik, keşfetmeyi eğlenceli hale getirir ve mesajları deşifre eder, içeriğin canlı hale gelmesini sağlar ve karmaşık konuları iletebilmeyi mümkün kılar. Grafikler, genelde resimsel olan anıların ziyaretçinin zihninde daha uzun kalmasını sağlayarak, içerik algısını sağlamlaştırır. Aynı zamanda, bilgi edinmeyi kolaylaştıran bağlantıların kurulmasını sağlayarak, bunu yoğun bir deneyime dönüştürür. Bu nedenle grafik tasarım senografi için, sadece içeriğin iletilme aracı olmanın çok ötesinde bir öneme sahiptir. Grafikler, sadece açıklayıcı ve bilgilendirici seviyedeki etkisinin dışında, bilişsel düşünsel mekânları ve belirli duygu durumlarını da meydana çıkarabilir (Brückner, 2010, s.217).

Grafiğin kullanımı her zaman hali hazırda üretilmiş olan içeriğin koşulları ve gerekliliklerini takip etmelidir. İçeriğin nasıl ele alındığı, tüm grafik tasarım öğelerinin tipografi dilleri, renkleri ve formları ile birlikte bir bütünlük içerisinde olmasında; neyin

iletileceği ve belirtileceği bağlamında önemlidir. İçeriği temel alarak iyi tasarlanmış grafiklerin bağlamlandırma ve bağdaştırma etkisi vardır; hem yapılandırıcı hem de rehberlik edicidir (Brückner, 2010, s.218).

Grafik tasarım, içeriği imaj, metin ve bilgi veren görsel araçlarla iletir ancak bunlara sadece içeriğe göre görüntüleri bağlamında bakılmaz çünkü ilgili sahne, anlatı dizisine dahil edilir ve tüm sahnelenen mekânın bir parçası haline gelir. Metin ve imajların birleşimi, anlatısal ve görsel formda, bilgi iletişiminin klasik prensiplerine karşılık gelir. Karmaşık bağlantıların daha detaylı iletilmesi için olmazsa olmazdır ve bu yönüyle grafikler birer iletişim aracı ve belirli bir bağlamda verilen gerçeklerin anlaşılması için yardımcı araçlar haline gelir (Brückner, 2010, s.222).

Metin biçiminde grafik; bağlam, diyalog ve kavrayış yaratır. Ancak bilgilendirici bir sergi tasarlamak, sergiyi metne boğmak anlamına gelmemelidir. Tam tersine günümüz senografisinde metin, bir his ve anlam ileten çok sesli bir orkestra üretmek için bütün bağlama entegre edilir. Sahneleme yönetimi iyi yapılmış bir mekânın en önemli özelliği, hiçbir enstrümanın bağlam tarafından ortaya konulan beyanatın üzerinde hakim olmamasıdır. Metin titizlikle ve sadece gerektiği oranda kullanılır ve keza gittikçe “talep üzerine bilgi” (information on demand) şeklinde sunulmaktadır (Brückner, 2010, s.222).

Metinler klasik ve hiyerarşik olarak, mekân başlığı, mekân alıntısı, mekân metni, tema metni ve obje metni olarak gruplandırılabilir. Bu gruplandırma içeriğin algılanmasını ve oryantasyonu kolaylaştırır. Mekân metni, mekânı ve konuyu belirler, içeriğin çerçevesini açıklar. Tema metni, tema gruplarını açıklar ve ziyaretçiyi bağlantılı bölümlere girmesi için yönlendirirken aynı zamanda objeleri, olayları veya hikayeleri, tarihi, politik veya sosyolojik yönlerine göre bağlamlandırır. Obje metinleri ise, sergilenen eserleri hem içerik hem de mekân, zaman ve anlama göre sınıflandırır. Metinsel veya görsel başka elemanların da kullanılması, genel görsel etkinin tutarlı olmasını sağlar (Brückner, 2010, s.222).

Obje metninin objeyi nasıl bağlamlandığına ilişkin bir örnek olarak Marc Maure'nin 1995 tarihli bir makalesi olan Nordisk Museologie'de kullandığı obje açıklama metinlerini verebiliriz: (Maure, 1995, s.159).



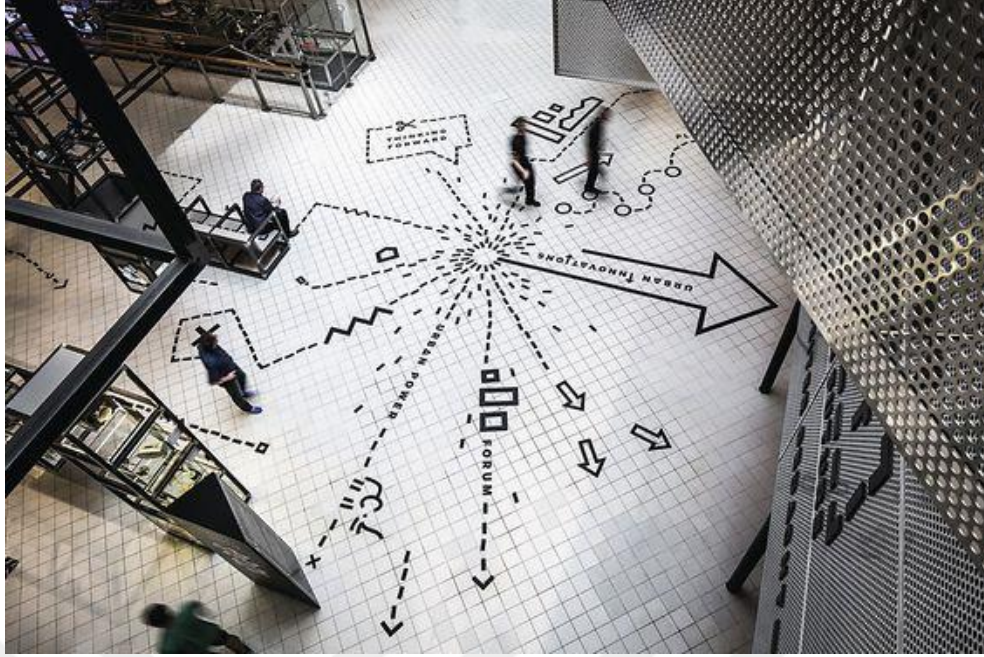
Şekil 37: Maske objesine dair farklı açıklama metinleri

Bir maskenin altında yer alan farklı obje metinleri ile maskeye dair izleyicinin algısı çok çeşitli olabilmektedir. Örnek metinlerde, maskenin ve sanatçının maskeye dair algısı detaylı olarak anlatılmış, bu objenin bir sanat enstalasyonu olduğu belirtilmiş, obje kazanılan bir işçi hakkının temsili olarak sunulmuş veya sadece basitçe "maske" şeklinde ifade edilmiş olması, sergilenen esere dair verilen bilginin yanı sıra kullanılan farklı grafik dillerinin de algılamada yarattığı değişikliği göstermiştir. Kullanılan font ve büyüklük de çerçeveleme ve metin içeriği de verilen bilgiye dair algıyı etkilemektedir.

İmajlar ise, bir yandan bağlantısal ilgi, diğer yandan metinsel içeriğin sağlamlaştırılması için hem metinleri hem de sergiyi destekler. Hayal gücüne yer açılması, zihinlerde oluşan imajlar yoluyla, kişisel fikirlerle ve anılarla bağlantı kurulmasını sağlar. Modern grafik tasarımı aynı zamanda, olgulara ilişkin ve bilimsel temaların, genel karşılıkların temsiline gerek olmaksızın ilginç, merak uyandırıcı ve etkin şekilde iletilmesini sağlar. Metni azaltmaya çalışırken, nesneler veya fikirler arasındaki bağlantıları resimsel öğeler, illüstrasyonlar, piktogramlar, semboller veya diğer çabuk kavranabilir işaretleri kullanarak anlatmaya çalışır; veciz, basit ve illüstratif bir dille anlatmayı tercih eder. Bilgi grafiklerinin, imajların ve metnin beceriyle kullanılması, alıcının ilgisini sağlar ve grafiği başlı başına vurucu bir enstrüman haline getirir (Brückner, 2010, s.224).

İsviçreli psikolog Jean Piaget, görsel anıları yeniden canlandıran üretken imajlar ile henüz gerçekleşmemiş olayları temsil eden ve biçimlendiren sezgisel imajlar arasında bir ayrım yapmıştır. Hatırladığımız çoğu anının doğası resimseldir. Geçmiş deneyimler, gücünü içsel imgelemeden alan imajlar yoluyla erişilebilir olmaktadır. Sembolik mesajlar olarak iç ve dış imajlar aynı göstergesel (semiotic) sisteme aittir; ancak, sözlü sisteme kıyasla daha az derecede sosyal kavrayış ile bağlantılıdır ve açık ve tamamlanmamış bir sistem olarak, düşünmeye daha az bilişsel destek sağlarlar. Bu “eksiklik”, mantık dışı, çelişen ve duygusal bir içerik iletilmek istendiğinde resimsel grafikten faydalanarak etkin bir şekilde kullanılır (Brückner, 2010, s.224).

Serginin ziyaretçi rotalandırmasında kullanılan yön bulma grafikleri hem yönlendirmede hem de sunulanların görsel olarak yapılandırılmasında yardımcı birer araçtır. Serginin yorumlanmasını ve kişisel deneyimlemeyi kolaylaştırır. İşaretler, veri, içerik, çapraz başvurular ve uygun olduğu durumlarda dijital medyanın kullanılmasıyla zenginleştirilen bir yön bulma sistemi, mekânları aramaya, bulmaya ve gerektiğinde tekrardan görmeye yardımcı olur ve aynı zamanda anlatı yapısına atıfta bulunur. Mekânsal yapılar organize edilir, belirlenir ve damgalanır. Grafikler binalarda, bölümlerde ve mekânlarda yönlendirmeyi sağlar. Serginin rahatça deneyimlenebilmesi amacıyla ve mekânsal yönlendirmeyi etkin olarak yapabilecek şekilde, anlatı mekânındaki etkileri de göz önüne alınarak, metinler, işaretler, grafikler ve imajların yanı sıra, braille alfabesi ve dokunsal sembollerin kullanımı, çocuklar ve engelli sandalyesi kullanan ziyaretçiler için uygun yükseklikte yerleştirilmiş metinler de grafik tasarımda düşünülmelidir (Brückner, 2010, s.227).



Şekil 38: Exhibition Signage, Viyana Teknik Müzesi, 2018, Viyana – Bleed

Yukarıdaki görselde yön bulma grafiğinin serginin içeriği ve bağlamını oluşturduğu başarılı bir örnek gösterilmiştir. Technisches Museum Wien için tasarlanan grafikler ziyaretçileri minimum metin kullanımıyla ve oyuncu şeklinde müzede yönlendirmektedir. Mekânın karakterine ve serginin mesajına uygun yapılandırılmış grafik tasarım, aynı zamanda mekânı da tanımlamaktadır.

Greci, grafik tasarımı planlarken yardımcı olabilecek soruları şu şekilde önermektedir:

- Ne türde grafikler kullanılmalı?
- Analog mu dijital mi?
- Bağlam oluşturan grafik tasarımı mı, yeniden yapılandıran grafik tasarımı mı?
- Mekân oluşturan grafikler kullanılmalı mı?
- Bilgi grafikleri kullanılacak mı?
- Grafiklerin sergideki rolü ne olmalı? (Greci, 2016, s.57).

4.6 Dijital Medya

Brückner'e göre, senografide iletişimde rol oynayan veya iletişim kanallarının belirli bir fonksiyonel kapasite ile kurulmasında etkisi olan her bir alet veya sistem bir araç olarak kullanılır. Bir duvarın veya bir sandalyenin başlı başına bir araç olması için ne kadar bilgi ve mesaj iletmesi gerektiği veya iletebileceği, karmaşık ve özümsemesi zor bir içeriği deşifre etmekte nasıl bir rol üstlenebileceğini belirlemek, küratörlük ve tasarım anlamında büyük bir çaba gerektirir (Brückner, 2010, s.187).

Işık, imajlar, metin, ses, müzik ve diğer fiziksel titreşimlerin transferi, taşınması ve mobilize edilmesi için az veya çok enerji gerektiren tüm araçlar dijital medyadır. Dijital medya kendi içinde bir sonuç olarak değil, belirli bir mesajın iletilmesi amacıyla kullanılır. Medya formatı veya teknolojisi tasarımın ve sunumun odağı değil, içeriğin iletilmesi ve bu içeriğin algılanması sürecinde belirli etkilere ulaşmak için kullanılan bir araçtır. Amaç ilgiyi objelere ve içeriğin söylemek istediğine yönlendirmektir ve önemli olan bunların kalıcı bir etkiye sahip olmasıdır. Yani kullanılan araç sadece ulaktır (Brückner, 2010, s.187).

Dijital medya, bilginin veya içgörünün elde edilmesi için bir yoldur. Çağdaş dijital medyanın ve elektronik iletişim teknolojilerinin dikkatli ve ölçülü şekilde kullanılması, karmaşık veya zamana dayalı anlatıların ve kültürün iletilmesini mümkün kılar ve aslında giderek artan kullanımı mesajların nasıl alındığının ve çoklu kültüre sahip toplumlar ile nasıl iletişime geçildiğinin değişmesi sonucunda olmuştur. Dijital medya ile soyut içerikler erişilebilir, karmaşık bağlantılar çözülebilir ve bilimsel bilgi aktarılabilir hale gelmiştir. Zamanda ve ölçekte atlamalar ve kümeler halindeki bilgileri iletme dijital medya ile mümkün olabilmektedir (Greci, 2016, s.71).

Greci, dijital medyanın akılcı ve etkin şekilde kullanılması için anahtar görevi görebilecek soruları aşağıdaki şekilde listelemiştir:

- Bir temaya veya objeye daha kolay erişim, ilgiyi daha canlı tutmak ve anahtar mesajların altını çizmek için hangi medya araçlarına ihtiyaç vardır?
- Hangi içerikler ve hangi sergi alanında medyaya ihtiyaç vardır ve medyanın kullanımıyla beklenen sonuç nedir?
- Obje veya objelerin sahnelenmesinde analog desteğe mi, dijital desteğe mi ihtiyaç vardır?
- Serginin ve/veya objelerin anahtar mesajlarının altının çizilmesinde medyanın nasıl bir desteği olabilir?
- Analog, dinamik, interaktif veya reaktif medya araçlarından hangisine ihtiyaç vardır? (Greci, 2016, s.71).

Brückner, dijital medyayı iki farklı açıdan ele almaktadır: medya istasyonları ve mekân oluşturan medya.

4.6.1 Medya istasyonları – Talep üzerine bilgi

Dijital medya, günümüzde sahip olunan teknolojik imkânların gelişmesiyle bilgiye birçok farklı seviyede eş zamanlı olarak erişmeyi mümkün kılmaktadır. Kullanıcının katılımının sağlanması ile ulaşılan bilginin kişiselleştirilebilir olması hem somut hem de soyut içeriklerin kavranmasını kolaylaştırmış ve sunulan bilgiler arasındaki bağlantıların daha kolay kurulabilmesine imkân vermiştir. Kullanıcının talebi doğrultusunda bilgi, çeşitli medya istasyonları aracılığıyla verilebilmektedir ve dijital medyanın bu şekilde kullanımı günümüzde sergi ve müzelerde sıklıkla rastlanır hale gelmiştir.

