

Sergileme Kavramı ve Tasarımı Üzerine: 2 Boyutlu ve 3 Boyutlu Sergilemenin Karşılaştırılması¹

Dr. Öğr. Üyesi Cansın İlayda ÇETİN²

Öz

Sergileme, başlangıcından bu yana nesnelere sergilemek için kullanılmıştır. Sergi tasarımı, sunumun ve çağdaş görsel iletişim tasarımının bir kombinasyonudur. Sergileme konseptinin gelişmesiyle disiplinler arası birliktelik artmış ve çok katmanlı iletişim kurmak için mekânın kendisi tasarıma dâhil edilmiştir. Artık sadece nesnelere sergilenmekle kalmamış, serginin kendisi bir sanat eseri haline gelmiştir. Bu değişim, sanatın ne olduğunu ve tasarımın ne olduğunu sorgulamanıza neden olmaktadır. Özellikle son dönem çalışmalarında sergi tasarımı bilinçli olarak kurgulanmaktadır. Çalışmada, değişen sergileme anlayışının mesaj ve ziyaretçi odaklı gelişimi karşılaştırmalı olarak incelenmiş; etkileşim yönteminin bilgi edinimi sürecindeki verimliliği, kullanıcı deneyimi göz önünde bulundurularak sorgulanmış; devamında ise fotoğraf ve metal/cam çalışmalarından örnekler üzerinden sergileme tasarımında deneyim ve etkileşimin nasıl özgün sonuçlar doğurabileceği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Sonuç bölümünde ise bu sunumdaki ortak ve farklı yönler saptanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Sergileme, Sergileme Tasarımı, Heykel, Fotoğraf, Tasarım*

On The Concept and Design of the Exhibition: A Comparison of 2-Dimensional and 3-Dimensional Exhibition

Abstract

The display has been used to display objects since its inception. The exhibition design is a combination of presentation and contemporary visual communication design. With the development of the exhibition concept, interdisciplinary unity has increased and the space itself has been included in the design to establish multi-layered communication. Not only are the objects displayed anymore, but the exhibition itself has become a work of art. This change caused to question what art and design are. Recently, the exhibition design is deliberately designed. In the study, the message and visitor-oriented development of the changing exhibition approach was analyzed comparatively. The efficiency of the interaction in the acquisition of information was questioned by considering the user experience. Then, it exemplified how experience and interaction can create original results in the design through the examples of photography and metal/glass works. In conclusion, common and different aspects in this presentation are determined.

Keywords: *Exhibition, Exhibition Design, Sculpture, Photography, Design*

¹Geliş Tarihi: 17.11.2020 – Kabul Tarihi: 03.03.2021

²İstanbul Gelişim Üniversitesi, GSF, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, Dr. Öğr. Üyesi
cicetin@gelisim.edu.tr, Orcid No: 0000-0003-4895-0411
DOI: 10.17932/IAU.SANAT.2015.015/sanat_v07i13002

Giriş

Sergi tasarımı 17. yüzyıldaki merak odasından günümüze, çeşitli form ve yöntemlerin etkisiyle değişmiştir. Öncesinde sadece nesnelere korumak ve teşhir etmek amacıyla kullanılsa da artık sanat ve tasarım alanında bağımsız bir alan haline gelmiştir. Sanayi Devrimi'nin etkisiyle saraylardan eserler ve objeler çıkarılarak müze ve galerilerde sergilenmeye başlanmıştır. 1851 Londra'daki Dünya Fuarı'ndan itibaren fuarcılık anlayışı ile sergi tasarımı kavramı evrensel bir konu haline gelmiştir. 1970'lerde SEG'D'nin (Society for Environmental Graphic Design) kurulmasıyla, sergi tasarımı çevresel grafik tasarımın bir dalı olarak konumlandırıldı. Sergi tasarımcıları, mekânı tasarlamak için gerektiğinde mimarlar, iç mimarlar ve endüstriyel tasarımcılarla birlikte çalışmaktadır. Sergi tasarımı kalıcı ve geçici olmak üzere iki ana kategoriye ayrılabilir. Bu iki kategori arasındaki fark genellikle müzelerde ve sanat galerilerinde kullanılır. Aynı zamanda ticari, fuar ve sosyokültürel olarak ikiye ayrılabilir. Bu mekânlar tasarlanırken hedef kitleye ve yapının içeriğine göre kuruluş amacı belirlenmelidir.

Bir sergi alanı tasarlanırken, uygulanacak tasarımın yapının içeriğine göre tasarlanması önemlidir. Tasarım tek başına düşünülmemeli, mekânla birlikte planlanmalı ve hazırlanmalıdır. Bu durumda serginin tasarımcısı ile iş birliği yapmak önemlidir.

