



BAŞKENT
ÜNİVERSİTESİ

25.
Yıl

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ

3. SANAT VE TASARIM **EĞİTİMİ SEMPOZYUMU**

DİJİTAL ÇAĞDA SANAT ve TASARIM
BİLDİRİLER KİTABI

19-20-21 Aralık 2018

Başkent Üniversitesi Bağlıca Kampüsü, ANKARA





BAŞKENT
ÜNİVERSİTESİ

25.
Yıl

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ

3. SANAT VE TASARIM EĞİTİMİ **SEMPOZYUMU**

DİJİTAL ÇAĞDA SANAT ve TASARIM
BİLDİRİLER KİTABI

19-20-21 Aralık 2018
Başkent Üniversitesi Bağlıca Kampüsü, ANKARA

ISBN : 978-605-68615-4-3

©2018

Başkent Üniversitesi
Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Bağlıca Kampüsü Fatih Sultan Mahallesi
Eskişehir Yolu 18.km TR 06790
Etimesgut Ankara - Türkiye

3. SANAT VE TASARIM EĞİTİMİ SEMPOZYUMU BİLDİRİLER KİTABI

ARALIK 2018

Yayın Türü : Bildiri Kitabı
Yayın Kurulu : Prof. Dr. Adnan Tepecik
Prof. Dr. Can M. Hersek
Prof. Dr. Şule Taşlı Pektaş
Doç. Dr. Gözen Güner Aktaş
Dr. Öğr. Üyesi Fehmi Soner Mazlum
Basım : Mim İç ve Dış Mekan Baskı Sistemleri Rek. Matbaacılık Tic. Ltd. Şti.
ISBN : 978-605-68615-4-3



**ETİMESGUT
BELEDİYESİ**

Sempozyumun düzenlenmesindeki katkılarından dolayı ETİMESGUT BELEDİYESİ'ne teşekkürlerimizle.

Kitabın içeriğinde kullanılan fotoğraflar ve diğer görsel malzemelerin telifi, aksi belirtilmedikçe yazara aittir.

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ

3. SANAT VE TASARIM EĞİTİMİ SEMPOZYUMU ve ÇALIŞTAYI

DİJİTAL ÇAĞDA SANAT ve TASARIM

19-20-21 Aralık 2018

Başkent Üniversitesi Bağlıca Kampüsü, ANKARA

SEMPZYUM ONUR KURULU

Prof. Dr. Mehmet HABERAL

Başkent Üniversitesi Kurucusu ve Yönetim Üst Kurulu Başkanı

Prof. Dr. Ali HABERAL

Başkent Üniversitesi Rektörü

SEMPZYUM DÜZENLEME KURULU

Prof. Dr. Adnan TEPECİK

Prof. Dr. Can M. HERSEK

Prof. Dr. Şule TAŞLI PEKTAŞ

Doç. Dr. Gözen GÜNER AKTAŞ

SEMPZYUM DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Adnan TEPECİK

(Moda ve Tekstil Tas. Böl. Başkan Vek.)

Prof. Dr. Can M. HERSEK

(İç Mim. ve Çevre Tas. Bölüm Başkanı)

Prof. Dr. Serap BUYURGAN

(Görsel San. ve Tas. Bölüm Başkanı)

Prof. Dr. Adile Nuray BAYRAKTAR

(Mimarlık Bölüm Başkanı)

Doç. Dr. Nihan GİDER İŞIKMAN

(Film Tasarımı Bölüm Başkanı)

Doç. Dr. Hakan TURGUT

(Gast. ve Mutfak San. Böl. Başkanı)

Doç. Tevfik İnanç İLİSULU

(Çizgi Film ve Ani. Bölüm Başkanı)

Dr.Öğr.Üyesi Fehmi Soner MAZLUM

(Görsel İletişim Tas. Bölüm Başkan V.)

SEMPZYUM BİLİM KURULU

(Alfabetik sıra ile yazılmıştır.)

Prof. Dr. Ayhan Azzem AYDINÖZ

(Başkent Üniversitesi)

Prof. Dr. Arzu GÖNENÇ SORGUÇ

(Orta Doğu Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. A. Müge BOZDAYI

(TOBB ETÜ Üniversitesi)

Prof. Dr. Aysu AKALIN

(Gazi Üniversitesi)

Prof. Dr. Birgül ÇOLAKOĞLU

(İstanbul Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Burak KAPTAN

(Anadolu Üniversitesi)

Prof. Dr. Burçin Cem ARABACIOĞLU

(Mimar Sinan Üniversitesi)

Prof. Dr. Ender Yazgan BULGUN

(İzmir Ekonomi Üniversitesi)

Prof. Dr. Esin SARIOĞLU

(Beykent Üniversitesi)

Prof. Dr. Fethi KABA

(Anadolu Üniversitesi)

Prof. Dr. Fügen Durlu ÖZKAYA

(Gazi Üniversitesi)

Dr. Hakan Gürsu

(Orta Doğu Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Hidayet Hale KÜNÜÇEN

(Başkent Üniversitesi)

Prof. Dr. İncilay YURDAKUL

(Hacettepe Üniversitesi)

Prof. Dr. Kıymet GİRAY	(Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Levent KILIÇ	(Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Meltem Eti PROTO	(Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Meral ERDOĞAN	(Yıldız Teknik Üniversitesi)
Prof. Dr. Muhittin TAYFUR	(Başkent Üniversitesi)
Prof. Mümtaz DEMİRKALP	(Hacettepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Nadire Şule ATILGAN	(Hacettepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Namık Kemal SARIKAVAK	(Hacettepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Nesrin ÖNLÜ	(Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Özcan YAĞCI	(Başkent Üniversitesi)
Prof. Dr. Pelin YILDIZ	(Hacettepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Semire Ruken ÖZTÜRK	(Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Vedat Özsoy	(TOBB ETÜ Üniversitesi)

DAVETLİ KONUŞMACILAR

Prof. Dr. Hüsamettin KOÇAN	<i>Baksi Müzesi Kurucusu</i>
Prof. Dr. Cengiz BEKTAŞ	<i>Mimar</i>
Deniz ORHON	<i>Master Şef</i>

SEMPOZYUM YÜRÜTME KURULU

Prof. Dr. Adnan TEPECİK
Prof. Dr. Can M. HERSEK
Prof. Dr. Şule TAŞLI PEKTAŞ
Doç. Dr. Gözen GÜNER AKTAŞ
Dr.Öğr.Üyesi Halime TÜRKKAN
Dr.Öğr.Üyesi Ece AKAY ŞUMNU
Dr.Öğr.Üyesi Burcu AY
Dr.Öğr.Üyesi Ece KUMKALE AÇIKGÖZ
Dr.Öğr.Üyesi Fehmi Soner MAZLUM
Dr.Öğr.Üyesi İclal Alev DEĞİN FLANNAGAN
Öğr.Gör. Dr. Nurten BEYTER
Öğr.Gör. Dr. Güliz KÜÇÜKTAŞDEMİR
Öğr.Gör. Pınar TÜRKDEMİR
Araş.Gör. Esra ZIVALI
Araş. Gör. Görkem KESKİNKOL

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ
3. SANAT VE TASARIM EĞİTİMİ SEMPOZYUMU ve ÇALIŞTAYI

DİJİTAL ÇAĞDA SANAT ve TASARIM
BİLDİRİLER KİTABI

İÇİNDEKİLER

*Bildiriler - Bildiriler bölüm başlıkları altında alfabetik olarak dizilmiştir.
Bildiriler olduğu gibi yayımlanmıştır. Olası hatalardan yazar(lar) sorumludur.*

Dekan'dan; 11

BİLDİRİLER

ÇİZGİ FİLM / ANİMASYON 15

Heykelin Dijitalleşmesi ve Heykel Eğitimi İçindeki Yeri	17
Sinemanın İkonik Karakterlerinin Ölüm Sonrası Dijital	
Dirilişinin Animasyon Teknikleri ve Fenomeni.	25
Geçmişten Günümüze Animasyon Filmlerinde Mekân Kullanımı.	35
Mimari Sanat Akımlarının Video Oyunlarda Mekân Konsept Tasarımına Uyarlanması. .	45

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI 53

Dijital Kaos	55
Tipografi Dersi İçin Yeni Bir Uygulama Önerisi:	
Yıpranmış Yazılardan Yeni Font Tasarımı.	65
Elektronik Yayınlarında Video ve Ses	73
Fantastik Dünya Yaratmanın Ekonomik Yolu:	79
Dijital Fon Oluşturma Tekniği (Matte Painting), 1E	79
Büyük Veri'yi Anlamlandırmada Enformasyon Tasarımı'nın Rolü	87
Pop-Up Kitap Tekniği, Kütahya Örneği	95
Sanat ve Tasarımda Bir Yöntem Olarak 'Eksik Parça Tamamlama'	105
Sayısal Kameralarla Görüntü Estetiğinde Yeni Olanaklar	117

Sokak Sanatında Yeni Moda: Işık Graffiti	125
Yapay Zeka (AI-Artificial Intelligence) ve Değişen Sanat Ve Reklamlar	133

GRAFİK TASARIM

149

Dijital Çağda Sanat Olarak Resimli Roman	151
Teknoloji Ve Sanat Karşılaşmalarında Mekânı Baştan Yaratmak	165
Görsellerle Kurulan İlişki: Dijital Çağda Görsel Okuryazarlık	175
Kinetik Tipografi Gelişiminin Grafik Tasarım İle İlişkisi, Film ve Dizi Jeneriklerinde Kullanımı	185
Tasarım Eğitiminde Kültürel Unsurların Kullanımına Yönelik Uygulama Çalışmaları : Aşık Veysel Şatiroğlu ve Neşet Ertaş Örneği	195
Dijital Yaşamda Çocuk ve Uzamsal Yetenek	205
Siber Kültür ve Tasarım.	215
Türk Televizyonlarında Yayınlanan Tarihi Dizi Afişlerinin Grafik Tasarım Ve Tarihe Referans Noktası Açısından İncelenmesi	221
Üç Boyutlu Tasarımda Prosedürel Yaklaşımlar	231
Teknolojinin Grafik Tasarıma Yansımaları.	241
Grafik Tasarım Öğrencilerinin Gözünden “Sanata Evet” ve Dijital Çağ.	251
Tasarımcılar İçin Dijital Portfolyo Kavramı ve Adobe Behance Örneği	259
Dijital Çağda Tasarım ve Kimlik	267
Teknoloji Ve İdeoloji Problemi Olarak Mekânın İnşası: Mekânın Duygusundan, Duygunun Mekânına	275
İç Mekan Tasarımında Mobil Uygulamaların Eğitim Amaçlı Kullanımı.	287
Tüketim Alışkanlıklarını Etkileyen Marka ve Kimlik Faktörleri: Bir AVM İncelemesi	297
Sayısal (Dijital) Devrimin İç Mimari Tasarıma Etkileri	307
Bilgisayar Destekli Çizim Programlarının Kullanıldığı İki Farklı Tasarım Eğitim Yöntemi Arasında Karşılaştırmalı Bir Çalışma	313
Tasarım Öğrenimi Seviye 1 ve 2’de Yer Alan Dinamik Kullanıcı Grupların Bilinç Analizi ve	321
Yeni Kullanım Kılavuzu Geliştirilmesi Süreci	321
Sosyokültürel Etkileşimin Teknoloji İle Buluşması: Tasarım Müzeleri	341
Biçim Arayışında Bir Yaklaşım: Müzik	351

İÇ MİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI

359

Dijital Çağda Bir Eğitim Modeli : “Senin Atığın Bana Lâzım”	361
Kimlik Meselesi Olarak İç Mimarlık Eğitiminde (Dijital) Temsil: DeneySEL Bir Stüdyo Çalışması	367
İçmimarlık Eğitiminde Kazandırılan Dijital ve El Çizimi Teknik İfade Biçimlerinin, Profesyonel Yaşam Beklentileri Çerçevesinde Değerlendirilmesi	375
Arkeoloji Müzelerinde Sergileme ve Teknolojinin Önemi	391
Dijital Çağda Veri Görselleştirme	399

MİMARLIK

405

BORDERLINE: Tasarım ve Teknoloji Arakesitinde Kolektif Yerleştirme Çalışması	407
Epür / Ortografik Set: Mimarlık 1. Sınıf Eğitimi için Bir Zorunluluk mu Beyhude Bir Çaba mı?	411
Türkiye’de YBM ile Çalışan Mimari Proje Ofislerinin Tasarım ve Teslim Süreçleri	415
Katlayarak Öğrenmek: Tasarım Eğitiminde Origaminin Bir Araç Olarak Kullanılması	423
Arkeolojide Dijital Belgeleme Letoon Kutsal Alanı’nda Eni Mahanahi’nin Yolculuğu ..	433
Kültürel Mirasın Dijital Olarak Belgelenmesinin ve 3 Boyutlu Modellenmesinin Koruma Ve Restorasyon Projelerindeki Önemi	441
Peyzaj Tasarımda Zaman Boyutunun İfadesinde Dijital Görselleştirme	453
Sosyolojik ve Kültürel Çeşitliliklerin Konut Tasarımına Etkileri: Toplu Konut Örneği ..	463
Türkiye’de Dijitalleştirilen Kültürel Mirasın Arşivlenmesinin Bir Model Üzerinden Değerlendirilmesi: TAY Projesi Örneği	475
Bilgi ve İletişim Çağının Görsel Dilini Arayış Sürecinde Tasarım Eğitimi.	489
Mağaza Çalışanlarının Görüşlerine Göre Sofra	

MODA VE TEKSTİL TASARIMI

495

Seramiklerinde Tüketici Tercihi ve Gereksinim	497
Geleneksel Türk İşlemelerinin Teknolojik Ortamda Endüstriyel Nakış Makinelerinde Uygulanması	505
Süleymaniye Camii’nin Sayısal Ortamda Yapılan Halı Tasarımları	519
Tekstil ve Modanın Yeni Tüketicileri ve Lovemark Kavramı.	523

Rektör'den;

Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, kuruluşundan itibaren eğitim ve öğretim faaliyetlerinin yanı sıra çeşitli sempozyum, çalıştay, sergi ve benzeri faaliyetleri başarı ile gerçekleştirmiştir. Genelde yaşamımızın parçası olan doğa, çevre ve mekan kavramlarından hareketle, yaşama değer ve anlam katacak çalışmalarla gündeme gelen fakültemiz bu yıl da 19-20-21 Aralık tarihlerinde 3. Sanat ve Tasarım Eğitimi Sempozyumu ve Çalıştayı'nı düzenlemektedir.

2011 - 2015 yıllarında birinci ve ikinci sanat ve tasarım eğitimi sempozyumları da yerel yönetimler bağlamında ele alınmış ve başarılı sonuçları olmuştur.

Üçüncü sempozyumumuzun da içeriği, yerel yönetimle işbirliği içinde topluma hizmet kapsamında ele alınmaktadır.

Çalıştay projesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi'ndeki tüm bölümlerin katılımıyla ve "Dijital Çağda Kent Pazarlarını Yeniden Düşünmek" ortak temasıyla bir seri etkinliği kapsamaktadır. Bilindiği gibi kent pazarları haftada bir gün kullanılan ve kalan zaman sürecinde ise atıl olan mekamlardır.

Aslında kent pazarları açısından sorun olan bu duruma alternatif çözüm ve iyileştirme önerilerinin geliştirilmesi ve çalıştay sonunda, Etimesgut Belediyesi'ne uygulanmak üzere sunulması hedeflenmiştir.

Böylece toplumun yararına yapılacak yeni uygulamalara katkı sağlanması söz konusu olurken üniversite ve yerel yönetimler arası bilimsel işbirliğinin de temelleri atılmaktadır.

Sonuç olarak, Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi'nin birçok alanda ilklere imza atarken toplumla daima faydalı olma prensipleri çerçevesinde yeni çalışmalara devam etmesini temenni etmekteyim.

Prof. Dr.Ali HABERAL

Başkent Üniversitesi Rektörü

Dekan'dan;

Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi 2003-2004 öğretim yılında, Üniversitemizin kurucusu, sayın Prof.Dr. Mehmet Haberal tarafından eğitim öğretime açılmış bir sanat ve tasarım eğitimi kurumudur.

Fakültemiz akademik kadrosu, öğrencisi, öğretim mekanlarıyla birlikte nitelik ve nicelik açısından önemli bir konumda bulunmaktadır.

Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Cumhuriyetimizin kurucusu büyük önder Atatürk'ün ifadesiyle; AKIL VE BİLİMİ KENDİSİNE, MANEVİ MİRAS OLARAK KABUL ETMİŞTİR.

Çağımızda “sanat ve tasarım” ürünlerinin, kültür endüstrisi olarak, pek çok noktada çeşitli uzmanlık alanları ile bir arada çalışabilmesi için ülkemizin bu tür nitelikli kurumlara ihtiyacı vardır.

Gündelik yaşamda kullandığımız bütün ürünler, belirli estetik form ve tasarım bilgisi ile uygulamanın bir sentezi olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla fakültemizde bütünlük bir eğitim ve öğretim tarzı bu sentezi yapmaya yönelik tasarlanmıştır.

Ortalama 20 öğrenciye bir öğretim elemanının düştüğü fakültemizde 8 bölüm bulunmaktadır, bunlar; Görsel Sanatlar ve Tasarım Bölümü, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü, Mimarlık Bölümü, Çizgi Film Animasyon Bölümü, Gastronomi ve Yemek Sanatları Bölümü, Film Tasarımı Bölümü ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümü'dür.

Disiplinler arası eğitim ve öğretim kavramını en iyi şekilde özümsemiş bir anlayışla sanat ve tasarım bütünlüğünü sürdürmeye kararlı olan Fakültemizde her bölüm birbirinden beslenmeyi ve bunları uygulamaya taşımayı başarılı bir şekilde yerine getirmektedir. Öğrenci odaklı bir eğitim uygulayan fakültemizde, sektörde uzman olan öğretim elemanı kadromuzla, öğrenciyi doğrudan iş hayatına hazırlayan bir program sunulmaktadır.

Fakültemiz bünyesinde bulunan Güzel Sanatlar Birimi seçmeli ders sistemiyle üniversitemizin tüm birimlerine hizmet vermekte, 2018 güz döneminde, 1500 öğrenci bu birimden ders almaktadır.

Başkent Üniversitesi Kültür Sanat Araştırmaları Merkezi, ülkemizin kültür mirası olan Kaunos ve Lepton ören yerleri kazı programını yürütmekte ve Başkent Üniversitesi'nin bayrağını kazı mekanlarında başarıyla dalgalandırmaktadırlar.

Fakültemizin Erasmus öğrenci değişim programı kapsamında Avrupa'daki 12 üniversiteyle işbirliği içindedir.

Öğrencilerimiz her yıl yapılan ulusal ve uluslararası yarışmalarda çeşitli ödülleri fakültemize kazandırmaktadırlar. Fakültemizin 6 ayda bir çıkardığı BELLEK adlı bülten, 8 yıldır düzenli olarak yayın faaliyetini sürdürmektedir.

Fakültemizin 2016 yılında hizmete açılan binasında, 12000 metrekareye yaklaşan kapalı mekanı ile 50 öğretim elemanı odası, Bölümlere tahsis edilmiş 3 toplantı salonu, 1 adet 200 kişilik konferans salonu, iki adet yüz kişilik amfi, 5 adet 50 kişilik ortak teorik sınıf, resim, heykel, desen, baskı, fotoğraf, maket heykel ve seramik uygulama atölyeleri, 1 adet üç boyutlu maket ve lazer çıktı merkezi, 2 Mac ve bir PC bilgisayar laboratuvarı ile yeşil perde stüdyosu ile, Gastronomi ve Yemek sanatları için çağdaş bir uygulama restoranı ve mutfaklardan oluşan mekanlar mevcuttur.

Öğrencilerimizin her türlü ders malzemesi ihtiyacını karşılayacak donanımda dijital baskı 3 boyutlu baskı ünitesi, lazer baskı makineleri ve kırtasiye ofisi hizmet vermektedir.

Bu bağlamda, düzenli olarak gerçekleştirdiğimiz ve ilkini 2011 yılında yaptığımız sempozyumun ana teması, dün, bugün ve gelecek olarak belirlenmişti, Yenimahalle Belediyesi ile ortak yaptığımız bu sempozyumda, parklar sanat ve tasarım teması olarak ele alınmıştır.

2015 yılında yaptığımız sempozyumun konusu ise, disiplinler arası tasarım ve sanat olarak seçilmiştir. Etimesgut Belediyesi ile yaptığımız bu ortak çalışmada, kamusal alanda sanat çalıştay konusu olarak belirlenmiştir.

Genelde yaşamımızın parçası olan doğa, çevre ve mekân kavramlarından hareketle yaşama değer ve anlam katacak çalışmalarla gündeme gelen fakültemiz bu yıl da 19-20-21 Aralık tarihlerinde 3. Sanat ve Tasarım Eğitimi Sempozyumu ve Çalıştay düzenlenmektedir.

2018 yılında düzenlenen 3. Sanat ve Tasarım Eğitimi Sempozyumu'nun ana teması ise, Dijital Çağda Sanat ve Tasarım başlığıdır.

Sempozyuma 60 civarında bildiri ile katılım olmuştur, etkinliğimize ülkemizin dört bir yanından katılımcı meslektaşlarımıza hoş geldiniz diyor, ayrı ayrı teşekkür ediyorum.

Üniversitemizin Kurucusu Ve Yönetim Üst Kurul Başkanı Sayın Prof.Dr. Mehmet HABERAL ve Üniversitemizin Rektörü Sayın Prof.Dr. Ali HABERAL'a üniversitemizin üst yönetimine sempozyuma verdikleri tüm destekler için şükranlarımızı sunuyoruz.

Yeni bir sempozyum ve çalıştayda buluşmak üzere.

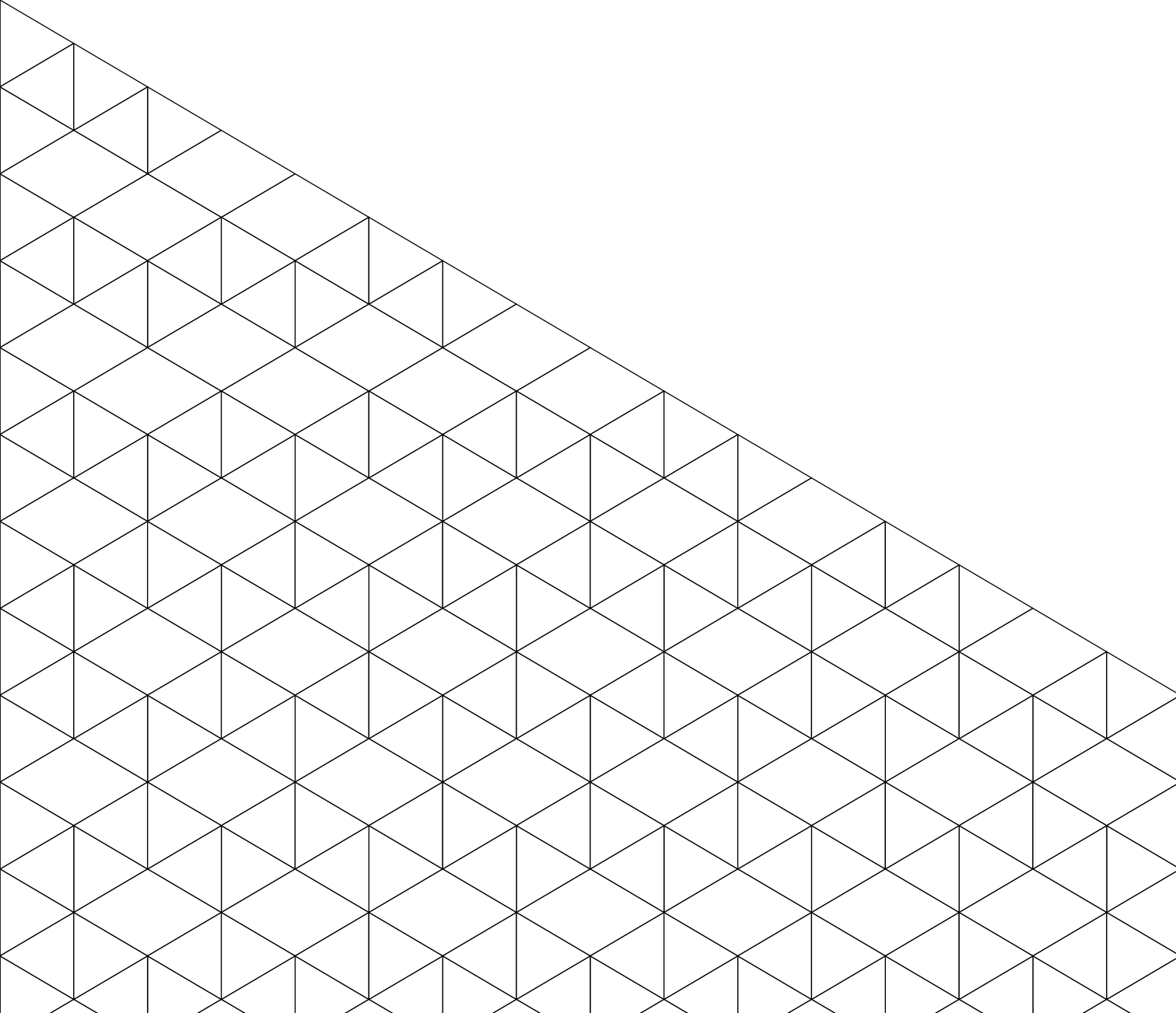
Prof. Dr. Adnan TEPECİK

Başkent Üniversitesi

Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dekanı

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ
3. SANAT VE TASARIM EĞİTİMİ SEMPOZYUMU
BİLDİRİLER KİTABI

ÇİZGİ FİLM / ANİMASYON



Heykelin Dijitalleşmesi ve Heykel Eğitimi İçindeki Yeri

Ece AKAY ŞUMNU

Başkent Üniversitesi, Çizgi Film ve Animasyon Bölümü

Geçtiğimiz yüzyılın başından beri, sürekli evrim geçiren teknoloji, sanatçı için yeni üretim teknikleri ve kavramsal soruları gündeme getirmektedir. Sanatta dijital yada teknolojik anlamda bu yöntemleri kullanan sanatçılar, düşünülenin aksine sadece genç kuşak çağdaş sanatçıları değildir. 1960'lı yıllardan beri sanatta geleneksel üretim araçlarının yanında teknoloji kullanılmaktadır. Bugün yeni medya veya dijital heykel diye adlandırılan ancak öncesinde video sanatçısı olarak bilinen Nam June Paik'in 1974 yılında yaptığı TV Buddha, bu anlamda belkide ilk akla gelen çalışmalar arasındadır.



Görsel 1. Nam June Paik, TV Buddha, 1974. <https://goo.gl/RRwWLz>

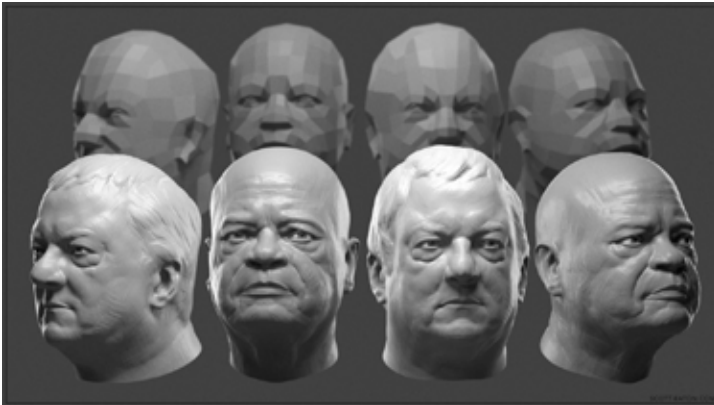
Günümüz dijital sanat üretimi, bugünün sanatçısı için ne bir tür zorunluluk ne de dışarıda bırakılacak konuma sahiptir. Bu durum aynı 20. yüzyılın başında fotoğraf makinasının ressamlar için sadece lanetlenen değil, aynı zamanda kendilerine yeni görme biçimleri sunan heyecan verici bir buluş olarak görülmesine benzetilebilir. Bourriaud şöyle aktarır;

...Örneğin, fotoğrafın ortaya çıkması elbette sanatçıların dünya ile ilgili ilişkilerinde ve genel olarak tasvir biçimlerinde değişiklikler yaratır. Bazı şeyler yararsız hale gelir, daha başka şeylerde nihayet olabirlik kazanır: Fotoğraf örneğinde, giderek geçerliliğini yitiren gerçekçi tasvir işlevi oldu, öte yandan yeni görüş açıları meşruluk kazandı (Degas'ın kadrajları) ve fotoğraf makinasının işleyiş biçimi -ışık etkisiyle gerçeğin geri verilmesi- empresyonistlerin resim anlayışının kurucusu oldu. (2005:107)

Geçmişte ilk fotoğraf makinası kullanıcılarının ressamlar olması gibi, bugünün dijital sanatçıları da geleneksel üretim teknikleri yanında teknolojiyi kendilerine yeni kapılar açan bir araç olarak görürler. Wands üretimlerinde dijital teknolojiyi benimsemiş sanatçıları şöyle betimler,

İstisnasız hepsi de herkesce bilinen sanatsal kendini ifade etme ve keşfetme süreçlerine gömülmüş olmalarına rağmen dijital sanatçılar çeşitli şekillerde karakterize edilebilirler: Bazıları bir eser yaratmak için kendi kodlarını yazan bilgisayar programcılarıyken, bazıları da yaratılarını gerçekleştirmek için programcılar ve bilgisayar teknisyenleriyle işbirliği halinde çalışabilirler. Fakat bu işbirliğine dayalı ilişkilerinde bile, sanatçıların dijital aletler kullanmanın gerek potansiyeline, gerekse sınırlarına ilişkin bir kavrayışları aynı zamanda oldukça üst düzeyde teknik bilgileri olmalıdır. Bir dijital sanatçının hamurunda teknolojik merak da önemli bir öğedir. Dijital sanatçıların başka bir ortak yönü, yeni aletler ve teknikler kullanarak sanat eserleri yaratma arzudur. (Wands 2006:12)

Wands'ın belirttiği gibi teknolojik sanatsal üretim arzusu yanında, teknolojinin sunduğu imkanlar sanatçı için aynı zamanda bir kolaylıktır da. Özellikle heykel bağlamında düşünülecek olursa, uzay teknolojisi, otomobil endüstrileri gibi belli başlı alanlarda bilgisayar destekli çizimde ve imalatta kullanılan programların heykeli bir tasarım nesnesi olarak ele alması ya da animasyonda modellemeye duyulan ihtiyaç, bilgisayar teknolojisini daima heykel ile sıkı bir ilişki içinde tutmuştur. Örneğin, sanatsal sezgi ve yaklaşımı, dijital ortamda da sürdürme imkanı sağlayan üç boyutlu modelleme yöntemleri, heykelin kille geleneksel şekil verme mantığından yola çıkarak sanal bir karakterin oluşmasına yardımcı olur. Dolayısıyla kimileri için bir heykelcinin elini çamura sürmesi zorunluluğu ortadan kalktığı söylenebilir.



Görsel 2. Scott Eaton, Üç Boyutlu Modelleme, <https://goo.gl/zxKtyi>

Tüm bu nedenlerle heykel sanatçıları da yeni yazılımlar, kullanıcı için kolay hale gelen bilgisayar programları ve disiplinler arası çalışma olanakları sayesinde daha fazla teknolojiyi kullanır hale gelmiştir. Wands bilgisayar destekli heykel üretimleri konusunda şunları belirtir;

“Bu ilk simülasyonlarının cazibesi, bir ölçüde, sanatçıların ağırlık, ebat ve yer çekiminin doğal kısıtlamalarından azade olan formları yaratabilmeleri ve görselleştirebilmelerinden geliyordu: Artık yalnızca kendi tahayyülleriyle sınırlanan üç boyutlu eserler ortaya koyabilecek durumdaydılar. CAD/CAM ayrıca, endüstri tasarımcılarıyla heykeltıraşların üç boyutlu yazılım dosyalarından fiziksel nesne modelleri yapmalarını sağlayan bilgisayarlı sayısal kontrol (CNC) freze tezgahını ve hızlı prototiplemeyi çoğaltıyordu. İşte o zamandan beri bu teknolojilere kolaylıkla ulaşabilecek durumdayız ve heykeltıraşlar da artık üç boyutlu bir dijital dosyayı servis bürosuna sunma imkanına sahip fiziksel bir model ortaya koyabilmektedir.” (2006:76)

Heykelin maliyeti düşüren, zamandan tasarruf etmeyi sağlayan, sonsuz sayıda çoğaltan, istenildiği oranda büyütüp küçülterek uzam içinde simüle edebilmeyi sağlayan bu programlar sayesinde dünyanın bir yerinde tasarlanan heykel, başka bir yere bir e-mail yoluyla gönderilebilmektedir. Heykelin satırlık bir link içindeki transferi, akla Adrian Pacci'nin “The Column” adlı video filmini hatırlatır¹. Sinematografik açıdan çok başarılı kısa bir filmi andıran 2013 yılında çekilmiş videoda, İtalya’da ki tarihi bir yapı için gerekli kolonun tasarımı Çin’e gönderilmiş ve taşın yolculuğu sırasında aslında hiç bir yere gitmeyen sadece yüzen bir fabrika işlevi gören bir gemide çinli heykeltıraşlar tarafından yontularak İtalya’ya varışı anlatılmaktadır. Venedik Bienali’nde heykel olarak sergilenen bu nesne, insan gücünün sonucudur. Ancak taşın ocaktan çıkıp evine vardığı yolculuk süreci, teknolojinin kopyalama gücünü göstermektedir. Bu anlamda kopyalama işlemini sanatsal bir eylem olarak kabul etmesek de, Pacci'nin anlatımı kolonun varoluş yolculuğunu sanatsal bir performansa dönüştürmüştür.



Görsel 3. Adrian Pacci, *The Column*, Albanian Pavyonu, 14. Venedik Bienali, 2014. <https://goo.gl/NxaKtb>

Bugün, yeni nesil bilgisayar destekli çizim ve yazılım programlarının sonsuz değişiklik yapma şansı tanıyan tasarım becerisi sayesinde parametrik bir başka deyişle veri-heykelden söz edebiliyoruz. Parametrik formlar, tasarımından üretimine kadar tamamıyla teknolojinin mimari ve heykel için sunduğu bir potansiyeldir. Özellikle 2000’li yıllardan itibaren yaygınlaşan parametrik heykellere Resim 4’de görülen Tony Craig’in çalışması örnek olarak verilebilir. Sanatçının formlarına bakıldığında heykelin tasarımına nerede başlanıldığı veya nerede bitmesine karar verildiğini söylemek çok zordur.

¹ <https://vimeo.com/98044998>



Görsel 4. Tony Cragg, *Willow II*, ahşap, 140x138x150cm, 2015. <https://goo.gl/XPvUiS>

Parametrik veri-heykelleri aynı mimari gibi formun ve çevresinin fiziksel dinamiklerine göre değişiklik gösterse de, görüntüsü akışın tesadüfi bir yerinde dondurulmuş gibidir. Hesaplanmış ve belirli bir kodu olan bu yeni heykel anlayışı, Modernizm sonrasında gündemden düşen forma karşı izleyiciyi yeniden yaklaştırır. Tony Cragg'ın heykeline izleyiciyi kendine hayran bırakan aslında bir makina estetiğidir. Makina doğal bir akış anını kopyalamaktadır. Roxy Paine geri gelen formun bir veri heykel olduğunu 1998 tarihinde yaptığı SCUMAK adlı çalışması ile çok erken bir tarihte gündeme getirmiştir. Paine'nin çalışması veri heykelsi formların teorize edilmesine olanak sunacak potansiyeldedir. Sanatçının heykel makinasının nasıl çalıştığını <https://www.youtube.com/watch?v=WLBHoPZoZQM> adlı linkde görmek mümkündür.

Paine, 1998 tarihli SCUMAK (Otomatik Heykel Makinası) bir bilgisayardan gelen komutlara göre "ekspresif biçimde" modellenen polieten heykeller yapan fevkalade bir makinadır. Bir devre kutusunun yanında duvara monte edilmiş dizüstü bilgisayar, eritilmiş polieten akışının taşıma bandı üzerinde kesin olarak belirlenmiş bir zaman boyunca kesin olarak belirlenmiş bir oranda püskürtülmesini yönetir. Ayarlanmış bir soğuma süresinin ardından band ilerler ve makina başka bir heykel yapar.....Bu incelikli biçimde tasarlanmış ve güzelce imal edilmiş aygıt, heykel yapmanın fiziksel sürecini sanki mekanik bir eylemiş gibi (ki burada öyledir- bir nevi) açığa vurarak, insan ve makina arasında endişe verici bir muğlaklığı öne sürer. (Fineberg 2014: 498)



Görsel 5. Roxy Paine, *SCUMAK Auto Sculpture Maker* (Otomatik Heykel Projesi), 1998. <https://goo.gl/WJbb7D>

Fineberg'in son cümlesi endişeli bir tonlama barındırırsa da, Paine'nin çalışmasında form üretmeye dair kavramsal bir eleştiri söz konusudur. Kırmızı, parlak ve akışkan formlar gerçekte paramadik heykellerin cazibesi ile dalga geçer gibidir. Artık heykelin insan yapımı ya da makina yapımı olup olmadığının bir öneminin kalmamış görünmektedir. Bu anlamda heykelin sınırlarını zorlayan teknolojik genişlemeler olduğu kadar, teknolojilerin sunduğu yeni önermelerdir. Çünkü bu yeni önermeler sayesinde izleyiciyle etkileşim kurulabilir.

Etkileşim efektler yoluyla değil, öykülere bağlanmış deneyimler yoluyla elde edilecektir. Anlatının hiçbir şekli teknolojinin basitçe uygulanması yoluyla üretilemez. Etkileşim fantazi ile olduğu kadar, farkındalık ile de ilgili bir şeydir. En sofistike bilimkurgu yazarları dahi bilir ki, yarattıkları dünyalar nihayetinde, okuyucularının ya da izleyicilerinin dünyalarına atıfta bulunur. (Burnet 2007: 149)

Burnet sözlerinin heykeldeki karşılığı Server Demirtaş'ın robotik heykellerinde görülebilir. Makina ve insan doğası arasındaki ilişkiyi gözler önüne sermeye çalışan Demirtaş'ın robot bedenleri, heykelde figür konusunda izleyiciyi yeniden düşündürür. "Günlük hayatın hızı içinde yakalayamadığımız bir takım insani duygular, Demirtaş'ın mekanik heykellerinde adeta ağır çekime alınarak etkileyici bir gerçeklikle izleyiciye aktarılırken, heykeline can vermek isteyen Pygmalion efsanesinden beri süregelen 'sanatçı ve yaratıcılık' arasındaki ilişkiyi gözler önüne seriyor" (<http://www.bozluartproject.com/server-demirtas-evvel-zaman-makinesi/>)



Görsel 6. Server Demirtaş, *Contemplating Woman's Machine II*, 2017. <https://goo.gl/jwUeFX>

Sanatta teknolojinin izleyiciyi şok etme gücü her geçen gün artmaktadır. Geçtiğimiz yüzyılın başında Auguste Lumiere'nin *Tren Geliyor* adlı filmini izleyen insanların düştüğü hayrete benzer bir şekilde bugünde hayalin ve deneyimin limitlerinin zorlanması söz konusu. Farklı firmaların sponsorluğunda, büyük bütçeli dijital düzenlemeler dünyanın teknolojisi yüksek ülkelerinde mimari ölçeğe taşınmıştır.

Gerçek olanın imgeyle ya da kodla modellenmesi arasındaki ilişkiyi analiz etmeye ve bu analizi kodların ne ürettiğine dair yorumlarla karşılaştırmaya ihtiyacımız var. Bu gereklilik, simule ortamları analiz eden ve eleştiren kişilere ciddi sorunlar çıkarır. Edebiyat ya da film eleştirisinin araçlarını simülasyona aktarmak yeterli olmadığı gibi, simule edilmiş imgeler

geleneksel imgelerin aynısı olacak diye bir kural da yok. Yeni söylemler geliştirmek sanal mekanları yorumlamakta, tasvir etmekte kullanılan dillere daha fazla düşünsel emek harcamak gerekmektedir. (Burnet 2007:147)

Tokyo’da bulunan Mori Dijital Sanatlar Müzesi’nde etkileşimli dijital ürünler üzerine çalışan TeamLab adlı bir grup sanatçı ve mühendisin çalışmaları böylesi bir etkinliğe örnek olarak verilebilir. Dijital kodlama ile temellenen, eş zamanlı, çok katmanlı, etkileşimli ve bu nedenle yüksek hızda olması gereken üretimler gerçekte sınırlı bir alanda sınırsızlık hissini verir. Çoğunluğu etkileşimli çalışmaların büyük bir kısmı cep telefonlarına indirilen sergi uygulamaları ile deneyimi dönüşüme açar. Resim 7’de Wander Through the Crystal World adlı çalışmayı deneyimleyen kişiyi her adımında yeni bir sınırsızlık deneyimi beklemektedir. Benzersiz bir anı yaratma arzusu ile mekanın geçirdiği dönüşüm, kuşkusuz ki belirgin hatları olmayan, adeta tamamlanmamışlık hissiyle şekillenir.



Görsel 7. *Wander Through the Crystal World*, TeamLab, Mori Dijital Sanatlar Müzesi, Tokyo, 2018. <https://goo.gl/T76Vdf>

Enstalasyon sanatının gelecekteki imkanlarını tahmin etmek insana heyecan vermektedir; kaldı ki yaratılmış olan bu tür ortamları daha da fazla denetleyecek yeni teknolojilerin geliştirilmesi sürmektedir. Önümüzdeki dönemde, duvar büyüklüğündeki LCD panelleri gibi henüz tasavvur etmemiş olduğumuz başka teknolojilerin de sanatçıların kullanımına sunulacağı bellidir. Tek tek kavramlar, yaklaşımlar ya da tekniklerden ayrı olarak enstalasyon ve sanal gerçeklik, çağdaş sanatın canlı formlarıdır. Dijital perspektif, bu alanda çalışan sanatçılara güçlü aletler ve yeni yaratıcı ifade kaynakları bulmuştur. (Wands 2006:101)

Yukarıda genel hatlarıyla verilmiş örneklerden de anlaşılacağı üzere heykelin dijital teknoloji ile ilişkisi artık bu denli kaçınılmazken, ülkemizde ve dünyada heykel eğitimi içindeki yeri sınırlıdır. Heykel eğitiminin büyük oranda nesnel bir üretime odaklandığı bir gerçektir. Okullarda iyi fikir kadar, iyi kaynak yapmak, kile hakim olmak, taşın, ahşabın nasıl yontulacağını bilmek, dört yıllık eğitim sürecinin değişmez hedefidir. Ancak dijital üretimin tamamen mühendislerin elinde olması ve heykel sanatçılarının da geleneksel üretim yöntemlerini kullanması gibi kesin sınırla belirlenmiş bir dünyada yaşamıyoruz.

Dijital sanatın bürünebileceği formlar (hem geleneksel hem de yeni formlar), bazen onlar arasında berrak bir ayırım yapılamayacağı şekillerde harmanlanabilirler. Dijital sanatın gele-

neksel formları arasında baskılar, fotoğraflar, heykeller, enstalasyonlar, video, canlandırma (animasyon), müzik ve performans sayılabilir. Dijital alanın kendisine özgü yeni formlar olarak da sanal gerçeklik, yazılım sanatı ve net sanatı sayılabilir. Dijital sanatı daha eksiksiz bir şekilde kavramak, bizim açımızdan onun teknolojiye çağdaş sanatla ilişkisini, bu sanat eserlerinin nasıl yaratıldığını ve dijital sanatçının içsel yapısını irdelemeyi sürdürdükçe mümkün olacaktır. (Wands 2006:11)

Sanat öğrencisi, daha önce defalarca işlenmiş bir konu ya da kavram üzerine, insanları bu kavramı ilk defa duymuşcasına etkileyebilmenin yollarını araştırır. Sanat öğrencisi kendine, topluma ve olaylara mercek tutarken ortaya çıkan ürünler, aynı bir laboratuvar ortamındaki gibi atölyede defalarca deney yaparak gözün seyrine serilir. Sanatta duygulanım kadar, merak ve disiplindir üretim çarkını döndüren. Tüm bunların yanında aynı bilimsel alanlarda olduğu gibi kafanın içindeki problem, sergilenecek mekan ve atölyedeki donanım ne kadar fazla ise sanatçı o kadar kendini geliştirir. İnternet çağında doğup büyüyen bir heykel öğrencisinin içinde olduğu dijital dünyanın olanaklarını kenara itip, sadece geçmişin üretim tekniklerine gömülmesini beklemek, kendi disiplini içinde inzivaya çekilmek gibidir. Özellikle şuan içinde bulunan çağdaş teknoloji, heykel eğitiminin dışında tutulmamalıdır. Bu sadece tekniğin sağladığı duysal büyüünün ötesine geçip, yeni tartışma olanaklarına sahip olabilmek için değil, yeni nesil öğrencinin heykel eğitimi ile arasındaki mesafeyi kapatmak adına da bir mecburiyettir. Ranciere'nin hoca ve öğrenci arasındaki mesafeyi anlattığı sözleri bu mecburiyet karşındaki motivasyonu arttırıcı niteliktedir;

...Hocaya düşen rol, kendi bilgisi ile cehaletin bilgisi arasındaki mesafeyi ortadan kaldırmaktır. Hocanın dersleri ve verdiği alıştırmalar, hoca ile cahili birbirinden ayıran uçurumu, gitgide daraltmak amacı taşır. Ne yazık ki hoca bu mesafeyi ancak durmaksızın yeniden yarattığı takdirde daraltabilir. Hoca cehaletin yerine bilgiyi geçirebilmek için her zaman bir adım önde yürümek, öğrenciyle kendisi arasına yeni bir cehalet koymak zorundadır. Bunun da nedeni oldukça basittir. Pedagoji mantığında cahil, üstadın bildiğini henüz bilmeyen kimse anlamına gelmez yalnızca. O, neyi bilmediğini ve nasıl bileceğini bilmeyendir. Hoca da sadece cahilin bilmediği bilgiyi elinde bulunduran kimse değildir. O bilgiyi nasıl, ne zaman ve hangi protokole göre bir bilgi nesnesi yapacağını da bilen kişidir. (Ranciere 2015:15)

Ranciere'nin sözleri çağ ne kadar hızlı değişirse değişsin, hoca ve öğrenci arasındaki olması gereken ilişkiyi anlatmaktadır. Heykel eğitimi tüm disiplinlerle olan ilişkisinde duyarlılığı elden bırakmadan yol almalı, yeni çalışmalar üretmeli ve bu çalışmalar üzerine düşündükçe kendi tarihini dönüştürecek yeni soruları sorma şansı yakalamalıdır. Bourriaud'un da belirttiği gibi,

Hiçbir teknik, sanat için bir konu oluşturmaz: Buna karşılık teknolojiyi kendi üretken bağlamına yerleştirerek, teknolojinin, kullanılabilir hale gelmesini sağlayan üstyapıyla ve zorunlu davranışlar örtüsüyle ilişkilerini analiz ederek, modernizm doğrultusunda dünyayla ilişkili modelleri üretmek mümkündür. Bu olmazsa, sanat, giderek kaygı verici hale gelen bir toplumda, high tech bir dekorasyon olup çıkacaktır. (Bourriaud 2005:125)

Teknolojiyi daima dışarıdan satın alınan bir başkasının yaptığı ve bizim tükettiğimiz bir değer olarak görmeye devam edemeyiz. Teknolojiyi eğitimin içine sokmak aynı zamanda zihnimizin içine de sokmak demektir. Bu anlamda disiplinlerin de kendilerini teknolojiye ve çağdaş yaşamın gerektirdiği olanaklara açması ve güncel olanı takip edebilmesi şarttır.

KAYNAKÇA

- Bourriaud, Nicolas. (2005). İlişkisel Estetik. (S. Özen Çev.). İstanbul: Bağlam Yayıncılık
- Burnet, Ron. (2007). İmgeler Nasıl Düşünür. (G. Pular Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Fineberg, Jonathan. (2014). 1940'dan Günümüze Varlık Stratejileri. (S. Atay ve G. Erinç Yılmaz Çev.). İzmir: Karakalem Kitabevi Yayınları.
- Ranciere, Jacques. (2015) Özgürleşen Seyirci. (E. Burak Şamani Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Wands, Bruce. (2006). Dijital Çağın Sanatı. (O. Akınay Çev.). İstanbul: Akbank Yayınları.
- <http://www.bozluartproject.com/server-demirtas-evvel-zaman-makinesi/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=WLBHoPZoZQM> adlı linkde görmek mümkündür.
- <https://vimeo.com/98044998>

RESİM KAYNAKÇASI

- Resim 1. <http://artelectronicmedia.com/artwork/tv-buddha>
- Resim 2. <http://www.scott-eaton.com/category/digital-sculpture>
- Resim 3. https://www.domusweb.it/en/news/2014/06/21/potential_monuments.html
- Resim 4. <http://wetreseinart.tumblr.com/post/141499298196/tony-cragg-british-born-1949-wil-low-ii-2015>
- Resim 5. <https://theartstack.com/artist/roxy-paine/scumak>.
- Resim 6. <http://www.bangprix.org/server-demirtas-m-a-d-gallery-cenevre-sergisi/>
- Resim 7. <https://borderless.teamlab.art/#information>

Sinemanın İkonik Karakterlerinin Ölüm Sonrası Dijital Dirilişinin Animasyon Teknikleri ve Fenomeni

İclal Alev DEĞİM FLANNAGAN // iclalalev@baskent.edu.tr

Başkent Üniversitesi, Çizgi Film ve Animasyon Bölümü

ÖZET

Oyuncuların imajlarının ölüm sonrası filmlerde kullanılması yeni bir kavram olmamakla beraber günümüzde gelişen teknoloji ile yaygınlaşmakta ve yeni bir tartışmanın başlamasına sebep olmaktadır. Sinema tarihinde Ölüm Oyununda Bruce Lee (1978), Pembe Panter’de (1982) Peter Sellers, Iron Cross’daki Roy Schneider (2008), Gladiatör’da Oliver Reed (2000), Superman Returns’ta Marlon Brando (2006), Sky Captain ve Yarının Dünyası’nda Laurence Olivier (2004), ve yakın zaman örneklerinden Fast and Furious’ta (2013) Paul Walker gibi bir çok oyuncu ölüm sonrası animasyon teknikleri ile dijital olarak yeniden canlandırılmıştır (1). Son dönemdeki teknolojik gelişmelerle birlikte çok daha gerçekçi ve maaliyeti de düşük bir şekilde bu yöntemi kullanmak mümkün hale gelmiştir. Dolayısıyla kullanımı özellikle Hollywood filmlerinde daha yaygın olarak görülmektedir. Lisa Bode dijital dirliş kavramını açıklarken “Artık Kendileri Yok mu?: Dijital Olarak Etkinleştirilmiş Ölüm Sonrası Performanslar” makalesinde dijital olarak yeniden canlandırılan performansları açıklamak için “Frankenstein” benzetimini kullanmaktadır (2). Meseleyi estetik ve etik yönünden ele alarak, fenomenolojik bir perspektif ile bu makalede animasyon tekniklerinin günümüz sinemasındaki kullanımı tartışılmakta-

dır. Ölüm sonrası dijital diriliş için kişinin en yakın akrabasından izin alınması, telif haklarının finansal ödemelerinin de bu kişi veya kişilere verilmesi etik soruları gündeme getirmektedir. Robin Williams'ın vasiyetinde ölümünden sonra imajının dijital olarak kullanılmasına özellikle izin vermemesi de (3) yakın gelecekte bu teknolojinin daha da fazla kullanılacağı ve etik sorularını gündeme getireceğinin bir işaretidir. Ölen kişinin rızası olmadan herhangi bir projede o kişinin görüntüsüne yer verilmesi sinemanın ve animasyonun yeni çağda nasıl bir doğrultuda ilerleyeceğinin bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: sinema, dijital diriliş, animasyon, fenomenoloji

Giriş

“Öldüğümde, al da küçük yıldızlara böl onu. Onlar göğü öyle bir süsleyecektir ki, bütün dünya gönül verip geceye, tapmayacaktır artık muhteşem güneşe.”

Shakespeare, Romea ve Juliet

Ölüm sonrası bedeninin dijital dirilişi, bireylerin rızası ölmeden önce sağlanmadığı için etik; görüntü ve performansın yapaylığından dolayı da estetik endişeler ortaya çıkarmaktadır. Ünlü aktörlerin ve aktrislerin yüzleri ve bedenleri, fiziksel olarak bulunmadıkları alanlarda dijital olarak yerleştirildiğinde farklı anlamlar ve analizleri beraberinde getirmektedir. Bu farklı yorumların kaynağı dijital olarak diriltilmiş ölü bedenlerin performanslarının doğallıktan uzaklığı ve Freud'un tekinsiz olarak tanımladığı, tanıdık fakat yabancı bir ürünün ortaya çıkmasından doğmaktadır (4). Dijital ölü bedenlerin canlandırıldığı sinematik alanlar içi boş kabuklar olan performanslarla süslenerek yüzeysel hikaye anlatımlarına imkan sağlamakta ve dahası aşılabilir bir tekinsizlik hissiyle beraber bazı anlam kaymalarına sebep olmaktadır. Dijital olarak diriltilmiş olan oyuncuları fark eden izleyici içerikle ilgilenmekten çok teknik ile ilgili düşünmeye başlamakta ve dolayısıyla estetik bir arayış içine girmektedir. İzleyici dijital olarak diriltilmiş bedeninin gerçekliğe olan yakınlığını sorgulamaya başlayarak sahne içerisinde performansa ve hikayeye odaklanmaktan uzaklaşmaktadır. Dijital olarak diriltilmiş bedenlerin olduğu sahnelerde anlam dolaşımıyla klasik semiotik hikaye bütününden çıkıp teknik alt yapı ve gerçeklik sorgusuna dönmektedir. İzleyici sinemada çoğu zaman ön koşul olan “suspension of disbelief” (inanmazlığın durdurulması) kavramından ayrılarak ekranın illüzyonundan bu sahnelerde kopmaktadır.

Lisa Bode, dijital diriliş analizini yaparken Sopranos ve Superman'i ele alarak onların performanslarına odaklanmıştır (2). Bu tür dijital olarak diriltilmiş performansların kısmen animasyon ve kısmen üst ses olan melez bir beden oluşturduğunu belirtmektedir. Son yıllarda animasyon tekniklerindeki gelişmelerle birlikte eski görüntü ve fotoğraflardan yararlanılarak yeni bir film yaratmak mümkün hale gelmiştir. Ancak, dijital imaj ile aktörlerin diriltilmiş bedenlerinin performansları arasındaki bu karmaşık ilişki, etik ve estetik gibi çeşitli soruları ortaya çıkarmaktadır. Bu makalede yanıt aranan sorular şunlardır; dijital diriltilmiş performanslar kime aittir?; ses sanatçısına mı, vücudu hareket ettiren animatöre mi yoksa dijital bedeninin esas sahibine mi aittir? Ünlü bir kişinin imgesine kim sahiptir? Bu durumu sadece, beden dublörleri gibi sinema sanatının başka bir hilesi olarak varsayıp görmezden gelebilir miyiz? Dijital bedenlerin üç boyutlu tarandığı ve film yapımcılarının filmleri için istedikleri dijital arşivden seçtikleri ve yarı-otomatik bir film oluşturma mekanizmasına dönüştürebilmeleri mümkün müdür?

Dijital Dililişte Teknolojik Gelişim

İnsanların yüzlerini dijital ortama uyarlamak oyun endüstrisi ile başlamıştır. Daha gerçekçi ve daha iyi görünen yüzler yaratmak için oyun şirketleri üç boyutlu tarama yöntemleri kullanmaya başlamış ve gerçek insan yüzleri dijital olarak taranıp oyunların içine yerleştirmişti. Bugün Tomb Raider, Uncharted, Call of Duty, Detroit, God of War gibi oyunlar, gerçek insanlardan elde edilen verilere dayanarak tasarlanmış karakterlere sahip olduklarından ötürü bu teknolojiyle gurur duyulmaktadır. Bu teknolojiyi ilk kullanan filmlerden biri olan Yüzüklerin Efendisi (2001) oyun şirketlerinin kullandıkları yöntemlere yakın bir teknoloji kullanarak Gollum karakterini geliştirdi. Andy Serkis, yeşil ekranda tam hareket yakalama teknolojisiyle (motion capture) Gollum karakterini birebir canlandırdı. Görüntü daha sonra animasyon motoruna uyarlandı ve karakter için önceden oluşturulmuş olan yüz dijital gövdeye yerleştirildi. Bu tür dijital oyunculuk ve rekreasyon, Yüzüklerin Efendisi filmi takip eden birkaç yıl içinde çok daha hızlı gelişti. Hobbit (2012) filmi yapım için onaylandığında Gollum karakterinin yaratılışını üstlenen Weta Digital ve Weta Workshop firması tamamen yepyeni bir teknoloji kullanarak karakteri baştan yarattı.

İlk Yüzüklerin Efendisi filmi ile Hobbit filmi arasında önemli bir teknolojik hamle yapan bir film mevcuttur. Avatar (2009) motion capture teknolojisini sadece beden üzerinden değil yüz ifadeleri ve mimikler üzerinden kaydeden ufak bir kamera mekanizması kullanarak film endüstrisinde devrim yarattı. Oyuncuların kafasına takılı yüz kameralarını kullanarak yüz ifadelerini kaydeden animatörler, gerçek hayatta olan yüz ifadelerine çok yakın ifadeler oluşturabilir hale geldiler.

Avatar filmi gerçek insan ifadelerinin kaydedilip kullanıldığı animasyon karakterlerini yarattı. Bu, film endüstrisinde animasyonla karakterleri yeniden yaratma anlayışını değiştirdi ve eski filmlerden gelen görüntüleri kullanarak ölü bir kişiyi diriltebilecek teknolojiyi de oluşturmuş oldu. Gerçek bir oyuncu kullanılarak dijital olarak diriltilmiş kişinin yüzü ifadesi kaydedilen aktörün oyunculuğunun üzerine işlenerek oldukça gerçekçi bir ifade yaratılmasına imkan sağlamış oldu.

İlk Hobbit filmi, Andy Serkis'ı Gollum olarak yeniden yaratmak için yüz ifadesi kaydedilmesinde Avatar'a benzer bir teknik kullandı. Ancak bu kez Gollum'un yüzü, Andy Serkis'ın gerçek cildinin taraması kullanılarak yeniden yaratıldı. Bu Gollum karakterinin görünüşünü öyle kökten değiştirdi ki, hiper-gerçekçi bir hale geldi.



Görsel 1-<https://www.youtube.com/watch?v=2i1e8WPg4Bs>

Yukarıdaki örnekte görüldüğü gibi Gollum'un cildi ve gözleri yeni teknikle radikal olarak geliştirilmiştir. Işığın cildin üzerindeki yansıması, bir öncekine kıyasla yumuşak düz bir yüzeyden değil, yarı saydam ve çok katmanlı bir yüzeyden olmaktadır. Gözler, Gollum'un karakterinin evriminin en önemli bir parçalarından biri olduğu için göz ifadeleri özellikle vurgulandığı dikkati çekmektedir. Gollum'un gözleri Hobbit filminde daha çok katmana, daha iyi bir dokuya ve genel olarak daha gerçekçi ışık yansımasına sahiptir. Cildin altındaki kaslar da görülebilir şekilde tasarlanmıştır. Eski yöntemde bugün inşa edilen üç boyutlu modeller için geliştirilen kas yapısı oluşturulmamaktaydı. Bu da daha yüzeysel bir hareket izlenimi vermekteydi. Karakterin gülümsemesi veya konuşması için animatör ilgili kas grubunu seçerek bu kasları gerçekte olacağı şekilde kasıp uzatabilmektedir ve dolayısıyla yüzdeki ifade çok daha gerçekçi olmaktadır. Aynı zamanda saç ve cildin dokusu çok daha gerçekçi görünmektedir.

İnsana benzeyen karakterleri yeniden canlandırma teknolojisindeki bu gelişmeler ve ilerlemelerden, insan yüzünü UV ışıklı ve dokulu fotoğraf ve görüntülerle daha gerçekçi görünmesi için formüle edilmesinden kaynaklanmıştır. Avatar'daki Navilerin veya Hobbit'te Gollumun yaratılması için kullanılan bu teknikler bir aktör ya da aktrisin oyunculuğuyla karakteri hayata getirdiğini görmek, performans için aldatici bir yanılsama yaratan bir üretim sürecini de beraberinde getirmektedir. Burada bahsedilen aldaticılık, oyuncunun hayatta olmadığı durumlarda gerçeklik hissinin verilmesi için, yukarıdaki karakter örneklerinde olduğu gibi bir illüzyona dayandırılarak yaratılmaktadır. Yani hayatta olan oyuncular bu teknolojileri kullanırken gördüğümüzde dijital olarak diriltilmiş imgeleri de bu kategoride düşünmemizi sağlayan bir illüzyon oluşturmaktadır. Artık dijital formda kristalize edilmiş ve uygun olduğunda yeniden kullanılan görüntümüzle ölümsüz olabileceğimizi varsayıyoruz. Sinema kendi estetik anlayışını Hollywood'da iyice perçinlemişken, artık belirli estetik bedenler dışında kalan estetik, giderek tükenerek mükemmel insan yaratma yolunda ölümsüzlük iddasının ötesinde bir arayış içine doğru bizi sürüklemektedir. İnsanlık, yaşamı boyunca yeni performanslarda ölü aktörlerin ve aktrislerin resimlerini göstererek zaman üzerinde bu teknolojilerle gücünü daha da iddialı hale getirmektedir.

Bu sorular akılda tutularak araştırmaya başlanabilecek ilk noktalardan biri, bu tip dijital diriliş için sahip olduğumuz güncel örnekler olmalıdır. Rogue One, bir karakterin tam bir ölüm sonrası dirilişinin harika bir örneğidir. Peter Cushing'in oynadığı Grand Moff Tarkin karakteri, önceki Star Wars filmlerinde Darth Vader'ın ikinci komutanı olarak korkutucu bir performans sergilemiştir. Aşağıda Tarkin'in hayattaykenki performansından bir kare ve görsel karşılaştırma için dijital diriltiilmiş performansın ekran görüntüsü bulunmaktadır.



Görsel 2- Star Wars'taki Tarkin



Görsel 3- Rogue One filminde diriltilmiş Tarkin

Görüntünün gerçekçi doğası sorununun dışında, Cushing'in imajının dijital dirilişi, ölü bir insan olduğunun farkında olmamız nedeniyle ürkütücü bir nitelik taşımaktadır. Rogue One filmi ve Star Wars evrenini takip eden izleyici için bu tür bir "cameo" oyuncunun ölmüş olduğu gerçeğinden ayrı olarak düşünülemez. Star Wars'ın kült niteliğinden ötürü detaylara önem veren bir takipçi kitlesi olduğunu bilmekteyiz. Bunun yanında Superman ve Sky Captain'de Star Wars'un aksine, aktörün performansı bir perdeye ya da bir projeksiyona yansıtılmamakta, ancak tam bir insan olarak dijital bir bedene aktarılamamaktadır. Aşağıda, gerçek bir insan olarak değil, yüzeydeki görüntüyü yeniden canlandıran iki filmin ekran görüntüleri görülmektedir.



Görsel 4- Sky Captain and the World of Tomorrow



Görsel 5-Superman

Bu önceki iki örnekte performansın, Tarkin örneğinde olduğu gibi karar vermenin zor olmadığını görmekteyiz. Bu iki filmde yalnızca projeksiyonlar olduğu ve gerçek zamanlı olarak diğer insanlarla birlikte hareket eden bedenler olmadığı için başka bir mekan içerisinden bize seslendiklerini gösterilmektedir. Sadece yüzleri kullanılmış olsada bu noktada performans kime aittir? Animatöre veya ses sanatçısına mı? yoksa bu imajı bir araya getiren kişiye mi?

Ekran performansı ve görsel imaj üzerine ontolojik sorular uzun yıllar film çalışmalarının fenomenolojik teorileri için temel oluşturmuştur. Oyuncular rolünü yerine getirirken, bir yönetmenin temsilini yeniden yorumlayarak, toplumun okumaya hazırlandığı bir görsel dile dönüştürmektedir. Performansı yöneten yapı sistemde kodlanmıştır; bir gülümseme mutluluk, karanlık bir aydınlatma korku, ekranda görünen silah şidette bir işaret anlamı taşımaktadır. İnsan ifadesinin evrensel belirtileri olduğu varsayılarak Hollywood performansları baz alındığında, performans kolaylıkla dijital bir kodlamaya dönüştürülebilir. Hollywood sinema imajları aynı sistemetik estetiği yıllarca yeniden üretirken homojenize

olmuştur. Göze çarpan herhangi bir şey ya ekranda bulunmaya yetkili değildir ya da bir deha sanatçısının eseri olarak anılır ve sistem tarafından sonsuz defa tekrar üretilir; ta ki onun bir parçası olana kadar. Görüntü metalaştırılır, toplum tarafından tüketilir ve yeniden üretilir. Bu döngü Hollywood'un başarılı formüller üretmesini sağlayan en önemli tekniklerdendir.

Tarkin'in diriltilmiş bedeninin etik sonuçları, aktörün imajı ve performansı hakkına sahip olan şirketin telif hakkı ile ilgili değildir, ancak sorunun sadece yasal kapsamının ötesine geçer. Kişi, aktör veya aktaris, insan olarak kendi imajları için elbette bazı temel haklara sahiptir. Bir ürün içerisinde imajının yer alıp almayacağı hakkı kişide saklıdır. Ancak dijital olarak diriltilmiş beden için bu hakkın kimde olduğu sorusunun ötesine geçerek, bu imajı insan yapan “şeyin” ne olduğu sorusunu sormamız gerekir. Bir performansı gerçek kılan sadece bir kişinin otantik özü müdür? (dublörler varsa bu öz hangi kişidedir?) yoksa bu bahsettiğimiz öz daha farklı bir yapının temsili midir? Performansı anlayabilmemiz için önce bu temel soruya cevap aranması gerekmektedir: İnsanın tam olarak özü nedir?

İnsanın “Özü”

Marx insan doğasını aşağıdaki pasajla açıklamaktadır:

“Sınırsız emek sadece (1) insandan doğayı yok eder ve (2) insanı, kendi işlevinden, kendi yaşamsal faaliyetinden, kendinden uzaklaştırır; Bundan dolayı, aynı zamanda insanı türlerinden de uzaklaştırır. Tür-yaşamını kendi yaşamı için bir araç haline getirir. Birincisi, tür-yaşamı ve bireysel yaşamı yok eder, ikincisi, ikincisini, soyut biçimiyle, soyut ve yabancılaşmış haliyle, ilkinin amacına dönüştürür” (5).

Marx için, insan doğası, yabancılaşma süreci boyunca saptırılır ve bu, insanın özüyle çelişki yaratır; ancak, emek süreci, bir işçinin bireysel yaşamının, türlerin hayatta kalmasının maliyetine dönüştüğünü belirtir. İşçinin ürettiği nesneden yabancılaşma, işçiyi diğer “insan” dan da yabancılaştırır ve bu noktada işçi ürettiği nesnelere köleleştirilir. Bunlar emeğin kendisi için doğru değildir, sadece kapitalizmin yabancılaşmış emek biçimini ifade eder.

Freud için durum farklıdır, insan doğası iç ve dış, temel sürücüler ve süper-ego arasındaki mücadeleyle ilgilidir. İnsan doğası, doğuştan yıkıcı ve şiddetlidir. Öbürünün hayatta kalmasını önemsememektedir. “Kendimizde algılayabildiğimiz ve haklı olarak başkalarında bulmayı düşündüğümüz saldırganlık eğiliminin varlığı, komşularımızla ilişkilerimizi bozan, kültürün yüksek taleplerini yerine getirmesini gerekli kılan etkidir. Uygur toplum, erkeklerin bu ana düşmanlığıyla birbiriyle parçalanmakla sürekli olarak tehdit edilir. Ortak çalışmalarındaki çıkarları onları bir arada tutamaz; içgüdünün tutkuları mantıklı çıkarlardan daha güçlüdür” (6). İnsanın bu şiddetli doğası, toplum tarafından kurallar ve geleneklerde de yer almalıdır ki super ego vahşi içgüdüleri baskılayabilsin.

Marx'ın aksine, Freud, türlerin hayatta kalmasını düşünmenin insanların doğası olmadığını düşünmektedir. Burada, Marx insan doğasının içtenlikle “iyi” olduğunu, ancak sistemin bu iyiliği tersine çevirdiğini, Freud'un insanın özünde kötülük olduğunu ve medeniyetin iyi olmasını sağladığını iddia etmektedir. Ancak Freud medeniyetin insana acı çektirerek daha fazla sorun yarattığını vurgular. İnsanlar bencildir, çünkü tüm tabu ve dini düzenlemeler ile yasalar ve politikalar gibi diğer toplumsal kodlar ile baskılanarak arzularını takip etmelerini engellemeye çalışmaktadır. İnsan doğası agresif olmak zorundadır, ancak medeniyet sadece bu hisleri ve itici güçleri bastırmış fakat onları iyileştirmemiştir.

Freud, özel mülkiyeti ortadan kaldırsak bile, başkalarının ayırımı yapmak için başka türden ayırımların

da devreye gireceğini söylüyor, çünkü bu insanın doğasıdır. Marx, bununla bağlantılı olarak, sistem tarafından dayatılan sorunların üstesinden gelmek için insanın birleşik kolektif gücüne inandığından bunun tam tersini savunmaktadır (6). Bu iki söylem arasındaki fark, Freud için sorun içten gelirken, Marx için sorun insanın kendisinin dışında olmasıdır.

Heidegger, insanın durumunun, başkalarının ve diğer şeylerin durumundan benzersiz olduğunu savunmaktadır. Bu ontolojik özen, insanı tanımlayan özelliklerden biridir. Dasein, Dasein olmak için yaşamayı ve otantik olmayı seçmelidir, ancak her şeyden önce kendini bulduğu durum neredeyse karışıklık ve ıssızlık halindedir: “Sartre gibi, Heidegger de insani durumu ontolojik evsizlik anlamında görmeye hazırdır, yani bu dünyada bizim evimize hiç yakışmadığımız anlamına gelir, çünkü biz doğanın bir parçası olarak dünyaya gömülmedik. Bunun yerine, dünyaya atıldık, seçmediğimiz bir hayat içine girdik ama şimdi, buradayız, seçmeliyiz, ya da sayısız yoldan biriyle kaçınmalıyız” (7). Heidegger için insan evsiz ve kendinden uzaktadır ve otantik yolu seçmesi ancak onu Dasein olma yolunda ilerletecek özelliklere sahip olmasını sağlayacak yolu açacaktır.

Burada, Heidegger’in insanoğlunun durumunu diğer varlıklardan farklı olarak (yani, “özü” ya da “insanın ontolojik durumunu” tanımlamaya daha da yaklaşarak) kavraması arasındaki fark açıklığa kavuşmaktadır. Marx ve Freud’un fikirlerinin aksine, Heidegger insanı sahip olabileceği herhangi bir “dünyevi” nitelikten sıyrılmaktadır. Yani öz esasen bir kabuk içersindeymiş gibi değerlendirilebilir.

Burada, Merleau-Ponty’nin fenomenolojik yaklaşımıyla da net bir ayrım görülmektedir. Merleau-Ponty insanın bu dünyanın bir parçası olarak diğer herhangi bir varlığın parçası olduğuna inanır. Merleau-Ponty’nin varlığı dünya içerisinde vardır. Heidegger’e “Dasein, diğer varlıklar arasında basitçe oluşmayan bir varlıktır. Daha ziyade, bu varlığın kendi varlığından kaygı duyması gerçeğiyle ontolojik olarak ayrılır (8). Bu kendini yansıtmaya davranışı, varlığın kendisine yönelik olmasından ileri gelir. Merleau-Ponty’ye göre dijital dirilti bedeni düşündüğümüzde kendi yansımamıza bakmakta ancak yansımanın çarpık olduğunu fark etmekteyiz. Bu da çarpıklığın kaynağını sorgulamamıza ve üretim sürecini düşünmemize neden olmaktadır.

Öte yandan bu açıklamaların Kant gibi diğer filozoflarla çelişkilerini de görmekteyiz. Bu farklılıkları ele almak için önce gelen argümanları düşünmemiz gerekmektedir. “Kant’ın Varlığın bir önkoşul olmadığı iddiası, “ontolojik farklılık” konusundaki içgörüsünden kaynaklanmaktadır, yani “Varlık, varlık değildir” (9). Bu tartışmada neler olup bittiğini anlamak için, farklılığı ve ayırt edilemez “varoluş yolları” ve “neyin varlığını” göz önünde bulundurmalıyız. Muhalefet içinde Heidegger şunları söylüyor: “Kant’ın Varlığın gerçek bir önkoşul olmadığı iddiasını tartışırken Heidegger, Kant için “gerçekliğin” (Realitat) “gerçek” (Wirklichkeit) ile aynı olmadığını gösterir. Gerçeklik, bir res ya da şeyin özüdür. Kant, Sein ile Dasein arasında bir ayrım yapar; ikinci terim Kant’ın bir şeyin gerçek varlığı anlamına gelir. Kant için, Varlık (Sein) “salt konum”dur (Blosse Position), Dasein ise “mutlak Pozisyon” (mutlak Pozisyon) (9). Sinema’da insanın özünü düşünürken Heidegger’in bir varlığın “gerçeklik” üzerine olan tartışmasını düşünmemiz gerekmektedir.