“Talep üzerine bilgi (information on demand)”, ziyaretçilerin bilgiye ne zaman, nerede ve ne derinlikte ulaşacaklarına kendilerinin karar vermesini mümkün kılar. Bu otonomi demokratik erişim olarak düşünülebilir. Talep üzerine bilgi sayesinde ziyaretçiye, sergilenen eserlere aracısız olarak, bireysel algılamayı mümkün kılan şekilde, kişisel erişime izin vererek ve çok da ilgi çekmediği düşünülen içerikler veya karmaşık içeriklerin algılanmasını sağlayacak şekilde erişim imkânı verilmektedir (Greci, 2016, s.89).

Etkileşim (interactivity) ile medya kullanıcının içine girdiği bir bağlama ulaşmış ve böylelikle dokunulabilir ve dolayısıyla anlaşılabilir olmuştur. Kullanıcı, sunulan içeriğe kendi istediği zamanda, istediği şekilde ve istediği derinlikte ulaşma imkânına sahiptir. Bilginin yaygın ve farklı katmanlarda sunulması, her bir ziyaretçinin kendi ihtiyaçlarına uygun olarak farklı bir deneyim ve duygusal tepki yaşamasını sağlamıştır. Bilginin farklı katmanlar halinde ve eş zamanlı olarak sunulabiliyor olmasıyla, bilgiler arasındaki bağlantılar her zamankinden daha kolay ve daha bütüncül şekilde anlaşılabilir olmuştur. Geleneksel ve bilginin eklenerek verildiği sunumlara oranla, farklı seviyelerde algılamının mümkün kılınmasıyla, bağlamın anlamını zaman ve mekân bağlantılı olarak kavramada, bilişsel olarak daha kolay işlemede ve bütüncül olarak anlamada önemli bir fark yaratılmıştır. Hatta neredeyse dijital araçlarla tamamlanmış bir tasarımın, bilginin kabulü ve idrakı arasında bir kaynaşmayı mümkün kılabildiği söylenebilir (Brückner, 2010, s.187).

Talep üzerine bilgi, bilgiyi iletmenin keşifsel bir sistemidir ve aynı zamanda günümüz bilgi çağında yeni, az kullanılan ancak büyük bir potansiyel vaadeden dijital bir rehberlik sistemidir. PDA yani kişisel dijital asistan (Personal Digital Assistant) kullanımı veya basitçe giriş biletinin elektronik olarak taranmasıyla, farklı ziyaretçi tiplerine göre farklı bilgi seviyeleri sunulabilir. Serginin içeriğine bağlı olarak, RFID

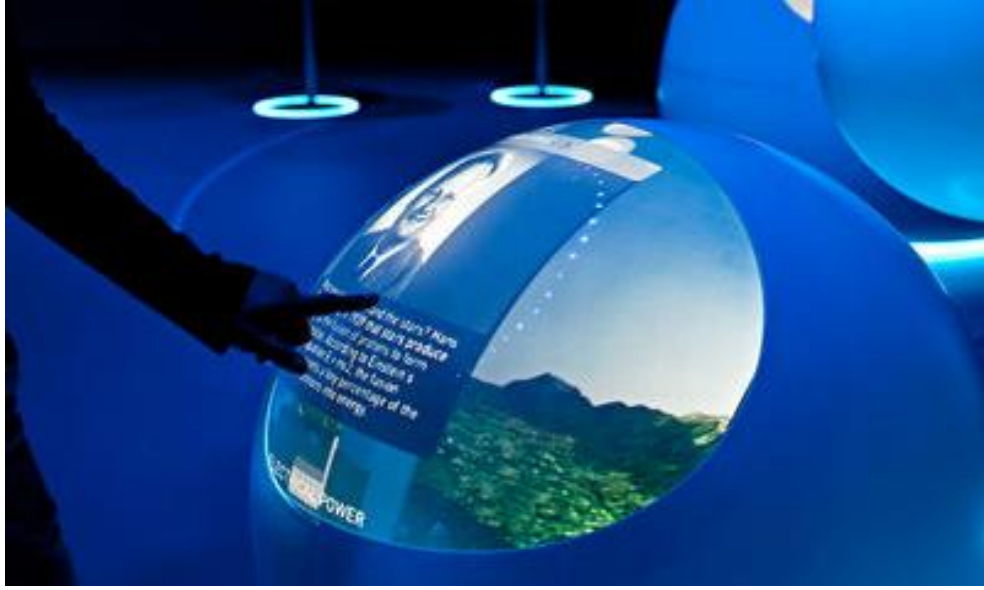
(Radio Frequency Identification – Radyo Frekans Tespiti) teknolojisi barındıran bir PDA kullanımıyla, medya istasyonlarında istenen dil versiyonlarına ulaşılabilir, sergilenen eserlerin daha detaylı olarak sözlü, resimsel veya film tabanlı bilgileri gösterebilir veya medya ve mekânsal enstalasyonlara erişim için kişisel anahtarlar oluşturulabilir. Bu teknolojilerin kullanımı, yaşlı, çocuk, genç, seyahat grubu, başka dil konuşan kişiler gibi ziyaretçilerin her birine yönelik farklı sergi paketleri oluşturmayı mümkün kılmaktadır. Gelecekte, sunuların arasından seçim yapmanın yanı sıra, sunulan bilgi kronolojisinin, miktarı ve hatta yoğunluğunun da bireysel olarak ölçülebilir ve tasarlanabilir hale gelmesi mümkün olacaktır. Sistem bir ziyaretçi profilinin elektronik kaydı ile güncellenebilir ve sayısız şekilde kategorize edilebilir (Brückner, 2010, s.194).

Talep üzerine bilgi, hem küratörler hem de tasarımcılar için büyük bir yardımcıdır ve aynı zamanda ziyaretçileri cezbetmektedir. Uzman sergi rehberliğinin yerini alabilir ve belirlenen amaç için birçok farklı şekilde kullanılabilir. Yeni medya, sahip olduğu potansiyel bağlamında -ister sergi rehberinin yerini alması ister “şeffaf sergi ziyaretçisi” yaratılması konusunda olsun- çok ilginç bir tartışma konusu olabilir (Brückner, 2010, s.194).

Brückner’e göre talep üzerine bilgi sayesinde, obje ve bilgiyi ayrı tutan tasarımın toptancı yaklaşımının üzerinden gelinebilir ve senografik anlamda bütünleşik, teatral ve estetik tasarım geliştirilebilir (Brückner, 2010, s.195).

Ziyaretçinin talebi doğrultusunda bilgi sağlarken amaç, ziyaretçiyle göz hizasında yani aynı seviyede buluşmak olmalı ve aşağıdaki sorulardan yardım alınmalıdır:

- Sergiye ne tür “talep üzerine bilgi sistemleri” eklenebilir?
- Ziyaretçiler bilgiye nerede, ne zaman ve ne kadar ulaşacaklarına ve ne kadar bilgiyi keşfetmek istediklerine nasıl kendileri karar verebilir?
- Sergilenen objeye rahat ve objenin olduğu haliyle erişim nasıl sağlanabilir?
- Küratörlerin olabildiğince fazla bilgi sunma amacı en az metinle nasıl yerine getirilebilir?
- Ziyaretçinin didaktik olarak fazla bilgi yüklenmeden keşfetme isteği nasıl karşılanabilir? (Greci, 2016, s.89).



Şekil 39: CERN – Universe of Particles, 2010, Cenevre – Atelier Brückner

Dijital medyanın kullanıldığı etkileşime örnek olarak ise Cenevre’de yer alan CERN’deki kalıcı sergi gösterilebilir. Sergide, küre şeklinde tasarlanmış çeşitli dokunmatik medya istasyonlarından yararlanılmıştır.



Şekil 40: Archeology Switzerland, 2016, Zürih – Atelier Brückner

Zürih Landesmuseum’daki İsviçre Arkeolojisi bölümünde ise bir vitrin içinde sergilenen 3 altın kolyenin hikayesi, vitrinde belirli bir yere dokunulduğunda aktive

olan ve arkadaki cam bölüme yansıtılan film aracılığıyla görsel olarak bir animasyonla anlatılmaktadır. Vitrinde metin olarak sunulan tek bilgi kolyelerin malzemesi, nereye ve ne zamana ait olduğudur. Ancak bu parçaların neden burada özel bir cam vitrin içinde sergilendiğini senograf, metin olarak açıklamaktansa, bu bilgiyi ziyaretçinin isteği üzerine izleyebileceği bir animasyonla sunmuştur. Dolayısıyla talep üzerine verilen bilgi ile ziyaretçinin objeyi istediği kadar keşfetmesine olanak verilmiştir. Bilgiyi sunma şekliyle de akılda kalıcılığı artırılmıştır.



Şekil 41: Archeology Switzerland, 2016, Zürih – Atelier Brückner

Aynı şekilde diğer bir bölümde bir enstalasyon halinde cam vitrinde sergilenen birçok arkeolojik obje ile ilgili detaylı bilgi, vitrinin önünde yatay olarak hareket edebilen bir ekrandan, ilgilenilen objenin seçilmesiyle ziyaretçiye sunulmaktadır. Ziyaretçi isterse cam vitrinin üzerinde verilen metinde objelerin tümünün ortak noktasına dair bilgiyi alır ve objelerin tümüne genel bir bakışla göz gezdirip sergiyi gezmeye devam edebilir. Ancak talep etmesi halinde her obje ile ilgili daha detaylı bilgiye de rahatça erişebilir.

4.6.2 Mekân oluşturan medya: Mediatecture⁸, projeksiyon ve mekânsal film

Dijital medya aynı zamanda bina cephelerine veya iç mekân duvarlarına yansıtılan ve mekân oluşturan bir araç olarak, sabit görsel veya hareketli film şeklinde de kullanılabilir. Dijital medyanın medya tabanlı üç boyutlu enstalasyonlar bazında, senkronize ve belirli bir koreografi içinde kullanımı günümüzde oldukça gelişmiştir ve çok yönlü dramaturjik bir potansiyele sahip olarak sahnelenmiş mekânların yaratılmasında senografin hareket serbestliğini çok büyük ölçüde artırmıştır (Brückner, 2010, s.196).

Mediatecture; mimari, medya, mekân ve mesajın bir sentezidir. Mediatecture, özellikle ışık, film ve sesin kullanımıyla, hareket halinde olan hibrit bir mekân oluşturmak için bunların iş birliğinden yararlanır, iç mimariyi ve bina kabuklarını dönüştürür ve sahnelenmiş düzenlemelere izin verir (Brückner, 2010, s.204).



Şekil 42: Notre Dame cephe projeksiyonu, 2018, Paris - Bruno Seillier

Paris'te bulunan Notre Dame Katedrali için tasarlanan "projection mapping"⁹ gösterisi ile tarihi binanın cephesi adeta bir sahne olarak kullanılmış, görüntü ve müziğin belirli bir koreografi eşliğinde birleştirilmesiyle bir görsel şölen oluşturulmuştur.

⁸ «Mediatecture», İngilizce «media» ve «architecture» kelimelerinin birleştirilmesinden oluşmuş ve kullanımı yaygın hale gelmiş bir kelimedir. Dijital devrimin yol açtığı paradigma değişimi sonucunda, yeni medya ile mimarinin iç içe geçmeye başlamasıyla oluşmuş bu kelimenin Türkçe karşılığı olmadığı için bu tez çalışmasında olduğu şekliyle kullanılmıştır.

⁹ "Projection mapping", objeleri video projeksiyonu için bir yüzeye dönüştüren teknolojidir. Bu objeler bina cephelerinden, küçük objelere, iç mekânlardan tiyatro sahnelerine uzanan çeşitlilikte olabilmekte ve yüzeylerine sabit veya hareketli görüntüler yansıtılabilmektedir.



Şekil 43: BMW Museum, 2008, Münih – Atelier Brückner

Münih'teki BMW Müzesi'nde uygulanan mediatecture, mekâna dinamizm katarak sergilenen objelerin ve hatta mekânın kendisinin hareket ettiği izlenimini izleyiciye vermektedir. Ziyaretçinin hareketlerinin algılanmasıyla değişen film görüntüleri, içeriği sürekli olarak değiştirmekte ve ziyaretçi medyanın ve içeriğin bir parçası haline gelmektedir.

Projeksiyon ve mekânsal filmler sergi öğelerinin ve karmaşık içeriğin iletilmesinde önemli bir yeniden bağlamlandırma potansiyeline sahiptir. Projeksiyon ve film, dikkat çekici sahnelemelerin düzenlenebilmesini mümkün kılan senografinin bir aracı haline gelmiş ve ziyaretçinin tüm duyularıyla deneyimlediği dinamik anlatı mekânlarının yaratılmasını mümkün kılmıştır. Sahnelenen mekânda elde edilmek istenen sonuca göre, eş-zamanlı izleme (real-time tracking), senkronizasyon ve farklı dijital ve analog araçların belirli bir koreografiyle kullanımı ile, izleyici eylemsel bir düzenlemeye dönüşen medya enstalasyonun bir parçası haline gelmiştir (Greci, 2016, s.77).

Mimari, dijital medyanın hali hazırda var olan potansiyeli açığa çıkarılarak ve sanal mekânlar yaratılarak dinamik hale getirilebilir. Yeni medyanın yenilikçi uygulamaları ile medya haline getirilmiş mekânlar ve mediatecture sayesinde kendiliğinden değişme potansiyeline sahip yeni tip mekânlar yaratılabilir. Bu yeni medyanın gelişmesindeki beklenti giderek artan şekilde, istenilen koreografinin oluşturulduğu hibrit mekânlara ve bunların üç boyutlu etkilerine odaklanmaktadır. Bu etki, inşa edilmiş mimari elemanların boyutlarının ortadan kaldırılmasına kadar uzanabilir (Brückner, 2010, s.196).

Greci, projeksiyon ve mekânsal film den yararlanılırken anahtar görevi görebilecek soruları şu şekilde sıralamıştır:

- Sergide film, mekânsal film ve projeksiyonun rolü ne olabilir?
- Bu araçları zaman tabanlı bir uygulamayla duvarlar, ekranlar veya monitörler üzerinde kullanmak istiyor muyuz?
- Bu araçları içgörü oluşturacak şekilde, bir anlatı olarak, gizli dünyalara veya müze koleksiyonlarına açılan bir pencere olarak kullanabilir miyiz?
- Filmi, fiziksel sınırlamaların ötesinde, birleştirilen mekânlar oluşturmak için nasıl kullanabiliriz? (Greci, 2016, s.77).

Paris'te endüstriyel bir mekândan dönüştürülmüş Atelier des Lumières, projeksiyon ve mekânsal filmin başarıyla kullanılarak çeşitli sergilerin düzenlendiği bir sanat merkezi olarak oldukça fazla ziyaretçi çekmektedir. Mekânın tüm duvarları ve zemini, projeksiyon ve mekânsal film için bir kanvas olarak kullanılmaktadır.



Şekil 44: Gustav Klimt, 2018, Paris – Atelier des Lumières

Mekânın sınırlarının algılanması içeriğe göre anlık olarak değişim göstermektedir. Ziyaretçiyi bütünüyle içine alan ve mekâna dair sınırların kalktığı bu alanda, serginin konusuna göre oluşturulmuş farklı içerikler etkileyici bir şekilde sunulmaktadır.

Mekânın farklı açılardan çekilmiş fotoğraflarında Gustav Klimt, Egon Schiele ve Türkiye’den Ouchhh firmasının hazırladığı Poetic A.I. içerikleri görülmektedir.