Sergileme Kavramı

Sergi, Türk Dil Kurumu tarafından verilen tanıma göre; "Halkın gezip görmesi, tanınması için uygun biçimde yerleştirilmiş ürünlerin, sanat eserlerinin tümüdür" (TDK, 2011). Sergileme mekânlarının temel işlevi; izleyicilerin görmesi, seçmesi için sunulmuş eserlerin tümü ve bu yapıtların serildiği yer olarak "uygun yere koyma" anlamında mekân ve nesne ile ilişkidir. Galerilerde sergilemelerin eser-mekân-izleyici arasında pek çok unsuru içerdiği düşünüldüğünde; "galeri tasarımlarında ilk belirleyici olan, mekân ve işlev ilişkisini daha da genişleterek, buna nesne-nesne, mekân-nesne ve insan-nesne ilişkilerinin dâhil edilmesidir." (Atagök, 2002, s. 56.)

Kendi başına bir eylem ve tavır olan sergileme, yapısı, varoluşu ve duruşu ile başlı başına bir sunumdur. Sanatçı, paylaşmak ve anlatmak istediklerini, belli sunum nesneleriyle ortaya koyar. Hiçbir sanatçı, yalnızca kendisi için bir şey üretmez; aksine, çalışmasının başkaları tarafından görülmesini, okunmasını, dinlenmesini, en etkili şekilde algılanmasını amaçlar. Bunun için de sanatçının yapıtının başkalarına iletilmesi gerekir. Bu iletmeye de, sergileme aracılığıyla gerçekleşir.

Sunum ya da sunuşun, sanatın temel hareketi olduğu aşikârdır. Sergileme bir amaç ise; sunulan nesne araçtır. Bu bağlamda sanat ve sanat nesnesinin sunulmak üzere oluşturulduğu söylenebilir. Sergileme eyleminde, sunan kişi (sanatçı), sunulan nesne (sanat eseri) ve de sunulan (izleyici) vardır. Bu üç aşamadan biri olmadan sergileme düşünülemez, sanat oluşturulamaz. Sunumun şekillenmesinde büyük rol oynayan eser, en iyi şekilde sunulan kişiye aktarılmalıdır ki, bu üç kademeli iletişim, amacına ve sonucuna ulaşabilsin. Sanatçının duruşu, düşünceleri ve sanatsal tutumu da sunum ve tasarım olarak nitelendirilebilir. Bu duruş ve sunum, en belirgin olarak sanatçının çalışmalarında kendini gösterir (Morkoç, 2013).

Nesneleri ya da işleri gösteren, sunan, paylaşma ve yoruma açan sergilemenin ne için yapıldığını, ya da bir fuarın neden kurulduğunu, neden bir televizyon reklamı ya da reklam ilanı dururken, bir stand ve üzerinde birçok eserle birlikte sergileme yapıldığını; Velarde "sergilenecek bir şeyin ve anlatılacak bir hikâyenin olması" şeklinde ifade etmektedir (Velarde, 1988, s.49). Dernie (2006, s.6) ise; sergileme yapmanın insanın doğasında olan bir etkinlik olduğunu belirterek, her bireyin evinin aslında bir sergileme alanı olduğunu ve insanların kendileri, yaşamları, ihtiyaçları hakkında bilgi vermek için nesnelere sergilediklerini ifade etmektedir. İnsanoğlunun ne zaman ve ne amaçla iletişim kurmaya başladığı hakkında birçok araştırma yapılmıştır. Lorenc, Skolnick ve Berger (2007, s.8) insanın sahip olduğu nesnelere ve buldukları çevreyi, içgüdüsel sergileme hissini gidermek, saygı göstermek, aydınlatmak, kutlamak, yaşanmışlıklarını göstermek, satış yapmak

gibi durumlar için bir araç olarak kullanmış olabileceklerini belirtmişlerdir.

Allwood ve Montgomery (1989, s.13) sergilemenin neden tercih edildiği ile ilgili belli başlı sebepler sunmuşlardır. Bunlar; izleyici başına düşen maliyetin düşük olması, hedef kitlenin ürüne olan tepkisini ölçmenin mümkün olması, izleyiciyle birebir iletişime geçilebilmesi ve sergilenen çalışmalarla ilgili detaylı bilgi verilebilmesi, sergileme tasarımının alıcıya gönderilen katalog vb. gibi tanıtım öğelerinden daha etkili olmasıdır. Kısaca sergileme için; bir ürünü, fikri ya da tekniği geniş bir kitleye tanıtmak, sunmak ya da satmak için uygun yerler olduğu söylenebilir (Demir, 2009).

Sergilemenin kavram olarak bir iletişim olduğu belirtildikten sonra, sanatta ve sanat eserindeki önemi daha net görülebilmektedir. Günümüzde yapıtların sergilendiği mekânlar düşünülünce, galeri tasarımlarındaki çeşitlilik, mekân, izleyici ve sergilenen nesne etkileşiminde açık, çok katmanlı ilişkilerin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

