

37. Sergileme Tasarımında Duyu Kullanımının Ziyaretçi-Nesne-Mekan Bağlamında İncelenmesi¹

E. Jessica MCKİE²

APA: Mckie, E. J. (2023). Sergileme Tasarımında Duyu Kullanımının Ziyaretçi-Nesne-Mekan Bağlamında İncelenmesi. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (37), 621-630. DOI: 10.29000/rumelide.1407594.

Öz

Sergileme tasarımı, sanat yapıtlarını, ürünleri ve/veya bilgileri hedeflenen izleyici kitlesine sunmak gereğiyle yapılan ilgi çekici ortamları yaratma süreçlerini ve ilgili uygulamaları ifade eden; mimarlık, grafik tasarım, aydınlatma tasarımı, iç mekan tasarımı, gerekli yazılımlar ile çoklu ortam(multimedya) tasarımını kapsayan çok düzensiz (disiplinli) bir alandır. Sergi tasarlarken, yalnızca görsel yönden dikkat çekici ve özgün bir tasarım gerçekleştirmek değil, aynı zamanda işlevselliğiyle bilgilendirici ve duyuşsal olarak etkili bir deneyim yaratmak da amaçlanıır. Sergileme tasarımında ziyaretçilere; dikkat çekici, ilginç ve sürükleyici deneyim ortamları yaratmak amacıyla-çoklu ortam öğeleri ve teknolojileri giderek daha fazla kullanılmaktadır. Bu öğeler arasında ses, video, etkileşimli görüntüler, yansıtma/projeksiyon aygıtları ve sanal gerçeklik olanakları gibi uygulamalar yer almaktadır. Duyuşsal deneyim öğelerinin kullanımı, ziyaretçilere daha ilgi çekici ve akılda kalıcı bir deneyimleme yaşatabileceğinden dolayı sergi tasarımında kilit roller oynayabilmektedir. Bu deneyimler, ses, koku, tat, görüntü ve dokunsallık kullanılarak yaşatılabilmektedir. Bu makalede, sergileme tasarımı ziyaretçi-mekan-nesne bağlamında tartışılmakta ve bu doğrultuda duyuşsal tasarım kullanımı örnekleri incelenmektedir. Sanat eserlerinin, sergilendikleri mekan ve ziyaretçinin deneyimini de kapsayan etkileşimler dolayısıyla dönüştüğü nesne olma durumu, sanat nesnesinin algılanma sürecini ve bu bağlamda da sergileme biçiminin sorgulanmasını beraberinde getirmiştir. Bu araştırmanın amacı, sergileme tasarımının temelini oluşturan ziyaretçi-mekan-eser ilişkilerinin çağcıl yöntemlerle ele alınması gerekliliğinin vurgulanmasıdır. Sergileme tasarımlarının, günümüzde modernize grafik eğitimi almış görsel tasarımcı tarafından tasarlanması; tipografi, kompozisyon, renk bilgisi ve tasarım dilinin doğru kullanılması adına önemlidir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden saha araştırması ve gözlem yöntemleri kullanılmıştır. İlgili yöntemlerle örnekler toplanmış ve grafik tasarım ilkeleri doğrultusunda incelenmiştir. Sonuç olarak etkileşimli duyuşsal tasarım kullanımının, ziyaretçilerde kamusal görünürlük deneyimleri sağladığı ve dolayısıyla sosyal anlamda da etkileşimi güçlendireceği söylenebilir. Bu kapsamda müze, galeri, tarihi mekan gibi sergi alanlarındaki devinimin artacağı düşünülse de ilgili durumun halen araştırılmakta olan bir konu olduğu görülmüştür.

¹. Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

Finansman: Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.

Telif Hakkı & Lisans: Yazarlar dergide yayımlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Kaynak: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.

Benzerlik Raporu: Alındı – Turnitin, Oran: %7

Etik Şikayeti: editor@rumelide.com

Makale Türü: Araştırma makalesi, **Makale Kayıt Tarihi:** 08.11.2023-**Kabul Tarihi:** 20.12.2023-**Yayın Tarihi:** 21.12.2023; **DOI:** 10.29000/rumelide.1407594

Hakem Değerlendirmesi: İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme

² Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı / Research Assist., Hacettepe University, Institute of Fine Arts, Department of Graphic Arts (Ankara, Türkiye), jessica.mckie@gmail.com, **ORCID ID:** 0000-0001-5747-5371, **ROR ID:** https://ror.org/04kwvgz42, **ISNI:** 0000 0001 2342 7339, **Crossreff Funder ID:** 501100005378

Adres | Address

RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi

RumeliDE Journal of Language and Literature Studies

e-posta: editor@rumelide.com
tel: +90 505 7958124

e-mail: editor@rumelide.com,
phone: +90 505 7958124

Anahtar Kelimeler: Sergileme, sergileme tasarımı, grafik tasarım, çoklu ortam, duyu, duysal gösterge, deneyim

Examining the Use of Senses in Exhibition Design in the Context of Visitor-Object-Space