Şekil 45: Egon Schiele, 2018, Paris – Atelier des Lumières



Şekil 46: Poetic A.I. Ouchhh, 2018, Paris – Atelier des Lumières

Projeksiyon ve mekânsal filmin gelişmesiyle, Paris’teki Atelier des Lumières veya Tokyo’daki TeamLab örneklerinde olduğu gibi, mekân kanvas olarak kullanılabilmekte, değişik içeriklerin üretilmesiyle izleyicilere birçok farklı kapsayıcı

mekân deneyimi tek bir mekânda sunulabilmektedir. Bu yeni dijital sergi modeli günümüzde oldukça ilgi görmekte ve çok sayıda ziyaretçi çekmektedir.

4.7 Etkileşim ve Katılım

Etkileşim kavramı, birçok farklı disiplinde üzerinde durulan ve incelenen bir kavram olması sebebiyle tanımı da hangi alanda kullanıldığına bağlı olarak çok farklı şekillerde yapılmaktadır. Bu kavramı sergileme tasarımı ve senografide kullanılan bağlamıyla ve bu tez çalışmasının amacına yönelik olarak üç yönüyle ele alabiliriz: iletişim, dijital medya ve kullanıcının sağladığı fayda yönünden etkileşim.

4.7.1 İletişim bağlamında etkileşim

Etkileşim konusunda en çok atıfta bulunulan uzmanlardan biri olan Rafaeli, etkileşimi katılımcılar arasındaki bilgi değiş tokuşu bağlamında açıklamıştır: “Hem önceki mesajlara ilişkin hem de önceki mesajların bir önceki ile bağlantı kurma yoluna ilişkin geri bildirim” (Rafaeli, Sudweeks, 1997). Etkileşim, “belirli bir sayıdaki iletişim alışverişinde, herhangi bir üçüncü (veya sonraki) iletim (veya mesaj); daha önceki alışverişin daha da önceki alışverişlerle bağlantı derecesine bağlıdır ve bu derecenin ifadesi olarak görülür (Rafaeli ,1988). Bu bakış açısından etkileşim, yanıt verme derecesine benzerdir ve her birinin daha önce değiş tokuşu yapılan mesajlara ve bu mesajların daha öncekilerle arasındaki bağlantılarla ilgili bir iletişim süreci olarak incelenir. Williams (1988) ise etkileşimi “bir iletişim sürecinde katılımcıların kontrol sahibi olma derecesi ve karşılıklı söylem çerçevesinde rollerini değiştirebilmeleri” şeklinde tanımlamış ve iletişim sürecinde katılımcıların alan ve veren rollerini değiştirme imkânı neticesinde oluşan aktif rolünün altını çizmiştir. Verici alıcıya bir mesaj gönderir; alıcı ise önceki vericiye bir yanıt vererek verici rolüne girer ve bu rol değişimi devam eder (Tsitoura, 2007, s.43-44).

Rafaeli ve Williams iletişimi geri bildirim, yanıt verme, mesajların birbirleriyle bağlantısı, katılımcıların aktif ve sürekli değişen rolü ve karşılıklı konuşmaları bağlamında açıklarken, senografinin etkileşim aracını kullanarak ziyaretçinin hazırlanan sahnedeki rolüne verdiği önemi de gözler önüne sermektedirler. İletişim kurmak ve bu iletişimin olabildiğince karşılıklı kurulması senografinin amaçlarından birisidir. Böylece ziyaretçiye sunulan bilginin kalıcılığını ve etkileyciliğini artırmanın yanı sıra ziyaretçiden edinilen bilgi de etkin bir şekilde kullanılabilir.

4.7.2 Dijital medya bağlamında etkileşim

Bir insanla sergilenen bir eser arasındaki ilişki bağlamında iletişimde etkileşim, aynı zamanda eserin insan kullanıcısı tarafından deneyimlenen etkileşimli davranışına da işaret eder. Bu hem etkileşimi mümkün kılan “araç özellikleri” ile, hem de kullanıcının rollerin değişimindeki kontrol seviyesini nasıl “algıladığıyla” ilgilidir. Kiousis (2002) daha önce yapılmış tanımların birçok yönünü birleştirerek etkileşimin tanımını “bir iletişim teknolojisinin, kullanıcıların (bire bir, birden birçoğa, birden çoktan birçoğa) hem eş zamanlı hem eş zamansız olarak iletişim kurabildiği ve karşılıklı mesaj alışverişine katılabildiği, arabulucu bir çevre yaratma derecesi” olarak önermiştir (Tsitoura, 2007, s.45).

Schulmeister (2003) kullanıcıların multimedya elemanını kullanırken sahip oldukları özgürlüğü temel etkileşim tanımı olarak kullanmış ve etkileşim modelinde insan-bilgisayar etkileşiminin altı seviyesini tanımlamıştır:

- Birinci seviyede hiç etkileşim yoktur, sadece bilginin gösterilmesi vardır.
- İkinci seviyede kullanıcılar hangi bağlantıları takip edeceklerini seçerek bilginin sunumunu yönlendirebilir.
- Üçüncü seviyede aynı içeriğin çok yönlü sunumları vardır. Bu seviyede dahi etkileşim aslında pek yoktur ancak kullanıcıya bir sunuma dair seçenek sunar.
- Dördüncü seviyede kullanıcı sunumun parametrelerini değiştirebilir. Örneğin, 3D (üç boyutlu) bir görüntüde kullanıcı objeyi hareket ettirip döndürebilir veya aydınlatmayı gereken şekilde ayarlayabilir.
- Beşinci seviyede ise ek olarak kullanıcı içeriği kendisi manipüle edebilir. İçerik önceden üretilmiştir ve kullanıcı bunları değiştirerek deneyler yapabilir.
- Altıncı seviyede etkileşimde ise kullanıcı içeriği ve objeleri yaratabilir ve sistemin tepkisini izleyebilir. Bu seviye kullanıcılara multimedya elemanı ile etkileşimde en fazla özgürlüğü sağlar (Tsitoura, 2007, s.46).

Etkileşimin bu modelinin anlaşılması kolaydır ve sunumun manipüle edilmesinden (arayüz), içeriğin manipüle edilmesine kadar kontrol anlamında farklı etkileşim seviyelerinin açıklıkla ayırt edilebilmesini mümkün kılar (Tsitoura, 2007, s. 47).

4.7.3 Kullanıcının sağladığı fayda yönünden etkileşim

Etkileşimin kullanıcıya yönelik olarak iki yönden incelenmesinin ardından, konuyu bir de müze ve sergi planlayanların sağladıkları fayda yönünden düşünmek yerinde olacaktır. Bu fayda henüz yeni fark edilip kullanılmaya başlanmıyorsa da değerli bir kaynak olma potansiyeline sahip olacağı beklenmektedir.

Etkileşim sayesinde sergi ve müzeler, ziyaretçiye özel, incelikli ve ölçülebilir veriye ulaşabilir. Özellikle dijital medyanın kullanıldığı etkileşim şekillerinde, etkileşimin nasıl gerçekleştiğine, tercih edilen içeriklere, hangi içerikte ne kadar zaman harcandığına, talep edilen bilginin derinliğine ve özelliğine (görsel, işitsel veya yazılı) dair ziyaretçi verisinin toplanması mümkün olabilmektedir. Bu verinin serginin güncellenmesi veya bir sonraki serginin planlanması ve tasarlanması için, doğrudan ziyaretçiden edinilen değerli bir bilgi olarak kullanılması, etkileşimin çok yönlü olarak sağlayabileceği faydanın altını çizmektedir.

Bu yönden düşündüğümüzde etkileşim kavramı aslında her yönde kullanılabilen değerli bir araç olarak geçerlilik kazanmakta; içeriğin ziyaretçiye etkin şekilde ulaşması için senografinin kullandığı değerli bir araç olmasının yanı sıra senografinin kendisini evrimleştirmekte de bir araç olarak kullanılabileceği görülmektedir.

4.7.4 Etkileşime dair analog ve dijital örnekler

Etkileşimin analog olarak kullanıldığı ve dünyanın en başarılı ve ilk bilim merkezlerinden biri olan İsviçre'deki Technorama, bilimsel gerçeklerin gerçek zamanlı olarak yaşanarak algılanması için ziyaretçilerin birebir deneyimler yaşamasını sağlayacak birçok farklı istasyonlar oluşturmuştur. Işık ve görme, mekânîk, manyetizma, su, doğa, kaos, matematik, üç boyut gibi kavramların açıklandığı bu istasyonlarda ziyaretçi ile etkileşim ve algılamının bu etkileşim sayesinde oluşması hedeflenmiştir.



Şekil 47: İsviçre Bilim Merkezi Technorama, Winthertur

Dijital etkileşimle ziyaretçinin katılımının sağlanmasının içeriğin gelişmesine sunabileceği katkıyı en başarılı şekilde açıklayan örneklerden biri Norveç Teknoloji Müzesinin 100. yılı için yapılan TING sergisidir. Sergi, teknoloji ile demokrasi arasındaki ilişki temasıyla, ziyaretçilerin bu ikisi arasındaki karmaşık ilişkiyi tartışabilmeleri amacıyla tasarlanmıştır.



Şekil 48: TING Sergisi, 2014, Oslo – Ralph Appelbaum Associates

Sergiye gelen ziyaretçilere girişte verilen basit bir ahşap küp sergi boyunca çeşitli dijital etkileşimler için dokunsal bir araç görevi görerek, ziyaretçilerin kendi fikirlerini oy vermek yoluyla ifade etmelerini ve dolayısıyla içeriğin şekillendirilmesini sağlamaktadır. Serginin en önemli parçası amfityatro benzeri, 25 metre çapında dairesel bir mekânda yer alan masadır.



Şekil 49: TING Sergisi, 2014, Oslo – Ralph Appelbaum Associates

Masayı çevreleyen mekânda 180° dairesel projeksiyon yüzeyi ve müzenin kalıcı koleksiyonundan 100 obje bulunmaktadır. Ziyaretçiler interaktif tabletler veya ahşap küpleri kullanarak bu objeleri gerçek zamanlı olarak inceleyebilmekte ve teknolojileri hakkında bilgi sahibi olabilmektedirler. Seçilen 8 obje ziyaretçilerin tartışmasına ve her birine dair sorulan beş soruyla oylamaya açılmaktadır. Ahşap küpler aracılığıyla kullanılan oylar gerçek zamanlı üretilen grafiklere dönüşmekte, moderatör aracılığıyla tartışılmakta ve her oylama sonucu kümülatif olarak toplanmaktadır. Böylece etkileşim kavramı başarıyla kullanılmakta ve ziyaretçilerin katılımı içeriği şekillendirmektedir.

5 KAPSAYICI MEKÂN DENEYİMİ

5.1 Kapsayıcı Mekân Deneyimi Nedir?

“Immerse” Cambridge sözlüğünde “birinin bir faaliyete tamamen katılması” olarak, Oxford sözlüğünde ise “bir şeyle derin zihinsel ilgilenme, başka bir şeyi fark etmeyecek kadar bir şeye kendini kaptırma” olarak açıklanmaktadır. TDK sözlüğünde “dalmak” olarak ifade edilen kelimenin anlamı ise şu şekilde açıklanmıştır: “başka bir şeyle uğraşamayacak veya başka bir şeyi düşünemeyecek biçimde kendini bir şeye kaptırmak”.

İngilizce’de kullanılan anlamını Türkçe’de bir kelime ile ifade etmek zor olduğundan, birçok sözlükte verilen anlamlarına bakacak olursak, “immersive” kelimesinin bu tez çalışmasında Türkçe’ye en anlaşılır haliyle “kapsayıcı” olarak çevirilmesi uygun görülmüştür.

“Immersion” ise tasvir edilen bir ortamda tüm duyular, beden ve bilinç ile mevcut bulunma deneyimini sağlayan algı durumu olarak ele alınmaktadır. Bu “anda olma” durumu mekân bağlamında deneyimlendiğinde bu mekânlara “immersive space” yani “kapsayıcı mekân” ve yaşanan deneyimin sanal veya kurgulanmış bir ortamda olmasına rağmen “gerçek” olarak algılanması ve zihnin yaşanan deneyime kendini kaptırmasına “immersive experience” yani “kapsayıcı deneyim” olarak açıklık getirilmeye çalışılmıştır. “Immersive spatial experience” ise “kapsayıcı mekân deneyimi” olarak Türkçe’leştirilmiştir.

Kavram, farklı kaynaklardan psikoloji, nöroloji ve hatta felsefe açısından incelenmiş ve sanal gerçeklik uygulamalarından dijital enstalasyonlara kadar farklı kullanımlarından örneklerle, olabildiğince tüm yönleriyle “kapsayıcılık” kavramı açıklanmaya çalışılmıştır.

Senografinin sıklıkla yararlandığı bir yöntem olan kapsayıcı mekân deneyimi, son zamanlarda müzeler ve sergiler için ziyaretçi çekmenin bir yolu haline gelmiştir. Kapsayıcı mekân deneyimi sayesinde, sergi ziyaretçisiyle sergilenen eserler ve objeler arasındaki sadece izlemeye dayalı pasif yaklaşımdan uzaklaşarak, etkin ve kalıcı öğrenmenin deneyimleme yoluyla sağlanmasına çalışılmaktadır.

Mekân ve tasarımının ziyaretçinin deneyimi üzerinde büyük etkisi bulunmaktadır. Kavut'a göre;

“Bir iç mekân tasarlanırken bireylerin içerisinde geçirdiği zamanda hissedecekleri duyguları hesaplamak ve buna göre kurgulanmasını sağlamak çok önemli bir olgudur. “Kurgu; en sade tanımı ile bir anlam bütünlüğünü sağlayacak biçimde parçaların kompoze edilmesidir. Kurgusal mekânlar ise; tamamı ya da bir kısmının gerçekte var olması içinde bulunulan dönemin şartlarında pek de mümkün görünmeyen parçaların kompoze edilmesi ile oluşturulan mekânlar olarak tanımlanabilir.” (Kavut, 2016, akt., Kavut, 2018).

Scholze'ye (2004) göre; bir serginin nasıl deneyimlendiği birçok karmaşık deneysel unsurdan oluşur. Bunlar bir mekânın deneyimlenmesi, mekânların sıralanışının yarattığı etki, belirli bir objenin tüm duyuşsal ve fiziksel seviyelerde nasıl algılandığı gibi unsurlardır. Dolayısıyla sergiler sinestezik medya olarak tanımlanabilir.

Senografi, objelerin veya anlatılmak istenen içeriğin ardındaki gizli hikayelere daha iyi ve çekici olarak, sanal veya fiziksel, açık veya şaşırtıcı şekilde erişimi mümkün kılacak sinestezik uzamsal ortamlar ve uzamsal imajlar üretir (Greci, 2016, s.21).

Senograf ve küratörün tüm amacı, içerik, obje, mekân ve senografinin kapsayıcı bir deneyime imkân verecek bir bütünlüğe ulaşmasıdır. Bu kapsayıcı deneyim ve bütünlük sadece alıcının bilincinde oluşur. Bu bilince etki edebilmek için de senograf, mimari, grafik tasarım, aydınlatma gibi birçok farklı disiplinlerden yararlanırken, felsefeden nörolojiye, psikolojiden sosyolojiye birçok insan bilimi alanından da beslenebilir.