Görüntü her zaman Dasein’in kendisine aittir ve zaten dijital dirilti bir beden Dasein olamayacağı gibi yalnızca insan varlığının ihlali olacaktır. Var olmadığına, yok olduğunda, var olan hakkında konuşamayız. Dolayısıyla, insanın dijital olarak yeniden dirilti formdaki durumunun tartışması için, Heidegger’in tartışmada var olması ön koşullu (gerçekte) “gerçek” olması gerekliliği öne çıkmaktadır. Yani bir aktörün ya da oyuncunun imajını diriltirken, bir zamanlar var olanın içi boş bir kabuğunu yaratırız ve o, içi boş olduğu gerçeğinden asla uzak duramaz. Ekranda gördüğümüz bu korkunç zombi, bir zamanlar gerçek olanın yansımasıdır ve Dasein’in yokluğundan da kaçamaz.

Freud'un insanın özünü yansıttığını savunduğu iç güdüler ve arzular ise dijital diriltilmiş bedende yoktur. Bu yokluktan ileri gelen arzusuzluk durumu dijital bedeninin ruhsuz ve güdüsüz hareket ettiğini işaret etmektedir. Freud'un bahsettiği yıkıcı güçler bu dijital bedenlerde mevcut değildir. Burada bahsedilebilecek tek arzu film yapımcılarının dijital bedene yükledikleri hikayesel arzuların mekanik tehayülüdür.

Marx için söz konusu insan özü ve içerisinde yer alan tür-yaşamının arzusu dijital bedenlerde yoktur. Bir türe ait olmayan dijital beden ancak arka planda çalışan ve emek veren animatör ve film yapımcılarının üretim sürecine işaret etmektedir. Dijital bedenler saydamlaşarak arkadaki Hollywood mekanizmalarını, formüllerini, finansal isteklerini ortaya çıkarmaktadır.

Performans

Bertolt Brecht performans çalışmalarında en iyi teorisyenlerden biri olarak kabul edilir. Dijital olarak yeniden dirilen performansları incelemek onun teorisini inceleyerek de yapılabilir. Brecht, edebiyat alanındaki gerçekliğin kaçınılmazlığına odaklanmaktadır, çünkü halkın üzerindeki egemen sınıf alıştırmalarının yalanların yayılmasıyla öneminin arttığını savunmaktadır. Daha küçük topluluklar üzerinde çalışmak veya büyük resme bağlı olmayan diğer sorunlar, önemsizliği nedeniyle alay edilir durumdadır. Brecht, edebiyatın, halkın insanlara, hayatlarını yansıtan bir imaj sağlamaya odaklanması gerektiğine inanmaktadır. Böylece "popüler sanat terimleriyle realizmin doğal müttefik olduklarını" iddia eder(11). Yine de bu sözlerin ideolojik temelden gelen tarihsel, toplumsal anlamlara sahip olduğunu kabul eder ve terimleri sıfırdan tanımlamaya ve bu bağlamda yeniden konumlandırmaya başlar. Brecht, sözcüklerin çağrışımlarının zalimciler lehine nasıl kullanıldığını ve "kutsal gelenekleri, sanat biçimlerini, alışkanlıkları ve gelenekleri, dindarlığı, kalıtsal düşmanları, yenilmez gücü vb." nasıl yarattığından bahseder (11). Bu "tarihin sınıf mücadelesi "aldatması olarak sınırlarını oluşturmaya çalışır.

Bu noktada, Brecht'in popülerlik terimini tanımlamak onun performansa olan yaklaşımını açıklamaya yardımcı olacaktır:

"Popüler araçlar: geniş kitlelere açık, kendi ifade biçimlerini benimseyen ve zenginleştiren / onların bakış açısını benimseyen, onu şekillendiren ve düzelter / halkın en ilerici bölümünü temsil eden, böylece önderliğin üstlenebileceği ve dolayısıyla insanların diğer bölümlerine anlaşılabilir olan ... " (11).

Halkın bu etkin ve güçlü bir araç olarak tanımlanması, bireylerin kolektif bilgisini, yaratıcılığını vb. kutlamaktadır. Adorno ve Horkheimer'in popüler sanatların tanımıyla açık bir tezat oluşturur. Kültür endüstrisi için, kitlelerin benzersizliği ifade etmesine imkan vermeyen üst sınıflar için bir yeniden üretim makinesi değildir popüler. Ancak Adorno ve Horkheimer, bu döngünün dışında olan ve Brecht'in tanımına uygun düşen pop kültürünün çok küçük bir parçasını tanımlar: "Popüler sanatın meşru bir parçası olan saf saçmalıklara geri dönme eğilimi, Chaplin'e ve Marx Brothers'a kadar, iddiasız türlerde en barizdir. Bu eğilim, yenilik şarkısının metninde ve gerilim filminde kendini tamamen ortaya koydu... " (11).

Ancak bu, Brecht'in sınıfların yapıları açısından tanımladığı şeyle karıştırılmamalıdır. Brecht, kapitalizmin nihai kurtarıcı olduğunu ya da halkın iyi olduğunu ve kalıpların dışında olduğunu söylememektedir. O, popüler terimi yeniden tanımlayarak ajansı kitlelere geri verir. Adorno ve Horkheimer'in aksine, Brecht, halkı, ezici sınıfın ürettiği problemleri aşma potansiyeline sahip güç olarak tanımlamakta ve onlara önceki teorisyenlerin vermediği bir alan yaratmaktadır.

Brecht daha sonra sade gerçekçiliği reddeder ancak formun gerçekçi olabileceğine ve bunun anlamının olmayabileceğine güçlü biçimde işaret eder. Gerçekçiliğin, "... iktidarda olanların görüşü olarak şeylerin hakim görüşünü ortaya çıkarmak" olarak tanımlanması gerektiği sonucuna varmıştır (11). Bu, Brecht'in gerçekçilik kavramı anlayışının temelini oluşturduğundan çok önemlidir. Gerçekçilik bir amaca hizmet etmeli, sınıf mücadelesine yardımcı olmalıdır. Brecht, değişimin bir toplumun dinamiklerini, "dünün bugünkü neyin popüler olmadığı" nı açıkladığı gibi, değişim aracılığıyla bir anlam dinamiğinin önemini vurgulamaktadır ve bu nedenle, zalimlere direnmenin yolları da buna göre evrim geçirmelidir fikrini savunmaktadır. Dijital bedenlerin hibrid performansları düşünüldüğünde gerçekliğin kamera arkasını işaret ettiğini görmekteyiz.

Brecht için performans, sınıf mücadelesini ortaya koymaktadır. Dijital olarak yeniden canlanan performans gerçek bir şey ortaya koymadığı için gerçek bir performans da değildir. Hollywood endüstrisinin dijital ekonomisi, film oluşturmak için bir eğilim haline gelirse, kesinlikle hiçbir ruh ya da maddeye sahip olmayan geleceğin dijital kütüphaneleriyle daha fazla sermaye yaratabilir hale gelecektir.

Brecht'in bahsettiği popüler performansları günümüzde düşündüğümüzde dijital dirliğin özellikle Hollywood'un popüler kültüründen üretilmesi şaşırtıcı değildir. Anlamdan ve insan özünden yoksun dijital bedenler tekinsizlik hissi uyandıran, film endüstrisinin arka yüzünü düşündürten nesnelere karşımızdadır çünkü mekaniklik apaçık ortadadır. Her ne kadar direnme olarak ortaya çıkmasada Brecht'in bize gösterdiği aslında popülerin altında yatan mekanizma ile olan ilişkisidir.

Tıpkı insan özünün dijital bedenlerde eksikliğinin altta yatan endüstri mekanizmalarını ortaya çıkardığı gibi hibrid performanslar da aynı biçimde mekanik düzeni ve üretim sürecini ortaya çıkarmaktadır.

Sonuç

Dijital olarak diriltilmiş bedenler, farklı fenomenolojik teroiler incelendiğinde insan özünden yoksun, performanslar düşünüldüğünde ise mekanik ve hibrid bir yapıya sahiptir. Bu yapıdan dolayı dijital bedenler, film endüstrisinin Hollywood formüllerini ve kamera arkasındaki mekanik yapıyı ortaya koymaktadır.

Dijital olarak diriltilmiş bedenler animasyonun doğası düşünülecek olduğunda cansıza can vermeye yönelik yapısının ötesine geçmekte ve tekinsiz birer boş kabuk olarak var olmaktadır.

Hollywood film endüstrisinin geleceği düşünüldüğünde uygun maliyetli bir yapı olarak dijital bedenlere, ölüm sonrası veya öncesi başvuruabileceğini ön görebiliriz. Elbette gelişen teknoloji ile birlikte daha gerçekçi bedenler üretilebilmekte ve dolayısıyla ileride dijital ile gerçek arasındaki ilişkinin giderek eriyebileceğini de düşünebilmekteyiz.

Ölüm sonrası dijital diriliş ile ilgili bir çok farklı metin okuması ileriki çalışmalarda yapılabileceği gibi farklı mecralar da tartışmaya katılarak daha da zenginleştirilebilir. Film ve sinema özelinde duran bu makale ölüm sonrası dijital olarak diriltilmiş bedenlerin kamera arkasına olan göndermesine işaret etmektedir.

KAYNAKLAR

- 1- <https://www.inverse.com/article/25581-peter-cushing-rogue-one-brando-superman-returns-cgi-resurrection>
- 2- Bode, Lisa. (2010). "No Longer Themselves? Framing Digitally Enabled Posthumous "Performance"," Cinema Journal, 49:4, 46-70.
- 3- <https://www.theguardian.com/film/2015/mar/31/robin-williams-restricted-use-of-his-image-for-25-years-after-his-death>
- 4- Freud, Sigmund. The uncanny. Penguin, 2003.
- 5-Marx, Karl. Economic and philosophic manuscripts of 1844. Courier Dover Publications, 2012.
- 6- Freud, Sigmund. Civilization and its discontents. WW Norton & Company, 2005.
- 7- Pattison, George. Routledge philosophy guidebook to the later Heidegger. Psychology Press, 2000.
- 8- Heidegger, Martin. (1996) Being and Time, State University of New York Press: Albany, United States of America.
- 9- Zimmerman, Michael E. "Heidegger's" Completion" of Sein und Zeit." Philosophy and Phenomenological Research (1979): 537-560.
- 10-Cavallier, <http://caae.phil.cmu.edu/Cavalier/80254/Heidegger/DivisionOne/BeinginWorld.html>
- 11-Brecht, Bertolt. "The popular and the realistic." Marxists on Literature, Harmondsworth: Pelican (1975): 421-8.

Geçmişten Günümüze Animasyon Filmlerinde Mekân Kullanımı

Özge ÜRTEKİN // ozge.urtekin@isikun.edu.tr

FMV Işık Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü

Serpil ÖZKER // serpil.ozker@isikun.edu.tr

FMV Işık Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü

ÖZET

Mekân ve sinema arasındaki bağ günümüzde önemli bir konudur. Birbirinden farklı gibi görünen bu iki disiplin, filmlerdeki sanal karakterlerin yaşadığı üçboyutlu mekânların tasarım aşamasında birbirine oldukça yakındır. Mimarının gelişim sürecine bakıldığında gelişen ve değişen yaşam şartları ile birlikte geleneksel çizimden bilgisayar destekli tasarıma doğru hızla ilerleyen bir teknoloji söz konusudur. Mimarlık sunum aşamasında animasyonu animasyon sineması da mimarlığı tasarım aşamasında anlatım dili olarak kullanmaktadır. Bu anlamda çalışmada, günümüz animasyon sinemasında mekân kullanımı ve zaman içindeki değişiminin irdelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma, literatür araştırmasına ve film analizlerine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Konu ile ilgili filmler izlenerek incelenmiş ve animasyon filmlerinin mekânsal analizleri; mekân-karakter, mekân-kurgu bağlamı üzerinden irdelenmiştir. Bu doğrultuda, dört bölümden oluşan çalışmada sinema ile mekânın birbirlerine olan faydaları ve iki farklı alanın gelişimine katkıları ele alınmıştır. Animasyon sinemasının başlangıcından günümüze yapım özelliği, izlenme oranı, eleştiriler dikkate alınarak ödüllü filmler arasından 2 adet film seçilmiştir. 1929 yılından günümüze dönem özelliklerine göre isim yapan animasyon filmlerinin mekân ve karakter odaklı yaklaşımlar bağlamında, sinema kurgusunun mekân üzerinden izleyiciye nasıl yansıtıldığının ortaya konulması hedeflenmiştir.

Elde edilen veriler doğrultusunda, seçilen Animasyon filmlerinin mekânsal analizleri mekân, karakter, renk, anlatı değişkenleri üzerinden yapılmıştır. Araştırma sonucunda üç boyutlu animasyon filmlerindeki sahneler, mimari yaklaşımlarla birlikte değerlendirilerek incelenmiş ve filmlerin arka planlarını oluşturan sahne tasarımındaki mimari öğelerin filmin asıl karakterleri kadar önemli olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Animasyon, Animasyon Sineması, Animasyon Sinemasında Mekân, Mekân Tasarımı.

1.GİRİŞ

Sinema görsellik vasıtasıyla oluşturulan bir sanat dalıdır ve geçmişten günümüze sanatçıların farklı bakış açılarıyla beslenmiştir. Sinemanın olduğu her alanda mimarlık söz konusu olmuş, iki sanat dalı birbirlerini güçlendirerek kurgunun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Günümüzde Animasyon kavramı da sinemanın bir unsuru haline dönüşmüştür. Animasyon, güldürüp keyiflendirdiği kadar hüznlendiren yeri geldiğinde düşündürücü çizgi sinemalardır. Animasyonun sinema sözlüğündeki karşılığı, tek tek resimleri hareket ediyormuş duygusu verecek şekilde perdeye aktarma, bir anlamda canlandırmadır. Norman Mc Laren, sinemayı hareket edenin çizimleri değil, çizilenlerin hareketinin sanatı olarak tanımlamıştır (Aydın, 1989). Bir anlamda sinema, çizilen her şeyin bir kompozisyon bütünlüğü içerisinde oluşan hareketinin perdeye en anlamlı biçimde aktarılmasıdır. Filmdeki karakterlerin duygu değişimi, mimik ve mekân kullanımıyla desteklenmiş, özellikle günümüzde üç boyutlu animasyon tekniğinin gelişimi, karakter ile birlikte mekân kullanımını önemli hale getirmiştir.

Görsel uyarımlarla sıklıkla karşılaştığımız günümüzde sinema sektörünün hızlı gelişimi film türlerinin gelişimi üzerinde de büyük rol oynamaktadır. Sinemanın yanı sıra film, belgesel, periyodik yayın ve sergiler yoluyla ulaşan imgeler, insanların hayata bakışlarını, var olma biçimlerini, algılanış biçimini değiştirmektedir. Bu görsel uyarımlardan en önemlisi olan sinema, belleğimizi dolduran imgeleri yeniden yorumlayarak bize ait deneyimleri farklı değerlendirmemize ve yeniden hissetmemize olanak sağlamaktadır. Animasyon sineması hem büyük hem de küçük izleyiciye hitap etmesi açısından sinemanın dikkat çeken bir türüdür. Animasyon filmlerinin büyük oranda izleyiciye ulaşmasının sebebi topluma sundukları canlı, renkli, eğlenceli görsellerle aslında toplumun kültürel yapısı üzerinde yönlendirici etkisi olmasıdır. Bu anlamda çalışma, bir kitle iletişim aracı haline gelen animasyon sinemasının içinde mekânın önemini, kullanımını irdelemek amacıyla ele alınmıştır. Ayrıca mimarların sanatsal ve teknik eğitimlerinden gelen tasarım, form ve ölçek gibi bilgilerini, 3 boyutlu animasyon disiplininin de beslenerek, bu yeni çalışma alanlarına başarıyla aktarabilecekleri düşüncesi ile çalışma hazırlanmıştır. Animasyon sinemasının tarihine bakıldığında başlangıcındaki büyücülük ve gözbağcılığı dönemi; ilk sinema seyircileri için perde üzerinde değişen resimler, sinema büyüsünün yeni bir bölümünü oluşturmuştur. İlk animasyon örnekleri 19. yüzyılın başlarına rastlamaktadır (Thomas, 1958). 1900'lerin başlarında, çizgi-filmin sinema endüstrisinin eğlence araçlarından biri haline gelmesi ve animasyon sinemasında ses efektinin de kullanılmaya başlanması sayesinde animasyon filmlerine olan talep artmıştır (Halas, 1979a). Önceleri hareket ediyor gibi görünen oyuncaktaki resimler sonraları yerini ilk çizgi animasyonlara bırakmıştır. Kâğıda çizilen resimler, olay sırasına göre dizilmiş, akıcı bir şekilde gösterilmiş, bu akış seyredende resimlerin hareket ettiği izlenimi yaratmıştır. Bu tür animasyonlar, iki boyutlu klasik animasyonları oluşturmuş ve 20 yy. boyunca bu teknik kullanılmıştır. Daha sonra sıra-

sıyla Stop motion, üç boyutlu animasyon teknikleri gelişmiş ve günümüze kadar kullanılan teknikler oluşmuştur (Hünerli, 2005). Mekân, ses, müzik, arka plan gelişmiş, fakat animasyon yapım tekniği aynı kalmıştır. Filmlerde kullanılan mekânlar, kişilerin duygularına hitap etmesi sağlanarak animasyon filminin gerçekte bağlantısı kurgulanmıştır. Filmdeki karakterlerin duygu değişimi, mimik ve mekân kullanımıyla desteklenmiş, özellikle günümüzde üç boyutlu animasyon tekniğinin gelişimi, karakter ile birlikte mekân kullanımını daha da önemli hale getirmiştir. Film tekniklerindeki gelişim, 1900'lü yıllarda animasyon filminin uzun metrajlı eğlenti filmi biçimine dönüşmesine yol açmış, bu dönemde uzun metrajlı animasyon filmleri ilgi odağı olmuştur (Halas, 1979b). 1900'lü yıllarda ise animasyon filmleri televizyon reklamları, özel deneme filmleri ve eğitim filmleri gibi her alanda yaygınlaşmaya başlamıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde üç boyutlu filmler yaygınlaşmıştır. Ses efekti, görüntünün ve mekânın gerçekçiliği animasyon sinemasını daha da geliştirmiştir. Üç boyutlu animasyon filmlerinin üretiminin yaygınlaşması ile takip edilen süreçler ve yöntemler değişim göstermeye başlamıştır. Bu yöntemler film üreticisi şirketlerden, filmi yapan sanatçıların çalışma tarzlarına göre değişmektedir. Hikâye oluşturma, farklı farklı işleyen bölümlerin bir bütün oluşturma eylemidir (Çelik, 2013a). Animasyon filmini oluşturan aşamaları planlama, hikaye oluşturma, storyboard, karakter, mekan tasarımı, modelleme, efekt, animasyon aşamalarıdır (Çelik, 2013b). Planlama Aşaması, bölümlerin işleyişlerini belirleyen aşamadır. Belirli olan hikâyenin sıralanma işlemi storyboard'larda kare kare çizilmiş görsellerle anlatılır, senaryoya uygun karakterler oluşturulur. Mekânların tasarımı verilmek istenen mesaja göre ve oluşturulan karaktere göre tasarlanır. Ses efekti ve müzik senaryoya bütünleyici olarak eklenir. Tüm bu aşamaların ortak noktası bir düzene bağlı olmalarıdır.

Bu kapsamda, animasyon filmlerinin mekân kullanımlarını incelemek amacıyla hazırlanan çalışmada; mekân ve sinema etkileşiminin filmler üzerindeki yansımaları ele alınmaktadır. Çalışma alanı olarak 1929 yılından 2018 yılına kadar olan süreçte alanında farklılık yaratan ödül alan toplamda 2 adet Amerikan yapımı animasyon filmi incelenmiştir. İzlenen filmler dönem özellikleri, karakter ve mekân kurgusu, zaman olgusu gibi özelliklerine göre irdelenmiştir. Bu anlamda çalışmada, animasyonun tarihsel gelişimi, tasarımı ve animasyon filmlerinde mekân kullanımı incelenmiştir. 1929 yılından günümüze yıl bazında animasyon filmleri izlenmiş, çalışma kapsamında iki film üzerinden analizler ve örneklem yapılmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın giriş bölümünde çalışmanın amacı, yöntemi ve kapsamı belirtilmiştir. Mekân, sinema kavramları ve animasyon filmlerinde mekânsal özellikler Animasyon sinemasında modern yaşam imgeleri, hayal ürünü şehirlerin yanı sıra mekânlar içinde kullanılan tasarımlar irdelenmiştir. Son bölümde ise seçilen Animasyon filmlerinin mekânsal analizleri, film kareleri üzerinden ele alınmıştır. Araştırma sonucunda üç boyutlu animasyon filmlerindeki mekân kurgusunun filmlerin arka planlarını oluşturan öğelerle birlikte anlam kazandığı görülmüştür. Farklı alanlarda tasarım süreçlerine katılıp çalışmalar yapan mimarların, üç boyutlu animasyon filmlerinin oluşumunda en az animatörler kadar görev yaptığı gözlemlenmiştir.

2. MEKÂN VE SİNEMA KAVRAMI

Mekânın sözlükteki karşılığı yer, ev, yurt ve uzaydır (URL 1). Mimarlığın temel araçlarından olan mekân, fiziksel ve görsel sınırlarla tanımlanmaktadır. Mekân, tasarımcının birinci malzemesi ve iç mekân tasarımındaki esas öğedir. Özünde nokta, çizgi, düzlemden oluşan hacimler mimari ölçekte, kolon, giriş, düzlemsel duvarlar ve çatılar haline gelir. Mimari tasarımda bu öğeler, bir yapıya biçim vermek, içeriği dış mekândan ayırmak ve iç mekânın sınırlarını belirlemek üzere düzenlenmektedir (Arslantepe, 2015).

Mekân, insan ilişkilerinin ve bu ilişkilerin getirdiği donatıların içinde yer alan bir hacimdir. Dolayısıyla bir mekândan söz ederken onu, insan ilişkileri ve iletişim kavramlarıyla olan bağlarından kopartıp incelemek ve irdelemek mümkün değildir. bütünüdür. Yer/mekân, insan ilişkilerinden etkilenir ve insanın yere olan bağımlılığından ötürü, insan yaşamını etkiler (URL2). Bir mekânın yüzeyine, zeminine, yönüne anlam yüklendiğinde o mekânın görsel karakteristiği tanımlanır. Mekân, algımıza dolaylı ya da direk mesajlar gönderebilmektedir. Bir mekânın gerçekliği sadece fiziksel özellikleriyle sınırlı değildir. (Adiloğlu, 2005). Mekânın bir de deneyimlenen gerçeği bulunmaktadır. Bu gerçeklik fiziksel mekânın varlığıyla örtüşmeyebilir, gerçekliği ile taban tabana zıt olabilir ya da mekânın varlığını daha da vurgulayabilir. Teknoloji ve toplumsal hayatın gelişmesiyle ortaya çıkan yeni oluşumlar, kültürel değişimleri de beraberinde getirmiştir. Bakış açıları değişmiş, farklı alanlar ortak paydada birleşip ortak olgular yaratılmıştır. Mimarlık ve sinema bunun örneklerinden biridir. Mimarlık ve sinemanın yollarını kesip-tiren şey yaşamın içinde var olan ortak kullanım alanlarını yaratma arayışı olmuştur (Beşişik, 2013).

Sinema, görsel gücüne gerçeklik katmak için mimarlıktan yararlanmış, mekân kullanımının yanı sıra zaman kavramlarını ve bunlarla bağlantılı olarak hareket kavramlarını konu edinmiştir. Film görüntüsü, gerçeğin yeniden üretilmesi olarak ele alınırsa, yaşam alanının taklidi gerçeklikle bağ kurulması açısından kullanılabilir bir unsurdur. Sinema, bilinen nesnelere kullanarak farklı bir gerçeklik yaratır, bu şekilde mekânsal somut veya soyut öğelerin algılanmasını sağlar. Anlatılmak istenen, mekânın kimlik ve imajını oluşturan mekânsal imgelerin kullanımıyla anlatılır. Sinema filmlerinde hayattan alınan bir kesit, kısa zamana sıkıştırılıp seyirciye sunulmaktadır. Böylece kullanılan mekân, sosyal veriler doğrultusunda okunmaktadır. Sinema mekânı insanın beynine inşa eder. İzleyiciyi içinde bulunduğu andan koparır, geçmişe, geleceğe ya da hayalî bir mekânın içine sokar. Zihinsel imajların mimarisinde gezindirir. Mimarlık gerçek, sinemada ise tüm imajlar illüzyondur (Ersoy, 2005). Buna rağmen sinema, kullandığı sanal mimarlıkla gerçeklik duygusunu yaşatma yetisine sahiptir.

Filmin iç mekân tasarımı filmin atmosferine, kurduğu dünyaya ve yaratmak istediğine hizmet etmektedir. İzleyici, filmin ilk sahnesinden son sahnesine kadar bu dünyada geçen yeni bir gerçekliğe girer. Sinema, yeni bir ifade biçimi olarak resimden, tiyatrodan bağımsız bir sanat formu olarak gelişmeye başlamıştır. Bu süreçte, yapım tasarımının en önemli aşamalarından olan iç mekân tasarımı, filmlerde ve animasyon filmlerinde paralel olarak gelişme göstermiştir. Bu noktada sinemanın bir dil olarak gelişerek diğer görsel sanat akımları ile benzerlik gösterdiği görülmüştür. Sinemanın kolektif bir üretim modeli olması ve ortaya çıkan yapıtların kalabalık bir izleyici kitlesine ulaşması, diğer sanat akımlarına göre onun çok daha hızlı gelişmesini sağlamış ve sinemaya yapılan yatırımları arttırmıştır.

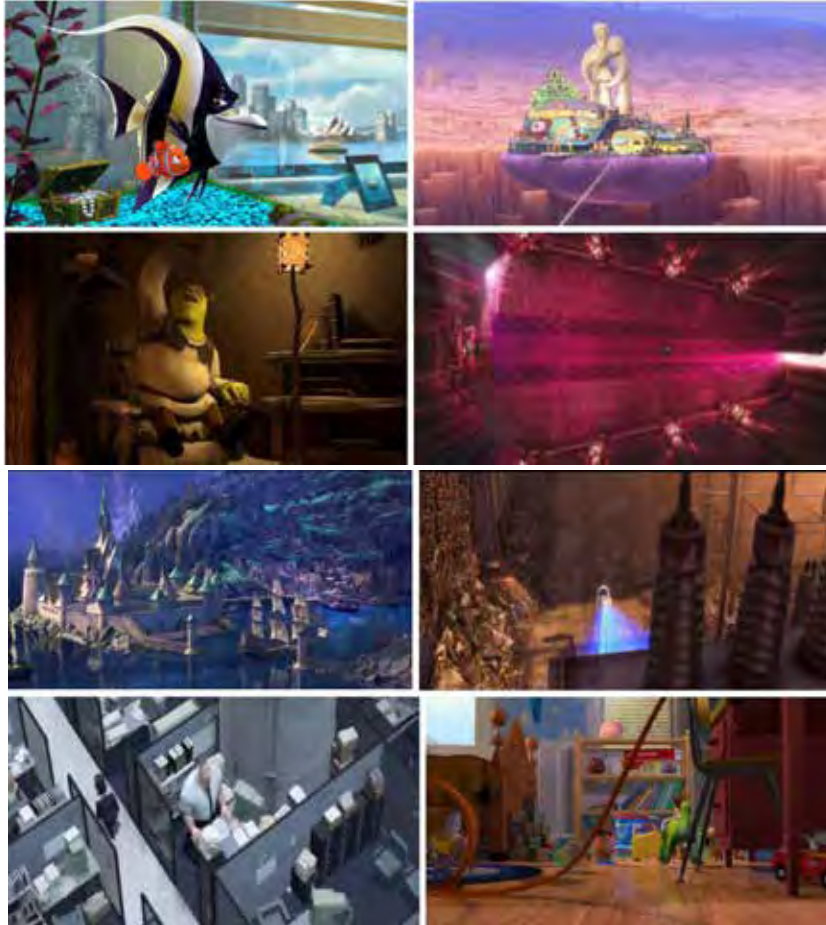
3. ANİMASYON FİLMLERİNDE MEKÂN ANALİZİ

Animasyon sineması, sinema dallarına oranla mekâna daha fazla önem vermektedir. Animasyon sinemasında önce “boş şehirler tasarlanır” daha sonra karakterlerin rahat etmeleri için her şey en ince ayrıntısıyla tasarlanmaya devam eder. Mimarlık, en fazla üç boyutlu filmlerin sahne tasarımında kullanılmaktadır. Çünkü olmayan mekân bilgisayar ortamında var edilir. Film içindeki üç boyutlu karakterler, senaryoya uygun kurgulanmış mekânın içinde yani mimarlık disiplininin izler taşıyan dokular içerisinde rollerini gerçekleştirir.

Animasyon filmlerinde mimari öğelerin filmin sanal aktörleri kadar önemli olduğu ve filmde en az ana karakter kadar görev yükledikleri anlaşılmaktadır. Sanal karakterlerin film içerisindeki yaşantısı, yaşantılarını ifade eden mimari öğelerin arasında gerçekleştiği zaman anlam kazanmaktadır. Filmlerdeki

mekân analizlerinde mimarî kimliğin, dönemin ve atmosferin üç boyutlu sahne tasarımına yansıtılması, mimarının, filmlerin oluşturulmasındaki önemli görevlerinden biri olarak görülmektedir. Bununla birlikte, oran-orantı, form, renk, detay ve yapı bilgisi gibi mimari konuların kullanılması, senaryonun gerçekçiliğini arttırma da faydalı olmaktadır. Gerçek hayatta inşa edilen tüm yapılar, toplumdaki bireylerin ihtiyacını karşılamak üzere inşa edilip tasarlanmaktadır. Mekân tasarımında, bu gereksinimleri karşılamaya yönelik, ergonomik ve boyutsal analizlerinin yapılmasının önemi tüm mimarlarca kabul edilmektedir (Karaoğlu, 2014). Aynı zamanda mekânın tasarımında kütle yüksekliği, işlevselliği, insan yapısı ve yaşamıyla ilişkisi önemlidir. Gerçek hayatta göz önünde bulundurulmuş tüm sorunlar, filmler içinde geçerlidir. Sanal karakterlerin boyutlarına göre anatomik, ergonomik ve işlevsel mekân düzenlenmektedir.

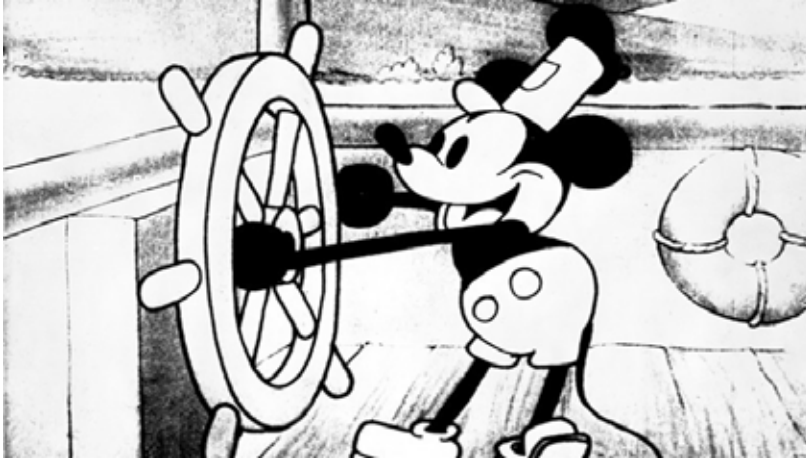
Animasyon filmlerinde mekân, inandırıcılığı sağlamak amacıyla gerçeklik etkisi vermektedir. Bu tasarım türünde amaç, hikâyenin geçtiği yeri, zamanı, hatta atmosferi oluşturarak, görselin gerçekçiliğini arttırmaktır. Tasarlanan mekânın amacı senaryoyu vurgulamaksa, mekândan yardım alınır. Seyircinin odağı mekân aracılığıyla oluşturulan hikâyede toplanır. Gösterişli mekân tasarımında ise mekândaki tasarım öğeleriyle örneğin; görkemli dekorlarla senaryo vurgulanır. Yapay mekân tasarımı günümüzde özellikle bilimkurgu ve fantastik filmlerde kullanılan bir türdür. Hiç görülmemiş canlılar, mekânlar, eşyalar filmde yan eleman olarak kullanılır. Anlatı niteliğindeki mekân kurgusu ise hikâyenin bir mekân üzerinden aktarıldığı filmlerde kullanılır.



Resim 1-2-3-4-5-6-7-8. Animasyon Filmlerinden mekân örnekleri

Değerlendirme bölümünde, alanlarında farklı özellikleri olması nedeni ile tespit edilen iki ve üç boyutlu animasyon filmlerinden örnekler izlenmiş ve mekân, karakter, ren kullanımı, anlatı ve teknik değişkenlerine göre filmleri izlenerek fotoğraflanmıştır. İzlenen filmlerde mekân kavramı, kullanılan temel tasarım öge ve ilkeleri, mimari açıdan incelenmiştir.

3.1. Mickey Mouse (1929) ve Mekânsal Analizi



1929 yılında Disney stüdyosu tarafından yaratılan Mickey Mouse filminde, başkarakter olan Mickey, her bölümde farklı bir maceraya atılmakta, farklı mekânlarda bulunmaktadır. Başkarakter Mickey dışında diğer önemli karakterler ise Mickey'in eşi Minnie Mouse'tur. Bazı bölümlerde köpeği Pluto da yer almaktadır. Mickey, Minnie ile maceradan maceraya koşmakta, neşesiyle her sorunu çözmektedir. Fare karakterine hayat veren Mickey Mouse, yetenekli ve hayal gücü yüksektir. Ayrıca arkadaşı Minnie karakterinin macera isteklerini reddedemeyen merak dolu bir kişiliğe sahiptir. "Mickey Mouse" çizgi filmi, hedef kitle olarak belirlediği 6-9 yaş arası izleyici grubundaki çocukları her bölümde Mickey ve Minnie karakterleriyle eğlenceli, komik ve sürükleyici bir maceranın içine çekmektedir. Mickey ve Minnie ile birlikte diğer karakterlerin görselleştirilmesinde fare, kedi, köpek gibi hayvanlardan esinlendiği görülmektedir.

Mickey Mouse filmine mimarî açıdan bakıldığında mekân kurgusunun karakterler kadar fantastik bir anlayışa sahip olmadığı görülmektedir. Bu çizgi filmde mekân temsilleri gerçek mekânlar üzerinden resmedilmiştir. Ana karakter fare olmasına rağmen konuşmakta ve insan davranışları göstermektedir. Mekân, abartılmadan gündelik hayatta kullanılan yaşam alanları ile tasarlanmıştır. İlk çizgi dizi olan Mickey Mouse iki boyutlu, her karesi elde çizilerek oluşturulmuş, siyah beyaz bir dizi\filmidir. Çizgi dizinin ilk bölümü sirkte geçmektedir, mekân olarak açık alan ve kapalı alanlar birlikte bulunmaktadır. Açık alan olarak sirk, kapalı alan olarak ise karavan kullanılmıştır. Karakter odaklı olan filmde replik yoktur ana karakterin mimiklerine ve hareketlerine yoğunlaşmıştır. Kullanılan iki mekân da çok sadedir, detaya inilmemiştir. Karavan, uzun kenarı kısa kenarından oldukça büyük olan bir dikdörtgenden oluşmaktadır ve bu uzun ince mekânda kapıyı taşıyan çelik sistem dört tekerin üstüne oturtulmuştur. Sirkteki yaşam, sokak, karavanın iç mekânı, var olan tasarımlara eşdeğer nitelikte tasarlanmıştır. Çizgi dizinin insan figürü kullandığı bölümlerinde mekân tasarımı insan ergonomisine uygun tasarlanırken sadece hayvan karakterlerinin bulunduğu bölümlerde tüm hayvanların boyutu aynı tutulmuş (fare ve kedi aynı boylarda çizilmiştir), mekândaki eşyaların tasarımı karakterlere uygun yaratılmıştır. Duvarda

kişisel birkaç resim ve yatak dışında başka eleman yoktur. Yapı türü bölümden bölüme değişmektedir, açık, kapalı mekân bir arada kullanılmıştır. Hayvan karakterleri tercih edilmiş, insan karakterleri figüran olarak yer almıştır. İlk animasyon filmi olması nedeni ile film siyah beyazdır. Yaratılan kurgu mekânlar iç mekân ve dış mekân olarak tasarlanmıştır. Karakterleri hayvan figürleri oluşturmaktadır. İlk çizgi film olduğu için siyah-beyaz bir filmidir. Komedi türündedir.

3.2. Coco (2015) ve Mekânsal Analizi



2017 yılında Pixar Animasyon Stüdyosu stüdyosu tarafından yaratılan Coco'nun hikayesi büyük babaannesi ve dede ile başlamaktadır. Imelda (Coco'nun babaannesi) müzisyen biriyle evlenir fakat kocası müzik uğruna onu terk eder. Bunun üzerine Imelda müziği evinde yasaklar ve geçimini ayakkabıcılıkla kazanmaya başlar. Büyük büyük torunu Miguel, ayakkabıdan çok müziğe meraklıdır. Zamanın popüler oyuncu ve şarkıcısı Ernesto de la Cruz gibi olmayı hayal eder. Ölüler Günü Festivali'nde yeteneğini göstermek üzere sahneye çıkmaya karar verir. Bunun için lazım olan gitarı Ernesto'nun mezar anıtında bulur ve çalar. O anda her şey değişir. Mezarlıkta bulunan herkes için görünmez, fakat ölen herkes için görünür olur. Yanlışlıkla geçtiği diyarı keşfederken ölen akrabalarına rastlar. Onlarla birlikte Ölüler Diyarı'na geçer. Lanetlendiğini farkedenden Miguel'i akrabaları kurtarmaya çalışır. Ernesto'nun gitarını çalmakla aldığı laneti geriye döndürmesi için kadife çiçeğinin taç yaprağını kullanarak ailesinden bir üyenin kendisini kutsamasını ister. Imelda müziği bırakması şartıyla kutsayacağını söyler. Bunu kabul etmeyen Miguel büyük büyük dede sandığı Ernesto'yu bulmaya çalışır. Bu sırada kendisine diyarda tanıştığı Hector eşlik eder. Yolculuk sonunda dedesinin Ernesto değil, Hector olduğunu öğrenir. Anlatıldığı gibi dedesinin büyük büyük annesini terk etmediğini anlar. Imelda ve Hector barışır. Miguel'i gerçek dünyaya geri gönderirler. Büyük anneannesinin babasını (Hectoru) hatırlamasına yardımcı olur ve öğrendiği gerçeği ailesiyle paylaşır. Elena miguel'le barışarak onu ve müziği evine geri kabul eder. Miguel'in yaşadığı yer, aidiyet hissi veren ve güvenli ancak bununla birlikte sıkıcı, rutin bir yer olarak aktarılmaktadır.

Tüm insanların birbirini tanıdığı bu mahalle Meksika'dadır ve doğal güzelliklere sahiptir. Filmde olayların geçtiği (ölüler diyarı ve Miguel'in evi) 2 ana mekân dışında pazar, ölüler günü şenliklerinin yapıldığı mezarlık, kilise, ölüler diyarındaki tren garı, Ernesto de la Cruz'un evi gibi çeşitli mekânlar da bulunmaktadır. Meksika'nın mahallelerinden, ölüler diyarına, Ölüler diyarından ebedi ölümün gerçekleştiği yere kadar farklı mekânlar sunulmaktadır ve bu mekânlar o ülkeye, yöreye özgü bir şekilde

temsil edilmektedir. Örneğin Meksika’da konut, kilise, mistik ibadethaneler vb. yerel unsurlar görünmektedir. Söz konusu mekânlar, mistik ve izleyiciye hayallerin gerçekleşebileceği, maceraların yaşanabileceği, ancak aynı zamanda tehlikelerin de kol gezdiği yerler olarak gösterilmektedir. Meksika’da her yıl kutlanan Ölüler Anma Festivali’nin ekrana yansıtıldığı karelerde gerçek hayatta yapıldığı gibi mumlar ve turuncu renkte kadife çiçeklerle ölülerin resmi süslenmektedir. Filmde iki diyarda da canlı renkler kullanılmıştır. Mekân, karakter kadar önemli konumda tutulmuştur. Ölüler Diyarı’nın tasarımında kuru kafa sembolleri görülmektedir. Örneğin; Tren garının camları, hareket eden trenin ön yüzü kuru kafayı andırmaktadır. Gerçek hayatta Miguel, aile büyükleriyle birlikte yaşamaktadır. Oturdıkları evleri, ayakkabı ürettikleri yer, kiler ve tapınak gibi kullandıkları alan, bir avlunun etrafında konumlandırılmıştır. Çevredeki konutların hepsi, kağıt yığma yapıdır. Dış duvarları beton, taş, tuğla, taban ve tavanları ahşap, çatıları kiremit ve çeşitli levhalarla örtülü yapılardan oluşmaktadır. Pencere ve kapılar ahşaptır. Genelde tek katlı olup bazı evlerin çatı katı bulunmaktadır.

3.3. Değerlendirme

Animasyon film sektörü, ilk yapılan filmde bugüne teknolojinin gelişimiyle birlikte çağa ayak uydurmuştur. İlk çekilen film karelerindeki siyah beyaz çizgi yerini renkli çizgilere bırakmıştır. Film süreleri kısa metrajlı filmlerden uzun metrajlı filmlere dönüşmüştür. Teknolojinin gelişimiyle kağıt kalemin dolayısıyla el çizimlerinin yerini bilgisayar ortamında yaratılan çizimler almıştır. Bu yenilik, film karelerinin daha kısa sürede çizilmesine olanak sağlamıştır. Bu sayede karakter ve mekân tasarımına daha fazla zaman ayrılmaya başlanmıştır.

İlk yapılan filmler karakter odaklıdır ve mekân genellikle arka plan olarak kullanılmıştır. Günümüzde ise, filmlerde daha mekan odaklı filmler çekilmeye başlanmıştır. Mekân arka plan kullanımının dışında tamamlayıcı eleman, yardımcı eleman olarak filmde farklı konumlarda kullanılmaya başlanmıştır. Mekânı farklı bir gerçeklik yaratmada etkin olarak kullanmaya başlayan sinema, mekân tasarımlarına da oldukça önem vermiştir.

4.SONUÇ

Bu çalışmada mekânın bir etkileşim ve deneyim yeri olarak düşünülmesi gerektiği disiplinler arası bir çalışma ile belirtilmiştir. Bu nedenle mekân kavramını insanla iç içe ve disiplinler arası bağlamda ele almak mimarlığın ve mekânın anlamlandırılması açısından önemlidir. Üç boyutlu animasyon filmlerindeki sahneler, filmlerin arka planını oluşturan sahne tasarımındaki mimari öğelerin en az filmin asıl karakteri kadar önemli olduğu görülmüştür. Mimarlık ve sinema alanları, iki disiplininin ortak paydası olan görsellikten dolayı tarih boyunca etkileşim içinde olmuşlardır. Sinema kendisinden önce ortaya çıkan mimarlık alanından görselde gerçekçiliği yakalamak amacıyla faydalanmaya başlamıştır. Analizi yapılan filmlerde, geçmişten günümüze mekânın değiştiği, geliştiği, daha detaylı dile getirildiği en az karakter kadar önemli bir yere geldiği görülmüştür. İlk yapılan filmler karakter odaklıdır ve mekân genellikle arka plan olarak kullanılmıştır. Günümüzde ise, filmlerde daha mekân odaklı filmler çekilmeye başlanmıştır. Mekân arka plan kullanımının dışında tamamlayıcı eleman, yardımcı eleman olarak filmde farklı konumlarda kullanılmaya başlanmıştır. Mekânı farklı bir gerçeklik yaratmada etkin olarak kullanmaya başlayan sinema, mekân tasarımlarına da oldukça önem vermiştir.

Dolayısıyla çalışmada sinema ve mimarlık arasındaki etkileşim öncelikle mekân tasarımı üzerinden ele

alınmış, sinemadaki mekânın tanımları ve mekânı tasarlama yöntemleri incelenmiştir. Sinemanın mimari mekânı kullanma yöntemlerinin kurguya etkisi ve mimari açıdan bakıldığında mimari mekânsal analize katkısı düşünülerek mekânın sinemada kullanılış biçimleri incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda, çok farklı alanlarla ortak çalışmalarda bulunan mimarlık dalının, üç boyutlu animasyon filmlerinin oluşumunda en az animatörler kadar görev yüklenebileceği görülmüştür. Bu anlamda, animasyon sinemasındaki mekânın iki boyutlu ile başlayıp günümüzde üç boyutlu programlara kadar teknolojinin sürekli olarak yenilenmesiyle geniş bir kulvarın ortaya çıktığı belirgin olarak dikkat çekmektedir.

Bu doğrultuda ilk dönemlerine kıyasla teknolojinin sürekli yenilenmesi ve bilgisayar destekli çalışmaların hız kazanması ile animasyon filmlerindeki mekân kurguları da daha gerçekçi olarak tasarlanmaktadır. Sinema sektörünün ve mimarlık alanının birlikteliği üç boyutlu mekânlarla elde edilen animasyon filmlerinde daha gerçekçi, canlı, yaşanabilir, duyguları renklerle aktarabilen mekânların yaratılmasını sağlamaktadır. Bu sayede geçmişten günümüze animasyon filmlerinde mekân kullanımının analizinin yapıldığı çalışmada Animasyon sinemasındaki mekân kurgusunun gerçek mekân kurgusunu aratacak şekilde tasarlandığı da görülmektedir. Sonuç olarak, disiplinler arası çalışmaların önemli olduğu günümüzde sinema ve mimarlık gibi iki disiplinin kurgulanma biçimleri animasyon filmlerinde belirgin olarak kendini göstermektedir. Animasyon filmlerinin sahne tasarım aşamasında mimarlar ve iç mimarlarla birlikte çalışılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adiloğlu, F., (2005), Sinemada Mimari Açılımlar: Halit Refiğ Filmleri, Es Yayınları, İstanbul.
- Aydın, H., (1989), Kamerasız, Senaryosuz Sinema ve Norman McLaren, sayfa no:28-29.
- Arslantepe, M., (2015), Bir Film Çekmek, Umuttepe Yayınevi, İstanbul, sayfa no:140,143,144.
- Beşışık, G., (2013), Sinema ve Mimarlıkta Mekan Kurgusu ve Kavrayışı, Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, Sayfa no:68, 70, 71.
- Çelik, G., (2013a,b), Animasyon/Çizgi Film Eğitimi hakkında, Doç. Dr. Fethi Kaba ile Animasyon-Çizgi Film Eğitimi Hakkında Röportaj, sayfa no:6.
- Ersoy, E., (2005), Mimarlık ve Sinema Etkileşimi Bağlamında Mekansal İmge Kullanımıyla Durağan Mekanın Dinamik Mekana Dönüşümü, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, sayfa no.19.
- Halas, J., (1979a,b), Canlandırma Sineması, Çeviren: Ahmet Sipahioğlu Eskişehir: Kurgu Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, Televizyon ile Öğretim ve Eğitim Fakültesi Dergisi No: 2, sayfa no: 256-271 , sayfa no:259-261.
- Karaoğlu, Ö., (2014), Mobil Mekanların İç Mekan Organizasyonları ve Örneklerle Mobil Ofis Tasarımlarının Analizi, Yüksek Lisans Tezi, sayfa no.20.
- Hünerli, S., (2005), Canlandırma Sineması Üzerine, Es Yayınları, İstanbul, sayfa no:69.
- Thomas, B., (1958), The Art Of Animation: Walt Disney Studios. Simon and Schuster, sayfa no:23.

URL1: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5aa-63830bc9309.22730676, erişim tarihi; 02.10.2018.

URL2: Erdoğan, İ., İletişimi Anlamak, Erk Yayınları, Ankara, 2011. <http://www.irfanerdogan.com/kitaplar/anlamak2011.pdf>, erişim tarihi: 21.10.2018.

RESİM LİSTESİ

Resim 1-2-3-4-5-6-7-8. Animasyon Filmlerinden mekân örnekleri

Resim1: <https://jetfilmizle.info/kayip-balik-nemo-turkce-dublaj-izle.html>

Resim2: <https://720p-izle.com/izle/altyazi/inside-out.html>

Resim3: <https://www.fullhdfilmizlesene.net/animasyon-filmleri-izle/srek-turkce-dublaj-izle/>

Resim4: <https://www.filmmodu.com/ratatouille-altyazili-izle>

Resim5: <https://www.filmmodu.com/frozen-altyazili-izle>

Resim6: <https://movies.disney.com/incredibles>

Resim7: <https://www.filmmodu.com/toy-story-altyazili-izle>

Resim8: <https://www.youtube.com/watch?v=GtDYEkXwzVk>

Resim9: <https://www.fullhdfilmizlesene.net/animasyon-filmleri-izle/srek-turkce-dublaj-izle/>

Resim10: <https://disneyturkiye.com.tr/coco>

Mimari Sanat Akımlarının Video Oyunlarda Mekân Konsept Tasarımına Uyarlanması

Hazal YAYALAR

Video oyunlar için görsel tasarım üretirken anahtar kelime atmosferdir. Bu durumda oyunun bölüm tasarımında başarılması gereken “çevreye karşı oyuncu” teması olmalıdır. Oyuncunun gitmesi gereken yolu ve alternatiflerini çevre yapısı ve etraftaki nesnelere, doğayı kullanarak göstermelidir (Teichman, 2016).

Bir oyunun hikâyesini eşsiz kılan onu anlatış biçimi ve oyuncuya sunduğu evrenin canlandırmasıdır. Mekânın hikâye anlatımında oynadığı rol önemlidir. Oyunun başlangıcında oyuncuyu karşılayan ve ilk gördüğü şey ortam ve oranın sakinleridir. Etrafta görülen her şey; reklam panoları, binalar, dükkânlar ve benzeri zaman diliminden çok daha fazlasını işaret eder. Oyun haritasının her bölgesinin ayrı bir karakteristik özelliği olması mekânların mimari tasarımının konusudur. Bu, ayrıca oyuncunun haritayı keşfetme merakını da arttırmaktadır.

Oyun tasarımının önemli bir terimi olan Realizm bir kişinin veya bir olayın gerçek hayatla tutarlılığı kaliteli sunmasının tanımıdır. Doğallık ise sanat ve edebiyatta detayların tutarlılığına bağlı olan bir tarzıdır. Doğal olan her şey gerçekçidir ama gerçekçi olan her şeyin doğal olması gerekli değildir. Realist hikâye anlatımı ve realist tasvir birbirinden farklıdır. Anlatımın sürükleyiciliği ve estetiğin gerçek hayatla tutarlılığı görsel sunumdan ibaret olmayan video oyunlar için geçerli değildir. Fotogerçekçi grafik sunum bir yana gerçek olarak düşünülen şey, oyunun kendi gerçekliğini yaratarak ya da bazı durumlarda oyuncunun bireysel bakış açısına uyan gerçekliği yansıtarak başarılıdır. Bir oyunun gerçeklik algısı olması için oyun evreninden oyuncunun sosyal gerçekliğine dönüşebilecek içeriğe uygunluğa sahip olmalıdır (Suarez, 2017).

Orta Çağ dönemini fantastik öğelerle birleştiren The Witcher serisi mekân referansı için gerçek-ten inşa edilmiş orta çağ kaleleri kullanmıştır. Profesyonel mimarlık tarihi bilimsel incelemeleri Orta ve Doğu Avrupa referansları için oyun gelişimi sırasında konsept tasarımcılar için kaynak oluşturmuştur (CDP Red, 2015). Polonya'daki Malbrog, Litvanya'daki Trakai, Romanya'daki Corvin ve Karadağ'daki Novigrad kaleleri referans alınan mekânlar arasındadır. Kaer Morhen için Slovakya'daki Orava Kalesi (Bkz. Görüntü:1) üç boyutlu modelin temeli olmuştur. Sap-kowski' nin romanında Kaer Morhen kalesi için devasa ve dünyanın geri kalanından izole edilmiş bir yer olarak bahsedilmiştir. Orava Kalesi'nin fantastik görünümü ve onu çevreleyen doğa-sının oyun için gerekli materyali yüzlerce fotoğrafı çekilerek sağlanmıştır. Oyunun indirilebilir içeriği Blood and Wine ek paketinde Batı Avrupa'nın etkisi ağırlıklıdır. Ana oyunun renk paleti pastel ve orta tonlarda iken, Toussaint'ın parlak ve canlı renk paleti, masalsi mimarisi için Fransa'daki Le Mont St. Michel, Almanya'daki Neuschwanstein ve Hohenzollern, Slovakya'daki Bojnice kaleleri referans alınmıştır.

Video oyunlarda oyuncuların beklentisinden ve sektördeki rekabet ortamından uzakta tasarım bilinci geliştirmek mümkün değildir. Bundan dolayı bir oyunu öncelikle bir oyuncu gözünden incelemek, sıra konsept tasarıma geldiğinde estetik anlayışa da yön verecektir.



Görüntü 1: Orava Kalesi ve Kaer Morhen'in karşılaştırması.

<https://vimeo.com/153719474>

<https://www.vg247.com/2016/05/05/the-witcher-3s-battle-of-kaer-morhen-took-a-lot-of-work/>

Bu durumda anlatacağı bir hikâyesi olan video oyunlar için oyun tasarımı sadece grafikten ibaret değildir. Oyun motoru ne kadar güçlü olursa olsun eğer tasarım zayıfsa, grafikler kurtarıcı olmayacaktır. Bir oyunun belirgin bir stiline ve güçlü bir görsel kimliğinin olması daha önemlidir. Dishonored konsept tasarım ekibi stilize Victoria tarzı için referans olarak Britanya Kolonile-rinin mimarisi başta olmak üzere, Hindistan, Küba, Barselona, Cape Town ve Panama gibi yerler üzerinde çalışmıştır. Referanslar konseptte muazzam çeşitlilikte mekân tasarımı olarak fayda sağlamıştır (Art of Dishonored, 2016).

Kompozisyon bölüm tasarımı sırasında yapılırken, renk ve ışıklandırma konsept tasarımında planlanmaktadır. Sahnenin oyuncu tarafından okunurluğu yine üç boyutlu model üzerinde dijital boyama ile tasarlanır. Obje dağılımı ise gözün dinlenmesine izin verir ve oynanış şeklinin temiz bir şekilde okunur olmasını sağlar. Oyuncunun giremediği bazı alanlar ise sahneye detay ve derinlik katar (Teichman, 2016).

2015 yılında PS4 özel oyunu olarak çıkan The Order: 1886 (Bkz. Görüntü: 2) mimari akım olarak Viktorya Dönemi İngiltere' sini Steampunk öğeleriyle harmanlanmıştır. Oyun geliştirici firma Ready

At Dawn'ın CEO'su Ru Weerasuriya'nın belirttiği üzere Neo- Viktoryan Londra şehrinde dolaştıkça teknolojinin ilgi odağı olduğu görülür. Zamanının çok ilerisinde olan teknolojiye örnek olarak elektrikli şehir ışıklarının gaz lambalarının yerini alması ve şehir boyunca elektrikle çalışan aletlerin sesi duyulur (Concept Art World, 2015). Kraliçe Viktorya döneminde ahlak anlayışı ve politik reformlar bağlamında dini amaçlar baskındır. İdeolojik olarak rasyonalizme karşı direniş başlamış, ülkenin aldığı göçler ile nüfus artmıştır. Endüstri reformunun da gerçekleştığı bu dönemde politik düşünce liberaller, muhafazakârlar ve işçi partisi öne çıkarken Bri-tanya İmparatorluğu tarihteki en büyük devlet haline gelmiştir (Wolfe, 1997).

İngiliz edebiyatında, mimari Gotik Uyanış ve klasik Romantizm Gotik roman türünü meydana getirmiştir. Özellikle modern dönem temalı orta çağ kurulumu Arthur devri romantik şiirler ya-zılmıştır (Robson & Douglas, 1965). Britanya'nın efsanevi lideri Kral Arthur halk arasında Sak-son istilasına ve doğaüstü güçleri kullananlara karşı verdiği mücadele ile bilinir. The Order 1886 oyununun hikâyesi genel hatlarıyla Kral Arthur efsanesi ve Viktorya Dönemi siyasi hare-ketleriyle benzerlik taşır. Oyunun sunduğu evren fütürist 19. Yüzyıl Londra'sında gelenekçi ve otoriter Order askeri tarikatının toplan-tıları 13 şövalyenin katılımıyla yuvarlak bir masada yapı-lır. Yuvarlak masa efsanede Kral Arthur dâhil tüm şövalyelerin eşit olduğunun simgesidir. Or-der'in alternatif tarih hikâyesinde genç Nikola Tesla yan karakterlerden biridir. Arthur'un akıl hocası Merlin gibi ana karakter Sir Galahad'a yol gösterir. Büyücü Merlin'in aksine Steampunk tarzı ileri teknoloji icatları ile yardım eder. Oyuncunun, yönetim tarafından devlet düşmanı ola-rak gösterdiği göçmen işçi sınıfının eylemlerini bastırmaya çalışan bir şövalye olarak başladığı hikâye Viktorya döneminin siyasi ve toplum yapısını hikâyenin merkezine koyar. Böylece oyun sadece görsel sanat tasarımı ile kısıtlamayı, dönemin tarihi ve edebiyatından da referansta bulunmuştur.



Görüntü 2: The Order: 1886 oyunundan Neo- Viktoryan Londra konsept tasarımı.
<http://conceptartworld.com/news/the-order-1886-concept-art/>

2007 yılında ilk oyunu piyasaya çıkan Bioshock oyunu ilk sahneden itibaren sualtı şehri Raptu-re, Art Deco ve Atlantis'in Retro fütüristik versiyonunun birleştiği tasarımlarını öne çıkardığından ardılında-ki pek çok oyuna ilham vermiştir. Rapture'ın hem iç hem de dış mekânlarında Art Deco'nun yaygın kullanımı 1930'lar ve 40'ların teknolojideki hızlı gelişimini yansıtan modeller-deki simetrisinin geometrik formlarındaki enerjik ve tezat renkleri benimsemiştir. Tasarım stiline karanlık atmosferi değil, Art Deco'nun zenginliği ütöpic şehrin yaşam koşullarına ve var olma felsefesine uymaktadır.

Bioshock serisinin birinci ve ikinci oyunlarında hikâyenin geçtiği Rapture şehrinin dış dünyadan izole yeniden var olan ütopyası, Amerikan Art Deco akımının ekonomik buhran sonrası bir ulu-sun yeniden kalkınma sonrası soğuk, karamsar ve gücü önemseyen tavrı oyundaki mekânlar ile her an oyuncuya hissettirilmektedir (Cote, 2013).

Art Deco'nun Amerikan versiyonu özellikle mimaride gökdelenlerin geometrik dokuları, ayrıntılı bina cepheleri ile tanınır. Amerikan tarzı Avrupa'dan farklı olarak daha az süslemeli, temiz dış hatlı çizgiler, kalın geometrik formları ve zengin renkleri ile daha sadedir. Bunda 1929 yılında başlayan Büyük Bunalım zamanında ekonomik gerilemenin de etkileri vardır.

Amerika'da Art Deco hızla yükselen teknolojik gelişimin, seri üretimin ve toplumsal gelişimin yenileneceği inancını anma üzerine gelişmiştir. Bu yüzden bu dönemde edinilen başarılar ulusal gururun bir yansıması olarak düşünülebilir. Roosevelt döneminde birçok devlet binası sa-vaş sonrası ülkede iş olanağı sağlamak ve ekonomiye yardım etmek için inşa edilmiştir. Bu yüzden Amerikan Art Deco tarzı tasarım yoluyla demokrasinin dışavurumculuğudur. Yeni ve ucuz malzemeler tasarımları ve ürün çeşitliliğini arttırmıştır. Dergi kapaklarından ev eşyalarına ve arabalara kadar Art Deco tarzı tasarımlar yapılmıştır (The Art Story, t.y.). Bioshock 1'de anlatıldığı gibi Rapture şehrinin inşası işsizlik sorununa geçici bir çözüm olduktan sonra insan-ların izole yaşamı ve yeniden başlayan işsizlik psikolojik bunalmı sonuçlanmıştır.

Rapture şehrinin sakinleri kesin biçimde Ateist görüşlere sahiptir. Öylesine keskindir ki Hıristi-yanlı inancı tamamıyla yasaklanmıştır. Buna rağmen bireyselliğiyle övünen Rapture'ın, insan-ların inancının kontrol edilmesi ve şehrin mimarı Andrew Ryan'ın etrafında biz mezhebin inşa edilmesi ironiktir. Yeryüzünde bilimin ahlak dışı bulunduğu inanan Ryan'ın bilim ve teknoloji-ye duyduğu adanmışlık ve insan ırkının kurtarıcısı öngörüsü, kontrolsüz bir ütopyayı tanımla-maktadır. Hikâye Hıristianlığın ahlaklı tek inanış olduğunu işaret etmek yerine Ateizmin "inanç-sız olma" görüşünün sömürülmüş halini ifade eder. Diğer bir deyişle Rapture'da bilimin aşırılığa yönelmesi ve diğer tüm karşıt görüşlerin yasaklanması Ateizmi bir din haline getirmiştir (Jur-gens, 2013).

Dünya'da sadece Amerikan halkı değil, gelişim sağlamak ve insanlık için bir umut adı altında pek çok ulus yolsuzluk yapan hükümetler ve devlet kurumları ile başa çıkmaya çalışmaktadır. Küreselleşme ile birlikte güç ve kontrol çok az nüfuslu elit bir kesimin eline geçmiştir (Suarez, 2017). Bioshock günümüzü tam anlamıyla olmasa da geleceğimizin korkularını kendi gerçekli-ğiyle oyunculara anlatmaktadır.

Baş animatör Shawn Robertson'ın IGN kanalındaki röportajına göre; keskin ve sade yapıdaki Art Deco'nun uzun ve basit biçiminden dolayı düşük poligon modellenerek oyun bütçesi ve oyun geliştiricileri için kolaylık sağlamıştır (IGN, 2013). Ayrıca hikâye çoğu zaman iç mekânda geçtiği için şehri tümüyle oyuncu nadiren görür. Craig Mullins' in konsept tasarımı panoramik açılış sahnesinde görüldüğü gibi sualtı şehri Rapture New York'un simge gökdelenlerinin doğ-rudan yansımasıdır. William Van Allen, William F. Loub, Raymond Hood, Lee Lowrie gibi mi-marlar Bioshock 1 ve 2 için mekân tasarımlarının başlıca ilham kaynağıdır. Ayrıca Hugh Ferris'in New York şehrinin perspektif çizimleri de önemlidir.

Chrysler Binası, Rockefeller Merkez Binası ve Empire State Binası gibi Art Deco'nun simgesi yapılar sadece estetik tercihten dolayı seçilmemiştir (Worth, 2013). Zamanında temsil ettiği toplumun ekonomik ve sosyal sorunlara karşı ayakta kalma gayretinin kontrolsüzce sürmesini Rapture'ın yakın geçmişiyle bağdaştırmıştır. Oyuncunun içinde bulunduğu zaman ise gerçek hayatın gelecek zamanında insanları neyin beklediğinin bir yorumudur.



Görüntü 4: Sanatçı Craig Mullins'in konsept tasarımı.

https://www.reddit.com/r/MostBeautiful/comments/6o2l15/rapture_1959_by_craig_mullins/

Bioshock'u tanımlayan görsel uygulamasının yanı sıra Rapture'ın mekânları çalışır haldeki gerçek bir şehrin gerçekçiliğini ve kullanımlığını hissettirmektedir. Bölüm tasarımcısı Alex Munn'ın dediği gibi bu tasarımcıların bilinçli olarak hem mimari hem de oyun mekanikleri için mantıklı tasarım yapma amacıdır. Binalar ve iç mekânlar dışında heykel, poster, eşya ve giysi gibi çevrede karşılaşılan pek çok şeyde Art Deco stili bulunur (Worth, 2013).

2015 yılında piyasaya sürülen macera- gotik korku türü PS4 özel oyunu Bloodborne yapımcı stüdyosu From Software'den Grafik Sanatçısı Ryo Fujimaki'nin IGN ile röportajında belirttiğine göre; iç ve dış mekânlarında 19. Yüzyıl Gotik korku geleneklerinden esinlenilmiştir (Bkz. Görüntü:5). Karakter tasarımlarında ise büyük ölçüde Viktorya Dönemi kostümlerinden ilham alınmıştır (IGN, 2015).

Klasik Gotik mimarinin özelliklerini sürdüren Viktoryan Gotik (Gotik Uyanış ya da Neo- Gotik) mimarinin karakteristik ve en belirgin özellikleri olan sivri kavisli pencereler, vitray ve tavan ağırlığının dengeli dağılmasını sağlayan kemerli payandalar Cainhurst ve Yharnam'ın geneline hâkimdir. 19. Yüzyıl Gotik Uyanış yaygınlaşan Neo-Klasisizm'e karşı Orta Çağ geleneklerini geri getirmeyi amaçlar ve o dönemde İngiltere başta olmak üzere Avrupa'nın pek çok ülkesinde devam etmiştir. Dini geleneklere karşıtlığın arttığı bu dönemde Katolik inancı ile Gotik Uyanış birbirine bağlanmıştır (Curl, 1990).



Görüntü 5: Cainhurst Kalesi'nin iç ve dış mekân konsept tasarımları.

Bloodborne Official Artworks, Sony Entertainment Inc.

Bloodborne'un başarılı bir korku oyunu olmasının nedenleri; hikâyesi, estetiği ve oynanış şekli olarak üç ana maddede sıralanabilir. Sanat stili, detaylar, düşman tasarımı ve mimari korku türü için önemlidir. Yharnam'da Bram Stoker tarzı yaratıklar ile karşılaşırken, Byrgenwerth ve Cainhurst'te H.P. Lovecraft'ın kozmik varlıklarına benzeyen yaratık tasarımları yer alır. Yharnam şehri çıkmaz sokaklar, tuzak ve çukurlar ile doludur. Birbirinin üzerinde dikey yükselen binalar yerleşmemiş ve doğallıktan uzak yapısı oyuncuya yabancı bir yerde oldukça savunmasız olduğunu hissettirir. From Software'nin Halkla İlişkiler bölümünden Yasunari Ogura'ya göre, oynanış şeklinin zorluk derecesi oyuncuya verdiği başarı ve korkularının üstesinden gelme duygusu ile oyuncunun zihninde yer edinmesini sağlar ve bu oyun tasarımı ile uğraşan herkesin ulaşmak istediği asıl hedeftir (IGN, 2015).

Gotik korku türünün parçası olan kurt adamlar, vampir benzeri yaratıklar, döneme ait eşyalar, ses efektleri, müzikler, karakter kostümleri ve atmosfer dışında Hristiyan inancına yönelik göndermeler sıklıkla yapılmaktadır. Özellikle hikâyenin yönünü belirleyen büyük düşmanların arka plan bilgilerinde Hristiyanlığın yaratılış inancı ve ayin yapma gibi gelenekleri işlenmiştir. Bloodborne saptırılmış bir dini inanışı Lovecraft'ın Cthulhu miti tarzıyla oyuncuya anlatır. Oyuncu bir kahraman ya da kurtarıcı değildir. Bloodborne evrenindeki en büyük dönüş noktası ana karakterin hikâyede ne kadar önemsiz olduğunun oyuncu tarafından anlaşılmasıdır. Hristiyan mitinde tanrının isteğini yerine getiren kahraman yoluyla inançlı olanları ödüllendirir ve kurtuluşlarını sağlar. Lovecraft hikâyelerinde anlattığı üzere insanların sürekli olarak tanrısal güçlere duyduğu arzu onları kendi sonlarına sürüklemektedir. İnsanlığı kurtarabilecek ne kahraman ne de varlıklarını önemseyen tanrısal bir güç vardır (SolePropose, 2017).



Görüntü 7: Byrgenwerth Okulu'nun iç ve dış mekân konsept tasarımları.
Bloodborne Official Artworks, Sony Entertainment Inc.

Dönem referanslı bazı oyunlar ise mekânları veya kişileri doğrudan hikâyeye aktarmıştır. King-dome Come: Deliverance, Total War Serisi, Age of Empires Serisi, Assassin's Creed Serisi gibi tarihi içerikli oyunların tutarlılığı oyunların hem eğlence hem de eğitim amacının geçerliliği ile ilgili hikâyeye anlatımında sorunlar görülmektedir. Bahsedilen oyunlar zamanının mekânlarını canlandırmada oldukça başarılıdır ve herhangi bir fantastik öge içermezler. Örneğin; Kingdome Come: Deliverance oyunu Orta Çağ Avrupa'sında sıradan bir köylü olarak başlanılan ve ordu-ya en alt tabakasından girerek günlük işlerle uğraşılan döneme referans olabilecek bağımsız bir oyundur. Her oyununda farklı bir kültürün zaman dilimini anlatan Assassin's Creed serisi mekân tasarımında dönemin sanat akımını uyarlamada verilebilecek en başarılı örneklerden biridir (Faller, 2018).

Geçmiş referans alarak kurgulama yapan oyunların yaratıcılarının çoğu hikâyenin tutarlı olmasından

çok oyunun otantik atmosferinin öne çıkmasını tercih etmeleri bazı durumlarda uyuşmazlıklara sebep olur. Oyuncu çeşitliliğini sağlaması ve oyun deneyimini bozmaması amaçlı zamanın dönemini az bir tutarlılıkla yansıtırlar. Tarihle bağdaşan ama günümüzde hoş karşılanmayan bir durumla oyunda karşılaşmak da aynı şekilde oyuncuların tepkisini çeker. Tarihi karakterlere ve olaylara yer verilirken gerçek olaylara tümüyle bağlı kalmayarak oyunun sürükleyiciliğini ve oyuncunun oyundan alacağı eğlence deneyimini olumsuz etkilemesinden kaçınılmalıdır. Oyunların gerçekle örtüşmemesi toplumun hassasiyetine göre tepki çekmektedir. Örnekle açıklamak gerekirse; Assassin's Creed serisinin 2018 tarihli Origins oyununda kız ve erkek öğrencilerin birlikte okula gitmesi o zaman mümkün değilken oyunun böyle göstermesi (Faller, 2018) veya Kingdom Come'da karakter kişiselleştirme bölümünde etnik kökeni farklı seçeneğe yer verilmemesi tepki çekmiştir (Gates, T.Y.).

Gerçek olayları kullanmak günümüz düşünce anlayışını ve insanların hassas olduğu konuları etkileyebileceğinden ele alması oldukça zordur. Tarihin bir canlandırmasını yapmaktansa, bir-kaç öğesini kullanarak bunu fantastik kurgu ile harmanlamak oyuncunun "oyun deneyimi" bağlamında içinde bulunduğu gerçekliği sorgularken inandırıcılığın açık vermesi engellenebilir. Dönem oyunlarından örnek verildiği gibi belli bir mimari sanat akımı ve yaratıcılığın birleştiği bir oyun evreni hem oyuncuya tanıdık gelecek ve yeni şeyler keşfetme isteği uyandıracaktır. Dik-katli biçimde çalışılan mimari detaylar; tasarımı karakterize etmede, mimarinin stilini tanımlamada (Barok, Gotik veya Neo-Klasik gibi) ve sanatçının kendi yapılarını tasarlamada ya da stilleri karıştırmada rahat davranmasını sağlar. Binaların sağlam, gerçek ve ikna edici görünüşü sürece fizik kuralları aksini söylese de fantastik sanatın sınırları yoktur. Oyuncunun görsel anlamda yakınlık kurabileceği (önceden tecrübe ettiği veya karşılaştığı) şeyler ile sanatçı kendi tasarımını inandırıcı yapabilir. Örneğin; oyuncunun gördüğü katedral ya da gökdelen gerçek hayatta gördükleriyle benzeşiyorsa, bu benzerlik sanatçıya muazzam uzunlukta bir katedral yaratmasına izin verir ve onun hakkında anlatılana oyuncuyu inandırabilir (Alexander, Covan, Walker, 2014).

YARALANILAN KAYNAKLAR

Faller, P., 2018. How Critical Is Historical Accuracy In A Historical Video Game? <https://www.gamespot.com/articles/how-critical-is-historical-accuracy-in-a-historica/1100-6457812/>

Teichman, 2016. Uncharted 4 Environment Art Workflow. www.gnomon.com

Cote, A., 2013. A Look At Bioshock Infinite's Architecture. <https://kotaku.com/a-look-at-bioshock-infinites-architecture-510040364>

Gates, C. T.Y. When Video Games Got History All Wrong. <http://www.svg.com/110947/video-games-history-mistakes/>

IGN, 2013. Bioshock Infinite- Bioshock Comparison Interview. <https://www.ign.com/videos/2013/03/19/bioshock-infinite-bioshock-comparison-interview>

Worth, P., 2013. Bioshock: The Art Deco Design of Rapture. <http://www.thunderboltgames.com/feature/bioshock-the-art-deco-design-of-rapture>

Suarez, M. (2017). Congruent Realities: The Game World vs The Real World. <https://medium.com/@mirandasuarez/congruent-realities-the-game-world-vs-the-real-world-ab3f7e20bde2>

Jürgens, J. (2013). Bioshock & Religion: A Look At Extremism. <http://www.thunderboltgames.com/feature/bioshock-religion-a-look-at-extremism>

The Art Story, (T.Y.). Art Deco. <https://www.theartstory.org/movement-art-deco.htm>

Sony Entertainment Inc., (2016). Bloodborne Official Artworks

SolePorpoise, (2017). OTH: How Bloodborne Transforms The Myth. https://www.youtube.com/watch?v=glP-gH_n3Yc&list=PLA8_m6lgv8R_Nm3aKDgMSXLoSAEyBA57o&index=3&t=0s

IGN, (2015). Making Bloodborne: Part 1 Souls Evolved. https://www.youtube.com/watch?v=-gExoq4CGDHo&index=9&t=0s&list=PLA8_m6lgv8R_Nm3aKDgMSXLoSAEyBA57o

Curl, J. S., (1990). Victorian Architecture. Newton Abbot, Devon and London: David & Charles.