Abstract

Exhibition design refers to the processes and related practices of creating interesting environments to present works of art, products and/or information to the targeted audience; It is a multidisciplinary field that includes architecture, graphic design, lighting design, interior design, necessary software and multimedia design. When designing an exhibition, the aim is not only to create a visually striking and original design, but also to create an informative and sensory experience with its functionality. In exhibition design – to visitors; Multimedia elements and technologies are increasingly used to create remarkable, interesting and immersive experience environments. These elements include applications such as audio, video, interactive images, projection devices and virtual reality facilities. The use of sensory experience elements can play key roles in exhibition design as they can provide visitors with a more interesting and memorable experience. These experiences can be experienced using sound, smell, taste, sight and tactility. In this article, exhibition design is discussed in the context of visitor-space-object and examples of sensory design usage are examined accordingly. The status of works of art as objects, which they transform into due to interactions including the space where they are exhibited and the visitor's experience, has brought about the questioning of the perception process of the art object and, in this context, the way of display. The aim of this research is to emphasize the need to address visitor-space-artifact relationships, which form the basis of exhibition design, with modern methods. Exhibition designs are designed by a visual designer who has received modernized graphics education; It is important to use typography, composition, color knowledge and design language correctly. Field research and observation methods, which are qualitative research methods, were used in the research. Samples were collected using relevant methods and examined in line with graphic design principles. As a result, it can be said that the use of interactive sensory design provides public visibility experiences for visitors and therefore strengthens social interaction. In this context, although it is thought that the activity in exhibition areas such as museums, galleries and historical places will increase, it has been observed that the relevant situation is still a subject under investigation.

Keywords: Exhibition, exhibition design, graphic design, multimedia, sense, sensory indicator, experience

1. Sergi

Sergi; sanatsal eser, endüstriyel ürün, fikir ya da teknik gibi çeşitli nesnelere sunmak, tanıtmak ve/veya satmak amacıyla planlanmış alanlarda oluşturulan teşhir etme, gösterme işi ile ilgili düzenli izlenimlerini imleyen bir kavramdır. Sanat Kavramları Terimleri Sözlüğünde sergi; eserler, malzemeler ya da benzerlerinin halka açık olarak gösterilmesi şeklinde tanımlanmıştır. Sergide yer alacak olan sergi nesnelere taşınabilir ya da taşınmaz boyutlarda olabilmektedir. Aynı şekilde serginin kendisinin de boyutu, sergileme için kullandığı alanı da çok geniş ya da çok dar olabilmektedir. Boyutu ne olursa olsun sergiler, üç boyutlu alanlara yerleştirilen öyküler olarak da nitelendirilebilmektedir. Doğrudan bir hikâye anlatımında bulunmasa bile, içerisinde yer alan sergi nesnesi ile teması geçen izleyici için bir hikâye barındırdığından, her sergi üç boyut içerisinde iletişim halindedir. Dolayısıyla sergiler birer iletişim ortamı ve aracıdır da denebilir. Sergiler ticari fuarlardan müzelere, sanat Erbay sergilerinin

Adres | Address

RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi

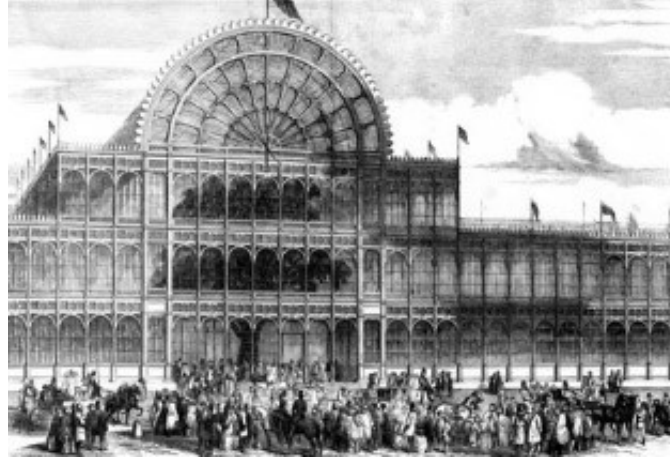
RumeliDE Journal of Language and Literature Studies

e-posta: editor@rumelide.com
tel: +90 505 7958124

e-mail: editor@rumelide.com,
phone: +90 505 7958124

kurumsal boyutunu; ticari fuar, tarihi kent, mimari anıt, müze ve galeri sergileri olmak üzere 5 başlık altında gruptandırmıştır (Erbay, 2011, s.9).

Günümüz sergileme anlayışına yakın sergiler ilk olarak 19.yüzyılda Fransız ihtilalinden sonra düzenlenmiştir. Başlangıçta İngiltere'ye karşı ekonomik bir güç olarak planlanan sergilerin Fransız endüstrisinin gelişimine önemli katkıları olması sebebiyle, savaş döneminden sonra da sergi düzenlemelerine devam edilmiştir. İlk sergi fikri Fransa'da söz konusu olmuş ve ülkeler arası rekabet sebebiyle İngiltere'de uzun bir süre görmezden gelinmiştir. İlk ulusal sergi 1828 yılında Fransa'da açıldıktan sonra, 1844 yılında Fransa ve Berlin'de açılan ulusal sergilerin çok başarılı olması İngiltere'nin dikkatini çekmiştir. 1844 yılının sonlarına doğru Sanatlar Topluluğu Sekreteri Francis Whishaw her yıl düzenlenecek olan geleneksel bir sergi yapılmasına karar vermiştir. Whishaw'ın düzenlediği İngiltere'nin ilk sergisi 150 kişinin katıldığı Resim ve Mekanik İcatlar sergisidir. Sergide önemli icatlar için 300 pound ödöl verilmiştir. Royal Society of Arts'ın ders salonunda gerçekleşen bu küçük sergi 1851 yılında gerçekleşecek olan Büyük Sergi'nin temeli olmuştur (Şekil 1) (Tekdemir, 2018, s.293).



