

# Sergileme Tasarımının Tasarım Düşüncesi Süreçleri Bağlamında İncelenmesi

Investigation of Exhibition Design in the Context of Design Thinking Processes

Arş. Gör. Özge KALYONCU FIRAT\*  
Dr. Öğr. Üyesi İsmail Erim GÜLAÇTI\*\*

DOI: 10.46641/medeniyetsanat.1228716

Araştırma Makalesi / Research Article

## Öz

Sergileme tasarımı, bir sunma işinin görsel yaratıcılık ile birleşiminden doğan bir süreç eylemidir. Erken dönem insanının çevresiyle iletişiminden doğan birlikteliği, doğasından gelen sergileme içgüdüğü ile birleştirmesiyle ortaya çıkan sergileme tasarımı kavramı, günümüzde farklı tasarım yaklaşımları ile bilinçli olarak kurgulama eylemine dönüşmüştür. Beşeri bir süreç olarak sergileme tasarımı, tasarım kararını yönlendiren belirleyici unsurlardan etkilenmektedir. Mekân, ziyaretçiler, sanatçılar ve sergi düzenleyicileri ile birlikte zaman yönetimi ve maddi kaynaklar; sergileme tasarımının belirleyici unsurlarıdır. İnsanın içerisinde olduğu yaratıcı tasarım, çözüm odaklı, empati kurduran ve yinelemeli bir süreç olarak tasarım odaklı düşünmeyi gerektirir. Empati kurma, tanımlama, fikir üretme, prototip ve test aşamalarından oluşan süreci ile tasarım düşüncesi, sergileme tasarımında eleştirel düşünmeye fırsat sunan, hedef kitlenin beklentilerini anlayan, öğrenme ve problem çözmede fikir üreten ve sorunları tanımlayan düşünme odaklı bir yöntemdir. Sergileme tasarımı içerisinde tasarım düşüncesi süreci, tüm deneyimi anlamlandıran bilişsel, stratejik ve pratik bir yoldur. Betimsel literatür taramasına dayalı bu makalede; sergileme tasarımının ne olduğuna, gelişim süreçlerine, belirleyici unsurlarına ve sergileme türlerine değinilmiş, tasarım düşüncesi süreçleriyle birlikte araştırılmış ve son olarak sergileme tasarımında tasarım düşüncesi süreçleri seçilmiş örneklerle incelenmiştir. Bu makaleyle yinelemeli bir süreç olarak tasarım düşüncesinin sergileme tasarımında etkilerini tartışarak literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır. Bulgular, tasarım düşüncesi sürecinin her türden sergiye aynı düzeyde ve kolaylıkla uygulanamasa da sergileme tasarımında kolaylaştırıcı ve eleştirel düşünmeyi teşvik eden bir faydacı yöntem olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** *Sergileme Tasarımı, Tasarım Düşüncesi, İnteraktif Medya, Sanat Yönetimi*

## Abstract

Exhibition design is an act of process that arises from the combination of a presentation task with visual creativity. The concept of exhibition design, which emerged when early human beings combined the unity arising from their communication with their environment with their natural instinct to exhibit, has now turned into an act of consciously constructing with different design

Bu makale, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı İnteraktif Medya Tasarımı Yüksek Lisans Programı bünyesinde hazırlanan "Etkileşimli Sergilerin Sergileme ve Tasarım Tekniklerinin İncelenmesi" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

\* Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat Bölümü, ozge\_klync@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0976-7254

\*\* Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat Bölümü, gulacti@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6786-479X

approaches. As a human process, exhibition design is influenced by the determinants that guide the design decision. Space, visitors, artists and exhibition organizers, as well as time management and material resources, are the determining elements of exhibition design. Creative design involving human beings requires design thinking as a solution-oriented, empathetic and iterative process. With its process consisting of empathizing, defining, idea generation, prototyping and testing stages, design thinking is a thinking-oriented method that provides an opportunity for critical thinking in exhibition design, understands the expectations of the target audience, generates ideas for learning and problem solving, and defines problems. The process of design thinking within exhibition design is a cognitive, strategic and practical way of making sense of the whole experience. In this article based on descriptive literature review; what exhibition design is, its development processes, determining elements and types of exhibitions are mentioned, investigated together with design thinking processes and finally, design thinking processes in exhibition design are examined with selected examples. This article aims to contribute to the literature by discussing the effects of design thinking as an iterative process in exhibition design. The findings show that although the design thinking process cannot be applied to all types of exhibitions at the same level and with the same ease, it is a utilitarian method that facilitates exhibition design and encourages critical thinking.

**Keywords:** *Exhibition Design, Design Thinking, Interactive Media, Art Management*

## Giriş

İnsanoğlu doğuştan gelen sergileme güdüsüyle iletişim kurma eğilimindedir. İlkel insanlar, geçmişte nesnelere sunmak veya satmak için onları aydınlatmış, düzenlemiş ve sergilemiştir. Sergiler, iletişim kurmaya olanak tanıyan ortamlardır. Bu nedenle, en eski sergiler, ticaret için tasarlanan pazarlar ve fuarlardır. Sergileme tasarımı, koleksiyonerler, müzeler ve sanat galerileri ile uluslararası fuarlar temelinde gelişmiştir. Halka sunulacak bir hikâye anlatma fikri, çağdaş bir yaklaşım yaratmış ve sergileme mekânlarında ilham verici deneyimlere yol açmıştır. Sergileme tasarımı, yaratıcı bir sunum eylemi olarak çevresini etkileyen ve çevresinden etkilenen bir yapıya sahiptir. Bir sergilemenin tasarımı ziyaretçileri, sanatçıları, mekânı, sergi düzenleyicilerini ve süreyi yönetmek için maddi kaynakları içeren faktörlere göre belirlenir.

Kullanıcı beklentilerini anlamaya yönelik tasarım düşüncesi, insan odaklı çözümler arayan bir yaklaşım olarak ortaya çıkmıştır. Empati kurma, tanımlama, fikir üretme, prototip oluşturma ve test aşamaları, bu düşünce modelinin temel unsurlarıdır. Sergileme tasarımı, tasarım düşüncesi süreçleriyle birlikte kullanıcı deneyimini iyileştirmek için yaratıcı bir eylemdir. Sergileme tasarımında, tasarım odaklı çözümler; zorlukların üstesinden gelmek, kurumun hedeflerini yerine getirmek ve ziyaretçi beklentilerini karşılamak gibi empatik anlayış biçimlerini gerektiren problemler için geliştirilmektedir. En yenilikçi tasarım çözümleri için sergileme tasarımı, tasarım düşüncesi pratiklerinden faydalanmaya ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda doğru yönetilen bir süreç, yaratıcı tasarım çözümleri sunan ve izleyicilerin beklentilerini karşılayan başarılı bir sergileme tasarımı sonucunu beraberinde getirecektir. Bunun yanı sıra, sergileme tasarımında kullanılan materyaller, renkler ve ışıklandırma gibi unsurlar, ziyaretçilerin hayranlıkla izleyecekleri bir görsel şölen yaratmak için de önemlidir.

Bu makale, betimsel bir literatür taramasına dayanarak sergileme tasarımı konusunu ele almaktadır. Makalede, sergileme tasarımının tarihsel gelişimi, belirleyici unsurları ve farklı sergileme türleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Ayrıca, tasarım düşüncesi ve süreçleri de irdelenerek sergileme tasarımında kullanılan tasarım düşüncesi süreçleri örneklerle açıklanmıştır. Makalenin sonuç bölümünde ise, sergileme tasarımı ile tasarım düşüncesi

süreçleri arasındaki ilişkiye değinilmiş ve elde edilen bulgular detaylı bir şekilde tartışılmıştır. Bu çalışmanın amacı, sergileme tasarımında kullanılan tasarım düşüncesi süreçlerinin bilişsel ve duygusal etkilerini araştırmak ve elde edilen bulgularla literatüre katkı sağlamaktır. Sergileme tasarımı, günümüzde oldukça önemli bir konu haline gelmiştir. Bu nedenle, bu makalede ele alınan konuların, tasarımcılar ve araştırmacılar tarafından dikkate alınması gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca, sergileme tasarımı konusunda ilgili çalışmaların devam etmesi ve bu alanda yeni bulguların elde edilmesi de oldukça önemlidir.

## 1. Sergileme Tasarımı

Lorenc ve diğerleri (2010: 8) sergileme tasarımını, yerleşik çevre ile iletişim tasarımını birleştiren ve iletişim kuran çevreler yaratan bir kavram olarak ele alır. Sergileme tasarımında salt sergilemenin ötesinde bir görsel iletişim tasarımı eklenmektedir. Bir sunma eyleminin çok ötesinde olan sergileme, çok yönlü bir iletişim kanalı olarak görsel dili ile izleyiciyle iletişim kuran canlı bir kavramdır. Sergileme tasarımında mesajın iletilmesi istenen ziyaretçiye doğru bir şekilde ulaştırılması nihai amaçtır.

Velarde (1988: 49), bir fuarın ne için kurulduğuna, ne için reklamlar varken, sergileme tasarımına ihtiyaç duyulduğuna ilişkin sorulara anlatılabilecek hikâye veya sergilenebilecek bir şeylerin olması cevabını vermiştir. Taşçıoğlu ise (2017: 134), 21. yüzyıl tasarımcısının üç boyutluluk özlemine sergileme tasarımı ile gidermesinin bir fırsat olduğundan bahseder. Her geçen gün gelişen dünyada sergileme tasarımının gerçekleştiği mekânlarda başlayan gelişim süreci, yeni tasarım yaklaşımları yaratmış ve bununla birlikte ilham verici, ilgi çekici ve anlaşılabilir deneyimler yaratmak, sergileme tasarımının temel hedeflerinden biri haline gelmiştir. Çağdaş bir tasarım anlayışıyla gerçekleşen günümüz sergileri, katılımcılar için yeni ve kontrol edilebilir deneyimler yaratma, izleyici-mekân-eser iletişimini güçlendirme ve çift yönlü iletişim sağlama amaçlarına hizmet etmektedir. Bu bağlamda sergileme tasarımı, diğer disiplinlerden beslenen, çevresiyle iletişim kuran ve geçmişten günümüze dinamik bir yapıda değişen ve gelişen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

### 1.1. Sergileme Tasarımının Gelişimi

Lorenc ve diğerlerine göre (2010: 8), erken dönem yaşantısında insanoğlu nesnelere aydınlatmak, onları kutsamak, kutlama malzemesine dönüştürmek, satmak ve deneyimler yaşamak için içgüdüleriyle çevrelerini kullanmışlardır. Sergileme tasarımı adı verilen bu yaratıcı iletişim ortamları, insan deneyiminin tipolojisinin öncüsü olarak görülür. Sergileme tasarımının erken tarihinde, ilkel bir yaklaşımla nesnelere yalnızca sunumu odaklı tasarım yaklaşımları benimsenmiştir. Tasarım ise kavramsal boyutunda sahip olduğu yaratıcı deha ile yüzyıllardır insanoğlunun hayatında var olmuştur.

Göksel ve Sohodol (2005: 11)'a göre sergileme çalışmaları, tarihte bilinen en eski ve etkili tanıtım yöntemlerinden biridir ve milattan önce 3. yüzyıla dayanmaktadır. Velarde (1988: 13) ise pazar yerlerinde satmak için oluşturulan mekanların ilk sergileme örnekleri olduğundan bahseder. Geçmişte eski pazar yerlerinin öncüsü olduğu ticaret fuarları, zamanla uluslararası boyutlara ulaşmış ve halka açık büyük etkinlikler haline gelmiştir. Müzeler, galeriler ve fuarlar ile sergileme tasarımı, dünyada farklı bir noktaya taşınmıştır. Konikow'a (1994: 10), Orta Çağ Venedik Sergisi'nin erken tarihte iz bırakan bir sergi

oluğundan bahsederken; Küçükerman (2002: 9) sergi tasarımı kavramının ilk olarak Sanayi Devrimi döneminde ortaya atıldığından bahsetmiştir (Demir, 2009: 53).

Sergileme tasarımı; asıl gelişimini merak odaları, salon sergileri ve fuarlarla birlikte gerçekleştirmiştir. Çalışkan (2016: 28), 17. yüzyılda insanların farklı bölgelerinden ve coğrafyalardan keşfedip topladıkları egzotik nesnelere sergilemeye başladığından ve bu sergiledikleri ortamlara ise Merak Odaları (Cabinets of Curiosities) ismini verdiklerinden bahseder. Görsel 1'de yer alan bitki, hayvan ve diğer canlı türlerine ait nesnelere, el yapımı sanat nesnelere ile ilk çağ ürünleri, bilimsel malzemeler ve egzotik nesnelere gibi birçok nadir nesnenin saklanıp sergilendiği bu odalar, keşif gezilerinden ve bilimsel gelişmelerden sonra sahip olunan nesnelere saklamak ve sergilemek için kullanılmıştır. Birer sosyal sınıf göstergesi haline gelen merak odaları, bugünün sergileme anlayışını beslemiş ve müzeciliğin gelişimine de katkı sağlamıştır.