S. Robson, D. William, (1965). The literary Background of the Gothic Revival in Germany- A Chapter In The History of Taste. Oxford: Clarendon Press

Wolfe, J. (1997). Religion in Victorian Britain: Culture and Empire Volume 5. Manchester University Press

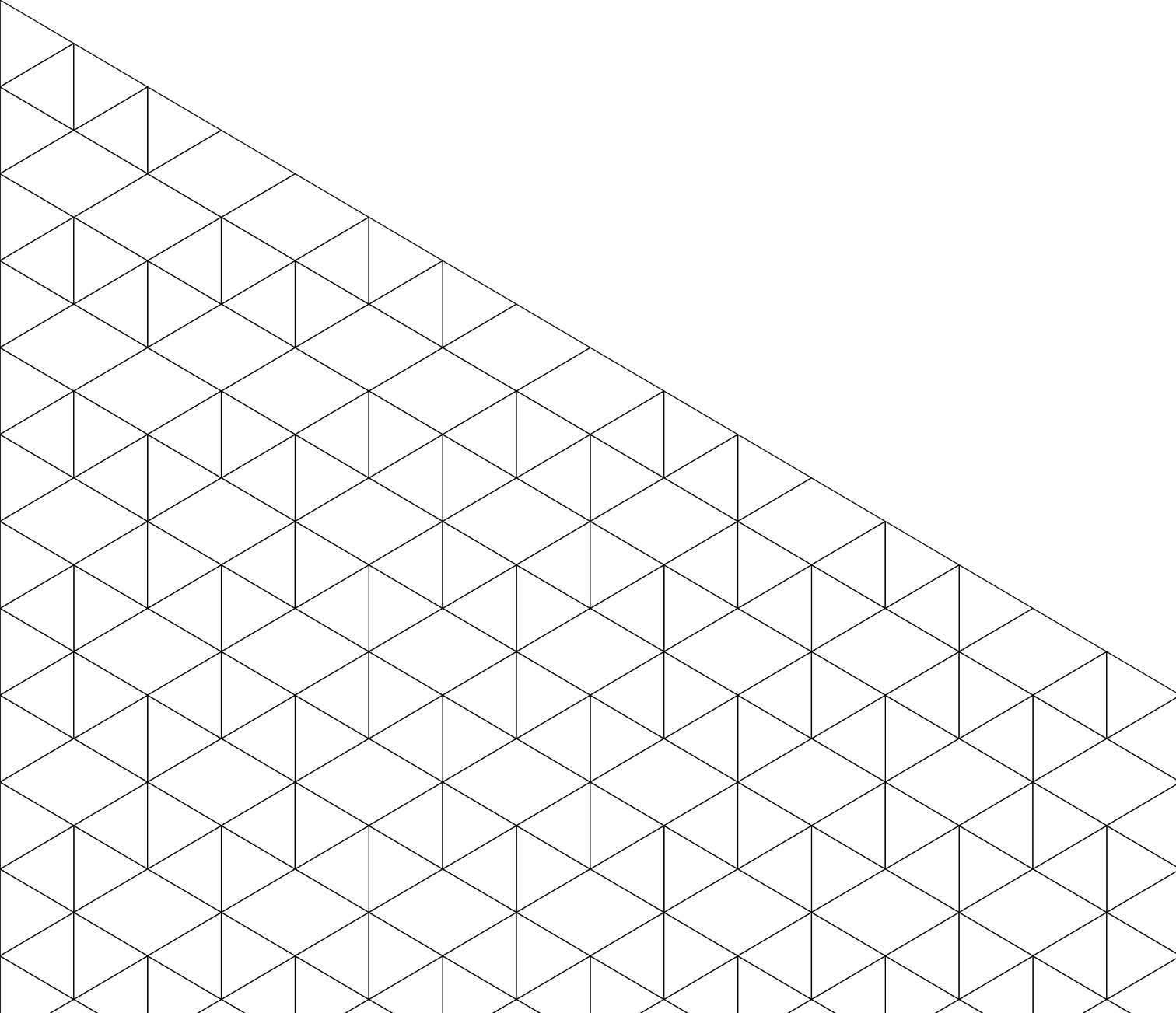
Alexander, R., Covan, F., Walker, K. (2014). The Compendium of Fantasy Art Techniques. Quarto Book

CD Projekt Red, (2015). The Witcher Wild Hunt Art Book. CD Projekt S.A.

Concept Art World, (2015). The Order: 1886 Concept Art. <http://conceptartworld.com/news/the-order-1886-concept-art/>

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ
3. SANAT VE TASARIM EĞİTİMİ SEMPOZYUMU
BİLDİRİLER KİTABI

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI



DİJİTAL KAOS

Dr. Sibel Avcı Tuğal // sibel.tugal@isikun.edu.tr

FMV Işık Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

Özet

Sanat yapıtları yüzyıllar boyu çağının teknolojik yenilikleri ile gelişmiş ve çeşitlenmiştir. Elektronik teknolojisini temel alan görüntü oluşturma, üretme ve yayınlama teknikleri bilgisayar sistemleri ile birlikte dijital dünyayı oluşturmaya başlamıştır. Bilim ve teknolojideki bu gelişimin sanatçılarla buluşması deneysel çalışmaların ardından dijital sanatı gündeme getirmiştir. İlk örnekleri 20. Yüzyılda elde edilen dijital sanat formları sanatın teknoloji ve bilimle birlikte ortaya koyduğu biçimlerdir. İnsan ve makine ilişkisini yakınlaştıran dijital devrim, yaşamın her alanını sarmalamış, küresel bağlamda dünya ekonomi dinamiklerini, insan yaşam biçimlerini dönüştürmüştür. Dijital teknolojilerin hızla üretim sistemlerinde entegrasyonu dünya ekonomik dengelerini değiştirerek, ürün odaklı üretim ekonomisinin bilgi odaklı hizmet ekonomisine geçiş yaşanmıştır. Gelişmiş toplumlar, yeni ekonomi dinamiklerinde iş gücü kaynağı olarak özgün düşünceyi, bireysel yaratıcılığı kullanan ve yaratıcı endüstriler olarak tanımlanan sektörler üzerinde stratejiler geliştirmektedir. Dijital medyanın yaşamın her alanında var olmaya başlaması, dijital teknolojiyi ve medyayı araç olarak kullanan dijital sanatın yaratıcı endüstriler kapsamında tanımlanmasına yol açmıştır. Sanatın endüstri olarak tanımlanması bir karmaşadır. Dijitalleşmenin hızla devam ettiği siber uzam henüz dijital kaos ortamıdır. Dijital olarak elde edilen tüm verilerin farklı amaçlar ve disiplinler tarafından kullanılabilmesi, sınıflandırılması, ortak platform olarak siber uzamın kullanılması disiplinler arası keskin sınırların ortadan kalkmasına yol açmıştır. Küresel bağlamda gelişme olarak düşünülen yeni ortam toplumların ekonomik gücüne, değerlerine, ideoloji ve siyasi otoritelerine bağlı olarak değişen oranda tüm dünya üzerinde etkili olmaktadır. 21. Yüzyılla birlikte Endüstri 4.0 kapsamında şekillenmeye başlayan siber uzam, dünyanın yeniden kurgulanmasıdır. İnsanın keşfettiği en etkili iletişim yollarından biri olan sanat, dijitalleşmenin evrim sürecinde insanın dönüşümünden etkilenecek, değişmeye devam ederek çağın dinamikleri ile şekillenecektir. Bu çalışma, dijital sanat ve yaratıcı endüstriler arasındaki ilişkiyi irdelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital sanat, yaratıcı endüstriler, Endüstri 4.0, dijital medya, sanat ve teknoloji, Dijitalleşme

Dijitalleşme yaşadığımız yüzyılı biçimlendiren temel teknolojidir ve evrim süreci dijital hızla devam etmektedir. 1950'lerden itibaren elektronik teknolojisindeki gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan dijitalleşme, insanın kendini ve evreni sorgulama, anlama, anlamlandırma süreçlerinde etkin rol oynamaktadır. Dijital kültür ve dijital yaşam sanat ve tasarım alanlarında yeni yolların ve yeni açılımların oluşmasını sağlamıştır. Sanatçı ve tasarımcıların hayal gücü, özgünlük, sezgisellik, kurgulama, dönüştürme yetileri ile buluşan teknolojik olgular, birçok alanla birlikte sanat ve tasarım alanında da farklı deneyimlere ve uygulamalara olanak sağlamıştır.

Sanat, tasarımın ve bu alanlara bağlı süreçler teknoloji ile biçimlenen yeni endüstriyel sektörlerle ilişki kurmuş, çağın dinamikleri ile değişmiştir. Tasarım alanındaki değişimler daha olağan karşılanırken, sanatta yaşanan dijitalleşme süreci, örneğin dijital resim aynı oranda olağan karşılanmamıştır. Teknolojik araçlar ve dijital teknolojiyi kullanılarak oluşturulan kompozisyonlar, görsel-işitsel sanat çalışmaları önceleri "gelenekselden farklı olması nedeni ile reddedilme" sorunu ile karşılaşmıştır. Ancak her dönemde olduğu gibi sanatın çağın teknolojisini kullanma istenci ile bu süreç aşılmış, sonuçta dijital sanat çağdaş sanat pratiklerinden biri olarak kabul edilmiştir. Bu çalışma dijital sanat ve pratikleri ile 1990'lar sonrası gündeme gelen yaratıcı endüstriyel kavramları arasındaki ilişkiyi irdelemek üzere literatür araştırmasına dayanarak hazırlanmıştır.

Küresel bağlamda insanı ve tüm toplumları etkileyen en önemli sosyo-teknik gelişmelerden biri olan dijitalleşme ve bugün bilinen adı ile İnternet, ilk olarak bazı şirketlerin ve üniversitelerin birbirine bağlandığı bir proje olarak (ARPANET) 1970'lerde Amerika Birleşik Devletleri'nde İleri Araştırma ve Geliştirme Projeleri Ajansı (ARPA- The Advanced Research Projects Agency) tarafından tanıtılmıştır.

İleri düzeyde teknoloji gerektiren yapılanma, önceleri özellikle çevre sorunları ve toplum sorunları üzerinde çalışan hukuk çevrelerinde teknolojik sistemlerin politik etkileri ve özellikleri konusunda endişeler oluşturmuş, bununla birlikte yaşanan hızlı gelişim sonucunda 1980'lerde kişisel bilgisayarlar, ardından 1990'larda dünya genelinde yaygınlaşan www (World Wide Web) ile insanlık adına yararlı gelişmelerin olabileceği düşünülmeye başlamıştır. (Worthington 2014: 71)

Bugün yaşamın normal akışında toplumsal olanaklar açısından netleşen dijital sistemler simülasyonlarla birlikte insanı çevrelemiştir. Siber uzam ve yapay zeka ile karşılaşan 21. yüzyıl insanı için gerçek kavramı geçmiş dönemlerden daha farklı bir anlam ifade etmektedir. İnsanın içinde bulunduğu simülasyon evreni gerçek ve imge arasındaki farkı ortadan kaldırmış, yerini minyatürleşmiş sistemler, yapılar, kodlar, algoritmalar, bellekten oluşan ortama ve sonsuz sayıda çeşitlenebilen üretime bırakmıştır. Zamanın etkin ve en verimli şekilde kullanımı, mekandan bağımsız üretim-tüketim ilişkisi siber uzamın getirileri arasındadır. İşlemsel ve işlevsel gerçekliğin rasyonelliğin yerini aldığı bu ortamda görsel algının kontrolü ve yönetimi önemli bir alan olmuştur. Fransız sosyolog ve düşünür Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramında ortaya koyulan hiper-gerçeklik dijital görselleştirmenin etkin sonuçlarındandır. (Baudrillard 1995 : 19-21; Baudrillard 2010 : 43-45)

İnsanlık tarihinin bir parçası olan, 20. yüzyıl ortalarından itibaren gündeme gelen bilgisayar, bilgi teknolojileri ve iletişim teknolojileri kullanılarak oluşturulan deneysel çalışmalar sanat alanında ve sanatçı kimliği üzerinde etkili olmuştur. Değişim sanatçının teknik açıdan dijital teknolojiye yakınlığını ve yetkinliğini gerektirirken aynı zamanda multidisipliner yaklaşımları beraberinde getirmiştir. Sanat ve bilim arasındaki etkileşim sanatı ve sanatçıyı yeni oluşumlara yöneltirken aynı zamanda sanatın ve/veya tasarımın gerçekleşebilmesi için teknik sorgulamalara yol açarak bilimsel ve teknolojik gelişimi sağlamıştır. 21. yüzyılı şekillendirmekte olan dijitalleşme ve dijital teknolojilerle yapılandırılan dijital sanat pratikleri için estetik, epistemolojik, etik ve kültürel değerler henüz gelişim aşamasındadır. Roger

F. Malina'ya (1950) göre 21. yüzyılın sanatı olan dijital teknolojilerin kullanıldığı dijital sanat pratikleri henüz yolun başındadır. (Malina2002: 463) Bu alanda üretilen terminolojilerin sürekli değişmesi oluşumun devam ettiğinin bir göstergesidir. Örneğin görsel alanda tamamı teknik imaj ve imaj gruplarından oluşan dijital imgelerle yapılandırılan sanat çalışmaları algoritmik sanat, bilgisayar sanatı, sayısal sanat, dijital sanat, internet sanatı ve üretken sanat gibi isimlerle dönemsel pratikleri ortaya koymuştur.

Geçmiş dönemlerde temelleri atılan Enformasyon Estetiği, bilgisayar sistemlerindeki bilgi işlemeye dayalı bilimsel ve/veya estetik görüntü oluşumuna dair işlevsel, teknik ve estetik araştırmalarla oluşturulmuştur. Günümüz iletişim kuramlarına da temel olan ve 1948 yılında yayınlanan Claude Shannon'un (1916-2001) 'Enformasyon Kuramı' bilgisayarla yaratılan estetik değerlerle ilgili çalışmaların temelidir. Bu alanda ilk çalışmaları yapan Max Bense (1910-1990) ve Abraham Moles (1920-1992) bilgisayarla oluşturulan estetik değerleri farklı ele almıştır. Bense estetik modelini tamamen bilimsel tabana dayalı, öznel yaklaşımlardan arındırılmış ve kullanıma göre şekillenen rasyonel bir estetik yapı üzerine geliştirmiştir. Bense tarafından önerilen 'Enformasyon Estetiği ve Üretilbilir Estetik Kuramı' dijital sanat alanında bir dönüm noktasıdır. Bilgisayar sistemlerinin işlevlerinin geliştirilmesine yönelik bu projeye dönemin bilgisayar bilimcileri, uzmanları ve sanatçılar birlikte katılmıştır. Enformasyon estetiği konusundaki diğer kuram Abraham Moles'un 1958 yılında yayınladığı ve 1968 yılında İngilizce'ye çevrilen 'Enformasyon Kuramı ve Estetik Algı' kitabında yer almaktadır. Moles çalışmasında Bense'ten farklı olarak enformasyon kuramı ve estetik algı ilişkisini ele almıştır. (Klütsch 2007:65-69) Sanatın tasarımıyla olan yakın ilişkisi düşünür İsmail Tunalı'nın (1922-2015) Tasarım Felfesine Giriş adlı kitabında da yer almaktadır. Bilgisayarla üretilen estetik değerler, benzer şekilde fotoğraf ve sinemanın ilk dönemlerinde yaşadığı sorunlarla karşılaşmıştır. Tunalı sanatı tasarım modeli olarak tanımlar ve tasarım varlığı olarak gerçek varlığı aştığından bahseder. Estetik alandaki aşma durumu yeni bir varlık kategorisini ortaya koymaktadır. Tunalı kitabında Max Bense'in de gerçekliğe katılma olarak tanımladığı bu alanın tasarım olmakla birlikte bireysel bir varlık olduğunu öne sürer. Dijital teknoloji kullanılarak kurgulanan, oluşturulan ve sadece dijital ortamda var olan veya çeşitli tekniklerle fiziksel ortamda maddeleştirilebilen sanat yapıtları da tasarımsal olmalarının yanı sıra birer sanat varlığıdır. (Tunalı 2002 :21)

Yaratıcılık ve teknoloji arasındaki yakın ilişkinin, geçmiş yüzyıllara oranla daha yakın olmasında dijitalleşme ve dijital teknolojilerin etkisi olduğu açıktır. Elektronik sistemler aracılığı ile dijital evrenle kurulan bağlantılar çeşitlenmiş, imge tabanlı metafor yapıları yardımı ile kodlarla yapılandırılan görselleştirme, insanla karşılıklı etkileşim içinde olan organizmaya dönüşmüştür. (Kuspit 2012:5-8) Günümüz 21. yüzyıl dünyası, 20. yüzyıl sonlarından itibaren hızlı bir şekilde değişen, dönüşen ve yaygınlaşan dijitalleşme ve dijital kültür ile birlikte post-dijital döneme girmiştir. (Taylor 2014:222-223) Sanat dijital kültür içinde varlığını sürdürmek zorundadır.

İnsan ve toplum ilişkisinde bilim, teknoloji, ekonomi ve kültür temel etmenlerdir. Bilim ve teknoloji var olabilmek için kültürle yani insanla ilişki kurmak zorundadır. Küreselleşme ile birlikte dijital platformalarda biçimlendirilen yeni düzen ekonomik dinamiklerin ve normların değişimine sebep olmuş, yeni kavramları ortaya koymuştur. Bu değişimlerden biri "yaratıcı endüstriler" kavramıdır. Ekonomideki sektörel değişim dijitalleşme ile birlikte insan düşüncesi ve yaratıcılığının ürüne dönüşebilecek büyük bir kaynak olduğunu öngörerek yeni sektörleri tanımlamıştır. 1990'lar sonrası gündeme gelen bu kavram üretim odaklı yapının hizmet odaklı yapıya geçişinin bir sonucudur. Yaratıcılık ve bilgi üzerine şekillenmeye başlayan tüm ekonomik girişimlerde dijital teknolojilerin ve dijitalleşmenin etkisi oldukça büyüktür. Yeni kurgulanmakta olan ve neredeyse yaşamın tüm alanlarını içine alan siber evrenle kurulan ilişkiler bütünü yaşama biçimlerini ve insanın gerçeklik değerlerini hızla değiştirmektedir. (Demir 2014: 87-90)

Yaratıcı endüstrilerin kapsam alanı ürün olarak bireysel yaratıcılığın öne çıktığı, telif hakkı, fikri mülkiyet, marka, patent ve tasarım alanlarının tümüdür. Bu alan üzerindeki araştırmalarda genel kabul gören ve İngiliz Kültür Medya ve Spor Müdürlüğü (DCMS – Department for Dijital, Culture, Media and Sport) tarafından yapılan tanıma göre yaratıcı endüstri “temeli kişisel yaratıcılık, beceri ve yeteneğe dayanan, fikri mülkiyetin geliştirilmesi ve kullanılması ile değer ve istihdam yaratma potansiyeline sahip sektörlerin birleşimi” olarak tanımlanmaktadır. (Yardımcı 2016 :80)

Günümüz insanı küresel bağlamda dijital teknoloji üzerinde hızla gelişen, yaratıcı endüstrilerin oluşturduğu sektörlerle şekillenen bilgi çağında yaşamaktadır. Kültürel dinamiklerden biri olan dijital sanat ve sanat yapıtları yaratıcı endüstrilerle birlikte dijital ekonomi ile ilişki kurmaktadır. Bilgi çağının oluşturduğu toplumundaki gelişim John Hartley’e (1948) göre yaratıcılığı destekleyen ve ortaya çıkaran bağlantı, alt yapı ve içerik ilişkisine dayanır. Bilgiyi elde etmek ve işlemek, elde edilen bilginin aktarımı için kurulan bağlantılar temel yapıyı oluşturmaktadır. Bağlantı olasılıkları ise sonsuz sayıda içeriğin oluşturulabilmesini sağlayan algoritmik yapılarla biçimlenmektedir. Dijital ortam, sonsuz olasılığın mümkün olabileceği, giderek artan bilgi verilerinin işlenebileceği, düşünce ve veriye dayalı, deneyimin, yaratıcılığın ön planda olduğu siber uzam, dijital evren modelidir. Siber uzamda bağlantıları doğru, etkin kurmanın yanı sıra anlam, nedensellik ve amaç ön plandadır. (Hartley 2005 :20-21) Dijital sanat bu platform üzerinde şekillenmektedir. Bilginin, başka bir söylem olarak elde edilen tüm verilerin etkin kullanımı, ideolojilerin kontrolündedir. İdeolojilerin tanımladığı toplum modeli ekonomik dinamiklerle şekillenen girişimci, yetenekli, yaratıcı bireylerden oluşmaktadır. Özellikle 1990 sonrası gündeme gelen görüşle, insanın düşünce, hayal ve yaratıcılık potansiyelinin kültürle buluşarak ortaya koyacağı olası ekonomik değerlerin toplumsal refahı ve yeni iş alanlarını oluşumunda asıl kaynak olarak kullanılması mümkün olmuştur. DCMS’e göre yaratıcı endüstrileri oluşturan sektörler “reklam, mimari, sanat ve antika piyasası, el sanatları, moda tasarımı, film, interaktif eğlence yazılımları, müzik, performans sanatları, basım, yazılım, televizyon ve radyo”dur. (Yardımcı 2016: 90) Yaratıcı Endüstriler yerine Kültürel Endüstri tanımının da kullanıldığı bugün, Birleşmiş Milletler yaratıcı endüstrileri kültür mirası, sanat, medya ve fonksiyonel yaratılar olmak üzere farklı temel gruplara ayırmaktadır. (Görsel 1) Birleşmiş Milletlere göre; temel olarak yaratıcılık ve düşüncenin sermaye olarak kullanıldığı ürün ve hizmetlerin oluşum, yaratım, tasarım, üretim ve yayılımı bütünüdür. Bilginin ana kaynak olduğu, sanat üzerine odaklanan ve potansiyel olarak telif, patent, fikri mülkiyet haklarından oluşan kazançlar bütünüdür. İçerik olarak yaratıcılığın ön planda olduğu, ekonomik olarak maddi veya maddi olmayan tasarım veya sanat oluşumları bu sektörün içindedir. Sanat, tasarım ve hizmet sektörlerinin birlikteliği dünya ekonomisinde dinamik bir güç olarak yer almaktadır. (UNCTAD 2008: 13)

Yaratıcı Endüstriler			
Kültürel Miras	Sanatlar	Medya	Fonksiyonel Yaratımlar
Geleneksel Kültürel Açılımlar El sanatları Festivaller Kutlamalar	Görsel Sanatlar Resim Heykel Antika Fotoğraf, vb.	Yayımlar ve Basılı Medya Kitaplar Gazeteler Basılı yayımlar, vb.	Tasarım Desinatörük Grafik Tasarımı Moda Tasarımı Taki Tasarımı Oyuncak Tasarımı, vb.
Kültürel Alanlar Tarihi Anıtlar Müzeler Kütüphaneler Arşivler, vb.	Performans Sanatları Canlı müzik Tiyatro Dans Opera Kukla Sirk, vb.	İşitsel-Görsel Film Televizyon Radyo Yayıncılık, vb.	Yaratıcı Servisler Mimarlık Reklamcılık Yaratıcı A&G Kültürel Servisler Dijital Servisler, vb.
		Yeni Medya Dijitalleşmiş İçerik Yazılım Video Oyunlar Animasyonlar, vb.	

Görsel 1 Birleşmiş Milletler –Yaratıcı Endüstriler Sınıflaması (UN Conference Trade and Development)

20. yüzyılın sonlarından itibaren, bireysel yaratıcılığın toplumla iletişimi, hızla gelişen dijital stratejiler ve dijital medya ile artmıştır. Bilgi ekonomisi ile ilişki kuran toplum, bireysel anlamda gelişen yaratıcılıkla birlikte sanat alanlarında kavramsal ve pratik açılımları meydana getirerek, kitlesel olarak yaratıcı endüstri sektörlerine katkı yaparak oluşumlarını sağlamıştır. (Hartley 2005: 5)

Yaratıcı endüstriler arasında bulunan görsel alanlarla yakın ilişkide bulunan tüm sektörel yapıların varlığı, 21. yüzyılın görsel algılama, yorumlama ve çeşitleme yapıları üzerine şekilleneceğini göstermektedir. Kültürle ve insanla ilişki kurabilmesi için “bilgi, veri görselleştirilmesi” 21. yüzyılda ön planda olacaktır. Dijital sanat yapıları bu sektörlerle oldukça yakın ilişkidir, kimi zaman tasarım/sanat arasındaki duvarların ortadan kalktığı kolektif ve multidisipliner yaklaşımları ve teknolojiyi araç olarak kullanarak evrimleşmektedir.

1980’lerden itibaren ortaya atılan, bilgi ve teknoloji birlikteliğinin çağdaş ekonomilerde ana kaynaklar olması gerekliliğini öne süren Yeni Gelişim Kuramı (New Growth Theory) ile insan yaratıcılığının sınırsız bir kaynak olduğu kabul edilmektedir. Bu kuram ile yeni bir sınıf tanımı olarak “yaratıcı sınıf” kavramı gündeme gelmiştir. Bu sınıf içinde bilim, sanat ve tasarım alanında çalışanlar ve üretkenler bulunmaktadır. Sosyal, kültürel ve ekonomik hareketliliği sağlayan yaratıcı sınıf düşünsel üretimde bulunan, ekonomik olarak farklı fikirleri ortaya koyabilen, yeni teknolojilerle işbirliği yapabilen, ortamın sağladığı verilerle yaratıcı içerik oluşturabilenlerden bireylerden oluşmaktadır. Sanatçı veya tasarımcı, mühendis veya girişimci, bilim insanı ya da bilgisayar bilimci olan bu kişilerin ortak noktası yaratıcı ruh, yaratıcılık yetisi, bireysellik, farklılık, duyarlılıkla birleşen gelişkin yetenekleri ile ekonomik değer yaratabilmeleridir. (Florida 2002: 2)

Richard Florida'nın "Dijital Yaratıcılık" adlı kitabında yer alan 3T (talent, technology and tolerance – yetenek, teknik ve tolerans) kuramında da bahsedildiği gibi 21. yüzyılda yeteneğin yanı sıra yüksek teknolojinin de ön planda olacağı öne sürülmektedir. (Florida 2005: 37-39) Teknoloji insanlık tarihi boyunca yaşamın şekillenmesinde rol oynayan en büyük itici güç olmuştur. Çağımızı şekillendirmekte olan dijital teknolojinin diğer yüksek teknolojilerle birlikte örneğin, genom, nanoteknoloji, sibernetik, siborg teknolojileri ile kurgulamakta olduğu yeni dünya ve yeni insanla birlikte giderek dijitalleşen sanat, yeni varlık alanını oluşturmaktadır.

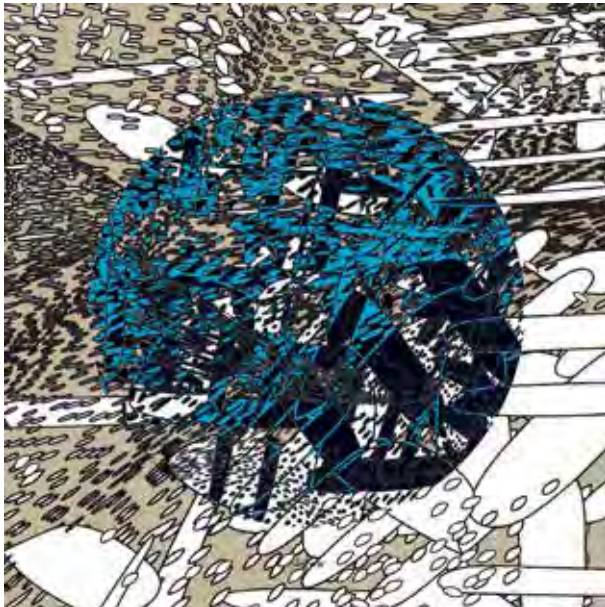
Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik adlı yazıda ileri teknolojiyi temel alarak düşünen yönetimlerin herhangi bir işi çağın en gelişkin teknolojik yöntemlerle yapmayı en mantıklı seçim olarak algılatmaları konusuna değinilir. Bu yolla teknolojinin meşrulaştırılması bir şekilde zorlanarak, küresel anlamda ileri teknolojilerin yaygınlaştırılabilmesine zemin hazırlar. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin dolayısı ile dijitalleşmenin istilacı bir yaklaşımla yayılmasının ne şekilde kontrol edileceği, kimlerin elinde olduğu ve toplumlar üzerindeki etkisinin ne olacağı konusundaki tüm araştırma ve incelemeler, küresel bağlamda ele alınması gereken oldukça önemli konular arasındadır. (Worthington 2014: 72-73)

Daha önce bahsedildiği gibi dijital kültür ve ekonomi üzerine kurgulanan yaşam alanlarında başat teknoloji dijitalleşmedir. Yaratıcı endüstrilerle birlikte değişen düzen küresel bağlamda yeni bir endüstri devrimine doğru yol almaktadır. Günümüzde sıklıkla konuşulan ve 2010 yılından itibaren gündeme gelen Endüstri IV'ün ilk fazı olarak düşünülmesi gereken Endüstri 4.0 ile algoritmalarla oluşan sistemlerin kontrolündeki dünya yaşamı yeniden kurgulanmaktadır. Geçmiş yüzyıllardaki Endüstri Devrimleri ile birlikte oluşan değişimlerin iyi ve kötü sonuçlarını tüm insanlık yaşamıştır. Modern bilim ve sanayinin gelişimi makineleşmeyi sağlayarak insanın dünya üzerindeki diğer canlılarla olan ilişkisini farklılaştırmış, yaşanan bilimsel devrimler insanın dünya üzerinde daha etkin ve yönetici konumda olmasını sağlamış, üretim - tüketim modellerini değiştirmiştir. Geçmiş dönemlerle kıyaslandığı zaman insanın yapabildiği işlerin sayısı bugünden fazladır. Siborglar, bilgisayarlar, algoritmalarla kurgulanan işlevsel sisemlerle birlikte gün geçtikçe insanın yapabileceği işlerin sayısının gittikçe azalacağı düşünülmektedir. Bilinç olarak henüz insandan daha aşağı seviyede olan bilgisayar yapıları, zeka yönünden insanla yarışmakta ve yüksek zeka gerektiren işlerin birçoğu günümüzde bu tür algoritmalar yardımı ile yapılmaktadır. Yuval Noah Harari, "Homa Deus: Yarının Kısa Bir Tarihi" adlı kitabında kısa bir süre içinde bilinçli olmayan yeni yüksek zeka türlerini oluşturan algoritmaların insan bilincini aşabileceğini öne sürmektedir. Zeka ve bilinç arasındaki fark ve bunların hangisinin daha değerli olduğu, günümüz dünyasında siyasi ve ekonomik dinamiklere bağlı olarak şekillendirilmektedir. Harari kitabında ordular ve şirketler için verdiği örnekte bilinç yerine zekanın daha önemli olduğunu belirterek kurgulanan sisteme uygun olmayan bireylerin sistem dışı kalacağını belirtmektedir. (Harari 2017: 330-338). Bu noktada sanatın ve sanatçıların özünde var olan hayal gücü, bilinç, özgünlük, merak, sorgulama, eleştiri gibi değerlerin yeni düzenle birlikte oldukça farklı ilerlemeler oluşturacağı, diğer tüm alanlara göre daha özgür kalacağı açıktır. Bunun yanı sıra yaratıcı endüstrilerin de insanın yakın gelecekte çalışma alanlarının yoğunlaşacağı sektörler olacağı düşünülebilir. Teknolojinin öngörülemez oluşu bu alanların da farklılaşabileceğini ve çeşitlenebileceğini şimdiden hissettirmektedir. Büyük veri, nesnelerin interneti, akıllı fabrikalar, bulut teknolojisi, üç boyutlu-dört boyutlu yazıcı teknolojileri ve diğer yüksek teknolojilerle ilerlemesi düşünülen Endüstri 4.0, gelişmiş ve güçlü ekonomilerin yarattığı ve desteklediği bir değerdir. (Kabaklarlı 2016: 44-46)

Ekonomik, bilimsel ve teknolojik anlamda güçlü olan ülkeler ve yönetimler dijitalleşmenin üzerinde gelişmekte olan yeni dünya düzenine göre gelişim stratejilerini, dinamiklerini kurgulamaktadır. Dijital yaşam alanı; karşılıklı iletişimin ön planda olduğu özellikle bilgilerin görselleştirilmesine dayanan, ile-

tişim ve dolayısı ile kontrol biçimlerinin yoğunlaştığı bir ortamdır. İçerik olarak küresel anlamda veri (data) ağının kapsamında olan her türlü bilginin dolaşımı ve yönetiminin bireysel anlamda özgürlüğü de kısıtlayıcı yönde olabileceği açıktır. Dijital görüntüler, sesler, metinler, kullanıcı kaynaklı içeriğe dayalı hizmetler, oyunlar, ödemeler, kişisel bilgiler, ödeme sistemleri, mobil iletişim, eğitim, eğlence, güvenlik gibi birçok alan küresel dijital bilgi içeriği kapsamındadır. Dijital sunucular, dijital iletişim, dijital içerik, dijital işlemler olarak dört ana gruba ayrılacak bu yapı yaratıcı içeriklerle ekonomik değere dönüşerek işlev kazanmaktadır. Küresel rekabetin zorlu koşulları göz önüne alındığı zaman dijital iletişim platformlarında sürekli var olabilmek için, kaliteli ve yaratıcı dijital içerik - hizmet üretiminin artması gerekmektedir. Topluların bu alanda yetişmiş bireylere ihtiyacı vardır ve “yaratıcı iş gücü eğitimi?” konusuna önem vermeleri gerektiği açıktır. (Erkayhan 2015: 411- 423)

Siber uzam olarak ta adlandırılan bu ortamda yaşamın olabilmesi için bilginin görselleştirilerek aktarımı ve etkileşiminin sağlanması amacıyla, ekonomik değere dönüşebilmesi için özellikle ticaretin var olabilmesi için çekici ve eğlenceli bilgisayar oyunları, animasyonlar, sosyal medya gibi alanlarla birlikte iletişim tasarımının ve görsel iletişim tasarımının etkisinin daha da belirgin hale geldiği görülmektedir. Modern iletişim medyası teknoloji, sanat ve estetiğin birleşimini kullanmaktadır. Popüler estetik değerler her zaman sanat ve bilimin arayüzü olmuştur. Dijital sanat estetik, düşünsel ve kurgu bazında tüm dijital medya çıktıları, tasarımlarını ve teknolojiyi kullanan sanat pratiklerinden oluşan bir alandır. Bugün içinde yaşanan dünya gerçekliği, rasyonel ve sanal yapılardan oluşan, küresel bağlamda etileşimli bilgi aktarımı, zamandan ve mekandan bağımsızlıkla bir arada olan dijital kaos ortamıdır. Bu açıdan bakıldığında dijital kaos sanat ve sanatçılar için yeni fırsatlar, deneyimler anlamına gelmektedir. Sanat, her dönemde olduğu gibi içine insanın ve teknolojinin yarattığı her oluşumu katarak eleştirel bakışına devam etmekte, gelişerek ve evrimleşerek yeni alanlarda doğru ilerlemektedir. Yaratıcı endüstrilerle yakından ilişkilendirilen ve yaratıcı endüstriler kapsamında değerlendirilmeye çalışılan sanat, dijital sanat ve dijital sanat pratikleri, insan bilincinin, zekasının, özgün düşünce ve hayal gücü ile oluşturulan ve uygarlık tarihi boyunca ortaya koyulan en etkili iletişim biçimidir. Bununla birlikte sanatın yaratıcı endüstri ürünü olarak değerlendirilmesi sanatın özüne aykırıdır. Bu şekilde bir değerlendirme dijital kaos ortamının bir sonucudur.



Görsel 2 Sibel Arıcı Tuğal, Dijital Kaos 2, CGD, 90x90cm, Diasec Baskı Dijital Resim (1/5), 2018

Çağlar boyunca olduğu gibi düşünsel olarak ideolojik veya sanatsal vizyonu şekillendirmek, yönlendirmek ve ortaya koymak üzere ortaya çıkan sanat yapıtları dönemlerinin teknolojilerini araç olarak kullanmaya devam edecektir. Tunalı'ya göre insanın varlıkla iletişimde bir tasarım modeli olarak düşünülen sanat çağının teknolojisini, endüstrisini, çağlar boyunca oluşan küresel kültürel birikimini, yeniyi ve farklı söylemi oluşturmak adına bir araç ve malzeme olarak kullanacaktır. Sanat, 21. yüzyıl kültürünü değiştirmekte olan dijitalleşme ile birlikte çağının teknolojisini kullanan, ortaya koymakta olduğu anlamı ve/veya eleştirel bakışı çağının dinamikleri ile sorgulayan insan bilincinin ortaya koyduğu bir varlık alanı olmaya devam edecektir. Sanat ve sanatçı geçmiş veya geleceği özgün yaratım, farklılık, hayal gücü ile yönlendirilerek anlamlandırır. Ortaya koyulan sanat anlayışı ve sanat yapısı ise geçmişle birlikte çağının gerektirdiği ve sunduğu her türlü teknik, etik, estetik değerleri içinde taşımaktadır.

Kaynaklar

- Baudrillard, J. (2010)(Çev. Oğuz Adanır) Simülakrlar ve Simülasyon. 5. Basım. Doğubatu Yayınevi.
- Baudrillard, J.(1995) (Çev. Emel Abora – Işık Ergüden) Kötülüğün Şeffaflığı. Ayrıntı Yayınları.
- Demir, E. M. (2014). “Yaratıcı Endüstriler” (s.87-107). İlef Dergisi, Sonbahar/Autum 2014.
- Erkayhan, Ş. (2015). “Yaratıcı Endüstriler ve Dijital Gelecek Stratejileri”, Erkayhan / E-Journal of Intermedia, Fall- December, 2015/2(2) s.411 – 423
- Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2005). Cities and the Creative Class. London: Routledge.
- Harari, Y. N. (2017) (Çev. Öykü Özcinik) Homo Deus: Yarının kısa Bir Tarihi. Kolektif Kitap.
- Hartley J.(2002) Communication, Culture and Media Studies : The Key Topics. Routledge.
- Hartley, J. (2005) Creative Industries. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Kabaklarlı, E. (2016). Endüstri 4.0 ve Dijital Ekonomi. Bilimsel Eserler No. 46.
- Klütsch, C. (2007). “Computer Graphic Aesthetic Experiments between Two Cultures”. Leonardo. Vol.40. No. 5. S.421- 425.
- Kuspit, D. (2012). “The Matrix of Sensations”. Artnet. <http://www.artnet.com/magazineus/features/kuspit/kuspit8-5-05.asp>, Erişim Tarihi: 28.10.2018, 14.00)
- Malina R. F. (2002) “The Stone Age of Digital Arts” (s.463-465). Leonardo, Volume 35, Issue 5, October 2002 .
- Tunalı, İ. (2012). Tasarım Felfesine Giriş. Yapı Endüstri Merkezi Yayınları- 81, 4. Baskı, İstanbul.
- UNCAD. Creative Economy. <Http://unctad.org/en/Pages/DITC/creativeeconomy/Creative-Economy.aspx>, Erişim tarihi: 21.09.2018, 14.00
- UNICAD (2008) Annual Report 2008. https://unctad.org/en/Docs/dom20091_en.pdf, s.17, Erişim

Tarihi: 03.11.2018, 10.00

Worthington,R. (2014). Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik. Mastny,L. (Ed.) (Çev. Gülru Hotinli), Dünyanın Durumu 2014 içinde (s.71-73). İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

Yardımcı, A. (2016). “İş Dünyasının Yeni Yol Haritası: Yaratıcı Endüstriler” (s.80, s.90). TOBB, Ekonomik Forum, http://haber.tobb.org.tr/ekonomikforum/2016/269/078_081.pdf, Erişim Tarihi: 19.09.2018, 22.00

Taylor, G.D. (2014). When The Machine Made Art, The Troubled History of Computer Art. Bloomsburry Publishing.

Görsel Kaynaklar

Görsel 1 Birleşmiş Milletler –Yaratıcı Endüstriler Sınıflaması (UN Conference Trade and Development) <https://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy.aspx>, Erişim tarihi: 06.11.2018, 15.50

Görsel 2 Sibel Avcı Tuğal, Dijital Kaos 2, CGD, 90x90cm, Diasec Baskı Dijital Resim (1/5), 2018

Tipografi Dersi İçin Yeni Bir Uygulama Önerisi: Yıpranmış Yazılardan Yeni Font Tasarımı

Dr. Öğr. Üyesi Erol ÇİTCİ // ecitci@mehmetakif.edu.tr

*Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü.*

GİRİŞ

Yazı ve tipografi dersi görsel iletişim tasarımı eğitiminde önemli bir yere sahiptir. Görsel iletişimin ana unsurlarından olan yazı bir mesajı iletebilmenin en yalın yolu olarak kabul edilir. “İnsanoğlunun tüm duygu ve düşüncelerini ifade etmesinde ve onun toplumsallaşmasında dile ve görsele ilişkin bir semboller takımı ya da göstergeler olarak en önemli ve güçlü ileti biçimlerinden birini oluşturmaktadır.” (Sarıkavak, 2007:72) Günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak yazı ve tipografinin kullanıldığı mecralar değişerek yeni gereksinimler ve beklentiler ortaya çıkmakta ve bu sorunları çözümünde rasyonalist akla sahip görsel iletişimcilerin yetiştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Yazı, tipografi ve font tasarımına ilişkin kavramların ve tasarım yöntemlerinin öğretilmesi ve geliştirilmesi, ilgili öğretim kurumlarının önemli görevleri arasında yer alır. Ülkemizde tipografiye ilişkin gelişimde belirli bir seviyeye ve farkındalığa ulaşılmış olduğunu gözlemlemekle birlikte henüz font tasarımcısı yetiştirmede yeterli olmadığı söylenemez. Her ne kadar font tasarımında isim yapmış Türk font tasarımcıları varsa da, henüz istenilen seviyede olmadığı bir gerçektir. Oysa tipografi alanının zenginliği font tasarımcılarına yeni ve keşfedilmemiş tasarım fırsatları sunmaktadır. Özellikle sezgi-sele, araştırmaya ve rastlantıları değerlendirmeye dayanan ve genel anlamda deneysel tipografi olarak

adlandırılan font tasarımları, yaratıcı ve özgün formların keşfine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda tipografi derslerinin içeriklerinin zenginleştirilmesi ve yeni ders uygulamaları geliştirilerek öğrencilerin yaratıcılıklarının artırılması son derece önemlidir. Öğrenciler yeniyi keşfetmeye özendirilmeli ve tipografiye dair var olan dar kalıpların dışında çıkarak alana ilişkin özgün çözümler bulabilmeleri için teşvik edilmelidirler.

Bu çalışma, tipografi dersi bağlamında, yıpranan yazılardan yeni fontlar üretmeyi ve bunları font programlarına aktararak kullanıma hazır hale getirilmesiyle ilgili bir ders uygulaması önerisidir. Araştırmada alanyazın tarama ile deneysel tipografi ve tipografi eğitimi ile ilgili yazılmış tez, makale, kitap vb. kaynaklar taranarak bir kavramsal çerçeve oluşturulmuş; amaca yönelik uygulama örnekleri gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulgular çerçevesinde bir ders planı hazırlanmıştır.

DENEYSEL TİPOGRAFI

Son dönemin tartışmalı isimlerinden olan ‘deneysel’ kavramına sanat ve tasarım disiplinlerinde sıkça karşılaşılmaktadır. Deneysel sinema, deneysel fotoğraf, deneysel edebiyat ve deneysel sanat bu örneklerden bazılarıdır. Verilen örneklerle deneysel tipografi de eklenebilir. Peki deneysellikle ilgili kast edilen nedir?

Edebiyattaki deneyselliği Karataş (2011:126) kendi türü içinde daha önce örneği görülmemiş□ yeni ürünler ortaya koymanın yollarını arayan sair ve yazarların denemeleri sonucu ortaya çıkan eserler şeklinde tanımlar. Nijat Özön, Sinema-TV terimleri Sözlüğü’nde deneysel sinemayı her çeşit yenilik ve denemeyi içine alan yolda, filmler gerçekleştiren sinema türü olarak tanımlamış. Bennet (2007:1) ise sanatı ‘deneysel’ olarak tanımladıklarında “genellikle, resmi bir test prosedürüne değil, toplumsal sınırları ve kuralları test etme eğilimine atıfta bulunuyoruz; diğer bir deyişle, çağdaş sanat Avangart sanatın tarihinde köklenmektedir” der. Deneysellik kavramının Avangart kökenlerini Serdar Yılmaz’ın (2011) “20. Yüzyıl Avangard Akımların Gelişim Sürecinde Sinema” isimli çalışmasında görülebilir.

Bu bağlamda Deneysel Tipografi de çokça geleneksel olana karşı duruşuyla ve sınırları ve kuralları zorlayan tavrıyla Avangard bir yaklaşım olarak kabul edilir (Bkz. Drucker, 1994; Carter, 1997; Uslu, 2006; Özkurt, 2017). Sarıkavak (2009:7) Modernistlerin tipografiyi mesleki uzmanlık, kesinlikle uyulması gereken ilkeler ve kurallar bütününden çıkartarak deneysel bir uygulama alanına dönüştürdüklerini söyler. Sarıkavak (2007:73-74) Modernistlerin bu tavrını tasarım alanındaki sonsuz derinliğin bilincinde olarak yazı öğelerinin kullanımını şablonlara indirgmeden, her bireysel yaklaşımın -aynı ilkeler korunsa bile- farklı özel sonuçlar yaratacağını biliyor olmalarına bağlar.

Becer, Bilak, Durmaz ve Ertürk öncelikli olarak deney kelimesinin etimolojik kökenlerinden dolayı deneysel tipografiye mesafeli yaklaşmaktadırlar. Emre Becer, Ömer Durmaz ile yaptığı söyleşide Deneysel Tipografiyi yeterli bir tipografi eğitiminin yokluğunda içi boş bir kavram olarak niteler (Durmaz, 2008:20). Bilak (2007), Durmaz (2008) ve Ertürk (2015) ise deney kelimesi bilimsel yöntemleri içermesi ve deneysel tipografi ile bir şeylerin test edilmeyeceğini vurgularlar. Ayrıca her tipografik çalışma ancak tasarım sürecinde deneysel olabileceğini ancak süreç tamamlandığında deneyselliğin ortadan kalkacağını söylerler. Bundan da anlaşılacağı üzere deneme her tasarımın doğal parçasıdır ve bundan dolayı da ayrı bir kategori olarak değerlendirilmesinin mümkün olamayacağını iddia ederler.

Deneysel tipografinin dil bilimsel tartışmalarını bir kenara bırakacak olursak, font tasarımcılarının ortaya koydukları ve deneysel olarak adlandırdıkları ürünlerde ortak bir yaklaşımın olduğu görülmek-

tedir. Deneysel tipografinin karakterini ortaya koyan bu tavırda tasarım sürecinin başında kuralların bir kenara bırakılması ve bir deneme sürecine girilmesi vardır. Bu tür çalışmalarda devreye giren faktör deney değil; denemedir ya da başka bir ifade ile deneyimdir. Deneysel tipografi olarak adlandırılan işler değerlendirildiğinde görülecek olan şey de tam olarak budur. Çağdaş deneysel tipografik çalışmaların çoğunda Avangart tepkiler ortadan kalkmıştır ancak Avangart sanatın açtığı yolda ilerleyen ve denemeye dayalı tipografi çalışmalarının varlığı görülür. Daha önce de ifade edildiği gibi sezgisele, araştırmaya ve rastlantıları değerlendirmeye dayanan tasarımlar, tipografide yaratıcı ve özgün formların keşfini sağlamaktadır. Deneysel üretim süreçleri tasarımcılara yeni ifade olanaklarıyla birlikte, görsel iletişim ve font tasarımcılarına yeni tipografik tasarım konseptleri yaratmada yeni stratejiler sunmaktadır. Bu da deneysel tipografiye ait çözümlene yöntemlerinin eğitimde bir öğretim aracı olarak kullanılması gerektiğini y da en azında bir alternatif olarak sunulması gerektiğini ortaya koymaktadır.

TİPOGRAFI EĞİTİMİ

Günümüzde teknolojinin hızlı ilerlemesi ve çağdaş toplumdaki görsel ve medya temelli iletişimin genişleyen rolü, görsel iletişim tasarımı için yeni zorluklar yaratmıştır. Ertürk (2015:3) sürekli gelişen bu ortama ayak uydurma, yazı alanına katkıda bulunabilme ve tipografiyi görsel iletişimin her alanında etkin bir şekilde kullanabilmeyi ancak tasarımcı adaylarının iyi bir tipografi eğitimi alması ile mümkün olacağını söyler.

Buradaki esas sorun bu eğitimin nasıl olacağıdır? Değişen ve gün geçtikçe karmaşıklaşan iletişim ortamlarına karşı nasıl duyarlı bir tasarımcılar geliştirebilir? Sarıkavak (2006:84) iyi bir tipografi eğitimi için Yazı ve Tipografi derslerinde her yıl aynı projeler üzerinde durulmaması gerektiğini ve değişen iletişim ortam ve biçimlerinin gereksinimlerini kavratmaya yönelik geliştirilecek olan yeni projelerin geliştirilmesi gerektiğini vurgular. Carter, Meggs ve Ray (2011:197) ise buna şöyle bir cevap verir: “Tipografik mirasımızın takdiri, çağdaş tasarım pratiğinin standartlarını karşılama yeteneği ve geleceğe dönük yenilikçi bir ruh gereklidir.” Buradaki esas vurgu yenilikçi olmak fakat bunu yaparken geçmişin mirasını ret etmemektir. Geçmişin mirası konusunda Becer de benzer kaygıları öne sürerek şunları söyler: “Temel yapıyı bilmeyen, onu yorumlayamaz. Tipografiyle uğraşan bir kişinin de önce tipografik “doğruları” ve “yanlışları” çok iyi öğrenmiş olmaları gerekir. Yorum daha sonra gelir. Kurallar önce öğrenilir, sonra sorgulanır”. (Durmaz, 2008:20)

Bu tür eleştiriler çağdaş bir tipografi eğitiminin, temel teorik çalışmalardan başlaması gerektiğini ortaya koymaktadır. Sonraki eğitim sürecinde giderek karmaşıklaşan uygulamaları içeren, güncel konu ve teknik, yöntem ve uygulamaları takip eden ders içeriklerinin oluşturulması gerekmektedir.

UYGULAMA ÖNERİSİ: YIPRANMIŞ YAZILARDAN YENİ FONT TASARIMI

Yeni yazı fontları keşfetmek araştırma, inceleme ve hatta çevreyi daha iyi gözlemlemeye sıkı sıkıya bağlıdır. Tasarımcılara bu becerileri kazandırmak, ilgili fakültelerin önemli görevleri arasında sayılır. Eğitimciler öğrencilere doğayı ve çevreyi gözleme buralardan tipografik problemler bulma becerilerinin kazandırmaları gerekmektedir

Yıpranmış yazıları incelemek bu kazanımları sağlamaya yönelik yöntemlerinden bir tanesidir. Tabella, afiş veya kitabe gibi yüzeyler üzerinde yer alan yazılar genellikle zaman içinde çevresel ve iklim

koşullarına bağlı olarak deforme olmakta, silikleşmekte veya eskimektedirler. Ancak buna rağmen bazı yazıların okunaklılıklarını kaybetmediklerini ve tipografik özelliklerini korudukları görülür. İlk hallerinden oldukça uzaklaşan ve kimliğini koruyamayan bu tür eskimiş yazılardaki harf yapıları yeni font tasarımlarına kaynaklık edebilecek nitelik kazanmaktadır ve bunlar sadece font tasarımcıları tarafından keşfedilmeyi beklemektedirler.



Görsel 1: Yıpranmış yazı örneği.



Görsel 2: Yıpranmış yazı örneği.



Görsel 3: Yıpranmış yazı örneği.

Yukarıdaki görseller sıkça çevrede görülebilecek yıpranmış yazı örnekleridir. “Dikkat ölüm tehlikesi” yazan levhada zaman içinde bazı harflerin boya silinmiş. Bu yazıda özellikle D, T, S ve İ harflerindeki aşınma yazı karakterine fikir oluşturabilecek özellikler ortaya çıkartmıştır.

Kapanmış bir lokantanın alınlığında yazan ‘Restaurant’ yazısı da bir font tasarımına temel oluşturabilecek birkaç özelliğe sahip. İlk dikkat çeken bozulma a harfindeki yırtılma. Bu yırtılmanın yarattığı etki diğer harflere de yansıtılabilecek bir özelliktir. Ayrıca yazının üzerinde yer alan yapıştırıcı kalıntıları mevcut. İlk etapta fark edilmeyen bu özellik renk ayarları yapıldığında ortaya çıkmakta yazıya farklı bir dokusal etki vererek kendine özgü bir karakter oluşturmaktadır.

Son örnek telefon kutusunun üzerinde yer alan 4322 sayısıdır. Şablon takımıyla oluşturulan bu rakam zaman içinde kendine özgü bir forma ulaşmış. Özellikle 2 sayısının üzerinde boya akıntısı başlı başına yeni bir karakter özelliğine sahip.

ÖĞRETİMİN PLANLANMASI

Öğrenmenin, öğretimin desteğiyle gerçekleşebileceğini söyleyen Bilen (2006:iii), eğitim durumlarının kapsamı içinde düşünülen öğretim etkinliklerini, öğrencinin öğrenmesini kolaylaştırmak amacıyla işe koşulan etkinlikler olarak tanımlar. Bu bağlamda ders uygulamasının öğretim planlaması yapılarak dersin amaç, kazanım ve öğretme yaklaşım ve teknikleri belirlenmiştir.

Buna göre uygulama projesinin başlıca amacı öğrencinin yazı, font, ve tipografi konularındaki bilgilerinden hareketle, font tasarımı sürecinde deneysel yöntemlerle tasarım gücünün zenginleştirilmesidir. Ayrıca öğrencinin yaratıcı düşünme, araştırma ve sorgulama becerilerini geliştirilmesi bu projenin bir başka amacıdır. Bu uygulama çalışması ile öğrenciler beceri, değer ve tutumlar açısından elde edilecek kazanımlar şunlardır;

- Çevreyi daha iyi tarayarak tipografik unsurları inceleme becerisi kazanır.
- Deneysel tasarım sonuçlarını yorumlayabilir.
- Tipografideki deneysel yaklaşımlarda yeterlilik elde eder.
- Deneysel tipografik çalışmalara karşı eleştirel bir bakış açısına sahip olur.
- Öğrenmiş olduğu teorik bilgi ve uygulamalı çalışmalarla, edinilen deneyimler arasındaki farkı çözümlenebilir.
- Tipografik ürün ve çalışmalarında kişisel sonuçlara ulaşabilir.

Derste yukarıda anılan amaç ve kazanımların gerçekleşmesi için keşfetme, araştırma-inceleme ve tartışma yoluyla öğretme yaklaşım yöntemi uygulanacak olup öğretme teknikleri olarak da soru-cevap, problem çözme ve sınıf dışı öğretme tekniği olan gözlemden faydalanılacaktır.

UYGULAMA SÜRECİ

Yıpranmış yazılardan yeni font tasarımı uygulamasının amacına uygun bir biçimde gerçekleştirilmesi için aşağıdaki aşamalar planlanmıştır;

1. Öğrencilere font tasarımı ve deneysel tipografi hakkında teorik bilgilendirme yapılır. Deney ve deneyim terimleri, deneysel tasarım, deneysel sanat, tipografik kuralların ve bu kuralların esnetilmesi hakkında soru-cevap ve tartışma teknikleri kullanılarak derse güdülenmesi sağlanır. Modern sanat ve Avangart sanat ve bu sanat yaklaşımlarda tipografinin kullanımı ile ilgili sunumlar deneysellik kavramı çerçevesinde anlatılır ve sanata katkıları tartışılır.
2. Deneysel tipografiye ait örnek incelemeleri yapılarak sınıflandırılır. Bu sınıflandırmalar üretim yöntemi ve tekniklerine göre yapılır. Denemenin, araştırmanın ve keşfetmenin önemi anlatılır.
3. Öğrencilerden çevredeki yıpranmış yazı örneklerini bulmalarını, incelemelerini ve fotoğraflayarak derlemeleri istenir.



Görsel 4: Yıpranmış yazı örneği - Otobüs yazısı.

4. Özgün form araştırmaları kağıt üzerinde araştırılabileceği gibi dijital ortamda da gerçekleştirilebilir. Yıpranmış yazıda bir font karakteri yakalamak için görseli bilgisayar programında siyah beyaza çevirmek yardımcı bir yöntem olarak kullanılabilir. Böylece harflerin yapısı daha net ortaya çıkacaktır (Bkz. Görsel 5).

BURDUR BELEDİYESİ
ÖZEL HALK OTOBÜSÜ

Görsel 5: Otobüs yazısının siyah-beyaz'a çevrilmesi.

5. Öğrencilere derledikleri yıpranmış yazı örneklerini inceleyerek özgün harf formları araştırmaları istenir. Elde edilen bu formlardan özgün bir karaktere sahip bir abece tasarlayacak biçimsel ve kavramsal bir tema bulmaları/keşfetmeleri istenir. Bunun için öncelikli olarak karakteristik özelliklere sahip ve diğer fontlara uyarlanabilecek deforme olmuş harfler keşfedilmeye çalışılır. Eğer yazı karakteri tasarımına zemin hazırlayacak yeterli veri elde edildiğinde bir sonraki aşamaya geçilir (Bkz. Görsel 6).

A B T O

Görsel 6: Yıpranmış otobüs yazısında yeni bir yazı karakterine zemin oluşturabilecek harfler.

6. Elde edilen formlar bilgisayar ortamında vektörel olarak çevrilerek bütün font takımının tasarlanması aşamasına geçilir (Bkz. Görsel 7). Bu aşamada her bir karakterin bir diğeriyle olan ölçü, oran, biçim tekrarı, yön ve hareket olguları incelenerek yeni yazı karakterinin bütünleşik bir yapıya kavuşturulması sağlanır. Bütün karakterler tasarlandıktan sonra yeni fontun farklı iletişim ortamlarında ve ürünlerde nasıl ve ne şekilde kullanılacağı harf, sözcük ve satır örüntüleri test edilir. Bu testlerde harf kontrast, sözcük ve satır arası espas sorunlu çözümlenir. Gerekli düzeltmeler yapıldıktan ve bütün harf takımının tipografik sorunları çözüldükten sonra font işleme programına aktarılır (Bkz. Görsel 8). Son düzenlemeler yapıldıktan sonra kullanıma hazır bir font dosyasına dönüştürülür.

BURDUR BELEDİYESİ
ÖZEL MALK OTOBÜSÜ

ABD E F H I J K L O Ö P R S T U Ü V W X Y Z

Görsel 7: Yazının baskın karakterinin diğer harflere uygulanarak abece takımının tamamlanması.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

Görsel 8: Yıpranmış otobüs yazısından hareketle elde edilen örnek yazı karakteri.

SONUÇ

Tipografi eğitiminde, temel teorik çalışmalardan başlayan ve giderek karmaşıklaşan uygulamaları içeren, güncel konu ve teknik, yöntem ve uygulamaları takip eden ders içeriklerinin geliştirilmesine ihtiyaç vardır. Konu ve uygulamaların sürekli olarak çağdaş sorunlara göre güncellenmesi ve zenginleştirilmesi doğru bir tipografi eğitimi için son derece önemlidir. Bu bağlamda görsel iletişim tasarımı öğrenciler aldıkları derslerde yeniyi keşfetmeye özendirilmeli ve tipografiye dair var olan dar kalıpların dışında çıkarak alana ilişkin özgün çözümler bulabilmeleri için teşvik edilmelidirler.

DeneySEL tipografi alanına ilişkin getirilen eleştiriler bu tür projelerin öğrencilere ancak temel tipografi eğitiminden sonra verilmesinin önemini vurgulamaktadır. Bu ve buna benzer projelerin görsel iletişim veya tipografi eğitiminin başında uygulanabilecek yöntemler olmadığı sonucuna götürmektedir. Dolayısıyla yıpranmış yazılardan yazı karakterleri tasarımının başarısı sağlam bir tipografi eğitimi alınmış olmasına bağlıdır. Yıpranan yazılardan yeni fontlar üretme projesinin eğitim programlarında yer laması bu koşullar düşünülerek uygulanmalıdır.

Temel tipografi eğitimleri verildikten sonra uygulanacak olan “yıpranan yazılardan yeni fontlar üretme”, öğrencilere çevrelerindeki tipografik unsurlarla etkileşime girmeyi, gözlem yapmayı, araştırmayı ve sahip olduğu bilgileri uygulamaya dökmelerine yardımcı olabilecek bir projedir. Bildiri çalışmasında elde edilen bulgular, deneysel tipografi araştırmalarının doğru bir tipografi öğretimi açısından faydalı bir yöntem olabileceği ön görmektedir. Ancak kesin sonuçların alınabilmesi bu projelerin derslerde uygulanmasına ve eğitim-öğretim etkinliğinin bilimsel yöntemlerle değerlendirilmesiyle mümkün olacaktır.

Kaynakça

- Bilak, P. (2007). Deneysel Tipografi Her Ne Anlama Geliyorsa, *Grafik Tasarım Görsel İletişim Dergisi*, 11, 50-52.
- Bilen, M. (2006). *Plandan Uygulamaya Öğretim*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Bennett, J. (2012). Editorial: What is Experimental Art?, *Studies in Material Thinking*, 8, 1-5.
- Carter, R. (1997). *Experimental Typography: Working With Computer Graphics*. Watson Guptill Publications, New York.
- Carter, R., Meggs, P. B., & Day, B. (2011). *Typographic design: Form and communication*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Drucker, J. (1994). *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909-1923*. University of Chicago Press.
- Ertürk, M. (2014). Türkiye’de Tipografi Eğitimi Üzerine, *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları Dergisi*, 30, 93-106.
- Durmaz, Ö. (2008, Şubat). Modern Tipografinin Destansı Dönemini Yazdım, *Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültürü Dergisi*, 17, 16-20.
- Karataş, Turan (2011), *Ansiklopedik Edebiyat Terimleri Sözlüğü*. Sütun Yayınları, İstanbul
- Özkurt, E. (2011). *Grafik Tasarımda Deneysel Tipografi ve Uygulama Alanları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Anasanat Dalı, İstanbul.
- Özön, N. (1981). *Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü*. Türk Dil Kurumu Yayınları,
- Sarıkavak, N. K. (2006). HÜ GSF Grafik Bölümü’nde Yazı ve Tipografi Eğitimi, *Sanat Dergisi*, (9), 80-98.
- Sarıkavak, N.K. (2009). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Çağdaş Tipografinin Temelleri*. Seçkin Yayınları, Ankara.
- Uslu, B. (2006). 1980 Sonrası Tipografik Tasarımda Deneysel Yaklaşımlar, *Yayınlanmamış yüksek Lisans Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı, İzmir.
- Yılmaz, S . (2011). 20. Yüzyıl Avangard Akımların Gelişim Sürecinde Sinema, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (2), 371-382. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/trakyasobed/issue/30220/326271>

Elektronik Yayınlarda Video ve Ses

Atike Elif KALKAY // *atike.kalkay@gmail.com*

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Yeni Medya Yüksek Lisans Programı Öğrencisi

Özet

Günümüz şartlarında insanların hayat koşturmacası içerisinde yazılı kaynaklara vakit ayıramaması sonucunda portatif olması, ulaşılabilirliği ve birden fazla kaynaktan öğrenebilme durumları düşünüldüğünde elektronik yayınlara yönelimleri de artmaktadır. Elektronik yayınlar bu anlamda ufacık bir vakit aralığını bile doldurabilmektedir. Bütün bunların yanında e-kitap ve diğer yayın organlarında kullanılan görsel ve tasarımlar ile de avantajları artmaktadır. Elektronik yayını destekleyen bir görsel veya videonun oluşu, anlatımı kolaylaştırmakta ve ses ile de birleştiğinde algıya daha açık hale gelmektedir. Özellikle videolu anlatımlar hayatımıza görsel ile birlikte altyazı ya da duyma yoluyla iletişimi de katarak bazı engelleri ortadan kaldırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Yayıncılık, Video, Tasarım, İletişim, Ses

ELEKTRONİK YAYINCILIK

Hayat içerisinde yapmak zorunda olduğumuz şeyler dışında ihtiyaç duyduğumuz şeyler de vardır. Birçok birey rahatlamak ve bilgi edinmek için birşeyler okumayı tercih eder ve aslında buna ihtiyaç duyar. İçinde bulunduğumuz hız kültürünün zorunlu sonucu ve sahip olduğumuz elektronik cihazların sunduğu avantajlar dola-yısıyla, basılı yayınların dışında tercihler çoğunlukla elektronik yayın tarafında olur. Elektronik yayın, belgelerin elektronik ortam ya da ağlar aracılığıyla dağıtımı, saklanması ve erişilebilirliği olarak tanımlanabilir.

Elektronik yayınların bazı negatif yönleri de vardır. Fakat bunları bazı yöntemler ile telafi etmek mümkündür. Mesela bir yazı okurken gözümüzün takip zorluğu yaşaması ve fazla yorulmasını düşünürsek, bu durumu tasarım ile bir nebze de olsa engellenebilmektedir. Yazının karakteri, sayfadaki düzeni ve görsel ile eş dağıtılması bize bu konuda yardımcı olabi-lecektir. Bu noktada elektronik yayınlar, iletişim-de önemli bir rol oynayan görsel iletişim alanın-dan beslenmektedir. Bunlar algıyla alakalı olarak kavramayı ve görme kolaylığını da sağlamaktadır.

ALGI VE GÖRSEL ALGI

Algı, duyu organlarımız aracılığıyla bilginin alınması, yorumlanması ve saklanması durumu-dur. Görme ise eski çağlardan beri iletişimi güçlendirmesi ve yapısı dolayısıyla duyularımız içerisinde en yüceltilen ve ihtiyaç duyulanıdır. James Monaco'nun da dediği gibi "Kulaklar işitmeye uygun her şeyi işitir, gözler ise ne göreceğini seçer" (Bir Film Nasıl Okunur, 1977). Eksik bir objeye baktığımızda obje arkasındaki alan aracılığıyla göz onu tamamlar ve alan ile objeyi birlikte algılar, karmaşık bir görsel objeye baktığımızda da gözün izlediği bir yol vardır ve o yol yardımıyla görsel objeyi tarama yöntemi ile algılar.

SARKAÇ MODELLERİ



Üstteki, Kraliçe Nefertiti'nin bir büstünün çizimi; sağdaki ise, büstü gören bir öznenin göz hareketlerinin diyagramıdır. Gözün imgeyi gelişigüzel incelemekten çok düzenli hareket ettiğine dikkat edin. Özne açık bir biçimde yüze konsantre olur ve boyun bölgesine daha az ilgi gösterir. Kulak ise muhtemelen, doğal olarak ilginç olduğundan değil ama daha çok bu profilde göze çarpan bir yerde olduğundan ilgi odağı olarak görünür. Sarkaç modelleri süreklilik göstermez. Kayıt açık bir biçimde gösteriyor ki, göz noktadan noktaya sıçırıyor ve genel enformasyon almaktan çok belirli noktalarda sabitleniyor. Kayıt, Moskova'daki 'Enformasyon Aktarım Sorunları Enstitüsü'nden Alfred L. Yarbus tarafından yapıldı. (David Noton ve Lawrence Stark'ın 'Eye Movement and Visual Perception'ından, Haziran 1971. 1971, Scientific American, Inc. Her hakkı saklıdır. İzin alınarak kullanıldı.) (Bir Film Nasıl Okunur, James Monaco, 1977)

'Görüntü hem optik hem de zihinsel bir olgu olarak deneyimlenir. Optik model sarkaç biçiminde okunur. Zihinsel deneyim, kültürel belirleyenlerin toplamının ürünüdür ve onun tarafından biçimlendirilir. Hem optik hem de zihinsel idrak, gösterenin gösterilene bağlandığı gösterge kavramında bir

araya gelir. Gösteren zihinselden çok optiktir; gösterilen ise optikten çok zihinseldir. Okumanın üç düzeyi –sarkaç,göstergebilimsel ve kültürel- ya temelanlam ya da yananlam düzeyinde, anlam üretmek için farklı yönlerde bir araya gelirler.’ (Bir Film Nasıl Okunur, James Monaco, 1977)



Bu alanda yapılmış bazı deneyler de mevcuttur. W.E. Hill'in 'Karım ve Kaynanam'ı buna en iyi ve bir zamanların en popüler örneklerinden birisidir. Görsele baktığımızda genç kızın çenesini yaşlı kadının burnu olarak görmek mümkündür. Buna çoklu figür anlamı verilir ve aslında güzel bir algısal oyundur. Bu tarz çoklu figürlerde yaşadığımız optik yanılsamalar bize algılama ve idrak sürecinin beyni içerdiğini gösterir. (Bir Film Nasıl Okunur,James Monaco,1977)

Gözün algıda seçici olması, psikolojiyi de direkt olarak etkiler. Psikologların görseller ve rüya-lar üzerinden ilerlerlediği bir sistemi vardır. Bu noktada görsel nesnelere ya da tasarımların sadece iş ya da estetik olarak değil, psikolojik testlerde de oldukça büyük bir yeri vardır.

'Etrafımızı algılamayı, milyonlarca kilometredeki yıldızları görmeyi sağlayan göz, çok duyarlı ve oldukça karmaşık bir organdır. Gözlerimiz dünyanın en hızlı netlik yapan objektifleridir. Aynı zamanda muhteşem bir diyafram ayarları ile ışığa anında uyum sağlar. Siz bu yazıyı okurken göz her bir saniyede 35 den fazla görüntüyü gönderir. Göz içerisindeki lens görüntüyü ters olarak retinada odaklar. Retina bu görüntüyü beyne iletir. Beyinde işleme sonucu görme olayı gerçekleşir'.



Bu veriler ele alındığında görmek, beyin yoluyla, algı ve bilinçaltına direk etkisi olan bir eylemdir.



Bir görüntüyü yalnızca kendisi nedeniyle değil, aynı zamanda bağlamı içinde de; seçme kategorileri (dizisel) ve kurma kategorileri (dizimsel) ile ilişkili olarak anlarız. Seçme kategorileri farklı olarak temelanlamsal ve yananlam-saldır, her bir farklılık gösteren ve gösterilen arasındaki ilişki tarafından karakterize edilir. İkonik görüntüde, gösteren gösterilen ile özdeşdir. Simgelerde gösteren gösterilenin eşitidir ama özdeşi değildir. Metonimi ve kapsamlayışlarda gösteren bazı yönlerden gösterilene benzerken, mecazlarda, gösteren gösterilenin eşiti olmayıp, tamamen farklıdır. Buradaki ilişki dikkate değer ölçüde çok incedir. Belirti'lerde, gösteren ve gösterilen birbirine uyumludur.

Dizimsel ilişki, ya uzamsal ya da zamanda işler: Eşzamanlı görüngü aynı zamanda ya da zamana dikkat etmeksizin meydana gelir, oysaki artzamanlı görüntü ya zaman boyunca ya da zaman içinde oluşur.

Son olarak, bu çizelgede tanımlanan kavramlarının çoğunun, daha düşük bir düzeyde de olsa, görüntüler kadar sesler için de geçerli olduğunu belirtmelidir. Sesleri 'sarkaç' biçiminde okumadığımız doğruysa da, toplam işitsel deneyim içinde, istenmeyen ve yararsız gürültüleri duymazdan gelirken, özel seslere psikolojik olarak odaklanırsak. Genelde sesin görüntülere göre daha temelanlamsal ve ikonik görünmesi gerekirken, yine de sesin Simge, Belirti, metonimi, kapsamlayış ve mecaza (eğer gerekli değişimler yapılırsa) uygulanması mümkündür.' (Bir Film Nasıl Okunur, James Monaco, 1977)

VIDEO VE SESİN TANIMI - ALGISAL VE PSİKOLOJİK ETKİLERİ

Elektronik yayınlar metin ile birlikte yayınlanan görsel enformasyon ile daha estetik bir sunum ve algılamayı güçlendirmeyi hedefler. Bütün bunları düşündüğümüzde sabit bir görsel ile videonun algıya etkisi oldukça farklıdır. Video, ardışık dizilmiş fotoğraflar topluluğu olarak tanımlanabilir yani birden fazla görsel enformasyonu daha hızlı bir şekilde izleyicinin algısı ve bilinçaltına sunmuş oluruz. Bunun yanında, videoya ek olarak kullandığımız sesler de, dikkati oraya çekmek yoluyla odaklanma ve görme dışında birde duyma duyumuz aracılığıyla mesajı daha da kolay almayı sağlar. Ses, kaynağından çıktık-tan sonra havadaki taneciklerin oluşturduğu titreşime verilen addır. Her ne kadar göz kadar olmasa da hayatımızdaki önemi onun kadar çoktur.

Günümüzde emojilerin yanında kullanılan gif'ler (hareketli-sessiz fotoğraflar), hareketli logolar, elektronik yayınlarda sayfa üzerinde uygulanan efektler ve benzeri tasarım ürünleri de teknik olarak video sayılabilir.