Şekil 1: Büyük Sergi (Gravür), Erişim tarihi: 15.07.2023, <https://www.kisa.link/POEi>

Geçmişten günümüze kadar sergilemenin amacı; arşivleme, gelecek nesiller için toplumsal hafızayı güvence altına almak, tarihsel bir belgeleme yapma, milletleri ve dolayısıyla kültürleri yansıtmak, muhafaza etmek ve paylaşmak olmuştur.

“Sanat ve Nesne” başlıklı makalesinde Michael Fried, nesneyi etkileyen sanat akımlarından söz etmektedir. Fried'a göre minimalist yapıtlar izleyicinin dikkatini ortam, malzeme gibi farklı özelliklere çekerek, “nesne” olma özelliğini sanattan uzaklaştırmaktadır(Fried, 1994, s. 825). Bu dönüşümü, “önceden yapıtın içeriği ve anlamı kendiyile sınırlarken, bu tür yapıtlarda izleyicinin deneyimlediği, nesnenin belli bir durum içindeki varlığıdır ki bu, izleyiciyi de kapsar” cümlesiyle ifade etmektedir (Antmen, 2019). Fried gibi Hal Foster da minimalizmin uzam ve izleyici algısına getirdiği açılma işaret etmiştir. Foster'a göre, bir sanat nesnesinin algılama süreci farklı şartları gündeme getirmiş; nesnenin sergilendiği uzama, sergileme biçimine ve sanatın metalaşmasına ilişkin eleştirilerin yolunu açmıştır (Foster, 1996, s. 59) .

2. Sergileme Tasarımında Ziyaretçi-Nesne-Mekan Bağlamı

Sergi mekanının *ziyaretçi özne* ve *sergi nesnesi* ile olan ilişkisini ve onların üzerindeki etkisini ilk ele alanlardan biri Brian O'Doherty'dir. 1976 yılında yayınladığı üç serilik makalelerinde, bağlamın nesneyi yutarak, nesnenin kendisi durumuna evrilmesini araştırmaktadır. O'Doherty'e göre sanat yapıtlarını

Adres | Address

RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi

RumeliDE Journal of Language and Literature Studies

e-posta: editor@rumelide.com

e-mail: editor@rumelide.com,

tel: +90 505 7958124

phone: +90 505 7958124

inceleyen *ziyaretçi özne*, sergi mekanında şimdiki zamanın dışında ya da ötesinde olmalıdır. O'Doherty, bu durumu kabile topluluklarının geleneksel tören (ritüel) alanlarından günümüz dinsel tören yerlerine kadar, doğaötesel (metafizik)duygu verilmek istenen ilgili uzamın, zaman ve değişimle ilgili görüntülerden korunmasıyla ilişkilendirmektedir. Ona göre dış dünya ile bağları koparılan *mekan*, mekan olmaktan çıkar ve hatta kendini aşan, zaman kavramının simgesel olarak yok sayıldığı bir yer durumuna gelir (O'Doherty, 2019, s. 29-53).

Mekan ve/veya nesne ile etkileşime geçmesi beklenen *izleyici* ve onunla birlikte sergiye dahil olan *göz*, öncelikle mekanda yaratılan atmosferle karşılaşır. Atmosfer “içinde yaşanılan, etkisinde kalınan ortam” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). İzleyicinin anlamlı kavram geliştirebilmesi ve bu bağlamda sergi nesnesinin mesajını doğru anlayabilmesi için, daha önce “seyircinin payı” olarak söz edilen bellekten tamamlama eylemini yaparak kısa sürede içerisine gireceği bir atmosfer tasarlamak oldukça önemlidir.

Ziyaretçiler tasarlanan ortamlarda/atmosferlerde mekan ve/veya uzam ile daha kolay etkileşime girebilmektedir. Çünkü ziyaretçinin mekan ile etkileşimi hem duygusal hem de fiziksel olarak gerçekleşmektedir. Yaratılan ortamlar ile duygusal olarak etkileşim sağlanabilmekte iken, alanda yapılan yerleştirmeler ve sınırlamalar ile ziyaretçinin dolaşımı yönlendirilerek fiziksel olarak da etkileşime girmesi sağlanabilmektedir. Taşçıoğlu'ya göre mekanın fiziksel olarak algılanması için ziyaretçi, duyumsal ve zihinsel iki süreçten geçmektedir. Sergileme alanındaki varlığıyla duyumsal olarak algılayan ziyaretçi, yaratılan ortamda belirli bir süre geçirdikten sonra da zihinsel ölçüde algılamaktadır (Taşçıoğlu, 2013, s. 37). 1950'li yıllardan başlayarak 1980'lere kadar yaygınlaşan yerleştirme (enstalasyon) sanatı ile birlikte, sergi mekanı sorgulanmış ve bu, konu ile ilgili sorunların çözülmesinde etkili olmuştur. 1980'li yıllara kadar çok sık kullanılmayan “enstalasyon” terimi daha çok “alan yerleştirmesi” olarak söylenmektedir (Şekil 2).