**Görsel 1.** Nadire Kabineleri (<https://artsandculture.google.com/theme/the-cabinet-of-curiosities/4QKSkqTAGnJ2LQ> / E.T: 14.11.2022).

Dünyada sergileme eyleminin soyluların evlerinden ya da saraylardan çıkıp halka açılmasında koleksiyonerlerin rolü büyüktür. Prenslere koleksiyonlarının resmi izinler alındıktan sonra ilk defa halka açılmasının örneği Uffizi Galerileri'dir (Bulduk, 2018: 166). 16. yüzyılda sanatın koruyucu ailesi Medici'nin de özel koleksiyonunun yer aldığı Giorgio Vasari'nin düzenlediği Uffizi Sarayı'nın ikinci katında yer alan sergi, özel koleksiyonların halka açıldığı ilk örneklerden biri olarak sergileme tasarımı tarihinde önemli bir yere sahiptir. 18. yüzyıla gelindiğinde ise Medici ailesinin koleksiyonunun yeniden düzenlenmesi ile birlikte koleksiyon kamulaştırılmıştır.

Karaca (2015: 65), müzelerin kamusallaşması üzerine gerçekleştirdiği çalışmada, halkın kendi kamusallığını yaratmaya çalışması sonucunda kamusal müzelerin ortaya

çıkışının, sanatı toplumla yakınlaştırma amacından geldiğini söyler. Bu noktada Avrupa'da yaşanan aydınlanma çağı ile beraber 1759 yılında Londra'da halka kapılarını açan British Museum, 1764 yılında St. Petersburg'da açılan Ermitaj Müzesi, Paris'te 1793 yılında bir kraliyet sarayından müze haline gelerek halka açılan Louvre Müzesi; dönemin önemli kamusal müzeleri olarak insanlık tarihine hizmet etmiştir (Görsel 2). Müzeler başlangıcından beri benimsedikleri sergileme yaklaşımları ile çağa ayak uyduran, toplum ile diyaloga giren, toplumu eğiten ve kültürü besleyen kurumlar olmuştur.



**Görsel 2.** Louvre Müzesi, 19. Yüzyıl

([https://en.wikipedia.org/wiki/Louvre#/media/File:Giuseppe\\_Castiglione\\_-\\_View\\_of\\_the\\_Grand\\_Salon\\_Carr%C3%A9\\_in\\_the\\_Louvre\\_-\\_WGA4552.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Louvre#/media/File:Giuseppe_Castiglione_-_View_of_the_Grand_Salon_Carr%C3%A9_in_the_Louvre_-_WGA4552.jpg)/E.T: 15.11.2022).

Yagou (2003: 84), makalesinde sanayisi gelişmiş ülkelerin katılımı sayesinde, en önemli ve en büyük etkinlik olarak açık ara aşan bir ölçekte organize edilmiş 1851'de Londra'da açılmış Büyük Sergi'den bahseder. 19. yüzyıla gelindiğinde ilk uluslararası fuar olarak bilinen 1851 Büyük Londra Sergisi, dünya fuarlarının başlatıcısı olarak kabul edilir. Çeşitli uluslardan gelen sanatsal, teknolojik ve ekonomik ürünlerin aşamalarının değerlendirilebildiği ve global bir çekişmenin gözlemlenebildiği bir konum olmuştur (Tekdemir, 2018: 314). Büyük Sergi olarak anılan ilk fuar, Hyde Park, Londra'da inşa edilen Kristal Saray'da düzenlenmiştir. (Görsel 3) Sergi binası cam kaplı bir yapı içinde doğu ve batıya uzanan kanatlar ve ortada bir çeşme olacak şekilde tasarlanırken; içerisine yerleştirilen ağaçlar ile sergileme mekânlarına yeni bir yaklaşım getirmiştir. Katılan ülkeler, ürün çeşitleri ve katılımcılara uygun şekilde kategorize edilmiş bir alan kullanımı ile sergileme tasarımı gerçekleştirilmiştir. 1851 Büyük Londra Sergisi, kendisinden sonra düzenlenen uluslararası sergilere ilham olmuştur.



**Görsel 3.** Kristal Saray, 1851, Londra (<https://www.britannica.com/topic/Crystal-Palace-building-London> / E.T: 15.11.2022).

Uçar (2019: 37), 19. yüzyılda dünyada müzeciliğin altın çağını yaşadığından bahsederken; Fransız İhtilali'yle birlikte Avrupa'da ortaya çıkan ulus devletlere vurgu yapar ve Endüstri Devrimi'yle müzelerin toplumların zenginliğini ve modernliklerini hem milliyetçi hem de dışavurumcu bir tavırla temsil etme iddiasını aktarır. 19. yüzyılda müzeler ve beraberinde açılan sanat galerileri, sergileme tasarımında belirleyici rol oynayan ana mekânlardır. Kronolojik sıralamaya dayalı sergilemeler ile gelişigüzel eser yerleştirmeleri, sergilerin zamanla bir hikâye anlatımına bağlı olarak kurgulanması ve ziyaretçi odaklı bir sergileme tavrı benimsenmesi ile değişmiştir.

Nesnelerin ilkel sunum yöntemlerinden nadir nesnelerin toplanıp sergilenmesi, bu sergilerin zamanla halka açılması, dünyada büyük uluslararası sergilerin gerçekleşmesi ve sonuçta sanat ve kültür nesnelerinin sergilenmesi için müze ve sanat galerileri gibi sanat mekânlarının oluşturulması; dünyada sergileme tasarımının gelişim aşamalarıdır. Dünyada sergileme tasarımı, erken dönemden günümüze hayatın her alanında sunma eyleminden doğan ve farklı amaçlarla çevresini etkileyen bir eylemdir.

## 1.2. Sergileme Tasarımında Belirleyici Unsurlar

Aykut, mekânda kullanılacak olan tasarım nesnelerinin seçilmesi ve bu nesnelerin mekâna ve hikâyeye uyacak şekilde tasarlanması gerektiğini belirtir. (2017: 240-241). Ancak, sergileme tasarımı unsurları çerçevesinde incelenmesi gerektiğini de vurguluyor. Sergileme tasarımı belirleyen dört temel unsur vardır: ziyaretçi, sanatçı, mekân ve sergi düzenleyicisi. Bu unsurlar etkileşim halinde olduğundan, anlatı kurgusu da bu unsurlara bağlı olarak şekillenmektedir. Ancak, zaman yönetimi ve maddi imkânlar gibi diğer faktörler de bu unsurları etkileyebilir. Dolayısıyla, sergileme tasarımı disiplinlerarası birliktelikten faydalanan bir süreçte sahiptir ve bu süreçte tüm belirleyici unsurlar bir arada

çalışarak etkileşimi yönetmeye ve bilgiyi edinme sürecini hızlandırmaya çalışır. Bu sayede, tüm unsurlar arasında kurulan güçlü bağlar sayesinde doğru yönetilmiş bir sergileme tasarımı oluşturulabilir. Bu nedenle, tasarım nesnelерinin seçimi ve tasarımının yanı sıra, sergileme tasarımının tüm unsurları arasındaki etkileşimi yönetmek de son derece önemlidir.

Ayrıca, sergileme tasarımcılarının zaman yönetimine özen göstermeleri gerekmektedir. Çünkü zaman yönetimi, sergileme tasarımının etkili bir şekilde planlanması için kritik öneme sahiptir. Sergileme tasarımı, ayrıntılı bir planlama ve koordinasyon gerektirir ve bu süreçte maddi imkânların da kullanımı önemlidir. Bu nedenle, sergileme tasarımı disiplinlerarası birliktelikten faydalanan bir süreçtir. Bu süreçte, tasarımcılar, ziyaretçilerin beklentilerine uygun bir şekilde sergi düzenleme imkânı sunarken, sanatçıların eserlerini sergilemek için uygun bir ortam yaratmaya çalışırlar. Ayrıca, sergi düzenleyicileri, sergi alanının fiziksel özelliklerine uygun bir şekilde sergi düzenlenmesini sağlarlar. Sergileme tasarımının amacı, ziyaretçileri etkilemek ve onlara unutulmaz bir deneyim sunmaktır. Bu nedenle, tasarımcıların ziyaretçilerin ilgisini çekecek ve onları etkileyecek eserleri sergilemeleri gerekmektedir. Ancak, bu eserleri sergilemek için uygun bir ortamın yaratılması da son derece önemlidir. Bu nedenle, sergileme tasarımı, birçok farklı unsuru bir arada kullanarak, ziyaretçilerin ilgisini çekecek ve onları etkileyecek bir deneyim sunmaya çalışır.

### 1.2.1. Ziyaretçiler

Locker'a (2013: 51) göre, müzeye gelen ziyaretçilerin sadece duygusal ihtiyaçları değil, aynı zamanda eğitim ve kültürle ilgili gereksinimleri de bulunmaktadır. Bu gereksinimler, ziyaretçilerin öğrenme yöntemlerini de etkilemektedir. Bu nedenle, sergileme, ziyaretçi odaklı bir kurgu ile tasarlanmalı ve ziyaretçilerin öğrenme deneyimini geliştirmelidir. Serginin teması, anlatısı, mesajı ya da amacı, ziyaretçinin sergi ile kuracağı iletişime ve öğrenme şekline bağlı olarak belirlenmeli ve ziyaretçilerin beklentilerini karşılamalıdır. Ancak, ziyaretçilerin beklenen mesajı alabilmesi için sergileme tasarımı amacına ulaşmalıdır. Bu nedenle, sergi tasarımı, ziyaretçi oryantasyonuna uygun bir şekilde yerleştirme, aydınlatma ve diğer tüm ergonomik unsurların belirlenmesiyle başlar. Böylece, tüm sergileme elemanları, ziyaretçilerin müzeyi daha iyi anlamalarına ve öğrenmelerine yardımcı olacak şekilde hazırlanır. Örneğin, sergiye interaktif öğeler eklenerek, ziyaretçilerin sergiyle daha fazla etkileşimde bulunmaları sağlanabilir. Ayrıca, sergileme elemanlarına ek açıklamalar ve görseller eklenebilir, böylece ziyaretçilerin konu hakkında daha fazla bilgi edinmeleri sağlanabilir. Tüm bu eklemeler, ziyaretçilerin müzede daha uzun süre kalmalarını ve daha fazla öğrenmelerini sağlayacaktır.

Ayrıca, müzenin dijital araçlar kullanarak ziyaretçilere sunduğu fırsatlar da oldukça önemlidir. Özellikle müzelerdeki sanat eserleri ve tarihi nesneleri incelemek, öğrenmek ve anlamak için dijital araçlar oldukça yararlıdır. Bu araçlar sayesinde ziyaretçiler, eserlerin detaylı fotoğraflarını, videolarını ve hikâyelerini görebilirler. Ayrıca, bazı müzeler sanal gerçeklik teknolojisi kullanarak ziyaretçilere interaktif bir öğrenme deneyimi sunmaktadır. Bu tür teknolojilerin kullanımı, müzeyi ziyaret eden ziyaretçilerin öğrenme deneyimlerini daha da geliştirebilir.

Sonuç olarak, müze sergilemeleri, ziyaretçilerin duygusal ihtiyaçlarını karşılamakla birlikte, eğitim ve kültürle ilgili gereksinimlerini de ele almalıdır. Sergileme, ziyaretçi odaklı

bir kurgu ile tasarlanmalı ve ziyaretçilerin öğrenme deneyimini geliştirmelidir. Bu amaçla, serginin teması, anlatısı, mesajı ya da amacı, ziyaretçinin sergi ile kuracağı iletişime ve öğrenme şekline bağlı olarak belirlenmeli ve ziyaretçilerin beklentilerini karşılamalıdır. Yerleştirme, aydınlatma ve diğer tüm ergonomik unsurların belirlenmesi de sergi tasarımının önemli bir parçasıdır. Ayrıca, dijital araçlar kullanarak ziyaretçilere sunulan fırsatlar, ziyaretçilerin öğrenme deneyimlerini daha da zenginleştirir. Müze sergilemelerinin bu şekilde tasarlanması, ziyaretçilerin müzeyi daha iyi anlamalarına ve öğrenmelerine yardımcı olur.