Teknolojinin ilerleyişiyle birlikte görsel enformasyon kullanımı ve düzenlenmesi de oldukça gelişti. Videolu anlatımlar ciddi anlamda hayatımızda yer etmeye başladı. Çeşitli bloglar, youtube kanallarındaki videolar, vloglar ve benzeri elektronik iletişim kaynakları, bunların sıklıkla kullanılanlarından sadece bazılarıdır. Etkileri ise kullanım şekline göre ciddi farkedilir olabiliyor.

Örneğin; bir kaza ya da ölüm haberini, yazarak tasvir ettiğimizde okuyucunun hayal gücü ne kadarına izin verirse o kadar etkili olur. Fakat bunu fotoğraflar ile anlattığımızda etki biraz daha artar, videolu anlatımda ise seyircinin olay etrafında gezinme şansı olur ve hayal gücünün dışında gerçekleri de görebilir. Yani aslında video, orada olmasak da öznenin etrafında gezinme imkanı sunar. Bunun tam tersini düşünersek, olayın sonunu izleyici ya da okuyucunun hayal gücüne bırakmak da mümkündür. Eğer ki video içerisinde, seyircinin giremeyeceği bazı kapalı kapılar bırakılırsa seyirci merak eder ve öğrenmeye çalışır. Bu da aslında seyircinin hayal gücünün yanısıra o işi takip etmesine yol açar.

Bir dönemler çok sık kullanılan '25. kare' de aslında videonun ya da hareketli görsellerin algımıza ve bilinçaltına nasıl etki ettiğinin kanıtı diyebiliriz. 25. kare dediğimiz şey izlediğimiz görüntülerde bizim gözle göremediğimiz fakat beynimizin algılayabildiği, farkında olmadan bilinçaltımıza işlenen bilgilerdir. Standart bir videoda saniyede 24 kare kullanılırken 25. kare araya sıkıştırılıp zoraki bir bilgi akışı sağlanır. Faydalı amaçlar uğruna uygulandığında işe yarar gibi görünen ve teknolojinin bize sunmuş olduğu bu nimet, kötü amaçlar için kullanılan bir silah haline geldiğinde göz, beyin ve algıya hitap eden yeni medyanın kara damgası olmaktadır.

Bunun dışında görsel enformasyonlarda kullanılan renkler, açılar, şekiller gibi bazı temel unsurlar da psikolojik olarak durum ile alakalı bir duygu çıkarımında bulunmayı sağlar. Bu da demektir ki, bu görsel birden fazla olup video haline dönüştüğünde aslında seyircinin oradaki özneye bakış açısını, mesafesini ve konumunu belirler. Görülenin hissedildiği noktada da algı, duygular ve psikoloji devreye girer.

ELEKTRONİK YAYINLARDA VİDEO VE SES KULLANIMI

Günümüz teknolojisinde, görsel tasarım elektronik yayınların ne-redeyse olmazsa olmazıdır. E-gazeteler, e-dergiler ve ben-zeri yayınlarda görsel anlamda çok sayıda veri görürüz. Bunlar genellikle fotoğraf ve sabit ta-sarım olsa da elektronik yayını okurken bazı gerçekçi efektler, fotoğraf akışları, gif gibi verilerde bulmak mümkün.Fakat bütün bunların dışında video kullanımı da mümkündür. Yayınlanan konuya göre ilgili görseller bütünü oluşturulup daha önce de bahsettiğimiz gibi mesajı iletme durumu daha hızlı ve açık hale geti-rilebilir. Özellikle magazin ve haber yayınlarında video kullanımı çok daha kolay olacaktır. Tabi ki video dendiği zaman sesi de beraberinde düşünmek gerekir. Haber yayın-larından yola çıkarsak, bir önceki başlıkta verilen örneği hatırlamakta fayda var.

Videolu anlatım ile konunun anlatımı daha kolay ve hızlı hale getirilebilir. Bu sayede hem göze hem kulağa hitap ederek okuyucu için de bazı şeyler kolaylaştırılır. Her ne kadar bazen dosya boyutunun küçültülmesi için sabit görseller tercih edilse de hareketli görsellerin de boyutları bu şekilde elektronik cihazları zorlamayacak şekilde ayarlanabilir. Aynı zamanda yayının içerisinde kullanılan alandan da tasarruf sağlanabilir. Örneğin birden fazla fotoğrafın yer almasındansa ya da gazete, dergi kapaklarının

tüm içerikleri yan yana barındırmasındansa gif ya da hareketli görüntü ile daha yaratıcı ve farklı kapak tasarımları mümkündür. Kapağa bakıldığında içerik hakkında bilgi edinirken oradaki öznenin içerisinde bulunma gibi bir durum da oluşturularak daha da ilgi çekici hale getirilebilir. Video ve sesin bu şekilde hayatımızda daha çok yer kaplaması görsel ve işitsel olarak algıları harekete geçirip, çok değerli zamanlarımızda hızlı bir şekilde bilgi edinmeyi de sağlayacaktır.



Kaynakça

Bir Film Nasıl Okunur, James Monaco, 1977

Global Köy, Marshall McLuhan & Bruce R. Powers, Birinci Basım, Kasım 2001

Tenin Gözleri – Mimarlık ve Duyular, Juhani Pallasmaa, Birinci Baskı, İstanbul , Mart 2011

Görme Biçimleri, John Berger

Elektronik Yayıncılık Kapsamında Elektronik Tasarım Dergilerinin Görsel Kimlik Açısından Değerlendirilmesi, Okutman Özden Pektaş Turgut

Websiteler

<http://www.nenedirvikipedi.com/fizik/ses-enerjisi-nedir-ses-bir-enerji-turu-mudur-ses-enerjisi-ne-ornekler-ve-ses-enerjisi-formulu-6379.html>

<http://www.nenedirvikipedi.com/fizik/ses-nedir-sesin-olusumu-yayilmasi-ve-kullanim-teknikleri-22575.html>

<https://edaturan517.wordpress.com/2014/11/17/elektronik-yayincilik-nedir/>

Elektronik yayınlar ile ilgili kullanılan son sayfadaki görseller;

E-kitap görseli - https://www.itohaber.com/haber/guncel/207515/meb_yayinlari_e-kitap_oldu.html

Gazete görseli - <https://bby265.pressbooks.com/chapter/elektronik-yayincilik-ve-kutuphanecilik/>

Fantastik Dünya Yaratmanın Ekonomik Yolu: Dijital Fon Oluşturma Tekniği (Matte Painting), 1E

Murat KARA // muratkara@mehmetakif.edu.tr

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü,

ÖZET

Sinema ve reklam endüstrisinde fiziksel olarak yapılması imkânsız ya da çok maliyetli olan masal diyarları, fantastik evrenler, geçmiş dönemleri konu alan mekanlar gibi gerçekte var olmayan ortamların tasarımı ile izleyicide gerçeklik algısı yaratan temsili görüntülerin resmedilmesi matte painting (mat boyama) olarak tanımlanmaktadır. 19.yüzyıl sonlarında sinema alanında kullanılmaya başlanan matte painting tekniği, zihinde canlandırılan mekanların inşası kadar pahalı olmasa da hatırı sayılır bir maliyet ve uzun uğraşlar gerektirirken, teknolojinin evrimleşmesi ile zaman ve maliyet bakımından daha ekonomik hale gelmiştir. Önceleri geleneksel boyama yöntemleri ile genellikle cam zemin üzerine resmedilerek mekânda derinlik algısı yaratmaya yarayan tasarımlar, 1980'lerden itibaren elektronik ortamda tasarlanmaya başlamasıyla hayal gücünün sonsuzluğuna paralel olarak çok daha hızlı ve kolay biçimde üretilir olmuştur. Bu çalışmada, dijital teknolojinin sağladığı imkanlar ile her geçen gün farklı uygulama yöntemleriyle karşımıza çıkan matte painting tekniğinin tarihine değinilerek, günümüz koşullarında geldiği nokta, kullanım alanları ve hayal edilen tasarımların yaratımında sağladığı zaman ve maliyet tasarrufundan bahsedilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital, Matte Painting, Reklam, Sinema, Endüstri

GİRİŞ

Sinema ve sahne sanatları yaşanmış bir hikâyeyi, hayal ürünü bir anlatıyı görsel veya görsel-ışitsel yöntemlerle ifade etmenin etkili yollarındandır. Görsellik ve performans temelinde değerlendirilen bu sanatlar aracılığı ile ortaya çıkan üretimler pek çok açıdan insan algısı ve deneyimlerine hitap etmektedir. Sinema ve sahne sanatları başta olmak üzere hikâyenin belirli bir kurgu dahilinde ve genellikle oyuncular tarafından izleyiciye aktarıldığı görsel üretimler, günümüzdeki biçimini alana kadar teknik ve içerik bağlamında uzun bir yol kat etmiştir. Yüzlerce yıldır insanların yaşantılarına ve hayallerine dair konuların işlendiği görsel üretimlerde aktarılmak istenen mesajlar, dönemin verdiği imkanlar dahilinde kurgulanmış ve izleyiciye sunulmuştur. Geçtiğimiz yüzyılın ortalarında kullanılmaya başlanan televizyon ile birlikte, yakın bir zaman içerisinde hayatımıza giren bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi cihazlar kullanılarak ağlar arası iletişim (internet) sayesinde milyarlarca insana iletebilen görsel üretimler artık sinema ve tiyatro salonlarının dışına çıkmış ve günlük yaşantımızın her anında ulaşabileceğimiz bir hale gelmiştir.

Ekonominin ve teknolojinin gelişmesi doğrultusunda sürekli olarak değişen ve çoğalan görsel üretimlerin, insan algılarını yönetebilme ve yönlendirebilme gücünün farkına varılmış, buna bağlı olarak da sinema ve televizyon tüm dünyada etkin bir iletişim aracına dönüşmüştür. On yıllar içerisinde büyük bir pazar haline gelerek rekabetin de kaçınılmaz olmasıyla, bu görsel üretimler farklı amaçlar için ön plana çıkarılmaya başlamıştır. Günümüzde bazen yeni bir söylemle, bazen de daha önce işlenmiş bir konuyu tekrar ele alarak karşımıza çıkan yaratımlar gerçeklik algısı oluşturmada etkin rol almaktadır. Ancak daha önce de belirtildiği üzere, insan algısını yönlendirebilmesinden dolayı sinema ve televizyon üretimlerinin yalnızca olan veya olacağı hayal edilen bir gerçekliği değil, olması istenenleri de işleyen bir konuma getirmiştir. Sözü edilen bu amaçları taşıyan görsel üretimlerde gerçek olmayana ya da olması istenileni betimlemek üzere birtakım efektlere ihtiyaç doğmuştur. Buradan yola çıkarak, başta sinema ve televizyon olmak üzere çoğu görsel üretimlerde mesaj ve içerik kadar efektlerin de büyük önem taşıdığı söylenebilir.

Sahne sanatları ve sinemanın tarihine bakıldığında görsel anlamda konuyu destekleyici ya da manipüle edici efektlerin kullanıldığı görülmektedir. Önceleri görsel efektler, gerçeğin etkisini arttırmak, gerçeklikten uzaklaştırmak ya da hayal ürünü bir unsuru/mekânı görselleştirmek için dönemin teknolojisinin imkanları dahilinde tasarlanmıştır. İnsan gücü, çeşitli teknik ve malzemelerin yardımıyla tasarlanmış kurgusal ve mekânsal unsurlar, özellikle bilgisayarın icadı sonrasında büyük oranda dijital (sayısal) ortamda tasarlanmaya başlanmıştır.

Sinemanın doğumundan bu yana gelen süreçte hayal gücünün sınırsızlığını üretime dönüştürebi-
lecek yöntem arayışları hep devam etmiştir. Minyatür figür ve mekanlar, dublör kuklalar, film veya fotoğraflar üzerinde yapılan manipülasyonlar, kurgusal veya dönemselsel mekanların yüzeysel dekorları, sahnelerin arka plan boyamaları gibi yöntemler bu arayışlar doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Bilgisayar teknolojisi ise bu yöntemlerin sağladığı görselliği çok daha hızlı ve kolay bir biçimde sağlayan farklı tekniklerin temelini oluşturmuş, hayal edilenin tasarımı için geleneksel yöntemlerin aksine daha doğal ve inandırıcılığı yüksek bir görselleştirmeyi mümkün kılmıştır.

Şüphesiz ki, sinema sanatı tüm diğer sanat dallarından farklı olarak teknolojik gelişmelerle doğrudan ve etkin bir ilişki kurmaktadır. Sinema türleri arasında da fantastik sinema, teknolojinin en etkin biçimde rol aldığı türlerden biri olarak tanımlanabilir. Görsel efektlerin, sinema sanatçılarının hayal gücünü sınırsızca beyaz perdeye aktarmasını sağlaması fantastik sinemanın günümüzdeki popülerliğini açıklamaktadır.

FANTASTİK SİNEMADA KULLANILAN GÖRSEL EFEKT TEKNİKLERİNİN EVRİMİ

Steinmetz, fantazyayı alışılmışın dışındaki canlıların ve onların yer aldığı ütopyik ya da distopik evrenlerin ele alındığı, mantığın karşısında duran ve hayaller aleminden seslenen bir kavram olarak tanımlar. Bu kavramın kökeninde Yunanca ‘phantasia’ sözcüğüne dayandığını ve hayalet anlamına geldiğini belirtir. Bu sıfat sonraları ‘temelsiz şeyler hayal etme yeteneği’ anlamında kullanılan phantastikon kelimesine dönüşmüştür (Steinmetz, 2006:7-8). Dilimizde ise genellikle fantastik adıyla kullanılan bu kavram, dünya tarihinde var olmuş dinler, efsaneler, mitler, masallar ve daha nice hayal ürününü kapsar, bunları gerçek ötesi kurgularla yeniden yorumlar.

İçeriğini fantastik temaların oluşturduğu sanat yapıtları, farklı biçimlerde (edebiyat, sinema, resim, heykel vb.) çeşitli alt türler ile yüzlerce yıldır üretilmekte ve üretilmeye devam etmektedir. Sinema sanatının ortaya çıkmasıyla beraber fantastik kavramı bu alanda da kendine yer edinmiştir. Sinemanın varoluşuyla beraber kullanılmaya başlanan ve sinema sanatının vazgeçilmez bir unsuru olarak kabul edilen görsel efekt, başlangıçta fantastik unsurların sinemasal üretimlerde kullanımında ilkel yöntemlerle yapılabildiği basit hileler biçiminde karşımıza çıkmıştır. Rejlander’ın 1857’de teknik olarak dönemin en karmaşık fotoğrafını yaratmak için 32 farklı negatifin değişik bölümlerini tek bir baskıda birleştirmesiyle başlayan süreç, 1895 yılında çekilen ve “The Execution of Queen Mary of Scots” adlı filmde, kraliçenin idam sahnesinde çekimin durdurularak figür yerine kuklasının konması ve daha sonra kameranın çekime devam etmesi ile oluşturulan yerine koyma efekti (substitution shoot) tekniği ile devam etmiştir (bkz. Görüntü 1) (Erdem, 2009:31).



Görüntü 1: “The Execution of *Queen Mary of Scots*” filminde yerine koyma efekti tekniği ile çekilen idam sahnesi (Change Before Going Productions, 2011)

Çoklu çekim (multiple exposure) olarak tanımlanan bir diğer görsel efekt tekniği, aynı objenin veya figürün aynı sahnede birden fazla görülmesidir. Bu teknikte, ilgili figür objektifin ışık gören kısmında çekilir, daha sonra film başa sarılır ve aynı sahne objektifin ışık görmeyen kısmında tekrar çekilir. Bu sayede iki ayrı görüntü tek bir sahnede birleştirilmiş olur. Asıl mesleği sihirbazlık olan ve sinemanın ilk dönemine yapmış olduğu kurgularla damga vuran George Melies’in “The One-Man Band” (1900) adlı filmi bu tekniğin başlangıcı için verilebilecek en iyi örneklerdendir (bkz. Görüntü 2).



Görüntü 2: "The One-Man Band" filminde çoklu çekim tekniği ile oluşturulan sahneler (Iconauta, 2010)

Bunun yanı sıra, Melies'nin Paris'teki bir sokak sahnesini filme alırken kazara keşfettiği ve günümüzde "stop-motion" olarak bilinen teknik, hızlandırılmış devinim (time-lapse), eritme ve elle renklendirme, Ay'a yolculuk filminde minyatür tekniği ve gerçek oyuncuların animasyonlar ile aynı anda kullanılması yöntemleri onun öncülüğünü yaptığı diğer görsel efekt teknikleridir (Wilkinson, 2018).



Görüntü 3: Georges Méliès'nin 1902 yılında çektiği Ay'a Yolculuk filminden sahneler (Escuelacine.com, 2012)

Daha sonraki süreçte, yerini farklı denemelere bırakan bu yöntemler, fantastik hayal gücüne dayalı tasarımların yaratımlarında mantık olarak aynı çizgide kalmış ancak teknik açıdan büyük gelişim göstermiştir. Örneğin; çekim zorlukları ve görüntülerde meydana gelen olumsuzlukların inandırıcılığı etkilemesi nedeniyle stop-motion tekniği günümüzde halen kullanılıyor olsa da yerine hareketli çekim (go-motion) tekniği tercih edilir olmuştur. Hareket halindeki figürlerin çekilebilmesini sağlayan hareketli çekim tekniğinde de, figürlerin hareketleri kısıtlanmış, bunun sonucunda uzaktan kontrollü maketler ve içerisine insan yerleştirilmiş makinaların (animatronik) tasarımı ortaya çıkmıştır (bkz. Görüntü 4).



Görüntü 4: “Star Wars” filminde insan eliyle hareketlendirilen kukla Yoda (Damiant Infante, 2017) ve “Yapay Zeka” filminde makinalarla yönlendirilen Teddy (Stan W. School, 2011)

Görsel denemelerin profesyonel anlamda yapılmaya başlanması ve bilgisayarın icadı sonrası ortaya çıkan yazılımlar ile hareketli görüntülerin üzerinde oynama yapılabilmesi, sözü edilen tüm öncü tekniklerin de gelişimine yol açmıştır. Daha önceleri kurgu aşamasında gerçekleştirilen efektler, sayısal (dijital) ortamın sağladığı imkanlar ile post-produksiyon (üretim sonrası) sırasında yapılabilir hale gelmiştir. Görsel efekt tekniklerinin kolay uygulanabilir ve öğrenilebilir olması sinema endüstrisinde hızla yayılmalarına neden olmuştur. Kullanım ihtiyaçlarına göre blue-green screen (mavi-yeşil perde), rotoscoping (rotoskop), matchmove (hareket eşleştirme), digital compositing (sayısal kurgu), iki/üç boyutlu animasyon ve matte painting tekniğinin gelişmiş hali olarak tanımlayabileceğimiz dijital matte painting sıklıkla başvurulan görsel efekt tekniklerinden olmuştur (Berk, 2017:196).

SİNEMA VE REKLAM ENDÜSTRİSİNDE DİJİTAL FON OLUŞTURMA TEKNİĞİNİN SAĞLADIĞI AVANTAJLAR

Resimleme temelinde yapılan tasarımlarla yapay dekor ve sahne oluşturmada kullanılan matte painting tekniği, yakın geçmişte icat edilen bilgisayar teknolojisinin etkisiyle büyük bir değişim ve gelişim göstermiştir. Tarihten bir dönemi, gelecekte var olması planlanan bir mekanı, daha önce hiç var olmamış bir evreni ya da gerçek olması imkansız diyarları konu alan bir sinema veya reklam filminde zaman

ve maliyet konusunda tasarruf sağlayan bu yöntem bilgisayar teknolojisinin gelişimi doğrultusunda giderek yaygınlaşmıştır. İçerisinde hayal ürünü unsurların yer aldığı çoğu filmde başvurulan matte painting tekniği, devasa stüdyoların inşasını, onlarca kişiden oluşan film ekiplerinin bir yerden bir yere taşınmasını veya yılın belirli bir mevsimini beklemeyi gereksiz kılmıştır. Sözü edilen tüm bu ortamların yaratımında yapay bir fon sağlamak için 2 veya 3 boyutu yazılımlar aracılığıyla kusursuz gerçeklikte yaratımlar mümkün hale gelmiştir. Farklı mekanlarda geçen filmin senaryosu, çok sayıda ekipman ve çalışan ihtiyacı doğurmaktadır. Ancak matte painting tekniği sayesinde elde edilen görüntüler, blue/green screen kullanımı ile kapalı bir stüdyo içerisinde yer değiştirmeksizin sayısız sahnenin çekilebilmesine olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla, yapım ve yönetim tarafından ele alındığında büyük bir kazanç sağladığı söylenebilir.

Savaş filmlerinde çekilmesi gereken kalabalık sahnelerde yüzler, hatta binlerce figüran gereksinimi yerine dijital ortamda yaratılan boyama veya üç boyutlu modellemeler sayesinde çoğaltım yapmak çok daha hızlı ve maliyetin en aza indirildiği bir yöntemdir (Görüntü 5). Bu tür sahnelerde yapımcılar sahnelerin defalarca çekilmesinin önüne geçerken, aynı zamanda yüzlerce çalışana ücret ödemekten de kurtulmuş olur. Bunun yanı sıra, iklim şartlarının el vermediği zamanlarda matte painting ile havanın istenilen biçimde resmedilmesi ve görüntülerin içerisine kolaylıkla yerleştirilmesi de mümkündür.



Görüntü 5: "Star Wars" filminde mat boyama tekniği ile çoğaltılan askerler (Rocketstock, t.y.)

Zaman açısından ele alındığında, yaratılmak istenen bir ortamın yapımı için gerekli olan süre aylarca sürebilmektedir. Bu tür bir mekânın yaratımı tamamlansa dahi tekrar değiştirilmesi ya da diğer sahnelere uydurulması ciddi bir emek ve zaman ihtiyacını doğurmaktadır. Ancak mat boyama yönteminde setler dijital ortamda yaratılır ve herhangi bir olumsuzlukta anında müdahale edilerek değiştirme şansına sunar (Erdem, 2009:99).

Genel bir değerlendirme ile ele alındığında, ticari kaygıların üst seviyede olduğu sinema ve reklam endüstrisinde hayal gücünün sınırsızlığını görselleştirmek için görsel efekt kullanımının son derece önem

arz ettiği söylenebilir. Sinema tarihinin başlangıcı ile ortaya çıkan bu illüzyonların, teknolojik evrimleşme sürecinde geldiğimiz noktada kullanılmaya devam edeceği görünen bir gerçektir. Her geçen gün büyüyen sinema ve reklam endüstrisinde daha az maliyetle, daha hızlı ve daha çok üretmek adına başvurulan görsel efekt teknikleri içerisinde de matte painting tekniğinin yapımcılar ve yönetmenler adına büyük kazanımlar ve tasarruf sağladığı ve sağlamaya devam edeceği anlaşılmıştır.

KAYNAKÇA

Kitap

- Brinkmann, R. (1999). *The Art and Science of Digital Compositing*, Academic Press.
- Okun, J. A. ve Zwerman, S. (2010). *The VES Handbook of Visual Effects*, Focal Press.
- Siena, P. (2006). *A History of Matte Painting*, 2D Artist, Zoo Publishing.
- Steinmetz, J. L. (2006). *Fantastik Edebiyat*, Kültür Kitaplığı, Ankara.

Makale

- Berk, M. E. (2017). Dünya Sinemasında Görsel Efektin Gelişimi: Türk Sinemasındaki Uygulamaları, İnf E-dergi, <http://dergipark.gov.tr/inifedergi/issue/33031/356515>, (02.11.2018).
- Wilkinson, A. (2018). How Georges Méliès' Films Are Still Influencing Cinema, More Than 100 Years Later, (Erişim tarihi: 30.10.2018, www.vox.com).

Tez

- Erdem, S. (2009). *Matte Paint Uygulamasının Sinemada Ortaya Çıkardığı Dönüşümler Üzerine Bir İnceleme*, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

İnternet

- Change Before Going Productions (2011). *The Execution of Mary, Queen of Scots*,
Erişim tarihi: (25.10.2018, <https://www.youtube.com/watch?v=BIOLsH93U1Q>)
- Damian Infante (2017). *Regresará Frank Oz para darle vida a Yoda en Los Últimos Jedi?*, Erişim tarihi: (07.11.2018, https://aminoapps.com/c/star-wars-espanol/page/blog/regresara-frank-oz-para-darle-vida-a-yoda-en-los-ultimos-jedi/8B7n_d7dhmu23D1objZ0Q08Y4p5D6j8oBKD)
- Escuelacine (2012). *A Trip to the Moon*, Erişim tarihi: (05.11.2018, https://www.youtube.com/watch?v=_FrdVdKlxUk&t=508s)
- Iconauta (2010). *Georges Méliès: The One-Man Band*, Erişim tarihi: (26.10.2018, <https://www.youtube.com/watch?v=LlFtAC1GCKc&v1=en>)
- Rocketstock (t.y.). *Visual Effects: How Matte Paintings are Composited into Film*, Erişim tarihi: (07.11.2018, <https://www.rocketstock.com/blog/visual-effects-matte-paintings-composited-film>)

Stan Winston School (2011). AI: Artificial Intelligence “Teddy” Animatronic Rehearsal - Stan Winston Studio Behind-the-Scenes, Erişim tarihi: (05.11.2018, <https://www.youtube.com/watch?v=m-T9aZiQqQ84>)

Büyük Veri'yi Anlamlandırmada Enformasyon Tasarımı'nın Rolü

Abdurrahman Cihad KAYADUMAN // cihadkayaduman@gmail.com

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı ve Yönetimi Abd.

Özet

Dijital çağın insanlara yönetim ve eğitim gibi pek çok alanda yeni stratejiler kazandıracak, olanaklar getirdiği bilinmektedir. İnsan aklının geleneksel okuma ve yazma araç gereçlerinin toplamakta, yönetmekte hatta fark etmekte dahi zorlanabileceği parçacıklar hayatımızda söz sahibi olmaya başlamıştır. Bilginin çok küçük parçalarından faydalanmanın yolunu açan yeni teknolojilerin keşfedilmesi, veri adı verilen bu parçacığın birleşerek oluşturduğu bütünü bir yığın olmaktan öteye taşıyacak yöntemlere, disiplinlere ve iş birliklerine ihtiyacımız olduğu gerçeğiyle yüzleşmemize sebep olmuştur.

Çeşitli örneklerle desteklenerek enformasyon tasarımının görevi netleştirilmek istenmektedir. Çalışmanın amacı veriyi anlamlandırma hedefiyle yapılan disiplinler arası çalışmalar esnasında yaşanması muhtemel kavram karmaşasını önüne geçmektir. Ayrıca farklı yaklaşımların ortak isimlendirmeler üzerinde ittifak etmesini engelleyecek kategorizasyon hataları önlenmek istenmiştir. Çalışmada verinin enformasyona dönüştürülmesinde yani onu anlamlandırmada bir grafik tasarım disiplini olarak enformasyon tasarımının yükselmekte olan yeri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda enformasyon tasarımını tanımlamada yaşanan tartışmalar literatür tarama yöntemi ile bir araya getirilmiştir.

Sonuç olarak oluşması gereken enformasyonun dönüşümünde yapılacak tasarım ve oluşmuş enformasyonun etkili biçimde sunulması için yapılacak tasarım faaliyetleri belirlenmiştir. Enformasyon tasarımcılarının edinmesi gereken yetkinliklerin veya yapılacak iş birliklerinin niteliğinin belirlenmesi gerekliliği ortaya konulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Veri Görselleştirme, Enformasyon Tasarımı, Büyük Veri.

Giriş

Enformasyon ve iletişim teknolojileri “Enformasyon toplumu”, “Bilgi toplumu”, “Ağ toplumu” gibi kavramları ön plana çıkarmıştır. Küreselleşme dünyamıza “dijitalleşme”, “sanallaşma” ya da “sayısallaşma” olarak ifade edilebilecek yeni bir mekân anlayışı getirmiştir. Mekansızlık ya da merkezsizlik olarak da tanımlanabilen bu durum duyularımızın algılayabileceği neredeyse her şeyin ‘bit’ olarak ifade edebileceğimiz birimlere dönüşmesidir. Fotoğraflar, sesler, metinler, videolar “bit”lere dönüşerek dijitalleşmektedir. Bu dönüşüm öyle bir hale gelmiştir ki artık insanların hareketleri bile kayıt altına alınarak sayısallaşmakta ve bir veri haline getirilmektedir.

Bilimin yeni dili¹ olarak tanımlanan enformasyon için tanınan fizikçi John Archiald Wheeler “her şeyin, her parçacığın, her güç alanının hatta bizzat uzay-zaman sürekliliğinin kaynağıdır” derken Richard Dawkins ise yaşamı anlamının tek yolunun enformasyon teknolojisine kafa yormakla bulunabileceğini söylemektedir (Gleick, 2011, s. 10). Yaşamı anlamamıza yardımcı olacağı konusunda hem fikir olunan sayısallaştırılabilir kabiliyeti dünyamızda pek çok değişikliği gerçekleştirirken çözülmesi gereken bazı sorunları da yanında getirmiştir. Bu sorun, onu anlamlandırma çözümlerimizi bekleyen devasa büyüklükteki veri yığınlarıyla karşı karşıya kalmamız sorunudur.

Bilgiye ulaşımın zor ve ender olduğu dönemlerde insanlar önce bilginin kendisini bulmaya çalışmışlardır. Bulunan bilgiler değerlendirilerek bir şekle sokulmaya çalışılmıştır yani kullanışlı hale getirilmek istenmiştir. Bilginin ortaya çıkabilmesi için belirli amaçların olması da gerekmektedir. Bu bilgiye sahip olma çabası önce filozoflar daha sonra bilim adamları tarafından sarf edilmiştir. Yani bilgi üretiminde sadece insan zihni fail durumdaydı. Günümüzde bilgi üretiminde bilgisayarlar fail konuma gelmektedir. Ancak üretim aşamaları yine benzer şekilde ilerlemektedir. Öncelikle veri oluşumu söz konusudur ki burada amaçlar doğrultusunda bilgisayarlar kullanılmaktadır. Görüntü kaydediciler (fotoğraf, video kayıt cihazları), internet sitelerinde insanların hareketini kaydeden yazılımlar, sosyal medya ortamlarındaki etkileşimler, gsm operatörleri, trafik düzenleyici elektronik kayıt cihazları, sağlık hizmetleri sunan kurumların kayıt sistemleri gibi pek çok ortamda bilgisayarların edindiği verilerle oluşan devasa büyüklükteki hafıza. Bu hafızadan çeşitli amaçlarla yararlanmak isteyen kurumlar, bu yoğun akışı düzenleyerek, kullanışlı bir forma sokmak istemekte ve onu anlamlandırmayı başardıktan sonra hareketlerini daha verimli bir şekilde düzene sokmak istemektedir.

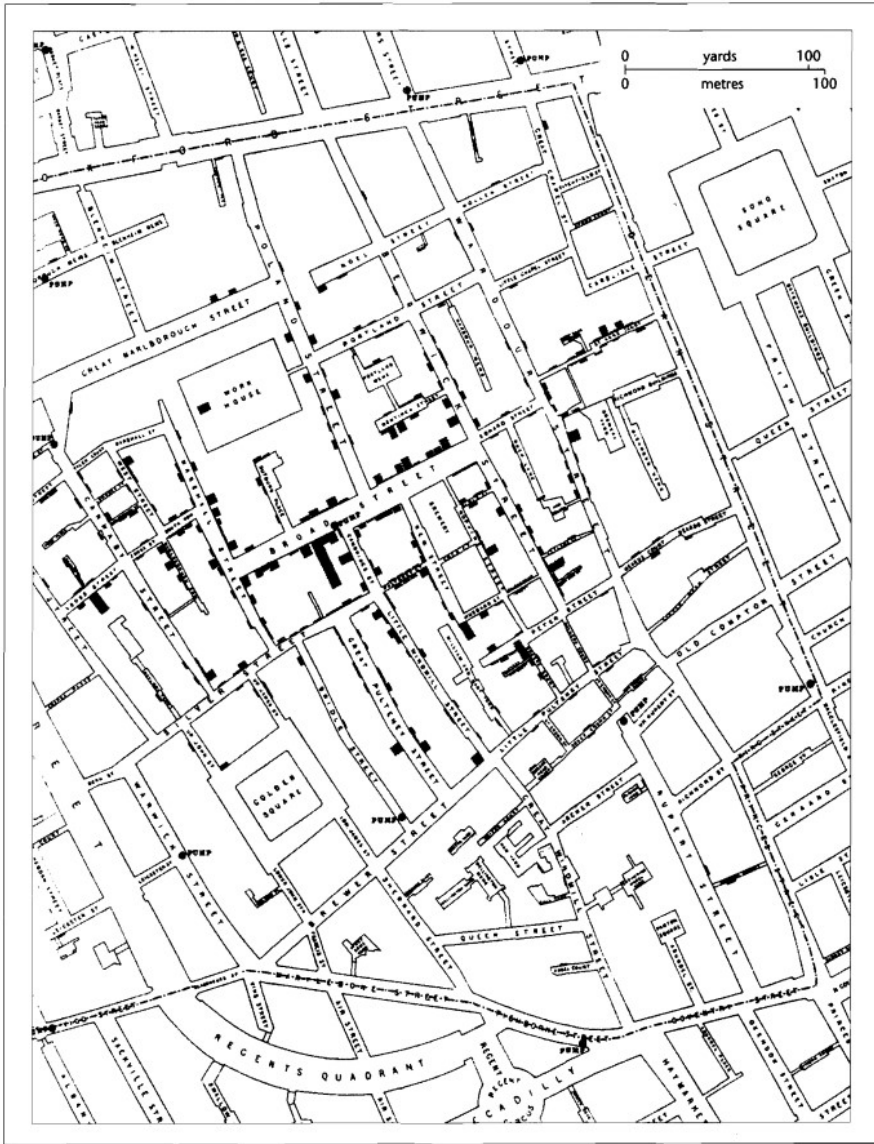
Veri üzerinden yola çıkılarak enformasyon ve bilgi formuna ulaşma çabasını anlamada John Snow’un hikayesini bilmek oldukça kullanışlı olacaktır. 1813-1858 yıllarında yaşayan John Snow verileri kullanma yoluna gitmiştir.

İngiltere’nin Leeds şehrinde köyden kente doğru yaşanan göç şehrin alt yapısının buna hazır olmaması sebebiyle bazı sorunlar ortaya çıkarmaktaydı. İnsanların küçük alanlarda bir arada yaşaması gerekmektedir. Küçük evlerde ve tıklım tıklım mahallelerde yaşamaya çalışan insanlar, insan dışkılarının sokaklarda, evlerin önünde akmasına ve içme suyu kaynaklarına kadar ulaşmasına sebep olmaktaydı. Şehirde yaşanan bu yığılma sonucu olarak kolera salgını ortaya çıktı ve o sene sona ermeden 60 bin kişi öldü. Devam eden 35 sene içerisinde 100 bin insanın daha hayatını kaybedeceği salgın önlenemiyordu. John Snow’un salgının insan vücuduna su ya da besin yoluyla bulaştığına dair olan bilgisi dönemin yetkililerini ikna etmeye yetmemektedir. O dönem salgının şehirde baskın bir şekilde hissedilen kötü koku yoluyla bulaştığına inanılmaktaydı (Queijo, 2011) (Kayaduman, 2017, s. 78).

Salgının ikinci aşaması John Snow’un yaşadığı Londra’nın Soho bölgesinde de ortaya çıkınca Snow çalışmalarına hız verdi. Mahallede yaşayanlarla konuşan Snow, verileri toplamaya başlamıştı bile. Ölen-

1 Hans Christian von Baeyer’in 2003 yılında yayınlanan kitabının adı.

lerin hikayelerini araştırdı, hastalanan kişiler ile ilgili bilgileri kaydetti. Veriler çoğaldıkça önceden sahip olduğu tezin doğrulandığını fark etti ve bu verilere insan gözüyle görülebilir bir form vermesi gerektiğini anladı. Snow, enfeksiyon hastalıkları epidemiyolojisi tarihini başlatıyor denilebilirdi. Verilerden oluşan bir harita çizdi. 'Soho 1854 Kolera Salgını Haritası' (şekil:1) ismini taşıyan harita basitçe şehirde bulunan su tulumbalarının yerini gösteriyordu, Snow'un edindiği veriler bu haritanın üzerinde ölüm vakalarının işaretlenmesiyle kendisini gösterdi. İşaretlenen ölüm vakalarının hep aynı bölgelerde olduğu ortaya çıktı. Salgının kaynağından örnekler alıp, testler yapması henüz kolera bakterisinin tanımlanmamasından dolayı bir sonuç sağlamadı ancak yetkilileri ikna eden Snow, su pompasını söktürmeyi başardı. Bunun sonucunda bölgedeki kolera salgını aniden kesildi. Yıllar sonra bunun milyonlarca insanın hayatını kurtaran bir buluş olduğu ortaya çıktı (Arıcan, 2013), (Gülay, 2012) (Kayaduman, 2017, s. 78).



Şekil 1 : John Snow'un Soho bölgesi kolera salgını haritası

Bugün John Snow'un yaptığı veriyi enformasyona dönüştürme işini farklı uzmanlık alanları ortaklaşa bir şekilde yapmaktadır. Veri bilimi içerisinde bilgisayar bilimi uzmanları, matematik ve istatistik uzmanları, grafik tasarımcılar, yazılımcılar, insan-bilgisayar etkileşimi uzmanları ortak çalışmaktadırlar.

Veri Görselleştirme ve Enformasyon Tasarımı

Verinin bilgisayar ile edinimi onu hem küçültmüş hem de küçük parçalardan oluşan büyük bir kitle haline getirerek anlamlandırılmasını zorlaştırmıştır. Bu sebeple veriyi anlamlandırma çabalarının yine bilgisayarların yardımı ile yapılması gerekmektedir. Veri görselleştirme genelde bir programa yöntem, veri ve bazı küçük düzenleme komutları verilerek yapılmaktadır. Manovich, veri görselleştirme için "görsel olmayan sayısal verinin görsel sunuma dönüştürülmesi" tanımını yapmıştır (Manovich, 2011, s. 45).

Veri dizileri genelde bir insanın üzerinde çalışması mümkün olmayacak şekilde büyük ve ağır bir karışıklığa sahip olması veri görselleştirmelerin algoritmalar tarafından ve bilgisayar programları kullanılarak üretilmeleri gerekmektedir (Hagley, 2012).

Eric Fischer tarafından yapılan bu görselleştirme örneğinde olduğu gibi pek çok algoritma ve birden fazla bilgisayar programı, milyonlarca cihazın sunduğu veriler söz konusu olabilir. (şekil:2) (şekil:3)



Şekil 2 : Coğrafi Etiketleme Görselleştirmesi- Tokyo

Flickr üzerinden alınan veriler sayesinde düzenlenen veri görselleştirmede bir şehirde çekilmiş fotoğrafların ne kadarının yerliler ve ne kadarının turistler tarafından çekildiği gösterilmek istenmiştir. Paylaşım sitesi Flickr'a yüklenen fotoğrafları yükleyen kişilerin bir ay ya da daha fazla süre öncesinde yakın yerden fotoğraf paylaşmış olması onların yerli olarak kodlanmasını sağlamıştır. Yerliler mavi noktalarla temsil edilirken turistleri kırmızı noktalar temsil etmektedir.

Günümüzün görsel iletişimi olarak kabul edilen veri görselleştirme insanlara veriyi analiz edip kıyaslama yapma ve nedenleri anlama gibi imkanlar sağlamaktadır. Veri görselleştirme en önemli etkisi ise hız anlamındadır. İnsanların rakamlarla kayıt altına alınmış veriyi okuması halinde anlamlandırması salyangoz hızında olacakken bu veriler grafikselleştirilmişse çok daha hızlı olacaktır (Chen, ve diğerleri, 2009).

Veri görselleştirme ile verinin portresi çıkarılmaktadır bu sayede insanların algılama yetenekleri, yorumlama farklılıkları gibi konularda onlara yardımcı olunarak veri hakkında genel bir kaniya varılması sağlanır.

Enformasyon tasarımı, veri görselleştirme, infografik vb. pek çok kavramın kullanıldığı alanda bazı terimler bir diğerinin yerine kullanılabilir olsa da bazılarını birbirinden ayıran anlamsal farklılıklar mevcuttur. Enformasyon tasarımı için daha önce Türkçe yayınlanan bazı makalelerde “bilgilendirme tasarımı” çevirisinin tercih edildiği de görülmektedir. Bu çeviride kelime kökeni dikkate alınmıştır. Ancak enformasyon teriminin kullanım açısından tarih içerisinde defalarca gerçekleşen anlam değişimleri vardır. Telgrafın icadıyla ulaşım hızı artan enformasyon bilgisayarın icadıyla da erişim hızının ve imkanının sınırsızlaşmasıyla anlamsal değişikliklere uğramıştır. Ayrıca bilgi sınıflandırmasının önem kazanmasıyla veri enformasyon- bilgi- bilgelik hiyerarşisi oluşmuştur. Kitaplıkbilim terimleri sözlüğü yazarı Berin Yurdadoğ’un “information” kavramına çeviri önerisi enformasyon ya da Osmanlıca bir sözcük olan “malumat” olmuştur (Yılmaz, 1998, s. 149) (Kayaduman, 2017, s. 7).

Veri Görselleştirme ile enformasyon tasarımı arasındaki fark, onların kapsamını bilmemiz sayesinde ortaya çıkacaktır. Veri görselleştirme bir veya birçok veri dizisi ile yapılan ve bilgisayar programı tarafından oluşturulan bir grafikdir. Bu grafiğe kullanıcının müdahalesi hem veri üzerinde bazı düzenlemeler ile gerçekleştirilebileceği gibi hem de görselin oluşumunda kullanılacak bazı sınırlı tercihlerle gerçekleşmektedir. Örneğin bir düğümün hangi renkle gösterileceği, hangi büyüklükte sergileneceği gibi değişiklikler. Yine bilgisayar programının önceden belirlenmiş tercihte bulunma sınırlılıkları dahilinde yapılan bu değişiklikler ortaya çıkacak görselin verinin içeriğine bağlı olan değişimler dışında büyük farklılıklar ortaya koymamaktadır. Bilgisayar aracılığı ve bir görselleştirme yöntemi ile oluşturulmuş veri görselleştirmesi bu haliyle enformasyon tasarımı sayılmamaktadır. Bu görselleştirmeye daha fazla anlam katmak veya anlamlandırmayı kolaylaştırmak için bir grafik tasarımcının yapacağı müdahaleler onu bir tasarım unsuru haline dönüştürecektir. Bir infografik yani enformasyon grafiği, bir tasarım sürecinin ürünüken bir veri görselleştirme tasarım sürecinden geçmemiş olabilir.

Görselleştirme ve infografik bir düzenleme sonucu ortaya çıkmışlardır ve verinin görsel sunumu olmaları sebebiyle öğreticilerdir. İkisi de sabit, etkileşimli veya canlandırılmış olabilmektedir. İkisi de programcı, tasarımcı, istatistikçi gibi alanların ortak çalışmasını barındırabilmektedir. Hatta kimi zaman verinin türüne göre bu ortak çalışma, genetikçi, şehir planlamacısı, gazeteci, ekonomist veya herhangi bir bilim dalı uzmanlığını barındırabilmektedir. Infografiklerin özellikleri genellikle öznel, hikâye temelli ve açıklayıcı, belirli kitleleri hedefleyen, veri görselleştirmelere göre grafik tasarımı daha yalın, açıklayıcı ve kendi kendini anlatabilen yapısıyla ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda görselleştirmelerde içerikten bağımsızlık söz konusu olabilmektedir. Veri görselleştirmelerde verinin kendisi belirleyici rolde yer aldığından grafik tasarımının belirginliği infografiklere göre daha azdır. Infografikler veri görselleştirme içerebilir ancak veri görselleştirme genelde infografik içermez. Bir görüşe göre de enformasyon nasıl düzenlenmiş veri ise, infografikler de düzenlenmiş veri görselleştirmelerdir (Hagley, 2012) (Kayaduman, 2017, s. 102) (şekil:3).



Şekil 3: İnfografikler ve Veri Görselleştirme

Sonuç

Bilgisayarların bilgiyi edinme, işleme, depolama, transfer etme, erişime açma kabiliyetlerinin artması çağımızın önemli sorunlarını da beraberinde getirdi. Kimileri teknofobik bir yaklaşımla artan veri yoğunluğunu enformasyon bombardımanı altında kalmak şeklinde yorumlamaktadır. Kimileri ise teknolojik olarak adlandırılabilir bir yaklaşım sergileyerek günümüz problemlerinin çözümünün tamamen enformasyona kafa yorma ve ondan çözümler çıkarma marifetinde olduğunu işaret ettiği bir zamandayız. Her iki yoruma göre de sonuç enformasyon üzerinde çalışmaktan geçmektedir. Enformasyonu düzenleyerek anlaşılabilir, analiz edilebilir hale getirmek enformasyon tasarımının görevidir. Veri görselleştirme, infografik, enformasyon tasarımı ve bunun yanında kullanılan birbirine yakın pek çok kavram grafik tasarım disiplini içerisinde bulunan öğrenciler, uzmanlar veya profesyoneller tarafından ortak bir anlamsal yapı oluşması adına iyi öğrenilmelidir.

Kaynakça

Arıcan, I. (2013, 04 01). Açık Bilim - Bir şeyler biliyorsun John Snow. 10 18, 2016 tarihinde [acikbilim.com](http://www.acikbilim.com): <http://www.acikbilim.com/2013/04/dosyalar/bir-seyler-biliyorsun-john-snow.html> adresinden alındı

Chen, M., Ebert, D., Hagen, H., Laremee, R. S., Liere, R. v., Ma, K.-l., . . . Silver, D. (2009). Data, Information, and Knowledge in Visualization. *Visualization Viewpoints*, 12-19.

Gülay, M. (2012, 07 05). Coğrafi Bilgi Sistemleri John SNOW Örneği. 10 18, 2016 tarihinde <http://e-salata.blogspot.com.tr>: <http://e-salata.blogspot.com.tr/2012/07/cografi-bilgi-sistemleri-ve-halk-saglg.html> adresinden alındı

Gleick, J. (2011). *Enformasyon Bir tarih bir kuram bir tufan*. İstanbul: optimist.

Hagley, J. (2012, 09 12). What's the difference between an Infographic and a Data Visualisation? 09

16, 2016 tarihinde arena media: <http://www.arena-media.co.uk/blog/2012/09/whats-the-difference-between-an-infographic-and-data-visualisation/> adresinden alındı

Kayaduman, A. C. (2017). Enformasyon Yasarımı, Veri Görselleştirme ve İnfografik Kullanımı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.

Manovich, L. (2011). What is visualisation? Visual Studies, 26(1), 36-49,.

Queijo, J. (2011). Büyük Buluşlar Milyonların Hayatını Kurtaran 10 Önemli Buluş. (E. duru, Çev.) İstanbul: Alfa Basım Yayım.

Yılmaz, B. (1998). "Bilgi Toplumu": Eleştirel Bir Yaklaşım. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 15(1), 147-158.

Pop-Up Kitap Tekniği, Kütahya Örneği

Özge ŞENER // ozgeessener@gmail.com

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Ana sanat Dalı

Levent MERCİN // levent.mercin@dpu.edu.tr

*Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
Grafik Tasarım Ana sanat Dalı*

Özet

Birçok amaç için kullanılan kitap, insanlar için önemli araçlardan biridir. Kitap, zaman içerisinde çağın ve gelişen teknolojinin olanaklarıyla farklı tekniklerde ve türlerde üretilmiştir. Bu özelliğinden dolayı kitaplar, canlı bir varlık gibi günlük yaşamın bir parçası olmuştur. Bu olgu bazen eğitim öğretim sürecinde bazen de özel ilgi ile gerçekleşmiştir.

Günümüzde en çok eğitim-öğretim, eğlence ve tanıtım amaçlı olarak kullanılan kitaplar, genellikle aynı tür ve biçimde üretilmesine rağmen hem yayınevleri hem de tasarımcılar özgün tasarımlar üretmek için yeni arayışlara girmişlerdir. Bu bağlamda çocukların ilgisini daha da arttırmak, estetik ve daha dinamik kitap üretmek için yeni tür kitaplar tasarlamışlardır. Bunlardan bir tanesi de pop-up kitaplardır. Diğer kitaplardan farklı yapısal özellikleri olan pop-up kitaplar, ses efektleri, doku hissi, üç boyutlu yapısal mekanizma ve parlak renkli kâğıt gibi özellikleri barındırmaktadır. Bu özellikleri sayesinde diğer kitaplara göre daha ilgi çekici, merak uyandırıcı, görsellik açısından zengin ve daha yaratıcı bir anlatım sergilemektedir.

Özellikle görsel, işitsel ve uygulamalı olarak tasarlanabilen pop-up kitaplar, günümüzde birçok alanda

dikkat çekmek ve fark yaratmak için kullanılmaktadır. Fakat Türkiye’de bu tarz kitap tasarımlarının yeterli düzeyde olmadığı söylenebilir. Var olan kitapların çoğunun da yurt dışında hazırlandığı veya ithal edildiği bilinmektedir. Yurtdışından getirilen kitapların Türkçe ’ye çevrilememiş olması kitaplardan elde edilecek kazanımları azaltmaktadır. Dolayısıyla bu araştırmada pop-up kitaplar üzerinde durulmuş, hedef kitlesi ilkökul çocukları olan Kütahya il tanıtımına yönelik Kütahya’nın tarihi ve yerel kültür ürünlerini kapsayan pop-up kitap tasarlamak amaç edinilmiştir. Bu amaca ulaşmak için öncelikli ilgili literatür taranmış, konu ile ilgili uzman ve araştırmacılarla görüşülmüştür.

Pop-up kitapları inceleyen bu araştırma, hedef kitlesi ilkökul çocukları olan Kütahya il tanıtımına yönelik, Kütahya’nın tarihi ve yerel kültür ürünlerini kapsayan pop-up kitap tasarlanması ile sonuçlanmıştır. Üç boyutlu olarak tasarlanan bu kitap özgün çizimleri, konusu, resimlemesi ve hareket kabiliyeti ile benzerlerinden farklıdır. Alan tasarımcılarına ve araştırmacılarına örnek olabilecek bu kitap tasarımı, hedef kitlesi olan ilkökul öğrencilerinin yaşadıkları kenti tanımalarına, yerel kültür unsurlarını gelecek kuşaklara taşıyabilmelerine, okuma alışkanlığı kazanabilmelerine katkı sağlayacağı beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Pop-up, Kitap Tasarımı, Eğitim, Görsel İletişim, Hareketli Kitap

Problem Durumu:

Birçok amaç için kullanılan kitap, insanlık için en önemli araçlardan biridir. Kitap, zamanın verdiği olanaklar, teknoloji, bilgi, gelen talep, hedef kitle ve amacına göre farklı tür, hammadde, içerik ve biçimlerde üretilmiştir. Kitaplar, çağın ve gelişen teknolojinin olanaklarıyla farklı tekniklerde ve türde basımları gerçekleştirilmiştir. Bu özelliğinden dolayı kitaplar, canlı bir varlık gibi günlük yaşamın bir parçası olmuştur.

Günümüzde en çok eğitim-öğretim, eğlence ve tanıtım amaçlı olarak kullanılan kitaplar, her yaş aralığındaki bireylere hitap etse de özellikle çocukların dünyasında önemli bir yere sahiptir. Ancak aynı tür ve biçimde üretilmesinin yanı sıra hem yayınevleri hem de tasarımcılar yeni arayışlara girerek kitapların farklı ve özgün üretilmesi için bir arayışa girmişlerdir. Bu bağlamda çocukların kitaba yönelik ilgisini daha da arttırmak, estetik ve daha dinamik kitap üretmek için yeni tür kitaplar geliştirilmiştir. Bunlardan bir tanesi de pop-up kitaplardır. Diğer kitaplardan farklı yapısal özellikleri olan pop-up kitabın içeriğinde ses efektleri, doku hissi, üç boyutlu yapısal mekanizma ve parlak renkli kâğıt gibi özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikleri sayesinde diğer kitaplara göre daha ilgi çekici, merak uyandırıcı, görsellik açısından zengin içerikli ve daha yaratıcı bir anlatım sergilemektedir. “Yaratıcı olan ürünün aynı zamanda kişiye fayda getirmesi ve yeni olması gerekir. Yani yaratıcılık aslında bilinenden özgün bir şey yaratarak, olaylar arası bağlantılar kurarak yeni bir düşünce sistemi oluşturmaktadır” (Yavuzer, 1992:38). Bunun yanı sıra üç boyutlu kitapların illüstrasyon, matematik, mühendislik ve mantık gibi farklı alanların birleşmesiyle ortaya çıkması, kullanıldığı alanlarda motivasyonu arttırarak daha kalıcı öğrenmeler sağladığı bilinmektedir.

Kütahya tarihi, konumu, yeraltı kaynakları ve doğal güzellikleri bakımından Türkiye’nin ender şehirlerinden biridir. Çok farklı etkinlik ve yayınlarla tanıtılmaya çalışılan Kütahya, bu araştırmanın teknik açıdan konusunu oluşturan pup-up tekniğinde hazırlanmış bir kitaba henüz sahip değildir. Bu noktadan hareketle, bu araştırmada pup-up (hareketli kitap) tasarımını irdelemek ve Kütahya il tanıtımında kullanılabilecek bir kitap tasarlamak ihtiyaç olarak kabul edilmiştir.

Araştırmanın Amacı:

Bu araştırmanın amacı; pop-up kitap tasarımlarının gerekliliğini irdelemek ve Kütahya il tanıtımına yönelik bir uygulama örneği hazırlamaktır. Bu kapsamda Kütahya'nın tarihi ve turistik mekânlarını pop-up kitap tasarımı ile tanıtmak hedeflenmiştir.

Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırma, Kütahya il merkezi ve ilçelerinde bulunan, Ulucami, Konaklar, Aizanoi Antik Kenti, Çini Müzesi, Kale (Hisar) gibi tarihi ve turistik mekanlar ile yöresel kıyafetlerin bir kısmının içerisinde yer aldığı hareketli kitap olarak tasarlanması ile sınırlıdır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, genel tarama modellerinden ilgili literatürün taranması ile nitel yöntemlerden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Aracı ve Veri Toplama Süreci

Araştırmanın kavramsal verileri yurt içi ve yurt dışı kaynakların taranması ile elde edilmiştir. Ayrıca fotoğraf ve kitap görsellerinin incelenmesinden de yararlanılmıştır. Araştırmanın uygulama sürecinde tarihi ve turistik mekanlar ile yöresel kıyafetlerin tek tek fotoğrafları çekilmiş, çizilmiş ve sayısal ortamda resimlenmiştir.

Uygulama aşamasında, yapılan kaynak taraması ile elde edilen verilerden yola çıkılarak hangi teknik ve özellikte hareketli kitap hazırlanabileceği saptanmıştır. Buna bağlı olarak hangi tarihi mekanın fotoğraflanması gerektiği ayrıca araştırmanın bir konusu olmuştur. Yapılan gözlemler sonrasında saha notları alınarak belirlenen tarihi mekanlar fotoğraflanmıştır. Fotoğraflar sayısal işlemlerden geçirilip düzenlenmiştir. Çekilen fotoğraflar ve elde edilen bilgiler doğrultusunda hareketli kitap yapımı için mekanizmalar oluşturulmaya başlanmıştır. Bu kitabın içerisinde; Kütahya'nın tarihi ve turistik mekanlarının resimlenmesinin yanısıra, yazılı bilgilerine de yer verilmiştir.

Bulgular ve Yorum

İnsanlar bazen bir not alma, bazen deneme, bazen de sanatsal kaygılarla yaptıklarını; deneyimlerini, seyahatlerini, tarihlerini, düşlerini, duygularını, kişisel bilgilerini; bazen eğitim bazen de bir sanat aracı olarak yazıya dökmüşler ve bunları kitap şekline getirmişlerdir. Her yönüyle önemli bir rol üstlenen kitap, bilginin koruyucusu, düşüncenin yaygınlaştırıcısı, yazının ortamı ve belgelemenin en eski aracı olmuştur. Aynı zamanda kitap, zamanın getirdiği yeniliklere ve değişime ayak uydurarak insanlığın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Yani “kitaplar, insanın tüm sanatsal duyarlılığını yansıtan ürünler olmuştur” (Başak, 2013:2).

Kitabın tek bir türü ve tasarlanma yöntemi bulunmamaktadır. Kitaplar türüne, amacına, içeriğine ve hedef kitleye göre farklılıklar gösterir. Betimleyici, eleştirel ve karşılaştırmalı başlıklar altında sıralanabilen kitap türleri birbirlerinden farklı içerik ve özellikler göstermektedir. Örneğin betimleyici kitaplar

genel olarak edebi içeriğe sahip olarak kurgulanan türlerdir. Eleştirel kitap türleri ise bir kişinin kendi duygu, düşünce ve görüşlerini ortaya koyarak anlatımın sergilendiği kitaplardır. Karşılaştırmalı türlerde ise birden fazla aynı konuda yazılmış olan kitapların karşılıklı olarak tanıtılması söz konusudur.

Kitaplar genel anlamda sınıflandırılacak olursa, sanat, eğlence, sağlık, çocuk, kültür, mitoloji, polisiye, roman, hikâye, deneme vb. gibi yaklaşık olarak 70'in üzerinde sınıflandırma yapılabilir. Kitaplar içerik olarak bu şekilde sınıflandırılabilirlerken, basılı olup olmamalarına, hareketli veya zenginleştirilmiş biçimlerine kadar farklı türlere de ayrılabilirler. Bunlardan biri olan hareketli kitaplar ya da pop-up kitaplar, üç boyutluluk etkisi ile diğerlerinden ayrılırlar.

Pop-up kitaplar, sayfaları açıldığında katmanlar halinde üç boyutlu olan, ya da hareketli kitaplar denilen, sayfaların kenarlarındaki uzantıların çekilip itilerek sayfalardan bağımsız parçalarla sayfadaki figürlere hareket verilen türdeki kitaplardır. Pop-up kitaplar kitabın türüne ya da içeriğine göre farklı formlarda yapılabilir. “Bu kitaplar iki boyutlu yüzeysel malzemelerin çeşitli birleştirme ya da katlama yöntemleri ile üç boyutlu ve hareketli mekanizmalara dönüştürülmesi ile elde edilir. Hareketli kitaplar açılır kitap, üç boyutlu kitap ya da pop-up kitap gibi isimler alırlar” (Keş ve Sarıca, 2014:268).

Yaklaşık olarak 800 yıldır kullanılan pop-up kitaplar, dünyada ilk keşfedildiğinde, bilimsel, mühendislik ve tıp alanları için üretilirken zamanla eski işlevini kaybederek dünyada farklı alanlarda kullanılmaya başlanmıştır. 1900 yılların başında tasarımlarındaki yenilikler sayesinde ciddi düzeyde ilgi görmüştür. Günümüzde ise pop-up kitapları daha çok eğitimde soyut verileri somutlaştırarak kalıcı öğrenmeler sağlayıp çocukların ilgisini çekerek eğlence amaçlı üretilmeye başlanmıştır (Görsel 1). Tuncalı (2011:155)’e göre “çocuklar için resimli kitapların; renklerle beraber kendi iç yolculuklarına açılan zengin bir dünya olduğu düşünülmektedir. Çocukların hayal güçlerini besleyen, onların algısını geliştiren üç boyutlu çocuk kitapları, çocuklar için oyun, yeni bir dünya ve merak demektir”.



Görsel 1. <https://www.fatherly.com/play/best-pop-up-books-2016/>

Çocukların ilgisini ve dikkatini çekip onların merak duygusunu uyandıran pop-up kitaplar, eğitim amaçlı tasarlanmasının yanı sıra eğlence için de üretilmeye başlanmıştır. Bu yönüyle genel olarak çocukların boş zaman aktivitesi olarak ya da oyun için kullanılmaktadırlar. Pop-up kitapların şehir tanıtımlarında da kullanıldıkları bilinmektedir (Görsel 2).



Görsel 2. <https://www.google.com.tr/>

Pop-up kitap yapım teknikleri

Pop-up kitap tasarımı, kitabın içeriğinde yer alacak konu ve mekâna göre farklılıklar göstermektedir. Kitap yapımına başlamadan önce konunun ve mekânın iyi bir şekilde analiz edilip gerekli bilgi ve dokümanlara ulaşılarak taslak oluşturulması kitabın yapım aşamasında önemli bir rehber olmaktadır. Pop-up kitapların tasarımında, tek parça, çoklu parça ve 'V' şekli katlama tekniklerinden oluşan pop-up kitap yapım teknikleri bulunmaktadır.

Pop-up kitaplar, her yaş düzeyine uygun illüstrasyon uygulamalarıyla okuyucunun karşısına çıkmaktadır. Çünkü sağladığı avantajlar yüzünden illüstrasyon ve kitap ayrılmaz bir bütündür denilebilir. Bu durum her kitapta zorunlu olmasa da özellikle çocuk kitaplarında en sık kullanılan bir yöntemdir. Yani Pup-up kitaplarda illüstrasyon, yazının önüne geçmiştir denilebilir. Özellikle de “zaman kazandırması, fazla deneme yapmayı kolaylaştırması vb gibi avantajlarından” (Mercin, 2008:2) dolayı da dijital illüstrasyon tekniği en sık kullanılan tekniklerden biri olduğu söylenebilir.

Kağıt mühendislerinin tasarımıyla gün yüzüne çıkmaya başlayan pop-up kitap tasarımı, resimleme ve illüstrasyon aşamalarından geçer. Öncelikle mühendislerin oluşturulacakları pop-up kitabın kaba inşasını ve mekânizmasını tamamen çalışır duruma getirene kadar maket tasarımları yapılır. Bu aşamaya gelen kitabın resimleme ve illüstrasyon tasarımının yapılma aşamasına geçilir. Resimleme ve illüstrasyon uygulamaları yapılan maketin içeriğine göre sayfanın her iki tarafına yada tek tarafına basım işlemleri gerçekleştirilir. Resimleme işlemine geçmeden önce mühendislerin kitabın her bileşenini nasıl tasarlayacağını, kıvrım çizgilerini, resimlerin nereye geleceğini ve kılavuz çizgilerin nerelere yerleştirilmesi gerektiğini titiz bir şekilde planlar. Çalışmalar resimleme ve illüstrasyonların gerçekleştirileceği

uygun mock-up programları üzerinde yapılır. Her parçanın ve kalıp çizgilerin uygun yerleştirildiğinden emin olunur. Daha sonra boş sayfalar üzerinde yerleştirme planına geçilir. Resimleme ve illüstrasyon işlemi gerçekleştirilirken üç ayrı çizim ve resimleme örneği kopyalanır. Alınan kopyalardan bir tanesi örnek referans olarak saklanır. İkinci kopya illüstratöre gönderilerek çizim yapılması sağlanır. Üçüncü kopya mühendiste kalır ve mühendis kılavuz çizgilerle boş maket yapımını gerçekleştirmek için illüstratörün çizmiş olduğu resimlerin yerleştirme planını göndermesini bekler. Yerleştirme planının oluşturulmasıyla kağıt mühendisi gerekli incelemeleri yaparak resimleri uygun program aracılığıyla resimleme ve illüstrasyon yerleştirme aşamasına geçer. Gerekli yerleştirmeler yapıldıktan sonra kitap basıma hazır hale gelir.

Pop-up Kitap Tasarımı Kütahya İli Örneği

Pop-up kitabı oluşturmak için öncelikle kitabın hedef kitlesi olan ilkokul ve ortaokul öğrencilerinin yaş düzeyleri dikkate alınmıştır. Bu yaş aralığındaki bireylerin ilgi ve dikkatlerinin odak noktasının ne olduğu saptanmıştır. Ayrıca bu kapsamda Kütahya'nın tarihi, turistik ve yerel kültür unsurlarının hangilerinin ele alınacağı belirlenmiştir. Buna göre kitap içerisinde Aizanoi antik kenti, Kütahya konağı, Ulucami, Çini müzesi, kale (hisar) gibi mimari; yöresel kıyafetler gibi kültür unsurları; Evliya Çelebi gibi karakterlerin çizimleri yer almıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen veriler ışığında çizimler araştırmacının kendi üslubuna göre karakalem tekniği ile Bristol kâğıdına aktarılmıştır. Daha sonra bu çizimler taranmış, dijital ortama aktarılmış ve resim işleme programları yardımı ile işlenmiştir. Görsel 3. incelendiğinde kitap kapağı denemeleri bu işleme örnek olarak verilebilir.



Görsel 3. Pop-Up Kitap Kapağı Eskiği ve Tamamlanmış Hali

Ayrıca kitabın hareketli olması gereken kısımları ve bilgi verilecek kısımları önceden hesaplanmış ve kitabın gereken sayfalarında uygulanmıştır (Görsel 4).



Görsel 4: Kitap İçi Hareketli Mekanizmalarla Metinlerin Oluşturulması

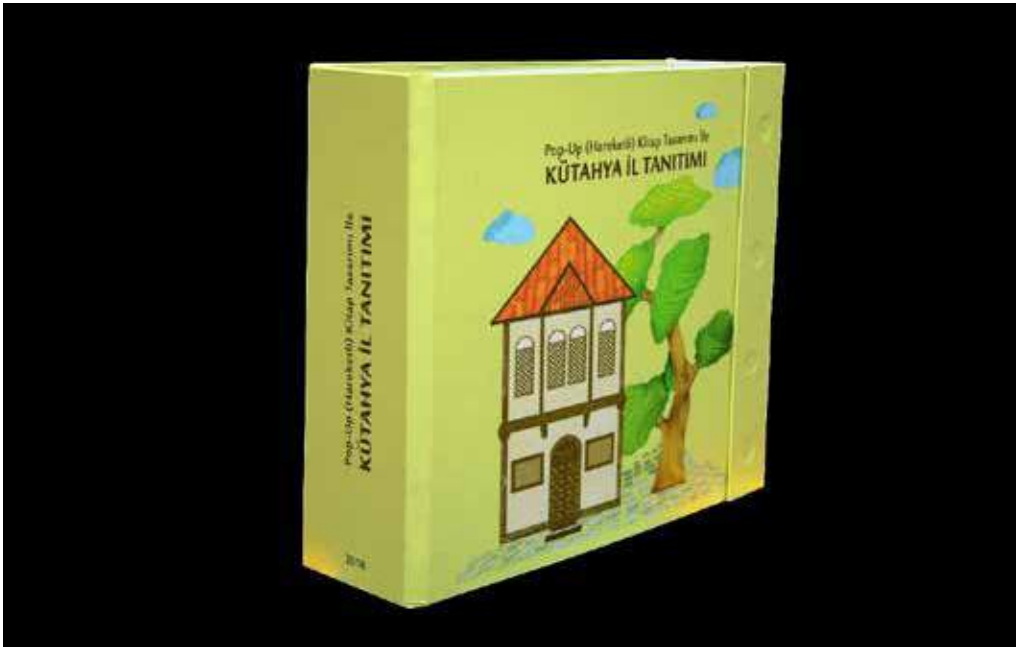
Pop-up kitaplar, uygulanması, yapımı ve üretimi zor olan kitaplardır. Diğer kitaplara göre daha fazla sabır ve emek gerektirir, maliyeti ise yüksektir. Pop-up kitabın oluşmasını sağlayan kesim, kırım ve katlama yerleri kitaba üç boyut etkisi verir. Bu aşamaların yanlış tasarlanması kesim ve katlama yerlerinin birbirleriyle tam kesişmemesi sayfanın tam açılmamasına sebep olur. Pop-up kitap maketleri oluştururken birçok kâğıt çeşitleri kullanılmıştır. Krema karton (tek yüzeyi parlak arkası gri 250 gr.), mat ve parlak yüzeyli kuşe kâğıt (170-200-250 gr.), Roll up kâğıt (200 gr.), Amerikan ve Japon Bristol (180-250 gr.) çeşitleri kullanılmıştır. Yapılan denemelerde, kitap sayfaları ilk oluşturulduğunda başarılı gibi görülsede birkaç kez açıp kapatmadan sonra sayfaların yıprandığı görülmüştür. Bazılarında ise sayfa açıldığında mekanizmaların dik durmaması sayfanın üç boyutlu görülmemesine sebep olmuştur. Yıpranmaz kâğıt (350 gr) ile yapılan mekanizmalar da ise hem sefönlü görünüm sağlanmış hem de açılıp kapandığında sayfanın dik durması ve kâğıdın yıpranmaması sağlanabilmiştir. Diğer sayfalarda da bu kâğıt çeşidi kullanılmıştır. Zemin kısmında ise 350 gr. sefönlü Bristol kâğıdı kullanılmıştır.

Bu araştırmanın konusunu oluşturan pop-up kitaba başlamadan önce Kütahya'nın tarihi mekânları ve yöresel kıyafetlerinin daha iyi anlaşılması ve tanıtımı için fotoğrafları çekilmiştir. Çekilen fotoğraflara bağlı kalınarak Bristol kâğıt üzerinde birkaç sefer basit maket denemeleri yapılmıştır. Daha sonra hareketi sağlayacak kısımlara ek parçaların yapılması için mekanizmalar oluşturulmuştur. Bu mekanizmaların öne arkaya hareket etmesini sağlanarak, sayfa üzerinde üç boyutlu görünüm sağlanmıştır. Oluşturulan maketlere, çekilen fotoğrafa bağlı kalınarak Bristol kâğıdın mat yüzeyine karakalem çizimleri yapılmış ve kuru boya ile renklendirilmiştir. Daha sonra yapılan çizimler taranarak bilgisayara aktarılmıştır. Aktarılan çizimler resim işleme programları ile tekrar çizilmiş ve birçok sayfa (layer) kullanılarak aşama aşama renklendirme işlemi gerçekleştirilmiştir. Tamamlanan çizimler A3 boyutundaki yıpranmaz kâğıda dijital baskı olarak alınmıştır. Daha sonra alınan baskılar kesim pedi üzerinde maket bıçağı, kretuar bıçağı, çelik cetvel yardımı ile milimetrik olarak kesim işlemleri yapılmıştır. Geniş alanların kesiminde ise makas kullanılmıştır. 30x70cm ebadında olan zemin sayfası ortadan eşitlenerek

kırım çizgisi oluşturulmuş ve sayfa ikiye katlanmıştır. Bu süreç ve uygulama sonucunda Kütahya ili pop-up kitap örneği ortaya çıkmıştır (Görsel 5 ve 6). Kitabın tamamlanmış hali ise görsel 7 ve 8. de görülmektedir.



Görsel 5. Üç Boyutlu Hale Gelen Kütahya Konağı 180 Açılmış Hali



Görsel 7. Kitabın Tamamlanmış Halinin Bütün Olarak Görünümü



Görsel 8. Kitabın Tamamlanmış Halinin İç Sayfa Tasarımından Bir Görünüm

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma, Türkiye'nin kendine has kültür, sanat değerleri ile doğal güzelliklerini içerisinde barındıran ve ender şehirlerinden biri olan Kütahya'nın tanıtımında ve gelecek nesillere aktarımında etkili olacağı varsayılan materyallerden biri olan ve bugüne kadar yapılmamış olan Pup-up kitap tasarımı oluşturmayı amaç edinmiştir. Bu kapsamda Kütahya il merkezi ve ilçelerinde bulunan, Ulucami, Konaklar, Aizanoi Antik Kenti, Çini Müzesi, Kale (Hisar) gibi tarihi ve turistik mekanlar ile yöresel kıyafetlerin bir kısmının konu edinildiği Pup-up kitap tasarlanmıştır.

Tasarıma başlamadan önce kapsamlı bir araştırma yapılmış ve kullanılabilir araç-gereç ile malzemeler belirlenmeye çalışılmıştır. Tasarım sürecine başlamadan önce pup-up kitapta kullanılabilir kağıt, kağıtlar üzerine baskı yapmak için matbaa bulunması ve kitabın birleştirilmesi, yani üç boyutlu hale getirilmesi konularında engellerle karşılaşmıştır. Türkiye'de bu konuda yeterli bir bilgi birikimi ve deneyimin olmaması bu engellerin başlıca sebebi olarak ortaya çıkmıştır. Bu engelleri aşabilmek için Türkiye'nin farklı şehirlerine seyahatler yapılmış, konu ile ilgili uzman ve araştırmacılarla görüşülmüş, onların önerileri değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler ışığında bir planlama yapılmıştır. Planlama sonrasında ilk iş olarak Kütahya'nın tarihi, turistik mekanlarının fotoğrafları çekilmiştir. Yöresel kültür unsurlarından olan Kütahya'ya özgü kıyafetlerin hem fotoğrafları çekilmiş hem de daha önceden çekilmiş olan fotoğrafları elde edilmiştir. Bu süreç sonrasında pup-up kitapta en çok zaman alan işlem olan resimleme, yani belirlenen mekan, yapı ve kıyafetlerin tek tek illüstrasyonları hazırlanmıştır. Bu illüstrasyonlar kendine has bir üsluba göre tasarlanmıştır. Bu yönüyle kitabın içerisinde yer alan

resimlemelerin özgün olması sağlanmıştır. Tasarlanan resimlemelerin nerede, nasıl ve hangi bilgiler eklenerek kullanılacağı kitap tasarımında düşünülmesi gereken özellikli bir konu olmuştur. Benzer bir durum, kitap sayfalarının hareket kazanması için nasıl ve ne kadar kırılabileceği olmuştur. Tüm bu iş ve işlemler, kitabın olağan dışı, kendine has özellikleri içerisinde barındıran ilginç ve bir o kadar da dikkat çekmesi için gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak Kütahya'nın tanıtımı amacıyla tasarlanan kitap uzun bir emek ve süreç sonrasında amacına uygun biçimde tasarlanabilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada pop-up kitaplar üzerinde durulmuş, hedef kitlesi ilkökul çocukları olan Kütahya il tanıtımına yönelik Kütahya'nın tarihi ve yerel kültür ürünlerini kapsayan pop-up kitap tasarlanmıştır.