Şekil 2: Enstalasyon örneği, Carl Andre, Eşdeğer IIV, Ateş Tuğlaları, Tate Modern Londra, 1966, <https://theartsdesk.com/tv/bricks-bbc-four> Erişim: 20.12.2022

Adres | Address

RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi

RumeliDE Journal of Language and Literature Studies

e-posta: editor@rumelide.com
tel: +90 505 7958124

e-mail: editor@rumelide.com,
phone: +90 505 7958124

Daniel Buren “Atölye’nin İşlevi” başlıklı makalesinde, bu dönemdeki genel eğilimin, sanatsal pratikte sergiden yerleştirmeye yöneldiğini ve alternatif sanat türlerinin bir araya gelerek bütünleştiğini söylemiştir (Buren, 1971, s. 167). Sergi mantığının değişmesiyle birlikte izleyicinin sergi nesnesiyle karşılaşma koşulları da değişmiştir. Julie H. Reiss, sergileme alanları ve yerleştirme sanatıyla ilgili araştırmasında yeni pratiklerden söz etmektedir. Bu yeni pratik “ziyaretçiyle yapıt, yapıtla mekan, mekanla ziyaretçi” arasındaki karşılıklı ilişkiyi belirlemektedir. Sergi mekanı, sergi nesnesinin gerçekleşme sürecine olduğu kadar anlamlandırılma sürecine de katkıda bulunmaktadır. Ziyaretçinin, sergi nesnesi ile arasında kuracağı ilişkinin biçimi, sergi mekanı tarafından etkilenmektedir (Reiss, 2001, s. 13-15).

Günümüzde sergileme alanları kendilerine özgü işaret dizgeleriyle / sistemleriyle donatılmaktadır ve kültürel açıdan her biri özeldir. Bu durumlarıyla ziyaretçilerden belli bir izleme ve öğrenme deneyimine ayırdıkları bir odaklanma isterler. Turner’ın “eşikte olmak” / “sınırdalık” şeklinde tanımladığı durumda ziyaretçiler, kültürel ve sosyal durumlarından ve kamusal normlardan sıyrılarak, saatle kontrol edilemeyecek bir zamana kendilerini bırakmalarından söz ederken; mekan ziyaretçiden eşikte olmasını beklemektedir (Turner, 1979, s. 466).

Mekanla etkileşime geçebilen izleyici bir ön bilgi edinmiş olarak sergi nesnesiyle karşılaşır. Bu karşılaşma sırasında, sergi nesnesine katkı yapmak ereğiyle yapılmış olan çeşitli tasarım öğeleri ya da çoklu ortam teknolojileri kullanılarak, verilmek istenen mesajın algılanma süresi ve niteliği değiştirilebilir. İletişim teknolojilerinin çeşitli olanaklarıyla büyüyen günümüz izleyicisi, sadece düzenlenmiş bölümler arasında dolaşmaktan ziyade, sergi nesnesi ve mekanıyla etkileşime geçmek için -olabildiğince- tüm duyuların kullanıldığı “deneyim”leri talep etmektedir. Deneyim tasarımı, hikaye anlatımının zamanla yaşadığı dönüşümle oluşmuş ve sergileme tasarımını ileri düzeye taşımıştır denebilir. Günümüzde ziyaretçilerin yaşadığı deneyimler çoklu ortam teknolojileri kullanılarak hazırlanan sergilemelerdeki atmosfer tasarımlarının bir parçası durumundadır.

Ziyaretçi boyutundan ele alındığında, sergileme alanında edinilen deneyimin önemli bileşenlerinden ilki duygulardır denebilir. Medya ve algı alanındaki araştırmaları ile dikkat çeken McLuhan ve Parker’ a göre ziyaretçiler nesnelere sadece bir göz atarken duyuşal verilere daha çok odaklanmakta ve tüm duyularını kullanmaları gerektiğinde bu deneyim onlar için daha kendiliğinden, rastlantısal ve paylaşılmış bir durum almaktadır. Bunun yanı sıra elde ettikleri bilgiyi daha hızlı kabul etmekte ve daha uzun süre belleklerinde tutmaktadırlar (Aktaran: Alexander, 1996,s.186). Bachelard da aynı şekilde duyuların çok sesliliğinden söz etmekte ve duyuların birbirleriyle etkileşimi sayesinde kişinin gerçeklik duygusunun güçlendiğini vurgulamaktadır (Aktaran Pallasma, 2005,s.52). Pallasma “Tenin Gözleri” adlı kitabında çok duyulu deneyimin mimarideki etkisinin yanı sıra mekanın gözün hegemonyasından kurtulup diğer duyularla da buluşmasının kişileri adına etkilerinden de söz etmekte ve bu bağlamda teknolojinin gözü diğer duygulardan ayırıcı özelliğiyle insanları kopukluk ve yalıtılmışlık hislerine bıraktığını belirtmektedir. Bu yaklaşımdan hareketle, özellikle teknolojinin kullanıldığı sergileme alanlarında söz konusu kopukluğa müdahale edilmesi ve çoklu duyulara ulaşılmasının sağlanması önemlidir denebilir. Duyusal algılanırlığı yükseltme ile ilgili bir diğer ilginç nokta da nesnelere algılanmasının güçlendirilmesi için gerçeklik etkisi yaratma yoluyla ziyaretçinin ilgisini artırma yaklaşımlarıdır (Pallasma, 2005,s.53). Hooper-Greenhill ‘e göre mümkün olduğunca nesnelere dokunulur kılınması; onların nereden geldiği, nasıl yapıldığı ve ne içerdiği ile ilgili soruların uyanmasını tetiklemektedir (Hooper-Greenhill, 199,s.102). Bu bağlamda, edinilen deneyimler, karşılaşılan duyuşal verilerin bir çevirisi olarak da nitelendirilebilir.