İç Mekânda Sergileme Tasarımı

İnsanoğlunun çevresiyle iletişim kurması sonucu ortaya çıkan ve günümüzde birçok farklı türde karşılaştığımız sergileme tasarımı, izleyiciyle en hızlı iletişim kuran tasarım alanlarından biridir. Sergileme tasarımı çeşitleri, birbirlerine çok benzer olsa da, kendi aralarında da zaman içerisinde daha da ayrışarak farklılık göstermeye devam etmektedir. Bu durum, sergileme tasarımının artık birçok yeni ortamda kullandığına işaret edebilmektedir. Son otuz yıl içerisinde hızla gelişen teknoloji, diğer alanlarda olduğu gibi sergileme kapsamında da devrim yaratacak ölçüde etkili olmuştur. Geleneksel anlamda oluşturulan sergileme mantığı, teknolojiye geline son nokta sayesinde “bilgiyi” farklı bir boyutta, sanat yapıtının farkını ortaya koyma çabalarıyla gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu bağlamda alışlagelmiş sergileme kavramının taşımış olduğu estetik tüm değerler yeniden yorumlanır hale gelmiştir. Dahası, modern dönemde, kendisinin farkına varan ve aydınlanan sanatçılar, günden güne, standardın dışına çıkan

çağdaş sunumların da etkisiyle, sergilemelerde basmakalıp anlayışları reddedip kendi duruşunu ortaya koymaya başlamıştır. Bunu en belirgin biçimde, çalışmalarına ve sunuş biçimlerine yansıtılmaktadırlar (Çolak, 2011).

Yapıtın izlenmesinde ve algılanmasında sanat eserine odaklı bir yaklaşımı beraberinde getiren sergileme tasarımı, zaman içerisinde eserlerin ve sergileme mekânlarının değişimi ile paralel olarak gelişmiştir. Değişim ne olursa olsun, dikkat edilmesi gereken noktaların temeli aynıdır. Etkili ve doğru bir sergilemede esas nokta sergileme tasarımının doğru kurgulanmasıdır. Sergileme tasarımı için yapılan hazırlıklar, kurgu, konsept, tasarım, sunuş aşamalarında birçok deneme ve entelektüel çalışma gerektirmektedir. Anlaşılabilir ve etkili sergileme tasarımı oluşturmak için iki temel çalışma göz önünde bulundurulur (Nezih, 2001). Bunlar bilgi aktarımına ve sergi tasarımına ilişkin çalışmalardır.

Bilgi Aktarımına İlişkin Çalışmalar

Bilgi üretme, ikna etme ve etkileme, öğretici iletişim kurma, birleştirme ve eşgüdüm sağlama gibi durumlar iletişimin önemli fonksiyonlarından bir kaçıdır (Tutar, 2003, s.120). “Bilgi ve Eğitim Odaklı Sergilemeler” temelinde çalışmalardan çok çalışmalara yönelik bilgiler üzerine yoğunlaşır. Hedef ziyaretçilere çalışmaları yorumlatırken bir yandan da bilgilendirmektir. Eğitim açısından da önemli olan bu sergilemeler, belirli bir sistem ve program dâhilinde tasarlandığında ziyaretçi ilgisini çekebilmektedir. Ayrıca galeriler için de önemli olan bu sergilemelerde hedef kitleye yönelik çalışmalar ve sunumlar yapmak daha kolaydır; çünkü bilgi çoğaltılabilen ve yorumlanabilen bir kavramdır. Çağdaş sanat müzeleri de mesaj verme kaygısı içerisinde toplumun estetik duygularını yansıtan sergiler düzenlemektedir. Bu tür sergilerde genellikle serginin vermek istediği mesaj dolaylı olarak ifade edilerek anlaşılması zor çalışmalar sergilenir. Bu nedenle, galeriler için, sanat eserlerinin vermek istediği mesajın anlaşılabilirliğini arttırmak ve bunun için bazı uygulamalar kullanmak oldukça

önemlidir. Örneğin; sergilenen çalışmalarla ilgili yalnızca fiyat ve malzeme bilgileri ile sınırlı kalmayan, işlevlerine, geldikleri ortama, yapılış veya varoluş nedenlerine ilişkin izleyici tarafından anlaşılabilir açıklamalar hazırlamak bunlardan bazılarıdır. Sunulan nesnelere tek başına değil aynı zamanda yaratılan konsepti ve atmosfer algısını da değerlendirmek, bu değerlendirmelerde anlamı ve algıyı destekleyici çizim, sketch, fotoğraf, harita, dijital görüntü, ses, gibi destekleyici elemanlar sunmak da çağdaş teknikler arasındadır. Atagök'ün belirttiği üzere; izleyicinin dikkatini çekmek, izleyicinin dikkatini tutmak, verdiği mesajı ya da yorumu iletebilmek etkili ve doğru düzenlemeyle kurulan sergilemeler ile gerçekleşir (Atagök, 1999, s.145).

Sergi Tasarımına İlişkin Çalışmalar

Çalışmaların sergilendiği mekânlar; izleyicinin yapıyla iletişim kurduğu, duygusal anlam yüklediği yerlerdir. Bu nedenle, sergilemede yapıt-mekân ilişkisi oldukça önemlidir. Sanatçı ve çalışmalar hakkındaki izlenimlerimiz bir galeriye girdiğimiz ilk anda olduğundan, oluşturulmak istenen atmosfer etkili bir biçimde yaratılamazsa çalışmalar ne kadar iyi olursa olsun, sönük duruma düşebilirler.