Araştırma kapsamında üç boyutlu olarak tasarlanan bu pop-up kitap, Kütahya'nın yerel kültür değerlerinin özgün çizimlerinin yapılması, resimlenmesi ve kendine özgü hareket kabiliyeti ile benzerlerinden farklıdır. Alan tasarımcılarına ve araştırmacılarına örnek olabilecek bu kitap tasarımı, hedef kitlesi olan ilkökul öğrencilerinin, yaşadıkları kenti tanımalarına, yerel kültür unsurlarını gelecek kuşaklara taşıyabilmelerine, okuma alışkanlığı kazanabilmelerine katkı sağlayacağı beklenmektedir. Ayrıca bu pop-up kitap tasarımından elde edilen deneyimlerin, ilgili araştırmacılara yol göstereceği ve kaynaklık teşkil edeceği de umulmaktadır.

Kaynakça

BAŞAK, T. (2013). Geçmişten Günümüze Kitap Olgusu, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KEŞ, Y. SARICA, S. (2014). Hareketli Kitap İllüstrasyonlarının Tarih Boyunca Farklı Kullanımları Üzerine Bir İnceleme, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi ART □ E Kasım--□ Aralık'14 Sayı:14, ss.268.282.

MERCİN, L. (2008). Nasrettin Hoca Fıkralarının, Bilgisayar Ortamında İllüstrasyon Tekniğiyle Uygulanması ve Bu Tekniğin Fıkraların Kavranmasındaki Etkisi. "I. Uluslar arası Selçukludan Günümüze Akşehir Kongresi ve Sanat Etkinlikleri". Akşehir, 20-21, Kasım 2008.

TUNCALI, E. (2011). Çocuk Pop-Up Kitaplarının Tasarım Sorunları Ve Teknikleri, Bir Uygulama Yüksek Lisans Tezi Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Ana Sanat Dalı Ankara. ss.46-47

YAVUZER, H.(1992). Çocuk Psikolojisi, İstanbul: Remzi Kitapevi

<https://www.fatherly.com/play/best-pop-up-books-2016/> (Erişim Tarihi: 12.11.2018)

https://www.google.com.tr/search?biw=1536&bih=706&tbm=isch&sa=1&ei=EM7tW8HjOaLPrgT95KPgDg&q=pup-up+books&oq=pup-up+books&gs_l=img.12...6893.16864.0.19614.18.13.3.0.0.0.175.1140.3j9.12.0....0...1c.1.64.img..3.8.641...0j0i7i30k1j0i7i5i30k1j0i8i7i30k1j0i67k1j0i19k1j0i7i30i19k1j0i5i30k1.0.FIQ2b4hzkYQ#imgrc=s5_ac8SatX8ZCM: (Erişim Tarihi: 12.11.2018)

Sanat ve Tasarımda Bir Yöntem Olarak 'Eksik Parça Tamamlama'

Serdar TUNA // *stuna@mehmetakif.edu.tr*

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü,

Gülçin KARACA // *gkaraca@mehmetakif.edu.tr*

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü,

ÖZET

21. yüzyıl yaşantısında, toplumdaki bireylerin karşılaştığı görsellerin, hep bir anlam empoze etmek ve mesaj vermek üzerine olduğu kabul edilebilir. Televizyondaki ve internetteki reklamlar ile birlikte şehirlerdeki sabit ve hareketli reklam görselleri, mesajın basit ve doğrudan izleyiciye ulaşmasını hedefler. İzleyiciye, üzerinde düşünmesi için pek bir rol bırakmayan bu görsellerin, estetik görüşü ve algıyı körleştirdiği düşünülebilir. Özellikle 1960'lardan sonra izleyiciyi sanat çalışmasına dahil eden katılımcı sanat, yeni tip kamusal sanat, ilişkisel estetik gibi terimlere de ters düşen bu mantığın, çeşitli yöntemlerle farklılaştırılabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada da, görseli oluşturan kompozisyonda bazı öğeleri eksik bırakmanın bir yöntem olarak kullanılabileceği; böylelikle, görsellerin hem daha fazla dikkat çekebileceği hem de izleyici gözünün imgeyi tamamlamaya çalışarak, görselle ilişki kurabileceği üzerinde durulmuştur. Görsel algı teorisinde Gestalt ilkelerinden biri olan 'tamamlama ilkesi' üzerinde durularak, gözün fizyolojik yapısından kaynaklanan tamamlama eğilimi ele alınmıştır. Bu doğrultuda, çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılmış olup, eksik parça tamamlama yöntemi kullanılan

sanat ve tasarım çalışmalarından örnekler incelenmiştir. Çalışmadaki verilerin, sanat ve tasarım çalışmalarında, aynı zamanda sanat ve tasarım eğitimi için, kompozisyon oluşturmada bir yöntem olarak kullanılabilmesi vurgulanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Görsel algı, Gestalt, reklam, kompozisyon, eğitim.

1. Giriş

Sanat ve tasarımda temel öge ya da yöntem olarak kullanılan pek çok eleman bulunmaktadır. Bu araştırmada da, bunlardan birisi olarak, imgeyi kompozisyonda olduğu gibi sunmaktansa, eksik parça bırakmanın önemi incelenmiş ve bir yöntem olarak kullanılabilmesi, böylelikle sanat ve tasarım çalışmalarının oluşturulma sürecinde yarar sağlayabileceği üzerinde durulmuştur. İncelendiği zaman bu yöntemin 1919-1920 yılları arasında Wertheimer, Köhler ve Koffka tarafından geliştirilen Gestalt Psikolojisinde ‘tamamlama (closure)’ adı altında bir görsel algı ilkesi olarak tanımlandığı görülmektedir (Mennan, 2009: 310). Gestalt teorisindeki tamamlama ilkesi, tamamlanmamış/eksik bırakılmış etkinliklerin, şekillerin, seslerin tamamlanarak algılanma eğiliminde olduğunu açıklar. Gestalt psikolojisi adından da anlaşılacağı üzere, psikoloji biliminin içinden çıkan araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur. Fakat sadece bir bilim dalı içerisinde kalmamış ve pek çok farklı disiplini etkilemiştir. Görsel sanatçılar ve tasarımcılar da, Gestalt algı ilkeleriyle ilgilenmişlerdir (Graham, 2008: 1; Smith-Gratto ve Fisher, 1999: 361-371.)

2. Algı/ Görsel Algı ve Alıcı

Gestalt ilkeleri doğrudan görsel algı ile ilgilidir. Fakat görsel algıdan da önce, algının tanımını yapmak gerekirse; algı bireylerin duyumlar yoluyla oluşturduğu fiziksel uyarıların yanında bireyle ilişkili ve bireyi çevreleyen etmenlerle ilişkili bir tanımlama süreci olarak tanımlanmaktadır. Görsel algı ise, algılanan kavramı görsel özellikleri çerçevesinde duyuşsal ayırimsama yoluyla seçme, düzenleme, tanımlama gibi bir takım yaklaşımları içermektedir (Behrens, 1984; Hochberg, 1978). Bir başka deyişle görsel algılama, bireylerin kavramlara ilişkin farkına varma sürecidir (Messaris, 1994). Görsel algı süreci Gal ve Linchevski’ye (2010) göre ise duyuşsal ve zihinsel süreçlerden gelen görsel bilgilerin algılanması ve işlenmesi süreci olarak tanımlanmaktadır.

Görüldüğü üzere algı ve görsel algının tanımlarında ‘süreç’ kavramı dikkat çekmektedir. Algılama sürecindeki en önemli etmen ise bireydir. Bireyler, algılanan kavrama ilişkin farklı algısal nitelikler ortaya koyabilirler. Bunun nedeni algı sürecindeki seçici dikkat, seçici algısal değişkenler ve seçici algısal kalıcılıktır (Kotler, 2001). Bununla ilişkili olarak, görsel algıyla ilişkili süreçlerde, izleyicinin bakışından bağımsız bir süreç düşünülemez. Sanat ve tasarım çalışmaları da doğrudan izleyiciye hitap etmektedir. Özellikle 1960’lardan sonra, ilişkisel estetik, katılımcı sanat, toplum temelli sanat adı altında sanat çalışmaları oluşturulmaya başlanmıştır. 21. Yüzyılda izleyicinin daha çok sanat olayına girmesi ve sürece dahil olması önemsenmektedir. Tasarım da aynı şekilde bir izleyici/alıcı olmadan var olamaz. Bu sebeple görsel algı kuramlarının, sanat ve tasarım süreçlerinde kullanımının sanat/tasarım çalışması-izleyici ve sanatçı/tasarımcı üçgeninde yarar sağlayacağı düşünülmektedir. Görsel süreçlerinde ele alınış biçimi tasarım süreçlerine özgünlüğü de beraberinde getirebilir. Tamamlama yöntemi bu açıdan

da önemlidir çünkü eksik bırakılan parçanın izleyici tarafından tamamlanması, görüntünün/mesajın tamamen açık bir şekilde sunulmasındansa, izleyiciye de tamamlama rolü bırakır ve böylelikle izleyicinin algı süreciyle bütünleşir.

3. Gestalt İlkeleri ve Eksik Parçayı Tamamlama Yöntemi

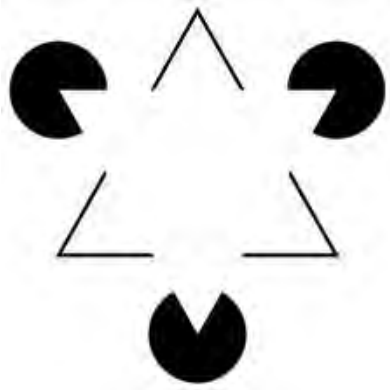
Gestalt teorisinin günümüz görsel tasarım etkinliklerinde önemli etkisinin olduğu ve birçok farklı alanda görsel algıya ilişkin etkililiği sağlamak amacıyla kullanıldığı görülmektedir (Eryayar, 2011; Menan, 2009). Gestalt algı kuramının sanat ve tasarım ortamına yansımaları düşünüldüğünde, çalışmanın oluşturduğu bütünsel etkinin ön-plan arkaplan ilişkisi bağlamındaki niteliği, kompozisyon düzeni, kompozisyon ile tasarım öğeleri arası ilişki öne çıkan boyutlardır (Erişti, Uluysal, Dindar, 2013: 49-50). Gestalt teorisi şekil-zemin ilişkisi, yakınlık, benzerlik, tamamlama, devamlılık ve basitlik olmak üzere beş temel ilke üzerinde şekillenmektedir.

Gestalt teorisinin temelinde, “bütün kendini oluşturan parçaların toplamından daha anlamlıdır” ilkesi yer alır (Senemoğlu, 2009). Göz, eksik parçayı tamamlama eğilimindedir. Bunun nedeni konusunda ise pek çok farklı görüş mevcuttur. Örneğin Dennett için, algısal tamamlama beynin ‘bulma’ ya da ‘yargılama’ durumudur. Beynin bu özellikleri ‘sunması’ veya doldurması gerekmeden belirli özelliklerin mevcut olduğunu savunur. Regan’a göre ise; görme, metrik temsilin doldurulmasına değil, dış çevreye doğrudan göz hareketleri aracılığıyla ‘soruşturulmasına’ ve sonra değiştirilmiş retina hislerini kişinin bilişsel çerçevesine entegre etmeye bağlıdır. (O’Regan, 1992: 475). Kısaca şöyle açıklanabilir: Görme sırasında, gözün saniyede iki veya üç kere sığrama yaparak odak noktası değiştirmesi (Saccade) suretiyle bir görüntü oluşur (Solso, 1996: 25). Beynin dikkatini ekonomik bir şekilde kullanarak, yaşamsal açıdan en önemli unsurlara daha fazla odaklandığı anlaşılmaktadır. Peş peşe algılanan bütün bu unsurlar birleştiğinde, görüş alanının tamamının bir kerede, net bir şekilde algılandığı yanılması oluşmaktadır. Gözün (algının) gerçekleştirdiği seçicilik, bir elekten geçirme sürecidir. Görsel 1’de görüldüğü üzere, göz konturları tamamlayarak anlamlı bir şekil oluşturur (Çiftçi, 2017: 2).



Görsel 1. Eksik parçalarla daire ve dikdörtgen. Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Gestalt_closure.svg

Kanizsa üçgeninde de, arkadaki alandan daha parlak hayali bir üçgen görülür (Görsel 2). Buradan anlaşılmaktadır ki, göz görülmeyen bazı şeyleri aslında görmektedir; bitişik alanlar arasındaki stimülasyonda bir sığrama olduğunda bir kontur algılanır. Bununla birlikte, görsel alanlardaki konturları tamamen homojen olarak algılamamıza neden olan koşullar vardır. Her bir şeklin merkezindeki katı üçgenler iyi tanımlanmış konturlara sahip gibi görünmektedir, ancak açık bir alandan geçtikleri konturların yakından incelenmesi, onların fiziki temeli olmadığını ortaya çıkarmaktadır (Kanizsa, 1976: 48).



GörSEL 2. Kanizsa Üçgeni, 1976. Kaynak: Kanizsa, G. (1976). *Subjective Contours*, Gaetano Kanizsa Source: *Scientific American*, Vol. 234, No. 4 (April 1976), pp. 48-53.

Eksik parça tamamlama yöntemi sadece görseller ve şekillerde değil, aynı şekilde yazı dilinde de geçerlidir ve okuma-yazma alıştırmaları için, eğitimciler tarafından kullanılmaktadır (GörSEL 3). Okumada bu yöntem, okuyucunun iyi bilmediği kelimeleri tahmin etmesine yardım ederek bağlamdaki ipuçlarının farkına varabilmesi için 1953 yılında Taylor tarafından geliştirilmiştir (Taylor, 1953: 415-433). Cümledeki veya paragraftaki belli kelimelerin silinmesi ve okuyucunun paragrafın anlamından yola çıkarak boşluğa gelebilecek uygun kelimeyi tahmin etme durumu olarak tanımlanmaktadır (Dağ, 2010: 66). Okuma eğitiminde tüm sınıflar için uygun olarak kabul edilen bu teknik, öğrencilerin metinle etkileşmelerini (metni araştırmaları, taramaları, metin üzerinde düşünmelerini vb.) ve bağlamsal ipuçları üzerinde odaklanmalarını sağlayarak öğrencilerin düşünme stratejileri yelpazesini genişletmektedir. Ayrıca, öğrenciler boşluğa gelecek kelime, hece veya harfleri tahmin etmede başarılı oldukça, kendilerine olan güvenleri artmakta ve okuma, anlama ve kelimenin farkında olma becerileri gelişmektedir. Yazı ve okumada eksikliği tamamlama tekniğinin pek çok çeşidi bulunmaktadır (Chapman & King, 2003).



GörSEL 3. Maan Ali, 'Dieter Rams'ın Less But Better' Tasarımının posterini, 2015. Kaynak: <https://www.inspirationde.com/image/40309/>

4. Sanat Çalışmalarında Eksik Parça Tamamlama

Gestalt teorisindeki ‘eksik parça tamamlama ilkesi’, ‘Giriş’ bölümünde de belirtildiği gibi, farklı sanat alanlarında ve farklı tarihsel süreçlerde, pek çok sanatçı ve tasarımcıyı etkilemiştir. Zaten bilimde ve teknolojide ortaya çıkan gelişmelerin sanatı etkilediği kabul edilebilir (Tuna, 2003: 19). Sanat ve tasarım çalışmalarının, gerçek görüntüleri ele alıp, yansıtmaktan ziyade, tasarlanmış ve kurgulanmış çalışmalar olduğu bilinmektedir. Yukarıdaki örneklerle birlikte görüldüğü üzere, görsel algılamanın bazı özelliklerinden yararlanarak, kurgulanarak üretilmiş iki boyutlu çalışmalarda pek çok illüzyon ve dikkat çekici unsur yaratmak mümkündür. Sanatçılar ve tasarımcılar da elbette bu yöntem ve özelliklerden yararlanmışlardır. Böylelikle tamamlama ilkesinin, fotoğraftan heykele ve afiş tasarımına kadar pek çok sanat ve tasarım disiplinine yansımış olduğu görülmektedir.

Işık olmadan var olamayan fotoğraf sanatında, genellikle eksik parça tamamlama yönteminin, yine ışığı ele alarak kullanıldığı görülmektedir. Aslında ışık olmadan görme eylemi de var olamaz çünkü göz ve retina ışık darbelerini toplayarak beyine gündemler. Beyin de bu görüntüler yorumlanır. İşte bu, çok kısa bir zaman diliminde meydana gelen, görme ve yorumlama olayı, o anlık ilgi, daha önceden sahip olunan bilgiler ve deneyimler sayesinde gerçekleşir. Fotoğrafta belirginliği sağlamada, fotoğraf sanatçısı da, izleyicinin görüntüyü algılayabilmesi ve fotoğrafı yorumlayabilmesi için belli yöntemlerden faydalanır. Bir eylemi, nesneyi veya olayı anlatan pek çok görüntü kalıbı ve yöntem bulunmaktadır. Ancak fotoğraf sanatçısı, fotoğrafında belirginlik sağlamak istiyorsa, anlatımı en güçlü olan görüntüyü oluşturmalıdır (Kafalı, 2003: 294). İncelendiği zaman ise, bu yöntemlerden biri olarak tamamlama ilkesinin kullanıldığı göze çarpar. Böylelikle, fotoğrafta yer alan konunun tamamının gösterilmesi yerine, belli bölümlerin izleyiciye yansıtılmasıyla daha dikkat çekici kompozisyonlar oluşturulabilir. Örneğin Alessandro Baff, fotoğraf çalışmalarında ışıklı bölümleri öne çıkararak, ışık ve gölge kontrastıyla çalışmalarını oluşturmaktadır (Görsel 4). Baff’ın ‘Making My Decision (Karar Verirken)’ adlı fotoğraf çalışmasında, nü bir kadın imgesi yer almaktadır. Kadın imgesinin bütün biçimi tam olarak görünmese bile, görünmeyen kısımlar göz tarafından tamamlanır, böylelikle anlamlı bir biçim oluşturulabilir. Bu şekilde sanatçı dikkat çekmek istediği kısımlara ve kavramlara da vurgu yapabilir.



Görsel 4. Alessandro Baffa, *Making My Decision (Karar Verirken)*, 2013. Kaynak: <http://blog.flickr.net/en/2013/03/07/chiaroscuro-emerging-from-shadows/>

Tamamlama yönteminin, bir ilke olarak Gestalt Psikolojisinde tanımlanmasından üç yüzyıl önce bile kullanıldığı görülmektedir. Tıpkı bir önceki örnek olan fotoğraf sanatında uygulanan mantığın, resim çalışmalarında da bulunduğu gözlemlenebilir. Özellikle Barok dönem resimleri, ışık ve gölgeyi kullanarak, iki boyut üzerinde üç boyut izlenimi vermektedir. Bu çalışmalarda ışığın izleyici tarafından

görünmesi istenilen bölgelerde kullanıldığı görülmektedir. Genellikle insan figürü ağırlıklı olan bu dönem resimlerinde, figürlerin gölgede bırakılan kısmı karanlık gösterilse bile, izleyici figürü bütün olarak algılar (Görsel 5). Rembrandt'ın da, aynı dönemlerde aynı yöntemi pek çok resminde kullandığı görülmektedir (Görsel 6). Az renk kullanarak oluşturduğu resimlerinde Rembrandt, ışığı ve ışısızlığı kullanır. 'Otoportrait with Collar (Yakalı Otoportre)' adlı çalışmasında da yine, yüzün belli bir kısmını belli etmiştir. Resimde pek çok alan karanlık olsa bile, izleyici portreyi bütün olarak algılamaktadır.



Görsel 5. Caravaggio, *The Flagellation of Christ* (İsa'nın Kırbaçlanması), 1607, Naples, San Domenico Maggiore, İtalya. Kaynak: <http://www.caravaggio.org/the-flagellation-of-christ.jsp>



Görsel 6. Rembrandt, *Otoportrait with collar* (Yakalı Otoportre), 1629 dolayları, Cermen Ulusal Müzesi, Almanya. Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/860117228808190581/?lp=true>

Tamamlama yöntemi, sadece üç boyut hissi yaratmak için kullanılmamış, iki boyutlu içeren daha grafiksel çalışmalarda da kullanılmıştır. Örneğin Sanatçı Kerry James Marshall, az renkle, iki boyutlu resim çalışmaları yapmaktadır ve bir portre resmetse bile, gerçekçi bir portredeki gibi yüzün bütün elemanlarını resme aktarmaz. Yalnızca ifadeyi yansıtan ve kompozisyonu tamamlayan parçalar eklemeyi tercih eder. Böylelikle daha farklı ve mizahı öne çıkaran çalışmalar oluşturmaktadır. 'A Portrait of the Artist as a Shadow of His Former Self (Sanatçının Eski Halinin Gölgesi Olarak Bir Portre)' çalışmasında, renk kullanılmadan sadece açık ve koyu kontrastı ile bir kompozisyon oluşturularak, bir portre çalışması yapılmıştır (Görsel 7). Böylelikle izleyici, portredeki imgenin esprili bir biçimde güldüğünü, resimdeki birkaç eleman sayesinde anlayabilir. Bu özellik aynı zamanda çalışmalarda gereksiz parçaların kullanılmasını ve az elemanla etkili çalışmalar oluşturulmasının da önünü açmaktadır.



Görsel 7. Kerry James Marshall, *Sanatçının Eski Halinin Gölgesi Olarak Bir Portre "A Portrait of the Artist as a Shadow of His Former Self,"* 1980. Steven and Deborah Lebowitz / Photo: Matthew Fried <https://art.newcity.com/2016/04/25/double-take-kerry-james-marshall-mastry-at-the-museum-of-contemporary-art/>

Tamamlama yöntemi çok figürlü kompozisyonlarda da kullanılmıştır. Kerry James Marshall'ın resimlerinde tamamlama yönteminden yararlandığı görülmektedir (Görsel 8). Göçü anlatan bir resim olarak 'Section from Voyager (Gezginden Bir Bölüm)' adlı çalışmasında sanatçı, 1850'lerde yaşanan bir olaydan ilham alarak, köle kaçakçılığına gönderme yapmaktadır (Brennan, 2016). Soldaki figürün portre kısmı, sağdaki figürün ise bacak kısmı resimde gösterilerek oluşturulan kompozisyonda bu şekilde bir uyum ve denge oluşturulmuştur. Bu yöntemin aynı zamanda daha ilgi çekici kompozisyonlar yaratmak için kullanıldığı da bu noktada kabul edilebilir. Bütünü göstermektense, izleyicinin eksik bölgeleri tamamlaması, kompozisyonu ilginçleştirirken, aynı zamanda bir gizem ve merak da uyandırabilir.



Görsel 8. Kerry James Marshall, *Section from Voyager (Gezginden Bir Bölüm),* 1992. Kaynak: <http://www.arteidolia.com/kerry-james-marshall-patrick-brennan/>

Biçim içerik ilişkisinin tamamlama yöntemiyle uyduğu çalışmalar yapan bir sanatçı olarak ise Bruno Catalano örnek verilebilir. Catalano, vücudunun bir bölümü eksik olan heykellerle dünyada tanınmakta ve çalışmaları dünyanın pek çok ülkesindeki galeri ve kamusal mekanlarda sergilenmektedir. Fransız sanatçının heykellerinin tamamlama yöntemiyle birebir örtüştüğü kabul edilebilir. Sanatçı, Les Voyageurs (Gezginler) isimli sürrealist koleksiyonu ile yoldan gelip geçen insanların heykellerindeki 'eksiklikleri' bir an için de olsa sorgulamalarını amaçlamıştır (Görsel 9). Çalışmalarında konu olarak genellikle ellerinde bavullarıyla gezginler ve yürüyen insanları ele almaktadır. Böylelikle gövdenin de ortadan kalkmasına ve bir yerden bir yere yol almaya, gitmeye, azalmaya kısaca göç kavramına vurgu yapar. (Bozkurt, 2016). Bagaj sadece gezici sembol olarak değil, aynı zamanda asma üst gövdeyi fiziksel olarak destekleyen bağlantı noktalarıdır (Artsrokez, 2013).



Görsel 9. Bruno Catalano, *Gezginler Serisinden*, 2013, Marsilya. Kaynak: <http://brunocatalano.com/sculpture-bronze/bruno-catalano-a-propos.php?EN=1>

Üç boyutlu çalışmalardan tekrar iki boyutlu çalışmalara dönülürse, tamamlama yönteminin afiş tasarımlarında da kullanıldığı görülür. Tasarım sanattan ayrı bir alan olmamakla birlikte uyumlu bir bütünün parçalarının organizasyonu olarak tanımlanır (Hurwitz ve Day, 1995: 277-278). Mitler (1994: 25), sanatın kendi dilini kullandığını, bu dil içerisinde ise kelimelerin, görsel elemanlara ve prensiplere eş değer olduğunu belirtirken, sanattaki prensiplerin; elemanların yerleştirilmelerinde bir rehber görevi üstlendiğini de ifade etmektedir. Tasarım yapabilmek ya da bir tasarımı anlayıp, ondan zevk alabilmek için ise tasarımın dilini bilmek gereklidir. Tasarım ilkeleri, ancak tasarım elemanlarının kullanımıyla ortaya çıkabilir ve tasarım elemanlarının her birine ya da kompozisyonun bütününe uygulanırlar (Tuna, 2003: 44).

Minimalist üslubuyla dikkat çeken Tasarımcı Christian Jackson, klasik çocuk kitapları afişlerinden oluşan seriler hazırlamaktadır. Bu serilerin içinde yer alan Uyuyan Güzel ve Kırmızı Başlıklı Kız çalışmalarında tamamlama yönteminden yararlandığı görülmektedir. Böylelikle minimum elemanla, vurgu yapılmak istenen bölüme dikkat çekilerek, izleyicinin anlama odaklanabilmesi mümkün olur. İncelendiği zaman Uyuyan Güzel afiş çalışmasında, sadece, prensesin uyuduğunu vurgulayan kapalı gözler ve prensin, prensesi öpebileceği dudaklar bulunur (Görsel 10). Kırmızı Başlıklı Kız çalışmasında ise, yine Kırmızı Başlıklı Kız imgesi bütün olarak görülmez (Görsel 11). Bir ormanda geçen hikayeye uygun olarak, ağaçları temsil eden ince uzun ve yeşil renk biçimler bulunur. Bunların arkasında gezinmiş gibi görünümün hikaye kahramanını, izleyici, kırmızı bir leke olarak seçer ve tamamlar.



Görsel 10. Cristian Jackson, Uyuyan Güzel Afişi.
Kaynak:<https://blurppy.com/2011/07/29/christian-jackson-hyper-minimalist-fairy-tale-posters>



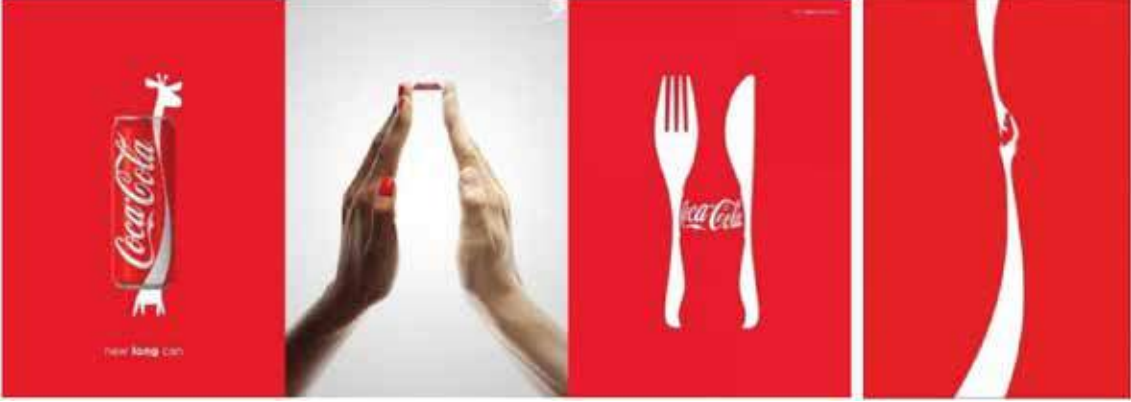
Görsel 11. Cristian Jackson, Kırmızı Başlıklı Kız Afişi. Kaynak:<https://blurppy.com/2011/07/29/christian-jackson-hyper-minimalist-fairy-tale-posters>

Doğal Hayatı Koruma Vakfı amblemi de, eksik parça tamamlama yöntemini içermektedir. Orijinal panda logosu, 1961 yılında WWF'in kurucu başkanı, natüralist ve ressam Sir Peter Scott tarafından tasarlanmıştır (Görsel 12). Amblemin oluşturulma sürecinde tasarımcı Scott'u etkileyen olay, Dev panda Chi-Chi'nin, 1957 yılında henüz bir yaşında bile değilken yakalanarak, bir hayvanat bahçesine kapatılmasıdır. Dünya Doğayı Koruma Vakfı'nın (WWF) logosuna da ilham veren bu hikaye WWF'nin bu ikonik türlerin içinde bulunduğu kötü şartlarla ilgili farkındalığı artırmasına da yardımcı olmuştur. 1978'de, 1986'da ve son olarak da 2000 yılında logoda ufak değişiklikler yapılarak daha yalın bir hale getirilmiştir. Şu an kullanılan WWF logosu ise 2000 yılında oluşturulmuştur. Logoda siyah ve beyaz kullanılması, logonun yalınlığını pekiştirerek, etkili bir dil sunar (Carter, 2016)



Görsel 12. Sir Peter Scott, Doğal Hayatı Koruma Vakfı amblemi, 1961-2000. Kaynak: <https://www.creativebloq.com/inspiration/wwf-concept-logo-reflects-todays-most-vulnerable-creature>

Tamamlama yönteminin kullanıldığı bir başka alan ise reklam afişleridir. Başarılı reklam görselleri oluşmasına zemin hazırlayan bir marka olarak Coca-Cola'nın pek çok afişinde tamamlama yönteminden yararlanılmış olduğu görülür (Görsel 13). Markanın ürünü doğrudan göstermek yerine, izleyiciye pay bıraktığı reklamları, bu yönüyle ilgi çekicidir. Anheim'ın belirttiği gibi: "Bu süreçte gösterilen bilişsel maharet, şeklin sunduğu bütünlüğü reddetmeye ve bunun yerine onu daha büyük ve yapısal açıdan daha iyi bir bütünün parçası olarak yeniden yorumlamaya dayanır (Arnheim, 2009: 51)". Afişte gösterilmek istenen şekil, aynı zamanda, bu sayede daha önemli kılınır.



Görsel 13. Coca-Cola Reklam Afişleri, 2017. Kaynak: <https://www.ateriet.com/25-creative-coke-ads-coca-cola-ads-best/>

Sonuç ve Öneriler

Çalışmada ele alınan farklı disiplinlerden örneklerin hepsinde vurgulanmak istenen durumlar, izleyicinin çalışmayı kavramasıyla ilgilidir. Görsel algı ilkelerinin çalışmalarda kullanımı, tasarım sürecinde kolaylık sağlayabilir. Aynı zamanda bireyin algılama mekanizmasından kaynaklanan özelliklerin sanatçı ve tasarımcı tarafından bilinmesi, görseller yoluyla anlatmak istediği kavramın izleyiciye ulaşmasında etkili olur. Başarılı bir ileti sisteminin oluşturulması için de tasarım sürecinde algıyı oluşturacak kavram, nesne ya da etkinliklerin belirgin özelliklerinin erişim noktası olarak kullanılması algılamada etkililik açısından önemlidir (Smeulders, Worrying, Santini, Gupta ve Jain, 2000). Görsel algılama sürecinde görsellere ilişkin algıyı bir takım tasarım öğeleri ve ilkeleri oluşturmaktadır (Eidenberger, 2004; Smeulders, Worrying, Santini, Gupta ve Jain, 2000). <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/17545> Bilimsel problem çözmede ve gündelik akıl yürütmede başvurulan benzer işlem örnekleri bulunur.

Çalışma içerisinde paragraflar arasında, tamamlama yöntemi kullanılmasının yararları;

- Üç boyut etkisi yaratma,
- Az elamanla etkili çalışmalar yapma,
- İlgi çekiciliği artırma,
- Merak uyandırma,
- Biçim-içerik ilişkisi oluşturma,
- İzleyicinin görsel algılama durumunu gözetme,
- İzleyiciye rol bırakma,
- Böylelikle sanatçı ve tasarımcıların, daha kısa sürede daha fazla ve etkili üretim yapmasına olanak yaratılması şeklinde sıralanabilir.

Buradan hareketle, Sanat ve Tasarım Fakültelerinin ve Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim-İş Öğretmenliği programlarının Resim, Grafik, temel tasarım gibi derslerinde tamamlama yönteminin öğretilmesi önerilmektedir. Bu doğrultuda, sanatla birebir ilişkili olarak bu yöntemin, aktif sanatçı ve tasarımcılar tarafından da kullanılmasının, onlara kolaylık sağlayacağı düşünülmektedir. İncelendiği zaman görülmektedir ki, özellikle Türkçe kaynaklarda, eksik parça tamamlama yöntemi daha çok psikoloji alanındaki araştırmalarda yer almaktadır. Bu anlamda, bu araştırma, bundan sonraki çalışmalara örnek teşkil edebilir. Aynı zamanda sadece tamamlama ilkesi değil, Gestalt psikolojisi içinde geçen görsel algı ilkelerinin diğerlerinin, aynı zamanda farklı görsel algı kuramlarının uygulama alanlarının araştırılmasının da alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Arnheim, R. (2009). Görsel Düşünme, Çev: Rahmi Ögdül, Metis Yayınları: İstanbul.
- Artsrokez. (2013). Bruno Catalano: Indulgence of Law of Closure, 30 Kasım 2013, Wordpress, <https://artstrokez.wordpress.com/2013/11/30/bruno-catalano-indulgence-in-law-of-closure/>
- Behrens, R. (1984). Design in the visual arts. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Bilge, İ. (2011). Sanatçı mısınız? Tasarımcı mısınız? Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi 4
- Brennan, P. (2016). Mastry: Kerry James Marsha, <http://www.arteidolia.com/kerry-james-marshall-patrick-brennan>
- Bozkurt, B. Z. (2016). Bruno Catalano'nun Gezginleri, "Les Voyageur". 15 Nisan 2016, Gaia Dergi, <https://gaiadegi.com/bruno-catalanonun-gezginleri-les-voyageurs/>
- Carter, T. (2016). WWF concept logo reflects today's most vulnerable creature, <https://www.creativebloq.com/inspiration/wwf-concept-logo-reflects-todays-most-vulnerable-creature>
- Chapman, C ve King, R. (2003). Differential Instruction Strategies for Reading In The Content Areas, California: Corwin Press.
- Çiftçi, T. (2017). Nöroestetik Perspektifinden Görsel Sanatlara Bakış, Sobider, Yıl: 4, Sayı: 14, Eylül 2017, s. 1-14, file:///C:/Users/hp/Desktop/TALAT%20%C3%87%C4%B0FT%C3%87%C4%B0%20N%C3%B6roestetik.pdf
- Dağ, N. (2010). Okuma Güçlüğü'nün Giderilmesinde 3P Metodu ile Boşluk Tamamlama (Cloze) Tekniğinin Kullanımı Üzerine Bir Çalışma, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi 2010, 11(1) 63-74.
- Eryayar, E. (2011). Endüstri ürünleri tasarımında Gestalt teorisi uygulaması. Journal of World of Turks, 3(2), 125-133.
- Erişti, S. D., Uluysal, B., Dindar, M. (2013). Görsel Algı Kuramlarına Dayalı Etkileşimli Bir Öğretim Ortamı Tasarımı ve Ortama İlişkin Öğrenci Görüşleri, Anadolu Journal of Educational Sciences International, January 2013, 3(1), sf: 47-66. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/17545>
- Gal, H. ve Linchevski, L. (2010). To See Or Not To See: Analyzing Difficulties In Geometry From

- The Perspective of Visual Perception. *Educational Studies in Mathematics*, 74, 163-183.
- Graham, L. (2008). Gestalt Theory in Interactive Media Design Lisa Graham 19 Smith-Gratto, K., and Fisher, M., “Gestalt Theory: A Foundation for Instructional Screen Design”
- Hochberg, J. (1978). *Perception* (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Hurwitz, Al. ve Day, M. (1995). *Children and Their Art* (Methods for Elementary School), Florida, USA: Harcourt Brace Collage Publishers.
- Kafalı, N. (2003). Bir Görsel İletişim Aracı Olan Fotoğrafta Belirginlik. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (8), 291-304.
- Kanizsa, G. (1976). Subjective Contours, *Scientific American*, Vol. 234, No. 4 (April 1976), pp. 48-53.
- Kotler, P. (2001). *A Framework for Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Mennan, Z. (2009). From Simple To Complex Configuration: Sustainability Of Gestalt Principles Of Visual Perception Within The Complexity Paradigm, *Sustainability*, (26:2) 309-323, http://jfa.arch.metu.edu.tr/archive/0258-5316/2009/cilt26/sayi_2/309-323.pdf
- Messaris, P. (1994). *Visual literacy: Image, mind and reality*. Colorado: Westview Press.
- Mitler, G. A. (1994). *Art in Focus*, Illinois: Glencoe/McGraw-Hill inc.
- O’Regan, J. K.. (1992). Solving the “real” mysteries of visual perception: the world as an outside memory. *Can J Psychol.* 1992 Sep;46(3):461-88.
- Pessoa, L., Thompson, E., Noë, A. (1998). Finding out about filling-in: A guide to perceptual completion for visual science and the philosophy of perception, *BEHAVIORAL AND BRAIN SCIENCES* (1998) 21, 723–802 Printed in the United States of America. <https://evanthompsondotme.files.wordpress.com/2012/11/filling-in.pdf>
- Senemoğlu, N. (2009). *Gelişim Öğrenme ve Öğretim*, Kuramdan Uygulamaya, Ankara: Pegem Akademi.
- Solso, R. L. (1996). *Cognition and the Visual Arts*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Smith-Gratto, K ve Fisher, M. (1999). Gestalt Theory; A Foundational Screen Design, *Journal of Educational Technology Systems*, 27 (4): 361-371.
- Taylor, W. L. (1953). Cloze procedure: A new tool for measuring readability. *Journalism Quarterly*, 30(1), 415-433.
- Tuna, S. (2003). Sanat Eğitimi Bölümlerinde Tasarım İlk ve Elemanlarının Bilgisayar Teknolojisi Yardımı ile Uygulanması, *Sanatta Yeterlik Tezi, Tez Danışmanı: Adnan Tepecik, T.C.Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı*, 2003, Ankara.

Sayısal Kameralarla Görüntü Estetiğinde Yeni Olanaklar

Prof.Dr. Bülent VARDAR

Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sinema TV Bölümü

ÖZET

Sinema 19.yüzyılın en büyük buluşlarından biri olmuş, 20.yüzyılın ise tartışmasız en güçlü sanatlarının başında yer almıştır. Sinema, bir teknik buluş olarak ortaya çıksa da, sonraları önemli bir öykü anlatma ve ifade aracı olarak büyük bir sanat olmuştur. Sinema, bu etkisini aynı zamanda kitleleri etkilemekteki gücünden almaktadır. Günümüzde sinemanın klasik çekim malzemeleri değişikliğe uğramış, televizyon gibi önemli bir rakibe karşı, sayısal teknolojinin olanaklarını da kullanarak yoluna devam etmektedir. Sayısal (digital) çağın egemen olduğu dünyamızda artık film çekimlerinde yeni bir kavram gündemi belirlemektedir: Sayısal (digital) sinematografi. Sayısal teknolojinin olanakları, sinema dünyasında egemen olmaya başlamadan önce gündelik yaşamımızda hızlı bir şekilde bilgisayarlar, cep telefonları, dijital televizyon gibi unsurlar başat öğeler haline gelmişlerdi. Çalışmamızda, dijital sinematografi kavramıyla temaşa anlamında nelerin değişmeye başladığını ve görüntülerle öykü anlatma sürecinde, salt teknik koşullarda ya da görüntünün iletme yollarında gerçekleşen devrimin, bir sanat yapısının kimliğini oluşturmada yegane öge olamayacağı ele alınacak ve estetik bir yapılanmanın bu dönüşüm açısından etkileri üzerinde durulacaktır. Diğer yandan dijital görselliğin yaratabileceği yeni estetik açılımlara karşılık oluşturma iddiasındaki interaktif sinema anlayışı vb. tartışma ve değişimler, geleceğin dünyasını biçimlendirmede etkili olsa da, sinemanın 21. Yüzyılın da en güçlü sanatlarının başında geleceğini iddia etmek abartılı bir bakış açısı olmayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, dijital çağ, dijital sinematografi, interaktif sinema.

1. Giriş

Sinema 19.yüzyılın en büyük buluşlarından biri olmuş, 20.yüzyılın ise tartışmasız en güçlü sanatlarının başında yer almıştır. Sinema, bir teknik buluş olarak ortaya çıksa da, sonraları önemli bir öykü anlatma ve ifade aracı olarak büyük bir sanat olmuştur. Sinema, bu etkisini aynı zamanda kitleleri etkilemekteki gücünden almaktadır. Günümüzde sinemanın başta kamera olmak üzere üretim malzemeleri değişime uğramış; sinema, televizyon gibi “önemli” bir rakibe karşı, sayısal teknolojinin olanaklarını da kullanarak yoluna devam etmektedir. Sayısal (digital) çağın egemen olduğu dünyamızda artık film çekimlerinde yeni bir kavram gündemi belirlemektedir: Sayısal (digital) sinema. Sayısal teknolojinin olanakları, sinema dünyasında tümüyle egemen olmaya başlamadan önce, gündelik yaşamımızda hızlı bir şekilde bilgisayarlar, cep telefonları, dijital televizyon gibi unsurlar başat ögeler haline gelmişlerdi.

Elektronik kameralar, çok uzun olmayan bir süredir televizyon yapımcılarıyla birlikte, film yapımcılarının da gündemini işgal etmektedir. Özellikle sayısal video olarak HD teknolojisi geliştikten sonra, görece maliyet koşullarının da avantajıyla FULL HD ve özellikle yüksek çözünürlüklü (4K) sayısal sinema kameraları ile çekilen uzun metrajlı kurmaca film sayısı hem yurt dışında hem de Türkiye’de de artmaya başladı ve günümüzde pelikülle film çekimi neredeyse bitme noktasına geldi. Pelikül kullanılarak film çekme süreci, daha uzun ve nispeten yüksek bir maliyet içeriyordu. Yakın geçmişten günümüze pelikülle yapılan film çekimlerinin de, çekim sonrası işlemleri artık dijital intermediate olarak gerçekleştiriliyor. Diğer yandan günümüzde, ülkemizdeki film laboratuvarlarının neredeyse hepsi kapandı ve film yapımında sayısal sinematografi başat hale geldi.

Gerek negatif siyah beyaz, gerekse de renkli film, pozlanma sürecinde kontrast genişliği açısından, SD (Standart Definition, 720x576), HD (720x1280) ve FULL HD (1080x1920) elektronik kamera duyarlıklarının kontrast genişliğine (dynamic range) göre daha avantajlıydı. Bu üstünlük çekim aşamasında görüntü yönetmenine, kontrast aralığının geniş olduğu, diğer bir deyişle yüksek kontrastlı sahnelerin pozlanması açısından daha avantajlı çalışma ortamı hazırlamaktaydı. Böylece çerçevenin koyu alanlarında detayların kaybolma olasılığı, parlak alanlarda ise görüntü verisinin yok olması (sektörel jargonunda patlama) sorunu azalıyor, daha iyi ve keskin bir siyah elde edilebiliyordu.

2. Sayısal Sinemanın Gelişimi

Elektronik kameralar, öncelikli olarak uzun yıllar televizyonun ihtiyaçları için kullanıldı. Bu dünya işlevsellikle daha fazla ilgili olduğu ve estetik açıdan sonuç üretme bağlamında öncelikli bir beklenti içinde olmadığından, elektronik kameraların film çekiminin de ihtiyaçları bağlamında kullanılmaya başlaması uzun bir süre aldı. Aslında estetik açıdan bakıldığında, çok daha sığ alan derinliği, yumuşak ve hassas ince tonlarla, aslına yakın elde edilen renk üretimi, filmin daha önce saydığımız avantajlarının başında gelmekteydiler. Diğer yandan pelikülle yapılan çekimlerin daha uzun bir sürece ihtiyaç duyması ve maliyet olarak yüksek olması, depolama sorunları, sayısal teknolojinin film çekim sürecinde başat hale gelmesiyle, elektronik teknolojinin lehine film çekim süreci değişti. Örneğin artık günümüzde neredeyse fotoğraf filmi üretilmez oldu. Fotoğraf denildiğinde dünyada ilk akla gelen markalardan biri olan Kodak, Türkiye’deki fotoğraf birimini kapatalı uzun süre (2010) oldu ve fotoğraf alanında sayısal teknoloji üreten ilk markalardan olmasına karşın, rekabete dayanamayarak 2012’de iflas aşamasına geldi. Diğer yandan, özellikle ülkemizde sayısal teknolojiyle film çekimi, gerek çekim gerekse de çekim sonrası iş akışı (work flow) bağlamında başlangıçta, filmin oturmuş ve hızlı olanaklarına tümüyle sahip değildi. Bu da filmin ve 35 mm’nin olanaklarına ve kolaylığına alışmış görüntü yönetmenlerinde tedirginlik yaratıyordu.

Kamera teknolojisi açısından bir devrim niteliği de taşıyan dijital kameraların ortaya çıkışı 1996'da gerçekleşti. Sony ve Canon gibi görüntü alanında önde giden firmalar bu kameralarla birlikte "mini-dv" kasetleri de çıkardı. Aslında video görüntüsünün gelişmesindeki ilk devrim, tüplü kameralar yerine CCD kullanan kameraların geliştirilmesiyle oldu. "CCD 1970 yılında Sony tarafından kamera tüplerine alternatif olmak üzere geliştirilmiş ve bu görüntüleme elemanlarını kullanan kameraların yapımı üzerinde çalışmalar başlamıştır" (Vardar, 2012:174). Sony ilk CCD kameralarını tüketiciler için 1977'de piyasaya sunmuştu. Sayısal kameralar ve kasetleri görüntüde analog öncelleriyle aynı gibi dursa da, farklılıkları kurgu sürecinde ortaya çıkıyordu. Kurgucular, analog kasetlerin seslendirme ve montaj sürecinde başlarına gelen zayıflama ve sinyal bozulması sorunu olmadan sayısal kasetler üzerinde defalarca montaj yapılabiliyordu (Olsenius, 2014:16). Günümüzde özellikle sayısal (digital) sinematografinin yaygınlaşmaya başlamasıyla, elektronik kameralarda, film kameralarıyla uyumlu aksesuarlar kullanılarak hem aracın (medium) olanakları arttırıldı, hem de psikolojik olarak görüntü yönetmenleri, yönetmenler, film çekimlerinde sayısal teknolojiyi kullanmaya daha fazla ikna olmaya başladılar. Diğer yandan pelikülle çekim süreci devam ederken bilgisayar ortamında kurgu yapılması yaygınlaşmış ve "digital intermediate" süreci film yapımının bir parçası haline gelmişti.

Bu sürecin tamamen dönüşmesinde sinema lensleri, etkili vizör sistemi, netlik takip mekanizmaları (follow focus), mat box gibi kimi film kamera aksesuarları elektronik kameralar için de kullanılabilen aksesuarlar olarak ilk akla gelen melez elemanlar olmuştur. Ayrıca filmin videoya göre önemli bir üstünlüğü olan yüksek çözünürlüklü görüntü ve daha geniş kontrast aralığı, 2005'de 4K sinema çözünürlüğünü (4096x2161) ortaya çıkardı. 4K kameralar, film kadar yüksek detaylı görüntüler ve renk tanımlamasında yetkinleşerek, her geçen gün arayı kapatmaya başladılar. Bu süreçte sinema lensleri (prime lens), sayısal video kameralarla çekilen görüntülerin film duygusuna yaklaşmasında etkili oldu. Sayısal kamera üreticileri, süper 35 mm film formatı genişliğinde sensör (Alexa Camera CMOS Bayer sensör) kullanarak görüntü kalitesini artırırken, sığ net alan derinliği olanağını sağladılar. Video kameralar film kameralarına göre normalden çok daha geniş alan derinliğine sahiptiler. Bu durum sensörün küçük olmasından kaynaklanıyordu. Belgesel bir film için tercih nedeni sayılabilecek bu durum, dramatik anlatıma sahip filmler için istenmeyen bir durum yaratıyor, konuyu arka plandan (fondan) ayırmak, sığ net alan derinliği yaratmak gerekiyordu (Canıklıgil, 2014: 68). "Video alıcıların (sensör) boyutu ve niteliği yalnız görüntü kalitesi değil, netlik için de önemlidir" (Brown, 2006: 257). Diğer yandan 35 mm film formatı genişliğinde olan 24x36 mm ebatlarında tam çerçeve (full frame) sensörler (CCD-CMOS) fotoğraf makinelerinin de film çekiminde kullanılmasında görece ucuz bir alternatif oluşturdular. Canon 5D Mark 2, 3 ve 4 serisi kameralar bu çerçevede örnek verilebilir. Bu aynı zamanda yönetmene ve şüphesiz görüntü yönetmenine, filmin gereksindiği atmosfer ve estetiği oluşturma açısından önemli kazanımlar sağlamaya başladı.

Sayısallaşma (dijitalleşme) kavramı çerçevesinde günümüzde "yeni medya" başlığı altında tartışmalar öne çıkmakta ve bu alanda oldukça fazla sayıda çalışma dikkati çekmektedir. Gerek iletişim, gerekse de sanat alanının ilgi alanında yer alan "yeni medya" kavramı; sanat, bilim ve teknolojinin sentezini kullanarak kendisine yeni bir anlatım mecrası ve estetik dil oluşturmaya başlamıştır. "Yeni medya konusunda yaptığı kuramsal çalışmalarıyla oldukça önemli bir isim haline gelen Lev Manovich, The Language Of New Media isimli çalışmasında, yeni medyanın beş temel niteliği (sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik, kod çevrimi) olduğundan söz etmiş ve dijitalleşmeyi, yeni medyanın ilk ve esas özelliği olarak tanımlamıştır (Aktaran: Öz, 2012:68).

Çağdaş sanatın yaygın temsiliyetlerinden biri haline gelen sayısal olanaklar, bugün salt sinema sanatı açısından değil, görsel sanat ve tasarım alanlarının da (resim, fotoğraf, grafik) ifade yaratma sürecinde

önemli bir yer tutmaktadır. Sanatın “mimesis” kavramının etkisinden kurtulmasından günümüze, sanatçıyı salt doğadaki biçimlere yakın, benzersiz (unique) bir ürünü ortaya çıkarmak meşgul etmemektedir. Sanat ve tasarım objelerinin üretilme sürecinde, 20. yy. düşünceyi başat öge haline getirirken, özellikle 21.yy’da teknolojinin olanaklarının giderek artması, sayısal teknolojilerin sanat ve tasarım alanlarında üretim sürecine katılması, örneğin resim sanatının sadece tuval üzerinde biçimlendirilen bir ifade şekli olmasını değiştirmiştir. Yerleştirme (enstalasyon) çağdaş sanatın önemli bir anlatım biçimi olmuştur. “Diğer görsel sanatlarda olduğu gibi video sanatında da sanatçı, kullanacağı yüzeyin, ekranın, içinde yer alacak olan görsel estetik öğelerin oluşturacağı estetik enerjiyi yönlendiren kişidir (Kılıç, 1994:66). Diğer yandan hareketli görüntülerin ifade ortamı salt sinema salonları veya televizyon ekranları olmaktan çıkmış, interaktif ilişkilerden beslenen youtube, vimeo, twitter, facebook, instagram, periskop, vigo video, boomerang gibi sayısal ortamın baş mecrası internette güçlü, etkili ve farklı bir ifade ortamı yaratmaya başlamıştır.

Günümüzde sayısal teknolojinin sinemanın belirleyici bir parçası haline gelmesiyle, özellikle bilim-kurgu türünde ve tarihi konu alan filmlerin anlatımına, görsel zenginliklerine önemli katkılarda bulunmaya başladığı gözlenmektedir. Video ile film çekme fikri önceleri, gerek video görüntüsünün kalitesinin düşüklüğü gerekse de televizyon için çekilen haber ve belgesel filmlerin formatı algılandığı için, sinema filmlerinin çekimleri için düşünülüyordu. Yönetmenleri en çok ürküten düşünce, video ile çekilmiş bir filme önemli bir festivale katıldığında “ama bu bir video” yargısında bulunulmasıydı. Bu korkunun aşılmasında öncülüğü Danimarka sineması ve Dogma 95 akımının yönetmen ve görüntü yönetmenleri sağladı. Öncü Thomas Winterberg’in “The Celebration” (1998) filmi oldu. Anthony Dod Mantle, ilk Dogma 95 filmini çeken görüntü yönetmeniydi. Yönetmen Wintenberg, görüntü yönetmeni Mantle ile birlikte yeni bir estetiği, dijital kamera estetiğini inşa ediyorlardı. Mantle video kamera ile daha önce sinema anlatımında hiç görmediği hareketleri yapabileceğini kavramıştır. Film, kamera kullanımını tamamen yeniden yapılandırmış ve film yapım tekniklerini değiştirmiştir. Özellikle Danny Boyle’in yönettiği “28 Days Later” (2002), görüntü yönetmenliğini Anthony Dod Mantle’in yaptığı bir filmde ve dijital kameranın olanaklarını sonuna kadar kullanan bir estetik yaratmıştı. Dogma 95 akımının önemli yönetmenlerinden Lars Von Trier, video hakkında bilgi sahibi olduğunda, film çekimlerinde ondan faydalanmanın sağlayacağı avantajları ve yeni görüntü estetiğini hemen kavramıştı. Rebecca Miller’in yönettiği “Personel Velocity: Three Portraits” (2002), Sundance Film Festivali’nde En İyi Görüntü Yönetmeni ve En İyi Film Ödülleri kazandığında duvarlar yıkıldı. Video kameraların ucuz ve pratik olması, bir fikri görüntülerle anlatma açısından yaratıcı sanatçılara geniş bir hareket olanağı vermeye başlamıştı (Kenneally, 2012).

Sayısal kameralarla yapılan sinemanın yolu açıldıktan sonra günümüzün yetkin dijital sinema örnekleri olan ve yönetmenliğini James Cameron’un yaptığı “Titanic”, “Avatar”; Peter Jackson’un “Yüzüklerin Efendisi”; Ridley Scot’un “Gladiatör”; Martin Scorsese’nin “Hugo”, George Lucas’ın Star Wars serisi gibi filmler bu bağlamda önemli örnekler olarak kabul edilebilir. Bu filmlerde sayısal teknolojinin kullanımı, filmlerin anlatım dilini, atmosferini ve gerçekçiliğini güçlendirse de; aynı zamanda yeni bir estetiğin oluşmasının yerleşmesine ve olanaklarının güçlenmesine de katkı oluşturmaktadır. Bu süreç yeni bir statüyü, özel efekt sanatçısını (special effects artist) ortaya çıkardı.

3. İnteraktif Sinema

Sayısal mediyumun (araç) ortaya çıkardığı olanaklar, sinema açısından interaktif sinema tartışmalarını da başlatmıştır. “İnteraktif sinemanın temel iddiası şudur: Sinema filmi, bir etkileşim nesnesidir. Yönetmen film aracılığıyla seyirciyle ilişki kurar, seyirci de filmi yorumlar ve tepkisini yine filme yansıtarak aynı biçimde yönetmenle ilişki kurar. Yani bir anlamda film, yönetmen ve seyirci tarafından ortaklaşa yaratılmış olur” (Aktaran: Öz, 2012:70). İnteraktif etkileşimin sinema teknolojisiyle uyum süreci, seyircinin ilk kez “özne” olma durumuna dikkat çekmektedir. İnteraktif sinema, karşılıklı etkileşimin mantığından hareket ederek, anlatının seyircinin tercihlerine göre belirlendiği alternatifler sunmaktadır. Bu durum seyircinin de filmi belirleyen önemli öznelerden biri olarak öne çıktığını düşündürmektedir. Seyirci, interaktif sinema sürecinde, filmin olası öznelerinden biri olma rolü bağlamında, filmin finaline ilişkin oluşturulmuş farklı seçenekler üzerinde tercih yapabilir. Şüphesiz bu aşama, interaktif sinema izleme biçimini de konvansiyonel film izleme biçimine göre değiştirecektir. “Ancak sözü edilen bu tercihler yönetmen ve film yapım ekibi tarafından belirlendiği için seyirci gerçekten anlatıya “dilediği gibi” yön vermeyip, kendisi için tanımlanmış özne rollerinden birini oynamaktadır” (Öz, 2012:72).

Çek yönetmen Raduz Cincera, Jan Rohac ve Vladimir Svitacek’in yönettiği “Kinoautomat” (1967) isimli film, interaktif sinema kavramını tanımlamak için verilebilecek önemli bir örnektir. Bu film için sinema salonunda özel olarak hazırlanan 127 koltuğun her birinde özel bir kumanda üzerine iki adet düğme yerleştirilmiştir. Biri yeşil diğeri kırmızı renkli olan bu düğmeler filme seyircinin tercihleriyle bir yön vermesi amacıyla konulmuştur. Seyircilere izletilen her sahnenin sonunda filmin ana karakteri olan Bay Novak’ın ne yapacağına ilişkin iki seçenek sunulmuş ve seyircilerden bu iki seçenekten birini seçmesi istenmiştir. Seyirciler tercihlerini koltuklarındaki düğmelere basarak belirlemiş ve onların tercihlerine göre filmin gidişatı belirlenmiştir. Seyircilerin oylaması sonucunda en fazla tercih edilen film, seyircilerin belirlediği bir sonla bitmektedir. İnteraktif sinemanın miladı olan bu film sonrasında, birçok interaktif film denemesi yapılmıştır. Raduz Cincera’nın yönettiği “Cinelabyrinth” (1990) isimli çalışma ise, “Kinoautomat” dan çok daha komplike biçimde tasarlanmıştır. Proje için sinema salonu yerine salt bu proje için tasarlanmış bir mekan kullanılmıştır. Seyirciler filmi izlemeye önce bir salonda başlayıp, ardından tercih ettikleri seçeneklere göre küçük odalara ilerlerler. Bu odaların her biri küçük birer seyir salonudur ve seyirci tercih ettiği seçeneğe göre ilerleyip, hikâyeyi kişisel tercihinine göre sonlandırır (Aktaran: Öz, 2012: 70-71).

4. Sinema Eğitiminde Sayısal Teknoloji

Sinema eğitimi açısından bakıldığında ise sayısal teknoloji, avantajları nedeniyle peliküle göre üstünlük taşımaktadır. Bir sinema eğitimi veren kurumun çalışma ortamında, film çekimi için gerekli olan teknik malzemeyi fazla sayıda oluşturmak kolay olmadığı gibi, bu süreç için gerekli olan teknik eleman istihdamı ve ekonomik giderleri karşılamak da oldukça zordur. Ülkemizde bu olanaklara sahip eğitim kurumu olan Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema Televizyon Bölümü de, öğrencilerinin eğitiminde sayısal kameralar ve sayısal post prodüksiyon sürecini kullanmaktadır. Sinema eğitimi veren akademik kurumların, geniş olanaklara sahip olmaması ve çoğunlukta nitelikli olmayan teknik malzeme kullanılması, üretilen filmlerin estetik kalitesinde de olumsuz bir rol oynamaktadır.

Sayısal teknoloji, elektronik alanındaki gelişmelerin üzerine bina edilmiş ve güzel sanatlar ve tasarım

eğitimi açısından, sanat eğitimi geçmişinden gelen öğretim elemanları tarafından da kolayca anlaşılabilen boyutlar içerebilir. Görüntü sanatları alanında çalışan bir öğretim elemanının, elektronik görüntü unsurlarını kendi sanat formunu üretmek için kullanma tercihindan farklı olarak, sinema sanatı bağlamında eğitim verirken, özellikle sinematografi ya da videografi alanında çalışan eğitimci açısından nitelikli bir teknik birikim gerekmektedir. Öğretim elemanlarının uygulamalı eğitim yetkinliği oluşturabilmeleri için, şüphesiz kendilerinin de sanatsal çalışma üretmeleri önem taşımaktadır. Sayısal video ile film yapma sürecinde, öncelikle aracın (medium) olanakları hakkında yeterince bilgi sahibi olunması ve teknik becerinin geliştirilmesinin, estetik sonuçlar üretebilmek için gerekli olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda gerek ışık kaynakları ve aydınlatma bilgisi, gerekse de görüntünün ana unsurları olan kontrast, parlaklık, renk gibi ana unsurları etkili şekilde kullanabilmek için, uygulamanın sıklıkla kullanıldığı eğitim yöntemlerine ihtiyaç vardır. Üretim eksikliği ülkemizdeki sinema okulları açısından önemli bir sorun olarak görünmektedir. Yoğun ders yükü ve sektör ortamında üretim olanaklarından genellikle mahrum kalan öğretim elemanları, etkili eğitimci açısından kendilerini yeterince geliştirme olanağı bulamayabilir. Sinema eğitimi veren akademik kurumların, aynı zamanda geleceğin sinema sanatçıları ve sinema sektörüne kalifiye eleman yetiştirme işlevi de göz önüne alındığında konunun önemi daha iyi anlaşılmaktadır.

5. Sonuç

Klasik sinema anlatımında, sanal olandan daha çok sinema hilesi diye adlandırılabilir uygulamalar gerçekleştirilirken, günümüz sineması post modern dünyanın ilişkileri bağlamında sanal bir gerçekliği, gerçekmiş gibi ikame etmeye başladı. Ortaya çıkan estetik ise, sanatçının birikimi, yeteneğinden ziyade, teknolojinin olanaklarını ne kadar iyi kullanabildiğiyle doğru orantılı olarak şekil değiştirmeye başladı. Biçimsel olarak yetkin ve eski dünyanın sinemasıyla kıyaslandığında, görkemli bir görsel şov dünyasının oluşmaya başladığı gözlenmektedir. İçerik açısından daha yüzeysel, derinlikten uzak yeni bir sinema anlayışının, sayısal sinemanın olanaklarıyla beraber egemen bir anlatım ve estetik olarak sinema sanatı açısından belirleyici olmaya başladığı söylenebilir. “Dijital dünyanın giderek hayatın ana öğelerinden birisi olmasının etkisi hakkında şimdilik ancak tahminlerde bulunabiliriz” (Yazgan, 2018: 17).

Bu çalışmada, sayısal sinematografi kavramıyla “temaşa” (görsel tüketim ihtiyacı) anlamında nelerin değişmeye başladığını ve görüntülerle öykü anlatma sürecinde, salt teknik koşullarda ya da görüntünün iletme yollarında gerçekleşen teknolojik devrimin, bir sanat yapıtının kimliğini oluşturmada yegane öge olup olamayacağı ele alınmaya çalışılmış ve yeni bir estetik yapılanmanın bu dönüşüm açısından etkileri üzerinde durulması amaçlanmıştır. Diğer yandan 1990’ların sonlarında tartışmaya açılan ve sayısal görselliğin yaratabileceği yeni ideolojik ve estetik açılımlara karşılık oluşturma bağlamında ortaya çıkan interaktif sinema tartışmalarının, geleceğin temaşa dünyasını etkilemede önemli olabilecek ipuçlarını ortaya koyduğu gözlenmektedir. Diğer yandan interaktif sinema, olgunlaşmasını ve gelişmesini tamamlamadan, ortaya çıkan sosyal medyanın hızlı ve dinamik bir biçimde görüntülerle ifade açısından yarattığı olanaklar ve bunların oluşturduğu interaktif ilişkiler, çağımızda temaşa ihtiyacının salt sanatsal kapsamlı görsel içeriğin seyredilmesini zorunlu kılmıyor. Eski dünyanın temaşa anlayışının dışında olan bu yeni ortam, sayısal teknolojinin olanaklarından besleniyor.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde veri toplama açısından kuramsal çalışmalar (makale, kitap, bildiri), çekim ve çekim sonrası işlemleri aşamasındaki gözlem ve deneyimler, konvansiyonel sinema ve sayısal sinema teknolojisiyle üretilen ve bildiri için de örneklendirilmiş filmler incelenmiştir. Diğer

yandan sayısal teknolojinin kullanıldığı sanat ve tasarım objelerinin sergilendiği ortamlar ve sonuçlarının yansıtıldığı yayınlardan faydalanılmıştır. Sayısal teknolojinin olanaklarının sinema sanatı bağlamında yarattığı sonuçların, sanatçının yapım öncesinde amacına ulaşmak için yaratmak istediği her türlü atmosferi ve sinematografik unsuru sağlamasına olanak vermek açısından geniş bir palet oluşturduğu ve yaratıcılığın gelişmesine katkıda bulunduğu, konvansiyonel sinema anlatısına kıyasla, güncel sinema açısından yeni öz ve biçim olanakları yarattığı gözlenmektedir.

KAYNAKÇA:

BROWN, B., Sinematografi Kuram ve Uygulama, Hil Yayın, İstanbul, 2006.

CANIKLIGİL, İ., Dijital Video İle Sinema, Alfa Basım Yayım ve Dağıtım., İstanbul, 2014.

KILIÇ, L., Görüntü Estetiği, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1994.

KENNEALLY, C., Side by Side, Documentary Film, 2012.

OLSENIUS, R., A'dan Z'ye Dijital Video, National Geographic Society Yayını, Doğan Yayıncılık, 2014.

TAŞ ÖZ, P., Pelikülden Dijitale Sinemada Seyir Kültürü ve Seyircinin Değişen Konumu, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC April 2012 Volume 2 Issue 2.

VARDAR, B., Sinema ve Televizyon Görüntüsünün Temel Ögeleri, Beta Yayınevi; İstanbul, 3. Baskı, 2015.

YAZGAN, Y., Yeni Kuşak Beklemeyi Bilmez mi?, BirGün Pazar, S.17, 30 Eylül 2018.

Sokak Sanatında Yeni Moda: Işık Graffiti

Dr. Öğr. Üyesi Nazik ÇELİK YILMAZ // nazik.celik@dpu.edu.tr

Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

ÖZET

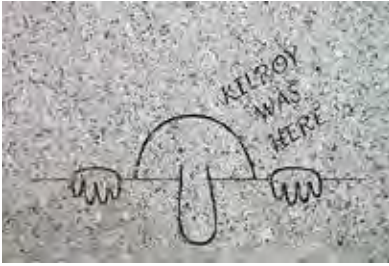
Sokak sanatı kent dokusunda ve yaşantısında önemli bir yere sahiptir. Kamusal alanları sanatsal yüzey olarak kabul etmekle birlikte birçok sanat alanından etkilenen antidisipliner bir akım olarak tanımlanmaktadır. 80'li yıllardan itibaren başlayan sokak sanatı, sanatla ilgilenen insanlar tarafından da artık ciddi bir sanat olarak kabul edilmektedir. Hükümetler tarafından bazen yasaklansa da sokak sanatı artık dünya çapında bir fenomen olarak kabul edilmiştir ve yaşantımızı renklendirmeye devam etmektedir. Ülkemiz de dahil olmak üzere dünyanın pek çok yerinde sokak sanatı sergileri açılmaktadır. Sokak sanatının en önemli niteliği sanatçıların eserlerini sayısız insana ulaştırmasıdır.

Teknolojide yaşanan gelişmeler ve değişim, sanat alanında da etkisini göstermektedir. Bu gelişmelerle birlikte son on yılda yeni bir performans sanatı dikkat çekmektedir. Sokak sanatının bir parçası ve en son modası olarak adlandırılan ışık graffiti (ışıkla boyama/light graffiti), fotoğraf makinesinin pozlama süresini geciktirme yöntemi ile gerçekleştirilen bir performans sanatıdır. Işık kaynağı olarak havai fişek ve meşale de kullanılsa da sıklıkla led ışık kaynakları tercih edilmektedir. Her ortam ve nesne üzerine çizim yapılabilir. Fotoğrafçının hayal gücünü kadrajına katan bir fotoğraf tekniği olarak da tanımlanmaktadır. 2007 yılında Jan Wöllert ve Jörg Miedza ile birlikte popülerlik kazanmıştır. 2007 yılından beri fenomen olan ışık graffiti sokakların yeni modası haline gelmiştir. Araştırmada son dönemlerde sıklıkla karşılaştığımız ışık graffiti çalışmaları incelenerek, graffiti ve sokak sanatı içindeki yeri ve etkisi irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sokak sanatı, ışık graffiti, fotoğraf

GİRİŞ

Sokak sanatının ortaya çıkışı, günümüz anlamıyla 20. yüzyıl başları olduğu araştırmacılar tarafından belirtilmektedir. Sokak sanatına ilk örnek olarak Amerika’da İkinci Dünya Savaşı döneminde çok popüler bir kültürel öge olan “Kilroy Was Here” çizimi gösterilmektedir (Resim. 1-2). 1980’li yıllarda New York’ta popüler olan bu akım, sokağı sanatsal yüzey olarak kabul etmektedir. Birçok sanat alanından etkilenen, yerleştirme, geri dönüşüm, anlık eylemler gibi birçok türevi kapsayan, şehrin oluşturduğu platformu kullanarak ürünler veren antidisipliner bir sanat akımı olarak tanımlanmaktadır. Bu akımın tam olarak kim tarafından ne zaman başlatıldığı bilinmemekle birlikte street art (sokak sanatı), terim olarak Jean-Michel Basquiat, Andy Warhol, Richard Hambleton gibi sanatçılar tarafından kullanılmıştır. Çoğu sanatçı reklam egemenliğine bir başkaldırı olarak medyalarını sokak olarak belirlemiştir. 80’li yıllar aynı zamanda yazıdan kavramsal betimlemeye geçişin yaşandığı dönemdir (Resim. 3-4)



Resim 1.



Resim 2.



Resim 3. Richard Hambleton, *Shadow Man*, New York



Resim 4. Keith Haring, *Crack is Wack*, 1986, Harlem

Sokak sanatı kamu alanlarını yeniden düzenler ve yapılan çalışmalar yoluyla bu alanları, izleyiciye küçük mesajlar ileten mekanlar haline getirir. Amacı ise; genel bir tabirle reklam verenler ve büyük kuruluşlar tarafından satın alınmış alanları geri almak ve bu alanların dinamiklerini birtakım görseller kullanarak değiştirmek olduğu söylenebilir. Özetle herkesin görebileceği yerlerde yapılan anonim provokasyonlar denilebilir (Karaaslan, 2008). Sokak sanatının en önemli özelliği sanatçı ile izleyici arasındaki tüm üçüncü kişi ve kurumları ortadan kaldırmasıdır. 1980’lerin başından beri popüler olan ve gittikçe yaygınlaşan sokak sanatının yaygın bir dalı ise Graffiti’dir. Geleneksel sanat anlayışı ve endüstriyel sanata bir tepki olarak doğmuştur.

Graffiti insan medeniyeti kadar eskidir. ‘Graffiti (İtalyanca sgraffiti, ‘çizik’ten, gelmiştir) düzgün yüzeylere çizimler veya karalamalar anlamına gelirken, Yunanca’daki ‘graphein’ (yazmak) sözcüğüne atf yaparak kadim Roma mimarisi üzerinde bulunan işaretler kastedilir. ‘Tagging’ (etiketleme) ise birinin duvara ismini yazmasının modern şeklidir (Weisberg (çev. Kaftancıoğlu), 2008: www.libidodergisi.com).

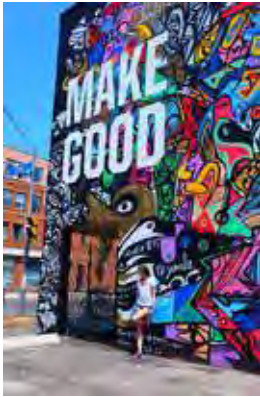


Resim 5. Keith Haring



Resim 6. René Moncada

1980'lerde artık graffiti göz ardı edilemeyecek bir fenomen haline gelmiştir. Duvarlardaki bu alternatif derinliği geleneksel sanat yönelişlerinden ayıran belki de en önemli özellik, yarattığı alt kültür ile geniş bir kitleye hitap edebilmektedir. Bu etkileşim alanına giren en belirgin diğer alan müzik olmuştur. Hip hop, punk rock ve asi özgürlükçü yaşam şekline uygun tasarlanmış tahta parçalarına paten tekeri takılarak tasarlanan ve kaldırım sörfü olarak çıkan bugünkü adıyla kaykay kültürü ile birleşerek, belgesel, sinema, fotoğraf, edebiyat ve daha pek çok alana kaynaklık etmiştir (Ayrıl'dan akt. Kıyar, 2017).



Resim 7.



Resim 8.