Deneyim kavramının önemli bileşenlerinden biri duygulardır ve sergileme mekanları ve/veya uzamlarında bunlar da ziyaretçilere sunulmaktadırlar. McKenna-Cress ve Kamien’ e göre müzeler

Adres | Address

RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi

RumeliDE Journal of Language and Literature Studies

e-posta: editor@rumelide.com
tel: +90 505 7958124

e-mail: editor@rumelide.com,
phone: +90 505 7958124

geçmişte daha çok salt bir gözlemlene ve entelektüel edinimin peşindeyken günümüzde daha çok 'eğlence, merak mizah, korku, şüphe, üzüntü ve doğruluk' gibi duyguların aktarımı peşine düşmüşlerdir. Bu duyguların aktarımı ziyaretçileri farklı biçimlerde etkileyebilmekte ve ziyaretçinin zihni duygusal bir veri ile edindiği deneyim sayesinde aktarılan bilgi veya fikirle daha güçlü bağlar kurabilmektedir (McKenna-Cress&Kamien, 2013,s.139). Deneyimin bir diğer bileşeni fiziksel etkinliktir. Belirli bir olay içinde fiziksel etkinlik gösterilmesi olayın somutluğunu ve izleyicinin o olayın içindeki gerçekliğini artırıcı bir etkiye sahiptir ve bu etki sonucunda izleyicilere aktarılan verinin hafızalarda kalıcılığı da artmaktadır. Pam Locker'ın yazısında yer verdiği gibi yapılan bir araştırmaya göre insanlar okudukları bilginin %10'unu, duydukları bilginin %20'sini, gördükleri bilginin %30'unu, anlattıkları bilginin %70'ini ve hem yapıp hem de anlattıkları bilginin %90'ını akıllarında tutabilmektedirler. Adams'ın da bir araştırmadan aldığı verilere göre çocuklar deneyimlerinin kinestetik aktivite içeren kısımlarına daha çok odaklanmaktadır (Locker, 2011,s.56). Bu nedenlerle kinestetik deneyimin etkileyciliğini ve hafızada kalıcılığını arttırmak için tasarımda duyu kullanımı önem taşımaktadır.

3. Ziyaretçi-Nesne-Mekan Bağlamında Duyu ve Duyusal Gösterge Kullanımı

Sanat galerilerinde sergilenen her sanat yapıtı (nesne) kadar, yapıtlarda bulunan biçim, renk ve diğer anlam yüklü birimlerin her biri birer sanatsal göstergedir. Göstergeler duyusal olarak; algılanma nitelikleri açısından "işitsel", 'kokusal', 'tadımsal', 'dokusal' ve 'görsel' olmak üzere beş ayrı başlık altında öbeklere ayrılarak incelenebilir(Sayın, 2001, s. 84). Söz gelimi: Fabrikalardaki paydos düdüğü, okullardaki teneffüs zilleri, alarmlar vb. belli anlamlara gelen çeşitli işitsel göstergelerdir ve bu gösterenler işitme duyusu organı sayesinde algılanırlar. Doğalgaz, lağım, çiçek, parfüm vb. ögelerin her birine özgü kokuları vardır ve bunlar -kokusal göstergeler olarak- koku alma duyusu yoluyla algılanırlar. Yiyecek ya da içeceklerin tatlı mı, tuzlu mu, ekşi mi ya da bozulmuş olup olmadığı durumu veya niteliği (şarap vb. gibi) tatlarına bakılarak algılanır. Öpme, tokalaşma, sarılma, görme engellilerin abecesi vb. ögelerin her biri dokusal göstergeler olup dokunma duyusu aracılığıyla algılanırlar. Trafikteki kırmızı ışık, yüzdeki kızarma/pembeleşme, duman, sanat yapıtlarındaki renkler, biçimler, dokular vb.nin her biri belli anlamları olan görsel göstergelerdir.

Yapay ya da doğal çevreyi ve/veya nesnelere anlamak yukarıda açıklanmaya çalışılan duyusal niteliklerin sağlıklı işlemesi ile doğrudan ilgilidir. Duyusal göstergelerle kuşatıldığımız evrende tek duyuya yönelik olan tasarımlar ya da nesnelere olduğu gibi, birden çok duyuya yönelik olarak tasarlanan nesnelere de vardır. Sanat ve bilim insanları da buluşlarını ve yapıtlarını bu nitelik ve olanaklardan hareketle gerçekleştirmekte ve bu izlekte insanları varsıllaştırma olanakları yaratabilmektedirler.

Posner ve Keele'e göre sözlü olmayan ögelerin saklanmasında görsel kod önem taşımaktadır. Buna karşılık sözlü materyallerin işlenmesinde akustik kodun önemi daha fazladır (Posner ve Keele, 1967,s.268). İşitme ve koklama benzer şekilde ilişkilendirilir ve uzun süreli hafıza da önemli yere sahiptir (McKenna-Cress&Kamien, 2013,s.158).