Venedik'te bulunan Giudecca 795 Art Gallery'sinin sahibi ve küratörü olan Rosalba Giorcelli'nin ifadeleriyle; bir sergi oldukça özgün olmalıdır. Sergilemede; alışılabilir, bilinenin dışına çıkmak gerekmektedir. Bunu yaparken çalışmaların sunuş biçimi anlaşılır olmalıdır. İşlerin konulacağı yeri, mekânı değerlendirmek ilk aşamada yapılması gereken önemli noktalardan biridir. Mekânın kimliğine uygun ona değer katacak çözümlerin tümünü göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

Bunlara ek olarak, sergileme tasarımı yaparken tıpkı bir iç mimarın yaptığı gibi, nesnelere korunmasına yönelik vitrin, kaide, dolap, raf, askı sistemleri gibi sergileme mobilyaları da uygun bir biçimde tasarlanmalıdır. Bu tasarımlar yapılırken, tasarım öğeleri olan renk, doku, denge, çizgi ve yönlendirme gibi öğelerin eserlere uygun olup olmadığı göz önünde bulundurulmalıdır. Genel

atmosfer dışında, sergilemelerde konseptle, konsepti anlamlandıracak metinlerle, destek malzeme, sergi sistemleri elemanları, aydınlatma ve mekân düzenlemelerine dair düşünülmesi gereken bazı kurallar vardır. Bunlar galerilerin ihtiyaçları ve sergileme alanında yapılan çalışmalarla doğru orantılı olarak gelişmektedir. Sergi tasarımı ve düzenleme yöntemleri; geçici kurulan sergilerin değiştirilmesi ve izlenmesi gereken yollar üzerine çalışmasını gerektirmektedir (https://issuu.com/xxi_dergi/docs/xxi_ekim13).

Sergileme tasarımlarına iki boyutlu ve üç boyutlu çalışmalardan örnek vermek üzere fotoğraf ve heykel sunumları bu bölümün alt başlıklarında incelenecektir.

Etkileşim Faktörü

Canan Çetinkanat, iletişimi; “kaynak ve hedef arasında davranış değişikliği oluşturmak amacıyla, bilgi, tutum, duygu ve becerilerin anlamlarının ortak kılınması, paylaşılması için gerçekleştirilen etkileşim süreci (Çetinkanat, 1996: 223)” olarak tanımlamaktadır. Etkileşim, alıcının cevabına göre mesajın kaynağını değiştirebileceği ve birbiriyi yeni mesajlar oluşturabileceği iki yönlü bir iletişim sürecidir. Vania Marins, sergileme konusunu, “etkileşimsellik kullanımı ile öğrenmeyi etkin bir biçimde sağlayan ve ziyaretçilere deneyimler kazandıran uygulamalar” olarak tanımlıyor (akt: Erkan, 2014). Öte yandan aynı tanıma farklı bir perspektiften bakılarak, bu uygulamaların teknik uzantılarından ziyade manuel uzantısını sorgulamak mümkündür. Çağdaş müzecilik ve sergi pratiği üzerine çağdaş tartışmalarda sıklıkla bahsedilen yöntemlerden biri olan duygusallık, bir etkileşim boyutu olarak açıklanabilir mi? Ayrıca öğrenme sürecinde etkileşimli mesajlar düzeyinde etkinliği gözlemlenebilir mi? Analizde, bu tür yöntemler örnek gösterim araştırması yoluyla da dâhil edilecektir. Günümüzde, kastedilen anlamıyla katılımlı bir sergileme stratejisi yürüten sergileme kavramının, bilgiyi mekânsal anlatılara dökerek, ziyaretçide üç boyutlu düzlemde takip edilip keşfedilmesi gereken ayrıntılar haline getirdiği; yani yaşamsal

boyutta sunduğu söylenebilir. Etkileşimli sergilerin ziyaretçiler ve öğrenme üzerindeki etkisi de bu sistemlerin farklı duylara hitap etmelerine ve eğlenceli biçimde kurgulanmalarına bağlıdır. Sergi pedagojisi uzmanı Greenhill etkileşimli sergilerin eğitim üzerinde ki rolünü şu şekilde ifade etmiştir: “Fiziksel katılım yorumcuların göstergelerle ilişkiye girmelerine neden olur, sorular sorulmaya başlar ve iletişim sürer gider. O anda gerçekleşen deneyimle, ziyaretçinin tepkisine bağlı olarak informal ve yapılandırılmamış eğitim gerçekleşebilir.” (1999, akt: Boyraz, 2012: 31)

Fotoğrafta Sunum

Sanatsal ifade biçimlerinin geliştirmesinde önemli bir rol oynayan fotoğraf, hem kültür paylaşımında önemli bir araç hem de kültürel anlamda üretimin bir parçasıdır. Fotoğrafın ortaya çıkışını hazırlayan sebeplerin temelinde, sanatçının ifade biçimini sürekli geliştirme isteği yatmaktadır. İnsanlığın gelişen algı seviyesi kadar, değişen toplumsal yaşama ayak uydurma çabası, bu isteğin kaynağı olmuştur (Çizgen, 1998, s.15).