Işık Graffiti (Light Graffiti) Tarihçesi

Fotoğraf, Yunanca sözcükler phos (“ışık”) ve grafit (“kalem”, “boya fırçası”) veya grafikten gelir ve “ışıkla çizim” anlamına gelmektedir. Işık graffiti üç genel kategoriye ayrılabilir. Birincisi ışık çizimi, ışık kaynağının kamera tarafından görülebildiği uzun bir pozlama sırasında sanatçı, bu ışık kaynağını çerçeve içinde bir tasarım çizmek veya oluşturmak için kullandığı yerdir. İkinci kategori kinetik ışık boyamadır. Bu ışık boyama tekniği için, fotoğraf makinesinin kendisi çerçeve içinde renk ve tasarım yaratmak için uzun bir pozlama sırasında hareket ettirilirken genellikle sabit kalır. Üçüncü kategori ışık boyama, sanatçının uzun pozlanmış bir fotoğraf sırasında bir sahnenin parçalarını seçici olarak aydınlatmak için elde ışık kaynaklarını kullandığı yerdir (2018, <http://lightpaintingphotography.com>). İlk ortaya çıkışı 1800'lü yılların sonudur.

Étienne-Jules Marey (fransız bilim adamı, 1830-1904) ve Georges Demeny (1850-1917), birlikte 1882'de Bois de Boulogne'da açılan 'Station Physiologique' in oluşturulmasına öncülük edecek bir araştırma programı kurdular. Marey ve Demeny, insanlardan atlara kadar her şeyin hareketlerini incelemek için birkaç fotoğraf tekniği geliştirdi. Hızlı bir şekilde tek bir fotoğraf plakasında birden fazla

pozlama yapabilecek bir işlem kullanan Marey ve Demeny, düzenli aralıklarla tüm hareketin görünür izlerini yakalayabilmiş ve daha önceki fotoğraf teknolojileriyle elde edilemeyecek düzeyde bir detayda eylemi inceleyebilmişlerdir. 1889'da Demeny, bilinen ilk ışık fotoğrafı olan "Pathological Walk From in Front" fotoğrafını yarattı (Resim. 9) (2018, <http://lightpaintingphotography.com>).



Resim 9. Georges Demeny, 1889

1914 yılında Frank Gilbreth, karısı Lillian Moller Gilbreth ile birlikte, imalat ve büro işçilerinin hareketlerini izlemek için küçük ışıklar ve bir kameranın açık deklanşörünü kullandı. Gilbreth bu hafif resim fotoğraflarını sanatsal bir çaba olarak yaratmadı; Bunun yerine "iş sadeleştirme" dedikleri şeyi inceliyorlardı (Resim. 10-11) (2018, <http://lightpaintingphotography.com>).



Resim 10. Frank Gilbreth



Resim 11. Frank Gilbreth

Işık boyama tekniğini araştıran ilk sanatçı Man Ray'di. Man Ray, avangard fotoğrafçılığıyla tanındı. Birçok farklı medyada çalıştı ve kendini her şeyin üzerinde bir ressam olarak düşündü. Man Ray'ın ışık boyama fotoğraflarına katkısı "Uzay Yazımı" serisinde yer aldı. 1935'te Man Ray bir otoportre üretmek için bir kamera kurdu. Kameranın deklanşörünü açtı ve havada bir dizi girdap ve çizgi oluşturmak için küçük bir penlight kullandı. Rastgele daireler ve kıvrımların hepsi 2009'da olduğu düşünülen bu fotoğrafların, Ellen Carey isminde bir fotoğrafçı çalışmaya bir ayna tuttu ve görünüşte rasgele ışık çiziminin aslında Man Ray'ın imzası olduğunu keşfetti (2018, <http://lightpaintingphotography.com>).



Resim 12. Man Ray



Resim 13. Man Ray

Gjon Mili, Barbara Morgan, Jack Delano, Andreas Feininger, David Potts, George Mathieu, David Lebe, Eric Staller, Dean Chamberlain, Susan Hillbrand, Jacques Pugin, Jozef Sedlák, Vicki DaSilva, Mike Mandel, Kamil Varga, John Hesketh ve Tokihiro Sato da ışık boyama tekniği kullanan sanatçılardır. Ünlü ressam Pablo Picasso da ışık boyama tekniğini kullanan sanatçılardandır.

1948 yılında Fransa'daki evinde fotoğrafçı Gjon Mili tarafından ziyaret edilen Picasso ilgisini çeken bir teklifle karşılaştı. Her türlü malzemeyi eşsiz yaratıcılığı ile sanatsal bir çalışmaya dönüştürmeyi başaran ve yeniliklere açık yapısıyla akıllara kazınan ünlü ressam Picasso, Gjon Mili'nin boya yerine yalnızca ışık kullanarak sanat yapma fikrine oldukça sıcak baktı. Life muhabirinin sözleriyle: "Picasso tek bir deneme yapması için Mili'ye 15 dakika vermişti. Ancak sonuçtan o kadar etkilendi ki, daha sonra Picasso'nun at başlı insanlar, boğalar, Yunan portreleri çizdiği, imzasını attığı beş seans daha yaptılar. Mili fotoğrafları karanlık bir odada iki kamera kullanarak çekiyordu, görüntüyü hem önden, hem de yandan almak için. Uzun pozlama sayesinde ışık çizgilerini yakalıyordu." (2018: www.wannart.com).



Resim 14. Pablo Picasso



Resim 15. Pablo Picasso

Günümüzde Işık Graffiti

Işık graffiti (ışıkla boyama/light graffiti), fotoğraf makinesinin pozlama süresini geciktirme yöntemi ile gerçekleştirilen bir performans sanatıdır. Işık kaynağı olarak havai fişek ve meşale kullanılsa da sıklıkla led ışık kaynakları tercih edilmektedir. Her ortam ve nesne üzerine çizim yapılabilir.



Resim 16. Jan Wöllert ve Jörg Miedza

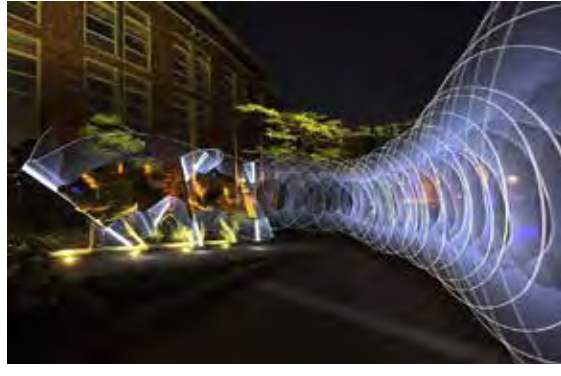


Resim 17. Jan Wöllert ve Jörg Miedza

Fotoğrafçının hayal gücünü kadrājına katan bir fotoğraf tekniği olarak da tanımlanmaktadır. Kalıcı olmayan graffitidir ve bu özelliğinden ötürü yasal kabul edilmektedir. Işık graffiti (ışıkla boyama/light graffiti) ilk olarak 1800'lü yılların sonunda ortaya çıkmış olsa da 2007 yılında popüler olmuştur. 2007 yılından beri fenomen olan ışık graffitisi sokakların yeni modası haline gelmiştir.



Resim 18. Jan Wöllert ve Jörg Miedza



Resim 19. Jan Wöllert ve Jörg Miedza

Tripotla f ayarı olan (tercihen f:8 ve üzeri) bir fotoğraf makinesini sabitleyip pozlama süresini 5-30 saniye arasında tutarak ve ISO değerini 100'e ayarladıktan sonra makinenin karşısına geçip istenilen çizilmektedir. Pozlama süresi ortamın karanıklığıyla doğru orantıda artırılabilir. 2007 yılında Jan Wöllert ve Jörg Miedza ile birlikte popülerlik kazanmıştır.



Resim 20. Jan Wöllert ve Jörg Miedza



Resim 21. Jan Wöllert ve Jörg Miedza

Günümüzde ışık graffiti (ışıkla boyama/light graffiti) giderek artan ilgiyle birlikte sokakların yeni modası haline gelmiştir. Bu sanat alanında Jan Wöllert ve Jörg Miedza dışında oldukça şaşırtıcı yetenekli sanatçılardan biri de Michael Bosanko'dur.



Resim 22. Michael Bosanko



Resim 23. Michael Bosanko

Fotoğrafçı Patrick Rochon 1992'de ışıkla boyamaya başlamıştır. Patrick, düşsel ışık boyama portreleri, otomotiv dünyasındaki çalışmaları ve canlı ışık boyama performanslarıyla bilinmektedir. Işık boyama fotoğrafçılığını sınırlarının ötesine taşıyor ve güzel işler üretmektedir.



Resim 24. Patrick Rochon



Resim 25. Patrick Rochon

Alman grup Lichtfaktor, çöp tenekeleri, telefon kabinleri ve sokak levhaları gibi gündelik nesnelere, kollarını sallayan ve sokaktan ortaya çıkan canlı yaratıklara dönüştürmektedir.



Resim 26. Lichtfaktor



Resim 27. Lichtfaktor

Cenci Goepel ve Jens Warnecke, Eric Staller, Ryan Warnberg, Michelle McSwain, Sola, Alan Jaras, Dean Chamberlain ve Toby Keller da ışık boyama tekniğini kullanan günümüz sanatçılarıdır.

Graffitinin sanat olup olmadığı hakkında tartışmalar devam etmektedir. Yapılan çalışmalar bazı çevreler tarafından vandallık olarak görülse de bazı sanat çevreleri tarafından artık sanat olarak değerlendirilmektedir.

dirilmektedir. Buna karşılık ışık graffiti (ışıkla boyama/light graffiti) kalıcı olmadığı için ve bu özelliğinden ötürü yasal kabul edilmektedir. Sokak sanatları içinde Kabul gören ve yerini alan ışık graffiti (ışıkla boyama/light graffiti) gün geçtikçe artan popülerliği sayesinde sokakların yeni modası haline gelmiştir.

Kaynakça

- Karaaslan, E. (2008). Alt Kültürler ve Sokak Sanatı. Yüksek Lisans Tezi. İzmir.
- Candemir, T. (2008). Kent İletişiminde Sanatsal Bir Aykırılık: Graffiti. I. Sanat ve Tasarım Sempozyumu, Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, İstanbul.
- Tatar, O. (2016). Sokaklarda Reklam Avı: Kültür Karışırması. Reklam Diyor Ki 1. Literatürk Academia.
- Kıyar, N. (2017). Alternatif Bir Yüzey Olarak Duvar. Jocress. Sayı:3. Sayfa: 101-114.
- Selvi, Y. ve Koca, B. (2016). Banksy'yi Anlamak. Sdü Art-E Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi. Cilt: 9, Sayı: 18. Sayfa: 278-306.
- Codur, M. B. (2014). Çevreye Grafik Tasarımcı Dokunuşu: Sokak Grafikleri. Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi. Sayı:3. Sayfa: 72-81.
- <http://lightpaintingphotography.com/> . 15.10.2018 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.libidodergisi.com/sokak-sanati-ve-graffiti-arasindaki-fark/> 15.10.2018 tarihinde erişilmiştir.
- <https://www.wannart.com/pablo-picasso-ve-isik-boyamaları/> 15.10.2018 tarihinde erişilmiştir.
- <http://artlog.art50.net/50-konu-basligi/sokak-sanati/> 15.10.2018 tarihinde erişilmiştir.
- <http://paftamag.com/bir-sokak-sanati-graffiti/> 15.10.2018 tarihinde erişilmiştir.
- <https://bebblog.wordpress.com/> 15.10.2018 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.michaelbosanko.com/> 03.11.2018 tarihinde erişilmiştir.
- <https://www.patrickthelightpainter.com/> 03.11.2018 tarihinde erişilmiştir.
- <https://www.lichtfactor.at/> 03.11.2018 tarihinde erişilmiştir.

Yapay Zeka (AI-Artificial Intelligence) ve Değişen Sanat Ve Reklamlar

Prof. Dr. İncilay YURDAKUL

İçinde bulunduğumuz 21.yüzyıl süreci hem durdurulamaz bir değişim hem de yaratıcılığa yeniden dönüşü gerçekleştiren eşi görülmemiş bir devrimdir. Dünyamızda yaşanan 4.devrim internetin her alanda var olduğu yazılım ve iletişim sistemlerinin (artificial intelligence) yani yapay zekanın yarattığı yeni bir bilişsel devrimdir. Bu devrim; bildiğimiz her şeyin ve herkesin değişim sürecine katıldığı, hızlı yaşanan teknolojik bir devrimdir. Bu hızın etkisinde ilerleyen evrimciler, tasarımcılar, sanatçılar ve toplum; anlama, kavrama, akıl yürütme, algılama, öğrenme ve etkileşim anlamında inanılmaz bir evrim geçirmektedir. Tüm bu teknolojik gelişmeler 21.Yüzyıl insanına, yaratıcı insanlara, tasarımcılara ve sanatçılara yaratıcı bir ortam ve büyük fırsatlar sunmaktadır.



Yapay Zeka (AI) makinelerde simule edilmiş zekayı anlatan bir kavramdır. Bu makineler, bir insan gibi düşünmek ve bir insanın davranış şekline öykünmek üzere programlanmıştır. Yapay zekanın ideal özellikleri; belirli bir hedefe ulaşma şansına sahip olan eylemleri gerçekleştirme ve sonuçlandırma yeteneğidir. Kavram, öğrenme ve problem çözme gibi bir insan zihniyle ilişkili özellikleri sergileyen herhangi bir makineye uygulanabilir. Yapay Zeka; bir makinenin insan zekasını taklit edebileceği ve kesin kavramlarla tanımlanabileceği düşüncesine dayanır (<https://www.techopedia.com/2/29264/trends/will-computers-beableto-imitate-the-human>). Yapay Zekanın amaçları arasında öğrenme, akıl yürütme, algılama, yordama, denetleme ve bunun gibi süreçler yer alır. Bu özellikteki makineler; matematik, bilgisayar bilimi, dil bilim, psikoloji ve daha pek çok disiplinler arası bir yaklaşımla kurulur. Yapay Zeka (AI) insanlar gibi çalışan ve tepki veren akıllı makinelerin oluşturulmasını vurgulayan bir bilgisayar bilimi olarak tasarlanırken aşağıda açıklanan işlevleri ve görevleri yerine getirmektedir. (<https://searchenterpriseai.techtarget.com/definition/AI-ArtificialIntelligence>)

- Bilgiye ulaşma, bilginin işlenmesi,
- Muhakeme, akıl yürütme, yordama,
- Problem çözme,
- Algı,
- Öğrenme,
- Planlama,
- Proje çalışma öneri geliştirme ve sonuçlara ulaşma,
- Nesnelere manipüle etme ve taşıma becerisi gibi özellikler.

Yapay Zeka kavramı; hesaplanması zor olan karmaşık girdilerin ve çıktıların gerçeğini ve süreç sonuçlandırıldığında doğruluğunu da kontrol ederek bir araya getirilen çok farklı problem alanlarını kapsamaktadır. Bunun gibi ilginç alanlardan birisi; bir makinenin, gerçek dünyadaki sonarlar ve kameralar gibi algılayıcılardan toplanan bilgileri kullanarak hareket eden sensör kontrollü davranışlar da olabilir. Bu konu Yale Üniversitesi'nde Yapay Zeka araştırmasının odak noktasıdır. (<https://searchenterpriseai.techtarget.com/definition/AI-ArtificialIntelligence>) - (<https://cpsc.yale.edu/research/artificial-intelligence>)



Bir 'Yapay Zeka Yazılımı Tanımı' Nasıl Yapılabilir?

Bir zamanlar bilim ve sanatla; resim, heykel, müzik ve sinema gibi sınırlı olan dünyamızda Yapay Zeka gerçekten ne anlama geliyor? Üstel çalışan bir bilgisayar 'akıllı' bir insan gibi; yapması gereken görevleri, yerine getirmesini öğreten geniş metodoloji kategorisini temsil etmeye başlamıştır. Bu süreç, diğer gelişmelerin yanı sıra sinir ağlarını ya da insan beynindeki nöronların ağına yaklaşan donanım ve yazılım ağlarını içerir. Makinelerin öğrenilmesi için bir teknik olan makine öğrenimi ve makinelerin

kalıplarını ve bunun gibi tanımak için daha derinlere inmeyi öğrenmelerine yardımcı olan derin bir öğrenme. Yapay Zeka içinde makine öğrenimi, bir bilgisayara, örneğin bir duruma nasıl tepki vereceğini söylemek için geliştirilen algoritmaları içerir. Derin öğrenme; öğrenme için bir model olarak insan beynine mümkün olduğunca yakın bir yapı kullanan bir makine öğrenimidir. (<https://www.expertsystem.com/artificialintelligence-softwaredefinition>)

Ne yaptığına gelince;

Derin Öğrenme Yazılımı:

Beyinde düşüncenin gerçekleştiği alan olan neokortekste, nöronların katmanlarındaki aktiviteyi taklit etmeye çalışır. Yazılım, gerçek anlamda seslerin, görüntülerin, işaretlerin ve diğer verilerin dijital gösterimlerdeki kalıpları tanımayı öğrenir.

Colyn Emery'ye göre: Yapay Zeka (AI) yetenekleri: engeller, problemler ve sıçramalar ile gelişmektedir. Makineler, insanlara yakın bir düzeyde kavrayış yeteneğine sahip olmaya başlamışlardır. Bazı değerlendirmeciler bunu devrimci ilerleme olarak görürken, kimileri ise bu durumu dikkatle izlemeyi seçmektedir. Colyn Emery; akıl nedir diye sormaktadır. Ağa bağlı nörol dürtülerin toplamı mı? Nerede başlıyor ve nerede bitiyor? Amacı nedir? Mistik bir yanı, bir ruhu var mı? Bu sorular neredeyse insan bilincini de sorgulayan sorulardır.

Ancak giderek ilerleyen dijital çağda Yapay Zeka, simule ederek, bilincin doğasına yeni bir bakış açısı kazandırıyor. Yapay Zeka 'biyomimetik' olarak adlandırılan başka bir alanda alt küme olarak anlaşılabilir. Bu bilim (Biyomimikçilik), yapay sistemler için doğayı yapay bir model olarak kullanarak, doğal sistemlerdeki teknolojik süreçleri taklit eder. Doğada evrim doğal ekosistem sürecinde; doğal yapıları çoğaltarak yararlı özelliklerini geliştirir. Teknoloji benzer eğilimleri paylaşır, çünkü en yararlı sonuçlara ulaşarak teknoloji kendisini de geliştirir. Makineler neredeyse insana öykünen; yaratıcılık, öğrenme, hesaplama ve hareket etme, bireysel bir ajans gibi davranma yeteneklerini geliştirdikçe; yapay zekanın doğasını ve geleceğimize rolünü ,bizi giderek kuşatan bir durum olarak görüp karmaşık sorularla karşı karşıya bırakabilir. (<https://www.techopedia.com/2/32102/technology-trends/3-amazing-examples.of-artificial-intelligence-in-action>)



Yapay Zekanın anlambilimine dalmadan önce ortaya çıkan 3 özelliğini inceleyebiliriz.

1. Tanıma: İnsan algısı bir bilgisayardaki bir dizi giriş aygıtı gibidir. Görsel veriler, insan retinasına ulaşır ve daha sonra optik sinirden beyne akar. Ses, iç kulak nöronal kodlama işlemine başlamadan önce dış, sonra orta kulağa çarpar ve sonra beyne ulaşır. Dokunma, koklama ve tat alma benzer şekilde dışsal uyarıların içsel nörolojik aktiviteye dönüştürür. En önemlisi de belleğimiz bu duyuşsal bilgilerin çapraz referans alınabildiği tanımlanabileceği bir veri tabanı görevi görmektedir. Bilgisayar; insan anatomisini girdi, aktarma ve depolama ve benzeri özellikleri, donanım, program, network, ayarlar bütünlüğü içinde yansıtmaktadır. Bulut teknolojisi paylaşılan bilgi, fikir ve verileri saklayan, dağıtan bir tür kolektif bilinç haline dönüşmüştür. Görüntü ve ses tanıma yazılımı; bulutla verileri girmek ve çapraz referans vermek için kamera ve mikrofon donanımını kullanır. Daha sonra görülen veya duyulan nesneyi ve kişiyi, kullanıcıya açıklamayla birlikte bilgiye dönüştürür. Camfind ve Shazam gibi tanıma uygulamaları temel olarak duyuşsal arama motorları olarak işler görür. Robotik ve otomatik taşımacılık alanları benzeri görülmemiş bir bağımsızlıkla dünyada gezinmek ve hareket etmek için tanıma teknolojisini kullanan makineler oluşturur.

2. Tahmin Teknolojisi: Tahmin teknolojisi için büyük miktarda ekonomik destek oluşmuştur. Bu teknoloji; ticari faaliyetleri öngörmek ve karları en üst düzeye yükseltmek için müşteri davranışlarını ve verilerini ölçerek pazarlamada yaygın bir şekilde kullanılmak üzere programlanmıştır.

3. Sayısal Analiz: İşletmelerin çabalarını nereye harcayacaklarını belirlemelerine ve en çok istenen sonuçları elde etmelerine yardımcı olmak için analizler yapmaktadır. Teknoloji, tıp ve çevre bilimi gibi disiplinleri geliştiren tahmine dayalı analitik ile hem özel hem de kamu sektöründe sosyal yarar için büyük bir potansiyel yaratmaktadır. Akıllı sistemler, gelecekteki faydaları tanımlamak ve olası problemleri önlemek için öngörü kullanır. İnsanlar neye ihtiyaç duyduklarını fark etmeden önce, onlara veri analizi ile yardım sağlayabilir. Bazı teknoloji işletme liderleri Yapay Zeka kavramı yerine Artırılmış Zeka kavramını tercih etmektedirler.

Aktivizm:

Yapay Zekanın potansiyel olarak yıkıcı sonuçlara yol açabileceğine inanan bir çok ünlü bilim adamı ve teknoloji inovasyonu bulunmaktadır. Bunlar arasında 'Open AI' adlı kar amacı gütmeyen bir araştırma örgütünde Elon Musk'ta yer almıştır. Elon Musk aslında; Yapay Zekanın insanlığın en büyük varoluşsal tehdidi olabileceğine inanarak 'Open AI' aracılığıyla kendisi ve ekibi, kamu yararına fikir ve inisiyatifler üretmeye çalışmaktadır. Kuruluş, açık kaynak dostu olan ve şu anda 'Derin Öğrenme' araştırmasına odaklanan AI sistemleri geliştirmeyi amaçlamaktadır. Teknolojinin insanlığa yararı doğal olarak tartışılmaya devam edecektir. Yalnız bir şey neredeyse çok açık görülmektedir; kim erken evrelerinde yapay olarak akıllı teknolojiyi kontrol ederse, tüm insan uygarlığı üzerinde kayda değer bir güç ve etki sağlayacaktır. Para, emek, iktidar ve medya, bu inovasyonlarla büyük ölçüde değişecek olan toplumun yalnızca birkaç yönüdür. Aslında teknolojiyi doğru yönetecek güce sahibiz. (<https://www.techopedia.com/2/32102/tecnology-trends/3-amazing-examples-of-artificial-intelligence-in-action>)
Colyn Emery

PAZARLAMA VE REKLAMCILIKTA YAPAY ZEKA UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Bugün pazarlama ve reklamcılıkta kullanılan en popüler uygulamalar aşağıda açıklanmıştır. (www.cloudpixmap.com/) - (<https://www.britannica.com/technology-intelligence>)

1. Arama

2005 yılında bir ürünü bulmak için bir e-ticaret mağazasını aramışsanız, adını ve başlığını tam olarak bilmediğiniz sürece aklınızda olan sonucu bulmanız olası değildir. Bugünlerde yapılan aramalar çok daha akıllıdır. Geliştirilmiş kapasitesi yalnızca Google da bilgi bulmanıza yardımcı olmakla kalmaz aynı zamanda Amazon ya da Target.com'da doğru ürünleri, Netflix'te seçtiğiniz filmleri ve Spotify'da sevdiğiniz müzikleri ve daha fazlasını bulmanıza yardımcı olur. E-ticaret ve pazarlama için genişletilmiş ve iyileştirilmiş akıllı arama modeli oluşturulmuştur.

- Elasticsearch gibi teknolojiler artık ana akımdır. Küçük e-ticaret mağazalarının anahtar sözcüklerle eşleşmesini sağlamaktadır.
- Veri sağlayan servis kuruluşları Indix gibi kendi arama modellerinizi değiştirmeden, çevrimiçi ürün aramanızla diğer büyük kaynaklardan gelen arama verilerinden daha kolay yararlanmanızı sağlar. Google kendi arama eylemlerini 'Inside Search' basitleştirerek iyileştirme çalışmaları yaptı.

2. Öneri Motorları

Önerilen motorlar, dijital pazarlama dünyasında genellikle müşteriler tarafından beğenilmektedir. Amazon'un kitapları ya da ürün önerileri mükemmel, Spotify müzik seçiminizi çok iyi biliyor. Milyonlarca seçenek arasından bu tür bir 'keşif yardımcısı' onları, büyük stoklara sahip (dijital ve fiziksel) şirketler için vazgeçilmez kılmaktadır. Günümüzün gelişmiş çevrimiçi önerileri, insan tarafından belirlenen bir dizi kılavuzun veya diğer kullanıcılardan gelen basit bir geçmiş derecelendirme setinin çok ötesine geçmektedir. Bir öneri motoru kavramı ile birlikte 'öneri sistemi' kavramını sık sık duyarsınız. Bu sistem, davranışlardan ve eylemlerden dereceli verileri çekerek sonuçlara varabilmektedir. Netflix, bir kişinin hangi filmleri izlediğini ya da bu filmlere hangi beğenileri işaretlediğini hesaba kattığı gibi hangi filmlerin birden çok izlendiğini, ne kadar sıklıkla tekrar izlenmek istendiğini, hızlı geri dönüşleri ve buna benzer süreçleri inceler. Bu sayısız davranış milyonlarca diğer kullanıcı ile birlikte değerlendirildiği gibi en iyi önerileri koordine etmelerine de yardımcı olur.

3. Programatik Reklamcılık

Basitçe ifade edilen programatik reklamcılık; reklam içeriğini bir yayın aracılığıyla alıp yayınlayan, reklam verenleri yayıncılara bağlayan otomatik süreçtir. Bu süreç Yapay Zeka teknolojilerini kullanır ve mobil, görüntülü video ve sosyal kanallar arasında içerik için gerçek zamanlı teklif vermeyi hatta televizyon kanallarına girmeyi bile sağlar. Yapay Zeka teknolojilerinin bir ziyaretçinin, bir dönüşüm sağlama olasılığı yüksek olan bir kitleye yönelik gerçek zamanlı kampanyalar için en uygun çözümleri gerçekleştirecek davranışları analiz eden algoritmalar vardır. Programatik şirketler bu kitle verilerini daha sonra birinci taraf (kendi) veya üçüncü taraf veri sağlayıcısından daha hassas bir şekilde hedef kitleye ulaştırmak için veri toplayabilir. DSP'lerin, SSP'lerin ve DMP'lerin kullanımını içerir. Açık pazarda reklam verilerini alma işlevini kolaylaştıran DSP'ler (talep tarafı platformları), DMP'lerin (veri yönetim platformları) entegrasyonu sayesinde hedef kitlenize ulaşma olanağı sağlar. DMP'ler, bu sistemlerin teknik olmayan pazarlamacıların kampanyaları başlatmasına, çalıştırmasına ve ölçmesine izin vermek açısından daha kullanıcı dostu hale geleceği varsayılabilir.

Arz Tarafı Platformu (SSP): Reklamı otomatik olarak satmak için kullanılan bir yazılım bölümü. SSP'ler genellikle çevrimiçi yayıncılar tarafından görüntülü ve mobil reklamları satmalarına yardımcı olmak için kullanılır (DigiDay).

Talep Tarafı Platformu (DSP): Dijital reklam dökümünün alıcılarının tek bir arayüz üzerinden birden fazla reklam değişimi ve veri alışverişi hesabını yönetmesine olanak veren bir sistemdir.

4. Pazarlama Tahmini

Bu bölüm daha geniş bir konu olan 'pazarlama verilerinden bilgi almak' olarak adlandırılabilir. Ancak, iş zekası verilerinin en yalın pazarlama uygulamalarından biri, tahminlerde yardımcı olma yeteneğinde Yapay Zekadaki gelişmelerden çok daha fazla yeteneğe sahiptir. İş zekası kendi alanında muhtemelen büyük bir makaleyi (ya da bir bütün olarak piyasa raporunu) oluşturabilir. Bu alan çok kapsamlı olduğu için pek çok alanla kesişir.

Rapidminer, Birst, Sisense ve diğerleri gibi şirketler iş zekası ve tahminleri için endüstri standardı olmayı hedeflemektedir. Pazarlama verilerinin genel olarak yüksek hacimli ve ölçülebilir nitelikleri nedeniyle (tıklamalar, görünümler, sayfadaki zamanlama, satın almalar, e-posta yanıtları vb.), modeller genellikle pazarlama verilerine göre daha hızlı bir şekilde eğitilebilir. Bir e-posta kampanyasının veya pazarlama girişiminin başarısını tahmin edebilmek, şirketlerin pazarlama çabalarına sürekli olarak iyileştirmelerine yardımcı olabilir.

5. Konuşma /Metin Tanıma (Conversational Commerce)

2014 yılında ve hatta 2015 yılının önemli bir zaman diliminde; chatbots ve konuşma tanıma, Yapay Zeka için ilginç bir kullanım olsa da pazarlama ve ya reklamcılıkta hala yasal bir etki yaratmadığını söylemek gerekir. 2016 yılından başlayarak yasal geçerliliği olan konuşma ve sohbet ara yüzleri dalgası içinde yer alan şirketlerin çalışma örnekleri aşağıdaki listede görülebilir.

- **Amazon Echo:** Echo, şeylerin interneti gerçeğe dönüştürme sürecinde önemli bir başarı sağladı. Özellikle kullanıcıların sadece makine ile konuşarak alım yapabilmeleri, Uber araba şirketinden taksi çağrılmaları ve Dominos pizzalarını sadece konuşarak sipariş edebilmeleri konuşma tanımasına örnek olarak verilebilir.
- **Facebook Messenger:** Sohbet tabanlı alışverişlerin (çevrimiçi) stratejisini modellemeyi amaçlayan Facebook Messenger, kullanıcıların sadece sohbet yoluyla çiçek sipariş vermelerine vb. siparişlerine olanak tanır.
- **Baidu Duer:** Baidui, yeni chatbot yardımcısı; ara yüz formunda ürünler sipariş yeteneğine sahiptir (PC Worldbot).
- **Diğerleri:** Google, Apple, Echo yarışmacıları üzerinde çalışmaktadır. Bu markalara bağlı olarak Akıllı Ev'in konuşma merkezi haline geleceği ve rekabetin heyecan verici boyutlara ulaşması öngörülmektedir.

Sohbetler ve doğal dil işleme Amerika'nın küçük işletmelerinin çoğunun pazarlama departmanlarına girmesine rağmen en büyük ve en yeni teknoloji şirketlerinden gelen uygulamalar kesinlikle yeni bir dalga olarak yükselmektedir. İleride de daha büyük bir trende dönüşeceği izlenmektedir.



PAZARLAMA VE REKLAM ALANINDA YAPAY ZEKANIN YARATTIĞI FIRSATLAR

Pazarlama ve reklam alanında yüzlerce potansiyel Yapay Zeka uygulaması olsa da, aşağıdaki kısa liste önümüzdeki on yılda heyecan verici uygulamalar ve olasılıkları vurgulamaktadır.

Görüntü Tanıma / Makine Vizyonu:

Satın almak istediğiniz bir çift ayakkabı fotoğrafını ya da bir Google aramasında bulduğunuz belirli bir resmi seçmek için bir web uygulaması kullanmak kadar görüntü tanıma uygulamaları da kolaylaşacaktır. Camfind ve rakipleri gibi şirketler bu alanda zaten denemeler yapmaktalar. Podcast özellikleri makine görüşü alanında bazı şaşırtıcı araştırmacıların ve yöneticilerin varlığını göstermektedir.

Müşteri Segmentasyonu:

Agilone gibi şirketler, pazarlamacıların e-posta ve web sitesi iletişimini optimize etmelerine ve sürekli olarak kullanıcı davranışlarından öğrenmelerine olanak tanır.

İçerik Oluşturma:

Sporun ve finansla ilgili makalelerin önemli bir kısmının insanlar tarafından değil akıllı makineler tarafından yazıldığını zaten biliyor olabilirsiniz. Ancak bundan daha fazlasını beklemelisiniz.

Otomatik analizler ve anlatı bilimi gibi çalışmalarını yürüten şirketler belirli bilgi kümelerini (spor ve finans gibi alanlar, zaman verileri ve numaralandırılmış verilerle dolu) insan tarafından okunabilir makaleler haline getirme yollarını bulmuş olduklarını ve insanlar tarafından yazılanlardan ayırt edilemediğini de görmüş olduk. Gelecekte, şirketler söz konusu ürünlerle ilgili bilgilere dayanarak tamamen akıllı makineler tarafından oluşturulan ürün açıklamalarına ve ilgili tüm ürünlere sahip olabilir.

Gerçek Zamanlı Teklif Verme (RTB): Bu kavram; bir web sayfasının yüklenmesini beklediğiniz kısa zaman diliminde gerçekleşen, gerçek zamanlı açık artırmalarla, çevrimiçi reklam gösterimlerinin satın alınmasına ve satılmasına karşılık gelir. Bu açık artırmalar genellikle reklam değişimleri ya da arza dayalı platformlar tarafından kolaylaştırılmaktadır.

REKLAMLARDA YAPAY ZEKANIN KISA TARİHİ

Uykulu bir kuzey Londra banliyösünde bir satıcı ya da bir dükkan sahibi günlük gazetesini ritüel olarak açtı. Hava durumu raporunu gözden geçirerek, dükkanın önündeki siyah şemsiyeleri bir kutuya taşıdı. Kapının hemen içinde yaklaşan yağmurdan kaçan müşterilerin kolayca görebilecekleri bir yer vardı. Yıl 1861 ve Londra'nın günlük gazetesi The Times'da yayınlanan bir hava durumu tahmini birkaç tane şemsiye alma davranışını muhtemelen etkiledi (<https://econsultancy.com/a-brief-history-of-artificial-intelligence-in-advertising/>)

Yüzyıldan fazla bir süre sonra modern meteorolojinin babası olarak kabul edilen Amerikalı Jule Gregory Charney, Norveç ve Amerika'daki meslektaşları ile matematik, meteoroloji ve bilgisayar programcılığıyla birlikte hava tahminlerini gerçekleştiren ilk bilgisayarlı programı geliştirdi. Bilgisayarlı yaklaşımları belki de hava durumu raporlaması yoluyla tüketici davranışını etkileyen Yapay Zekanın (makine öğrenimi olarak da bilinir) ilk örneğiydi. Bu öngörü analitiğiyle esnaf ve reklamcılar, basit şemsiyelerden ilaçlara, giysilere, tatillere ve klimalara kadar havadaki değişikliklerle ilişkili ürünleri etkili bir şekilde reklamlarına taşıyabilir. Bugün IBM'in hava durumu şirketi, küresel çapta binlerce işletme ile ilişkili reklam verenlere uygulanabilir hava durumu tahminleri ve analizleri sunmaktadır. Dijital reklamcılığın hızı ve çevikliği sayesinde reklam kampanyaları havadaki değişikliklerin hassasiyeti ile hızlanabilir ya da duraklayabilir. (<https://econsultancy.com/a-brief-history-of-artificial-intelligence-in-advertising/>) Bildiğiniz gibi hava her zaman değişir. Soğuk hava koşulları için reklamlar yerel sıcaklıklar 68 F derecenin altına düştüğünde görünebilir. Karayipler tatilleri için reklamlar, yaklaşan bir kar fırtınasından önce New York günlerini hedefleyebilir. Son yirmi yılda Yapay Zeka, programatik ve içerik yaratma yoluyla operasyonları ölçeklendirmeye sohbet ve sanal kişisel asistanlar aracılığıyla insan konuşmasını taklit ve tüketici niyetini anlamak için reklam platformlarını rafine etmeye yardımcı olarak reklam pazarını etkisi altına almıştır. Hava durumunu tahmin etme yeteneği reklam dolarlarının hedeflenmesine olanak sağladığından Yapay Zeka reklamcılar için daha fazla reklam kararını etkilemektedir. Bu noktada reklamın Yapay Zeka kullanımı ve belki de geleceğe bir bakış oluşturabilmek için yakın tarihe göz atabiliriz (<https://econsultancy.com/a-brief-history-of-artificial-intelligence-in-advertising/>)

1998 – Geleceğin davranışlarını tahmin etmek için tüketici davranışlarının kümelenmesi kavramı, Columbia Üniversitesi'nde İsviçreli bir sayısal dilbilimci olan Jussi Karlgren'in 'Dijital Kitap Rafları' üzerine bir rapor yazması ile başladı ve 1998'de Amazon'un milyonlarca müşteriye öneride bulunarak 'işbirlikçi filtreleme' kullandığı anlaşılmıştır.

Günümüzde Spotify size sevdiğiniz müzikleri önerir, Netflix beğenebileceğiniz filmleri ve televizyon programlarını önerir ve Facebook tanıyıp olabileceğiniz kişileri ve arkadaşları önerir. Bunların hepsi Yapay Zeka temelli kümelenme ve profil verilerinin, profil bilgileri ve demografilerle eşleştirilmiş yorumlanmasından kaynaklanmaktadır. Bu Yapay Zeka tabanlı sistemler sürekli olarak beğeninize uyum sağlar ve gerçek zamanlı olarak uyarlanmış yeni önerilerle tepki verir.

2013 - Yapay Zeka içerik oluşturma emeğini de düzenlemiştir. İçerik pazarlamasının artan popülaritesiyle, daha fazla içerik ve daha fazla reklam fırsatı ortaya çıkmaktadır. İyi gazeteciliğin maliyeti yüksek ve hızı bilindiği gibi zamanla yarıştığı için çözüm Yahoo'nun otomatik analizler sözcüsü platformunda gizlidir. Günlük sporla ilgili veri noktalarının (skorlar, istatistikler) taranması için Yapay Zeka kullanılmaktadır. Oyunları özetleyen, fantezi spor hayranlarını bilgilendiren ve raporlayan, istatistikleri oluşturan Yapay Zeka bilgisayarla oluşturulan makaleleri yapılan-

dırmaktadır. Makaleler insan gazeteciler tarafından asla mümkün olmayacak hız ve ölçekte üretilmektedir. Yapay Zeka doğal dil içeriğini üretir ve üslup ve kişilik özelliği için her bölümü belirli bir gazeteci tutumuna göre ayarlar. Bunu otomatik analizlerle yapar. Otomatik analizler 2013 yılında üç yüz milyon içerik yayınladı. Bu tarihten itibaren ise bir buçuk milyarı aştı.

2014 – Yapay Zeka karar vermeyi optimize eder ve reklam işçiliğini azaltır. Yapay Zeka reklamcılığı daha kolay, daha akıllı ve daha verimli hale getirmektedir. Programatik reklam satın alma işlemi 2014 yılında popüler hale gelmiştir. Yapay Zeka tabanlı reklam satın alımını, hedef pazarları, bütçeleri ve kampanya siparişlerini ve ek analitik izleme katmanlarını araştırmanın zor zahmetli manuel görevlerini etkin bir şekilde kaldırarak Yapay Zeka ile kolaylaştırdı. Programatik sayesinde tüm süreç kampanyanın istenen sonuçlarına dayanan kararlar ve öneriler sağlayan akıllı araçlarla yönetilir. ABD reklamlarındaki programatik üzerinden harcanan 331 milyar dolar yapay zeka tahminleri ile belirlendi.

2015 - Kullanıcı niyetini anlayan bir arama motoru sayesinde 2000'li yılların başlarından bu yana yapay zeka arama motorları, daha mantıklı bir arama sonucu sağlama yetenekleri için yeni bir ortam oluşturmuştur. Google 2015'te arama sorgularını yeni yollarla yorumlamada önemli ilerlemeler sağlayan son yapay zeka algoritması Rank Brain'i tanıttı. Rank Brain sayesinde Google kullanıcıların arama terimlerinin ardındaki niyetini anlamada başarılı oldu ve istediği sonuçları elde etti. Google bilinmeyen veya uygun içeriğe sahip olmayan terimleri matematiksel bir veri tabanından yararlanarak bilinmeyen kelimeleri bağlamı belli olan kelimelerle eşleştirir. Yapay zeka sayesinde Google hem tüketicileri hem de reklam verenleri memnun ederek daha doğru bir sonuca ulaşmaktadır.



2016 - Yapay zeka dinliyor, öğreniyor ve cevap veriyor. Amazon Echo, Google Home ve Apple, evinizde sanal asistan cihazlarında konuşma tanıma ile ileriye dönük olarak yepyeni bir fırsat yaratarak reklam verenlere yönelmektedir. Google'ın Adwords'ünde sıralanan reklamlar gibi reklam verenler Alexa'nın ürün önerilerini etkilemek için teklif verecekler mi? Amazon şu anda 15 milyon evde yaşamakta ve Clorox, Proctor & Gamble ve diğerlerinin ürünlerini Alexa'da tanıtmak için reklam fırsatlarını geliştirmektedir. Facebook Messenger, WhatsApp, Slack, basit müşteri destek sorularını yanıtlamak ile ilgili insan emeğini azaltmak için yapay zeka kullanmaya başladı. Herhangi bir şirket için bir maliyet analizi merkezi; müşterinin sorularına müşteri destek teknisyenleri ve yardım masası havyarilerinin gözetimi altında online olarak sohbet ederek cevap vermektedir. Bu süreçte sohbet robotları kullanıcıların yazdığı sorulardaki anahtar kelimeleri yorumlar ve olası cevapları oluşturur.

Reklam verenler için sırada ne var?

Yapay zeka, reklamın arkasında yatan yöntemleri, hedefleri ve işgücünü etkiliyor olsa da yapay zekanın geleceği reklamın kendisinde olabilir.

Hayali bir kahve şirketi olan Baidu için Londra'nın merkezinde bir sanal poster tasarlandı. Farklı tepkilere yol açan çeşitli metin ve görüntü seçenekleri ile tüketici tepkisine dayalı olarak sanal poster, reklamı yönetenler tarafından sürekli değiştirilmektedir. Google, Facebook ve başkaları tarafından toplanan tüketici verileri göz önünde bulundurulduğunda, belki de özel yapay zeka yöntemleri ile reklamlar, izleyiciyi etkilemek için özel olarak tasarlanmış dil, ritim, görüntü ve renkler ile reklamın geleceğini tartışmaya açmıştır. Bu özel reklamlar cep telefonlarındaki kullanıcı verileri işlenerek harekete geçirilebilir mi?

REKLAMLARIN GELECEĞİ: YAPAY ZEKA VE YARATICILIK

Teknoloji reklam endüstrisini nasıl değiştirecek? Reklam, Yapay Zeka ve yaratıcılık arasındaki kesişmenin araştırılması gerekmektedir.

'Bir teknolojinin kısa vadede etkisini abartma ve uzun vadede etkisini hafife alma eğilimindeyiz' Roy Amara, Gelecek Enstitüsü, 2006

Son 30 yıldır her şey birbirine bağlı hale gelmiştir ve dünya nüfusunun yarısı çevrimiçi (online) olmuştur. İnternet destekli cihazlar veya hizmetler kullanılarak 4 milyar insan günde ortalama 6 saat harcamaktadır. Teknolojinin kaydettiği hız limitlerinin 4. Sanayi devrimini ön görmesine neden oldu. Ray Kurzweil, tüm devirlerin ötesine bakarak 21. Yüzyılın 20.000 yıllık ilerleyişinin sadece yüzyıl içinde görüldüğünü vurgulamaktadır. Sonuç olarak 'Birkaç yıl içinde makine zekasının insan zekasını geçeceği öngörüsünde de bulunmuştur.' Teknolojideki ilerlemelerin özellikle yapay zekanın insanlardan daha akıllı makineler yaratabildiği noktada 'tekillik' olarak bilinen başka bir önermede bulunuldu. 2017'de SXSW'de Kurzweil singulitenin, Schwab'ın 4. Devrime 'fiziksel, dijital ve biyolojik dünyalar arasındaki çizgileri bulanıklaştıran inancımı destekleyerek uygulanabilir olduğunu öngördü'. Kurzweil insanların 'biyolojik ve biyolojik olmayan düşüncenin merkezi' haline geldiğini düşünmektedir. Hangi devrimin gelişmekte olduğuna bakılmaksızın hızlı teknolojik değişimin insan yaşamının her yönünü kültürel, sosyal ve ekonomik olarak değiştirdiği yadsınamaz. (<https://becominghuman.ai/the-future-of-advertising-artificial-intelligence-creativity-522e969d194>)

YARATICI YAPAY ZEKA YENİ UFUKLARA DOĞRU

Geleceğin yaratıcı dünyası, bir evrim makinesi, öğrenme ve derin öğrenme yenilikleri sayesinde gerçekleşmektedir. Bu değişiklik siberetik, tasarım, siberetik sanat, müzik, yazı, görüntüleme ve video ile yaratıcı ufuklara bir bakış sunmaktadır. Bu durdurulamaz bir değişime ve yaratıcılığa , büyük bir dönüşüme yol açan eşi görülmemiş bir devrimdir.

Bilişsel Devrim

Wired dergisinde (Mayıs, 2016) olduğu gibi bu yeni dünya bildiğimiz şekliyle 'kodlamanın sonunu' temsil eder. Mühendislerin kodlamayı durdurdukları ve bilgisayarların kendilerini kodlayacakları bir dünyadan söz etmekteyiz. Sanatsal yaratım dünyasında 'arttırılmış yaratıcılık' hakkında da konuşabi-

liriz. Nicholas Schöffer'ün yorumuna göre: 'Bundan sonra sanatçı artık bir eser yaratmıyor, yaratılışı yaratıyor'. Öncü sanatçı Nicholas Schöffer 1956'da sanat tarihinde ilk sibernetik heykeli icat ettiğini iddia etti. Günümüzün teknolojik atılımları sanatçıyı kanıtlamaktadır çünkü yapay zeka kendi işlerini yaratan otonom süreçleri programlayabilmektedir. Ne yazık ki bilgisayar mühendisleri için 'Glorius 30 çağı' sona ermiştir. Bize büyük fırsatlar sunan yeni bir çağ, yaratıcı insanın, sanatçıların ve tasarımcıların teknoloji ile ortaklık kurduğu, tüm farkları yaratan bir çağ gelmiştir. Yaratıcı yapay zeka yeni perspektifler sunmaktadır. Müzik grubu MGMT gibi bazı vizyoner müzikçiler 'When you Die' video klibini Yapay Zeka ile tasarladılar. Tüm bunlar bize henüz hiç keşfedilmemiş yaratıcı bakış açılarına götürebilir. Şimdiye kadar yaratıcılık zeka ile sınırlı idi. Oysa bugün teknoloji ile yakından bağlantılı perspektifleri düşünün, olanaklar sonsuzdur. Bir algoritmanın önyargıları yoktur ve olası her yaklaşımı tasavvur edebilir. Bu nedenle sanatçılar ve robotlar arasındaki işbirliği verimli olabilir. Bu andan itibaren insanlar bilgi paylaşarak, bir koç, öğretmen ve uzmana dönüşecek. Yeni meslekler getiren bir dönüşüm ortaya çıkacak. Veri koçu, veri toplayıcıları ve eğiticiyi yada bilgisayar için sanat öğretmeninin bir araya geldiğini düşünün. Bu mesleklere ek olarak algoritma tasarımcısı, yaratıcı zeka mühendisi, yaratıcı veri bilimcisi, yapay zeka sanat direktörü veya sanat bilimcisi gibi yapay zeka tasarımına adanmış yeni kariyerler olacaktır. Özgüveninizi kaybetmeden izleyin, insan zekasını gerektiren meslekler ortadan kalkmayacak. Biz insan doğası olarak çok önemli özelliklere sahibiz: sağduyu ve tekillik. Her Yapay Zeka projesinin arkasında daima bir yaratıcı insan olacaktır. (<https://www.business.com/articles/artificial-intelligence-advertisingtrends/>)

YAPAY ZEKAYI EN ÇOK UYGULAYAN MARKALAR

Yapay zeka ve toplum üzerindeki etkisi hakkında 3 büyük soru sorulmaktadır.

1. Yapay zeka ne yapabilir?
2. Yapay zeka nereye gidiyor?
3. Yapay zeka ne kadar hızlı yayılacak?

Uzmanlar bu soruların herbirine kesin olarak cevap vermek için çalışmaktalar. Yapay zekanın dönüştürücü olacağı konusunda hiç kimsenin kuşkusu yoktur. Mckinsey, Amerikan işgücünün yaklaşık 3'te 1'inin 2030 yılına kadar yeni mesleklere geçmek zorunda kalacağını tahmin etmektedir. Yapay zeka konusunda pozitif bir düşünce hakimdir. Çok geniş bir endüstri yelpazesinde kullanılmakta olan birçok marka, yapay zeka için değerli fonksiyonlar bulmuştur.

Amazon; Küresel hakimiyet arayışının bir parçası olan e-ticaret devi Seattle'da yapay zeka destekli bir market açmıştır. Amazon Go'nun yaklaşım önceliği çok yalındır; alışveriş deneyiminin herkes için sıkkıcı olan kısmını ortadan kaldırmaya yönelik uygulama geliştirmek. Yapay Zeka ile desteklenen tavana monte edilmiş sensörler ve kameralarla amazon müşterisinin ürünleri ile olan etkileşimini izleyebilmektedir. Bir ürünün ne zaman alındığını ve tekrar ne zaman alınacağını tam olarak bilebilmektedir. Go Amazon'un bir tıklama ile çıkışının fiziksel bir görünümü gibi çalışır. Burada eşyayı raftan çekerek tıklamış olursunuz. Bir müşteri mağazadan çıktığında Amazon Go uygulaması aracılığıyla ücretlendirilir. Mağaza rafları öncelikle ambalajlanmış ve önceden hazırlanmış gıdalarla stoklanır. Amazon yemek takımları, sandviçler, atıştırmalıklar ve kahve çekirdekleri gibi temel şeyler vardır, çok az taze ürün bulunmaktadır. Ancak 2.3 milyon Amerikan kasiyeri bu durumdan etkileneneğini düşünerek yapay zekadan korkmaktadır. Bununla birlikte Amazon Go ve diğer otomatikleşmiş mağazalar, bu sistem-

leri tasarlayan mühendisler, bilgisayar bilimcileri ve bunları yükleyen, onaran teknisyenler için büyük ölçüde umut ve talep yaratmaktadır. Ayrıca mağaza çalışanları rafları yeniden yerleştirme, müşterilere herhangi bir teknik problemi gidermede yardımcı olma gibi diğer görevlerle de görevlendirilmiştir. Go perakende işlemlerde duraklamayı en aza indirmek için şirketi asla durdurulamayacak bir şekilde hızlandırmaktadır. Amazon'un mağazayı Seattle'ın ötesine genişletme planları henüz belirsizdir. Şimdilik müşterilerin satın alımlarını izlemek istemektedir. Müşterilerin kendilerini denetlemeleri bu ortamda zordur çünkü doğrudan ödeme yapmadıkları için aşırıya kaçmaları çok kolaydır.



General Motors; Özel araç piyasasındaki rekabet de ısınmaktadır. Ford geçtiğimiz günlerde aralık ayında kurulan ve otonom araç teknolojisi geliştirmeye odaklanan ARGO için yapay zekaya 1 milyar dolarlık yatırım yapmayı planladığını duyurdu. Araçlar için özerk özellikler sunan ve geliştiren en yeni şirket ise zaten Ford. Apple, Google ve Uber gibi teknoloji şirketleri aslında Audi, BMW ve Tesla gibi otomobil şirketleri ile rekabet etmektedir. Bununla birlikte yeni raporlar General Motors'un diğerlerini geride bıraktığını yazıyor. Bazıları General Motors'u bir vizyoner olarak görmektedir. 1956'da şirket; 1976'dan sonra kendi kendini süren araçları öngören bir müzikal kısa film üretti. General Motors bugün bu rüyasını gerçekleştirmiştir. Şimdi dünyanın ilk seri üretken sürücüsüz arabalarını yapmaktadır. General Motors'un sahip olduğu otoyollu araba bir başlangıçtır. Cruise'un Seos'u Kyle Vogt, bir blog yazısında şöyle yazdı: 'Onun özelliklerinde başka bir araba örneği bulunmamaktadır' dedi, Vogt sürücüsüz arabalar için; yazılım ve düzenlemelerin yürürlüğe girdiği, üretilmeye hazır ilk otomobil olduğunu vurgulamaktadır. Bu arada General Motors bu ilk otomobille ne kadar övünse azdır. New-York eyalet ile yaptığı anlaşma sayesinde, General Motors kısa süre sonra NewYork'ta kendi kendini süren araçlarını test eden ilk şirket olacaktır. Testler Arizona, San Francisco ve General Motors'un ana üssü Michigan'daki mevcut denemelerin ardında aşağı Manhattan'ın Geofencot bölümünde yer alacak. Açıkçası General Motor'un kendi kendini süren araçlarını rakip şirketlerin yakalayabilmesi için yapmaları gereken inanılmaz çok şeyler var.



Netflix; Yapay Zeka televizyonu da dönüştürebilecek mi? Binge izlerken Behemoth, Netflix yeni görüntüleme materyalleri öneren algoritmalar oluşturmak için devasa görüntüleyici tercihlerini bilgi havuzlarında biriktirmektedir. Bu algoritmalar daha sonra izleyenlerin en çok keyif aldıkları şeyleri öğrenmek için yapay zekayı kullanmaktadır. Görüntüleyenlerin bu veriye dayalı teklife bağımlı oldukları görülüyor. Netflix hergün ABD’de yaklaşık 12.000 abone ve dünyanın geri kalanından da günde 56.000 den fazla üye kazanmaktadır. Netflix ayrıca küresel bir sorunu çözmek için Yapay Zekayı kullanmaktadır. Bu da gelişmekte olan pazarlarda bant genişliği sorunlarıdır. Şirket bir videonun her karesini inceleyerek görüntü kalitesini düşürmeden gereken derecede görüntü sıkıştırma için yapay zeka algoritmalarını kullanmaktadır. Önceki teknoloji tüm akışı sıkıştırırken net olmayan görüntüler oluşturdu. Bu nedenle sıkıştırma düzeyini sahnenin içeriği ile eşleştirerek aksiyon dolu sahnelerin daha fazla bant genişliğinde yer almasını sağlamıştır. Dynamic Optimizer olarak adlandırılan bu yöntem daha düşük hızlarda akış kalitesini iyileştirmekle kalmaz aynı zamanda Hindistan, Güney Kore ve Japonya gibi gelişmekte olan pazarlarda olduğu gibi Netflix’i tabletler ve telefonlarda da görüntüleyen müşteriler için içerik düzenleme ve birleştirme olanağı sunar. Antartika gibi çok uzak yerlerdeki izleyicilere Netflix ve Chill izlemede sınırsız olasılıklar sunmaktadır.

Tommy Hilfiger; ‘Eğer geride kalırsanız yetişmek bir seçenek değildir.’ Tommy Hilfiger. Bu düşünce NewYork’taki NRF Big Show konferansında Tommy Hilfiger tarafından vurgulanmıştır. Tasarımcı, modanın hızlı hareket eden doğasını; şirket adının ve markasının rakiplerinin önüne geçme yollarını tartışmaktaydı. Bu düşünceyle Tommy Hilfiger yaratıcı sürecine yapay zekayı eklemeyi başlattı. Marka, geçtiğimiz günlerde IBM ve Fashion Institute Technolgy (FIT) ile ortaklığını duyurdu. ‘Re-imagine perakende’ projesi kapsamında FIT öğrencilerin bilgisayarlı görme ve doğal dil anlayışı ve özellikle moda verileri ile eğitilmiş derin öğrenme teknikleri dahil, IBM Research Yapay Zeka yeteneklerine erişim verildi. Bu araçlar daha sonra gerçek zamanlı moda endüstrisi trendlerini her Tommy Hilfiger ürünü ve pist imajının etrafındaki müşteri duygularını ve kalıplarını, silüetler, renkler ve stillerdeki temaları deşifre etmek için kullanıldı. Bu bilgi networkün diğer ucundaki öğrenci tasarımcıya gönderildi ve daha sonra tasarımlarında bilinçli kararlar vermek için değerlendirmesi sağlandı. Yapay zeka görüntü kaynağı FIT öğrenci tasarımcısı Grace McCartney, Tommy Hilfiger markalı yağmurluk ile IBM ve Tommy Hilfiger tarafından düzenlenen tasarım yarışmasını kazandı. Yarışmada öğrencilerin Yapay Zeka ve giyilebilir teknoloji kullanılarak Hilfiger’in ürün yelpazesinde yer alabileceğini düşündükleri bir ürün tasarımlarını istendi. Bu işbirliği moda tasarımında Yapay Zekanın muazzam potansiyelini vurgulamış oldu. Bu örnekte; Yapay Zeka yaratıcı süreci ortadan kaldırmak için kullanılmaz, süreci tamamlamak ve geliştirmek için kullanılır. (<https://blog.sprinklr.com/brands-great-use-artificial-intelligence/>) – (<https://www.toprankblog.com/2016/11/artificialintelligenc-5-brands/>)



Çin'in BT şirketleri; reklamcılık işini insan yaratıcılığını tamamlaması için yapay zeka araçlarıyla değiştirmeyi amaçlıyor. Alibaba Group Holding, saniyede 20.000 satır reklam çıktısı oluşturabilecek bir sisteme sahiptir. Pekin Üniversitesi'nden çıkan Founder Group, Japonya'da yaygın olan renkli ve genellikle kaotik el ilanlarının basımı için bir araç geliştirmiştir. Alibaba'nın ücretsiz yapay zeka metin yazanını kullanan tüccarlar ve pazarlamacılar, Taobao ve Tmall gibi Alibaba'ya ait e-ticaret sitelerinde reklam üretebiliyorlar. Müşteriler sistem bağlantılarını ürün sayfalarıyla beslemektedir. Reklamın ne tür bir kopyasını istiyorlarsa (örneğin promosyon, işlevsel, şiirsel, samimi) onu seçiyorlar. Alibaba'nın pazarlama kolu Alimama'nın genel müdürü Christina Lu, "Yapay Zeka'ya bağlı copywriter tarafından üretilen tüm içerikler; insan tarafından yaratılan geniş hacimli kaliteli içerik ile eğitilmiş derin öğrenim modellerinin uygulanmasının sonucudur" dedi. Esprit gibi tanınmış moda markaları bu sistemi daha önce kullanmıştır. Esprit'in Asya-Pasifik pazarı için e-ticaret sorumlusu Shaozhang Ding, aracın "ekipler için sık tekrarlayan ve sıkıcı metin yazarlığı olan iş yükünü azaltabileceğini" söyledi. Copywriter kullanan firmalar ürünlerde küçük değişiklikler yaptığı zaman tasarruf sağlamaktadır. Alibaba, düşük kaliteli işleri de yapay zeka ile çözümleyerek insanların daha yaratıcı görevlere konsantre olmasına izin veren çözümlere ulaşmıştır. Şirket, sistemi kendi dışındaki web sitelerinde kullanmak için sunmayı amaçlamaktadır. Bu arada kurucu Japon dijital yayıncılık şirketi Ascon ile yapay zeka prova değerlendirme sistemini geliştirmiştir. Japon süpermarketleri, eczaneler, giyim mağazaları ve diğer perakendeciler metin ve resimlerle dolu renkli kaotik el ilanlarını bu yöntemle kendileri yapma eğilimindedir. Yapay Zeka sistemi Japon perakendecilerin sık sık dağıttıkları el ilanlarını düzenleme yeteneğine sahiptir. Yapay Zeka kurucu sistemi Japonya şubesinin CEO'su Guan Xianghong "bu sistemle %50'ye kadar tasarruf yapabiliyoruz ve sistemimiz her gün öğreniyor. Olgunlaşan sistem üç yıl içinde kendi aracını 200 şirkete vermeyi umuyor. Bu sayı Japon yayıncı şirketlerinin yarısı demektir" demiştir. Çin, dünyanın en büyük üniversitelerinden birinde profesör olan Yapay Zeka ve finansal teknolojilerin üstünlüğü için küresel bir yarışa liderlik eden Steven White ile çalışmaktadır. (<https://asia.nikkei.com/Business/Companies/AI-toolsfromAlibaba-and-Founder-do-advertising-grunt-work>)

YAPAY ZEKA ÇAĞINDA BİR REKLAM AJANSI NASIL DEĞER KAZANIR?

İlginç zamanlarda yaşıyor olabilirsiniz! Ajans modelinin her yönünün zorlandığı bir dönemden geçiyoruz. Buradaki zorluk, pazarlamanın teknoloji tarafından sonsuza dek kesintiye uğratıldığı gerçeğinden kaynaklanmaktadır. Ancak bu durum ajans probleminin çok daha büyüktür. Ağustos 2011'den bu yana yazdığı ünlü Wall Street Journal makalesinde Marc Andreessen tarafından; niçin yazılım bütün dünyayı yutuyor sorusu soruldu ve her şirketin nasıl bir yazılım şirketi olması gerektiği vurgulandı. Vurguladığı şey donanım tabanlı yazılımdan, yazılım temelli bir ekonomiye ve yazılım şirketlerinin geleneksel ekonominin büyük boyutlarını ele geçirdiği ve daha geniş bir ekonomik ve teknolojik gelişim olacağına dair makro bir gelişmeden söz etti. Yapay zeka döneminin şafağı ile bir sonraki aşamaya geçmek üzereyiz. Google Brain'ın derin öğrenme projesi üzerine yoğunlaşan Baidu'nun eski başkanı ve önemli bilim adamı olan Andrew Ng; 'yapay zeka yeni bir elektrik akımı ve enerji akışıdır.' dedi. Her endüstriyi her şirketi ve her müşteri deneyimini dönüştürerek internette daha fazla büyüyeceğini öngörmüştür. Yapay Zeka mantrası her şeyi otomatikleştirecek ve bu da tüketiciler, işletmeler ve toplum için büyük sonuçlar doğuracak dedi. Bu Yapay Zeka döneminde ajanslar nasıl biçimlenecek bu önemlidir. 20 yılını ajanslarda harcayan birisi olarak ajansların müşterilere değer kattığına da inan-

yorum. Bunun müşteriler ve ajanslar için inanılmaz fırsatlar yaratacağına da inanıyorum. Bu konuda kurumların yapabilecekleri çalışmalar konusunda ciddi bir şekilde odaklanması gerekecek.

Belirsiz Bir Gelecek Sayısız araştırmacı ve düşünce kuruluşu Yapay Zekanın artılarını ve eksilerini analiz etmeye devam edecek. Bu zamanda şirketler dünyaya Yapay Zekanın neler yapabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte teknolojinin kendisi yapay zekanın yörüngesini belirlemede tek bir bileşendir. Ekonomi, hükümet politikası ve sosyal tutumlarda Yapay Zeka teknolojinin etkisinde rol oynayacak. Yapay zekanın geleceği belirsizdir ancak her gün hikayesinde yeni bir bölüm yazılmıştır.

KAYNAKÇA

<https://searchenterpriseai.techtarget.com/definition/AI-ArtificialIntelligence>

<https://cpsc.yale.edu/research/artificial-intelligence>

<https://www.expertsystem.com/artificialintelligence-softwaredefinition>

<https://www.techopedia.com/2/32102/tecnology-trends/3-amazing-examples-of-artificial-intelligence-in-action>

<https://becominghuman.ai/the-future-of-advertising-artificial-intelligence-creativity-522e969d194>

<https://blog.sprinklr.com/brands-great-use-artificial-intelligence/>

<https://www.toprankblog.com/2016/11/artificialintelligence-5-brands/>

<https://asia.nikkei.com/Business/Companies/AI-toolsfromAlibaba-and-Founder-do-advertising-grunt-work>

<https://www.techopedia.com/2/29264/trends/will-computers-beableto-imitate-the-human>

<https://www.business.com/articles/artificial-intelligence-advertisingtrends/>

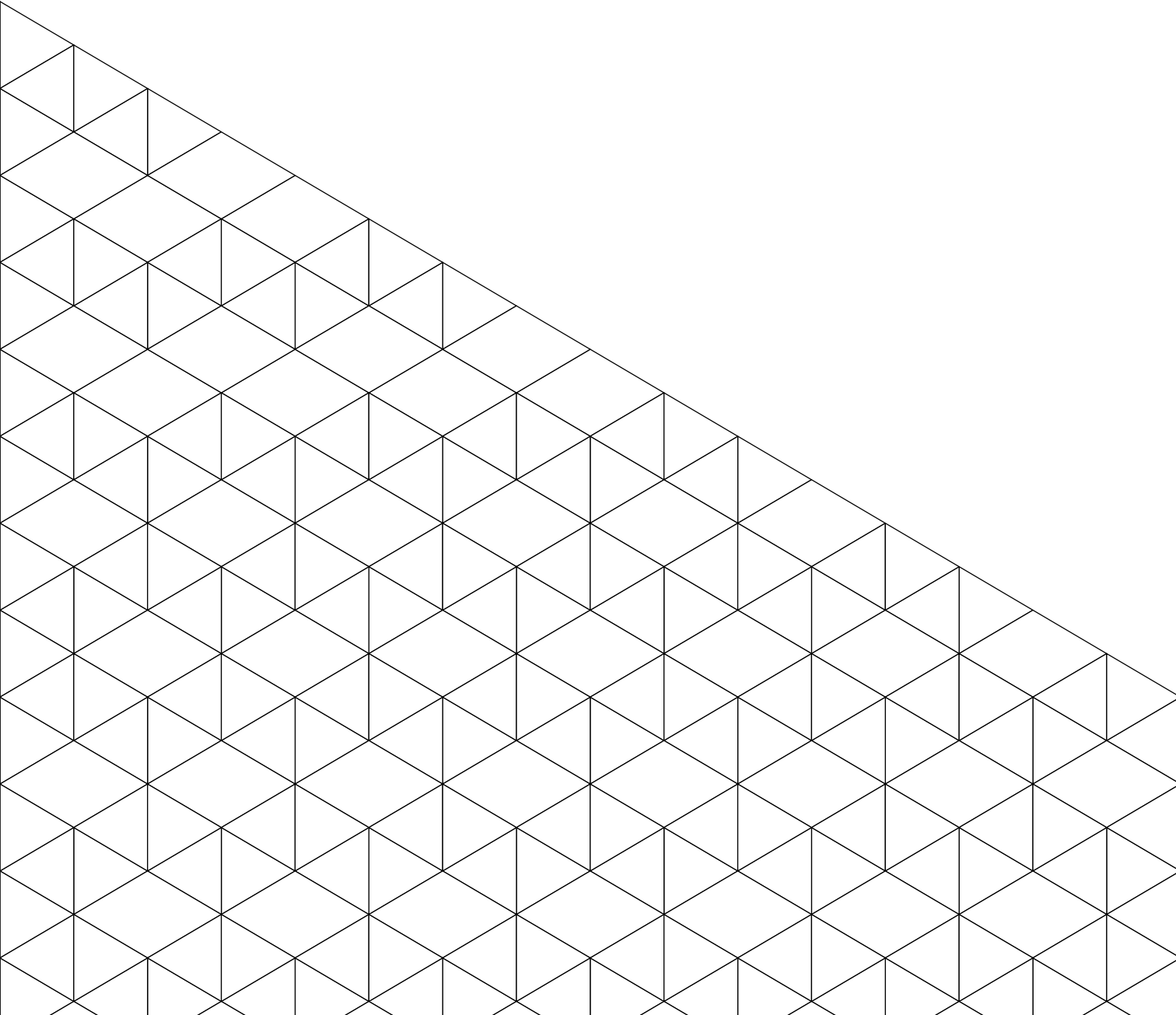
www.cloudpix.co/

<https://www.britannica.com/technology-intelligence>

<https://econsultancy.com/a-brief-history-of-artificial-intelligence-in-advertising/>

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ
3. SANAT VE TASARIM EĞİTİMİ SEMPOZYUMU
BİLDİRİLER KİTABI

GRAFİK TASARIM



Dijital Çağda Sanat Olarak Resimli Roman

Prof. Canan ATALAY AKTUĞ // cananatalay@comu.edu.tr

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Ana Sanat Dalı

Baran ALTUN // baranaltun17@gmail.com

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Ana Sanat Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi

ÖZET

“SYL2018-1382” No’lu Proje Koduyla Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Projeler Birimi tarafından desteklenen bu proje, Antikiteden günümüze çizgi roman ve fotoromanın sanat olarak gelişim sürecini belirlenen sanatçıların eser örnekleri üzerinden biçim ve içerik yönünden analizini yapmayı amaçlamaktadır.

Çizgi romanın çıkış tarihi The Yellow Kid (Sarı Yumurcak) olarak bilinmektedir. Aslında ilk örnekleri 11.yy da, ‘Bayeux Gobleni’ adlı çalışmaya dayanmaktadır. Bu durum, resimli romanın köklü bir geçmişe sahip olması ve sanat olabilirliğinin önemini göstermektedir. Bu tarzda üretilen çalışmaların eleştirmenler tarafından bant karikatürleri olarak adlandırılması zamanla değişim göstermiş ve resimli romana ilgi artmıştır.

Bu projede görev alan Baran ALTUN tarafından üretilen, Proje Uygulamaları çalışmanın ana bölümünü oluşturmaktadır. Proje, farklı mekan ve kentlerde, sinema, hikaye, fotoğraflardan esinlenilerek, tuval üzerine farklı malzeme ve tekniklerle (kağıt ve tuval üzerine asetat kalem, micron ve fırça kalem-

ler ve akriliklerle) resimli-roman türünde ortaya çıkartılan örneklerin yapılış süreçlerini içermektedir. Baskı teknolojisinin yoğun olarak kullanıldığı çizgi roman çalışmaları, dijital olanakların üretim kolaylıkları, bu tekniğinin etkilerini tuval üzerine arayan sanatçılar için yeni form ve anlatım zenginlikleri sağlamaktadır. Dijital çağda, çok daha fazla kitleye ulaşabilen resimli romanın üretim olanaklarına alternatif, tuval üzerinde kalemlerle yapılan çalışmaların sürekliliği ve sanat olarak değeri bu projede tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çizgi Roman, Resimli Roman, Dijital Kaynaklar, Tuval Resmi

GİRİŞ

Resimli roman bir öyküyü art arda gelen, çerçevesiz paneller ve çok az yazıyla anlatan romanlardır. Sanat olabirliğini geçmiş dönemlerden günümüze kadar süregelen tarihi belgelerden izlenebilmektedir. Çok eski dönemlere bakıldığında; toplumların yaşayışları, yaşadıkları coğrafyanın özellikleri, yaşama biçimlerini, mağara duvarlarında, resimli vazolarda, işlenmiş halılarda seri olarak yansıtmışlardır. Resimli romanların evrimini mağara resimlerinde başlatılıp Resimli romanların geçerli bir sanat formu olduğu fikrini, yansımasını, Mısır, Yunan ve Roma karikatürü üzerinden, Bayeux Gobleni örneğiyle Orta Çağa kadar götüren önemli çalışmalarda görebilmekteyiz. Amerika kökenli olduğu var sayılsa da asıl çıkışı Bayeux Gobleni'ne dayanmaktadır. Resimli Romanın tarihsel yaklaşımın Bayeux Gobleni'nin çizgi romanın önemli bir öncüsü olduğu ve hatta çizgi roman olarak tanımlanabileceği görüşü hâkimdir. 1070 yılında sipariş edilmiş Norman Romanesk'in başarısını konu alan yetmiş metre uzunluğundaki keten üzerine renkli dikiş nakış işi, Norman fethinin hikâyesini sözlerin ve ardışık imgelerin birleşimiyle tekrarlanan karakterler ve konuşma balonları bir hikâyeyi anlatarak anlamlı bir biçimde çizgi roman olduğunun göstergesidir.



Resim 1: Odo, Bayeux Gobleni, Keten Üzerine Dikiş Nakış İş, (1064-1066), Bayeux Halı Müzesi

Bayeux Gobleni, çizgi romanın türünün en önemli öncüsüdür. Çizgi roman olarak tanımlanabilmesiyle, resimli hikâyenin de başlangıçlığını yapmaktadır. Eseri incelediğimizde art arda gelen figürlerin belirli bir konu çerçevesinde, olayların oluş sırasında göre farklı mekanlarda geçen hikayesi işleme tarzında yapılmıştır.

Bütün toplumlar ekonomik, siyasi ve sosyolojik evrimler geçirir. Bu evrim süreci toplumların yaşayışını belirleyen bir süreçtir. Bu da tarihi oluşturur. Sosyolojik evrim süreci ne şekilde gelişirse gelişsin, yansımalarının en direkt ölçülebileceği alan popüler kültürdür. Popüler kültür toplumların yaşayışlarını, alışkanlıklarını, bilinç düzeylerini gösteren önemli bir sosyoloji ve tarih malzemesidir. Kısaca popüler kültür bir toplumun sosyolojik takvimidir. Toplumumuzun tarihsel devinimi içinde popüler kültürün, popüler kültürün içinde de çizgi romanın önemli yeri vardır. Bu yüzden, unutulmaya yüz tutmuş bu toplumsal malzemenin araştırılması yakın geçmişimizin algılanmasında önemli bir veri elde edilmesini sağlar. Çizgi roman her şeyden önce bir sanattır. Edebi yönü de olduğundan yazın hayatımızın olgunlaşmasında payı vardır. Sonuçta görsel bir malzemedir. Bu yüzden sinema ve gösteri dünyamızı beslemiştir. Nihayet bir yayın ürünüdür ve bu özelliğiyle basın-yayın sürecinin hem sektörlere hem de kurumsal sürecine önemli katkılarda bulunmuştur. Teknolojinin gelişmediği dönemde halkın en çok ilgisini çeken resimli romanlar olmuştur. Çizgi romanlar toplum tarafından popüler kültür aracı olmuş, insanlar arasında karşılıklı duygu, düşünce paylaşmaya olanak sağlamıştır. O dönemlerde tüketim günümüzdeki kadar hızlı olmadığından insanlar çok sayfalı çizgi romanları günlere yayarak okuyordu. Ancak belli bir kalitenin üzerindeki ürünlerin alıcı bulduğu dönemlerde, okuma alışkanlığı da günümüzle kıyaslanmayacak kadar çoktu. Çizgi roman insanların hem görsel kurgusal ihtiyaçlarını hem de okuma isteklerini karşılıyordu. Bayeux gobleni örneğinden sonra sanatçıların resimli romanlara yönelimleri olmuştur. Leonardo Da Vinci'nin not defterindeki karikatürleri; William Hogart'ın resim ve yazıyı birleştirerek dönemin toplumunu eleştirmesi özellikle gravürleriyle grafik romanların öncüsü olması; Almanların Max und Moritsi, Amerika'da The Yellow Kid gibi yaratıcı çalışmalarla resimli romanlar günümüze kadar çeşitlenerek yaygınlaşmıştır. Resimli romanın önemli bir sanat aracı olduğunu görebilmekteyiz. Ne kadar eleştirmenler tarafından sanat formu olarak kabul edilmese de zamanla oluşumu, toplumların kendini bulup yaşayışlarını aktarması gerçek bir sanat formu özelliği taşıdığına göstergesidir. Nasıl masal bir sanat ise orada kahramanlar yaşlanıp ölmüyorsa, resimli romanlardaki karakterler yaşlanıp ölmez.