Oliver Grau “Görsel Sanat: Kapsayıcılıktan İllüzyona” adındaki kitabında kapsayıcılığı şu şekilde açıklar:

Kapsayıcılık entelektüel olarak merak uyandırıcı bir süreç olabilir ancak hem geçmişte hem de günümüzde kapsayıcılık zihnen düşündürücüdür ve bir zihin durumundan başka bir zihin durumuna doğru bir süreç, bir değişim ve bir geçiştir. İzleyiciyi, neyin gösterilmekte olduğundan çok ne olduğuna dair duygusal bir kavrayışa doğru yönlendirir (Grau, 2004, s.13).

Deneyimlenen sanal gerçekliklerin büyük bir çoğunluğu izleyiciyi neredeyse tamamen dışarıdan gelen görsel uyaranlara sıkıca hapseder, plastik objelerle cezbeder, gerçek mekânı hayali mekâna dönüştürerek perspektifini genişletir, ölçek ve renkler arasındaki geçişleri inceler ve panoromalarda olduğu gibi imajların gerçeğin kaynağı

gibi görünmesi için doğrudan olmayan ışık efektleri kullanır. Amaç, imaj uzamını bütün olarak temsil eden veya en azından izleyicinin görüş alanını dolduran yapay bir dünya yaratmaktır. Arka arkaya sıralanan dünyevi bir sekansı ifade eden fresklerin aksine, bu imajlar izleyiciyi 360 derecelik bir hayali uzamla bütünleştirip sararken zaman ve uzamı birleştirir. Görsel medya algı ve bilişselliği organize edip yapılandırarak algıya müdahale ederken, kapsayıcı sanal mekânlar görsel medyanın uç şekillerde kullanıldığı ve bütününde tamamen alternatif bir gerçeklik sunan mekânlardır (Grau, 2004, s.13).

Günümüz araştırmacılarının da ifade ettiği gibi teknik amaç, izleyiciye imajların olduğu konumda oldukları hissini güçlü olarak yaşatmaktır. Bazı çok başarılı projeler sadece gözlere hitap etmekle kalmaz, diğer duylara da hitap eder ve böylece tamamen yapay bir dünyada olma algısı oluşur. Bu türde bir sanal gerçekliğin çeşitli donanım ve yazılım elemanları ile oluşturulması ön görülür. Böylece “doğal”, “sezgisel” ve “fiziksel olarak samimi” bir arayüz aracılığıyla mümkün olan en yüksek seviyede hayali bilgi sunarak olabildiğince çok duyuya hitap edilir. Bu illüzyon teknikleri programı sayesinde, stereofonik ses, dokunsal uyarılar, termo-alıcı ve hatta kinestetik¹⁰ duyların hepsi birleştirilerek izleyiciye karmaşık yapılandırılmış doğal bir dünyada olma illüzyonuyla en yoğun kapsayıcılık hissini verir (Grau, 2004, s.13-14).

1995’te türünün ilklerinden biri olan sanal gerçeklik çalışması Osmose ile Kanadalı sanatçı Char Davies, kapsayıcı mekân deneyimini 25 bin kişiye yaşatmıştır. Sanatını iki boyuttan üç boyuta taşıyan ve dijital medyanın dönüşmesinde katkısı olan sanatçı kapsayıcı sanal mekân üzerine araştırmalar yapmıştır.

Davies’e (1998) göre, kapsayıcı sanal mekân, teamülden soyutlandığında, sujenin “dünyada olma hissi”nin subjektif deneyimini keşfettiği, iç ve dış arasındaki, zihin ve beden arasındaki sınırların çözüldüğü, kişiyi sarmalayan bir mekânda, bilinçlilik içeren ve merak uyandıran bir uzay-zaman sunabilir.

¹⁰ Boucher’a (2017) göre kinestezi, fiziksel uzam içinde yer değiştiren vücut ve uzuv konumlarının çeşitliliği tarafından sağlanan ve buna uygun duylardır. Kas ve tendonların çeşitli şekillerde kasılması ve eklem açılarının çeşitliliği neticesinde gerçekleşen hareket hissi olan kinestezinin postür sistemini de içerdiği veya bu sistemin bir parçası olduğunu belirten Boucher, kinestezinin genellikle özduyumla karıştırılmasına rağmen ikisinin farklı olduğunu altını çizmiştir.

İlk olarak Digital Creativity'nin 1998'de yayınlanan 9. cildindeki "Osmose: Kapsayıcı Mekânda Olma Üzerine Notlar" adlı makalesinde Davies, kapsayıcı mekân bağlamında beden ve zihin arasındaki ilişki ve etkileşimden söz etmektedir.

Kapsayıcı sanal mekânın sadece kavramsal bir mekân olmadığını, aksine genişleyen, üç boyutlu ve sarmalayıcı bir fiziksel mekân olduğunu belirten Davies (1998), bu özelliğiyle benzeri görülmemiş, tamamen yeni bir tür mekân olduğunu belirtmiştir: "Kapsayıcı sanal mekânı bir uzay-zaman arenası olarak görüyorum. Bu arenada dünyaya dair zihinsel modeller veya soyutlamalar üç boyutta sanal olarak canlandırılabilir, kinestetik ve sinestetik olarak bedenin tümüyle kapsayıcılık ve etkileşimi keşfedilebilir. Başka hiçbir mekân veya insani ifade tarzı buna izin vermez."

Joseph Campbell (1986), insan imgesinin tek bir kaynaktan, fiziksel bedenin temelini teşkil ettiği insanın hayal gücünden doğduğunu yazmıştır. Kültürümüz her ne kadar içtekini ve dıştakini temelden ayırdıysa ve subjektif olandansa objektif olana, bedendense zihne değer veriyor olsa da Rainer Maria Rilke ve Gaston Blechard gibi şairler ve filozoflar hayatlarının çoğunu dışarıdaki fiziksel dünya-uzam ile içerideki spiritüel benlik arasındaki karşılıklı ilişki ve etkileşimi teyit etmeye harcamışlardır (Davies, 1998).

Davies'e (1998) göre: "halbuki beden yoluyla hem iç hem de dış mekân birbirlerinin içine geçerek birleşir. Kapsayıcı sanal bir mekânı veya sarmalayan fiziksel bir mekânı bedenden ayrı düşünmek mümkün değildir çünkü uzamsal olarak sarmalanmış olma deneyimi bir var oluş merkezimizin olmasına bağlıdır. Ve biz insanlar için bu merkez bedenimizdir."

Sarah Rubidge "His Mekânları: Kapsayıcı Enstalasyon ve Bedensel Kavrayış" adlı makalesinde kapsayıcı dijital enstalasyonları incelemiştir:

Somatik algısal sistem, dünyayı temel şekliyle bilmemizle, bu "bilme" ise dünyayı hem doğrudan hem de uzatımlı olarak dokunma duyusu yoluyla "hissetmek"le ilgilidir. Belirli bir zamanda ve belirli bir çevrede "yerimizi" somatik sistem yoluyla bilebiliriz (hissedebiliriz) (Rubidge, 2003, s.1).

İçinde yaşadığımız fiziksel ve sosyal çevrelerin somutlaştırılmış anlayışlarının sadece dilimizi (Lackoff & Johnson, 1980) değil, aynı zamanda düşünme biçimimizi de (Damasio, 2000, Edelman, 2000, Lackoff & Johnson, 1999) desteklediği artan şekilde tartışılmaktadır (Rubidge, 2003, s.2).

Rubidge'e göre, bir ortamda bulunma deneyiminin tamamen bedensel anlayışına odaklanan kapsayıcı dijital enstalasyonlar, içinde yaşadığımız ve iletişim kurduğumuz dünyanın deneyimsel (ve böylece bedensel) olarak kavranmasını artırmaktadır. Bu türde dijital enstalasyonlar ziyaretçilerin; uzamsal ses, görüntüler ve hareketin nüfuz ettiği, değişen, çok boyutlu, çok duyumsal bir dünyaya kendilerini kaptırmalarına imkân vermektedir. Ziyaretçi sadece bu ortamın gözlemine yapmaz, adeta içinde mevcut olur. Dolayısıyla enstalasyonun dünyası, insan öznesinin dışından ve onun önüne serilen şekilde değil, içten ve zihnen anlaşılan bir dünyadır. Kapsayıcı bir enstalasyonda girift olarak dokunan sesler, görsel imajlar, renkler, fiziksel dokular ve hatta kokuların ziyaretçi tarafından algılanışına, eşit derecede karmaşık şekilde dokunmuş kendi bireysel algılama sistemleri aracılık eder. Ses ve görsel imajlar sadece duyulmaz ve görülmez, aynı zamanda beden aracılığıyla hissedilir. Kapsayıcı bir enstalasyonu deneyimlemek bu nedenle bir seyretme deneyimi gibi "soyutlanmış" bir deneyim değil, somatik sistem yoluyla doğrudan 'duyuların hissine' yönelen içsel bir deneyimdir (Rubidge, 2003, s.2).

Nörobilimciler rengin algılanmasının dahi, görme sisteminin birincil nöral tepkisinin haricinde ölçülebilir fizyolojik tepkileri olduğunu göstermişlerdir (Féré, 1887). Kapsayıcı enstalasyonlarda ziyaretçiler süregelen etkinliğin aktif katılımcılarıdır ve çevreyle bütünleşirken çevreden etkilenmektedirler. İnteraktif enstalasyonlarda ise bu bütünleşme bir adım daha öteye taşınır çünkü kendi davranışlarıyla çevreyi doğrudan etkileyebilirler (Rubidge, 2003, s.2).

Damasio'ya (2000) göre algılama, sadece görme, duyma, koklama gibi edimlerin ötesine geçmekte ve alıcı ve çevre arasındaki etkileşimden meydana gelmektedir. "Organizma, kendisi ve çevresi arasındaki etkileşim mümkün olabilsin diye kendini etkin bir şekilde değiştirir. Asıl beden pasif değildir, ... (aksine) algılama çevreden uyarılar almak kadar çevreye göre harekete geçmekle de ilgilidir" (Damasio, 2000, s.224) (Rubidge, 2003, s.3).

Kapsayıcı kombine bir enstalasyonun "anlaşılması" veya "kavranması" için somatik sistem dahil tüm duyular tamamen işin içinde olmalıdır. Damasio (2000) ve Edelman'a (2001) göre, bedensel durumumuz yani dünyada var olma hissimiz, sadece duygusal hayatımızı değil, aynı zamanda düşüncelerimizi ve inanç sistemlerimizi de desteklemektedir. Eğer düşüncenin kendisinin bedensel etkilere bağışıklığı yoksa, bu durumda bedensel kavrayışın artırılmasının geniş kapsamlı sonuçları vardır (Rubidge, 2003, s.3).

Başarılı kapsayıcı enstalasyonlar, katılımcının ilgisini beden dışındaki bir sunuma dayanan bir çalışmaya dahil olma durumundan (yani “neyi” algıladığımızı anlamaktan) uzaklaştırıp, enstalasyona karşı duysal tepkilerine (yani “nasıl” algıladığımızı anlamaya) ilgilerini yönlendirmesine bilinçli olarak neden olur (Rubidge, 2003, s.5).

Günlük hayatta neyi “kavradığımız”, belirli bir zamanda neyi kavramamız gerektiğiyle ilgilidir. O nedenle günlük kavrayışımız fonksiyonel olana doğru eğilir. Kapsayıcı enstalasyonlar ise insanlara aktif ve bilinçli olarak, kavrayışın kendiliğindenliği içinde, bir şeyle meşgul olmak için bir fırsat sunar ve böylece birçok yönden hem bedensel hem de algısal kavrayış gelişir. Kapsayıcı enstalasyonlarda algılama, dokunma, özduyum (proprioception), kinestetik duyu, koklama duysusu, sıcaklık ve hatta basınç gibi daha özel duysular aracılığıyla oluşur. Temel duysular da kullanılır ancak bu duysular daha şahsi bağlamda kullanılmaktadır. Görme ve duyma, ziyaretçilerin kendilerini içinde bulundukları ortama hızlıca erişmeleri için kullanılmalıdır ve ziyaretçiler ortamdaki öğeleri sadece görsel veya duysusal değil, bedensel hisleriyle algılamaları için cesaretlendirilirler (Rubidge, 2003, s.4).

Darwinci bir bilim insanı olan Edelman’a göre: “düşünce, derin ve gerekli bilinçdışı mekânizmalardan oluşan bir yapının altında yattığı bilinçli bir süreçtir” ve “... bilinçli düşüncenin kökeni ve arzusu için duysular temel oluşturur” (Edelman, 2000, s.218).

Henri Bergson bedenin “zihin”e sahip olduğunu öne süren muhtemelen ilk çağdaş filozoflardan biriydi ve bedensel duysuların söze dökülen anlayışımızın biçimini şekillendirdiğini öne sürdü. 1910’da bilinç üzerine çalışmalar yapmaktaydı. Bilincin dünyayı algılama ve analiz etmemizi sağlayan düşünme bilincinden daha fazlası olduğunu ve “derin bilinç” adını verdiği ve dünyada var olma hissimizi oluşturan başka bir bilinç türünü de içerdiğini öne sürdü. Derin bilinç “... açık sınırlar olmadan birbirinin içinde eriyen ve yayılan ve birbiriyle ilişkilerinde dış sebeplerden etkilenmeyen, birbirini izleyen kalitatif değişikliklerden oluşmaktadır” (Bergson, 1910, s.104) (Rubidge, 2003, s.5).

Rubidge’e (2003) göre, kapsayıcı enstalasyonlar, katılan gözlemciyi çevreleyen imajlar ve seslerin yarattığı “arka plandaki duysular” aracılığıyla çalışan bedensel bir arabulucu işlevi görür. İdeal olarak ziyaretçi imajların neyi temsil ettiğini anlamaya çalışmaz, saf bir devinim, titreşim ve duysulardan oluşan bir akış olarak, kendi çevresi bağlamında ne hissettirdiğini anlar. Kavrayıştaki “uzaklık” neredeyse yok olur, görme ve duyma uzak duysular olmaktan çıkarak içten duysulara dönüşür. Bu da ziyaretçinin hissettiklerini etkiler. Farklı seslerle çevrelendiğinde ziyaretçi sakin, oyunbaz, gergin

ve hatta rahatsız hissedebilir. Ne hissettikleri, nasıl davrandıklarını etkilediğinden, davranış şekilleri bulundukları çevrenin tonunu ve dokusunu etkiler ve böylece ziyaretçiler ile çevreleri arasında doğrudan bir geri bildirim sistemi oluşur. Ziyaretçi enstalasyonda ne kadar zaman geçirirse, enstalasyonun nüanslarına ve kendi fizyolojik tepkilerine daha fazla uyum sağlayacaktır. Enstalasyonun “anlaşılması” tek bir duyu yoluyla değil, birçok duyu arasındaki ince etkileşim yoluyla mümkün olur (Rubidge, 2003, s.9).

Marc Boucher, Leonardo Journal’da yayınlanan “Sinestezi ve Kapsayıcılıkta Özduyum ve Çevresel Görüş Üzerine Bir Çalışma” adlı makalesinde “kapsayıcı deneyim” kavramını birçok farklı açılardan incelemektedir. Boucher, kapsayıcı deneyimin nörolojik olarak nasıl oluştuğu, özduyum, çevresel ve merkezi görüş ve denge gibi fiziksel ve duysal mekânizmaların ne şekilde algılandığını açıklamıştır.

Özduyumu temel olarak, vücudun kendisini uzamsal olarak algılaması ve uzuvlar ile vücut bölümlerinin birbirine göreceli konumuna dair bilinç olarak açıklayan Boucher (2017), özduyumun kinesteziyi de içerdiğini belirtmiştir.