Önceleri bir kopyalama cihazı olarak görülen fotoğraf, sanat ve bilim dünyasından gördüğü ilgi ile kısa zamanda güzel sanatlar alanında kendine önemli bir yer edinmiştir. Bu sayede kendi özgün dilini oluşturmaya başlayan fotoğraf, öncelikle modernist sanat döneminin temel öğelerinden olmuştur. Paylaşımı, diğer sanat dallarına göre daha kolay olan fotoğraf teknolojisi, sanatsal üretime yaratıcılık açısından geniş bir alan açmıştır. Aynı zamanda fotoğraf, modernizm ile ideolojilerin yayılmasını ve popüler imge üretiminin artmasını sağlamıştır (Timuçin, 2002, s.9).

Özdemir (Özdemir, 1996, s.3), fotoğraf sanatını ve gelişimini kısaca şu şekilde açıklamaktadır: “...Fotoğraf hem bir faaliyet, hem bir kitle iletişim aracı, hem de kendine özgü kuralları olan, toplumda ve sanat alanında geçerliliğini koruyabilen bir sanat olarak, çağdaş sanatların içinde yerini almıştır. Sanatların birbirinden bağımsız olmadığı ve sanatın artık tek başına ele

alınmamaya başladığı günümüzde fotoğraf sanatı da diğer sanatlarla birlikte kullanılmaktadır çünkü fotoğraf, başlı başına bir materyaldir. Yani malzeme ve teknik olarak çeşitli biçimlerde kullanılabilme özelliğine sahiptir. Ancak fotoğraf, sadece mekanik ve teknik bir işlem değil, onun da ötesinde diğer sanat dallarıyla bütünleşmeye en yatkın etkinliklerden birisidir. Bütün sanatlar arasında bir ilişki vardır ve bu ilişki, farklı sanat alanlarında kullanılan teknikler yoluyla her bir sanat alanının gelişimini, yaratılan eserleri ve birbirleri arasındaki bağları etkiler.”

Her fotoğraf bir makine vasıtası ile yapılması bağlamında nesnel gibi algılansa da sanatçının bir yorumudur ve her fotoğraf sanatçısının tekniği, estetik yorumu ve dünya görüşü anlamında donanımı ile çeşitlilik ve farklılık gösteren bir seçimdir. Fotoğrafın konusu, çekiliş şekli, kompozisyonu, ışık, renk vs. gibi pek çok özelliği fotoğrafçı tarafından bir seçim ile belirlenir. Fotoğraf ile beraber görüntünün bir aygıt aracılığıyla yeniden üretimi ve sunumu güvenilirlik bakımından ona diğer tüm görüntüleme çeşitlerinden farklı bir ayrıcalık kazandırmıştır. Bu konuda fotoğrafla ilgili olarak İhsan Derman görüşlerini şu şekilde ifade etmektedir; “Fotoğraf her ayrıntısının ressam tarafından oluşturulduğunu bildiğimiz bir resimden çok farklıdır çünkü mekanik bir sürecin sonucudur. Şöyle ki, fotoğraf makinesinin örtücüsü açılır açılmaz objektifin önündeki görüntü kendiliğinden film üzerine kaydedilir. İşte fotoğrafik görüntünün bu inanırlılığı, insan müdahalesine gerek olmadığından kaynaklanmaktadır” (<http://fotografya.fotografya.gen.tr/>).

Bir elektronik sanat eseri olan fotoğrafı, bilimsel bir bakış açısıyla yorumlarken kendi kavramları ile sorgulamak gerekir. Teknolojik gelişmeye bağlı olarak, fotoğraf sanatçısının anlatım yetenekleri de yeni boyutlar kazanmıştır (Tekin, s.37). Bu bağlamda fotoğraf sunumunda dikkat edilmesi gereken noktaları ele alacak olursak:

Fotoğraf sergilemelerinde öncelikli olarak hangi ebatlarda sergileneceğine karar vermek gerekir. Bir çalışma ne kadar büyük olursa genellikle

etkisinin de o oranda büyük olacağı düşünülür. Ancak sergilenen alanın genişliği bu konuda önemli rol oynar. Mekân izleyiciye 'görüş mesafesi' sunabilmelidir. Etkili olması adına büyük bastırılan fotoğraflar belirli bir mesafeden izlenemezse, aksine etkisini kaybedecektir. Genellikle çoğu sanat eserleri öncelikle uzaktan bakılarak algılanmalı, daha sonra yaklaşarak bazı detayla incelenmelidir. Ancak fotoğraf için bu durum farklıdır çünkü dijital ortamda oluşturulan çalışmalara yakından bakmak, net olmayan bir görme algısı yaratacağından çalışmanın etkisini azaltacaktır.