### 1.2.2. Sanatçılar

Bendixen, modern sanat yönetimi kavramları üzerinden beceri ve rolleri ele aldığı makalesinde (2000: 9), sanatçının iç dünyasında oluşturduğu eserlerini dış dünyaya açarken, toplum ile değerler, stiller ve dil gibi konular üzerinden nasıl köprü kurabileceğini sorgular. Bu noktada, bir sanatçının yalnız kendi başına bir yönetim sürecine hâkim olamayacağı, ancak diğer belirleyici unsurlar ile etkileşimi aracılığıyla sürece dâhil olabileceği tartışılmaktadır.

Sanatçıların yaratıcı zekâsı tasarım sürecine destek verirken, diğer bileşenlerle iş birliği içinde çalışarak kendi misyonlarını yansıtan veya beklentilerini karşılayan sergilerde yer almak istiyor olmaları, sergi düzenleyicileriyle birlikte sergileme tasarımına dâhil olmalarını sağlamaktadır. Sanatçılar tüm tasarım sürecinde mekân, anlatı, tasarım ve diğer birçok eleman ile bütünleşik bir ilişkide olup, sergileme tasarımının bir parçasını oluştururlar. Bu noktada, sanatçıların sergileme tasarımındaki etkisi duygusal bir belirleyiciliğe sahiptir.

Öte yandan, sanatçıların eserleri, toplumun kültürü ve değerleriyle de etkileşim halindedir. Sanatçının eseri, toplumda bir tartışma başlatabilir, duygusal bir tepki uyandırabilir ya da toplumun değerlerini yansıtabilir. Bu nedenle, sanatçıların toplum ile etkileşimi, eserlerinin toplum tarafından anlaşılması ve takdir edilmesi için önemlidir. Sanatçılar, eserlerinin toplum tarafından algılanmasına yardımcı olacak şekilde, sürece dâhil olmalı ve toplumun değerleri ve kültürü ile uyum sağlamalıdır.

### 1.2.3. Mekân

Aykut (2017: 225), müze sergilemelerinde izleyici-sergi etkileşimi bağlamında mekân tasarımını incelediği çalışmasında, sergilerde mekâna ait öğelerin ziyaretçiler ile etkileşimde olacak biçimde tasarlanması gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, anlatının kurgusuna uygun bir düzenleme de gerektirdiğini belirtmektedir. Sergileme mekânları, tasarım sürecindeki en kritik bileşenlerdir. Mekâna ait teknik, fiziki ve bilgilendirici elemanların varlığı, sergileme tasarımının belirleyici öğelerindedir. Bu elemanlar, çoğu zaman mekâna ait kulaklıklar, rehberler, panolar, kataloglar, broşürler ve diğer tanıtım öğeleri ile web sayfaları, aydınlatmalar, güvenlik ekipmanları, havalandırmalar, duvar ve tavan ölçüleri, vitrinler, askılar, stantlar ve zemin döşemeleri ile duvar, tavan ve zemin renklerinden oluşur. Sanat eserleri ile duvar renginin yarattığı kontrast, çoğu zaman sergi atmosferini yaratan bir tasarım öğesi olarak mekân tasarımında önemli bir yere sahiptir. Hedef kitleye hitap eden ziyaretçi odaklı sergileme tasarımları için mekân ile ziyaretçi etkileşimine önem verilmekte ve daha interaktif bir deneyim yaratmak için teknolojik



araçlar da kullanılmaktadır. Bu sayede, ziyaretçilerin sergilenen eserler hakkında daha fazla bilgi edinmesi ve serginin amacını daha iyi anlaması amaçlanmaktadır.

#### 1.2.4. Sergi Düzenleyicileri

Küratörler veya sergi düzenleyicileri, sanat eserlerinin sergilenmesi sırasında bir aracı olarak hareket ederler. Ayrıca, sergide yer alan eserlerin bütünlüğünü korumak için çalışırlar ve diğer unsurlarla ilgili bilgilerini kullanarak uzlaşma sağlarlar (Vargün, 2015: 32). Sergi düzenleyicileri, gerçek bir tasarımcı olarak çalışır ve tüm süreci yönetirler. Diğer unsurlarla sürekli iletişim halinde olan sergi düzenleyicileri, sergileme tasarımını bir tasarım düşüncesi süreciyle tamamlarlar. Ziyaretçiyle empati kurma, problemleri tanımlama, fikirler üretme, ön denemeler gerçekleştirme ve test etme gibi süreçleri defalarca tekrar ederken; tüm temel unsurlara dikkat ederler. Bu süreçlerin tamamlanması, serginin daha iyi anlaşılmasını sağlar ve ziyaretçilerin daha keyifli bir deneyim yaşamasına yardımcı olur.

Sergi düzenleyicilerinin görevleri arasında sanat eserlerinin doğru yerleştirilmesi, sergileme alanının tasarımı, ışıklandırma, materyal seçimi, etiketleme, sergi kataloğunun hazırlanması, serginin tanıtımı gibi birçok detay yer alır. Sergi düzenleyicileri, bu detayların hepsini bir arada düşünerek, serginin en uygun şekilde oluşturulmasını sağlayarak ziyaretçilere unutulmaz bir sanat deneyimi sunarlar. Ayrıca, sergi sonrasında geri bildirimleri değerlendirerek, gelecekteki sergilerin daha iyi olması için gerekli değişiklikleri yaparlar.

Küratörler ve sergi düzenleyicileri, sadece sanat eserlerinin sergilenmesinde görevli değildir. Aynı zamanda, sanat eserlerinin seçiminden, sergi konseptinin oluşturulmasına, sanatçılarla iletişim kurmaktan, sergi mekânının tasarlanmasına kadar birçok işle uğraşırlar. Sergi düzenleyicileri, serginin tüm sürecinde diğer unsurlarla sürekli olarak iletişim halinde olur ve her ayrıntıya dikkat ederler. Sergi boyunca, ziyaretçilerin sergiyi en iyi şekilde anlamaları için yardımcı ederken sergi sonrası düzenlenen etkinliklerle de ziyaretçilerin sergiyi daha iyi kavramalarına yardımcı olurlar.

Sergi düzenleyicileri, özellikle günümüzde sanatın farklı alanlarda sergilenmesi ve sanat eserlerinin dijital platformlarda yayınlanmasıyla birlikte, yeni sorumluluklarla karşı karşıyadır. Sanat eserlerinin sanal ortamda sergilenmesi, sergi düzenleyicilerinin online sergi tasarımları ve ziyaretçilerin dijital ortamda sergiyi gezebilmeleri gibi yeni görevler ortaya çıkarmaktadır. Sergi düzenleyicileri, bu yeni ortamlarda da sanat eserlerinin en doğru şekilde sergilenmesi ve ziyaretçilerin en iyi deneyimi yaşamaları için çalışırlar.

#### 1.2.5. Zaman Yönetimi ve Maddi Kaynaklar

Vargün (2015: 20), sanat yönetiminde bütçenin ve kaynakların genellikle yetersiz olduğunu vurgularken, sergileme tasarımının süreçleriyle ilgili birçok kısıtlama olduğunu da belirtir. Sergi düzenleyicileri, sanatçılar ve ziyaretçiler arasındaki bütünleşik ilişki, sergileme tasarımının zaman yönetimini ve maddi kaynaklarını etkiler. Bu nedenle, sergileme tasarımının doğru bir zamanlamada gerçekleştirilmesi ve belirlenen süreler içinde tamamlanıp ziyaretçilere sunulması kritik öneme sahiptir. Ayrıca, bu süreç boyunca bütçe planının doğru bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Bu, sergileme tasarımının başarısını etkileyen önemli bir faktördür. Sergi düzenleyicilerinin sorumluluğunda olan

bütçe ve zaman yönetimi, sergileme sürecinin kritik unsurlarından biridir. Bu nedenle, sergi düzenleyicileri, bütçe ve zaman yönetimini doğru bir şekilde planlamalı ve belirlenen süreler içinde sergileme tasarımını tamamlayarak sunum aşamasına geçmelidirler. Bu sayede, sergileme tasarımının kalitesi ve başarısı artacaktır.

Sergi düzenleyicileri, sadece sergi tasarımı yapmakla kalmaz, aynı zamanda ziyaretçilerin sergiyi anlamalarına yardımcı olmak için sergi hakkında bilgi verirler. Sergi boyunca, ziyaretçilerin dikkatini çekecek şekilde sergi düzenleyicileri tarafından hazırlanan tanıtım materyalleri kullanılır. Bu materyaller, sergi hakkında ziyaretçilere bilgi verirken, sergiyi daha anlaşılır ve ilgi çekici hale getirir. Ayrıca, sergi düzenleyicileri, ziyaretçilerin sergi boyunca keyifli bir deneyim yaşamalarını sağlamak için interaktif alanlar, sanat eserleri hakkında bilgi veren videolar ve diğer etkileşimli materyaller de hazırlayabilirler.

Sergi düzenleyicileri, sergi sonrası da önemli bir görev üstlenirler. Sergi sonrası değerlendirme sürecinde, ziyaretçilerin geri bildirimlerini dikkate alarak gelecekteki sergiler için gerekli değişiklikler yaparlar. Ayrıca, sergi kataloğu gibi materyallerin hazırlanması, sergi sonrası birçok işlemi de içerir. Sonuç olarak, sergi düzenleyicileri, sanat eserlerinin sergilenmesi sırasında birçok detayla ilgilenirler ve sergiyi ziyaretçiler için keyifli bir deneyim haline getirmek için çaba sarf ederler. Bütçe ve zaman yönetimi, sergileme tasarımının kritik unsurları arasındadır ve sergi başarısını etkiler. Bu nedenle, sergi düzenleyicileri, bütçe ve zaman yönetimini doğru bir şekilde planlamalı ve sergi tasarımını belirlenen süreler içinde tamamlamalıdır. Ayrıca, ziyaretçilerin sergiyi anlamalarına yardımcı olmak için sergi hakkında bilgi veren materyaller hazırlamalı ve sergi sonrası geri bildirimleri değerlendirerek gelecekteki sergiler için gerekli değişiklikleri yapmalıdırlar.

### 1.3. Sergileme Çeşitleri

Bir sergileme tasarımında anlatının şeklini belirleyen ana unsur, sergilemenin türüdür. Sergileme türleri Mutlu Erbay'a göre (2011), temelde yedi başlık altında sınıflandırılmaktadır.

- I. Zaman Odaklı Sergiler
- II. Mekânsız Sergiler
- III. Sosyal Odaklı Sergiler
- IV. Eser Odaklı Sergiler
- V. Sanatçı Odaklı Sergiler
- VI. Tasarım Odaklı Sergiler
- VII. Koleksiyoner Odaklı Sergiler.

Ayan'a göre (2013: 142); süre, mekân ve yapıt bütünlüğüne göre değişen farklı sergileme sunum yöntemleri vardır. Kimi sergiler zaman odaklı bir yaklaşımla tasarlanırken; kimi sergiler eser odaklı bir tasarım yaklaşımını benimsemektedir. Bu ayırım, sergilemede ziyaretçiye sunulması istenen anlatıya ve belirleyici unsurların iletişimine bağlıdır. Sergileme, sergi türüne bağlı olarak farklı kurgu ve hedefler çerçevesinde tasarlanır. Bu noktada sanat nesnelere, mekân, zaman, küratörler, koleksiyonerler ve sanatçıların dâhil olduğu geniş kapsamlı ve çoklu etkilerin altında gerçekleşen bir tasarım sonucu ortaya çıkar.

### 1.3.1. Zaman Odaklı Sergiler

Sanat yapıtları izleyicilerle buluşurken; müzeler, galeriler, fuarlar ve diğer sanat kurumlarında sergilendikleri süre değişiklik gösterebilmektedir (Ayan Ergen, 2013: 131). Bu süre organizasyonu, sergilemede yapının sunum biçimine etki etmektedir. Bu zaman etkisi çerçevesinde şekillenen sergilemeler ise zaman odaklı sergiler olarak anılmaktadır. Zaman odaklı sergiler, kalıcı ve süreli sergiler olarak sınıflandırılmaktadır. Kalıcı sergiler, sanat kurumlarının koleksiyonlarını kalıcı veya uzun süreli olacak şekilde yerleşik bir düzende sergilemesiyle oluşturulmaktadır. Süreli sergiler ise belirli bir zaman aralığında gerçekleştirilen ve çoğunlukla birkaç aydan uzun sürmeyen sergilerdir. Zaman odaklı sergilerde, sergilemenin tasarımı süreç odaklı devam etmektedir.