Boucher’a (2017) göre, kapsayıcı ortamlarda, görsel ve işitsel çıktılar özduyum deneyimini sunmak için bir araya getirilirken dokunma unsurlarından da genellikle yararlanılır.

Oliver Sacks, özduyumun “Freud’un benliğin dayanağı olarak gördüğü, en azından bedensel benliğin veya bedensel ego olan benliğin temel ve organik olarak bağlandığı” kavram olabileceğini öne sürer (Sacks, 1998, s.52). Ayrıca Gallagher, “bilincin başladığı her zaman bilinç, motor şema ve özduyumu içeren süreçlerin hali hazırda farkındadır” demiştir (Gallagher, 2005, s.77). Dolayısıyla özduyum, duyu yöntemlerinden biri olarak görülmeyp, bunların var olma imkânı olarak görülmelidir çünkü özduyumun sağladığı somut his veya “benlik hissi” olmadan duysal algılamamanın bir temeli yoktur (Boucher, 2017). Bu bedensel his veya bilinç, görme ve denge (vestibüler sistem¹¹) ile edinilir ve bunlardan birinin yokluğu, bazı durumlarda ve bir yere kadar diğerinin telafi edebileceği bir şeydir (Sacks, 1998, s.47).

Boucher’a (2017) göre, özduyum ve kinestezi, belirli bir organa veya reseptöre indirgenemeyecek şekilde ancak bunların çeşitli konfigürasyonları yoluyla oluşan ve belirli yollarla aktif hale gelen duysal hisleri iletir. Örneğin, kinesteziyi hem görme ve duyma yoluyla hem de karanlık ve/veya sessizlik ortamında, görme ve duymanın

¹¹ Vestibüler: Denge duyusu, denge oluşması ve dengenin devamıyla ilgili anatomik bölümlerin oluşturduğu sistem (Tıbbi Terimler Sözlüğü)

katkısı olmadan deneyimleyebiliriz. Hatta sadece görsel veya işitsel uyarılar aracılığıyla da deneyimleyebiliriz.

Beden, uzamda hareket etmek için büyük ölçüde görsel algılarından yararlanır. Çevresel görme ile uzamı algılamada, hareket, postür¹² kontrolü ve kinestezi de anahtar bir rol oynar. Görme ve kinestezi genelde bilinçli farkındalığı bertaraf edecek şekilde birbirine bağlıdır (Boucher, 2017).

Gerçek veya sanal olan görsel bir çevrede, bir galeride veya sahnede sergileniyor olsun, kapsayıcı bir deneyimin kalitesi büyük ölçüde çevresel görüş algısının izleyici veya kullanıcının görüş alanına olan katkısıyla ilgilidir. Bir enstalasyonda hareket etme fırsatı verildiğinde, izleyicinin dengesi, postürel duruşu ve tüm bedensel hareketleri hem uzamı hem de görsel içeriği algılamasında etkili olur. Görsel içeriğin ne kadarının merkezi ne kadarının çevresel görüş aracılığıyla iletildiğini belirlediğinden, kullanıcının hareketliliği dikkate alınmalıdır. Başka bir deyişle, objelerin tanınması için renk veya çözünürlük anlamında neyin işlendiği ve bedenin dengesi için uzamsal referansların sağlanarak özduyumu neyin etkilediği önem kazanır (Boucher, 2017).

Boucher'e göre, çevresel görüş, denge, özduyum ve kinestezinin de dahil olduğu karma bir nörosensöryel¹³ (neurosensory) sistemin bir parçasıdır. Bu bedene dair ve bedenin içinde hareket edebileceği uzama dair bir duyu sağlar. Enstalasyonlardaki kapsayıcılık hissi bu anlamda, özellikle de bir interaktivite çeşidi sunulması durumunda, nöromusküler¹⁴ (neuromuscular) faaliyetin önemli bir rol oynadığı, çeşitli duyu algılamalarından yararlanma ile yakından ilgilidir. Duyumsal kapsayıcılık daha geniş bağlamında, duyumsal algılamamanın algısal bir bütünle iç içe geçmesi için özel olarak tasarlanan örnekleriyle, sanatta sinestezi kavramı aracılığıyla da anlaşılabilir (Boucher, 2017).

¹² Postür: Vücudun ayakta, oturken veya yatarken bulunduğu pozisyon (Cleveland Clinic)

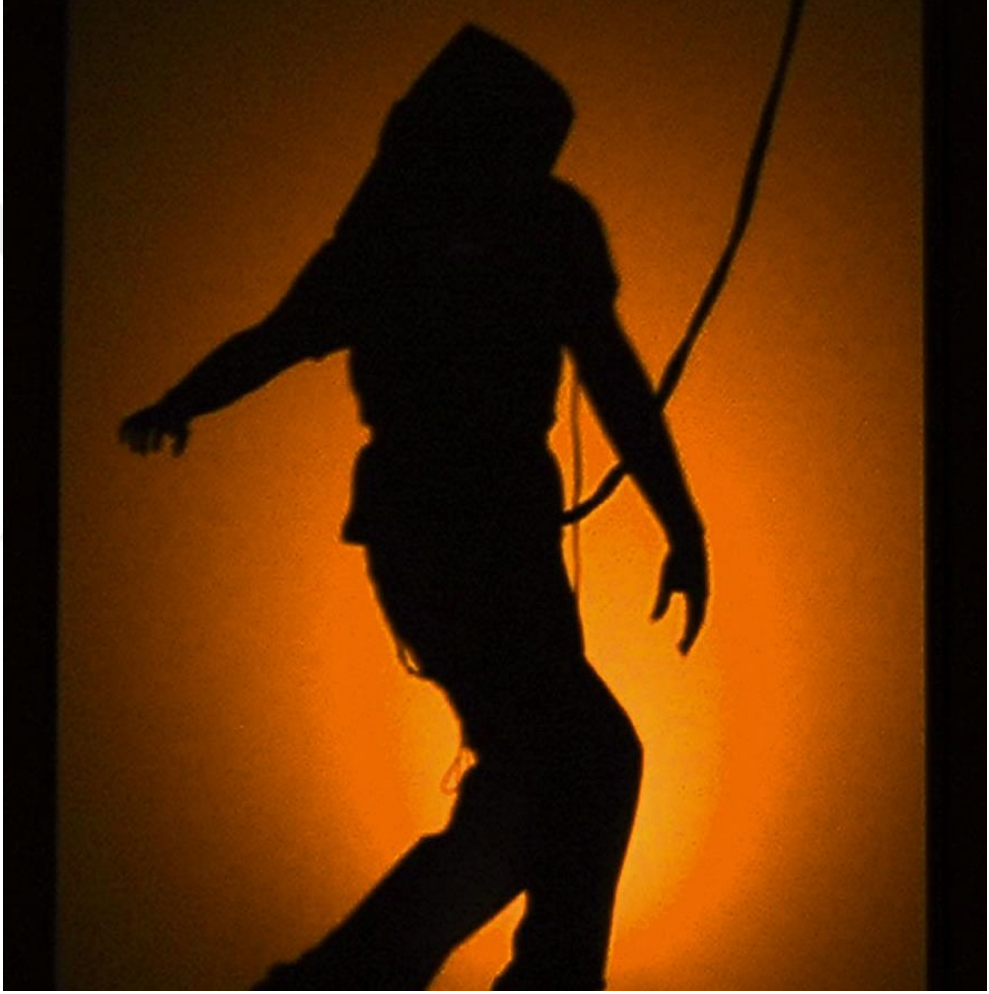
¹³ Nörosensöryel: Uyarıyı merkezi sinir sistemine ileten sinirle ilgili; duyuusal sinire ait (Tıbbi Terimler Sözlüğü)

¹⁴ Nöromusküler: Sinir ve kasla ilgili; sinir ve kasın çalışmasıyla ilgili (Tıbbi Terimler Sözlüğü)

5.2 Kapsayıcı Deneyime Dair Örnekler

5.2.1 Osmose (1995)

Char Davies'in 1995 yılında gerçekleştirdiği ve türünün ilk örneklerinden olan Osmose'da, kapsayıcı ve etkileşimli bir sanal gerçeklik ortamı sunmak için üç boyutlu bilgisayar grafikleri ve etkileşimli ses, kafaya takılan bir ekran ve nefes alma ve denge ile kontrol edilen gerçek zamanlı hareket izleyicisinden yararlanılmıştır.



Şekil 50: Osmose, 1995, Montreal – Char Davies

Davies bu çalışmasıyla, “kendilik bilinci” ile “dünya” arasındaki karşılıklı algısallığı keşfetmek istemiş ve insanın kendisini, onu saran uzamdaki bilinçlilik olarak algılamasını kolaylaştıracak bir “mekân” oluşturmuştur.

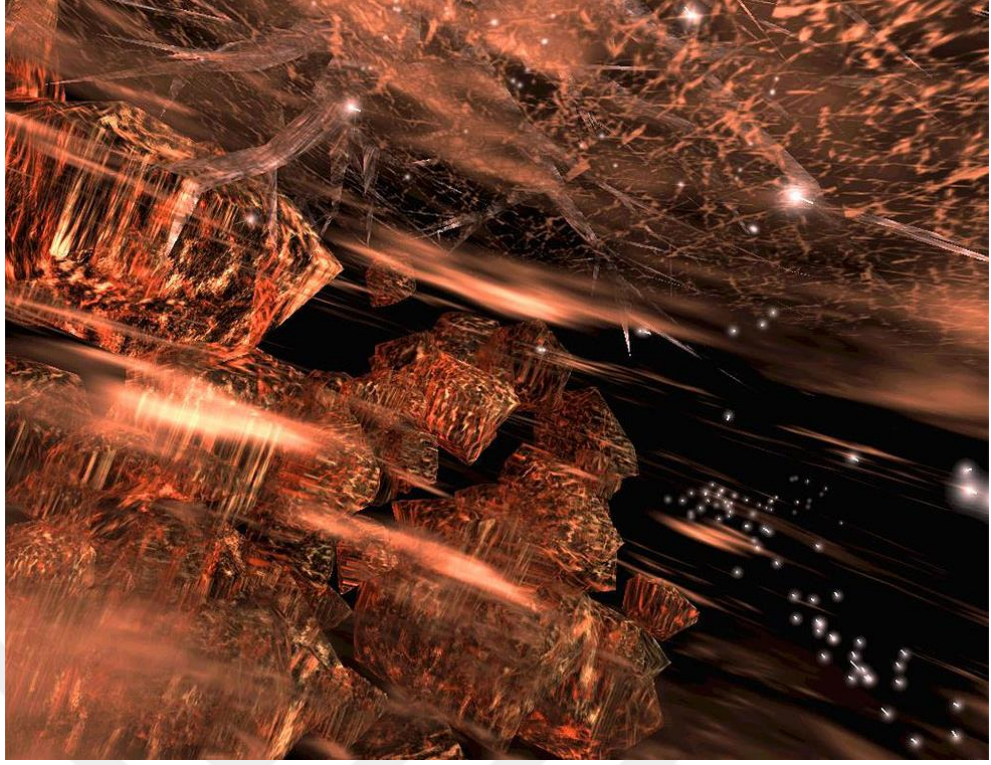
Davies'e (1998) göre, doğası gereği kapsayıcı sanal mekân, bedenin tümüyle kinestetik olarak keşfini gerektirir ve sadece zihnin dahil edildiğinden daha derin bir

katılıma yönlendirir. Kapsayıcı sanal mekânın paradoksu, sujenin kendisini aynı zamanda hem cisimlenmiş hem de cisimsiz hissetmesidir. Osmose’da bu paradoks



Şekil 51: Osmose, 1995, Montreal – Char Davies

oldukça kuvvetli hissedilmektedir. Bir süreden sonra (genellikle 10 dakika), imgeler, parlaklık, yarı geçirgenlik, uzamsal belirsizlik, dünyalar arasındaki belli belirsiz geçişler, zihinde yankılanan sesler ile yalnızlık, derinden nefes alma ve denge merkezini koruma gibi birçok durum, kullanıcının zihninde rüyadaymış gibi bir algıya neden olmakta ve kontrol etme isteğini bıraktığında belirgin bir bilinç kayması olarak deneyimlenmekte ve böylece iç, dış, zihin, beden, uzam ve zaman arasındaki sınırlar çözülmeye başlamaktadır (Davies, 1998).

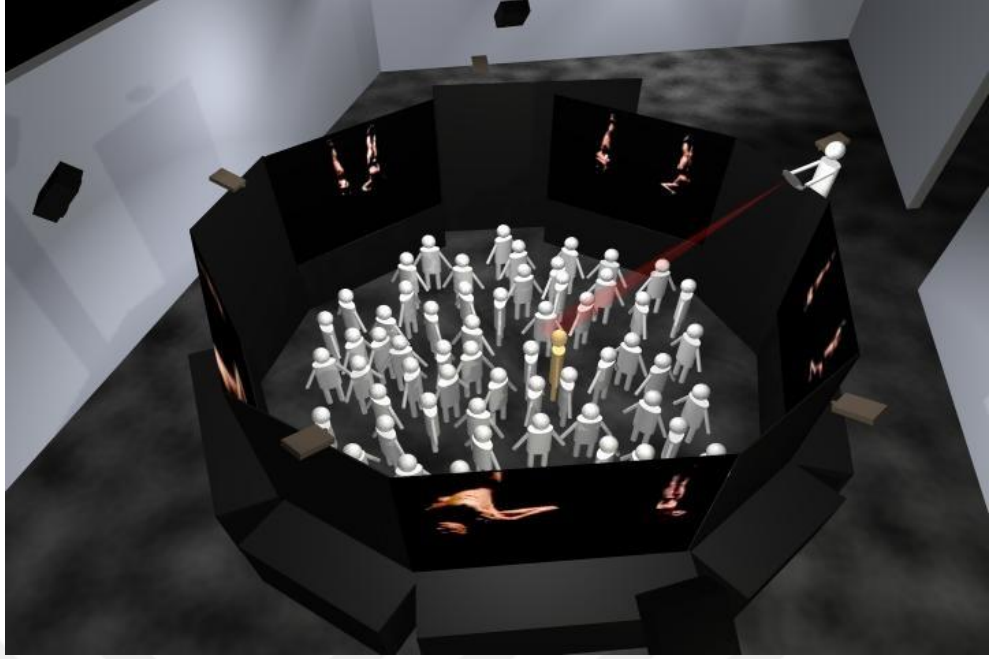


Şekil 52: Osmose, 1995, Montreal – Char Davies

360 derecelik küresel ve kullanıcıyı sarmalayan bir mekâna dayanan kullanıcı arayüzü, bir cihaz yardımıyla manuel olarak değil, nefes alma ve dengeyi temel alan sezgisel süreçler aracılığıyla kontrol edilmektedir. Kullanıcı nefes alarak yukarı hareket ederken, nefes vererek düşmekte ve beden denge merkezinin ufak hareketleriyle yön değiştirebilmektedir. Davies bu fikir için dalgıçların kaldırma kuvveti kontrolü pratiğinden ilham almıştır (Davies, 1998).