Görme duyusunun yeteneklerine yönelik sunumlar sergileme tasarımlarında en sık başvurulan uygulamalardır. Dijital kaynaklı görüntülü, dokunmatik, robot ve simülatör gibi ÇOT (Çoklu Ortam Teknolojileri) uygulamalarının tamamında görme duyusuna yönelik çalışılabilmektedir. Bunların yanı sıra, gelişen teknolojik olanaklarla birlikte ulaşılabilir ve taşınabilir olan hologram uygulamaları da görme duyusuna yönelik bir ÇOT uygulaması tekniğidir. Hologram uygulamalarında diğer uygulamalardan farklı olarak, ziyaretçi algıladığı üç boyutlu görüntüye dokunamamaktadır. Eğer kullanılmışsa hareket algılayıcılar sayesinde etkileşimli olarak yönlendirebilmekte, fakat bu yönlendirme sırasında görüntülenen nesne imgesi yalnızca yansıtılmış bir görsel olduğu için dokunulamamaktadır.

Adres | Address

RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi

RumeliDE Journal of Language and Literature Studies

e-posta: editor@rumelide.com
tel: +90 505 7958124

e-mail: editor@rumelide.com,
phone: +90 505 7958124

George Berkeley dokunmayı görme ile ilişkilendirmiş; maddeselliğin ve derinliğin algılanmasında dokunsallığın öneminden söz etmiştir (Pallasma, 2005,s.52).

Görme duyusuna yönelik ÇOT uygulamalarının etkisini güçlendirmek amacıyla sıklıkla işitme duyusuna yönelik ÇOT kullanılmaktadır. Sesli sergilemelerde anlamlı cümleler ve seslerin yer aldığı doğrudan anlatım ya da sergileme tasarımının gereksinimine uygun olarak anlamsız seslerden oluşan destekleyici bir anlatım biçimi de tercih edilebilmektedir. Hem görsel hem de işitsel veri koleksiyonuna sahip olan Sintra NewsMuseum, tasarlanan kilometre taşı olarak kabul edilen cümlelerden derlenen “Zamanın Sesi (Voices of Time)” uygulaması, ses yerleştirmesi için örnek olarak verilebilir. Bu tasarımda ilgili tuşlara basan ziyaretçi, o tuşa tanımlanmış olan cümleyi dinleyebilmektedir (Şekil 3).



Şekil 3: NewsMuseum Zamanın Sesi (Voices of Time) Ses yerleştirmesi, Fotoğraf: E. Jessica McKie

Sergileme tasarımlarında, çok sık kullanılsa da, karşılaşılan bir diğer duyu da koku alma duyusudur. Koku alma duyusuna yönelik ÇOT uygulamaları da-ışitme ve dokunma duyusu gibi- görsel duyuya yönelik çalışmalarını -nitelikli bir destek sunarak- varsıllaştıran yaklaşımlardır. Koku duyusu ve hafıza arasında çok güçlü bir bağlantı olduğu bilinmektedir. Koku alma duyusu diğer duylardan farklı olarak, ara beynin orta bölümü olan “talamus” a uğramadan -doğrudan- beyne gitmektedir. Talamus, koku duyusu hariç, tüm sistemlerden gelen duysal (afferent) sinyaller için bir kapı görevi üstlenmektedir. Bu nedenle diğer duylara oranla anıları hatırlatma konusunda daha güçlü bir etkisinin olduğu bilinmektedir 5123(KRISHNA, 2009, s. 250), (Aktaran (SİMAVOğLU & KUŞTEPE, 2018, s. 693). İnsan duygularını harekete geçirmekte oldukça etkili olan koku duyusu bir pazarlama aracı olarak da sıklıkla kullanılmaktadır.

Kokunun görsel sanatları destekler özellik kazanması ve bu bağlamda kullanılması tarihte “Smell-o-vision” izleme aletleriyle kullanımı şeklinde karşılaşılmaktadır. (Şekil 4). 1965 yılında Londra Üniversitesi tarafından televizyonlara yapılan bir ek aletle hazırlanan “Smell-o-vision”larda izleyicilere görselin yanı sıra konuyla ilişkili koku da sunulmuştur. Bristol Üniversitesi Psikoloji Bölümü’nde öğretim üyesi olan Michael O’Mahony tarafından bir araştırma için tekrar denenmiştir. İlk olarak yalnızca reklam filmlerinde kullanılan uygulamayı O’Mahony, ana haber bülteni sırasında izleyicilere çiçek ve kır kokusu vererek denemiştir. İki araştırmada da gün sonunda izleyicilerin kokuları mutlaka hatırladığı görülmüştür (hoaxes.org, 2019).