Bunun yanı sıra, dizilim bir diğer önemli etkidir. Her sergilemede olduğu gibi dil birliği oluşturmak esastır ve bunun için birbirinin peşi sıra dizilen çalışmaları titizlikle belirlemek gerekmektedir. Çalışmalar arasındaki renk benzerliği, doku, şekil bu duruma karar verirken etkili olabilmektedir. Bu hem izleyen için geçiş birliği sağlar hem de genel konseptin algılanmasında yardımcı olur. Mekânın sunduğu olanaklar ne olursa olsun, ona ayak uydurabilmenin önemli olduğunu araştırmacı Rahmi M. Koç Müzesi'nden, kişisel olarak deneyimlendiği bir sergiyle (Resim 1.) örneklendirmektedir.

Bu sergilemede, dolaşımı engelleyen ve uzaktan izleme şansını kaybettiren sütunlar göz önünde bulundurularak ölçüsü küçük fotoğraflar renk birliği içinde yan yana dizilmiştir. Ayrıca mekânda algıyı bozabilecek bazı kalorifer, yangın tüpleri için konulmuş olan dolaplar, niş vs. gibi kaldırılamayan elemanlar bulunmaktadır. Algı kirliliğine yol açan bu durum, çelenklerle önleri kapatılarak önlenmiştir. Kısaca, dikkate alınmayan bazı etkenler sergilemede göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Fotoğraf sanatı için, çerçeve ve kullanılan cam tipleri bir diğer önemli faktörlerdir. Fotoğraf çerçeveyi isteyip istemediğine aslında kendisi karar verir. Fotoğrafın parçası olup olmayacağı sonucunda sanatçıya bağlıdır. Ne var ki; minimalizmin ön planda olduğu günümüzde eskisi gibi görkemli çerçeveler ya da detaylandırmalar kullanılmamaktadır. Göz kirliliği yaratmamak, fotoğrafı sınırlandırmamak ve çalışmaların önüne geçmemek adına, eğer tercih ediliyorsa, mümkün olduğunca mekâna ve fotoğraflara uyumlu olan çerçeveler kullanılmalıdır. Açıkça; sadelikle bir şeyleri ifade edebilmek daha değerli hale gelmiştir. Parlak camdan kaçınmak yansımayı engelleyeceği gibi paspartu gibi çalışmayı büyütme için kullanılan



Resim 1. Rahmi M. Koç Müzesi- İlayda Çetin '24 Ayar- Mimari Fotoğraflar' Sergisi (Kişisel Arşiv, 2014)



Resim 2. Parme Sanat Galerisi- İlayda Çetin
'Çarşamba Pazarı' sergisi
(Kişisel Arşiv, 2012)

ve keskin farklar yaratan elemanlar fotoğraf sunumunda tercih edilmemelidir; çünkü fotoğraf oluşumu gereği olduğu gibi, mümkünse en sade çerçeveye, çalışmanın önüne geçmeyecek şekilde sunulmalıdır.

Bir başka önemli faktör ise aydınlatmadır. Galerilerde aydınlatma olarak gün ışığı kullanmak yerine, yapay ışık kaynakları kullanılmalıdır. Tavandan yansıtma yöntemiyle kullanılan aydınlatma, ışığın fotoğraflar üzerine

yansımaması sağlamaktadır ya da istenmeyen ışıkların oluşmasını engeller. Doğrudan fotoğrafın üzerine yansıtılan spot şeklindeki aydınlatmalardan kaçınılmalıdır. Fotoğrafları asmak için kullanılan aparatlar sağlam ve kolay asılır özelliğe sahip olmalıdır. İzleyiciye kolaylık sağlaması açısından galerilerde sergi yerinin giriş çıkışı rahat olmalıdır. Galerinin girişinden çekilmiş bu fotoğrafta (Resim 2), düşünülen dinlenme bölümü, ışıklandırma ve dolaşıma göre yerleştirilen ikram alanlarını gözlemleyebiliriz.

Geçmişte, fotoğraf sanatının teknolojiye diğer sanat dallarına göre daha yakın bir sanat oluşunun ve bir makine vasıtası ile uygulanmasının, sanatçının emek faktörünü diğer sanat dallarına oranla azalttığı düşünülse de, günümüzde, yaygınlaşan fotoğraf sanatı ve sergilemeleri bu durumun aksi olduğunu görmemizi sağlamaktadır.

Üç Boyutlu Ögelerde Sunum

Üç boyutlu plastik yapısıyla heykel, sanatsal sunum ifadesini, eylem ve kavram olarak en iyi destekleyen alanlardan biridir. Tüm sanat alanları gibi, heykel sanatı da hem biçimsel hem



Resim 3. Serap Akarcalı- Kuzey Yıldızı Projesi- Kuzey Ankara, Türkiye
(Kişisel Arşiv, 2012)



Resim 4. Serap Akarcalı- Kuzey Yıldızı Projesi- Kuzey Ankara, Türkiye
(Kişisel Arşiv, 2012)

düşünsel olarak bir aktarım ve bir sunumdur. Tarih boyunca, ilk heykellerden, çağdaş heykellere kadar, heykelin dönemlere göre değişiklik gösteren sunum biçimleri olmuştur. Heykel, içerik ve biçim olarak heykelin sunumları ve heykeltıraşların tutumları, sunumlarına yön vermiştir.