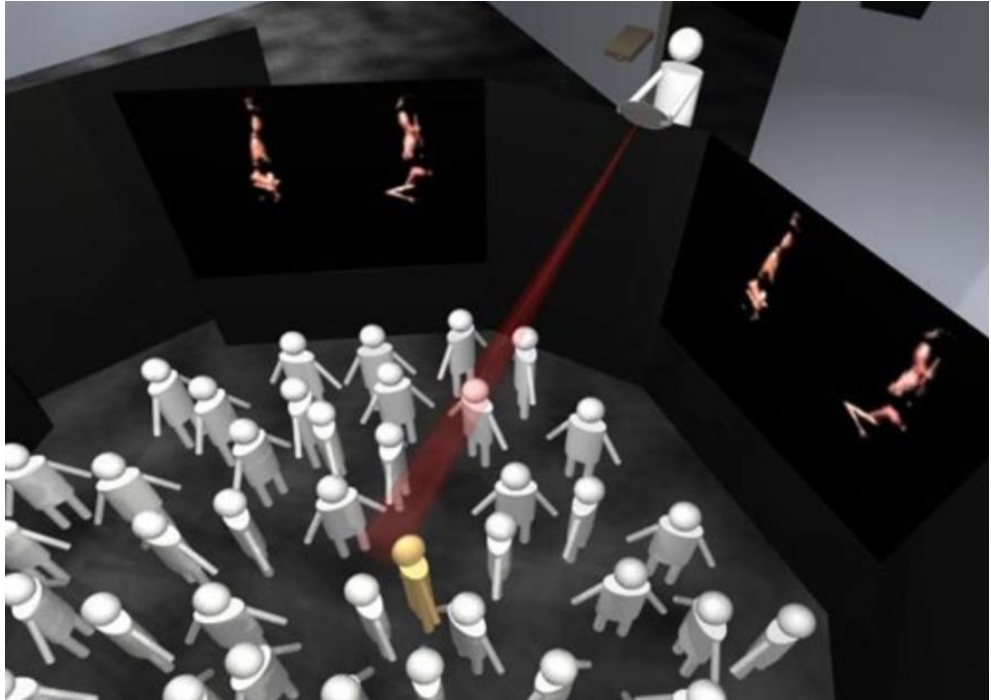
5.2.2 The Brain Stripped Bare (2002)

Rebecca Allen'in bedenini yeni yollarla tasvirini konu edinen, "The Brain Stripped Bare – Çıplaklaştırılmış Beyin (2002)" isimli enstalasyonunda kullanıcılar birçok ekrandan oluşan mekânda hareket ederler. Allen bu çalışmasıyla fiziksel ve sanal sınırların bulanıklaştığı ve düşüncelerin telepati yoluyla ifade edildiği, çoklu gerçekliklerin aynı anda yaşandığı bir gelecek fikrinden yola çıkmış ve teknolojinin mahremiyetimizi nasıl çalabileceğini anlatmak istemiştir.



Şekil 53: The Brain Stripped Bare, 2002, Düsseldorf – Rebecca Allen

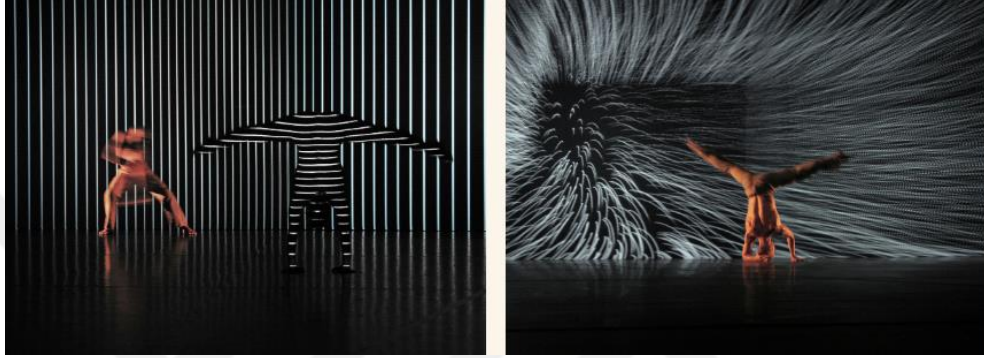
Canlı performans sanatçıları, gölgeler, projeksiyon görüntüleri ve imajlarla birleşip, şaşırtıcı şekilde hareket eden insan formlarını açığa çıkarırlar. Böylelikle çok ham, hem fiziksel hem de hayali bir interaktif deneyim oluşturulmakta ve izleyiciye, daha önce denenmemiş bir şekilde, performansı yaşama imkânı vermektedir.



Şekil 54: The Brain Stripped Bare, 2002, Düsseldorf – Rebecca Allen

Dairesel bir mekânda bulunan izleyiciler birçok ekranla çevrenmiştir ve bakış açılarını istedikleri gibi değiştirebilirler. Kendilerini çevreleyen ekranlarda bir kadın ve bir erkek çeşitli şekillerde görünmektedir. Sahne ışığı gibi dinleyicilerin üzerine doğru yönlendirilen çok ince bir ses ışını setin üstünde gizlenmektedir. Performans sanatçıları izleyicilerin arasındayken, nefes ve hareket sesleri bu ses ışınının bireysel olarak izleyiciye yönlendirilmesiyle, kişi sanki kulağının içindeymiş gibi bu sesleri duymakta ve performansçılar ile çok yakınmış gibi hissetmektedir.

5.2.3. Apparition (2004)



Şekil 55: Apparition, 2004, Linz - Klaus Obermaier

Klaus Obermaier'in "Apparition – Görünüş (2004)" gösterisinde, etkileyici bir multimedya koreografi kullanılmıştır. İzleyicinin görsel alanı iki farklı niteliksel kaynaktaki hareketi kapsamaktadır: merkezi görüşe ve dikkate hitap eden dansçının hareketi ile çevresel görüş alanındaki imajların hareketi. Bu iki farklı kaynaktaki dinamik görüntülerin birleşimi, merkezi görüş, çevresel görüş, özduyum ve kinestezi arasındaki ilişkiler yoluyla birçok duyuyu birleştirmiştir. Merkezi görüş dansçıya odaklanırken, çevresel görüş buna uygun dinamik içerikle dolmaktadır. Sahnelenen gösteri ve kullanılan algısal strateji, dinamik bir görsel dramının izleyicileri olarak dansçılarla özdeşleşme veya kinestezik empati duyma yoluyla kapsayıcı bir deneyim hissine imkân vermiştir (Boucher, 2017).

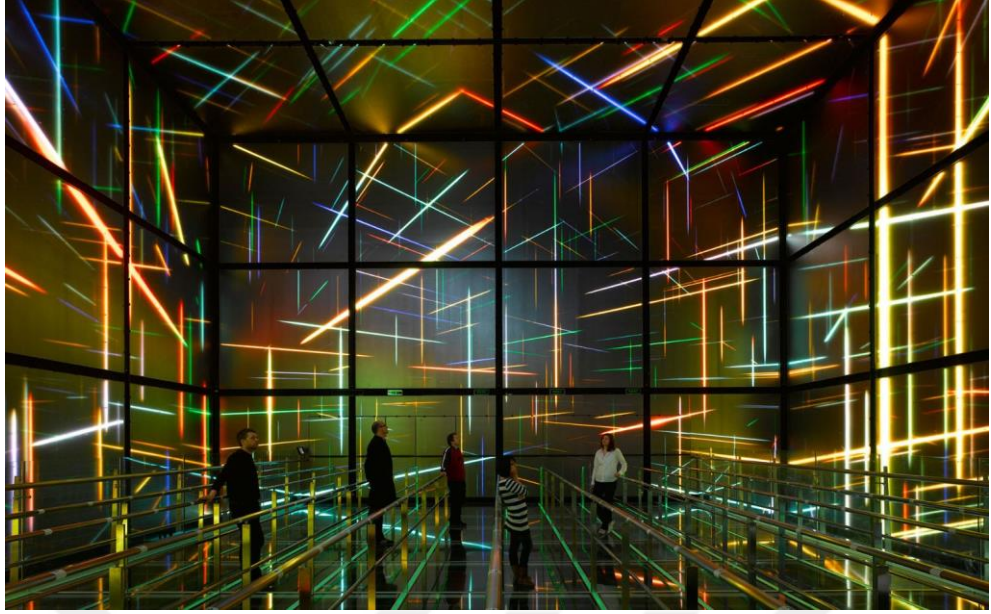


Şekil 56: Apparition, 2004, Linz - Klaus Obermaier

Canlı performans, ses, projeksiyon ve gerçek zamanlı görseller oluşturan etkileşimli bir sistem bir araya getirilmiştir. Etkileşimli algılayıcılar ve izleme teknolojisinin kullanımıyla dansçılara görsel ve müzikal ortamı kontrol etme ve etkileşime girme imkânı verilirken, bu sistem sadece dansçının bir uzantısı değil, aynı zamanda potansiyel partneri olabilmektedir. Çok incelikle tasarlanmış bir senkronizasyonla hem arka plana hem de dansçıların vücutlarına projeksiyonlar aracılığıyla yansıtılan görsel içerik gerçek zamanlı oluşmaktadır.

5.2.4 Magic Box – State Grid Pavilion (2010)

Şangay'da gerçekleştirilen EXPO'da yer alan ve Çin'in enerji tedarikcisi State Grid için yapılan pavyonda Magic Box olarak adlandırılmış olan ve havada adeta asılı gibi duran 15 m. x 15 m. x 13 m. ebatlarında cam bir küp yerleştirilmiştir. Mekâna adım atan ziyaretçilerin tüm yüzeylerinde sürekli hareket eden çeşitli görseller bulunan bu küpün içinde yaşadıkları kapsayıcı deneyim yaklaşık 7 dakika sürmektedir.



Şekil 57: Magic Box – State Grid Pavilion, 2010, Şangay – Atelier Brückner

Duvarlar, tavan ve cam zemine yerleştirilmiş yüksek çözünürlüklü LED ekranları tek bir görselin parçaları olarak çalışırken, ziyaretçiler uzamsal bir enstalasyonun içindedir. Üç boyutlu işitsel ve görsel deneyim sırasında ziyaretçilerin özduyum, kinestezi, denge, merkezi ve çevresel görme gibi çeşitli duyu algılarından yararlanılarak kapsayıcı bir deneyim tasarlanmıştır.



Şekil 58: Magic Box – State Grid Pavilion, 2010, Şangay – Atelier Brückner

Görsel uyarılar neticesinde özellikle denge duygusu etkilendiği için, mekânda izleyicilerin tutunması için korkuluklar bulunmaktadır. Ziyaretçiler değişen perspektiflerle çeşitli sahnelerin içinde oldukları izlenimi edinmişlerdir.



Şekil 59: Magic Box – State Grid Pavilion, 2010, Şangay – Atelier Brückner

Uyarıların görsel imajlar, dokular ve sesler yoluyla mekânın her yönünden gelmesi neticesinde algılama tüm duyuların katıldığı bir seviyede gerçekleşmektedir. Merkezi görüş alanının dışında kalan görsel imajlar, çevresel görüşte gerçekleşen hareket nedeniyle görmek yerine hissedilmektedir. Ziyaretçinin somatik algı sistemi uyarılırken verilmek istenen mesaj “bilgi” olarak değil, kapsayıcı deneyim sürecinde oluşan “duygu” yoluyla iletilir. Bu da deneyimin etkileyciliğine ve akılda kalıcılığına katkı sağlamaktadır.

5.2.5. Universe of Water Particles in the Tank (2019)

Dairesel bir mekânda, duvar ve zemin projeksiyonunun kullanıldığı enstalasyonda, “su” teması ile oluşturulmuş çeşitli görseller mekânı doldurmaktadır. Dijital medyanın dijital sanata dönüştürüldüğü enstalasyonda, ziyaretçilerin hareketi görselleri değiştirebildiğinden, ziyaretçiler serginin bir parçası konumundadır.



Şekil 60: Universe of Water Particles in the Tank, 2019, Şangay - TeamLab

Sanat eserinin ziyaretçiyi içine alması olarak tarif edilebilecek bu tür projelerde, eserle izleyicisi arasındaki sınırlar ortadan kalkmaktadır. Dijital teknoloji sayesinde “çerçeve”den çıkan sanat, madde formundan özgürleşip akışkan bir nitelik kazanmakta ve mekânın kendisine dönüşmekte ve izleyiciyi içine almaktadır. Bu nedenle kapsayıcı mekân deneyimi olarak adlandırılmaktadır.



Şekil 61: Universe of Water Particles in the Tank, 2019, Şangay - TeamLab

Devasa bir şelalenin mekânı doldurduğu sergide, ziyaretçilerin hareketi ve davranışları görselleri değiştirmektedir. Bu etkileşim sonucunda görseller sadece o an için oluşmaktadır.

Gerçek dünyadan bir süreliğine uzaklaşıp, sınırlarının algısı değişebilen bir mekânda, görsel ve işitsel duyularının uyarılmasıyla kapsayıcı bir deneyim yaşayan izleyicinin bilincinde bir değişim olacağı öngörülebilir. Algılamamanın görme ve duyma gibi temel duyuların da ötesine geçmesiyle ve izleyici ile çevre arasında iki yönlü bir etkileşimin gerçekleşmesiyle iletilmek istenen mesaj izleyiciye ulaştırılır.



Şekil 62: Universe of Water Particles in the Tank, 2019, Şangay - TeamLab

Teamlab'ın "ultra-subjektif" mekân olarak tanımladığı uzamsal bilincin çeşitli konseptlerde ve sunumlarda kullanılması sayesinde, dijital sanatla doğrudan etkileşim mümkün olmakta ve bu da sınırsız olanaklar sunabilmektedir. Bu yeni mekân türü oldukça esnektir ve dijital teknolojiyle uyumludur. Ayrıca sabit bir odak noktası veya tek kaçışlı bir perspektiftense, izleyiciye konumlarını değiştirerek birçok farklı bakış açısı sunabilmeye olanak tanır (Teamlab, 2019).

6. SONUÇ

İnsanoğlunun merak duygusu ve nadir şeylere sahip olma arzusu sonucu ortaya çıkan biriktirme ve bu biriktirdiklerini teşhir etme, saygınlık elde etme, paylaşma ve satış yapma gibi amaçlar sonucunda gelişen sergileme tasarımı, günümüze gelene kadar birçok farklı aşamalardan geçmiş, farklı bakış açılarıyla yorumlanmış ve farklı amaçlar nedeniyle birçok değişik uygulama alanı kazanmıştır.

Müzecilik ve sergi dünyasının yanı sıra, ticari veya sosyal amaçlar için de tasarım yapan sergileme tasarımcısı artık birçok farklı disiplinden yararlanmakta ve çalışma alanı, sorumlulukları, yöntemleri ve kullandığı araçları hızla değişmektedir. Hali hazırda sürekli gelişen teknoloji ise, ziyaretçilerin müze ve sergi deneyimini değiştirmektedir. Ancak teknolojik gelişmelerden etkin şekilde yararlanmak için teknolojiyi odak almak değil, doğru yaklaşımla teknolojiden sadece bir araç olarak faydalanmak gereklidir.