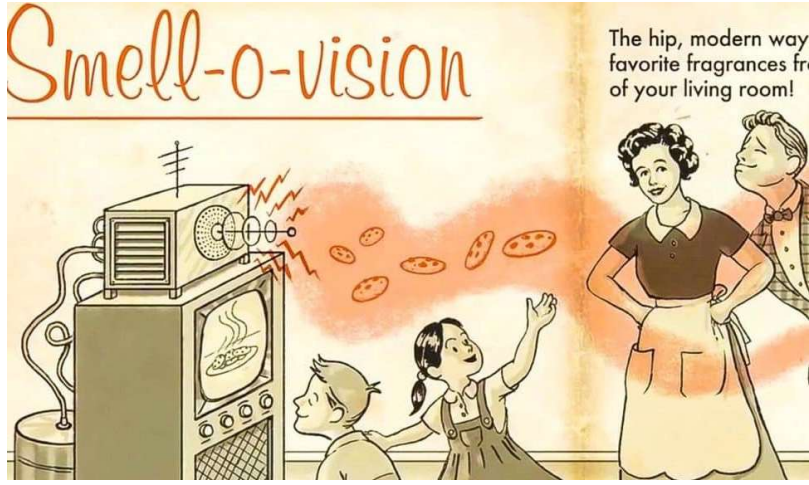
Adres | Address

RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi

e-posta: editor@rumelide.com
tel: +90 505 7958124

RumeliDE Journal of Language and Literature Studies

e-mail: editor@rumelide.com,
phone: +90 505 7958124



Şekil 4: Smell-o-vision televizyon http://hoaxes.org/af_database/permalink/smellovision (Erişim: 20.08.2023)

Yukarıda yapılan açıklamalardan da anlaşılmaktadır ki; koku duyusuna yönelik kokusal göstergeler kullanılarak, sergi ziyaretçilerinin deneyimlerini daha kalıcı etkilerle hatırlamaları sağlanabilir. Kullanılan kokunun iyi ya da kötü koku olması ziyaretçinin deneyiminin de iyi ya da kötü olması konusunda belirleyici olabilir. “İyi koku” diye düşünülebilecek çiçek, temizlik, meyve, orman gibi kokular kullanılırken bile, koku hafızasının oldukça kişisel bir deneyim olduğu unutulmadan ayrıntılı bir araştırma yapılarak, dikkatli bir şekilde uygulanması gerekmektedir.

Tat alma ise sergileme mekanlarının en unutulmuş duyusu olarak kabul edilebilir. İsveç’in üçüncü büyük kenti olan Malmö şehrindeki Tiksindirici Yiyecekler Müzesi’nde (Disgusting Food Museum) dünyanın çeşitli bölgelerinde tüketilen ve birçok insan için “iğrenç” diye nitelendirilebilecek yiyecekler ziyaretçilerin tadımına sunulmaktadır. Bu sunumda görme ve tat alma duyularına yönelik uygulamalarla ziyaretçilere sergi deneyimi yaşatılmaktadır (Şekil 5). Sergileme tasarımında aktarılacak istenen mesajın etkili ve kalıcı bir biçimde aktarılması için, kişinin farklı duyularına hitap etmesi ve bu anlamda edinilen deneyimi daha bedensel bir boyutta da ifade etmesi önem taşımaktadır.

Bununla birlikte farklı duyulara yönelik teknolojilerin temel amacı, öğrenme oranının farklı deneyimlerle artırılmasını sağlamak, ziyaretçileri müzelere çekmek ve müzede keyifli vakit geçirmeyi sağlamaktır.



Şekil 5: Disgusting Food Sergisi, İsveç, Malmö, 2019, Fotoğraf: E. Jessica McKie

4.Sonuç

Adres | Address

RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi

RumeliDE Journal of Language and Literature Studies

e-posta: editor@rumelide.com

e-mail: editor@rumelide.com,

tel: +90 505 7958124

phone: +90 505 7958124

Eski çağlardan günümüze sanat eserlerini sergilemek, toplumların ortak hafızasını belgelemek ve gelecek nesiller için korumak, aynı zamanda farklı ulusların ve kültürlerin değerlerini ve geleneklerini tasvir etmek ve yaymak amacını gütmüştür. Farklı söylemlerle bir sanat nesnesinin algılanma süreci gündeme getirilmiş, nesnenin sergilendiği mekân, sergileme biçimi ve sanatın metalaşmasına yönelik eleştiriler gündeme gelmiştir. Böylece, sergileme tasarımları sanatın toplumsal işlevlerini yansıtan önemli bir öge olmuştur denilebilir. Bu bağlamda, sanat eserlerinin sergilendiği mekan, sergileme biçimi ve sanatın ticarileşmesi gibi konular ele alınmış ve tartışılmıştır.

Sergileme tasarımında duyuların kullanılması, ziyaretçilerin genel deneyimini büyük ölçüde artırabileceği için, sergileme tasarımının temel bir unsuru olarak kabul edilebilir. Sergileme tasarımcıları birden fazla duyuyu harekete geçirerek ziyaretçilerin deneyimini zenginleştirebilmekte ve deneyimlerde farklılık yaratabilmektedir. Bu da sergileme tasarımında duyu kullanımı konusunun daha derin bir şekilde anlaşılması ve incelenmesi gerekliliğini doğurmaktadır.

Duyular ve fiziksel aktivite, deneyim kavramının önemli bileşenleridir ve sergi mekanlarında ziyaretçiye sunulmaktadır. Deneyimin etkileyciliğini ve bellekte kalıcılığını arttırmak için kinestetik aktivite, duygular ve duyular kadar önemlidir. Görme, duyma, tatma, koklama ve dokunma gibi genel kabul gören duyular, sergileme tasarımında kritik bir rol oynamaktadır.