Heykelde sunum, biçim olarak heykelin yapısıdır; içerik olarak ise heykelin anlatımıdır. Mekâna yerleştirilen heykelin, izleyiciye aktarım şekli ve aktarım biçimi, heykelin biçimsel sunumudur. Başka bir deyişle, heykelin içeriğinin heykelle yön vermesiyle heykeltıraşın oluşturduğu biçim ve yapı, heykelin somut değerleri, heykelin biçimsel sunumunu oluşturur (Resim 3).

İçerik olarak sunumu ise, heykelin anlatımı, konusu ve amacı olarak, heykelin oradaki duruşunu ve amacını temsil eden sunumudur. Heykelin anlatısı, konusu ve izleyiciye belirtilmek istenendir (Öztürk, 2011). Bu bağlamda heykelin sunumunda dikkat edilmesi gereken noktaları ele alacak olursak: Öncelikle, heykeli her açısından

algılayabilmek oldukça önemlidir. Heykelin biçim olarak üç boyutlu yapıda oluşu, genel kıstas olarak etrafında dolanarak farklı anlamlar ve farklı görsel etkiler çıkarılması, heykeli izleyicinin gözünde daha gerçek ve daha etkili kılar. Büyük ölçekte olan ve belirli bir temel üzerine oturtulmuş, her açıdan algılanabilen dış mekân heykellerini bu duruma örnek olarak verebiliriz.

Bütün sanat eserlerinin olduğu gibi, heykellerin korunması da kültüre dayalıdır. Ülkemizde açık alanlarda yer alan heykellerin çoğunluğu Atatürk ve Türk büyüklerini temsil eden anıt heykellerdir. Anıt mantığı dışında yapılan sanatçının özgün heykelleri, diğer bir deyimle çağdaş heykel sanatı ülkemizde henüz çok yaygınlaşmamıştır. Bu nedenle açık alanlara yerleştirilen heykeller genellikle mekân, sosyal yapı ve fiziksel durumları göz önünde bulundurularak yerleştirmelidir (Resim 4).

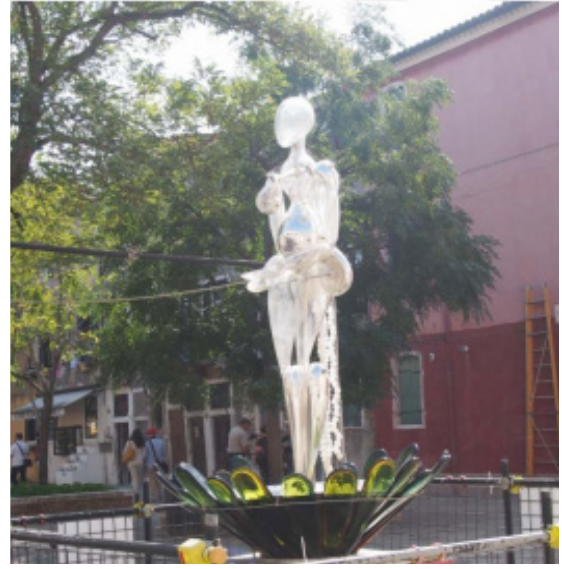
(Kişisel Arşiv, 2014) Ayrıca, ölçeği gereği iç mekân heykellerinden daha büyük olan dış mekân heykellerinin malzeme seçiminde, sürekli değişen



Resim 5. Serap Akarcalı- Kuzey Yıldızı Projesi-
Kuzey Ankara, Türkiye
(Kişisel Arşiv, 2012)

hava şartlarını ve insanların verebileceği zararları göz önünde bulundurmamak gerekmektedir. Burada kaide kavramı çözüm oluşturabilir. Örneğin Serap Akarcalı'nın Kuzey Yıldızı çalışmalarında (Resim 5) çim alanının üzerinde olması ve insan dolaşımının çok olacağı öngörüldüğü alanda, sosyal konum da düşünülerek heykeli koruma adına kaide üzerine yerleştirilmiştir. Çim makinasının çimi biçerken heykeli vereceği zarar bile düşünülmelidir. Ne yazık ki, ülkemizde pek çok dış mekân heykellerine spre, boya, sıvri ya da delici aletlerle zarar verildiği görülmektedir.

Sanatçı, tasarım aşamasında heykeli her açıdan algılanabileceği şekilde oluşturur. Sergilenirken de izleyiciler eserlerin etrafını 360 derece algılayabilecek ve her açıdan yorumlayabilecek duruma sahip olmalıdırlar (Resim 6). Bunların yanı sıra; aydınlatma sistemi heykeli öne çıkaracak şekilde yapılmalıdır. Örneğin, herhangi gölge düşmesi sorunu yaşanmaması için aydınlatma çapraz olarak iki taraftan verilebilir.



Resim 6. Dış mekân heykel örneği, Burano, İtalya



Resim 7. Çağdaş Sanalar Merkezi, avlu
sergilemesi, Padova, İtalya
(Kişisel Arşiv, 2015)

Ayrıca, eğer kullanılıyorsa, kaideler göz hizasını çok zorlamayacak yükseklikte olmalıdır. Aksi durumda izleyicinin algısı azalacaktır ve amaçlanan sergileme oluşturulamayacaktır.