### 1.3.2. Mekânsız Sergiler

Mekânsız sergiler, belirli bir fiziki mekânda var olmayan sergilemelerdir. Gezici sergiler, mekânsız sergileme türü olarak sürekli değişen mekânlarda tekrar tekrar düzenlenen hareketli bir sergileme türüdür. Erbay'a göre (2011: 76) gezici sergiler, belirli tarihlerde toplanıp başka mekânlarda yeniden açılır. Çoğu zaman bir taşıt üzerine inşa edildiği görülmektedir. İletişimin küreselleşmesi, sosyal ilişkilerin de küreselleşmesini beraberinde getirerek siber mekânlar (sanal mekânlar) ortaya çıkarmıştır (Güngör, 2019: 96). Sanal sergiler, tamamen mekân algısının kırıldığı ve dijital ortamdan ziyaretin mümkün olduğu bir türdür. Günümüzde birçok sanat kurumunun da bir web sitesi aracılığıyla izleyicilerinin erişim sağladığı sanal bir müzesi mevcuttur.

### 1.3.3. Sosyal Odaklı Sergiler

Sosyal ve kültürel odaklı sergilemelere Atasoy (1999), Hissi Sergi adını vermiştir. Bu sergiler, tiyatral sunuşları ile izleyicide duygusal etkileşim yaratmayı hedefler. Anı-hatıra sergileri, teatral bir sunum ile ziyaretçi üzerinde etki bırakmanın amaçlandığı sosyal odaklı bir sergileme türüdür. Sosyal odaklı sergi türlerinden biri olan eğitim odaklı sergiler, açıklayıcı ve bilgi vericidir. Eser ile izleyici arasında etkileşim sağlanması hedeflenmektedir ve bu bağlamda interaktif yöntemlere sıkça başvurulmaktadır. Sosyal odaklı sergilerin son türü olan eğlendirici sergiler ise anlatının eğlendirici öğeler ile desteklendiği, etkileşimi yüksek ve görsel işitsel medya araçlarının kullanıldığı sergilemelerdir.

### 1.3.4. Eser Odaklı Sergiler

Gülmen'e göre (2020: 1), eser odaklı sergilerde küratörlerin amacı nesnelere hakkında bilgi toplamaktır ve bu sebeple araştırma da sanat nesnelere etrafında toplanmaktadır. Bu eser odaklı sergilerden ilki, eserin amacına göre düzenlenen sergilerdir. Bu sergileme türlerinde, eserin hikâyesinin izleyicilere aktarılması hedeflenmektedir. Sergide kurgulanan tema, eserlere ait kavramlardan beslenmektedir. Bir diğer eser odaklı sergileme türü olarak eserlerin birbirleriyle olan ilişkisine göre sergilerde ise daha çok sistematik bir yol tercih edilmektedir. Ortak sınıflandırmalar altında bir bütün yaratarak düzenlenen sergilerde eserler, ilişkisel bağlamda sunulmaktadır. İnteraktif sergiler ise katılımcıların duyularına hitap eden, kalıcı öğrenmenin amaçlandığı ve izleyici ile

etkileşimin esas alındığı sergilemelerdir. Bu sergileme türünde interaktif medya araçları sıklıkla kullanılmaktadır.

### **1.3.5. Sanatçı Odaklı Sergiler**

Sanatçı odaklı sergiler; karma, grup, kişisel ve retrospektif sergileri kapsamaktadır. Kişisel sergiler, sanatçının özel sergisi olarak seçilmiş eserlerini sunduğu bir türdür. Retrospektif sergiler ise sanat hayatı boyunca sanatçının tüm çalışmalarını kronolojik olarak kapsayan sergilerdir. Birden fazla sanatçının bir araya gelerek oluşturduğu karma sergilerde sanatçılar belirli temalar altında buluşmaktadır. Bienaller de bir karma sergileme örneğidir. Bir döneme, akıma, okul ya da eğilime bağlı olan sanatçıların bir araya gelmesi ile oluşturulan sergi türlerine grup sergileri denir (Erbay, 2011: 81). Karma sergilerden farklı olarak üslup özellikleri benzeyen ve bir oluşum altında birleşmiş sanatçıların çalışmalarından oluşmaktadır.

### **1.3.6. Tasarım Odaklı Sergiler**

Tasarım odaklı sergilerden sanat nesnelерinin konusuna göre düzenlenen sergilemeler, konulu sergiler; birden çok konunun çapraz sergilemesi ile düzenlenen matris sergiler ise bağlamsal sergilerdir. Erbay'a göre (2011: 82) konulu sergiler, sergilenen eserlerin konusuna göre seçilen yapıtların bir araya gelmesinden oluşur ve sergileme konu odaklı ve konu önemine göre hiyerarşik düzende olmaktadır. Bağlamsal sergiler sıklıkla etnografik sergilerde tercih edilmektedir. Her nesnenin birlikte ilişkilendirilip gelişigüzel sunulması ile düzenlenen sergiler, tasarım odaklı sergileme türlerinden biri olan karmaşık sergilerdir. Politik olarak nitelendirilen ideolojik sergiler ise belirli bir görüş altında birleşen eserlerden oluşmaktadır. Daha çok savaş ve askeri müzelerde tercih edilmektedir. Didaktik yani öğretici sergi teması ile düzenlenen ve izleyiciden eleştiri bekleyen sergiler, keşfedici sergilemelerdir. Burada belirlenen amaç doğrultusunda kronolojik bir anlatım mevcuttur. Yerinde sergiler ise arkeolojik kazılar sonucunda eserin ilk halinin korunarak yerinde sergilemesi ile gerçekleşmektedir. Ören yerleri ile doğal koruma alanları yerinde sergileme örnekleridir.

### **1.3.7. Koleksiyoner Odaklı Sergiler**

Koleksiyon odaklı sergilemelerde; bilginin sergilenen eserler aracılığıyla ziyaretçilere aktarıldığı yine de nesnelерin ön planda olduğu bir tasarım söz konusudur (Uralman, 2006; Boyraz, 2008: 120). Koleksiyoner odaklı sergiler, toplayıcının eğilimlerine ve imkânlarına göre kendi zevkleri doğrultusunda topladığı eserleri sergilemesidir. Koleksiyonerler sahip oldukları koleksiyonları sergilerken, kendi temalarını ve anlatılarını katılımcılara aktarmayı amaçlamaktadır. Bu sergiler kimi zaman bir kuruma adına sergilemesine imkân tanınması ile gerçekleşirken, kimi zaman da kendi mekânlarında sergilemesi ile gerçekleşmektedir. Günümüzde Koç ve Sabancı ailelerinin koleksiyonları ile İş Bankası Müzesi koleksiyonları koleksiyoner odaklı sergileme türüne örnektir.

## 2. Tasarım Odaklı Düşünme

Stanford Üniversitesi'nde ortaya atılan Tasarım Odaklı Düşünme (Design Thinking), estetik bir nesne olmanın ötesinde, problemlere yaratıcı çözümler sunan bir tasarım yaklaşımıdır. Bu yaklaşım, yenilikçi ve insan merkezli bir yaratıcı süreç içerisinde problem çözme, öğrenme veya yeni bir tasarım oluşturma aşamalarında eleştirel düşünmeyi teşvik eden ve deneyimi anlamlandıran bir yöntemdir. Tasarım odaklı düşünme pratiği, gerçek bir bilişsel ve duygusal sürecin yaşanmasıyla problemi çözmeye giden bu aşamayı anlamlı kılmaktadır.

Meinel ve Leifer (2011) bu konuda şöyle düşünmektedir: İnsan merkezli bir yaklaşım olarak tasarım odaklı düşünme; sosyal bilimler, mühendislik gibi birçok disiplin ve alanların bütünleşmesiyle oluşmuştur. Birey merkezli olarak, çok disiplinli bir yapıda ve iş birliği içerisinde interaktif iyileştirmeleri gerçekleştirmektedir. Tasarım düşüncesi, günümüzde birçok sektörde ön planda olan interaktif tasarımlarla ilişkilidir ve sanat dünyasında da oldukça popülerdir. Örneğin, ziyaretçileriyle arasındaki iletişimi güçlendirmek ve gelişen dijital dünyaya ayak uydurmak isteyen müzeler ve sanat galerileri etkileşimli alanlar tasarlamaktadır. İnteraktif tasarımlar, insan merkezli görsel tasarımlardır ve birer etkileşim tasarımı pratiğidir. Bir etkileşim tasarımı ise tasarım odaklı düşünme yoluyla gerçekleştirilir. Tasarım düşüncesinin rolü, bir görsel tasarım için ne kadar önemliyse, interaktif tasarım için de aynı derecede önemlidir.

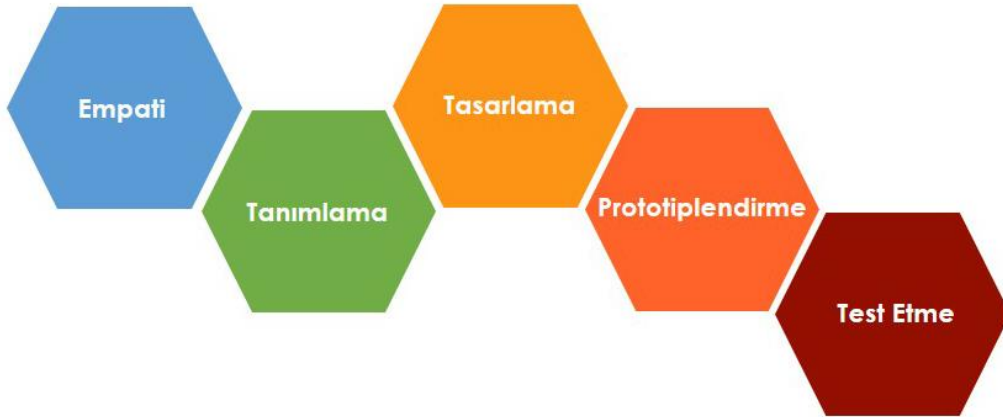
Hedef odaklı tasarımlar, kullanıcı deneyimlerine ve senaryolarına uygun şekilde tasarlanması gerektiği için interaktif bir tasarımda, ilk aşama deneyim haritaları hakkında düşünceler geliştirmektir. Bu tasarım düşüncesi, hedef kitlenin deneyimi üzerine odaklandıktan sonra, kullanılabilirlik üzerine yoğunlaşmaktadır. Kullanıcıların kullanılabilirlik problemlerinin tespiti sonrasında ise tasarımın tutarlılığı üzerine öğrenilebilirlik test edilmektedir. Bir etkileşim tasarımı, geri bildirimlerin alınarak kullanıcı beklentilerini karşılayıp karşılamadığını ölçme süresine geldiğinde tamamlanmaktadır. Bu bağlamda tasarım düşüncesi, tüm bu etkileşim tasarımını gerçekleştirmeyi mümkün kılmaktadır. Sanat kurumları hem sergileme sürecinde hem de etkileşimli alanların tasarımında tasarım düşüncesinden doğrudan yararlanmaktadır. Tasarım odaklı düşünme, insan merkezli bir yaklaşım olarak, insanların hayatlarını daha da kolaylaştırmak ve daha iyi hale getirmek için kullanılacak önemli bir araçtır.

Tasarım odaklı düşünme, sadece ürün tasarlama sürecinde değil, aynı zamanda işletmelerin hizmetlerini geliştirme ve müşteri deneyimlerini optimize etme konusunda da oldukça yararlıdır. Bu yaklaşım, işletmelerin müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlamalarını ve onlara daha iyi hizmet vermek için hizmetlerini tasarlama süreçlerinde kullanabilecekleri bir araçtır. Tasarım odaklı düşünme, işletmelerin müşteri memnuniyetini artırmalarına, müşteri sadakatini artırmalarına ve sonuçta daha fazla satış yapmalarına yardımcı olabilir. Tasarım odaklı düşünme, aynı zamanda eğitim alanında da kullanılan bir yaklaşımdır. Öğrencilerin yaratıcılıklarını teşvik etmek, eleştirel düşünme becerilerini geliştirmek ve problemlere yaratıcı çözümler bulma becerilerini artırmak için kullanılan bu yaklaşım, öğrencilerin hayatları boyunca kullanabilecekleri becerileri kazanmalarına yardımcı olabilir. Sonuç olarak, tasarım odaklı düşünme yaklaşımı, insan merkezli bir yaklaşım olduğu için, insanların hayatlarını daha iyi hale getirmek için kullanılacak harika bir araçtır. Hem ürün tasarım sürecinde hem de işletmelerin hizmetlerini geliştirme sürecinde kullanılacak bu yaklaşım, müşteri memnuniyetini artırabilir, daha fazla satış yapmalarına yardımcı olabilir ve öğrencilerin yaratıcılıklarını teşvik ederek gelecekteki başarılarına katkıda bulunabilir.