Toplum da teknolojiye ayak uydurarak kültürel olarak değişmektedir. Sosyal medyanın ortaya çıkışıyla, kolayca paylaşım olanağının giderek artması ve sanal ortamda kendilerini daha rahat ifade olanağı bulan nesille birlikte “eğlence”, “kültür”, “deneyim”, basitçe bir görselle ifade edilmesi ve paylaşılması gereken kavramlar haline gelmektedir. Hızlı tüketimin, çevre üzerinde yarattığı dramatik yıkımın yanı sıra, kültür üzerinde de çok büyük bir etkisinin olduğu görülmeye başlanmıştır. Yeni neslin internet ve taşınabilir iletişim araçlarının günlük hayatımıza girdiği ve yoğunluğunu her geçen gün artırdığı zamanlarda yaşıyor olması sonucunda, iletişim şekilleri de hızla değişmektedir. Artık sabrı giderek azalan ve sonuçları hemen edinmek isteyen insanoğlunun, bilgi edinmeye giderek daha az emek ve zaman ayırdığı, okumaktansa izlemeyi, didaktik bilgidense deneyim yoluyla öğrenmeyi, pasif aktivitelerdense etkileşim ve katılımı gerçekleştiren aktiviteleri tercih etmesi sonucunda “kültür”, “müze”, “sergi” gibi kavramlar da hızla dönüşmektedir.

Müze ve sergileme dünyasının da bu yeni insana uyum sağlayabilmek için geleneksel yaklaşımları terk edip, yeni bir bakış açısı edinme zorunluluğu doğmuştur. Müzeleri tozlu ve sıkıcı mekânlar olarak algılayan bu yeni nesli cezbetmek, topyekûn bir anlayış değişikliği gerektirmektedir. Ziyaretçiyi başka bir dünyaya götürmeden, sadece aklına yönelik tasarlanan ve aşırı bilgi ile sergi yorgunluğuna yol açan geleneksel müzeciliğin

terk edilip, günümüzde talep edilenin doğru tespit edilmesi ve ziyaretçiye sunulması büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada ortaya konulmak istenen, senografinin müzeciliği ve sergilemeyi, saklama, sunma ve salt didaktik şekilde bilgi verme işlevlerinin çok ötesine geçirip, yepyeni bir deneyim ekonomisi ve cazibe merkezi yaratma fırsatı sunduğudur. Ziyaretçiye form ve içeriğin iç içe geçtiği, hem akılcı hem de duyulara hitap eden, mekânda çözünen bir hikaye deneyimini vadeden senografi, anlatı mekânları ve kapsayıcı mekân deneyimleri yaratmada kabul gören bir yaklaşım olarak müzeciliğin ve sergileme tasarımının geleceğidir.

Anlatının, belirli bir tematik bütünlük içinde, kelimelerin ve metinlerin ötesinde araçlar kullanılarak iletilmesi gerektiğinden senograf, geleneksel tasarımcıdan ziyade bir film yönetmeni veya senaryo yazarı gibi düşünür ve bir dramaturji oluşturur. Farklı katmanlardan oluşan anlatıyı ziyaretçinin kolaylıkla algılaması için çeşitli teknolojilerden de yararlanır. İçerik anlatıya, anlatı da deneyime dönüştürülürken amaç ziyaretçi ile iki yönlü bir iletişim kurmak olduğundan etkileşim önem kazanır. Sergi ziyaretçisiyle, sergilenen eserler ve objeler arasındaki sadece izlemeye dayalı pasif yaklaşımdan uzaklaşılarak, etkin ve kalıcı öğrenmenin deneyimleme yoluyla oluşturulması için, sadece görme duyusu değil, tüm duyulardan yararlanmak ve algılamayı incelikle yönlendirmek gerekliliği oluşur.

Kısaca sanal veya kurgulanmış bir mekânda, zihnin yaşanılan deneyime kendini kaptırması olarak tanımlanabilecek kapsayıcı deneyim kavramı, teknolojik gelişmelerle bir araya geldiğinde, yepyeni sergi fikirlerinin oluşmasının önünü açarak günümüz sergilerinde sıklıkla kullanılır hale gelmektedir. Tüm duyuların, beden ve bilincin kullanıldığı deneyimi tasarlarken yeni medyanın kullanımıyla mekânın sınırları adeta değiştirilebildiğinden, yeni bir mekân kavramı da ortaya çıkmakta ve üzerinde sıklıkla tartışılmaktadır.

Mekânla ortak bir dil ve atmosfer içinde bütünleşen içerik, izleyici tarafından kolaylıkla algılanabilir hale gelmekte ve iletilmek istenen mesajın aktarılması kolaylaşmaktadır. İnteraktif araçların kullanımıyla ziyaretçi, içeriğin bir parçası haline gelirken, müze deneyimi zenginleşmektedir. Bilginin deneyim yoluyla sunulması etkin ve kalıcı öğrenmeye katkı sağladığından, senografi müze ve sergileri sergilemenin ötesinde, anlatıya dayalı mekânlar olarak yeniden tanımlanmaktadır.

Ziyaretçinin müze veya sergide geçirdiği zamanın verimli hale gelmesi sağlandığında, müze ve sergiler bir cazibe merkezine dönüşme imkânına sahip olacaklardır. Günümüzde hızla gelişen teknolojinin sonucu olarak kültürel alan, eskisinden çok daha hızlı değişen ve rekabetçi bir kimliğe bürünmektedir. Bu koşullarda ayakta kalabilmek için müzeler, ziyaretçiyi merkeze koymalı ve kendini sürekli yenilemelidir.

Özellikle ülkemizde pek bilinmeyen senografi ve kapsayıcı mekân deneyimi kavramı, üzerinde düşünülmesi, tartışılması ve anlaşılması gereken, günümüz müzeciliği ve sergileme tasarımı kökten değiştirme potansiyeline sahip kavramlardır. Bu konuda yapılan çalışmaların ve uygulamaların artmasıyla dünyada hali hazırda kendine önemli bir yer bulmuş olan senografi, ülkemiz müzeciliğine de yeni bir perspektif sağlayabilecektir.

Bu tez çalışması, sergileme kültürünün geleceğini tasarlayan bir disiplin olarak görülen “senografi” ve bu disiplinin sıklıkla yararlandığı bir kavram olan “kapsayıcı mekân deneyimi” kavramlarını açıklayan ilk tez çalışması özelliğini taşımaktadır. Tasarımcı adayları senografi alanına ilgi duyduğu sürece, bu disiplin ülkemizde de eğitim programlarında yer bulacak ve üzerine yapılan çalışmalar artacak; yöntemleri ve araçları kullanılmaya başladıkça gelişecek ve sergileme tasarımına yepyeni bir yaklaşım getirecektir.

KAYNAKLAR

- Angelini, Cinzia (2016) EMEE Toolkit 3: Bridging the gap. Activation, participation and role modification (EMEE Toolkit series, vol. 3), Wien: edition mono.
- Antikacıoğlu, Levon (2015), The Journal of Neurobehavioral Sciences, V:2 I:3, DOI: 105455/JNBS.1446476033, ISSN:2149-1909, s.34-36
- Arayıcı, Osman, (2015). Mekân ve Tasarım Üzerine Tanımlar, İstanbul: Dahi Yayıncılık Eğitim Basım Ticaret, ISBN:978-605-9092-26-5
- Baur, R (ed) (2001), Integral, Ruedi Baur et Associés, Paris, Zürich: Lars Müller Publishers
- Bayar, Ziyacan, (2011). Sergileme Tasarımında Yeni Yaklaşımlar ve Bir Proje Önerisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi
- Benjamin, Walter, (1974), 'Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit', in Walter Benjamin (ed) Ges. Schriften, Bd. I, 2, Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.
- Bergson, H (1910). Time and Free Will (F L Pogson, Trans.). London: Allen and Unwin.
- Boucher, Marc, (2017). A Study on Proprioception and Peripheral Vision in Synesthesia and Immersion, Leonardo, Vol. 50 (2), p. 144-151.
<http://www.immersence.com/> [Erişim tarihi: 20.10.2018]
- Böhme, Gernot, (1995), Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik, Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.
- Brückner, Uwe, Oudsten, Frank Dan, Barthelmes, Christian, 2010, Scenography: Making Spaces Talk, Atelier Brückner 2002-2010, ISBN-13: 978-3899861365
- Burian, Jarka M., (1970), Josef Svoboda: Theatre Artist in an Age of Science, Educational Theatre Journal, Vol.22, No.2, May
- Campbell, Joseph, (1986). The Inner Reaches of Outer Space: Metaphor as Myth and as Religion. New York: Harper and Row
- Collins, Jane, Nisbet, Andrew, (2010), Theatre and Performance Design: A Reader in Scenography, (Oxon: Routledge)
- "Dalmak" sözlük anlamı: Türk Dil Kurumu.
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ccaaae648c428.57492354 [Erişim tarihi: 18.10.2018]
- Damasio, A (2000). The Feeling of What Happens. London: Vintage.
- Dan Oudsten, Frank, (2011), Space. Time. Narrative: The Exhibition as Post-Spectacular Stage, (Farnham: Ashgate)
- Davies, Char, (1998). Osmose: Notes on Being in Immersive Space, Digital Creativity, Vol.9 (2), Colin Beardon and Lone Malmberg, eds. Lisse, The

Netherlands: Sweets & Zeitlinger Publishers, p. 65-74. <http://www.immersence.com/> [Erişim tarihi: 20.10.2018]

De Luca, M (2012) 'The memory of beauty' in Emma Nardi (ed) Best Practice 1. A tool to improve museum education internationally, Roma:Nuova Cultura)

Demir, iğdem (2009). Günümüz Sergileme Tasarımı, Türleri ve Londra'dan Sergileme Tasarımı Örnekleri. Makale. Gazi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

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

Doğru, Ayşe, 2013, Düşünüyorum Dergisi, Sayı:32
<http://www.dusunuyorumdergisi.com/proprio-sepsiyon-ozduyumu/> [Erişim tarihi:03.11.2018]

Du Bery, T (1994) 'Why don't people go to museums?' in Eilean Hooper-Greenhill (ed) Museums and Their Visitors, London - New York: Routledge

Edelman, G. M., Giulio Tononi (2000). A Universe of Consciousness: How Matter Becomes Imagination. New York: Basic Books.

"Exteroceptor" anlamı, Tıbbi Terimler Sözlüğü,
<https://saglik.sozlugu.org/exteroceptor/> [Erişim tarihi:03.11.2018]

Féré, Charles, (1887). Sensation et mouvement : etudes experimentales de psychomecanique, Paris: F.Alcan.
<https://archive.org/details/sensationetmouve00fere/page/n4>

Fischer-Lichte, E (2004), Ästhetik des Performativen, Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.

Flügel, K (2005), Einführung in die Museologie, Darmstadt: WBG

Gallagher ,S., (2005). How the Body Shapes the Mind, Oxford: Clarendon Press

Grau, Oliver, (2004). Virtual Art: From Illusion to Immersion, Cambridge: MIT Press, ISBN-13: 978-0262572231

Greci, Linda , Brückner, Uwe (eds) (2016), EMEE-EuroVision Museums Exhibiting Europe Toolkit 4: Synaesthetic Translation of Perspectives. Scenography – a Sketchbook, Wien: edition mono.

Greenhill Eilean Hooper, (1990). "The Space of the Museum," The Australian Journal of Media and Culture, vol. 3, no. 1

Greenhill Eilean Hooper, (2000). "Exhibitions and Interpretation," Museums and the Interpretation of Visual Culture, Routledge, London and New York

Howard, Pamela, (2002), What is Scenography?, London: Routledge, p.xiii

"İçerik" sözlük anlamı, TDK,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5cc95a7054ba09.85366366 [Erişim tarihi:08.09.2017]

“Immerse” sözlük anlamı, Cambridge Dictionary
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/immerse> [Erişim tarihi: 18.10.2018]

International Council for Museums – ICOM,
<http://archives.icom.museum/definition.html> [Erişim tarihi: 17.12.2018]

“Interoceptor” sözlük anlamı, Tıbbi Terimler Sözlüğü,
<https://saglik.sozlugu.org/interoceptor/> [Erişim tarihi: 03.11.2018]

Izumi, S (1992). Expositions & Exhibitions Displays Designs in Japan 1980 - 1990. Japan: Rikuyo-sha Publishing, Inc.

Kavut, İ., E <<İç Mimarlıkta Teknoloji Ve Kurgusal Mekân Mobilyası.>> Gece Kitaplığı, 2018.

Kavut, İ., E., <<Kurgusal Mekân Tasarımında Sanal Mekânların Disiplinler Arası Kullanımı.>> 4.Ulusal İç Mimarlık Sempozyumu, 2015.

Kiousis, S (2002). Interactivity: A concept explication. New Media & Society 4 (3): 355-383

Konikow, Robert B (1994). Exhibition Design 6. New York: PBC International

Korff, Gottfried, (2007) ‘Zur Eigenart der Museumsdinge’, in Martina Eberspächer, Gudrun Marlene König and Bernhard Tschofen (eds) Museumsdinge. deponieren – exponieren / Gottfried Korff, 140–145, Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag

Kossmann, H., De Jong M. W., Mulder, S, Den Oudsten, F. (2010). Engaging Spaces: Exhibition Design Explored, ISBN-13: 978-9077174401

Kuş, Selmin (2010). Edebiyat ve Müze; Bir Roman ve Müze Olarak Masumiyet Müzesi’, Yeditepe Üni. T.D.E Anabilim dalı, Karşılaştırmalı Edebiyat Yüksek Lisansı

Küçükerman, Ö (2002). Sergiler, Fuarlar, Standlar ve Yaratıcı Tasarımlar, Fuar Stand Tasarımı, (s. 9-18) İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.

Lakoff, George and Johnson, Mark (1999) Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and its Challenge to Western Thought. DOI: 10.1590/S0102-44502001000100008

Lakoff, George and Johnson Mark (1980) Metaphors We Live By. Chicago and London: University of Chicago Press.

Lam, Margaret Choi Kwan, (2013), Scenography as New Ideology in Contemporary Curating and the Notion of Staging in Exhibitions, ISBN-13: 9783656560487

Lewis, G (t.y), “The History Of Museums”
(www.muuseum.ee/uploads/files/g._lewis_the_history_of_museums.pdf),

Liljefors, Anders, (1999) Lighting–visually and physically. Lighting Department, Arkitekturskolan, KTH, Stockholm

Macleod, Suzanne, Hourston Hanks, Laura, Hale, Jonathan, (2012) Museum making: narratives, architectures, exhibitions. Routledge

Maure, Marc, (1995), The Exhibition as Theatre: On Staging of Museum Objects, Nordisk Muselogi – 2, s.155-168

McLean, K. 1993. Planning for People in Museum Exhibitions. Wastington, DC: Association of Science-Technology Centers.

Nardi, Emma (2016) Introduction to EMEE Toolkit 3: Bridging the gap. Activation, participation and role modification (EMEE Toolkit series, vol. 3), Wien: edition mono.

“Neuromuscular” sözlük anlamı. Tıbbi Terimler Sözlüğü, <https://saglik.sozlugu.org/neuromuscular/> [Erişim tarihi: 25.10.2018]

“Neurosensory” sözlük anlamı. Tıbbi Terimler Sözlüğü, <https://saglik.sozlugu.org/neurosensory/> [Erişim tarihi: 25.10.2018]

O’Doherty, (1976). Inside the White Cube: The Ideology of the Gallery Space, The Lapis Press, Santa Monica, San Francisco. <https://www.artforum.com/print/197603/inside-the-white-cube-notes-on-the-gallery-space-part-i-38508> Brian o’Doherty [Erişim tarihi:17.12.2018]

Özkal, Güneş, (2006). Exhibition Space as the Site of Isolation, Unification and Transformation, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Mimarlık Bölümü, Yüksek Lisans Tezi

Piaget Jean, Inhelder Barber, (1976), Die Psychologie des Kindes (The Psychology of the Child), Olten

Pomian, Krzysztof, (1988), Der Ursprung des Museums. Vom Sammeln, Berlin: Wagenbach.