Doğal ışıkla aydınlanan bu mekânda bütün çalışmalar her açıdan gözlemlenebilmektedir. (Resim 7). Oldukça ferah bir alan olmasının sağladığı avantajla büyük ölçekteki çalışmalar da rahatlıkla sunulmakta ve izlenmektedir. Kısaca, sergilenen nesne ne olursa olsun dikkat edilmesi gereken noktalar ortaktır. İzleyicinin dikkatini çekme, mekânda dinamizm yaratma bu şekilde gerçekleşecektir.

Sonuç

Bu çalışmada, gelişmiş ve gelişmekte olan sergileme kavramı günümüz şartları bağlamında ele alınmış, mimari prensiplere göre olması gereken parametrelerin incelenmesi ile çalışma kapsamında belirtilen yargılar, mekânlar üzerinden temellendirilerek daha somut bir şekilde ortaya konulmuştur. Bu kapsamda oluşturulan kişisel uygulamalarda; insanın içinde bulunduğu mekân ile olan ilişkisi ve bu ilişki şeklinin doğurduğu etkileşim ile sanatçı, sanat eseri, izleyici üçlüsünün sahip olduğu gereksinimler irdelenmiştir.

Günümüzde kullanımı her geçen gün artan teknoloji, günlük yaşamı kolaylaştırmanın ve hızlandırmanın dışında toplumsal hayatı da etkileyerek, bireylerin yaşam tarzlarını değiştirmeye başlamıştır. Sanat tarihsel süreçte de, değişim kavramı disiplinler arası etkileşimle ele alındığı görülür. Aynı ve farklı olmayı var eden bu kavram hiç bitmeyen bir döngü içerisindedir. Bu disiplinler, dönemseller farklılıkları verirken, araştırmanın temelini oluşturan sergileme kavramı ile ilişkilendirmemizi kolaylaştırmıştır. Sergilemenin de bir iletişim unsuru olduğunu göz önünde bulundurursak; galerilerin, nesne ve ziyaretçi arasında bir bağ kurmak amacıyla kullanılan alanlar oluşu teknolojinin sergileme tasarımları üzerinde değişiklikler yaratmasına neden olduğunu söyleyebiliriz. Sunum, teknoloji ve iletişim kavramları çoğunlukla birbirleriyle iç içe geçmiş kavramlardır. Bu kavramlar günlük yaşam içinde sadece tek başına etkili olabilirken, özünde birbirlerinden beslenmektedirler. Bu kavramlarının sergileme çerçevesinde ele alındığı bu çalışmanın temelinde ise özellikle sergileme ve tasarım ikilisinin ziyaretçi ile olan ilişkisi incelenmiştir.

Kaynakça

- Allwood, J. ve Montgomery, B. (1989). *Exhibition Planning and Design*. London: B.T. Batsford Ltd.
- Atagök, T. (1999). Yaşayan Müze ve Eğitim. *Sanat Dünyamız*, 71, 223-227.
- Atagök, T. (2000). Sanayi Mekânlarından Sanat Mekânlarına. *Mimarlık Dergisi*, 292, 9-14.
- Çizgen, G. (1998). *Fotoğrafın Görsel Dili*. Arkeoloji

ve Sanat: İstanbul.

Çolak, B. (2011). Tarihsel Süreç İçerisinde Müzelerle Birlikte Değişen Sergileme Mekânları; New York Modern Sanat Müzesi (moma) ve Frankfurt Modern Sanat Müzesi (mmk) Örneği. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 30.

Demir, Ç. (2009). Günümüz Sergileme Tasarımı, Türleri ve Londra'dan Sergileme Tasarımı Örnekleri. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.

Dernie, D. (2006). *Exhibition Design*. London: Laurence King Publishing.

Eldem, N. (2001). "Mekânsal Kurgu ve Müzenin Mesajı", *Kent, Toplum, Müze, Deneyimler-Katkılar*, (ed. Burçak Mardan), İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları.

<http://fotografya.fotografya.gen.tr/>

https://issuu.com/xxi_dergi/docs/xxi_ekim13

Lorenc, J., Skolnick L. and Berger C. (2007). *What is Exhibition Design?* Switzerland: A RotoVision Book SA.

Morkoç, M. (2013). *Sanat Nesnesi ve Mekân İlişkisi Üzerine Uygulamalar*.

Özdemir, B. (1996). Fotoğrafik Dil Yetisinin Evrimi Bağlamında Müdahale Sorunsalı, İzmir. D.E.Ü. S.B.E. Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Öztürk, C. (2011). 1960 Sonrası Heykelin Sunumu Ve Sergileme Tasarımları. Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir.

TDK. (2011). <https://sozluk.gov.tr/>

Tekin, S, A. (1990). Eski Kent Mekânlarında Sosyal Dönüşüm ve Beyoğlu Örneği, Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Timuçin, A. (2002). *Estetik*. İstanbul: Bulut Yayıncılık.

Tutar, H. (2003). *Örgütsel İletişim* (1. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Velarde, G. (1988). *Designing Exhibitions*. London: The Design Council.