Görme duyusu, sergileme tasarımında en sık kullanılan duyudur, ancak çok boyutlu bir deneyim yaratmak için işitme ve dokunma gibi diğer duyuların da dahil edilebildiği örneklerde görülmüştür. Ses manzaralarını, etkileşimli ekranları ve dokunsal öğeleri birleştirerek, ziyaretçiler daha etkileşimli bir deneyim yaşayabilmekte ve konuyla daha bağlantılı hissedebilmektedir. Ayrıca, duyuların kullanımı ziyaretçilerde duygular uyandırabilmektedir, bu da daha anlamlı ve etkili bir deneyime yol açmaktadır.

Duyu kullanımının bir diğer önemli yönü, engellilere yönelik daha erişilebilir ve kapsayıcı bir deneyim sunma potansiyelidir. Özellikle görme engelli ziyaretçiler için dokunsal gösterimler ve sesli açıklamalar gibi özellikler, sergileri daha erişilebilir hale getirebilir.

Sonuç olarak, sergi tasarımında duyuların etkili bir şekilde kullanılması, ziyaretçiler için daha ilgi çekici, sürükleyici ve öğretici bir deneyim yaratmada çok önemlidir. Bu durum, sergileme tasarımcılarına çok yönlü ve etkin katılımlı sergiler oluşturma olanağı sunmaktadır. Tasarımcılar, çoklu duyuları birleştirerek, daha fazla ilgiye ve konunun daha derin bir şekilde anlaşılmasına yol açabilecek daha anlamlı ve akılda kalıcı bir deneyim yaratabilirler.

Son olarak, deneyim kavramı ve multimedya uygulamalarının farklı duyular için kullanımı, çağdaş sergileme tasarımının önemli öğeleri haline geldiği ve daha etkileşimli ve sürükleyici sergiler tasarlamayı mümkün kıldığı görülmüştür.

Kaynakça

- Antmen, A. (2019). Önsöz; "Beyaz Küp" ve Ötesi: Postmodern Dönemde Galeri Mekanının Dönüşümü. O'Doherty B., Antmen Ahu (Çev.). *Beyaz Küpün İçinde: Galeri Mekanının İdeolojisi* içinde (s. 9-23). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Alexander, Victoria D. (1996). *Museumsand Money: TheImpact of Funding on Exhibitions, Scholarship, and Management*. Bloomington, IN: Indiana UniversityPress.
- Buren, D. (1971). *Atölyenin İşlevi : Sanatçı Müzeleri* (2005 b.). (A. Artun, Dü., & A. Berktaş, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Erbay, M. (2011). *Müzelerde Sergileme ve Sunum Tekniklerinin Planlanması*. İstanbul: Beta Basım.
- Foster, H. (1996). *The Crux of Minimalism: The Return of the Real-The Avant-Garde at the End of the Century*. Cambridge&Londra: The MIT Press.

Adres | Address

RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi

RumeliDE Journal of Language and Literature Studies

e-posta: editor@rumelide.com
tel: +90 505 7958124

e-mail: editor@rumelide.com,
phone: +90 505 7958124

- hoaxes.org. (2019). http://hoaxes.org/af_database/permalink/smellovision adresinden alındı
- Hooper-Greenhill, E. (2006). *Studying Visitors. In A Companion to Museum Studies*. Oxford: Blackwell.
- Locker, P. (2011). *Basics Interior Design 02: Exhibition Design*. Switzerland: Ava Publishing SA.
- McKenna-Cress, P., & Kamien, J. (2013). *Creating exhibitions: Collaboration in the planning, development, and design of innovative experiences*. John Wiley & Sons.
- O'Doherty, B. (2019). *Beyaz Küpün İçinde* (4. baskı b.). (A. Antmen, Çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Pallasmaa, J. (2005). *The Eyes of the Skin: Architecture and the Senses*. Wiley.
- Posner, M. I., & Keele, S. W. (1967). Decay of visual information from a single letter. *Science*, 158(3797), 137-139.
- Reiss, J. H. (2001). *From Margin to Center - The Spaces of Installation Art*. Cambridge: MIT Press.
- Sayın, Z. (2001). *Göstergelerin Göstergebilimsel (Semiotik) açıdan değerlendirilmesi: Ankara Büyükşehir Belediye'sinin "Ankara" Amblemine Bir Yaklaşım*. *Sanat Yazıları*, 8, s. 83-94.
- Simavoğlu, F., & Kuştepe, İ. (2018). *Reklamlarda Koku Duyusunun Kullanımına İlişkin Göstergebilimsel Analiz: Temizlik Ürünleri Üzerine Bir Çalışma*. *Journal Of Awareness*, (s. 683-696).
- Taşcıoğlu, M. (2013). *Bir Görsel İletişim Platformu Olarak Mekan*. İstanbul: YEM Yayın.
- Tekdemir, A. (2018). *1851 Londra Sergisi ve Osmanlı Devleti'nin Katılışı*. *Journal of Academic Inquiries*, 13(1), s. 291-322.
- TDK. (2019). <https://sozluk.gov.tr> adresinden alındı
- Turner, V. (1979). *Frame, Flow and Reflection: Ritual and Drama as Public Liminality*. *Japanese Journal of Religious Studies*, 6(4), 465-499

Adres | Address

RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi

RumeliDE Journal of Language and Literature Studies

e-posta: editor@rumelide.com
tel: +90 505 7958124**e-mail:** editor@rumelide.com,
phone: +90 505 7958124