Dijital çağda resimli romanların popüler kültürle harmanlaşmasını, sinema ve çizgi romanlar üzerinde görebilmekteyiz. Toplumların siyasal, sosyal, ekonomi yapılarının çizgi romanlar ve çizgi roman karakterlerinin sinema sektöründe de öne çıktığına tanıklık etmekteyiz. İleriki çağlarda baskı tekniklerinin gelişimi çizgi romanın basılı görsel format haline gelmesini sağlamıştır. Endüstri devrimi ile yolu açılan kitle kültürü bu yeni popüler kültürün çağını başlatacaktır. Çizgi roman savaşın yoğun olduğu dönemde geliştirildi. Toplumlar üzerlerindeki baskıyı atmamak için bu formatın gelişmesinde katkıda bulundu. Bir kahramana ihtiyaç vardı bunlar; Süper adamlar, halkın yanında bulunup kötülüklerden koruyan kahramanlar yazılıp çizildi. Zamanla toplumların ilgisini çeken bu basılı görsel kahramanlar herkesi tarafından okunmaya ve bilinmeye başlandı. Ne kadar sanat olmadığını eleştirilse de zamanla gerçek bir sanat formu oldu. Jerry West çizgi romanın sanat olabilirliği hakkında düşüncelerini şöyle dile getirmiştir; “Gerek okurlar gerekse koleksiyoncular, çizgi romanı zamanın ötesinde olmasından dolayı çekici bulur. İster gözde çizgi roman karakterlerinin serüvenlerini okumakla geçirdikleri değerli hafta sonlarını, ister önlerine yeni bir dünya açan sihirli çizgi romanı ilk kez almalarını, isterse basit bir hikâyeye sayesinde kendi hayat tecrübeleriyle bağlantı kurmalarını hatırlasınlar. İnsanlar için çizgi romanı değerli kılan şey, renkli sayfalarında dünyayla ilgili merakı giderme ve hayal gücünü harekete geçirme becerisidir. İnsanlar bu geniş kültürel çeşitliği yüceltmek için çizgi roman kitaplarını ve çizgi roman çizimlerini toplarlar. Bazıları tarafından “Popüler Kültür” ya da “Eğlence Kültürü” olarak nitelendirilseler bile, başka birçok kişi onları Amerikan Ruhunun gerçek bir yansıması olarak görür.”¹ West yazısında; sanat dünyası ile çizgi roman dünyası arasındaki duvarı yıkıp geleneksel mesafeyi, bir sanat formu içerisinde bütünleştirip somutlaştırır.

¹ Jerry West, “Introduction”, *Comic Books and Comic Art* (New York: Sotheby's, 1989), 9. Alıntılanan: Bart Beaty, *Sanat Karşısında Çizgi Roman*, (çev. Nurettin Elhüseyni), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 2017, s.179.180

Dijital çağda, teknolojinin gelişmesinden dolayı daha çok yaygınlaşıp çeşitlenmiştir. Öncü olan yazar ve çizerler formun gelişmesinde ön ayak olmuşlardır. Örnek verecek olursak; Art Spigelman'ın Maus'u resimli roman ve sanat gücünü gösteren önemli örnekler arasındadır. Eser II. Dünya Savaşının birçok detayının ve kedi-fare kovalamacasının belki de en iyi anlatıldığı belgesel bir başyapıttır. Sanatçı, romanda Nazileri kedi, Yahudileri fare ve Polonyalıları ise domuz olarak çizmiştir. Baba Spiegelman'ı sakladığı yerden çıkıp yiyecek aradığında ki bu çok tehlikeli ve tam da bir farenin yiyecek arayışını anımsatır domuz maskesi ile görürüz. Art Spigelman, yaşadıklarını çizime aktarmadan önce babası ile yaptığı konuşmaları kaydetmiş, sonrasında çizim aşamalarına başlamıştır. Resimler kısa bir süre sonra dergide yayımlanmıştır. Çalışmaları, ABD'ki çizgi romanlara göre siyah-beyazdır. Savaşın kendisinde yarattığı tramvayı siyahın tonları ve keskin hatlarla yansıtan sanatçı, yaşayıp çizgi romana dönüştürdükleri bir kurgu olmayıp yaşamın kendisini aktarmıştır.

Eserin gücü; Pablo Picasso'nun Guernica'sı gibi tek resimde ard arda gelmiş olayların tekrar eden görüntüleri olarak savaş yeniden yaşanıyor izlenimi içinde resmedilmiştir. Maus'ta sıralı panellerle olayın aktarım gösterilmesinde yansıtılan ustalıklı resimli romanın sanat formu haline geldiğini görebilmekteyiz.



Resim 2. Art Spigelman, Maus'tan Paneller, 1968

Dijital Çağda Resimli Romanın Sanat olabildiğini kurgu ve görsellerle vurgulayan çizerlerin, sanata değerler katarlar. Resimli romanlar konu bakımından savaş, eğlence, mutluluk, sevinç, insanlar, konuşan bitkiler, hayvanlar ve nesnelere toplumun yapısını art arda gelmiş paneller ve metinlerle bizlere göstermişlerdir. Yazarların metinleri, çizerlerin çizim ve öyküleri, form tarihini daha eski çağlardan günümüze değerlendirmiştir. Çizgi roman, fotoroman çizerleri ve yazarlar resimli romanların toplum yapısını, geçmişte yaşanmış olayları tarihi görsel verilerle bizlere sunmuştur. Ayrıca çizerlerin bu sanat formunun oluşturmasında geçmiş ile günümüz arasında köprü görevi görmesi sanata olabildiğini göstermiştir. Sanatçıların farklı kıtalardan ortak bir form odağında olmaları, kendi toplumsal olaylarını resimli romanlar aracılığıyla geniş kitlelere ulaştırdıkları görülmektedir.

Richard Fenton Outcault (1863-1928)

Karikatürist Richard Fenton Outcault, sevimli çocuk Mickey Dugan'ı ilk önce, 1894 yılında çizdiği "Hogan's Alley" adlı siyah beyaz karikatürde bir yan karakter olarak sunmuştur. Hogan's Alley, New

York'un bir kenar mahallesinin adıdır. Yoksul insanların geçim kavgasını ve kötü yaşam koşullarını bir çocuğun diliyle New York World okurlarına yansıtmıştır. Mickey Dugan, gazetenin Pazar ekinde 5 Mayıs 1895 tarihinden itibaren çizgi romana dönüştürmüştür. Outcalt, çizgi romanın bu ilk örneğinde, yarattığı karakter Mickey Dugan'ı başrole taşımıştır. Adını değiştirerek 1992 yılında, The Yellow Kid olmuştur.



Resim 3 Richard Fenton Outcault, Sarı Çocuk, 1896

Bill Finger (1914-1974) ve Bob Kane (1915-1998)

1939'da National Comics'in süper kahramanı Superman in Action Comics'in başarısı yayıncılardan benzer kahramanlar yaratmalarını istedi. Buna karşılık, Bob Kane Batman'i tasarladı. Bill Finger karaktere ipucular vererek yerine maske katma, vaz kanatlar, eldiven ekleme ve orijinal kostüm kırmızı bölümlerini silme gibi bazı öneriler sundu. Bill Finger ile beraber ortak karakter olan Batman, daha çok Bob Kane'in ön planda olduğu bilinmektedir. Bill Finger'in torunu Athena Finger yayınlanan bir basın açıklaması karşısında şunları söyledi: "75 yıllık Batman! Büyükbabam Bill Finger'in Bob Kane ile 1939'da iş birliği yaparken kültürel bir simge haline gelmiş olan bu çizgi roman kahramanının uzun ömürlülüğünü ve devamlılığını önceden tahmin edemezdim. Büyükbabamın hiçbir zaman bu filmin ortak yaratıcısı olduğu söylenemezdi. Batman, çizgi romancılık endüstrisinde açık bir sır niteliğini taşımakta ve halen bilinmektedir. Şimdi benim gölgelerden çıkıp konuşup en büyük kusurundan dolayı olağanüstü yeteneğini savuşturamamış olan dedemin sömürsünü 75 yıl boyunca bitirme zamanı geldi. Gerçek bir sanatçının kötü muamelesine devam edildiğini düşündüğümünden dolayı şu anda haklarımı keşfediyorum ve dedemin hak ettiği tanınmayı en iyi nasıl yapacağımı düşünüyorum."²

1939'dan beri birçok insan bu amaçla heyecanlanma şansını yakaladı, ancak Bob Kane tarafından yaratılan ve yaşatılan illüzyonu onlarca yıldır daha fazla insan yaşıyor. O yıllar boyunca hiç kimse Bill Finger yazarının potansiyel yazarlığı hakkında bir şey öğrenmek istemedi. Bob Kane Batman'i yaratırken üç ana etki vardı. Küçükken film tutkun olan Bob ilk önce Zorro'dan etkilendi. Geceleri bir nöbetçi oldu. Gözleri yırtık bir mendil maskesi takarak kendini gizleyecekti. Evinin altındaki bir mağaradan çıkan siyah bir atın üzerinde çıktı. Batcave ve Batmobile'in ilham kaynağı oldu. İkinci etki, gördüğü bir Leonardo da Vinci kitabıydı. Kitap, uçan bir makine de dâhil olmak üzere çok sayıda buluşu vardı. Büyük yarasa kanatlı kızak benzeri bir araçtı. Üçüncü ilham, yarasa bir kötü adam olan The Bat adlı sessiz bir gizemli filmi. Filmin ortasında, benim Batsignal gibi bir sopayla bir arama ışığı vardı. Yarasalardan korkan, ama temsil ettikleri kötülükle de onlardan çok etkilendi ve böylece Batman'i yaratmıştır.

2 Rich Johnston, <https://www.bleedingcool.com/2014/05/07/bill-fingers-family-respond-to-dc-comics-all-good-with-finger-and-his-family-statement/>, (05.11.2018)



Resim 4: Alex Raymond, Şahin Adam, 1938



Resim 5: Bob Kane, Kuş Adam, 1938



Resim 6: Karanlık Şövalyesi, 1934



Resim 7: Bob Kane, Batman, 1939

Böylelikle çizir Bob Kane, yazar Bill Finger'e ait olan adım adım büyüyen kahraman; Zagor, şahin adam, kuş adam ve karanlık şövalyesinden etkilenerek kahramanlarını ortaya çıkarttılar. Bu süreçte hikâyesi Bill Finger'a ait olmasına rağmen Bob Kane daha çok öne çıktı. Bob Kane bir yazısında. "Hayalet bir yazar ya da çizir olmanın dezavantajı herhangi bir kredi almadan anonim olarak kalmanızdır. Eğer birisi kredi almak istiyorsa, diğeri hayalet olarak kalmalı ve öncü, yenilikçi olmaya devam etmelidir".³ Bob Kane, Batman' in yaratıcısı olarak sadece kendisinin isminin geçeceği bir anlaşma yapmıştı ve Bill Finger yaşadığı müddet boyunca hiçbir zaman yaratıcı sıfatını çizgi romanlarda göremedi.

Roy Lichtenstein (1923-1997)

Roy Lichtenstein eserlerini Pop Sanat değil, Amerikan tarzı endüstriyel çizim olarak adlandırırken, ilk eserini 1956 yılında Amerika doları üzerine yapmıştır. "Ten Dollar Bill" isimli çizimde on dolarlık banknot görülürken, kübizm etkilerin görülmesi ve taş baskı ile basılması ve de sanatçının pop art çalışmalarının öncülüğünü yapması açısından önemli olmuştur. 1950'de New York'ta ilk sergini açan Lichtenstein'in çizimlerinde 1957 yılına kadar Kübist ve Dışavurumcu bir eğilim ön plandadır. Yine bu dönemler New York'ta oldukça yaygın olan soyut dışavurumculuk akımına doğru kayan sanatçı, nesneden ziyade daha çok şekil ve renklere ağırlık vermiştir. Asıl çıkışı ise 1960'lı yıllarda olurken Pop Sanat dönemi, 1961 yılında oğlu elinde Mickey Mouse çizgi romanıyla babasına bahse girerim ki baba

³ E.N, http://www.cizgikafe.com/2016/09/yarasann-dogusu-bir-bob-kane-ve-bill_3.html, (05.11.2018)

sen bu kadar iyi boyayamazsın diyerek babasının aklını çelmiştir. Ve böylelikle, Lichtenstein aynı yıl içinde tanınmış çizgi film karakterlerinin renk ve formlarını değiştirerek altı resim yapmıştır. New York'ta sergilediği bu çizimleri koleksiyoncular satın alırken devamında spor ayakkabı, sosisli, golf topları, ev içi gibi nesnelere çizmeye devam etmiştir.⁴



Resim 8: Roy Lichtenstein, Boğulan Kız, Karışık Teknik, (171x169cm)

1963, New York Modern Sanat

“Lichtenstein renkli noktalardan ve kapalı konturlardan oluşan bu kompozisyon diline mükemmel hakim olduğunu ve çizgi roman teknolojisinden resim sanatının pekala bir şeyler öğrenilebileceğini kanıtlar. Magazin kültürünün topluma sel gibi akan ürünleri karşısında sanatçılar çelişkili konumlara düşmekten kurtulamamıştır. Lichtenstein anonim çizgi roman kahramanlarını tuvaline aktarırken onlara sanatsal bir yücelik kazandırmış, kitle kültürünün ürünlerini tekilleştirmiş ve yine de resimlerine imzasını atmayı reddederek onların kitlesel ve anonim karakterini ön planda tutmuştur.” (Krausse., 2005 s.115) 1963-1964 yılından sonra artık Roy Lichtenstein’in sembolü olan ve Benjamin Henry Day’in yarattığı gölgeli noktacık Benday Dots, Türkçesiyle Benday Noktacıklarını ilk kullanan kişi olmuştur. Lichtenstein’in stilini bir adım öne çıkaran Benday Noktacıklarıyla beraber özgünlüğünün diğer kaynağı da resimlerine konuşma baloncuğu eklemesiyle olmuştur. Resimlerindeki Benday Noktacıkları, konuşma balonları, yazı karakterleri, boyutları ve renklerini kullanımı kendine özgü yepyeni bir anlatım zenginliği ortaya koymaktadır. Kendinden sonrası dönem için de çizgi roman kültürü oluşturmuştur.

Takashi Murakami (1962-...)

Murakami 1990’lı yıllarda “Superflat” ismini verdiği hareketle ve aynı isimde düzenlediği paradigmatik sergiyle geleneksel Japon sanatını, çağdaş Japon görsel kültürüyle bağdaştırmıştır. Çalışmaları resim, heykel, çizim, animasyon üzerinedir. Ayrıca Louis Vuitton gibi markalarla da iş birliği yapmaktadır. “Japon toplumu sanat ve ticaretin iç içe geçtiğini kabul ediyor ve aslında Batı hiyerarşisinin yüksek sanatındaki kalıplaşmışları ve gösterişçiliği daha şaşırtıcı bir görünüme gelmektedir.” Takashi Murakami’nin resimleri, heykelleri ve balonları sevimli çizgi karakterlere referans verdiği için renkli, etkileyicidir. Japonluk portresini içten dışa inceleyerek ve Batı sanatının derin anlamlarını entegre ederek oluşturduğu yapıyla sanat dünyasında bir devrim yaratmıştır.

⁴ Cansu Altış, <http://birgunbiryerde.blogspot.com.tr/2014/10/cizgi-romanda-pop-art-devrimi.html>, (05.11.2018)



Resim 9: Takashi Murakami, 500 Arhats, 2013 Mori Sanat Müzesi, (303x1000m) Tokyo, Japonya



Resim 10: Takashi Murakami 48 Arhats, Kırmızı Demon ve Mavi Demon, 2013, (3000x5000cm) Tuval üzerine akrilik, altın ve platin.

500 Arhats adlı eser 100 metre uzunluğundadır. Budist varlıklar olan kutsal hayvanlar ve Arhatları tasvir edilmiştir. Arhatlar: Buda'nın aydınlanmış öğrencileri olarak düşünülüyor. Arhatlar, Japonya'yı iyileştiren ve rahatlatan insanlar, Budist rahiplerin efsanevi bir grubuydu. Resim arhatları ayrıntılı bir şekilde gösterir. Arhatlar'a olan inanç Heian döneminde 8-12. Yüzyıl Japonya'da popülerleştirdi ve Edo döneminde 17-19. Yüzyılda gelişti. Murakami'nin büyük resmi, gökyüzü yönlerine egemen olan Çin mitolojik tanrılarına göre dört bölüme ayrılır; batıdaki beyaz kaplan, kuzeyin siyah kaplumbağası, doğudaki mavi ejderha ve güneydeki vermilion kuşu anlatılmıştır.

PROJE UYGULAMALARI

“SYL2018-1382” No’lu Proje Koduyla Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Projeler Birimi tarafından desteklenen bu proje, bir tiyatro gösterisinin skecinden elde edilen fotoğraflar, izlenen bir filmde alınan film görselleri, yaşamda edinilmiş arkadaşlıklar ve kent fotoğraflardan yararlanılarak tuval üzerinde resimli roman tarzında kalemle ve fırça ile yapılan uygulamaları kapsamaktadır. Bu projede görev alan Baran ALTUN tarafından üretilen, seri proje çalışmaları çalışmanın ana bölümünü oluşturmaktadır. Proje, farklı mekân ve kentlerde, sinema, hikâye, fotoğraflardan esinlenilerek, tuval üzerine farklı malzeme ve tekniklerle (kâğıt ve tuval üzerine asetat kalem, micron ve fırça kalemler ve akriliklerle) resimli-roman türünde ortaya çıkartılan örneklerin yapılış süreçlerini içermektedir. Dijital çağda, çok daha fazla kitleye ulaşabilen resimli romanın üretim olanaklarına alternatif, tuval üzerinde kalemlerle yapılan çalışmaların sürekliliği ve sanat olarak değeri bu projede ele alınmıştır. “Gelişimin başından itibaren dijital teknolojinin etkisiyle resim, çizim ve heykel gibi geleneksel, sanatsal faaliyetler dönüşüm geçirmeye başlamıştır ve dijital teknolojilerin kullanılmasıyla ortaya çıkan işler sanatsal uygulamalar olarak kabul görmeye başlamıştır. Dijital teknoloji ucuzlayıp daha kolay erişilebilir ve kullanılabilir bir konuma gelince, bazı gibi saygın sanatçıları da onu kullanmaya başladılar. Richard Hamilton, “Günümüz Evlerini bu denli Değişik ve Çekici Kılan Nedir?” Adlı Pop Art kolajını, 1986’da bilgisayar grafik programı Quantel Painbox sistemini kullanarak yeniden yarattı. Tarayıcıdan alınan çıktılar ve dijital fotoğraflarla oluşturulan bu yeni versiyona Günümüz Evlerini bu denli Değişik Kılan Nedir? Adını verdi. 2009’da, David Hockney, mini sanat eserleri üretmek için ilk kez yeni iPhone’unu kullandı ve iPhone ve yeni medya aygıtlarının sanat üretmek için kabul edilebilir mecralar olduğu fikrini yayınladı.” (Hodge, S., s. 202)

Baskı teknolojisinin yoğun olarak kullanıldığı çizgi roman çalışmaları, dijital olanakların üretim kolaylıkları, bu tekniğinin etkilerini tuval üzerine arayan sanatçılar için yeni form ve anlatım zenginlikleri sağlamaktadır.

Proje I: Dejan Dukovski'nin Barut Fıçısı Adlı Oyunun Resimli Roman Olarak Yorumlanması

1970'li yılların, sanat, sosyoloji ve felsefe birlikteliğini su yüzüne çıkarıp, edebiyat, görsel sanatlar, sinema ve tiyatro sanatına yansımalarını incelemek, şimdiki zamanda hatırlanması değerlere nostaljik ve ironik bir çehre kazandırmak, bunu için çizgi roman ve fotoroman arası resimsel bir alan yaratma arzusu duyulmuştur. Bu seride, Erzurum Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sahne Sanatları Bölümü öğrencilerinin oynadığı Dejan Dukovski'nin yazdığı Barut Fıçısı oyununun hazırlık aşaması ve gösterim sırasında çekilmiş olana fotoğraflardan yararlanılmıştır. Oyundan belirli sahnelerin fotoğraf çekimleri yapılarak bunlar arasından seçmeler yapılmıştır. Ön çizim taslaklar hazırlanarak, dikey-yatay formatında paneller oluşturularak tiyatro oyunundan belirlenmiş olan hareketler tuval üzerine aktarıldı. 1970'li yılların sosyal ortamın, 2010'lu yılları yaşayan, günümüz Türkiye'si gençliğinin hayata bakışını, sarıldığı değerlerini, özlemlerini görünür kılmak, kırk yıllık zaman farkını anlamlandırmak üzere bir dizi fotoğraflar çekilmiş, senaryosu, replikleri boş baloncuklara yerleştirilmiş, alımlama estetiği ve dekonstrüksiyon yöntemi adapte edilmiş bu fotoğraflarla resimsel mekân kurgulanmıştır. Yapılmış olan çalışmalar başlangıçta, yaşanan çevre arkadaş grubu ile sınırlandırılmış, daha sonra bedeni, sözü, gör-selliği, dramayı birleştiren tiyatro bölümü öğrencilerinin keçe çalışmalarından çekilmiş fotoğraflardan faydalanarak varsayımsal bir senaryo kurgulanmış, barok atmosferde geçen ortamda akla gelebilecek her tür durumu yansıtılmıştır. Amaca en uygun resim tekniği olarak, tuval üzerine, akrilik ve keçeli kalem tercih edilmiştir. Yatay dikdörtgen formatında 80x130 cm. boyutlarında olan tuvaler, yanyana geldiklerinde devasa boyutlarda çizgi roman sayfaları olarak düzenlenmiştir.



Resim 11: Baran Altun, Resimli Roman, T. Ü. Karışık Teknik (180x260cm), 2014

Proje II: Sin City (Günah Şehri) Filmini Konu Alan Resimli Roman Çalışması

Hareketli olan bir sanatı; durağan, art arda gelen çerçevesiz panellerle dönüştürmek iki sanat arasındaki ilişki kurgulanmıştır. Sin City (Günah Şehri) filminde esinlenerek sinema ve resim arasındaki ilişkiyi durağan hale getirildi. Robert Rodriguez ve Frank Miller'ın beraber yönettiği günah şehri filmi Frank Miller'ın aynı adı taşıyan efsanevi çizgi roman öyküleri sinemaya uyarlanmasıyla gerçekleşmiştir.



Resim 12: Baran Altun, Resimli Roman 1,2,3, Sin City (Günah Şehri), T.Ü. Keçeli Kalem ve Akrilik Boya, (50x50) cm, 2016

Günah Şehri filminde renkler genelde siyah beyaz şeklinde gösterilir. Renkler; insanlar ve toplumlar üzerinde farklı anlam ve inanışlara sahip. Mesela uzak doğu da beyaz ölümü, siyah ise hayatı simgeler.



Resim 13: Baran Altun, Resimli Roman 4,5, Sin City (Günah Şehri), T.Ü. Keçeli Kalem ve Akrilik Boya, 2016

Yaşanılmış ve çizilmiş olan Günah şehri, hareketli olan bir filmi devasa boyuta çerçevesiz panellere dönüştürülmesi çalışmanın ana nedenidir. Ana film karakteri Marv (Mickey Roucke) siyah beyazın hâkim olduğu panellerde; Marv siyah üzerine beyaz yara bantları şehirde yaşadığı zorlukları, kötülükler karşısında halen ayakta kalabilmeyi göstermektedir. Hayalleri ve sevdikleri için uğraştığı zorlukları gösterir.



Resim 14: Baran Altun, Resimli Roman 6,7,8, Sin City (Günah Şehri), T.Ü. Keçeli Kalem ve Akrilik Boya, (50x50) cm, 2016

Günah Şehri filminde renkler genelde siyah beyaz şeklinde gösterilir. Renkler; insanlar ve toplumlar üzerinde farklı anlam ve inanışlara sahip. Mesela uzak doğu da beyaz ölümü, siyah ise hayatı simgeler.



Resim 15: Baran Altun, Resimli Roman 9,10,11,12, Sin City (Günah Şehri), T.Ü. Keçeli Kalem ve Akrilik Boya, 2016

Amaca en uygun resim tekniği olarak tuval üzerine keçeli kalem ve akrilik boya tercih edilmiştir. Kare formatında sekiz tuval 50x50 cm, iki tuval 70x80 cm, iki tuval 60x80, iki tuval 60x60 olmak üzere toplam ondört tuvalden oluşur. Bu paneller birleştiğinde devasa boyutlarda 200x260 cm resimli roman sayfaları olarak düzenlenmeye olmaları için bu şekilde tercih edilmiştir.

Proje III: Yaşamdan Kesitler-Resimli Roman

İnsanoğlu hayat serüveninde sürekli çeşitlenen ve yenilen bir yaşam sürmektedir. Bu yaşam farklı toplumların ekonomi, siyasi ve sosyoloji gibi dalları yaşam boyu bir evrim içerisinde gelişmektedir. Bir bireyin yaşadığı şehrin sosyo-kültürel yapısı, insan davranışları, mevsimsel özellikler gibi etmenler kişi üzerinde değişim ve gelişim katar. 2010 yılında bu yana değişen yaşanılan şehirler, değişen edinilen arkadaşlıklar, farklılaşan zaman, bu geçen süreç içerisinde resimsel bir alan yaratma arzusu duyulmuştur. Bu resimsel alan Erzurum'da başlayıp İstanbul ve Çanakkale ile devam eder. Yaşanılan sekiz yıl, farklı üç şehir, oluşan ve gelişen karakter, yaşamdan kesitler oluşturulmuştur. Geçen zaman ve hayata yer edinmiş kişiler, kişilikleriyle görsel unsur oluşturan karakterler değişen ve geçen zaman içerisinde hayatın bir parçası olabilmektedir. Yaşamda yer edinmiş karakterler üzerinde çizgi roman ve fotoroman arası resimsel bir alan yaratma arzusu duyulmuştur.



Resim 16: Baran Altun, Resimli Roman, Yaşamdan Kesitler, Erzurum, İstanbul, Çanakkale (180x280), Sentetik Tuval Üzerine Keçeli Kalem ve Akrilik Boya, 2018

SONUÇ

Sonuç olarak; 20. Yüzyılda Dijital Çağda Resimli Roman yapısal olarak sanat camiası tarafından dışlanıp eleştiri odağında oluşu, zamansal evresi gösterilmiştir. Resimli romanın geçmiş dönemlerde Comics yani komik anlamını taşıması, sadece mizahi yönünden var olması sanat camiasında değeri düşürülmüştür. Zamanla grafik novel (grafik roman) oluşu, resimli romanın sanat dünyasındaki ifade gücünü, basamak basamak yükselişini göstermektedir. Çizgi roman bir sanattır ve özünde taşıdığı çarpıcı ayrımların, karşıtlıkların öne çıkardığı yalın bir espriye sahiptir. Kısacası çizgi roman yaratıcıdır ve bu projede yapılan uygulamalarla sürekli üreten bir sanatçı adayı olarak, kendimi ifade etmenin en önemli ve güçlü anlatım formu olarak esin aldığım bir zenginlik kaynağıdır.

Gombertz, “Sanatçı gibi Düşün: ve Daha Yaratıcı, Daha Verimli bir Hayata Kavuş” adlı kitabında, yapay zekâyla, bilgisayar bitleriyle, baylarıyla görünmeyen rakamlarla ve siber-ağlarla günlük hayatlarımızın ele geçirmeye çalışan dijital çağın araçlarının, günü geldiğinde iş hayatlarımızı da ele geçirmeye başlayacakları konusunda bizi uyarır. “karmaşık algoritmalar kullanan bilgisayarlar ve nano yazılımların bir zamanlar sadece bir insanın ve iyi bir eğitimin üstesinden gelebileceğini düşündüğümüz sorumlulukları üstlenmeleri kaçınılmaz gibi görünmekte olduğunu ayrıca vurgulamaktadır. Özgürlüklerimizin erozyona uğramasından, yaşamlarımızın böyle istila edilmesinden ötürü kendimizi, tehdit altında hissettiğimizi, vereceğimizi en iyi yanıtın da dünyada hiçbir bilgisayarın beceremeyeceği bir şey

yapmak olduğu konusunda umut verir. Bunun da hayal gücümüzün, imgelememizin üretim yapması ve meyve vermek olduğudur. İçinde bulunduğumuz dijitalize olmuş çağda kendimize bir yer, bir amaç bulabilmek ve gönül rahatlığına kavuşabilmenin ancak yaratıcı olmakla mümkün olacağını altını çizer. (Gombertz, 2018, s. 16)

Dijital çağda, çok daha fazla kitleye ulaşabilen resimli romanın üretim olanaklarına alternatif, tuval üzerinde kalemlerle yapılan bu proje çalışmaları, dijital çağın sunduğu olanaklardan ve araçlardan yararlanmakla beraber, üretim aşamaları bilinen en yaygın teknik olan, elle üretilen desen çizimlerinin tuval üzerinde boyutlandırılmasıyla açığa çıkartılmıştır. Resimli romanları temel çıkış kaynağı alan bu proje çalışmalarında, el işçiliğine dayalı üretimin potansiyeli ortaya konmuştur. Hodge'ın belirttiği gibi, temel fikirler, yeni mecraları kullanıp, üzerlerinde deneysel çalışmalar yapmak çevresinde gelişmektedir. Ortaya çıkan sonuçlar, sanatçıların hayal güçleri ve kabiliyetleri doğrultusunda şekillenecektir. Yeni medya sanatçılarının çok farklı özgeçmişlere sahip olması farklı yetkinliklerle donatılmış olması aralarında geleneksel güzel sanatlar eğitimi yapmış olanlardan grafik tasarımcılarına, fotoğrafçılardan bilgisayar uzmanlarına, sesle uğraşan sanatçılardan teknoloji tabanlı deneyimlere farklı disiplinlerden uzmanlarla sanat çok boyutlu olarak daha da gelişecektir. Ortaya çıkan sonuçlar, sanatçıların hayal güçleri ve kabiliyetleri doğrultusunda şekillenecektir. (Hodge, S. 2011, s.203) İnternetle, sms'lerle, sosyal medyaya yoğun bir araç bombardımanı altında geçen günlerimiz, dijital bir aygıtla değil, her zaman her yerde yaratıcılığımızı kullanmamıza olanak sağlayan bu yüzyılda üretilen kalemlerle biçimlendirilmişlerdir. Dijital araçlarla boğuştuğumuz bu çağda yapmak, üretmek, yaratıcı olmak, her yüzyılda değişmeyen, vazgeçemeyeceğimiz değerler olarak kalacaktır.

KAYNAKLAR

Altaş, C., <http://birgunbiryerde.blogspot.com.tr/2014/10/cizgi-romanda-pop-art-devrimi.html>

Art Spiegelman, (2012) Maus Hayata Kalanın Öyküsü, çev. (Ali Cevat Akkoyunlu), İletişim Yayınevi,-Çağdaş Dünya Edebiyat Dizisi

Beaty B. (2017), Sanat Karşısında Çizgi Roman, (çev. Nurettin Elhüseyni), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul

Gombertz, W. (2018), Sanatçı gibi Düşün: ve Daha Yaratıcı, Daha Verimli bir Hayata

Kavuş, Çev. Süreyya Evren, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul

Hodge, S. (2011)50 Sanat Fikri, Çev. Emre Gözgülü, Domingo Yayınevi, İstanbul

Krausse, A.C., (2005), Rönesanstan Günümüze Resim Sanatının Öyküsü, Literatür, Almanya

Rich Johnston, <https://www.bleedingcool.com/2014/05/07/bill-fingers-family-respond-to-dc-comics-all-good-with-finger-and-his-family-statement/>, (05.11.2018)

E.N,http://www.cizgikafe.com/2016/09/yarasann-dogusu-bir-bob-kane-ve-bill_3.html, (05.11.2018)

Teknoloji Ve Sanat Karşılaşmalarında Mekânı Baştan Yaratmak

Doç. Dr. Naile ÇEVİK // naillesalman@gmail.com

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Heykel Bölümü.

Doç. Dr. Mehtap BİNGÖL // mehtappazarlioglu@yahoo.com

Ankara Hacı Bayram Veli Üniv., Güzel Sanatlar Fakültesi, Temel Sanat Bilimleri Bölümü.

Özet

Çağın getirdiklerinin bir sonucu olarak teknoloji ve iletişimdeki gelişmeler aracılığı ile dijitalleşme kavramının öneminin artışı her alanda gözlenmektedir. Sanatı ve sanatçıları da etkisi altına alan bu yeni anlayışlar/yaklaşımlar sanat alanında bilindik yöntemler ve uygulamaların bir alternatifi olarak yeni teknikleri ve arayışları ortaya çıkarmıştır. Teknolojik olanakların gelişmesinin bir sonucu olarak sanatçılar fiziksel olarak ulaşılabilen sınırların çok ötesine geçerek dünyadaki pek çok kaynağa, bilgiye, görüntüye ve sonuca ulaşmayı kolaylaştırmıştır. Teknolojik olanakların başlangıç ivmesi olarak değerlendirilebilecek olan ve fotoğraf makinelerinin atası olarak bilinen 1839 yılındaki Daugerreotype'nin icadı ile başlayan süreç günümüzde teknolojinin hayatın her alanına dokunması ile sürekli gelişen dijital uygulamalar aracılığı sanata da bambaşka bir boyut ve anlam kazandırmıştır.

Çalışmanın konusu; teknoloji ve sanat karşılaşmalarında sanatçı üretimlerinin mekan kavramı üzerinden yeniden sorgulamak ve başarılı sanatçıların eserlerindeki üretim süreçlerinin yanı sıra sergileme/sunma eylemlerini değerlendirmektir. Bu çalışma kapsamında dünyadan ve ülkemizden farklı sanatçılar üzerinden okumalar yapılacaktır. Örneğin; Etkileşimli enstalasyonları ile dikkat çeken Chris Milk,

yarattığı projelerde farklı insanların hikayelerini birbirlerine aktarırken onlarla aralarında ortak bir bağ oluşturmaktadır. Medya enstalasyonları ile tanınan Refik Anadol geçmiş kültürlerle ait araştırma verilerini bilgisayar programlama dillerini kullanarak görselleştirmektedir ve eser, izleyiciler ve kültürler arasında bağlar oluşturan mekana özgü bir performans dönüşür. 3D dijital tasarımları ile izleyicilerde düşünsel/duygusal bağlar oluşturan Adam Martinakis gibi dijital yapıtları ile ön plana çıkan sanatçılar, bilgisayar teknolojisi, insan, kültür ve bağ kavramlarını sorgulamamızı sağlar.

Araştırmanın amacı; teknoloji, dijital teknoloji ve sanat/tasarım kavramlarının insanlar arasındaki kültürel ve duygusal anlamlandırmaların yanı sıra yeniden oluşturulan mekânsal olanaklarda ortak bir paydasının bulunup bulunmadığını açığa çıkarmaktır. Bu bağlamda çalışma, dijital sanat eserleri ile izleyiciye aktarılan ilişkiler ağını irdelerken, teknoloji ile insana dair duygu durumlarının ne denli etkili ortaya konulabileceğini vurgular.

Araştırmanın yöntemi; betimsel tarama metodu ile ilgili görsellerin, güncel sanat ve teknoloji sunumlarının kullanım alanları ve izleyici etkileşimleri açısından incelenecektir. Verilerin analizi; konu ile ilgili yapılan literatür ve arşiv taraması kapsamında yurt içi ve dışı sergi katalogları, sanatçı kitapları ve makale arşivleri taranmış ve teknoloji/sanat yaklaşımları kapsamında olan sonuçlar değerlendirilmiştir.

Çalışmanın bulgu ve sonuçları; Günümüz sanatında teknolojik gelişmelerle birlikte sanat ve tasarım alanlarında zenginleşen disiplinlerarası uygulamalarla yeniden şekillenen mekan kurgusu hem izleyiciye hem de üretici konumunda olan sanatçıya holografik görüntü teknikleri, simülasyon ve sanal gerçeklik gibi yeni deneyimler sunmaktadır. Teknolojik olanakların ilerlemesiyle birlikte ortaya çıkan dijital sanat ile birlikte hayal gücü ve bilgi teknolojisi mekân, malzeme ve galeri gibi kavramların bilindik anlamları değiştirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Çağdaş Sanat, Dijital Sanat, Kültür, Mekân

1.Giriş

Sanatçı üretimlerinin düşünsel süreç içerisinde oluşumu ya da uygulama aşaması sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve teknolojik olarak içinde doğduğu/geliştiği koşullardan bağımsız olarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Bu bağlamda herhangi bir sanat üretimini tüm bu çözümlerinin dışında anlamlandırmak mümkün değildir.

Özellikle çağın getirdiği yaklaşımlar bakımından teknolojik gelişmeler sanatta da belirgin uygulama alanları yaratmıştır. Bu noktada sanatçı üretimlerinin teknolojik olanaklarla tekrar tekrar çoğaltılabilir olma kavramı izleyicinin sanat nesnesi ile kurduğu bağın yapısını kökten ve karşı konulamaz bir biçimde değişime uğratmıştır. Bu değişim süreci sanatçı, izleyici ve yapıt arasındaki dinamiklerin kurgulanması, işleyişi ve sürdürülebilirliği üzerinde yeni düşünce olanaklarını sunmaktadır. Günümüzde plastik sanatlardaki disiplinlerarası geçişler göz önüne alındığında teknolojik dönüşümler sayesinde yeni sanat dinamikleri ortaya çıkmıştır. Bu yeni dinamikler bir anlamda fotoğrafın 19. yüzyılın ortalarında toplum/sanatçılar üzerindeki etkisi değerlendirildiğinde sinema, müzik, edebiyat ve performans alanlarını da kapsayarak kullanılmaya başlar.

Çağdaş sanat olarak tanımlanan ve günümüz sanatını da kapsayan sanat, temelini 1960'larda ortaya çıkan sanat anlayışlarından alır. 1960'larda bambaşka görünümlere bürünen sanat hızla gelişen tekno-

lojiyi kullanmaktan sakınmamış ve günümüzde izleyicinin karşısına olmadık şekillerde çıkarak adeta daha şaşırtıcı ve düşündürücü olmak için enerji harcayan bir dinamiğe dönüşmüştür (Bulut, 2014, s.119). Çağdaş sanat dinamikleri açısından bakıldığında zaman kavramsal sürecin önemi oldukça artmıştır. Özellikle sanatçının izleyici ile kurgusal düzlemde kurduğu bağ ya da ilişki kavramsal sanat ile kuramsal düzlemde yeniden tanımlanmıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde üretici konumunda olan sanatçının izleyiciye iletmek istediği düşünce ve kavram öncelikli olarak önemlidir.

2. Sanat/Teknoloji Birlikteliği ve Mekân Üzerine

Sanatsal üretimlerin gelişimi ve değişimi kapsamında sanat/teknoloji yakınlaşmalarını göz ardı etmek mümkün değildir. Teknolojik olanakların çağın getirdiği olanaklarla örtüşmesi sonucunda sanatçıların üretim olanakları ve izleyiciye sunma biçimleri ilişkisel olarak birbirinin içine geçmiş bir örüntüyü temsil etmektedir. Bu bir anlamda izleyiciye sunulan olanakların bu temsil durumu içinde farklı anlamlar kazanmasına da yol açmıştır.

Öncelikle fotoğraf makinasının icadından sonra ve bu dönemi takiben onun çok yönlü kullanımı sayesinde sinemaya geçiş hızlanmış ve 70'li yıllarda televizyon ve ona bağlı gelişen kablolu yayın teknolojisi aracılığı ile videonun kullanılması mümkün olmuştur. Bu teknolojik gelişimler aracılığı ile anlaşılan süreçte ve özellikle de 80'li yılların sonuna kadar geçmişte hayal bile edilemeyecek değişim ve gelişimler artan bir ivme ile anlam kazanmış ve yaygın bir kullanım alanı bulmuştur.

Bu dönem kablolu televizyonun teknolojik ve maliyet bakımından ulaşamadığı/erişemediği alanlara internet adı verilen bir iletişim ağı sisteminin hızlı bir giriş yaptığı döneme rast gelmektedir. Kişisel bilgisayarların yaygınlaşması sonucu hızla geliştirilen altyapı iyileştirmeleri sonucunda internet kullanımında belirgin bir artış olmuş ve bu dönemde kısa sürede internetin dünya çapında yaygınlaşması sağlanmıştır.

İnternet ağının yaygınlaşması ve kullanıcı sayısının katlanarak artması durumu sanatsal üretim süreçlerine de yansdı ve internet kullanımı öncülüğünde net sanat doğmuş oldu. Net sanat'ın en belirgin özelliği sanatçıların bu yeni oluşum aracılığı ile kişisel bilgisayarlarından ağa bağlanarak zaman ve mekânın bir anlamda sınırlılığını bertaraf ederek bağımsız çalışmalar üretmeye başlamalarıdır. Sanatçıların net sanatı kullanmasında ilk örnekler deneysel ve kolektif çalışmalar üzerindedir. Uygulamalar arttıkça ve internetten yapılan paylaşımların yaygınlaşması sonucu artık ekonomik, politik, sosyal ya da mekânsal herhangi bir sınıra ya da sınırlamaya dahil olmayan üretimler izleyiciye tek tuşla yani kolayca ulaşabilmektedir. Bu durum sanatçının izleyiciye ulaşabilmesi için galerilere bağımlı olma ön koşulunu ya da küratörlerin konu/mekân önceliklerini de ortadan kaldırarak interaktif bir izleyici kitesini hedef almaktadır. Sanatçı açısından üretim ve sergileme maliyetlerinin net sanat aracılığı ile ortadan kalması çalışmaların yaygınlaşması açısından dünya çapında bir alanı da ortaya çıkarmaktadır. Sanatçıların bu yeni üretim arayışları fiziksel dünyada yer kaplamayan tasarımlar şeklinde de karşımıza çıkarak olağan mekân algısının da hem sanatçı hem de izleyici açısından tekrar tekrar sorgulanmasına olanak tanımıştır.

Teknolojik araçlar, imgeleri uzun mesafelere iletme, sonsuz sayıda kopyasını çıkarma, uzak mesafeler arasında fikir ve enformasyon değiş tokuşu gerçekleştirme imkânları sağlamaktadır. Dijitalizasyonla birlikte imgeler sayısallaşmıştır ve taranabilir, simüle edilebilir, tekrar işlenebilir, düzenlenebilir, internet ya da uydu aracılığıyla uluslararası iletilebilir hale gelmiştir (Şahin, 2010, s.33).

İnsanın siber uzaydaki bu yeni hayat alanı içinde kendine özgü durumlar da zaman içinde ortaya çıkmaya başlar (ki buna siber kültür demek olasıdır); dünyanın neresinde olunursa olunsun, kolaylıkla iletişim kurulabilmesi ve veri iletişimi sağlanabilmesi, internetin bir coğrafi alan olarak tanımlanamaması, milliyet kavramı geçerliliğini yitirmesi, çoğunlukla tek dil kullanılır bir yönde ilerleme oluşu, yeni oluşan siber kültür çerçevesinde organize olunması ve dolayısıyla milli kültürler düzeyinde farklılıkların da en aza inmesi... vb. bir çok etmen bu durumun sebebidir ve elbette kendine özgü yollar ile ilerleyecek ve değişecektir (Savaş, 2008, s.99).

Teknolojik sanat formları ile ilgili terminoloji her zaman çok değişkenlik göstermiş, şimdi dijital sanat olarak bilinen alana, ilk ortaya çıkışından itibaren birçok isim verilmiştir. 1970'lerde 'bilgisayar sanatları', daha sonra 'multimedya sanatları' olarak adlandırılan dijital sanat, artık, 20. yüzyılın sonlarında daha çok film ve video, ses sanatı ve diğer hibrit formlar için kullanılan 'yeni medya sanatı' terimi kapsamında yer almaktadır (Akten, 2008, s.18).

Sanat yapıtının sayısallaşmasıyla birlikte, dijital sanat yapıtlarıyla kurulan etkileşim, geleneksel yapıtların aksine, izleyicinin zihninde canlandırmasıyla gerçekleşmez, birebir deneyimlenerek, etkileşimin bir çeşit cisimleşmesidir. Dijital sanat yapıtları, izleyiciyi içine çeken ortamlar yaratarak onu bir yazılım dünyası içinde dolaştırmakta ve böylece fizik kurallarının ötesinde bir deneyim yaşamasını sağlamaktadır. Fizik kurallarının geçerli olmadığı bir ortamda izleyici, alışageldiği mekân kavramından farklı bir mekânla karşılaşmakta ve bu yeni mekân, bedensel sınırlamaların kaldırıldığı, genellikle iç algının daha aktif olmasıyla birlikte birden fazla duyunun harekete geçirilerek kişinin dolaştığı, etkileşime geçtiği ve yapıtı yönlendirdiği bir uzamdır (Şahin, 2010, s.129).

Sanatsal üretim açısından sergilenen durum ile sanatın deneyimlenmesi açısından da durum hemen hemen aynıdır. Burada da söz konusu olgu, sanatın mekânsal deneyiminin, mekânsal açıdan çeşitlenir olması olgusudur. Başka bir deyişle, artık herhangi bir sanat dalı için sanatın deneyimi konusunda, mekânsal anlamda seçeneklerin çoğalması olgusudur. Örneğin, sanallaşan sergi mekânlarından ev sineması sistemlerine varıncaya kadar pek çok sanat mekânı artık bir bilgisayar ekranından evlere kadar gelmiştir (Yüce, 2008, s.60).

Çağdaş sanatçılar interneti yeni bir sanat aracı olarak kullanıyor ve dijital aletlerle teknikleri kendi yaratım süreçlerinin bir parçası olarak benimsiyorlar. Bilgisayar sanatçılara daha önce asla mümkün olmayan türden eserler ve yeni eser/iş türleri yaratma imkânı sunuyor. Bunlara örnek olarak elle yaratılmayan çok karmaşık görüntüleri, bir taşta ya da madene oymak yerine üç boyutlu veri tabanlarında oluşturulan heykelleri, internet aracılığıyla yeryüzünün yapay hayat formlarının içerisinde yaşayıp öldüğü sanal dünyaları gösterebilmektedirler (Wands 2006, s.8).

İnteraktif sanat eserleri, sanat ürünü ve katılımcı arasındaki bir diyalogdur. Katılımcının sanat ürünü üzerinde hareket etme şansı vardır. Buna karşın bazı interaktif sanat eserleri monologdur. Sanat eseri izleyicinin karşısında değişebilir gelişebilir ama izleyici bu gelişim ile etkileşmesi için teşvik edilmez. Bu sanatçılar, ziyaretçinin etkileşimi için yeni teknikler ve dizaynlar geliştirirler. Bilgi gösteriminin yeni şekilleri olan video, lazer, robot vb. unsurlar nesne-nesne ilişkisinde, insan-insan ve insan-makine ilişkisinde iletişimin yeni temsilleridir. İnteraktif sistemlerin yeni sosyal içeriği formal tecrübeler, oyunlar, eğlence, sosyal eleştiri ve politik özgürlüktür. Bütün bu sosyal içerikleri dijital sanatlarla ilgilenen bazı sanatçılar çalışmalarlarıyla yansıtmaktadırlar (Özdemir, 2010, s. 21).

Teknolojide meydana gelen değişimler sonucu çağdaş sanat estetiği, sanatı ve sanat nesnesini izlenme ediminden deneyimlemeye doğru taşımıştır. Bunun sonucunda da sanatsal etkinliklerde yer alan sergi-

leme biçimlerinde bu yönde değişiklikler talep edilmeye başlanmıştır. Artık sergi mekânlarında görülebilecek olan alışlagelmiş yöntemler arasında değişik sergileme biçimlerini görebilmekteyiz. Buradan da anlaşılacağı gibi artık gerçekten kendisini çoktan önceleyen bir kültürün örneklerinin sayısı arttıkça, teknoloji dolayısıyla değişen kavram ve tanımlardan da söz ettikten sonra, içinde bulunduğumuz dönemin neleri getirip neleri götüreceğini zaman gösterecektir (Yüce, 2008, s.62).

Teknolojik gelişmelerin önemli bir etken haline gelişiyle sanat alanlarında olumlu gelişmeler meydana gelmektedir. Hızla gelişen teknolojinin etkisiyle, özellikle de Dijital teknoloji olgusunun ortaya çıkması birçok teknik, tasarım, kavram ve olguyu da beraberinde getirmiştir. Tüm bu gelişimler ve yenilikler; Net Sanatı, Dijital Sanat, New Medya Sanatı, Dijital Animasyon Sanatı, Oyun Sanatı, Yazılım Sanatı, Veri Tabanı Sanatı vb. kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Özdemir, 2010, s.4).

Dijital teknoloji temelli interaktif sanat üretimlerinin yaşamsal kaynaklarının en önemli unsuru etkileşimdir. Bu noktada sanatçı, sanatçının üretimlerini yapabileceği teknolojik aletler ve izleyici arasındaki etkileşim hayatı önem kazanmaktadır. Dijital temelli interaktif sanat çalışmalarının meydana getirilebilmesi için bu üç ögenin karşılaşması ve iletişime geçmesi gerekmektedir.

3.Sanatçı Okumaları

Günümüz sanatı, küreselleşmenin öngörüldüğü, yerel kültürün, kişisel belleğin veya farklı kültürel/politik kimliklerin keşfedildiği, endişelerin ve çatışmaların yaşandığı bir alana işaret etmektedir. Bu yeni tema ve meseleler, gerçek olanla yüzleşme, melezeleştirme ya da kendine mal etme niteliği taşıyan bir kavramsallaştırmaya doğru yönelmektedir. Bu doğrultuda sanatçının, mekân ve malzemeyle kurduğu ilişkinin dönüşüme uğraması, üzerinde durulması gereken noktadır (Şenel, 2016, s.51).

Çağdaş sanat pratikleri bakımından mekânın bu değişen kurgusu Chris Milk, Refik Anadol, Adam Martinakis, David Rokeby ve Noah Wardrip, Fruin Sasvha Becker, Josh Carroll, Robert Coover, Andrew McClain ve Shawn Greenlee'nin yapmış oldukları çalışma Screen özelinde ele alınmıştır. Bu sanatçıların teknoloji ve sanat karşılaşmalarında yaptıkları üretimleri mekân kavramı üzerinden sorgulayarak seçilmiş yapıtları üzerinden okumalarla değerlendirilmiştir.

3.1.Chris Milk:

Fotoğrafçı, girişimci, yönetmen ve çok yönlü sanatçı kimliği ile tanınan Milk, Interaktif enstalasyonları ile oldukça dikkat çekmektedir. Londra'daki Tate Modern ile işbirliği içerisinde 2012 yılında gerçekleştirdiği The Exquisite Forest (Bu Özel Orman) projesiyle, farklı insanların hikayelerinin yapraklarını oluşturduğu dijital ağaçlara hayat vermiştir. Chris Milk ve Aaron Kobiin tarafından Online dijital sanat tecrübesi olarak geliştirilen bu projeye web üzerinden ortak çalışma yapmak için geniş bir yaratıcı topluluk davet edilmiştir. Bu çalışmada anlatıyı, canlı bir organizma olarak araştırma girişiminde bulunulmuştur. Eserle etkileşime giren izleyiciler, kendilerini sanatçı tarafından oluşturulan bir mekanın içerisinde, farklı insanların hikayeleriyle dolu dijital bir ormanın parçası olarak bulurlar. Süreçte, katılımcılar belirli bir temayı keşfederlerken, birbirlerini oluşturan kısa animasyonlar yaratırlar ve proje böylelikle bir ormanın ağaçlarını andıran dallanma hikayelerinin bir koleksiyonu olarak sonuçlanır (Url 1; Url 2).



(Url 3)

3.2.Refik Anadol:

Los Angeles'ta yaşamını sürdüren Anadol, parametrik veri heykel yaklaşımı ile mekana özgü kamusal alanda çalışmakta, göz alıcı enstalasyon yaklaşımıyla canlı ses ve görüntü performansı ile mimarlık ve medya sanatları arasında bir ilişki kurarak çalışmalarını dijital ve fiziki olarak sergilemektedir. Anadol'un en önemli özelliği mekânsal bir düşünür olmasıdır. Farklı mekanlara yönelik yeni, özgün görseller meydana getirmektedir. Medya sanatını mimarinin içine yerleştirerek, post dijital bir mimari geleceği olasılığını izleyicilere sunmaktadır. Hem iç hem de dış mimari oluşumlarının işlevlerini yeniden tanımlar ve dünya için alternatif gerçekleri görselleştirir. Anadol, medyayı yerleşik mimarilere entegre ederken yeni bir mekânsal tasarımı ortaya koymaktadır. Anadol çalışmalarında, medya teknolojilerinin mimarlık ile ilişkisini sorgulamaktadır. Aynı zamanda enstalasyonları, mimarlığın tüm bu kavramsallaştırmaları benimseme yaklaşımına yönelik bir değerlendirme niteliği taşımaktadır (Url 4).



(Url 5, WDCH Dreams, renderings by Refik Anadol Studio)

Anadol, yeni projesi olan WDCH Dreams adındaki LA Philharmonic projection serisinde, Walt Disney Konser Salonu'nun adeta "bilincini" uyandırır ve sanat/teknoloji/mimarlık ve kurumsal bellek arasındaki sinerjisini ortaya koyar (Url 5).

3.3. Adam Martinakis:

Polonya doğumlu, yunan kökenli sanatçı, Tasarım, Grafik Tasarım, Seramik ve üç boyutlu görselleştirme alanlarında çalışmıştır. Çalışmalarında ruh ile madde arasındaki sınır, algı metafiziği, boşluk, varoluş gibi kavramlar üzerinde kurgulamaktadır. 2000 yılından bu yana bilgisayar aracılığı ile görsel medya üzerinde çalışmakta ve bu yolla 3d dijital görüntü / render - animasyon, dijital heykel, dijital video, yeni medya uygulamaları ortaya koymaktadır (Url 6). Martinakis, fütüristik figürler oluştururken, bu figürlerin yer aldığı gerçeküstü yeni mekanlar da tasarlamaktadır. Bu mekanlarda görsel olarak gezinen izleyiciyi, oluşturulmuş gerçeklik dışı mekanlarında yoğun duygusal etkiler içerisinde bırakmaktadır.



Url 7

Çalışmalarında üzüntü, sevgi, kimlik gibi kavramlara yoğunlaşan Martinakis, her insanı içine alabilecek evrensel konular üzerinde çalışmaktadır. Özellikle bedeni çalışmalarının öznesi olarak kullanan sanatçı, bedeni, insanların sahip oldukları tek ev, tek mekan ve insan varlığının bir sembolü olarak değerlendirmektedir. Üç boyutlu teknoloji ile çalışmalarına sanal bir gerçeklik kazandıran Martinakis, üç boyutlu dijital heykellerinde, teknolojinin yeni deneyim ve sınırlarını zorlamaktadır (Url 8).



Url 8: Pax-Humana (The New Era)



Url 9

3.4. David Rokeby:

Sanatçı David Rokeby, *Very Nervous System* (Çoklu Sinir Sistemi) adlı çalışmasında, sesler ve müzik yaratırken bedeninin ince hareketlerini temel almaktadır. Bu çalışmadaki video görüntüleri, hareket takip etme yazılımı, müzik ve hareketi birbirine bağlayan yenilikçi ara yüzü, onu örnek bir etkileşimli sanat eseri yapmaktadır. Bu arayüz besteciler, koreograflar, müzisyenler ve sanatçılar tarafından hala da kullanılmaktadır (Özdemir, 2010, s.62).



David Rokeby, Very Nervous System, 1986-1991. Bilgisayar, sintezaygır, kamera, hazır yazılım, amplifikatörler, değişik boyutlarda (Özdemir, 2010, s.63).

3.5. Noah Wardrip, Fruin Sasvha Becker, Josh Carroll, Robert Coover, Andrew McClain ve Shawn Greenlee, 'Screen':

Noah Wardrip, Fruin Sasvha Becker, Josh Carroll, Robert Coover, Andrew McClain ve Shawn Greenlee'nin yapmış oldukları çalışma; *Screen* bir okuma ve dinleme deneyimi olarak başlar. Metinle belgesel bir etkileşim deneyimi yaratmak üzere, bilinen oyun mekanizmasını sanal etkileşimle birleştirir. Okuru kuşatan duvarlarda bellekteki metinler görünür. Sonra sözcükler kopup çözülmeye başlar. Okur, onlara elle arkadan vurabildiğini fark eder ve deneyim bir tür oyun halini alır. Aynı zamanda metnin dili, sözcüklere dokunmanın tekinsiz deneyimiyle birleşip, oyun ya da sanal gerçeklik halinde aşına olduğumuz düşünme usullerini kolayca yineletmeyen bir deneyim yaratır. Sözcükler giderek daha hızlı koparlarken, birbirlerine yapışan sözcükler hiç geldikleri yere dönmezler, hatta gidecek yer bulamayan sözcükler tamamen parçalanabilirler. Sonunda, çok fazla sözcük duvarın dışına çıktığında, geri kalanlar da dağılır, okurun etrafında kıvrılarak döner ve çökerler (Wands 2006, 117).



Noah Wardrip, Fruin Sascha Becker, Josh Carroll, Robert Coover, Andrew McClain ve Shawn Greenlee, 'Screen', 2003-2005, sanal gerçeklik mağarası, beden izleme, yaklaşık 2.4x2.4x2.4 m. (Özdemir, 2010, s.87).

4. Sonuç ve Değerlendirmeler

Çağın değişen ve gelişen koşulları dahilinde sanatçıların ifade biçimlerini daha etkili yansıtabilmek adına teknolojinin avantajlarından yararlanması durumu elbette bir sürpriz olarak değerlendirilmemelidir. Bu yeni sanat oluşumunun göz ardı edilemeyen dinamizmi hem sanatçı hem de izleyici açısından mekânın fiziksel anlamının çok ötesinde kurgusal bir anlamda taşımaktadır. Bu kurgusal anlamın bir diğer baskın özelliği de kaydedilemezlik ve sınır tanımamazlıktır. Teknolojinin sanatçıya sunduğu yeni ifade biçimleri ve araçları kendisinin ve izleyicisinin düşünce yapısını, algısını ve arayışları tamamen değiştirmiştir. Bu anlamda zaman ve mekân kavramını tekrar sorgulayarak katı anlamları ortadan kaldıran internet teknolojisi, aynı zamanda sanatın topluma sunulmasını da sanal ortama taşımıştır. Sanatçılar artık geleneksel anlamda galeriye, kuruma veya küratöre ihtiyaç duymaksızın eserini dünya üzerindeki görsel/dijital platformu kullanabilen milyonlarca/milyarlarca izleyiciye zaman ve mekân kısıtlaması olmadan paylaşabilir duruma gelmiştir.

Bu anlamda günümüzde dijital teknolojilerle üretilen sanat üretimleri izleyicinin bu dijital ortama katılımlarını sağlamaktadır. Süreç içinde izleyici sahip olduğu izleyen konumundan sıyrılarak sanatçı üretimlerinin bir unsuru haline gelebiliyorlar. Özellikle izleyicinin aktif olarak üretim ve sergileme dinamiklerine katıldığı bu dijital üretimlerin bir sonucu olarak mekâna özgü olan yerleştirmelerde izleyicinin tüm duyu organlarını bir kaçına veya hepsine ulaşabilme olanağı tanımaktadır.

Bu anlamda internetin küresel iletişimde gerçekleştirdiği devrim daha geniş bir kültürel/sanatsal etkileşimi ve anlayışı da sağlamaktadır. Dijital üretimlerin artması sonucunda sanatçı-mekân ve izleyici arasındaki bu karşılıklı ve dinamik ilişki zihinsel, duygusal ve fiziksel sınırları/sınırlılıkları ortadan kaldırabilmektedir. Bu anlamda kendi içinde eriyen sınırlara sahip olan bu dinamik yapı izleyicide de merak, ilgi ve iletişim olanaklarını da etkileyecektir.

KAYNAKÇA

Akten, Zeynep (2008). Gelişen Teknolojilerin Dijital Sanat Alanında Oluşturduğu Yeni Temalar ve Mimarlığa Katkıları, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, s.18, İstanbul.

Bulut, İnci (2014). 21. Yüzyılda Yeni Teknolojilerin Yarattığı Sanat Anlayışları ve Görsel Sanatlar Öğretmeni Yetiştiren Kurumların Eğitim Programlarındaki Yeri, Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi, Uluslararası E-Dergi, Cilt 4, Özel Sayı 1, sayfa 119.

Savaş, Tolga (2008). Siber Kültür, Siber Sanat, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Sanat Yazıları 19, s.99, Ankara.

Şahin, Serenay (2010). Dijital Devrim İle Birlikte Sanatta Mekân, Beden ve Algı Değişimi. Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, s.33, İstanbul

Şenel, İpek. (2016).Günümüz Sanatında Değişen Mekansal Algılar ve Yeni Malzeme Estetiği, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, s.51, İzmir

Özdemir, Özlem (2010). Çağdaş Sanatta Dijital Teknolojilerden Yararlanan İnteraktif Sanat, Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,s. 21, Kayseri.

Yüce, Ayşe ve Tuncay (2008). Sanatsal Etkinlikler İçerisinde Yeni Medya Olgusu, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Sanat Yazıları 19, s.60, Ankara.

Wands, Bruce (2006). Dijital Çağın Sanatı, Akbank Kültür Yayınları, Çev: Osman Akınhay, İstanbul, 2006.

İnternet Kaynakları

Url 1: <http://dijitaldevrim.zorlupsm.com/chris-milkin-dijital-patikasina-hos-geldiniz/>, 07.11.2018

Url 2: <http://milk.co/forest-tate#/id/i4048331>, 07.11.2018

Url 3: <http://milk.co/forest-tate>, 07.11.2018

Url 4: <http://refikanadol.com/about>, 07.11.2018

Url 5:<https://archinect.com/news/article/150086045/refik-anadol-to-cover-walt-disney-concert-hall-with-vivid-data-projections>, 07.11.2018.

Url 6: <https://www.martinakis.com/about-adam>, 08.11.2018.

Url 7: <https://mymodernmet.com/adam-martinakis-digital-sculptures/>, 08.11.2018.

Url 8: <http://www.dontpaniconline.com/magazine/arts/adam-martinakis>, 08.11.2018.

Url 9: <http://www.emptykingdom.com/featured/ek-interview-adam-martinakis/>, 08.11.2018.

Görsellerle Kurulan İlişki: Dijital Çağda Görsel Okuryazarlık

Şeyda ERASLAN TAŞPINAR // seraslan@atauni.edu.tr

*Doç.Dr.,Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü
Resim-İş Eğitimi ABD*

ÖZET

İçinde bulunduğumuz çağ şimdiye kadar olmadığı kadar bilginin hızla biriktirilip aktarılmasını sağlayan dijital teknolojilere sahiptir. Bu dijital çağda insanların görsellerle olan ilişkileri de daha önceki çağlarda hiç olmadığı kadar fazladır. Görseller iletişim becerilerinde, günlük yaşamda, öğrenme ortamlarında, üretimde ve daha birçok alanda hayatımızın içindedir. Görsellerle kurulan ilişkiler görsel okuryazarlık gibi becerilerin gelişimini de sağlamıştır. Görsel okuryazarlık her alanda kullanılan ve ihtiyaç duyulan bir beceri olmanın yanında aynı zamanda bireylerin görsel imgeleri yorumlamasını, analiz etmesini, eleştirel olarak düşünmesini sağlayan bir beceridir. Dijital çağda daha karmaşıklaşarak daha önemli hale gelmektedir.

Bu araştırmanın amacı görsellerle kurulan ilişkilerden biri olan görsel okuryazarlık becerilerinin, dijital çağda sanat ve sanat eğitimi ile olan ilişkisinin incelenmesidir. Tarama yöntemi kullanılarak yapılan çalışmada literatüre dayalı olarak elde edilen bulgular yorumlanarak derlenmiş, dijital çağda sanat ve görsel okuryazarlık arasındaki ilişki incelenerek sanat eğitimi yoluyla görsel okuryazarlık becerilerinin geliştirilebilirliği tartışılmıştır. Çalışmanın sonucunda görsel okuryazarlık kavramı ile sanat eğitiminin ilişkisi ve birbirini etkileyen yönleri üzerinde değerlendirmeler yapılmış, dijital çağda etkili bir sanat eğitimi ile görsel okuryazar becerilerine sahip, üretken bireyler yetiştirilmesi ile ilgili tespitler ve önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Görsel Okuryazarlık, Dijital Çağ, Görsel Sanatlar, Görsel Sanatlar Eğitimi

GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte bilginin hızlı yayıldığı, bilgisayarların hayatımızın her alanına hâkim olmaya başladığı ve dijital çağ olarak adlandırabileceğimiz bir çağda yaşamaktayız. İnsanlığın ateşi bulması, tekerleği icat etmesiyle hızlanan, toprağı işleme ile devam eden yeniliklerin ve arayışların zamanla birikimi günümüz teknolojilerine ve bilgi çağına ulaşmamız açısından birer basamak olmuştur. Karabulut'un (2015) aktardığına göre; Toffler geliştirdiği üçüncü dalga kuramı çerçevesinde uygarlık tarihinin neredeyse bin yılının, tarımsal üretimle sürdürülen bir yaşamın içerisinde geçtiğini, daha sonra buharlı makinenin icadıyla gerçekleşen endüstri devrimiyle sanayi toplumu süreci başlamış ve ardından üçüncü evre olan bilgi toplumuna geçilmiştir.

Çağların teknolojik gelişimleri, insanların günlük yaşamlarındaki sıradan alışkanlıklardan, yaptıkları savaşlara kadar birçok alanı etkileyerek şekillendirmiştir. Bunun yanında çağlar boyunca insanların iletişim kurma şekilleri de yaşadıkları zamanın teknolojik gelişmelerinin etkisinde kalmıştır. İletişimin sağlanması için kullanılan görseller, üretildikleri zamanın teknolojisini, medeniyetini ve sosyal yaşamını yansıtmıştır. Örneğin mağara duvarlarına yapılan bir resim zamanının teknolojisini yansıtmakta olduğu gibi yaşam şekilleri hakkında da bilgiler vermektedir. Her çağda görseller iletişim ya da ifade aracı olarak üretilmiştir. Zaman değiştikçe üretilme biçimi değişse de özü ve ifade şekli değişmemiştir.

Bilimsel ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda kitle iletişim teknolojisi de ilerlemiş ve bilgi ve sanat dijital teknolojileri aracılığıyla kültürlerarası olarak hızlı bir şekilde aktarılabilmesi sağlanmıştır. Bu yeni çağ; giderek artan bir şekilde görsellerin baskın olduğu, görsel uyaranların hayatımızın her alanında karşımıza çıktığı ve günlük hayatın bir parçası olduğu bir dönemdir.

Görsellerle kurduğumuz iletişim sistemlerinin çalışma şekli ve görsel bilişimizin nasıl şekillendiği de teknolojiye ve çağın gereklerine göre değişmiştir. Görsellerin çevremizi kapladığı bu yeni çağda onlarla kurduğumuz karmaşık ilişkileri sadeleştiren ve onları çözümlememizi sağlayan görselleri okuma becerilerimiz de gün geçtikçe değişen zamana uyulararak değişmekle birlikte, görsellerin dilini anlayabilmek çağımız için önemli ve gerekli bir beceri olmuştur. Bilginin üretilmesi ve yayılım şeklinin değişmesiyle birlikte çoklu okuryazarlıklardan biri olarak ortaya çıkan görsel okuryazarlık kavramı yeni görsel çağın sorunlarını çözmek için kullanılan görsel bir dildir. Seglem ve Witte (2009), dünyanın görsel sembollerle dolu bir yer olduğunu ve insanların bunları okumak için karmaşık bir dizi düşünme becerilerini kullanması gerektiğini vurgulamışlardır. Her gün televizyon ya da web siteleri gibi görsel kaynaklardan daha fazla bu görsel bilgiler toplanarak biriktirilmekte olduğunu ancak toplanan bu bilgilerin doğru bir şekilde kontrol edilmekte ya da görüntülerin içerikleri ile ilgili mantıklı çıkarımlar yapılabilmekte midir gibi soruların cevaplarının henüz verilmediğini de belirtmişlerdir.

Messaris (1994)'e göre; insanoğlı her gün görsel imgelerin akınına uğramaktadır. Filmler, gözyaşı, öfke, neşe uyandırırken, reklamlar ve reklam panoları her fırsatta izleyicisini görsel bombardmana tutarken; görsel sanatlar sayesinde güçlü duygusal veya zihinsel tepkiler verilmektedir. Görseller insanları duygusal olarak bu denli etkileyebilirken, günlük hayatta sıradan diyebileceğimiz işlerde bile farkında olmadan kullanılan ve ihtiyaç duyulan detaylardır. Mesela dilinin hiç bilinmediği bir ülkede iletişim aracı olarak kullanılan ortak işaretle, görseller ve semboller sayesinde birçok şey sadece görerek anlaşılabilir yapılabilmektedir. Görsellerle belirtilen yol tabelaları ya da piktogramlar görsel dilin nasıl evrensel bir dil olduğunu ispatlamaktadır.

Görsel dilin evrenselliği onu yazılı dilden çok daha anlaşılır ve etkili kılmaktadır. Görselleri okuma yani onları anlamlandırma, analiz etme, çözümleme, kıyaslama, sadeleştirme gibi becerilerin bir örün-

tüsü olan görsel okuryazarlık çağımızın görsel sorunlarını çözen evrensel bir kavramdır. İlk adımı görmeye başlayan görsel okuryazarlık süreçleri karmaşık ve bilişsel bir süreçtir. Görme eylemi sadece fizyolojik bir olay değildir. Fiziksel ve zihinsel bileşenlerden oluşan bir kombinasyondur. Işığın bir nesneye çapması ve yansmasıyla gözümüze ulaşan ışık retinamızda kısa süreli olarak duyu hafızada kısa süren bir görüntü yaratır. Görüntü daha sonra farkındalığımızın bir parçası haline gelen çalışma belleğimize girer ve mevcut bilgimizin kültürel ve sosyal etkiler çerçevesinde kodlanmasını ve çözümlenmesini sağlar.

Görsel Okuryazarlık

Değişen teknoloji, her çağda insan iletişiminin şeklinin oluşumunda temel olmuştur. Mağara resimlerinden yazının kullanıldığı medeniyetlere kadar teknolojik unsurlar görsel iletişimin şekillendiricisi olmuştur. Dolayısıyla görsel okuryazarlıkta çağlara ve medeniyetlere göre değişmiştir. Mesela matbaanın icadı, görsellerin ve yazılı eserlerin üretimini ve dağıtılmasını tamamen değiştiren ve hızlandırılan bir teknolojik gelişme olmuştur. Bilginin daha hızlı ve daha çok yayılmasını sağlayan bu gelişme okuma-yazma becerisinin de hızla yaygınlaşmasını sağlamıştır. Çoğalan görsel üretimiyle birlikte tarih öncesinden beri var olan görsel okuryazarlık becerileri de görsellerin yaygınlaşmasıyla gelişmeye başlamıştır.

Görsel okuryazarlık insanların bin yıllardır kullandığı bir beceri olmuştur ancak kavram olarak literatüre geçmesi çok yakın zamanlara tarihlenmektedir. Kavramın oluşumunda insanların düşüncelerinin görsel olduğuna inanan Arnheim'in geliştirdiği görsel düşünme kuramının da önemli etkileri vardır. Arnheim (2007) görsel düşünmeyi, "zihinlerin, bedenlerin, makinelerin ve toplumların yapısı ya da düşüncelerin işlevleri olan görsel biçimleri, varlığımızın altında yatan güç örüntülerinin imgeleri olarak görebilme yeteneği" olarak tanımlamıştır.

Geçmişte, okuryazarlık kavramı, sözel olarak basılı kaynakları okuma becerisine ve okumak için kullanılan kod çözme stratejilerine atıfta bulunmaktaydı ancak günümüzde birçok farklı disiplin içinde okuryazarlıklardan bahsedilmektedir. Bunlardan biri de görsel uyaranların ve bilginin arttığı bu yeni çağda görsel okuma becerilerini içeren görsel okuryazarlık kavramı olmuştur.