## 2.1. Tasarım Odaklı Düşüncenin Süreçleri

Tasarım Odaklı Düşüncenin kavramsal tanımı ilk kez 20. yüzyılda yapılmıştır. Simon (1969) Tasarım Odaklı Düşüncenin tanımını; ortak isteklerle örtüşen yeni fikir, seçim, alternatif ve uygulanabilirliklerin üretilmesi için tasarımcıların duyarlılık ve metodolojilerini kullanma şekilleri olarak yapmıştır. Rowe (1987), Tasarım Odaklı Düşüncenin yaratıcı yapısının yanında sistematik yapısını vurgulamaktadır. En yalın biçimde, yaratıcı sorun çözme süreci olarak tanımlanan tasarım düşüncesi, tasarım kavramlarının geliştirildiği bilişsel, stratejik ve pratik süreçleri kapsamaktadır (Visser, 2006; Çavuş, 2021: 15).

Tasarım düşüncesi, bir problem çözme yolu olarak tekrar edebilen bir yapıya sahiptir. İnsan ihtiyaçları en yüksek önceliği olan Tasarım Odaklı Düşünce kavramı, hem bir düşünce tarzı hem de bir yöntemdir. Bir yaratıcı eylem olarak tasarım düşüncesini birçok alanda kullanmak mümkündür. Günümüzde ticarete, sağlık ve finans hizmetleri de dâhil birçok sektörde kullanılan tasarım düşüncesi, karşılaşılan zorlukların çözülmesi için uygun bir yöntemdir. Çözülecek olan problemlerin insan merkezli olması, belirsizlik seviyesi, problemin anlaşılabilirliği ve mevcut olan bilgilerin miktarı; sorunun tasarım odaklı düşünme yöntemiyle çözülebilirliğini belirlemektedir. Problemlerin ve zorlukların çözümü ise tasarım odaklı düşünme sürecinin bir sonucudur. Çavuş'un 2021 yılında ele aldığı makalede tasarım düşüncesi süreçleri Etkileşim Tasarımı Kuruluşu'nun tanımıyla aktarılmaktadır: Dünyada tasarım düşüncesi konusunda oldukça kapsamlı kaynak ve etkinliklerin ulaşılabildiği Etkileşim Tasarımı Kuruluşu (Interaction Design Foundation), tasarım düşüncesi süreçlerini; empati kurma, tanımlama, fikir üretme, prototip ve test aşamaları ile tanımlamıştır (Görsel 4).



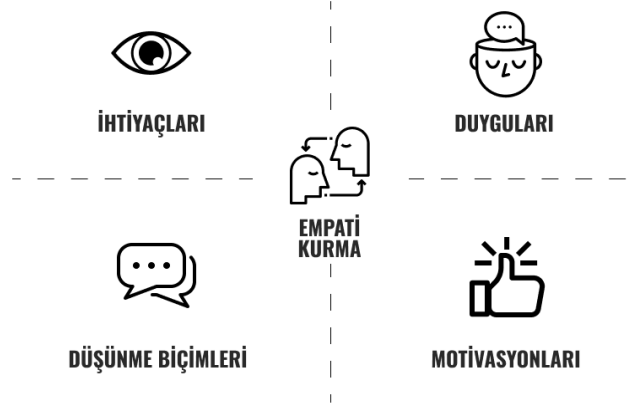
**Görsel 4.** Tasarım Düşüncesi Süreçleri

(<http://www.ozansoyupak.com/start-uplar-icin-bir-problem-cozme-yaklasimi-design-thinking/> / E.T: 27.11.2022).

### 2.1.1. Empati Kurma

Brown (2008), tasarım fikrinin oluşum aşamasının empati kurma ile başladığını vurgulayarak, empati kurmanın farklı bakış açıları kazandırdığını belirtmektedir. Empati kurmak, kullanıcının duygu ve düşüncelerini anlamak için farklı yollar sunar. Kullanıcının söylediklerine, düşündüklerine, yaptıklarına ve hissettiklerine odaklanarak, tasarım fikri

için yeni bir bakış açısı geliştirmek mümkündür. Görsel 5'te yer alan empati kurma yolları, kullanıcının ihtiyaçlarını, duygu ve düşüncelerini ve motivasyonlarını anlamak için kullanılabilir. Bu yöntem, insanlarla doğru iletişim kurarak gerçek empatiye sahip olmaktan geçmektedir ve bakış açısını derinleştirirken; tasarımı da anlamlı kılmaktadır.



**Görsel 5.** Empati Kurma Unsurları (<https://www.p-ux.net/ux/kullanici-deneyimi-ux101/tasarim-odakli-dusunme-sureci-empati-kurma/> /E.T: 15.03.2022).

Empati kurmanın temel faktörü olan kullanıcı davranışları, ihtiyaçları görünür kılmayı sağlar. Bu nedenle, empati kurma modu ile kullanıcı davranışları incelenir ve ihtiyaçlar ortaya çıkarılır. İnsan ilişkisi odağında gerçekleşen empati kurma adımı, önemli ölçüde bilgi toplama sürecinin başlangıcıdır. Doğru kullanıcı gruplarının ihtiyaçlarının ortaya çıkması ile kişilerin duygularına yön veren yenilikçi yönelimler, bu süreçte empati kurmanın doğru şekilde gerçekleştiğine işaret etmektedir. Bu yöntem, tasarım fikrini geliştirmek için yeni fırsatlar sunar ve kullanıcılarla daha iyi bir bağlantı kurulmasını sağlar.

### 2.1.2. Tanımlama



**Görsel 6.** Tanımlama Soruları (<https://www.p-ux.net/ux/kullanici-deneyimi-ux101/tasarim-odakli-dusunme-sureci-empati-kurma/> /E.T: 15.03.2022).

Tanımlama aşaması, tasarım düşüncesinin empati kurma aşamasından sonra gerçekleştirilir. Bu aşamada, kullanıcı ihtiyaçları belirlenir ve problemler tanımlanır (Şahin, 2019: 18). Tanımlama aşaması, kullanıcıların motivasyonlarını, değerlerini ve

görüşlerini anlamak için neden sorularıyla başlar. Daha sonra, tasarımın işlevselliği ve özellikleri hakkında sorularla devam edilir ve tasarımın erişilebilirliği ve estetiği üzerine odaklanılır. Tanımlama aşamasında belirlenen sorular ve gözlemler, tasarım sürecinin sonraki aşamaları için yön verici olur. Görsel 6'da yer alan tanımlama soruları, problemlerin belirlenmesi için bu süreçte gereklidir. Soruların yanıtlanması, verilerin, gözlemlerin ve soruların toplanmasına yol açar. Bu veriler daha sonra analiz edilerek, tasarımın işlevselliği ve özellikleri hakkında daha ayrıntılı bilgi edinmek için kullanılır.

Tanımlama aşamasında, zorlukların ne kadar iyi tanımlandığı da önemlidir. Eğer zorluğun bağlamı yanlış anlaşılırsa, geri adım atmak gerekebilir. Zorlukların doğru bir şekilde tanımlanması, sorunun doğru bir şekilde çözülmesi için önemlidir. Bu nedenle, tanımlama aşaması, yeniden başlayabilen ve tekrar edebilen bir süreçtir. Doğru problemin tanımlanması için, problemin daha geniş ya da daha dar kapsamlı olarak son haline karar verilir. Bu süreç, problemin doğru bir şekilde tanımlanmasını sağlar ve tasarım sürecinin bir sonraki aşamalarında kullanılacak bir arka plan oluşturur.

### 2.1.3. Fikir Üretme



Görsel 7. Fikir Üretme, Beyin Fırtınası (<https://www.biancabaumann.com/design-thinking-stage-3-ideate/> / E.T: 15.03.2022).

Fikir üretme süreci, birçok kişi için korkutucu bir aşama olabilir. Ancak, bu aşama, bir problemi çözmek ya da yeni bir ürün geliştirmek için önemlidir. Fikir üretmenin temelinde, hayal gücü ve yaratıcılık yatmaktadır. Bu aşamada, beyin fırtınası ve zihin haritalama gibi teknikler kullanılarak, problem ya da konuyla ilgili yeni ve özgün fikirler üretilebilir. Ayrıca, bakış açısını genişletmek ve farklı perspektiflerden bakabilmek de bu aşamada kritiktir. Örneğin, Görsel 7'deki beyin fırtınası yöntemi, fikir üretme sürecinde kullanılabilir etkili bir yöntemdir. Bu yöntemde, sınırlar belirlenerek, yeni fikirlerin üretilmesi sağlanır. Ancak,



sınırların ne kadar dar ya da geniş olacağı, fikir üretme sürecini etkileyebilir. Bu nedenle, sınırların doğru belirlenmesi, fikir üretme sürecinin başarısı için önemlidir.

Beyin fırtınası yönteminin yanı sıra, fikir üretme sürecinde mekânın da önemi büyüktür. Mekânın doğru değerlendirilmesi ve kullanılması, fikir üretme sürecine katkı sağlayabilir. Örneğin, mekânda bulunan kişilerin kendilerini rahat hissetmeleri ve motivasyonlarının yüksek olması, fikir üretme sürecini kolaylaştırabilir. Son olarak, fikir üretme süreci, bir grup içinde gerçekleştiriliyorsa, grupta yer alan kişilerin motivasyonlarının yüksek tutulması önemlidir. Böylece, fikirlerin özgün ve kullanışlı olması için gerekli enerji sağlanabilir. Tüm bu nedenlerden dolayı, fikir üretme süreci, tasarım odaklı düşünme sürecinin en önemli aşamalarından biridir. Bu süreçte, özgün ve kullanışlı bir tasarım düşüncesi elde etmek için, farklı teknikler kullanılarak, sınırlar belirlenerek ve mekânın doğru kullanımı sağlanarak fikirler üretilebilir.

#### 2.1.4. Prototip Oluşturma



**Görsel 8.** Prototip Örneği (<https://uxservices.com/blog/prototip-tasarimi-onemli-noktalar-turler-araclar-hatalar/> / E.T: 15.03.2022).

Sakama ve diğerleri (2018) tarafından önerilen prototipleme yöntemi, takım içinde ortak bir tanımlama yaratmak için bir imge olarak oluşturulmuş somut bir fikirdir. Tasarım düşüncesi sürecinde, problemlerin çözümüne yönelik çalışmalar, prototip oluşturma süreci ile başlamaktadır. Bu süreç, belirli bir probleme ilişkin mümkün olan en iyi çözümleri geliştirmeye yönelik ilk üç aşamadan sonra gerçekleşir. Bu aşamada, prototip süreci ile ilgili deneysel çalışmalar yapılarak, belirli kullanıcı grupları üzerinde deneyler gerçekleştirilir ve test edilir. Bu süreçte, ürün tekrar tekrar denenip, incelenirken; iyileştirmelere tabi tutulmaktadır. Bu aşamanın sonucunda, daha iyi çözümler üretilerek problemlere daha etkili bir şekilde yaklaşılması sağlanmaktadır.

Görsel 8'de de görülebileceği gibi, prototip oluşturma sürecinde tasarımı oluşturmak için kullanılacak olan yol haritası, basit teknikler kullanılarak inşa edilmeye başlanır. Yol haritasının oluşturulması, değişkenlerin belirlenmesi ve prototiplerin tekrarlanması sürecin doğal bir parçasıdır. Ancak, kullanıcıların ihtiyaçlarının doğru bir şekilde anlaşılması, sorularının yanıtlanması ve test sürecinde doğru geri bildirimlerin alınması için kullanıcı ihtiyaçları sürecin ön planda tutulması gereken bir diğer önemli aşamadır.

### 2.1.5. Test



**Görsel 9.** Test Etme Örneği ([https://www.linkedin.com/pulse/design-thinking-phase-5-test-nilufer-erdebil/?trk=articles\\_directory](https://www.linkedin.com/pulse/design-thinking-phase-5-test-nilufer-erdebil/?trk=articles_directory) / E.T: 15.03.2022).

Brown (2008), test etme aşaması için şu tanımlı yapar: Yazılı veya tasarlanmış çözümlerin paydaşlarla paylaşılması aşamasıdır. Bu aşama, ürünün veya fikrin en iyi çözüme kavuşarak test edildiği ve son aşama olan test sürecine hazırlandığı aşamadır. Test süreci, tasarım odaklı düşünme sürecinin son aşamasıdır ve kullanıcının duyu ve düşüncelerine, anlayışlarına hizmet eden tasarımın, değişikliklerin ve iyileştirmelerin en iyi haline getirildiği aşamadır. Test aşaması bazen geri dönüşlere sebep olurken, prototiplerin tekrar edilmesini de gerektirebilir. Görsel 9'da örneği verilen test aşamasında kullanıcılardan alınan geri bildirimler, kullanıcıların fikirleri, eleştirileri, soruları ve beğenilerini kapsamaktadır. Bu geri bildirimler, tasarımın daha da geliştirilmesi ve iyileştirilmesi için önemlidir. Bu nedenle, prototiplerin tekrarlanması ve test edilmesi sürecin temel unsurlarındandır.