“Postür” sözlük anlamı. Cleveland Clinic. <https://my.clevelandclinic.org/health/articles/4485-back-health--posture> [Erişim tarihi: 24.10.2018]

Presta, I (2010) ‘Non-visitors: who are they, why is it important to know them?’, Cadmo. An international journal of educational research, s. 49-61.

Prince, D. R (1983) ‘Behavioural Consistency and Visitor Attraction’, The International Journal of Museum Management and Curatorship 2.3, s.235-247

Rafaeli, S (1988). Interactivity: From new media to communication. In R.P. Hawkins, J.M.

Rafaeli, S., Sudweeks, F (1997), Networked Interactivity. Journal of Computer Mediated Communication 2(4) Electronic Edition <http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue4/rafaeli.sudweeks.html> [Erişim tarihi: 23.12.2018]

Reinhardt, U. J. and Teufel, P (eds) (2010), Neue Ausstellungsgestaltung 02., Ludwigsburg: avedition

Rubidge, Sarah, (2003). Spaces of Sensation: The Immersive Installation and Corporal Literacy. Paper given at the Corporeal Literacy Symposium at “Multi Literacies”, International AILA. https://www.academia.edu/23032715/Spaces_of_Sensation_The_Immersive_Installation_and_Corporal_Literacy [Erişim tarihi: 12.11.2018]

Sacks, O., (1998). The Man Who Mistook His Wife for a Hat and Other Clinical Tales, New York: Touchtone

“Scenography” sözlük anlamı, Merriam Webster Sözlüğü <https://www.merriam-webster.com/dictionary/scenography> [Erişim tarihi:02.09.2017]

Scholze, J (2004), Medium Ausstellung.Lektüren musealer Gestaltung in Oxford, Leipzig, Amsterdam und Berlin, Bielefeld: Transcript-Verlag.

Schulmeister, R (2003). Taxonomy of Multimedia Components: A Contribution to the Current Metadata Debate. Studies in Communication Sciences 3(1):61-80

“Sergi” sözlük anlamı. Cambridge Dictionary, [21.09.2018], <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/exhibition>

“Sergilemek” sözlük anlamı. Türk Dil Kurumu, [21.09.2018], http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c92415e0d9b10.05813196

“Sinestezi” sözlük anlamı. Türk Dil Kurumu, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c7fc81b7ac1d8.94827017 [Erişim tarihi: 21.10.2018]

Skolnick, L., Lorenc, J., Berger, C., (2007) What is Exhibition Design, Hove UK:Rotovision

Small, Jocelyn Penny, (2013), 'Skenographia in Brief' in George W. M. Harris and Vayos Liapis, Performance in Greek and Roman, (Boston: Brill)

Society for Experiential Graphic Design (SEGD) <https://segd.org/what-exhibition-design-0> [Erişim tarihi:12.07.2018]

Spangenberg, P. M (2002) ‘Aura’, in Karlheinz Barck (ed) Ästhetische Grundbegriffe, 400 – 416, Bd. 4 Medien-Popular, Stuttgart, Weimar: Metzler Verlag.

Stylianou-Lambert, T (2009), ‘Perceiving the art museum’, Museum Management and Curatorship, 24:2, s.139-158. DOI: 10.1080/09647770902731783

“Synesthesia” sözlük anlamı , Wikipedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/Synesthesia> [Erişim tarihi: 21.10.2018]

“Synesthesia” sözlük anlamı. Oxford Dictionary, <https://en.oxforddictionaries.com/definition/synaesthesia> [Erişim tarihi: 21.10.2018]

Tate Museum, <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/w/white-cube> [Erişim tarihi:15.12.2018]

Teamlab, 2019. Ultra-subjective space. Web: <https://www.teamlab.art/concept/digital-logicalconstruction/> [Erişim tarihi: 03.03.2019]

Tsitoura, Angelina, (2007), Interactivity in Museums: A Relationship Building Perspective, Amsterdam School of the Arts, Master in Museology, Amsterdam

“Vestibuler sistem” anlamı. Tıbbi Terimler Sözlüğü, <https://saglik.sozlugu.org/vestibular-system/> [Erişim tarihi: 24.10.2018]

Warming, Cecille, (2017), Enhancing the Museum Experience - The Development of a Conceptual Design Framework for Narrative Spaces, Aalborg University, Copenhagen

Wieman, & S. Pingree (Eds.), Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes. Sage (Newbury, CA)

Williams, F., Rice, R.E., & Rogers, E (1988). Research methods and the new media. The Free Press (New York)



ŞEKİL KAYNAKLARI

- Şekil 1: Cabinets of Curiosities – Merak Odacıkları, 17. Yüzyıl
<http://www.wikipedia.org>
- Şekil 2: Louvre Müzesi büyük galeri sergileme örneği, 1787
<https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-white-cube-dominate-art>
- Şekil 3: Roma Capitoline Müzesi, Getty Images
<https://www.gettyimages.co.uk/detail/photo/musei-capitolini-high-res-stock-photography/480175675>
- Şekil 4: British Museum giriş bileti, 1790
<http://www.wikipedia.org>
- Şekil 5: British Museum dış görünüşü, Londra
<https://www.inexhibit.com/mymuseum/british-museum-london/>
- Şekil 6: EXPO Paris, 1900
http://www.worldexhibition.org/the_first_worldexpo/1900-paris-exposition-universelle/
- Şekil 7: White Cube Galerisi, Londra
https://whitecube.com/exhibitions/exhibition/julie_mehretu_masons_yard_2018
- Şekil 8: Kütahya Arkeoloji Müzesi
<https://kutahyaMuzesi.gov.tr/arkeoloji/>
- Şekil 9: Niğde Müzesi
<http://www.nigdekulturturizm.gov.tr/TR-74395/Muzeler.html>
- Şekil 10: Bursa Arkeoloji Müzesi
<http://www.bursakulturturizm.gov.tr/TR-94260/bursa-arkeoloji-Muzesi.html>
- Şekil 11: Hofburg İmparatorluk Sarayı, Viyana
Müge Avar kişisel arşiv
- Şekil 12: Bergama Müzesi
<http://www.tourmakerturkey.com/bergama-museum.html>
- Şekil 13: Census at Bethlehem, 1566 - Pieter Bruegel, Fotoğraf: Gilles Alonso
<http://www.pba-lille.fr/Collections/Images-en-gigapixels>
- Şekil 14: Census at Bethlehem tablosundan yüksek çözünürlüklü detay
<http://www.pba-lille.fr/Collections/Images-en-gigapixels>

- Şekil 15: Mısır Osorkon II Heykeli, Louvre Müzesi, Paris
<https://www.youtube.com/watch?v=sFQuwJGXYyk>
- Şekil 16: Palmira, Suriye
<https://artsandculture.google.com/exhibit/IQLCquWsLmG7lq>
- Şekil 17: Google Creative Lab - Draw to Art projesi
<https://experiments.withgoogle.com/draw-to-art>
- Şekil 18: Kristal Saray, 1851 - Joseph Paxton
<https://www.archdaily.com/397949/ad-classic-the-crystal-palace-joseph-paxton/51d47aecb3fc4beae10001ba-ad-classic-the-crystal-palace-joseph-paxton-image>
- Şekil 19: EXPO Köln Sovyet Pavyonu, 1928 – El Lizzitsky
Kossmann.dejong, (2010). Kossmann, H., De Jong M. W., Mulder, S, Den Oudsten, F., Engaging Spaces: Exhibition Design Explored, ISBN-13: 978-9077174401
- Şekil 20: EXPO New York – Futurama Pavyonu, 1939 - Norman Bel Geddes
Kossmann.dejong, (2010). Kossmann, H., De Jong M. W., Mulder, S, Den Oudsten, F., Engaging Spaces: Exhibition Design Explored, ISBN-13: 978-9077174401
- Şekil 21: The Art of This Century Galerisi, New York, 1942 - Frederick Kiesler
Kossmann.dejong, (2010). Kossmann, H., De Jong M. W., Mulder, S, Den Oudsten, F., Engaging Spaces: Exhibition Design Explored, ISBN-13: 978-9077174401
- Şekil 22: EXPO Montreal – Polyekran, 1967 - Joseph Svoboda
<http://www.svoboda-scenograf.cz/en/polyekran-polyvision/>
- Şekil 23: EXPO Brüksel, 1958 – Joseph Svoboda ve Emil Radok
<http://projctn.com/polyekran>
- Şekil 24: Die Türken von Wien 1683 Sergisi, 1983, Viyana - Hans Hollein
<http://www.hollein.com/eng/Exhibitions/Die-Tuerken-vor-Wien>
- Şekil 25: Der Traum vom Sehen Sergisi, 1983, Berlin - Triad
<https://www.triad.de/de/projekte/ausstellung-der-traum-vom-sehen-zeitalter-der-tele/>
- Şekil 26: Louvre Müzesinde Mona Lisa ve ziyaretçiler
<http://www.traveller.com.au/why-seeing-the-mona-lisa-is-so-underwhelming-3761a>
- Şekil 27: Expedition Titanic Sergisi, 1997, Hamburg – Atelier Brückner

<http://www.atelier-brueckner.com/en/projects/expedition-titanic>

- Şekil 28: Objenin anlamının farklı katmanları ve objenin karakteri, Çizen: Prof. Uwe Brückner

Greci, Linda , Brückner, Uwe (eds) (2016), EMEE-EuroVision Museums Exhibiting Europe Toolkit 4: Synaesthetic Translation of Perspectives. Scenography – a Sketchbook, Wien: edition mono., s.34

- Şekil 29: Mercedes-Benz Müzesi mimari rotalandırma çalışması

<https://www.unstudio.com/en/page/357/mercedes-benz-museum>

- Şekil 30: Maske objesinin farklı yönlerden aydınlatılması, Cizen: Prof. Uwe Brückner

Greci, Linda , Brückner, Uwe (eds) (2016), EMEE-EuroVision Museums Exhibiting Europe Toolkit 4: Synaesthetic Translation of Perspectives. Scenography – a Sketchbook, Wien: edition mono.s.64

- Şekil 31: Forest of Light, 2016, Milano - Sou Fujimoto, (Photo:Laurian Ghinitoiu)

<https://www.archdaily.com/785460/sou-fujimoto-installs-a-forest-of-light-for-cos-at-2016-salone-del-mobile>

- Şekil 32: The Weather Project, 2003, Londra - Olafur Eliasson

<https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/unilever-series/unilever-series-olafur-eliasson-weather-project-0>

- Şekil 33: Breathing Light, 2013, Los Angeles - James Turrell

<https://theredlist.com/wiki-2-19-879-606-201931-view-turrell-james-1-profile-turrell-james-roden-crater-project.html?sharing=201937>

- Şekil 34: Living Frontiers, 2002, Biel – Atelier Brückner

Brückner, Uwe, Oudsten, Frank Dan, Barthelmes, Christian, 2010, Scenography: Making Spaces Talk, Atelier Brückner 2002-2010, ISBN-13: 978-3899861365, s.210

- Şekil 35: A World of Its Own: Photographic Practices in the Studio Sergisi, 2014, MoMA Los Angeles

https://www.moma.org/explore/inside_out/tag/a-world-of-its-own-photographic-practices-in-the-studio/

- Şekil 36: BMW Müzesi, 2008, Münih – Atelier Brückner

Photography-Marcus Meyer <http://www.typtoken.net/icon/atelier-brückner-bmw/>

- Şekil 37: Maske objesine dair farklı açıklama metinleri

Maure, Marc, (1995), The Exhibition as Theatre: On Staging of Museum Objects, Nordisk Museologi – 2, s.155-168

- Şekil 38: Exhibition Signage, Viyana Teknik Müzesi, 2018, Viyana – Bleed

<https://bleed.com/work/urban-future>

- Şekil 39: CERN – Universe of Particles, 2010, Cenevre – Atelier Brückner

<https://www.atelier-brueckner.com/en/projects/cern-universe-particles>

- Şekil 40: Archeology Switzerland, 2016, Zürih – Atelier Brückner

<https://www.atelier-brueckner.com/en/projects/archaeology-switzerland-national-museum>

- Şekil 41: Archeology Switzerland, 2016, Zürih – Atelier Brückner

<https://www.atelier-brueckner.com/en/projects/archaeology-switzerland-national-museum>

- Şekil 42: Notre Dame cephe projeksiyonu, 2018, Paris - Bruno Seillier

<https://bonjourparis.com/monuments-and-sights/dame-de-coeur-2018-at-notre-dame-cathedral/>

- Şekil 43: BMW Müzesi, 2008, Münih – Atelier Brückner

<https://www.atelier-brueckner.com/en/projects/bmw-museum>

- Şekil 44: Gustav Klimt, 2018, Paris – Atelier des Lumières

Müge Avar kişisel arşiv

- Şekil 45: Egon Schiele, 2018, Paris – Atelier des Lumières

Müge Avar kişisel arşiv

- Şekil 46: Poetic A.I. Ouchhh, 2018, Paris – Atelier des Lumières

Müge Avar kişisel arşiv

- Şekil 47: İsviçre Bilim Merkezi Technorama, Winthertur

<https://www.technorama.ch>

- Şekil 48: TING Sergisi, 2014, Oslo – Ralph Appelbaum Associates, Photographs: Manfred H. Vogel

<http://www.tamschick.com/en/projects/the-ting/>

- Şekil 49: TING Sergisi, 2014, Oslo – Ralph Appelbaum Associates, Photographs: Manfred H. Vogel

<http://www.tamschick.com/en/projects/the-ting/>

- Şekil 50: Osmose, 1995, Montreal – Char Davies

<http://www.immersence.com/osmose/>

- Şekil 51: Osmose, 1995, Montreal – Char Davies

<http://www.immersence.com/osmose/>

- Şekil 52: Osmose, 1995, Montreal – Char Davies

<http://www.immersence.com/osmose/>

- Şekil 53: The Brain Stripped Bare, 2002, Düsseldorf – Rebecca Allen
<http://www.rebeccaallen.com/projects/the-brain-stripped-bare>
- Şekil 54: The Brain Stripped Bare, 2002, Düsseldorf – Rebecca Allen
<http://www.rebeccaallen.com/projects/the-brain-stripped-bare>
- Şekil 55: Apparition, 2004, Linz - Klaus Obermaier
<https://ars.electronica.art/futurelab/en/project/apparition/>
- Şekil 56: Apparition, 2004, Linz - Klaus Obermaier
<https://ars.electronica.art/futurelab/en/project/apparition/>
- Şekil 57: Magic Box – State Grid Pavilion, 2010, Şangay – Atelier Brückner
<http://www.atelier-brueckner.com/en/projects/state-grid-pavilion>
- Şekil 58: Magic Box – State Grid Pavilion, 2010, Şangay – Atelier Brückner
<http://www.atelier-brueckner.com/en/projects/state-grid-pavilion>
- Şekil 59: Magic Box – State Grid Pavilion, 2010, Şangay – Atelier Brückner
<http://www.atelier-brueckner.com/en/projects/state-grid-pavilion>
- Şekil 60: Universe of Water Particles in the Tank, 2019, Şangay - TeamLab
<https://www.teamlab.art/>
- Şekil 61: Universe of Water Particles in the Tank, 2019, Şangay - TeamLab
<https://www.teamlab.art/>
- Şekil 62: Universe of Water Particles in the Tank, 2019, Şangay - TeamLab
<https://www.teamlab.art/>