Test aşamasında, neyin ve nasıl test edileceğini bilmek çok önemlidir. Prototipin kullanıcının günlük hayatına nasıl entegre edileceği ve uygun alanda test edileceği, testin doğruluğunu önemli ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle, test süreci dikkatli bir şekilde planlanmalı ve doğru bir şekilde uygulanmalıdır. Sonuç olarak, test etme aşaması ürün veya fikrin en iyi haline gelene kadar sürekli olarak tekrarlanması gereken bir aşamadır. Bu aşamada alınan geri bildirimler, tasarımın daha da geliştirilmesi ve iyileştirilmesi için kullanılmalıdır.

### 3. Sergileme Tasarımında Tasarım Düşüncesi Süreçlerinin İncelenmesi

Liedtka'ya göre (2011) tasarım düşüncesi, bir müşteri samimiyetinden elde edilen iç görüyü kullanarak bir işletmeyi sürekli olarak yeniden tasarlamaktır. Bu bir ürün, süreç ve iş modeli inovasyonunu ele alan bir yaklaşımdır. Tasarım düşüncesi, kullanıcı deneyimini geliştirme amacıyla empatik anlayış biçimlerini üretmek ve birey merkezli yaklaşımıyla ziyaretçiyi memnun etmeyi amaçlayan bir fikir süreci olarak müzelerde kullanılmaktadır. 21. yüzyılda müzeleri yaratmak, onları modern hale getiren temel olgu olarak tasarım düşüncesi pratiklerden faydalanmak durumundadır. İzleyicileri kendisini sergilemenin bir

parçası olarak hissetmesi için kimi zaman dijital sanat eserlerini, kimi zaman ise dijital sergileme yöntemlerini kullanarak müzeler; tasarım odaklı bir süreçten gelen çözümleri uygulamaktadır.

Sergileme ve tasarım odaklı düşünme doğrudan ilişkili iki kavramdır. Tasarım odaklı düşünme, müze veya diğer sergileme mekânlarında ziyaretçi katılımını artırmaya yönelik daha iyi bir mekân kurgusu gerçekleştirmek için sorulan sorulara yönelik çözümler üretir. Zorlukların tespit edilmesiyle çözüm süreci, sergileme için tasarım düşüncesini zorunlu kılar. Bu süreçte, ziyaretçilerin yani hedef kitlenin tespit edilmesiyle, onların karar ve duygularını anlamaya çalışmak, empatiyi yani ilk adımı oluşturur. Sorunların, problemlerin ve zorlukların tespit edilmesi tanımlama sürecini kapsar. Fikir üretme sürecinde, tüm kaynakların olası ihtimalleri değerlendirilirken; tüm senaryolar ve sorular zihinde test edilir. Prototip sürecine geçildiğinde, sergileme için tasarlanan düşünce uygulama için hazırlanır ve gerekirse mekânda bu uygulama denenmek için son aşama olan teste gönderilir. Test aşaması tasarım düşüncesinin hatalarını tekrar gözden geçirmeyi ve kusursuz bir tasarım için yeniden odaklanmayı mümkün kılar. Fikirlerin eyleme dönüştüğü bu aşama, tasarım düşüncesinin bir sonuca varıldığı nihai bir sürecin sonudur.

### 3.1. Empati Kurma

Gasparini (2015: 50) tasarım odaklı düşünme sürecinde, tüm tasarım ekibindeki katılımcıların, tasarladıkları çözümlerle ilgili kullanıcılar yaratmak için empati kurması gerektiğinden bahseder. Bu empati kurma süreci, tasarım düşüncesi süreçlerinin bir sergi tasarımındaki işleyişinde oldukça önemlidir. Serginin ilk ortaya atılan fikir ve yaratım sürecinden izleyicilerle buluşmasının tamamlandığı ana kadar sürdüğü düşünüldüğünde, tasarım ekibinin bu süreçte ziyaretçilerinin beklentileri, ihtiyaçları nelerdir sorularına yanıt araması ve katılımcıların duygularını ön planda tutması gerekmektedir. Bu nedenle tasarım sürecinin ilk aşaması, ziyaretçilerin nasıl düşündüğünün önemsenmesi ve onların motivasyonlarına uygun hareket edilmesini kapsamaktadır.

Sergi tasarımında, sergi ekibi ve düzenleyicilerinin, izleyicilerle empati kurarak düşünmesi önemli bir noktadır. Sergiyi gezecek olan katılımcının sergi içerisindeki serbest dolanım özgürlüğünün yaratılması, insan ergonomisine uygun ölçülerde yerleştirilen sanat nesnelere ile diğer elemanlar sayesinde rahat ve keyifli bir ziyaret deneyiminin mümkün kılınması, empati kurma süreci sayesinde gerçekleştirilmektedir. Bu süreçte, ziyaretçilerin beklentilerine ve ihtiyaçlarına uygun olarak tasarlanan sergiler, katılımcıların ilgisini çekmektedir.

Örneğin, Görsel 10'da yer alan 2022 Kasım ayında yedinci edisyonu gerçekleşen Artweeks Akaretler sergisi, ziyaretçi oryantasyonuna uygun konumlanan eserleri, sanatçıları, galerileri ve serginin sunduğu diğer imkanlarıyla tasarım düşüncesi süreçlerinden empati kurma modunun gerçekleştirildiği bir örnektir. Sergi, aynı semtte konumlanmış karşılıklı uzanan iki yapıya dağıtılmıştır. Bu sayede, katılımcılar için erişilmesi kolay bir şekilde konumlandırılmış ve kapılarda yer alan ziyaretçi yönlendirmeleri ile doğru navigasyonlar kullanılmıştır. Empati sürecinde kullanıcı ihtiyaçları ve motivasyonları doğrultusunda kurgulanan bu tasarımda; yine katılımcı beklentilerine yönelik olarak ücretsiz sergiye erişim hakkı, sanatçılarla, galerilerle iletişim hakkı ve son olarak eserleri satın alma hakkı tanınmıştır. Böylece, ziyaretçilerin sergiye katılımını artırmak ve sergiye olan ilgilerini korumak amaçlanmıştır.



**Görsel 10.** Artweeks Akaretler 7. Edisyonu Dışarıdan Görüntü  
(<https://www.sonsaat.com.tr/kultur-sanat/artweeks-akaretler-13-kasima-kadar-tum-sanatseverlerin-erisimine-acik-olacak/225523/> /E.T: 09.11.2022).

### 3.2. Tanımlama

Dam ve Siang (2018) tasarım odaklı düşünmenin tanımlama sürecine ilişkin olarak kaleme aldıkları makalede, tasarımın kullanıcılar tarafından anlaşılması, ihtiyaçları belirlemesi ve çözümler sunması açısından ne kadar önemli olduğuna vurgu yapmıştır. Sergi veya ürün tasarlarken, empati kurarak kullanıcıların ihtiyaçları ve sorunları hakkında daha fazla bilgi toplamak için kullanılan tasarım düşüncesi yöntemi, ikinci aşamada tanımlama süreci adımını oluşturur. Sergi tasarımcıları, ziyaretçilerin yerine kendilerini koyarak, ziyaretçilerin deneyimlerini daha iyi anlamaya çalışır ve bu şekilde ziyaretçilerin ihtiyaçlarını daha iyi belirleyebilirler.

Tanımlama süreci, sadece kullanıcı ihtiyaçları ve sorunları hakkında bilgi toplamakla kalmaz, aynı zamanda farklı sunum teknikleri ve empatik anlayışı besleyen yöntemler üzerine de düşünülmesini gerektirir. Bu süreçte, ziyaretçilerin motivasyonları, değerleri ve görüşleri hakkında bilgi edinmek, serginin işlevselliği ve özellikleri ile ilgili sorunları tespit etmek ve estetik değerleriyle erişilebilirliğini nasıl gerçekleştireceği ile ilgili problemler saptamak da önemlidir.

Görsel 11'deki örnekte, sergiye ait ziyaretçi navigasyonu tasarımı, empatik anlayışla tanımlanan probleme yönelik bir tasarımıdır. Ziyaretçilerin ihtiyaç ve problemlerine yönelik tanımlanan problemlere ve serginin işlevselliği hakkındaki sorunlara getirilen renkli yer navigasyonları çözümü, tanımlama sürecinde ortaya konan problemlerin çözümüne ait bir örnektir. Bu örnek, sergi tasarımcılarının, ziyaretçilerin sergi dolanımında yaşadığı plansızlık sorununu çözüme kavuşturmak için hangi yöntemleri kullanabileceğine dair bir örnek sunmaktadır.

Sonuç olarak, tasarım odaklı düşünme yöntemi, kullanıcıların ihtiyaçları ve sorunları hakkında daha fazla bilgi toplamak için kullanılan bir yöntemdir ve bu süreçte empatik

anlayış, sorunları çözmek için önemlidir. Bu nedenle, tasarım düşüncesine dayalı sergi veya ürün tasarlarırken, tanımlama süreci, tasarımın temelini oluşturur ve bu süreçte kullanılan yöntemler, tasarımın başarısını belirleyen faktörlerdir.



**Görsel 11.** Sergide Ziyaretçi Navigasyonu Örneği (<https://prezi.com/xc0o8vz5ehqy/muzelerde-sirkulasyon/> / E.T: 11.11.2022).

### 3.3. Fikir Üretme

Poth ve Riel (2020: 239) tarafından belirtildiği üzere, tasarım düşüncesinde ilham almak için fikir üretme süreci oldukça önemlidir. Bu süreçte tasarım düşüncesi yoluyla fikir üretmek, farklı bakış açılarına sahip olmaya ve özgün yaratıcılığa imkân tanımaktadır. Sergileme tasarım sürecinde ise, konsept üzerine beyin fırtınaları yapmak, eskizler çizmek ve hayali senaryolar oluşturmak bu sürecin başlıca aşamalarıdır. Ancak, fikir üretirken gerçekleşen beyin fırtınalarına sınırlar koymak, uçsuz bucaksız bir düşünme sürecini daraltırken; doğru bir zaman yönetimini de mümkün kılar.

2022 Nisan ve Kasım aylarında gerçekleştirilen 59. Venedik Bienali'nde yer alan Kosova Pavyonu'nda Jakup Ferri isimli sanatçının mimari ile birlikte kurgulanmış eseri (Görsel 12), tasarım düşüncesinden faydalanılarak düzenlenmiş bir sergileme örneğidir. Fikir üretme sürecinde sergi düzenleyicileri, sanatçı, eser ve mekâna uygun bir tasarım kurgulayarak yaratıcı ve farklı bir konseptte özgün bir sergileme tasarlamıştır. Bu bağlamda serginin tasarım kurgusu, fikir üretme sürecinde gerçekleşen beyin fırtınaları,

senaryolar ve eskizler aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Serginin tasarımı, izleyicileri etkilemek ve sergi konusuna olan ilgilerini arttırmak amacıyla zenginleştirilmiştir. Tasarım düşüncesinin, herhangi bir alan için fikir üretme sürecinde oldukça önemli ve yararlı olduğu gözlemlenmektedir. Fikir üretirken doğru bir zaman yönetimi ve sınırlar koymak, beyin fırtınaları yapmak, eskizler çizmek ve hayali senaryolar oluşturmak ise bu süreçteki başlıca adımlardır. Sergilemede ise, tasarım düşüncesinden faydalanarak yaratıcı ve farklı bir konseptte özgün bir sergileme tasarlamak mümkündür.



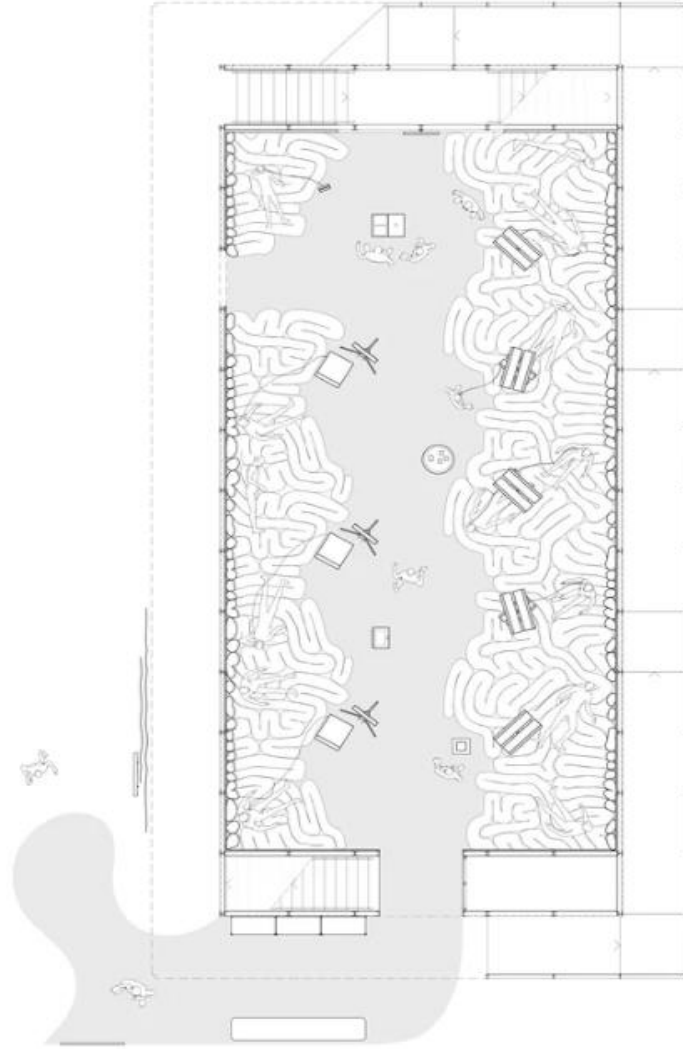
**Görsel 12.** Venedik Bienali Kosova Pavyonu, Jakup Ferri Eserleri (<https://www.unser-luebeck.de/magazin/draussen/7121-venedig-die-59-internationale-kunst-biennale> / E.T: 09.11.2022).

### 3.4. Prototip Oluşturma

Tasarım odaklı düşünme sürecinde prototipleme, daha iyi bir tasarım elde etmek için kritik bir adımdır. Prototip oluşturma aşamasında, tasarım düşüncesi yöntemi kullanılarak en iyi çözümler ve tasarımlar deneyerek sergilenir. Bu aşamada, etkileşimli medyaların tasarımı ve erişimi ile ilgili denemeler yapılır ve kullanılabilirlik testleri öncesinde prototip denemeleri gerçekleştirilir. Ayrıca, test aşamasından önce kullanıcı senaryoları oluşturulması ve bu senaryolara uygun prototip tasarımların yapılması da önemlidir.

Örnek olarak, 2020 yılında İsveç'te mimari tasarım müzesi ArkDes'te düzenlenen Weird Sensation Feels Good sergisi, prototipleme sürecine örnek olacak şekilde tasarlanmıştır. Sergide yerleştirilecek sanat nesneleri ve interaktif medya araçları için ilk prototip tasarımı, Görsel 13'te yer alan tasarım eskizidir. Bu tasarımın test edilmeden önce hataların giderilmesi ve tasarımda kullanılabilirliğin ölçülmesi açısından büyük önemi vardır.

Özetle, prototipleme süreci, tasarım odaklı düşünme sürecinde önemli bir adımdır ve daha iyi bir tasarımın hızlı bir şekilde elde edilmesine yardımcı olur. Bu süreç, etkileşimli medyaların tasarımı ve erişimi ile ilgili denemeler ve kullanılabilirlik testleri öncesinde gerçekleştirilen prototip denemeleri ile desteklenir. Ayrıca, test aşamasından önce kullanıcı senaryolarının oluşturulması ve bu senaryolara uygun prototip tasarımların yapılması da önemlidir.



**Görsel 13.** "Weird Sensation Feels Good" Sergisi Prototip, Tasarım Eskizi  
(<https://www.studiomercado.com/post/weird-sensation-feels-good-sergisi-arkdes-asrm/> / E.T:  
11.11.2022).

### 3.5. Test

Test aşaması, sergilemenin her aşamasında tasarımcıların ve diğer ilgili kişilerin iş birliği içinde çalışarak, sergiye dair en uygun çözümleri belirlemesi gereken kritik bir süreçtir. Bu aşamada, tasarımcılar, kullanıcıların geribildirimlerini alarak, prototipleri geliştirir ve iyileştirirler (Girgin, 2019: 60). Ayrıca, kullanılabilirlik testleri yaparak, ergonomiye uygunluğu ölçerek, aydınlatma ve mekânın doğru atmosferini yaratmak için ışıklandırmanın ve diğer vitrin ekipmanlarının doğru bir şekilde yerleştirilmesini sağlarlar. Sergileme alanının boyama işlemi ve diğer teknik sorunlarını çözerek, ziyaretçi oryantasyonuna uygun bir sergileme düzenlenir ve hazırlanır. Test aşaması, hataların giderilmesi için tekrar eden bir süreçtir ve en iyi tasarım, hataların giderilmesiyle elde edilir. Sergileme tasarımı sürecinin tümü bu aşamada tamamlanır.

Bir örnek olarak, Suna ve İnan Kıraç Vakfı koleksiyonunun sergilendiği Pera Müzesi Sanal Sergisi, dijital bir sergileme yöntemi olarak birçok test aşamasına ihtiyaç duymuştur. Sergi web sitesi aracılığıyla ziyaretçilere sunulmadan önce sanal serginin üç boyutlu görüntülenmesi için gerekli tüm çalışmalar tamamlanmış ve hatalar giderilene kadar tekrar tekrar test edilmiştir. Özellikle internet kaynaklı teknolojilerin test aşaması, hata payları göz önüne alınarak daha fazla tekrar eden bir sürece tabidir. Bu nedenle, tasarımcıların bu aşamada daha fazla zaman harcamaları ve hataların giderilmesi için daha fazla test yapmaları gerekmektedir.



**Görsel 14.** Pera Müzesi Sanal Sergisi (<https://www.sozcu.com.tr/hayatim/kultur-sanat-haberleri/uc-boyutlu-sanal-sergi/> E.T: 11.11.2022).



## Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırma, sergileme tasarımı kavramını, tasarım düşüncesi süreçleri üzerinden örneklerle açıklayarak tartışmayı amaçlamaktadır. Çalışma, sergileme tasarımının ortaya çıkışından bu yana gelişimini, üstlendiği anlamları, kavramsal çerçevede belirleyici unsurlarını ve sergileme türlerini ele almaktadır. Ayrıca, tasarım düşüncesinin anlamsal boyutunu ve süreçlerini de incelemektedir. Bu çalışmada, betimsel literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Sergileme tasarımında tasarım düşüncesi süreci örneklerle incelenmiş ve tasarım düşüncesi metodunun sergileme tasarımı üzerindeki etkisi gösterilmeye çalışılmıştır.

Bir sunum tavrı olarak sergileme, katılımcı tarafından alınması istenen mesajın iletme yönteminin tasarlanması ile sergileme tasarımına dönüşür. Sergileme, bir amaçken; tasarım bu amaca hizmet eden bir yardımcıdır. İnsanın sunma yolculuğu, tarihsel perspektifte ilkel dönemlerden bugüne kadar uzanmaktadır. İçgüdüsel sergileme ile başlayan bu yolculuk, yaratıcı eylemlerin eklenmesi ile farklı yaklaşımları da beraberinde getirmiştir. Evlerde nesnelerin salt sunumundan bu yana gelişen ve değişen şey, iletişimle doğan çok yönlü ilişkilerin getirdiği hikâyelerdir. Fuarlar, pazarlar, müzeler ve sanat galerileri ile sergilemenin kazandığı yeni anlamlar, tasarım yaklaşımlarını dönüştürmüştür. Sergileme tasarımı, mekândan, katılımcıdan, sanatçıdan, düzenleyiciden, zamandan ve maddi imkânlardan etkilenirken; insan odaklı tasarım fikirlerine yaklaşmıştır.

Sergileme tasarımı, bir hikâyenin sunum yöntemi olarak farkındalık ve bir bilinçlilik hâliyle ortaya konan bir eylemdir. Bu noktada sergileme tasarımını belirleyen etkenler aynı farkındalık ve söz hakkına sahiptir. Bir sergiyi düzenleyen küratörlerin bilinçli bir tasarım düşüncesi süreci ile gerçekleştirdiği tasarımda, aynı oranda sanatçıların ve diğer unsurların da belirleyiciliği olmalıdır. Yüksek farkındalık ve eşit etki, bu süreçte dengeli bir dağılım olmasını ve sonuç olarak da başarılı bir anlatıma ulaşmayı mümkün kılar.

Tasarım odaklı bir düşünme metodu ile doğrudan birlikte ilerleyen sergileme tasarımı süreci; empati kurma, tanımlama, fikir üretme, prototip oluşturma ve test aşamaları ile bilişsel ve duygusal bir deneyim ortaya çıkarmaktadır. Faydacı bir yol olarak tasarım düşüncesi, izleyicilerin beklentilerini karşılamaya yönelik çözüm önerileri sunan ve empatik bir bakış açısıyla yenilikçi fırsatlar ortaya koyan bir metottur. Sergileme tasarımında doğrusal bir düzlemde tüm aşamalarının uygulanması beklenen tasarım düşüncesinin aynı doğrultuda ve beş adımda gerçekleşmesi tüm sergileme tasarımları için mümkün değildir. Bazı sergilemeler tekrar eden, birden fazla adım uygulanabilen ya da değişen aşamalar ile ilerleyen kısıtlı bir sürece sahipken; bazı sergilemeler tüm aşamaları sırayla gerçekleştirmektedir. Sonuç olarak sergileme tasarımında tasarım düşüncesi süreci faydacı bir metottur fakat sergilemeye bağlı olarak süreç aşamalarının işlerliği ve bu aşamaların doğrusallığı tartışmaya açık bir konudur.

Pragmatik bir yöntem olarak tasarım düşüncesi, mutlak sunma eyleminin tasarımına esneklik ve deneyim nosyonlarını dâhil eder. Kullanıcıların ihtiyaç ve beklentilerine karşılık veren empatik bir metot olarak tasarım düşüncesi, kendi süreç ve sistemine uygun kullanıldığında, problemleri ortadan kaldıran yaratıcı tasarım fikirleri ortaya koyar. Sunma biçimine katılan bu fikirler, yinelemeli yapısıyla tasarım düşüncesi sürecinde anlatıyı destekleyen sübjektif deneyimler yaratır. Sergi tasarımcıları ve sanatçılar, sergilemede ziyaretçilerden anlamlı yanıtlar almak, etkileşimi mümkün kılmak ve deneyimi sorunsuz ve keyifli hale getirmek için insan odaklı tasarım süreci olan tasarım odaklı düşünmeden faydalanmalıdır. Yalnız estetik bir değer yaratmanın ötesinde,

katılımcıyı yaratıcı sürecin tam merkezine yerleştiren bir düşünce metodolojisi olarak tasarım düşüncesi, çağdaş anlayışta gerçekleştirilen sergileme yöntemlerine eleştirel yaklaşımıyla çoklu perspektifte yaratıcı, inovatif ve empatik bir değer katar. Düşünmenin özünde barındırdığı teorik yapısını uygulamaya katan tasarım odaklı düşünmeyi sergileme tasarımına entegre etmek, sistematik düşünme ve uygulamada sağladığı yaklaşımlar ile faydacı bir sonuç yaratacaktır.

Gelişen teknoloji ile sergileme tasarımı, etkisinde kaldığı ve etkilediği çevreyle uyum sağlamaktadır. Metaverse'ler, NFT'ler ve sanal sergiler gibi yeni teknoloji tabanlı kavramlar; sanat piyasasında yer alan, doğrudan sergileme tasarımıyla ilişkili ve sürekli olgunlaşmaya açık elverişli alanlardır. Bu bağlamda teknolojinin getirdiği yeni kavramlar, sergileme tasarımının süreç boyutundan da etkilenmektedir. Tasarım düşüncesinin empatik anlayışa dayalı süreci, sergileme tasarımında yeni olgunlaşan ve gelişen tüm teknolojiler için de geçerli olacaktır. Bu noktada büyüyen ve ilerleyen sergileme tasarımı disiplini, ona fayda sağlayan tasarım düşüncesinden beslenmeye devam edecektir.

Sergileme tasarımı tasarım düşüncesi yöntemiyle gerçekleşirken; katılımcıların beklentilerini karşılamak için empati kurmak, karşılaşılabilecek tüm sorunları tanımlamak, problemlerin çözümüne yönelik fikir üretmek, tasarımın hatalarını önlemek amacıyla prototipler oluşturmak ve bunları test etme aşamalarından geçmesi durumunda; beklentileri karşılayan, yenilikçi ve yaratıcı bir sergileme tasarımı sonucunu ortaya koyacaktır. Bu bağlamda tasarım odaklı düşünme süreci doğrudan sergileme tasarımını etkileyen, ondan etkilenen ve onunla birlikte ilerleyen bir süreç eylemi olarak karşımıza çıkmaktadır.

## Kaynakça

- Akdemir, N. (2017), "Tasarım Kavramının Geniş Çerçevesi: Tasarım Odaklı Yaklaşımlar Üzerine Bir İnceleme", *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 85-92.
- Altman, M., Huang, T. T. K., Breland, J. Y. (2018). "Design Thinking in Health Care", *Preventing Chronic Disease*, 15, E117, 1-13.
- Atasoy, S. (1999), "Müzelerde Sergileme". *Yeniden Müzeciliği Düşünmek*. Ed. Atagök, Tomur. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 175-179.
- Ayan Ergen, B. (2013), "Sanat Yapıtı Sergileme ve Sunum Çeşitlerine Örnekler Eşliğinde Bir Bakış", *Akdeniz Sanat Dergisi*, 6(11), 130-143.
- Aykut, Z. (2017), "Müze Sergilemelerinde İzleyici-Sergi Etkileşimi Bağlamında Mekân Tasarımı", *Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat*, 2(2), 219-242.
- Bendixen, P. (2000), "Skills and Roles: Concepts of Modern Arts Management". *International Journal of Arts Management*, 2(3), 4-13.
- Brown, T. (2008). "Design Thinking". *Harvard Business Review*.
- Bulduk, B. (2018), "Müze Kavramı ve Modern Müze Örnekleri", *Journal of Institute of Economic Development and Social Researches*, 4(9), 162-169.
- Çalışkan, C. (2016), "Sergileme Tasarımının Gelişimi ve Müze İle Sanat Galerilerinin Karşılaştırılması", *Yıldız Journal Of Art and Design*, 3(1), 26-42.

- Çavuş, Ö. K. (2021), "İçmimarlık Öğrencilerinin Akademik Motivasyon Profillerinin Belirlenmesi ve Tasarım Düşüncesi Özellikleri ile İlişkilerinin Değerlendirilmesi", Sanatta Yeterlik Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Dam, R., & Siang, T. (2018). "What is Design Thinking and Why is it so Popular", Interaction Design Foundation, 1-6.
- Erbay, M. (2011), "Müzelerde Sergileme ve Sunum Tekniklerinin Planlanması" (1.Basım). İstanbul: Beta Yayınları.
- Gasparini, A. (2015), "Perspective and Use of Empathy in Design Thinking", In ACHI, The Eight International Conference on Advances in Computer-Human Interactions (49-54).
- Girgin, D. (2020), "21. Yüzyılın Öğrenme Deneyimi: Öğretmenlerin Tasarım Odaklı Düşünme Eğitimine İlişkin Görüşleri", *Milli Eğitim Dergisi*, 49(226), 53-91.
- Göksel, A. B. Ve Sohodol, Ç. (2005), "Stratejik Fuar Yönetimi". İstanbul: MediaCat Kitapları Yayınları. [Aktaran Demir, Ç. (2008), "Günümüz Sergileme Tasarımı, Türleri ve Londra'dan Sergileme Tasarımı Örnekleri", *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(2), 51-65.]
- Güngör, F. S. (2019), "Postmodern Dünyanın Mekân Anlayışında Sanal Mekân". *Journal of Turkish Studies*, 14(5), 93–104.
- Karaca, G. (2015), "Müzenin Kamusalınının Sanat Yoluyla Eleştirisi", *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(8), 62-74.
- Konikow, Robert B. (1994), "Exhibition Design 6". New York: PBCInternational. [Aktaran Demir, Ç. (2009), "Günümüz Sergileme Tasarımı, Türleri ve Londra'dan Sergileme Tasarımı Örnekleri", *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(2), 51-65.]
- Küçükerman, Ö. (2002), "Sergiler, Fuarlar, Standlar ve Yaratıcı Tasarımlar", Fuar Stand Tasarımı, (s. 9-18) İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları. [Aktaran Demir, Ç. (2009), "Günümüz Sergileme Tasarımı, Türleri ve Londra'dan Sergileme Tasarımı Örnekleri", *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(2), 51-65.]
- Liedtka, J. (2011), "Learning To Use Design Thinking Tools For Successful Innovation", *Strategy and Leadership*, 39(5), 13–19.
- Locker, P. (2013), "Stant Tasarımı ve Sergileme" (S. Haskatar Çev.). Literatür Yayınları.
- Lorenc J., Skolnick L., Berger C. (2010), "What is Exhibition Design?" Rotovision, Switzerland.
- Maralcan Gülmen, M. (2020), "Tasarım Tarihi ile Müzecilik Çalışmaları Arasında Etkileşimli Bir Model Önerisi: Su Nesnelere Sergisi Tasarımı", Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Meinel, C., Leifer, L. (2011), "Design Thinking Research". In H. Plattner, C. Meinel, ve L. Leifer (Eds.), "Design Thinking: Understand Improve Apply", Heidelberg, Germany: Springer.
- Poth, A., Riel, A. (2020), "Quality Requirements Elicitation by Ideation of Product Quality Risks with Design Thinking", 2020 IEEE 28th International Requirements Engineering Conference (RE), 238-249.

- Rowe, P. G. (1987), "Design Thinking". MIT Press. [Aktaran Çavuş, Ö. K. (2021), "İçmimarlık Öğrencilerinin Akademik Motivasyon Profillerinin Belirlenmesi ve Tasarım Düşüncesi Özellikleri ile İlişkilerinin Değerlendirilmesi", Sanatta Yeterlik Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.]
- Sakama, Namino, Haruka M., Takashi I, (2018). "Creative Systems Analysis of Design Thinking Process". Collaborative Innovation Networks, 103- 13.
- Sarıkoç, Z., Ersoy, H. (2022), "Tasarım Odaklı Düşünme Yaklaşımıyla STEM Uygulamaları: SPAM eTwinning Projesi Örneği", Fen, Matematik, Girişimcilik ve Teknoloji Eğitimi Dergisi, 5(2), 98-122.
- Simon, H. A. (1969), "The Sciences of the Artificial". In Cambridge, MA: MIT Press. [Aktaran Çavuş, Ö. K. (2021), "İçmimarlık Öğrencilerinin Akademik Motivasyon Profillerinin Belirlenmesi ve Tasarım Düşüncesi Özellikleri ile İlişkilerinin Değerlendirilmesi", Sanatta Yeterlik Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.]
- Şahin, E. (2019), "Tasarım Odaklı Düşünme Yönteminin Benlik Saygısı ve Yaratıcılık ile Bilişsel ve Duygusal Bağlamda İlişkilendirilmesi: Bir Etkinlik Çalışması", Yüksek Lisans Tezi, Tobb Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Taşcıoğlu, M. (2013), "*Bir Görsel İletişim Platformu Olarak Mekân*". İstanbul: Yem Yayınları.
- Tekdemir, A. (2018), "1851 Londra Sergisi ve Osmanlı Devleti'nin Katılışı", *Akademik İncelemeler Dergisi*, 13(1), 291-321.
- Uçar, M. (2019), "Türkiye'de Müzeciliğin Tarihsel Gelişiminin Kurumsalcı Bakış Açısıyla Analizi", Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uralman, H. (2006), "Müzelerin Topluma Ulaşılabilirliğinde Bilgi Yönetimi", Gazi Üniversitesi ÜNAK Bilimsel İletişim ve Bilgi Yönetimi Sempozyumu, Eylül 12-14, Ankara: 108-120. [Aktaran Boyraz, B. (2013), "Müze Teknolojileri ve Sergileme Farklılıkları", *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 39.]
- Vargün, Ö. (2015), "Sanat Yönetimi ve Küratörlük", *Yıldız Journal of Art and Design*, 2(2), 27-51.
- Velarde, G. (1988), "Designing Exhibition"s. London: The Design Council. [Aktaran Demir, Ç. (2008), "Günümüz Sergileme Tasarımı, Türleri ve Londra'dan Sergileme Tasarımı Örnekleri", *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1 (2).]
- Velarde, G. (1988). "Designing Exhibition"s. London: The Design Council.
- Visser, W. (2006), "The Cognitive Artifacts of Designing." Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. [Aktaran Çavuş, Ö. K. (2021), "İçmimarlık Öğrencilerinin Akademik Motivasyon Profillerinin Belirlenmesi ve Tasarım Düşüncesi Özellikleri ile İlişkilerinin Değerlendirilmesi", Sanatta Yeterlik Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.]
- Yagou, A, (2003). "Facing the West: Greece in the Great Exhibition of 1851", *Design Issues*, 19(4), 82–90.

## Görsel Kaynakçası

- Görsel 1. Nadire Kabineleri (<https://artsandculture.google.com/theme/the-cabinet-of-curiosities/4QKSkqTAGnJ2LQ> / E.T: 14.11.2022).
- Görsel 2. Louvre Müzesi, 19. Yüzyıl ([https://en.wikipedia.org/wiki/Louvre#/media/File:Giuseppe\\_Castiglione\\_-\\_View\\_of\\_the\\_Grand\\_Salon\\_Carr%C3%A9\\_in\\_the\\_Louvre\\_-\\_WGA4552.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Louvre#/media/File:Giuseppe_Castiglione_-_View_of_the_Grand_Salon_Carr%C3%A9_in_the_Louvre_-_WGA4552.jpg) / E.T: 15.11.2022).
- Görsel 3. Kristal Saray, 1851, Londra (<https://www.britannica.com/topic/Crystal-Palace-building-London> / E.T: 15.11.2022).
- Görsel 4. Tasarım Düşüncesi Süreçleri (<http://www.ozansoyupak.com/start-uplar-icin-bir-problem-cozme-yaklasimi-design-thinking/> / E.T:27.11.2022).
- Görsel 5. Empati Kurma Unsurları (<https://www.p-ux.net/ux/kullanici-deneyimi-ux101/tasarim-odakli-dusunme-sureci-empati-kurma/> /E.T: 15.03.2022).
- Görsel 6. Tanımlama Soruları (<https://www.p-ux.net/ux/kullanici-deneyimi-ux101/tasarim-odakli-dusunme-sureci-empati-kurma/> /E.T: 15.03.2022).
- Görsel 7. Fikir Üretme, Beyin Fırtınası (<https://www.biancabaumann.com/design-thinking-stage-3-ideate/> / E.T: 15.03.2022).
- Şekil 8. Prototip Örneği (<https://uxservices.com/blog/prototip-tasarimi-onemli-noktalar-turler-araclar-hatalar/> / E.T: 15.03.2022).
- Görsel 9. Test Etme Örneği ([https://www.linkedin.com/pulse/design-thinking-phase-5-test-nilufer-erdebil/?trk=articles\\_directory](https://www.linkedin.com/pulse/design-thinking-phase-5-test-nilufer-erdebil/?trk=articles_directory) / E.T: 15.03.2022).
- Görsel 10. Artweeks Akaretler 7. Edisyonu Dışarıdan Görüntü (<https://www.sonsaat.com.tr/kultur-sanat/artweeks-akaretler-13-kasima-kadartum-sanatseverlerin-erisimine-acik-olacak/225523/> /E.T: 09.11.2022).
- Görsel 11. Sergide Ziyaretçi Navigasyonu Örneği (<https://prezi.com/xc0o8vz5ehgy/muzelerde-sirkulasyon/> / E.T: 11.11.2022).
- Görsel 12. Venedik Bienali Kosova Pavyonu, Jakup Ferri Eserleri (<https://www.unser-luebeck.de/magazin/draussen/7121-venedig-die-59-internationale-kunst-biennale> / E.T: 09.11.2022).
- Görsel 13. "Weird Sensation Feels Good" Sergisi Prototip, Tasarım Eskizi (<https://www.studiomercado.com/post/weird-sensation-feels-good-sergisi-arkdesasm> / E.T: 11.11.2022).
- Görsel 14. Pera Müzesi Sanal Sergisi (<https://www.sozcu.com.tr/hayatim/kultur-sanat-haberleri/uc-boyutlu-sanal-sergi/> E.T: 11.11.2022).

Bu makale iThenticate intihal tespit yazılımıyla taranmıştır. / This article has been scanned by iThenticate plagiarism detection software.

Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur. / In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

Araştırma iki yazar tarafından yürütülmüştür (Katki Oranı: %60 / %40). / The research was conducted by two authors (Author Contribution: 60% / 40%).

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır. / There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.