Görsel okuryazarlık, görsel mesajları anlamlandırmanın yanı sıra benzer şekilde mesaj üretebilme becerisidir. Görsel okuryazarlık kavramını ilk defa kullanan ve geliştiren ise Debes olmuştur. Debes bunun yanı sıra 1969 yılında kurulan Uluslararası Görsel Okuryazarlık Derneği'nin (IVLA) kurucularından biri olmuştur. Debes'in görsel okuryazarlık tanımı IVLA tarafından kabul edilmiş ve günümüzde de görsel okuma yazarlığı tanımlamak için halen kullanılmaktadır. Debes'in 1969 yılında IVLA'nın bir toplantısında yaptığı bir konuşmada görsel okuryazarlık hakkındaki yaklaşımları şöyledir; "görsel okuryazarlık insanın görme duyusunu kullanarak geliştirdiği bir dizi görme yeterliliğine verilen isimdir. Bu yeterliliklerin gelişimi, öğrenme için temel teşkil eder. Bu yeterliliklere sahip olan kişinin; görsel hareketleri, nesnelere, sembollere ve çevresindeki diğer şeyleri ayırt etme ve yorumlama becerileri geliştirmiştir. Bu yeterliliklerin yaratıcı bir şekilde kullanılması ile insan başkalarıyla daha etkili bir iletişim kurar ve görsel iletişimi daha iyi kullanır" (IVLA, 2011).

Messaris (1995) görsel okuryazarlığı görsellerin ve görsel medyanın sağladığı farkındalıkla kazanılan deneyim ve bilgi olarak tanımlamıştır. Heinich, Molenda ve Russel'e (1982) göre Görsel okuryazarlık, "görsel mesajları doğru bir biçimde yorumlamak ve bu tür mesajları oluşturmak için kullanılan öğrenilmiş yetenektir". Braden ve Hortin'e (1989) göre ise: "görsel okuryazarlık, düşünme, öğrenme ve

imgeler yolu ile kişinin kendini ifade edebilme yeteneğidir”. Wileman’da (1993) görsel okuryazarlığı, “resim tabanlı görüntülerde sunulan bilgiyi okuyabilme, anlayabilme; görsel düşünmeyi ise bilgiyi iletmek üzere resimleme, görsel biçime dönüştürme olarak tanımlamıştır”.

Debes’in Uluslararası Görsel Okuryazarlık Derneğini kurmasıyla birlikte araştırma ve çalışma alanları genişlemiştir. Zamanla görsel okuryazarlık birçok disiplin kapsamında incelenmiş, çok yönlü ve disiplinler arası bir kavram haline gelmiştir.

Görsel okuryazarlık görüntüleri anlamayı ve düşünmeyi gerektiren bir görme yeteneğidir. Genel olarak görsel okur görüntülere dikkatle ve eleştirel bir göz ile bakar, analiz eder ve anlar. Bu beceriler fotoğraflar, tablolar, çizimler, grafikler, afişler, sinema ve haritalar gibi her türlü görsel için uygulanabilir. Geleneksel okuryazarlıkta olduğu gibi görsel okuryazarlıkta da becerilerin oluşumu seviye seviyedir. İlk okuma yazma öğrenenler sadece kelime ve cümleleri seslendirirler ama onlara fazla anlam yükleyemezler ancak okuduğunu anlayabilmek okuma yazmanın temel amacıdır. Kelimelere anlam yüklemek ve yorumlayabilmek zamanla ve tecrübeyle gelişir. Görsel okuryazarlıkta da durum böyledir, görselle anamlar yüklemek zamanla ve tecrübeyle gelişebilir.

Dijital Çağda Sanat ve Görsel Okuryazarlık

Dijital çağ, 1957 ve sonrası içeren ve bilgi teknolojilerinin kullanımıyla gerçekleşen bir dönemi ifade etmektedir. Dijital çağ kaynağını, bilginin oluşturulması, dağıtılması ve uygulanmasından alır. Bunun yanında temelinde bilginin kullanımını hedefler ve değişimi merkezine alıp bilgi toplumunun gereksinimlerini sağlayan bir yapı sunar (İnceoğlu, 2014). Matbaa makinesinin keşfiyle 1600’lü yıllarda kitap ve gazete basılmış, 1839’da fotoğraf, 1850’de telgraf, 1860’ta telefon, 1900’de film, 1940’da televizyon, 1946’da ilk bilgisayarın gerçekleşmesi ve 1960’larda uydu teknolojisinin gelişmesiyle, iletişim teknolojileri yeni bir boyuta ulaşmıştır (Yaykın, 2010; Akt: Hatırnaz, 2014).

21. yüzyılın sunduğu teknolojik ilerlemeler, gündelik hayatta her alanda etkisini göstermiş, iletişim şekillerinden davranış biçimlerine, kültürel birleşmelerden sanatsal yaklaşım biçimlerine kadar çağı değiştirmiştir. Dijital ya da bilgi çağı olarak adlandırılan bu dönem “Reklam araçları, telefon bankacılığı, mailler, imaj yaratma, görüntü denetimi, medyanın varlığı gibi özelliklerle zaman ve mekândan bağımsız olarak toplumu etkileyen bir dönemdir” (Castells, 1997; Akt: İnceoğlu, 2014).

Günümüzde bu durum bilişim çağı olarak kabul edilmektedir. Bilgi teknolojilerinin hızlı bir biçimde gelişmesi bu gelişime uyum sağlamayı zorunlu kılmakta ve bu düşünce yapısı da değişimi bir kültür olgusu olarak bilişim bilincinin merkezine yerleştirmektedir (Çokokumuş, 2012). Dijital çağda yaşanan teknolojik gelişmeler, kültürler arasındaki sınırları kaldırıp, insanları her alanda evrensel bir boyuta taşısa da bunun dışında Dijital Çağ’ın insanlar üzerindeki olumsuz etkilerinden de bahsedilebilir. Foucault (2006) Hapishanenin Doğuşu kitabında Panoptikonizm kavramından söz etmektedir. Panoptikonizm, her şeyi tüm yönleri ile ışık altına çıkarıp görünür kılmaktır. Ona göre, bireyler gözetlendiğini hissettiğinde her saniye kendini güvensiz hisseder ve bunun sonucu ise itaat duygusudur. Görüntü teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve uydu teknolojisindeki ilerlemeler sayesinde her hareketimizin kayıt altında olabilme ihtimali, konuştuklarımızın kaydedilebileceği düşüncesi günün her saati bu algı ile yaşamaya sebep olabilir. Teknoloji karşısında savunmasız kalan birey, çınlıçplak ve edilgen bırakılmış, dolayısıyla Foucault’nun panoptikanizm kavramı toplumsallaşmıştır (Kaplan ve Ertürk, 2012: 8, 9).

Dijital çağda yaşanan hızlı bilgi aktarımı, sosyal medyanın kültürel aktarımdaki ve iletişimdeki gücü sanal bir mekân algısı yaratmakta ve dolayısıyla zaman-mekân kavramlarında büyük bir dönüşüme sebep olmaktadır. Dijital çağın ilerlemeci yönü, insanın hafızasında, zamansal ya da mekânsal deneyimlerinde köklü değişimlere sebep olarak, zamansızlık, mekansızlık ya da sonsuzluğa yönelik bir nitelik kazandırmıştır.

Bilişim teknolojileri, sanatta yeni açılımlar ve oluşumların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Öyle ki, dijital teknolojideki hızlı gelişmeler internet sanatı, fotoğraf-video gibi eski ve yeni medya sanatlarını bir arada kullanarak yeni medya sanatları olan yazılım sanatı, multimedya sanatı, e-posta sanatı ve sanal dünya performansını ortaya çıkarmıştı (Yıldırım, 2010). Dijital çağın gelişmeleri içerisinde sanat da kendine yer edinerek dijital olarak geniş kitlelere ulaşmayı başarmıştır.

“Christiane Paul, dijital sanat örneklerinin ilk olarak “bilgisayar sanatı” olarak adlandırıldığını, daha sonra “çoklu medya (multimedya) sanatı” isminin kullanıldığını, bugün gelinen noktada ise tüm bu çalışmaların “yeni medya sanatı” olarak bilindiğini belirtmektedir” (Paul, 2008; Akt: Çokokumuş, 2012). Dijital ortamda, çağın ruhunu iletişim teknolojilerinin, yeni medya sanat biçimlerinin yansıttığı anlaşılmaktadır. Bu anlamda tasarım alanına kolaylık sağlayan dijital çağın bir getirisi olan dijital araçların neler olduğunun da bilinmesi gerekmektedir. Alberts, Papp ve Kemp’e (1997) göre Bilişim Çağını oluşturan yeni teknolojiler, gelişmiş yarı iletkenler, gelişmiş bilgisayarlar, fiber optik iletkenler, hüresel (mobil) iletişim teknolojileri, yapay uydu teknolojisi, gelişmiş bilgisayar ağları, gelişmiş insan-bilgisayar etkileşimi, dijital (rakamsal) iletişim ve veri sıkıştırma teknolojileridir. Bu teknolojilerin üretildiği ve tüketildiği alan ise sanal gerçekliktir. Sanal gerçeklik, gerçek dünyada bulunan bedenlerin bilgisayar ile simüle edildiği ortamlarda kodlarla oluşturulan veriler yoluyla yapay olarak deneyim edinebilmesidir. Sanal gerçeklik ise toplumun yapısını ve bireyin kendini algılayışını yeniden şekillendirmektedir. Mitchell’in (1997) Dijital Çağ anlatımının diyagramına göre, Dijital Çağ, ekonomik kaynakları, ekonomik kaynaklar da kamu hizmetini, tüm bunlar da kültürel aktiviteleri ve günlük yaşam deneyimlerini etkileyecektir (Baloğlu, 2014: 38, 39; Azap, 2014: 1).

Teknoloji ile birlikte sürekli değişmekte ve gelişmekte olan iletişim kanalları dolayısıyla bireylerdeki görsel algılama becerilerini de dönüşüme uğratmıştır. Dijital çağda, görsellerde dijitalleşmiş ve aslında gündelik hayatta birçok kişinin rahatlıkla üretebildiği ve okuyabildiği bir duruma gelmiştir. Dijital çağda görsel okuryazarlığın merkezinde bilgisayar teknolojisi bulunmaktadır. Bilgisayar teknolojisi içerisinde, farklı bilgiler, Corel Draw, Illustrator, InDesign, Photoshop, 3DS Max, Free Hand, Illustrator gibi çok çeşitli grafik programları ile yeni görsellere dönüştürülüp sunulmaktadır. Dolayısıyla ortaya çıkan görsellerin doğru bir biçimde anlamlandırılması, bu yeni teknolojilerin insan hayatındaki yerine bağlı olarak farklılıklar göstermektedir. Dijital çağın getirdiği dijital sanattan haberdar olmayan bireyler tarafından, internet sanatı, video art, interaktif sanat ve medya teknolojilerini barındıran çok farklı güncel sanat biçimlerinin doğru olarak kavranabilmesi mümkün olmayabilir. Bu anlamda dijital teknoloji ile üretilen görsellerin kurgulandığı sanat biçimlerine karşı bir farkındalık süreci sonucunda ancak dijital çağda görsel öğeleri anlama ve kullanma becerisine sahip olunabilir.

Dijital Çağ’da bir sanatçı okuması olarak Harun Farocki’nin film ve video çalışmaları bu anlamda oldukça ilgi çekicidir. Yapıtları, tüm dünyayla güçlü ve alışılmadık derecede dolaysız bir bağ kurmaktadır. Teknolojinin denetim ve propaganda alanındaki rolü ile film tekniklerini birleştiren Farocki, imgeleri ve sesleri anlatı akışını kesintiye uğratacak şekilde yan yana koymakta ve gerçeklik ile sunulan yönlendirici malzemenin karşısında izleyiciyi daha aktif ve kuşkucu bireyler haline getirip yapıtlarındaki kaynakların otoritesini sorgular. 2000 tarihli iki ekranlı video filmi Mahkûmları Gördüğümü Sanıyordum’da California hapisanesinin avlusunda yapılmış çekimlerin görüntüleri ile süpermarkette

alışveriş yapanların hareketlerini izleyip kaydedecek şekilde hazırlanmış bir bilgisayar programından türetilen soyut çekim görüntüleri bir arada kullanılmıştır. Düzenleme, montaj, kurgu gibi tekniklerle sanatçı, iki farklı görsel kayıt formunu bütünleştirerek “genel resmi denetim sistemi” ile ilişkiler ağı kurmaktadır (Wilson, 2015).

Dijital Çağ’daki sanat biçimlerinden Brian Eno’nun 2006 yılındaki 77 Milyon Resim adlı çalışması üzerinden yeni bir sanatçı okuması gerçekleştirilebilir. Eno, hergün 5 resim yapabilecek bir ressamın 77 milyon adet resmi ancak 42 bin yılda yapabileceği düşüncesiyle çıktığı yolda, verimli üretim kuramını ortaya koyarak kısa sürede bu sıra dışı sayıya ulaşmayı başarmıştır. Eno, ev bilgisayarlarında kullanılacak bir yazılım olarak ürettiği fakat farklı mekânlarda da gösterilebilecek projesi, her çalıştırıldığında farklı bir imge ve müzik kombinasyonu oluşturmaktadır. Yalnızca azami kombinasyona ulaştığında kendini tekrarlama potansiyeline sahip olan programda 35 mm’lik slaytlar üzerine kazılarak ya da çizilerek üretilen yaklaşık üç yüz tane yapıt içeren bir koleksiyon bulunmaktadır. Bu soyut tasarımlar, sürekli yeni kombinasyonlar oluşturarak üremektedir (Wilson, 2015). Proje sonucunda sürekli değişen görüntüler karşısında, hıza alışan günümüz insanının eser karşısında uzun süre kalabilme olasılığı artmıştır.

Dijital Çağda Sanat Eğitimi ve Görsel Okuryazarlık

Dijital çağ olarak adlandırdığımız bu modern zamanlar, bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerle hayatımızı değiştirmiş ve geliştirmiştir. XXI. yüzyılın teknolojik gelişmeleri ve değişen kültürel yapısı eğitim öğretim sistemlerinin de revize edilerek çağın gerektirdiği donanım ve ihtiyaçlara cevap verebilecek şekilde yenilenmesini zorunlu kılmıştır.

Yeni çağın öğrenci profili de önceki öğrenci profillerine göre çok daha dijitaldir. Bilgisayarla büyüyen, sosyal ağlarla iletişim kuran ve teknolojiyi hayatının her anında kullanan yeni bir nesildir. Prensky (2001) yeni neslin teknolojik olarak diğerlerinden farklı olduğunu ortaya koymak için dijital yerliler ve dijital göçmenler kavramı kullanmıştır. Bilgisayar, internet, dijital oyunlar ve akıllı telefonların dijital dillerini anlayarak iletişim sağlayan bu yeni nesile “dijital yerliler” adını vermiştir. 1980 yılı öncesinde doğan ve büyüdüğü sırada dijital dünyayla etkileşime girmeyen ancak gençlik zamanlarında dijital dünyayla tanışan önceki kuşağa da “dijital göçmenler” adını vermiştir.

Dijital yerlileri Pedro (2006), “Binyılın öğrencileri (millennials), internet nesli (Net Generation), oyun nesli (the gamer generation), yeni nesil (next generation, n-generation), siber çocuklar (cyber kids), zappleyen insan (homo zappiens), çekirge zihin (grasshopper mind)” (Akt.: Şahin, 2009) olarak değişik isimlendirmelerle tanımlamıştır.

Prensky (2001) dijital yerlileri, dijital göçmenlerden daha farklı düşünmüş ve bilgiye ulaşma şekillerinin de birbirinden tamamen farklı olduğunu altını çizmiştir. Farklı bir biçimde işlemektedirler. Aynı şekilde bu yeni neslin düşünme biçimleri de önceki kuşağa göre farklılık göstermektedir. Yine Prensky (2001) aynı araştırmasında, “nöroplastisite” (beynin çeşitli uyarıcılara karşı kendi kendini şekillendirebilme yeteneği) olarak adlandırılan araştırmalarında, “farklı türdeki deneyimlerin farklı beyin yapılarına yol açtığını” ve “beynin değiştiğini ve aldığı girdilere göre kendini farklı bir biçimde düzenlediğini” vurgulamaktadır.

Bu bağlamda dijital yerlilerin öğrenme biçimleri de dijital göçmenlerden farklı olacaktır. (Bilgiç, Duman ve Seferoğlu, 2011) dijital yerlilerin öğrenme biçimlerini aşağıdaki şekilde açıklamışlardır.

- “Bilgiye hızla erişmek isterler”
- “Metin yerine grafiği tercih ederler”
- “Bir makaleyi baştan sona doğrusal bir biçimde okumak yerine kapsül halinde rastgele okumayı tercih ederler”
- “Ciddi çalışmalar yerine oyunları tercih ederler”
- “Bilişsel yapıları sıralı değil paraleldir”
- “Aynı anda birçok işi yapmak isterler”
- “Keşfederek öğrenmek isterler”

Bu özellikler incelendiğinde dijital yerlilerin bilgiye sıkıcı yollardan değil daha hızlı ve eğlenceli ulaşmak istedikleri ve görselliğin bilgiye ulaşmada belirleyici bir unsur olduğu görülmektedir. Görsellerle kurdukları ilişkilerde çok daha hızlı ve akıcı olacaktır. Yani bu yeni neslin görsel okuryazarlık becerileri bir önceki nesle göre daha hızlı ve akıcıdır denilebilir. Bu değişim görsel okuryazarlık becerilerindeki bu değişim teknolojinin etkisi olarak görülür.

Dijital yerlilerin daha hızlı bir şekilde görsel olan mesajları anlamlandırması ve benzer şekilde mesajlar üretme gücü gösterdiği görsel okuryazarlık yeteneğinin bir sonucudur. Görsel iletileri doğru olarak algılamak ve aynı zamanda da böyle iletiler yaratmak öğrenilebilir bir yetenektir. Görsel düşünme ise görüntüler vasıtasıyla yürütülen tutarlı ve mantıksal düşünmedir. Bir bireyin görsel okuryazarlık ve görsel düşünme becerilerini kullanabilmeleri için öncelikle temel görsel becerileri bilmesi süreci hızlandıracaktır. Temel görsel beceriler okulöncesinden başlayarak deva eden eğitim ve öğretim hayatı boyunca görsel sanatlar derslerinde öğrencilere kazandırılan becerilerdir. Burada sanat eğitiminin öğrencilerin görsel yazarlık becerilerinin gelişimi için büyük rol oynadığı görülmektedir.

Görme eylemi konuşmadan önce gerçekleşen bir eylemdir, bir çocuk konuşmayı öğrenmeden önce etrafına bakıp incelemeyi öğrenmiştir (Berger,1993). Çocuklar doğdukları andan itibaren görselleri anlamaya ihtiyaç duyarlar. Bu durum yetişkinlik çağında da devam eder ve etrafı görerek anlama süregelen bir durum olur. Görsellerden öğrenilen iyi gelişmiş görsel okuryazarlık becerileri diğer insanlarla etkili iletişim kurmada önemli bir yere sahiptir.

Görsellere anlam yükleyebilmek zaman ve tecrübe ile gelişir. Bir görseldeki konu veya elemanların temel kimliği ilk seviye için çok basit bir bilgidir. Görüntülerin ayrıntılarını belirlemek için gerekli becerileri birçok disipline ihtiyaç duyulmaktadır. Görsellere anlam ve kavramlar yükleyebilmek için gözlem yeteneği ve eleştirel bakan bir gözün gelişmesi gerekir. Üst düzey görsel okuryazarlık becerileri eleştirel düşünmeyi gerektirir ve görsellerle aktarılan bilgileri içeriksel olarak yorumlayabilirler. Görsel dilin de bir alfabesi, kelimeleri ve gramer kuralları vardır.

Görsel düşüncenin imgelere dönüştürülüp hayata geçirilmesindeki en temel neden, bireyin algıladığı iç ve dış dünyasını anlaşılır kılma çabasıdır. Bu çaba ve mantık ile doğayı, varlıkları tanıma süreci içinde beceri kazanan birey, risk alabilme, yeni uyarılara açık olabilme, sıçramalar yapabilme, yaratıcı düşünmeye açık, sorun çözme becerilerini geliştirme çabaları içine girebilir.

Görsel bilginin eleştirel izleyicileri olan sanat öğrencileri görüntüyü yorumlayabilir ve her görüntünün (ve metnin) bağlamsal bir önyargıya sahip olduğunu kabul ederek, görüntünün bağlamını analiz edebilirler.

“Görsel okuryazarlık yeterlilik standartları (The Visual Literacy Competency Standards)” Görsel okuryazarlık standartları çalışma grubu (Visual Literacy Standards Task Force-VLTF) üyeleri tarafından bilgi okuryazarlık yeterlilik standartları temel alınarak işbirliği içinde yazılmıştır. Belirlenen standartlar: IVLA (2011) tarafından uluslararası görsel okuryazarlık kazanımları yedi standart başlığı altında yayınlanmıştır.

- Görsel okuryazar olan öğrenci ihtiyaç olan görsel materyallerin doğasını ve kapsamını tanımlar.
- Görsel okuryazar olan öğrenci ihtiyaç olan resimlere ve görsel ortama etkili ve etkin bir şekilde erişir ve bulur.
- Görsel okuryazar öğrenci resimlerin ve görsel ortamların anlamını yorumlar ve analiz eder.
- Görsel okuryazar öğrenci resimleri ve görsel ortamı etkili bir şekilde kullanır.
- Görsel okuryazar öğrenci anlamlı resimler ve görsel ortam tasarlar ve yaratır.
- Görsel okuryazar öğrenci yaratıcılığın etrafını saran birçok etik, yasal, sosyal ve ekonomik konuyu, resimler ve görsel ortamın kullanımı ve erişimini ve görsel materyallerin etik olarak kullanımı anlar.

Sanat eğitimi görsel becerilerin öğrencilere aktarıldığı bir öğrenme alanı olarak görsel okuryazarlık temel becerilerine yönelik kazanımların sağlanmasında önemli rolleri vardır. Aynı zamanda görsel okuryazarlık becerileri de sanatsal aktivitelere yönlendirebilir ve sanatsal bir bakış açısı kazandırabilir.

Sonuç

Dijital dünyada her geçen gün iletişim kurmak için görseller kelimelerden daha çok kullanılmaktadır. Görseller hayatımızın içinde sürekli olarak karşılaştığımız ve seçme şansımız olmadan iç içe yaşadığımız bir ileti dünyasıdır. Şehrin sokaklarından, okullara, evlerimizdeki televizyon ve bilgisayar ekranlarına kadar etrafımız görsel donatılarla çevrelenmiştir. Bu sebeple görselleri anlamak ve kullanmak eskisinden çok daha fazla ihtiyacımız olan beceriler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun için teknolojinin gelişmesiyle görsellerin her tarafa kolayca ulaşmasıyla gelişen görsel okuryazarlık becerilerini kullanarak görselleri anlamaya ve tanımlamaya da görsel okuryazarlık diyebiliriz. Bir görselin ne ifade ettiğini anlayabilmek için onu görmek, düşünmek yorumlamak ve ne ifade ettiği yargısına varmak gerekir. Görsel dilin ne anlattığını doğru yorumlayabilmek görsel okuryazarlık gerektirir.

Çağımızın öğrencileri görsel açıdan zengin ve teknolojik olarak gelişmiş bir zamanda yaşamaktadır. Dijital yerliler olarak tanımlanan bu yeni öğrenci profili için görsel okuryazarlık teknolojik olarak desteklenen ve öğrenilmesi gereken bir alandır. Bu yeni öğrenci profili görsellerle önceki öğrencilere göre daha çok karşılaştıkları ve daha çok kullandıkları için görsel okuryazarlık becerileri de daha çok gelişmiş bir gruptur.

Görsel okuryazarlık görebildiğimi her şeyi kapsar. Görsel okuryazarlık eğitimi okullarda eğitim-öğretim sürecinin içinde kendine kalıcı yer bulmalıdır. Görsel okuryazarlık becerileri öğretim tasarımı, görsel sanatlar, iletişim, dil bilimi, bilişsel bilimler gibi birçok bilim dalını ilgilendiren disiplinler arası bir kavramdır. Görsel okuryazarlık eğitim sürecinin her bir aşamasında bu alan uzmanlarını da işin içine katmak faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Arnheim, R. (2007). Görsel Düşünme. (Çev.) R. Ögdül, İstanbul: Metis Yayınları
- Azap, Ö. (2014). Dijital Çağda Kimlik Oluşturmak: Sanal Gerçeklik Yanılsama ve Gözetim “Suret” Kısa Film Çalışması Örneği. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sinema Televizyon Programı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Berger, J. (1993). Gorme Biçimleri. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bilgiç, G. H., Duman, D. ve Seferoğlu, S. S. (2011). Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrim İçi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri, İnönü Üniversitesi, Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, s. 257-263, Malatya.
- Braden, R. & Hortin, J. (1982). Identifying the theoretical foundations of visual literacy. Journal of Visual/Verbal Languaging, 2(2), 37-51.
- Baloğlu, M. (2014). Dijital Çağda Ütopya Kavramının Dönüşümü: İşbirlikçi Tasarım Bağlamında Mimarının Rolü. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Mimari Tasarım Programı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Çokokumuş, Benan. (2012). Dijital ortamda kültür ve sanat. International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education (IJTASE), Volume 1, issue 3. s. 51-66.
- Kaplan, K. ve Ertürk, E. (2012). Dijital çağ ve bireyin ideolojik aygıtları. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, TOJDAC. October, Volume 2, Issue 4. s. 7-12.
- Karabulut, B. (2015). Bilgi toplumu çağında dijital yerliler, göçmenler ve melezler. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı 21, S. 11-23
- Hatırnaz, B. (2014). Kültür Endüstrisi Bağlamında Stok Fotoğrafçılığının Dönüşümü: Dijital Çağda Mikrostok Endüstrisi ve İçerik Üretimi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya Çalışmaları Doktora Programı. Doktora Tezi. İstanbul.
- Heinich, R., Molenda, M., Russell, J. D. ve Smaldino, S. E. (1989). Instructional Media and Technologies for Learning (6th Ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- IVLA, (2011). International Visual Literacy. Received January 02, 2011 from: <http://www.ala.org/acrl/standards/visualliteracy>
- İnceoğlu, S. (2014). Dijital Çağda Arşivci: Sahip Olması Gereken Temel Yetkinlikler ve Roller. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmalar Enstitüsü Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Seglem, R., & Witte, S. (2009). You gotta see it to believe it: Teaching visual literacy in the English classroom. Journal of Adolescent & Adult Literacy, 53(3), 216-226.
- Messaris, P. (1994). Visual “literacy”: Image, mind, and reality. Michigan University; Westview Press,
- Messaris, P. (1995). Visual literacy and visual culture. A paper presented at the annual conference of the International Visual Literacy Association, Arizona.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, MCB University Pres, Vol:9, No:5, October.

Şahin, M. C. (2009). Yeni bin yılın öğrencilerinin özellikleri. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt 9, No 2, Eskişehir.

Wileman, R. E. (1993). Visual communicating. Educational Technology.

Wilson, M. (Nisan, 2015). Çağdaş Sanat Nasıl Okunur, 21. Yüzyıl Sanatını Yaşamak.

Çeviri: Firdevs Candil Erdoğan, Hayalperest Yayınevi, 1. Baskı, İstanbul.

Yıldırım, Ö. (2010). Yeni medya ve dijital sanatlar. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları Dergisi. Sayı 22. S.57.

Kinetik Tipografi Gelişiminin Grafik Tasarım İle İlişkisi, Film ve Dizi Jeneriklerinde Kullanımı

Dr. Öğr. Üyesi Çağrı GÜMÜŞ // cagrigumus79@gmail.com

KTO Karatay Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü

Öğr. Gör. Betül MÜEZZİNOĞLU // betulmuezzinoglu@nevsehir.edu.tr

*Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Hacı Bektaş Meslek Yüksekokulu Tasarım Bölümü
Grafik Tasarım Programı*

ÖZET

Tipografi, yazının bir sistem içinde boyutlandırılması, düzenlenmesi, basılı hale getirilmesi sürecini kapsar. Doğru ve kolay iletişim tipografinin olanaklarına bağlıdır. Yazıyı oluşturan karakterin seçimi, harflerin dış ve iç boşlukları, birbirlerine oranı, zemin ve değer ilişkileri, algılamadaki önemli etmenlerdir. Tipografi: “Harf, sözcük ve satırlarla ve boşluklama için gerek duyulan diğer öğelerle, belirlenmiş bir sayfa üzerinde yapılan görsel ve işlevsel düzenlemelerdir. Kavram olarak deneysel tipografi modern çağın gereksinimleriyle harmanlanarak, Hareketli Tipografinin temellerini oluşturmuştur. İki boyutlu görüntülerin ardından üçüncü bir boyut ile yazı bir anlamda biçimsel bir değişkenliğe uğramıştır. Bu değişkenlik medya uygulamalarında kaydedilebilir sürekli görüntü olarak adlandırılan video ile bütünleşerek hareketli tipografi kavramının doğması ile sonuçlanmıştır. Kinetik tipografi ise

bilgisayar kullanılarak üretilen karakter animasyonudur. Hareketli karakterler kendi dilindeki duygu ve sesi vurgular. Bununla birlikte her hareketli yazı kinetik tipografi anlamına gelmez. Duygu, anlam ve kavram katılmamış hareketli yazı, kinetik tipografi anlamına gelmemektedir. Bu çalışmada kinetik tipografinin gelişiminin grafik tasarım ile ilgisi ve film jeneriklerinde kullanımı araştırılarak hareketli tipografi ile hazırlanmış bazı film jenerikleri; kurgu, tipografi, illüstrasyon, renk ve hedef kitle açısından değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Yazı, Tipografi, Kinetik, Jenerik

TİPOGRAFI

Tipografi terimi ilk kez, Gutenberg'in metal harflerini tanımlamakta kullanıldı. Bugün ise; bütün baskı yazıları ve noktalama işaretlerinin sanatsal ve tasarıma dayalı özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu alan bir uzmanlık alanı olarak kabul edilmektedir (Becer, 2006:176).

Tipografi, yazının bir sistem içinde boyutlandırılması, düzenlenmesi, basılı hale getirilmesi sürecini kapsar. Doğru ve kolay iletişim tipografinin olanaklarına bağlıdır. Yazıyı oluşturan karakterin seçimi, harflerin dış ve iç boşlukları, birbirlerine oranı, zemin ve değer ilişkileri, algılamadaki önemli etmenlerdir (Pektaş, 2003:39).

Tipografi: "Harf, sözcük ve satırlarla ve boşluklama için gereksinen diğer öğelerle, belirlenmiş bir sayfa üzerinde yapılan görsel ve işlevsel düzenlemelerdir (Sarıkavak, 2009:28).

Endüstri Devrimi ile tipografi geniş halk kitleleriyle iletişim kurma amacıyla daha etkin kullanılan bir alan haline gelmiştir. Tabelalar, afişler, gazeteler, süreli yayınlar ve reklamlar ile yazı tipleri daha da şekillenmiş, yazının tasarımı üzerine daha çok buluş gerçekleşmiştir. Daha kalın ve gölgeli yazı tipleri, deneysel yazı tipleri, tırnaklı ve tırnaksız yazı tipleri gibi çeşitlenen buluşlarla tipografi, üzerine çok daha fazla çalışılan önemli bir tasarım disiplini olma yolunda hızla ilerlemiştir (Türkmenoğlu & Akengin, 2016:901).

TİPOGRAFİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Tarih çağları boyunca yazının uygulandığında teknik açıdan birçok ilerleme yaşanmıştır. Bu teknik ilerlemeler zamanla kültürden kültüre, bir uygarlıktan diğerine aktarılmıştır. Yazının farklı tekniklerle uygulanmasında hem bölgesel hem coğrafyaların nesnel olanakları, hem de çağlar içinde kültürel etkileşim ve alışveriş etkili olmuştur.

Yazının teknikler sayesinde uygulandığı için geliştirilen yöntemler ise süreç içinde tipografi sanatını yaratmıştır (Sarıkavak, 2014:2).

M.S. 1450'li yıllarda Avrupa'da yayılan Rönesans hareketi hümanist bir felsefe anlayışının gelişmesine, klasik edebiyatın yeniden incelenmesine ve laik bir toplum yapısının oluşmasına ortam sağlamıştır. Bu dönemde grafik tasarım ve baskı teknolojisinde çığır açan buluşlardan biri gerçekleştirilmiştir. Mainz'li Johann Gensfleisch zum Gutenberg 1450'de bir kitabın tipografi tekniği ile basılabilmesine olanak sağlayan sistemi bulmuştur. Kuyumcu olan Johann Gutenberg madeni harfler döküp, baskı usulünü de geliştirerek harflerle baskı sanatını, yani Matbaayı bulmuştur (Becer, 2002:92).

Tipografinin temeli olarak kabul edilen bu olay sonucunda harflerin baskı sanatı ile basılması ve çoğaltılması Avrupa’da hızla uygulanmaya başlamıştır. Teknolojik gelişmeler, malzeme ve imkânların artması baskı ve çoğaltma tekniği ile birleşerek, daha fazla kitap üretilmeye başlanmıştır. Böylelikle önceden sadece ayrıcalıklı sınıfların ulaşabildiği el yazması kitaplar, çoğaltılarak daha geniş kitlelere ulaşmayı başarmıştır. Okuma eyleminin bireyselleşmesi sonucunda Avrupa’da okuryazar oranı hızla artmaya başlamıştır.

Bu bağlamda, okumanın artık bireysel bir eyleme dönüşmesi ile birlikte, “matbaa sonrası” tipografinin özellikleri de önceki dönemlerden farklılaşarak, yeni gereklilikler doğrultusunda değişime uğramıştır. Değişik dönemlerde tipografinin şekillenışı, istisnasız olarak kendi döneminin teknolojilerinin imkanları kapsamında ilerlemiştir (Dündar, 2005:40). Bu hızlı değişim ve gelişim sonucunda, Modernizm’in de etkisiyle iletişim kurmak için yazı kendi başına yeterli gelmedi ve tasarım anlamında da yeni arayışlara girdi.

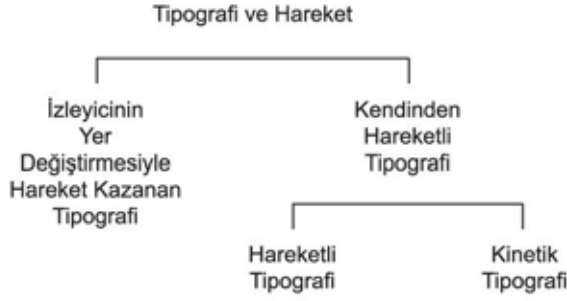
Tipografinin bu tarihsel serüveninde modern altyapı oluşturulmuş yazı biçim ve içerik değiştirerek tasarım olgusuyla bir bütün olarak gelişmeye devam etmiş ve yazı karakterleri tasarımlarına ihtiyaç duyulmuştur. Tipografideki harfler konuşma dilinde kullanılan seslere karşılık gelen ve belli biçimlere sahip olan işaretlerdir (Yücebaş, 2006:50-51). Harf biçimi (typeface) kavramından daha çok, günlük dilde “yazı karakteri” olarak kullanılan kavram abecenin özel bir tasarımını ifade eder. Yazı karakterlerindeki farklılıklar o yazı karakterinin hem geometrik yapısında hem de yapısal özelliklerinin birinde ya da tümünde olabilir.

Geleneksel tipografi anlayışının bir adım ötesinde, iletişimde yeni arayışlar sergileyen deneysel tipografi anlayışı bir tasarım yöntemi olarak benimsenmiştir. Biçim ve içerik arasındaki ilişkilerin sorgulandığı bu denemelerin ardından, günümüze değin tipografinin etkili bir tasarım ögesi olarak kullanımı geliştirilmiştir. Gerek teknolojik gelişmeler, gerek yeni ortamların kullanılması, gerekse ideolojik ve deneysel çalışmalar sayesinde daha yeni, daha etkili ifade olanağı yakalanmıştır (Kılıç, 2011:1).

HAREKET VE TİPOGRAFI İLİŞKİSİ

Günümüzde durağan tipografik çözümlerlerin yanı sıra, zaman kavramının da tasarımda bir boyut, bir değer anlamında ele alınmasıyla, hareket olgusunu tipografinin hem kavramsal hem de uygulama anlamında gelişimine katkıda bulunmaktadır. “Sayısal yeni binyılda (milenyum) yaşayan tipografi zanaatının titizliği ve deneysel yazı karakteri tasarımı biçimleri sayfa düzleminden ekrana sıçradı... Bugün yazı iletişimin durağan mekansal formlarıyla sınırlı değil; zaman ve hareket iktidarı ele almış durumda” (Krasner, 2008:185-186).

Tasarım felsefesi yaklaşımı ile tipografi ve hareket olgusunu iki başlık altında incelenebilir; birincisi izleyicinin yer değiştirmesiyle hareket kazanan tipografi; ikincisi ise hareket halinde bulunan tipografi. Tipografik çözümlerini izleyicinin kendisinin hareket halindeyken algılaması, böylelikle izleyicinin gözünde yaratılan yanılsama ile tipografiye bir hareket kazandırılması mümkündür. Çeşitli ortamlarda renk değerleri veya biçimsel oyunlarla izleyicinin gözünde yanılsamaya dayalı algılamaya yaratılmaktadır. Bunlar, daha çok mekansal veya yönlendirici grafikler anlamında kullanılan tipografilerdir.



Şekil 1 Tipografi ve Hareket çizelgesi.

HAREKETLİ TİPOGRAFI

Kavram olarak deneysel tipografi modern çağın gereksinimleriyle harmanlanarak, Hareketli Tipografinin temellerini oluşturmuştur. Tipografinin hareketlendirilmesi ile yaratıcı görseller ve yenilikçi çalışmalar üretilir hale gelmiştir. Teknolojik gelişmeler, bilgisayarın bulunuşu ve kullanılmaya başlaması, dijital çağa geçiş, masaüstü yayıncılık tasarım alanındaki gelişmeleri tamamen kapsar ve kağıt üzerinde kalan tasarımlar yeni bir boyut kazanarak, üç boyutlu hale gelir. İki boyutlu görüntülerin ardından üçüncü bir boyut ile yazı bir anlamda biçimsel bir değişkenliğe uğramıştır. Bu değişkenlik medya uygulamalarında kaydedilebilir sürekli görüntü olarak adlandırılan video ile bütünleşerek hareketli tipografi kavramının doğması ile sonuçlanmıştır.

Hareketli grafik tasarımdaki yazılarda; durağan, iki boyutlu yüzeyler üzerinde iletişim kurmaya yönelik yazı tasarımlarının ötesinde, zaman kavramının yazı ile birleştirilmesi sonucunda etkin bir yapı yaratılmaktadır. “Kinetik tipografi, yazıya dayalı iletişimde duyguları ifade etmede seçenekli bir çözümdür. Kinetik Tipografi, zaman içerisinde renk, büyüklük ve durum değiştiren metin olarak tanımlanır” (Lee, 2002:41).

KİNETİK TİPOGRAFI

Kinetik tipografi bilgisayar kullanılarak üretilen karakter animasyonudur. Hareketli karakterler kendi dilindeki duygu ve sesi vurgular. Bununla birlikte her hareketli yazı kinetik tipografi anlamına gelmez. Duygu, anlam ve kavram katılmamış hareketli yazı, kinetik tipografi anlamına gelmemektedir. Hareketli tipografide, -videolarda kullanılan alt yazılarda olduğu gibi- bilgi sadece yazının okunması ile izleyiciye sunulurken, kinetik tipografide ise bilgi; yazının okunmasının yanı sıra harflerin ve kelimelerin aynı zamanda kavramları, hareketleri, sesleri ve durumları ifade etmesi ile sunulmaktadır (Kurtçu, 2017:187).

Sarıkavak’a (2013) göre; kinetik tipografi, modern dönemin kavramsal tipografisinin bilgisayar ve yeni medyada geliştirilmiş biçimidir. 20. yy’ın ve postmodernizmin iki boyutlu yüzeylerde sanal üç boyutlu tasarımların teknoloji sayesinde, ses ve zaman boyutlarının da eklenmesiyle, aslında en az beş boyutlu tipografi uygulamalarıdır. Altıncı boyutun ise duygulanım (duygusal etkileşim) olduğunu söylemek mümkündür (Sarıkavak, 2013:28).

Kinetik tipografide içsel, saklı anlam vardır ve izleyiciyi bilgilendirme, eğlendirme ve duygularını etkileme imkanı sağlar. Kinetik tipografinin ilk örneklerinden biri, Alfred Hitchcock'un ekrandaki değişken harfler ve hareketli metinlerle klasik korku filminin tedirgin edici doğasının başarılı bir şekilde aktarıldığı Psycho filminin başlangıç jeneriğinde görülebilir (Lee, 2002:42).

FİLM JENERİKLERİ VE TİPOGRAFI İLİŞKİSİ

Sayısal ortamda üç boyutlu kinetik tipografinin gerçekleştirilmesi tasarıma bağlı olarak; öykü panosu, modelleme, kaplama, ışıklandırma, animasyon, render, ses tasarımı ve kurgudan oluşan bir dizi aşamaları gerektirebilir. Öyle ki, bu aşamaların hepsi ayrı birer uzmanlık alanıdır ve çoğunlukla multidisipliner bir çalışma gerektirmektedir. Teknolojinin sunduğu olanaklar ile sayısal ortamda tasarlanan tipografik çalışmalar yeni ifade olasılıklarını izleyiciye sunmaktadır (Kurtçu, 2017:206).

Kinetik tipografi kavramının sektörel olarak en sık karşılaşıldığı alanlardan birisi de sinema sektörüdür. Gerek filmlerin jeneriklerinde gerekse film akışında yer verilen kinetik tipografi, hedef kitleyi duygusal olarak harekete geçirerek izleyicide film konusu ile ilgili merak uyandırmaktadır. Tasarımın diğer dallarında olduğu gibi hedef kitlenin dikkatini çekmesi ve akılda kalıcılık oranı tasarımın kalitesi ile ilgili olumlu bir sonuç olarak sayılabilir.

Tipografi ve hareket kavramının bütünleşmesi, yeni medya uygulamaları alanında kinetik tipografi olarak karşımıza çıkar. Kinetik tipografide, tasarım öğelerini doğru kullanmak ise grafik tasarımcının görevidir.

Grafik tasarımcı hem bir mesaj aktarıcı, hem de bir biçim düzenleyicisidir. Grafik tasarım, ileti□im sağlayıcı mesajı doğru ve yalın bir biçimde yansıtırken ton dizileri, kontrastlar, kadrajlama teknikleri, renk ve tipografıyı başarıyla kullanmak zorundadır. (Becer, 2006:33-35).

Günümüzde Grafik tasarım mesleğinin gereklilikleri sonucu sadece afiş, logo gibi tasarım ürünlerinin tasarım süreçlerinde yer almakla kalmayıp işin kamera arkasında da bulunmaktadır. Bu durumun en önemli etkeni ise tasarım alanında yaşanan teknolojik gelişmelerdir. Önceleri kağıt üzerinde kalan tasarım ifadesi günümüzde medya uygulamalarından, üç boyutlu modelleme, animasyon gibi dallarda da kullanılmaktadır. Tasarımcı bu alanlarda fikir aşamasından yaratıcılık sürecine, renk bilgisinden görsel düzenlemelere ve tipografik anlatıma kadar yer almaktadır. Tasarım dallarının gelişmesi ve dijital ortamların yaygınlaşması ile film jeneriklerinde, grafiksel anlatımların tercih edilmesi yaygınlaşmıştır.

Jenerik tipografisi tasarım sürecinin başarılı kabul edilmesi için, tasarlanan font biçiminin; filmin, dizinin ya da televizyon programının içeriğine uygun olması gerekmektedir. Kullanılan font yapıları, hedef kitlenin yaşına uygun şekilde oluşturulmuş ve bir animasyon filminde yer alan jenerik tipografisi kurgusu ile bilim-kurgu türünde bir filmle değişkenlik göstermiştir. Jenerik süresince seyircinin izlediği tipografik tasarımların, yapımın türüne ve jeneriğin akış hızına bağlı olarak oluşturulması oldukça önemlidir (Kanmaz, 2014:28).

Bazı film jeneriklerinde tipografik öğeler ön planda ve jenerik tipografi üzerine kurgulanmış olabilir. Böyle bir jenerikte, sadece tipografik öğelere yer verilmesi sonucu tasarım açısından sınırlandırılmıştır. Jeneriğin fikir ve kurgu aşamasında tasarımcıyı zorlu bir süreç bekler. Tipografi özellikle son yıllarda, 3 boyutlu hareketli uygulamaların yaygınlaşması ile jenerikler için bir alternatif olmuştur. Çok boyutlu sürece geçiş ile tipografiye uygulanan boyut derinlik ve duygu, jeneriklerde tipografi kullanımının yay-

gınlaşmasını etkilemektedir. Tipografik unsurlar üzerine kurgulanmış bir jenerik tasarımında, tipografi, görsel, müzik ve hareket senkronize içinde olmalıdır. Hareket kavramıyla bütünleşen harf ve yazı kinetik tipografinin oluşumuna zemin hazırlar.

Amerikan sinemasında jenerik tasarımını bir tasarım mecrası haline getiren, özgün grafik anlatım tarzı ve yarattığı kurgularla jenerik tasarımın öncülerinden kabul edilen Saul Bass, film jeneriklerini “grafik, tipografi, hareketli görüntü ve müziğin bir bileşeni; filmin hikaye anlatım sürecine önemli katkıları bulunan bir önsöz” olarak niteler (aktaran Noyan, 2006:51).

KİNETİK TİPOGRAFI İLE YAPILMIŞ FİLM VE DİZİ JENERİKLERİ ÖRNEKLERİNİN HEDEF KİTLE AÇISINDAN İNCELENMESİ



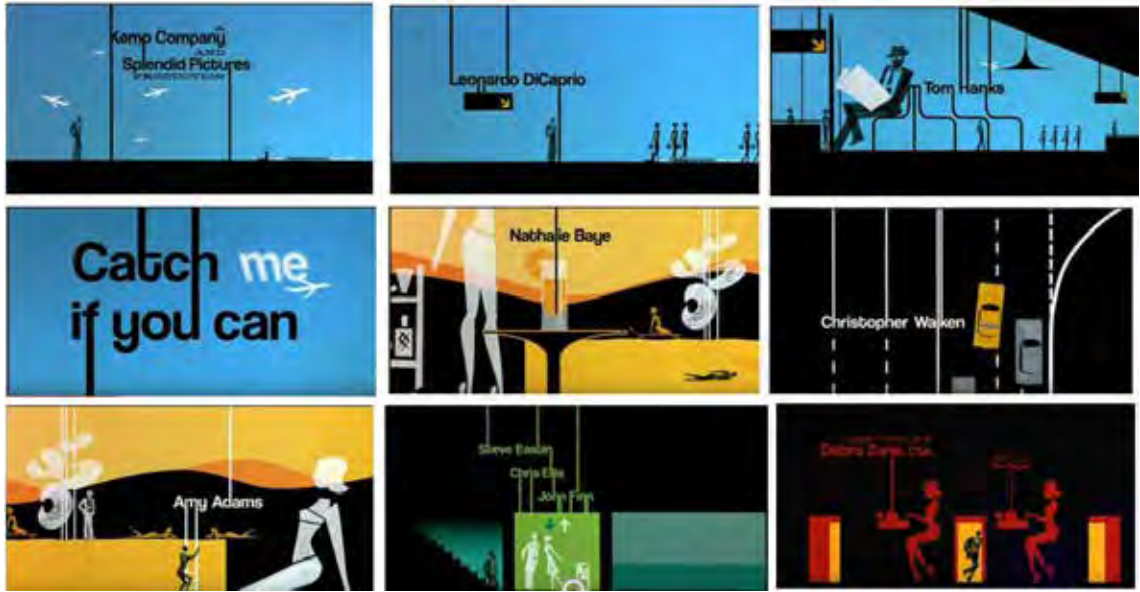
Şekil 2: Onur SAYLAK, “Ufak Tefek Cinayetler” Dizisi Açılış Jeneriği, 2017, Video

Konu: Geçmiş ve bugün arasında sıkışıp kalan, lise arkadaşı 4 kadının birbirleriyle hesaplaşmaları sonucu işlenen bir cinayetin suçlusunun aranmasıdır.

Yıl	: 2017
Tür	: Dizi Jeneriği
Jenerik Tasarımı	: Baran BARAN
Süre	: 1 Dakika 15 saniye
Yayın Türü	: Televizyon
Sahne Sayısı	: 35

2017 yapımı “Ufak Defek Cinayetler” dizisi jeneriği dizi içeriği ve dizide gelişen olaylar hakkında izleyiciye ipuçları vererek, dizi başlamadan içerikle ilgili merak uyandırmayı başarmıştır. Jenerikte kullanılan renkler, müzik ve vurgulayıcı efektler hedef kütlenin dikkatini çekmektedir. Jenerikte sahne geçişleri arasında hem renklerle, hemde illüstrasyonların yalınlığı ile bir bütünlük sağlanmıştır. Jenerikte bulunan illüstrasyonlar ise çizgi roman tarzında ele alınmış olup, popüler kültürün yaşam tarzını ve hızlı gelişen olayları yansıtmaktadır.

Tipografik öğelerin, illüstrasyonlarla eş zamanlı hareket etmesi ve yer değiştirmesi jenerikte dikkat çeken bir diğer fikirdir. Tipografik öğelerin tamamında jenerik boyunca değişen zemin renklerinin üzerinde beyaz renk kullanılmıştır. Böylece yazı daha okunaklı hale gelmiştir. Jeneriğin tamamında jenerik isimleri ve dizinin ismi olmak üzere iki farklı font kullanılmıştır. Özellikle jenerik isimlerinde kullanılan font jeneriğin çizgi roman tarzına uygun olarak seçilmiştir. Fontlar okunaklı ve puntoları yeterli büyüklüktedir. Canlı renklerin, vurgulayıcı müzik, ses ve hareketlerin kullanıldığı jenerik hem tasarım öğeleri ve ilkelerinin doğru kullanılması, hem de fikir ve yaratıcılık ile hedef kitlenin dikkatini çekmesi açısından iyi bir kinetik tipografi örneğidir.



Şekil 3: Steven Spielberg, "Catch Me If You Can" Filmi Açılış Jeneriği, 2002, Video

İsim: "Catch Me If You Can" (Sıkıysa Yakala)

Konu: Frank Abagnale Jr.'ın gerçek hayat hikayesinden yola çıkarak izleyiciye parçalanmış aile yapısı içerisinde kendilerine bir yer bulmaya çabalayan insanların; dolandırıcılığın ve anti-kahramanlığın gerçekçi bir portresini çiziyor.

Yıl	: 2002
Tür	: Fim Jeneriği
Jenerik Tasarımı	: Saul Bass
Süre	: 2 dk 10 sn
Yayın Türü	: Sinema
Sahne Sayısı	: 40

Film jenerikleri tasarımında diğer tüm tasarım ürünlerinde olduğu gibi rengin etkisi büyüktür. 2002 yapımı "Catch Me If You Can" filminde jenerik tasarımcısı Saul Bass rengi ön plana çıkartmaktadır. Tipografi renk ve illüstrasyon ilişkisi Saul Bass'ın diğer jeneriklerinde de olduğu gibi çok iyi kurgulanmıştır. Filmde geçen olayların hızını akışını ve filmin öyküsünü iyi yansıtan jenerik, film ile ilgili hedef kitlede merak uyandırmaktadır. Özellikle rengi etkili bir biçimde kullanan Saul Bass, fiziksel mekanın durumuna göre renk geçişleriyle mekan algısı hissettirilmeye çalışılmıştır. Jeneriğin ilk saniyelerinde değişen renk mavi, değişmeyen renk siyah ve beyaz kullanılarak mavi rengi ön plandaki

göstergebilimsel imgelerle (Uçak, hostesler, yürüyen merdivenler, yön işaretleri) birlikte ana karakterin bir hava alanında olduğunu bize gösterir. Jenerikte tipografik öğeler hareketli illüstrasyonlarla beraber tasarlanmıştır. Figürler ve diğer tüm objeler yazının uzantılarından faydalanılarak dikey çizgisel bir yapı ile oluşmaktadır. Jenerikte tırnaksız düz bir font tercih edilmiştir. Tipografik öğelerin renginde zemin rengi ile değişkenlik gösteren siyah ve beyaz renkler okunaklılığı arttırmıştır. Jeneriğin kurgusu filmin aksiyon macera türüne uygun olarak tasarlanmıştır.



Şekil 4: Akira Orikasa, "Panic Room" filmi açılış jeneriği, 2012, Video

İsim: "Panic Room" (Panik Odası)

Konu: Dünyanın en büyük metropolü ve en çok suç işlenen kentlerinden biri New York'da kocası tarafından terkedilmiş bir kadın ve onun şeker hastası kızı tek başlarına yaşamak zorundadır. Filmin konusunda terkedilmişlik, hastalık ve tedavi edilmeye çalışılan iki acı işlenmektedir.

Yıl	: 2012
Tür	: Fim Jeneriği
Jenerik Tasarımı	: Danny Younth, Kyle Cooper
Süre	: 1 Dakika 15 saniye
Yayın Türü	: Sinema
Sahne Sayısı	: 20

David Fincher'ın yönetmenliğini yaptığı 2002 yapımı "Panic Room" filminin jeneriğinde üç boyutlu hareketli tipografi kullanılmıştır. Tipografik öğeler New York City şehrinde filmin sahnelerinin geçtiği mekânlarda bina cephelerinde üç boyutlu olarak görülmektedir. Hedef kitle açısından bakıldığında bu üç boyut ile oyuncuların isimleri vurgulanmıştır ve izleyicinin okunması hedeflenmiştir. Tipografilerde özellikle bina cephelerine yansıyan ışık oyunlarından faydalanılmıştır. Diğer iki örneği aksine jenerikte tipografik öğelerin vurgusu gerçeklik olgusu ile yapılmıştır. Yazılardaki üç boyut etkisi binaların cephelerindeki ışık oyunları ile desteklenmiştir. Bir çok font denenmiş ve sonunda mimari formlarla uyumlu tırnaklı bir font olan Copper Plate kullanılmıştır. Bu font tercih edilirken filmin konusu olan

koru ve gerilim duyguları çıkış noktası olmuştur. Jenerik tasarımında ise, gerek müzik, gerek görüntüler, gerekse tipografik öğelerle filmin hedef kitlesi olan 18 yaş üstü korku filmi seven kadın ve erkeklerin dikkatini çekmek amaçlanmıştır. Computer Cafe film şirketinin görsel efekt uzmanı Akira Orikasa 'ya göre; "başlıklar, binalara yakın ama cephesine eklenmiş değil, önünde durması ve gerçek gibi görünmesi için inşa edildi. Işığı ve öğeleri birleştirme (kompoze etme) ışıklı sahnelerde, ışık parlamaları ile başlıkların çakışması önemlidir (Y. Braha & Byrne, 2011:22).

SONUÇ

1950 lerden itibaren kinetik tipografi uygulamaları etkili olmaya başlamış teknolojik gelişmeler ve masaüstü yayıncılığın artması ile daha çok kullanılmasına olanak sağlamıştır. Kinetik tipografinin gelişimi ve film jeneriklerinde kullanımının incelediği bu çalışmanın sonucunda; kinetik tipografi ve hareket olgusuyla kurgulanmış film jeneriklerinin özellikle konusu hızlı ve akıcı film yada dizilerde sıkça uygulandığı görülmektedir.

Tipografik öğelerin filmin veya dizinin konusu ile bütünlük oluşturması ve hareket hızının filmin konusunu yansıtması, hedef kitlenin dikkatini ve algısını toplaması açısından önemlidir. Jenerikteki sahnelerin geçiş hızı, tipografik ve görsel öğelerin oluşturduğu hareket olgusu ve kullanılan renkler, kısacası jeneriğin fikri ve kurgusu hedef kitleye film ve dizinin konusu ile ilgili büyük ipucu verecek ve filmin kalitesi ile ilgili önyargı oluşturacaktır.

Tipografi kavramının kinetik ile birlikte kullanıldığı tasarımlar kendi başlarına bir uzmanlık alanı gerektirmektedir. Tasarım altyapısı ve fikrin dışında öykü panosu, modelleme, kaplama, ışıklandırma, animasyon, render, ses tasarımı ve kurgudan oluşan bir dizi aşamaları gerektirebilir. Bu aşamaların hepsinde temel amaç hedef kitlenin dikkatini çekmek ve beğenisini oluşturmaktır.

Yazılım ve donanım imkanlarının hızla geliştiği günümüzde sinema, televizyon ve çoklu ortam tasarımlarında da üç boyut ve kinetiğe yer verilmektedir. Üç boyutlu öğelerin hedef kitle üzerinde vurgulayıcı ve dikkat çekici bir etkisi bulunmaktadır. Sinema sektöründe üç boyut tipografi, görsel unsarlar ve renk ile bütünleştiğinde ise film veya dizi jenerikleri kendi başına bile merak uyandıran bir senaryo yaratmayı başarmıştır.

Kaynakça

Becer, E. (2002). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitapevi.

Becer, E. (2006). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitapevi.

Dündar, B. (2005). Matbaanın Bulunuşundan Bu Yana Batıda ve 1970 sonrası Türkiye'de Grafik Tasarımda Tipografik Dil. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik.

Kanmaz, E. (2014). Jenerik Tipografilerinde Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları Dergisi, 28.

Kılıç, E. (2011). Kinetik Tipografi: Bir Müzik Videosu Tasarımı. Ankara : Hacettepe Üniversitesi,

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı, Yayınlanmış Sanatta Yeterlilik Tezi.

Kurtçu, F. (2017). Üç Boyutlu Kinetik Tipografi. Sanat ve Tasarım Dergisi, 187.

Lee, J. (2002). The Kinetic Typography Engine: An Extensible System for Animating Expressive Text. Proceedings of the 15th Annual ACM Symposium on User interface Software and Technology, 41.

Pektaş, H. (2003). Exlibris. Ankara: AED Yayını.

Sarıkavak, N. K. (2009). Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Çağdaş Tipografinin Temelleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Sarıkavak, N. K. (2013). İletişimde Tasarım - Tasarımda İletişim için Modernitenin Çözümü: Kavramsal Tipografi. İletişimde Tasarım – Tasarımda İletişim, (s. 23-37). Kütahya.

Sarıkavak, N. K. (2014). Kaligrafik ve Tipografik Deneysel Tasarımlar. İstanbul: Ege Basım.

Türkmenoğlu, H., & Akengin, G. (2016). Hareketli Grafik Tasarım Sürecinde Yazı Devinimi. İdil Dergisi, 901.

Y. Braha, & Byrne, B. (2011). Creative Motion Graphic Titling For Film. Video, And The.

Yücebaş, Ç. (2006). Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük Oluşturmada Tipografi ile Görseller Arasındaki İlişki ve Sanat Eğitimindeki Yeri. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi.

Tasarım Eğitiminde Kültürel Unsurların Kullanımına Yönelik Uygulama Çalışmaları : Aşık Veysel Şatıroğlu ve Neşet Ertaş Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Tülay KAYABEKİR // ckayabekir@gmail.com

Özet

Çalışma, tasarım eğitiminde, bir düşünceyi, bir olguyu görsel yolla anlatırken yeni bilgiyi oluşturmak ve yorumlamak için nasıl çözümlene becerisi gerektirdiği ve bunu dijital yolla gerçekleştirirken birçok bileşenin ilişkilendirilmesi yoluyla tasarım yapılmasına yönelik yaklaşımları içermektedir. Kültürel unsurların bugünün tasarım anlayışıyla ve uygulama olanaklarıyla bir araya getirilmesi sürecini kapsayan bu çalışma; tasarımların bizi çevreleyen somut ve ya soyut kültürel ve geleneksel değerlerle olduğu kadar sanatsal ve evrensel değerlerle de etkileşim içinde olmasına yönelik bir yaklaşıma odaklanmaktadır. Bu anlamda, dijital uygulama olanakları kullanılarak sözlü kültürün önemli temsilcilerinden olan Aşık Veysel ve Neşet Ertaş, proje dersi kapsamında hareketli grafik animasyon uygulamasına kaynak olarak seçilmiştir. Çalışma her iki kaynak kişinin, yaşadıkları yöreler ve halen yaşatıldıkları Anadolu'nun kültürel unsurlarını bu günün tasarım anlayışı ve uygulama olanaklarıyla bir araya getirilmesi sürecini kapsamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tasarım Eğitimi, Kültür, Tasarım Uygulama Modeli

1.GİRİŞ

Eğitimin bir parçası olarak kültürel unsurların, kültürel nesnelere üzerindeki dönüşümleri, bu dönüşüm sürecinde yeniden şekillendirilmesi ve bugünün tasarımlarında birleştirilmesi üzerine yapılan çalışmalar kuşkusuz önemlidir. Çünkü, artık geçmişin sanat adına getirdikleriyle bugünün sanat adına geleceğe taşıyacakları, dijital sanatın pratik uygulama olanaklarıyla birleşmiştir. Geçmişin geleneksel ve kültürel değerleri ile dijital kültürün üretim yollarının kesişmesi, hem bu değerlerin etkileşimli bir şekilde kullanılmasına hem de çağdaş yöntemlerle yeniden üretilmesine olanak sağlamaktadır. Bu birbirini tetikleyen döngü içerisinde de tasarım eğitiminin yeri ve amacı değerlendirilmeye değer bir konum kazanmaktadır. Dolayısıyla konuyu, sanat ve onu var eden sanatçının gücü, toplumdaki önemi ve yerine dair bildiklerimizin ışığında içinde bulunduğumuz dijital çağın sunduğu anlatım ve yaratım olanaklarının tasarım eğitiminde kullanımına ve bunu kültürel değerlerin aktarılması ve korunması noktasına yaklaştırmamız.

Gelişen teknolojiyle birlikte ortaya çıkan bu eğilimin bir ülkenin sahip olduğu kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılmasında önemli rol oynadığı bilinmektedir. Bu nedenle sanat eğitimi alan gençlerimize yani geleceğimize yatırım yaparken hem kendi kültürel değerlerimizin aktarımında sanatsal üsluplarını oluşturmanın değerini hem de gelişen dünyada kendi kültürel miraslarını bu yolla korumanın önemini anlatmak zorunlu bir hal almaktadır. Çünkü, bireysel ifade özgürlüğünün getirdikleri ile teknolojinin getirdiklerini birleştiren, bunu geçmişten şu ana kadar değişen ve gelişen teknolojik araçlar yoluyla, sanatın kavramsal ve sorgulayıcı tarafıyla yapabilen tasarımcılar yetiştirmek açısından önemlidir. Kültürel göstergelerin korunarak, dijital uygulama teknikleriyle zamana ve zamanın getirdiklerine duyarlı tasarımlara dönüşmesi yeni bakış açılarının ve uygulamalarının gelişmesine katkı sunacaktır. Bu anlamda, dijital uygulama olanakları kullanılarak sözlü kültürün önemli temsilcilerinden olan Aşık Veysel ve Neşet Ertaş, proje dersi kapsamında hareketli grafik animasyon uygulamasına kaynak olarak seçilmiştir. Çalışma her iki ozanımızın, yaşadıkları yöreler ve halen yaşatıldıkları Anadolu'nun kültürel unsurlarını bu günün tasarım anlayışı ve uygulama olanaklarıyla bir araya getirilmesi sürecini kapsamaktadır.

TASARIM EĞİTİMİ ve KÜLTÜR KONUSU

Çağdaş tasarım endüstrisinin kültürel sanatı üretmek için dijital formları kullanma ve benimseme sürecinde ülkemizde buna ne kadar önem verildiği ya da verilmediği tartışılır. Ancak amacımız bunun öneminden ziyade önemli olduğunun bilincinde yeni yaklaşımlarla bunu eğitimde avantaja çevirmek üzerinedir. “Teknolojik tasarım, eğitim-öğretim, bilimsel deneyler ve kültürle ilgili sonuçların tanıtımı gibi farklı yönleri kapsayan bir çalışma alanı haline gelmiştir. Dijital olarak geliştirilmiş grafik sanat ve tasarım çıktıları, modern grafik tasarımcısının rolünü mükemmel bir şekilde biçimlendirmektedir” (Poon, 2015; 5).

Grafik tasarım eğitiminde öğrencilerin uygulama çalışmaları yapmalarının nedeni mevcut koşulları anlama, pratik yaklaşımları ortaya koyabilme ve bunun sonucunda istihdam edilebilme niteliklerini kazanma sürecini kapsamaktadır. Bunu yaparken bir düşünceyi, bir olguyu görsel yolla anlatırken teknik ve bilgisel yeterliliğinin yanı sıra yeteneği, yaratıcılığı, sezgileri ve mantığıyla görselleştirebilmeleri de amaçlar arasındadır. Ancak çoğunlukla bu temel noktadan uzaklaşmaktadır. Eğitimde bu yönde ortam ve yaklaşımların oluşturulması oldukça önemliyken tam tersine var olan koşullara uyum dikkat çekmektedir. Oysa tasarım eğitiminde deneyim, değerlendirme, problem çözme ve işbirliği gibi yakla-

şimler, gerçek problemlerle anlam kazanır. Çünkü tasarım eğitiminin amaçlarından biri de elde edilen kazanımların öğrencinin yeteneklerinin farkına varmasına ve bunun hızla ekonomik ve toplumsal faydaya dönüşmesine yardımcı olmaktır. Bu anlamda tasarım eğitiminde hem konu zenginliği bakımından hem de kültürel mirasın korunmasına yönelik farkındalık artırıcı ve işbirliği gerektiren gerçekçi problem durumlar daha fazla çözüm odaklı yaklaşımlara olanak sağlayacaktır. "...kültürel mirasın keşfi yoluyla öğrencilerin bilgi ve deneyim kazanmalarını sağlamak, yerel ile evrensellik arasında ileri ve geri giderek öğrencilerin bunların arasındaki farkı anlamalarına yardımcı olmak, genellikle kaynaklardan yoksun olan öğrencilerin, geçmişin keşfi ile kendilerini gelecek için korumalarına yardımcı olmak..." (Dönmez ve Yeşilbursa, 2014) gibi katkıların tasarım eğitimindeki yeri ve etkisi açıktır. Çünkü tasarım sürecinin iyileştirilmesi yaşanan gerçeklikle eğitimde ortaya konan yaklaşımlar arasında bağlantı kurmak hem öğrenen hem de öğreten açısından önemlidir.

Tasarım disiplini için önemli bir kaynak olarak ele aldığımız kültür ve onu temsil eden unsurlar çeşitlilik göstermektedir. "Her ne kadar kültür bütünsel olarak ele alınsa da, kültürün bazı alt kategorileri vardır; popüler kültür, geleneksel kültür, maddi kültür ... vb. Bununla birlikte, bu yapılar birbirinden tamamen ayrı olmazlar ve birbirleriyle sürekli etkileşirler ve birbirlerini kurarlar. Tasarım disiplini için en önemli alan materyal kültürdür. Sparke'ye (2013) göre, tasarım hem bir etkileyicidir hem de değişimin bir yansıtıcısıdır. Görsel ve materyal anlatıma ek olarak, mesajları ideolojik değeriyle iletebilir ve bu nedenle toplumda ve kültürde biçimlenme rolüne sahiptir. Bu anlamda tasarım sadece kültürün bir yansıması değil, aynı zamanda kültürün oluşturulduğu devam eden sürecin de bir parçasıdır" (Çakmakçıoğlu,2017;3826). Yani düşünce şeklimizi etkileyen pek çok şeyi içinde bulunduğumuz kültürün etkisiyle oluştururuz. Üretimimizi kültürle etkileşime giren zihinsel süreçlerin çözüm arayışlarıyla yaparız. Ve bunu farkında olmadan tasarımlarla geleceğe taşırız. Özellikle tasarımcıların üretimlerini dijital olarak yeniden yaratma kolaylığı düşünüldüğünde tüm süreçler eylemin şeklini ve niteliğini etkiler. Çünkü, geçmişin kültürel değerleri şimdinin dijital teknolojisiyle buluşarak yeni anlatım biçimlerini başkalaştırmaktadır.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırma, tasarlanmış bir düşünceyi görselleştirirken teknik ve bilgisel yeterliliğe ulaşmakla birlikte seçilmiş kaynak kişilerle anlamsal ilişkinin oluşturmasına yönelik yöntemsel yaklaşımları belirlemeyi amaçlamaktadır.

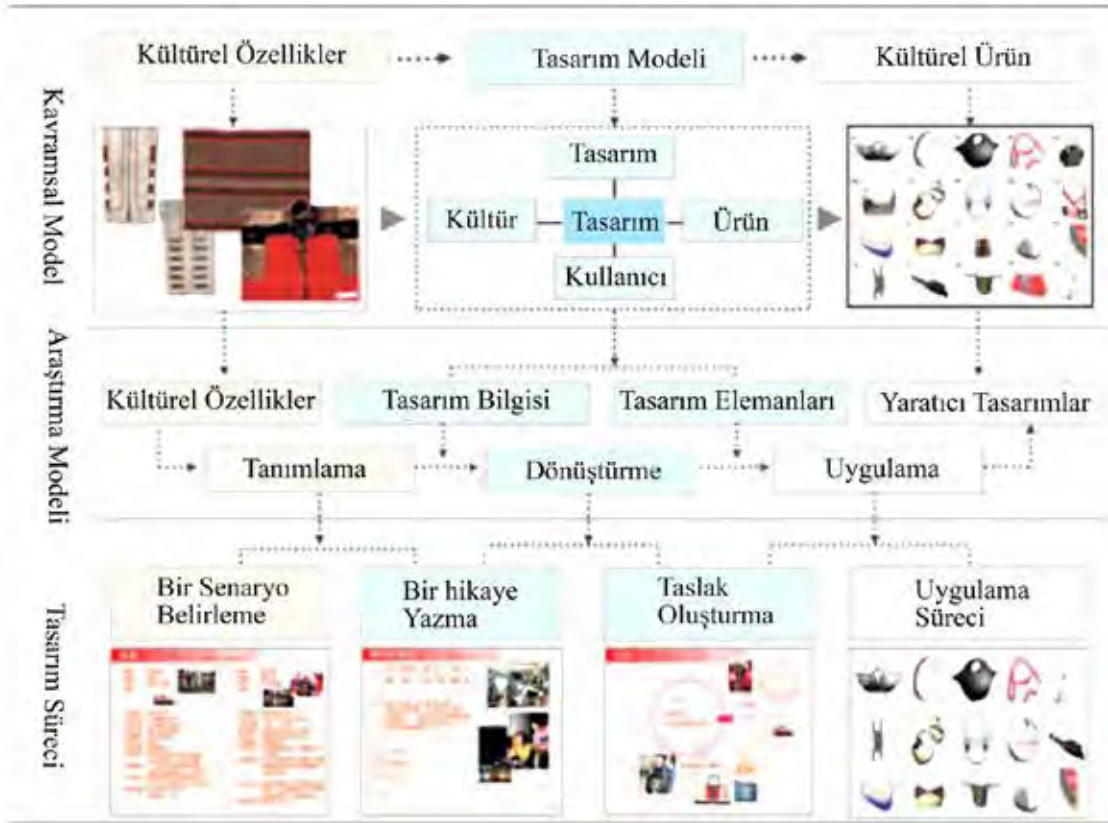
3. YÖNTEM

Bu araştırmanın yürütülmesinde tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacıyla, evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek veya örnekleme üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir (Karasar, 1994). Araştırmada proje tasarım dersinde Aşıklık geleneğinin iki önemli temsilcisinin grafik animasyon uygulaması Kültürel Ürün Tasarımı Modeli kullanılarak yapılmıştır. Konuya ilişkin araştırma yöntemsel yaklaşımları belirlemeye yönelik olası sebebiyle betimseldir. Betimlemeli çalışmalar genelde verilen bir durumu aydınlatmak, standartlar doğrultusunda değerlendirmeler yapmak ve olaylar arasında olası ilişkileri ortaya koymak için yürütülür (Çepni, 2007, s.33). Araştırmanın temellendirilmesi ve hedeflenen amaçlara ulaşılabilmesi için literatür taraması yapılarak konuyla ilgili kaynaklar saptanıp toplan-

mıştır. Çalışmada grafik animasyon uygulaması Tai Lin'in (2006) "Kültürel Ürün Tasarım" modeli temel alınarak geliştirilmiştir. Aşağıdaki aşamalar, araştırma modeli çerçevesinde izlenen etkinlikleri içermektedir.

3.1. KÜLTÜREL ÜRÜN TASARIM MODELİ

Bir değeri kültürel göstergelerle anlatırken konu kapsamı içerisinde anlamın doğru aktarılması önem arz etmektedir. Bu nedenle, Lin (2006), Kültürel özelliklerin kültürel ürünlere aktarılması kritik bir konu olduğundan, kültürel ürün tasarımının anlaşılmasını kolaylaştırmak için Şekil-1' de gösterildiği gibi kültürel düzeylerin, katmanların ve tasarım özelliklerinin birleştirilmesi için bir çerçeve önermektedir. Bu model proje dersi kapsamında tasarlanan grafik animasyon uygulamasının temelini oluşturmaktadır.



Şekil-1 Kültürel Tasarım Modeli, Lin, 2006, International Journal of Design.

Şekil 1'deki kültürel ürün tasarım modeli üç ana aşamadan oluşmaktadır: kavramsal model, araştırma yöntemi ve tasarım süreci. "Kavramsal model kültürel özelliklerin bir kültür nesnesinden nasıl çıkarılacağına ve sonra bu özelliklerin bir tasarım modeline nasıl aktarılacağına odaklanır. Tasarım modelinin oluşturulması, araştırma yöntemi aşamasında gösterildiği gibi üç adımdan oluşur: tanımlama, çeviri (dönüştürme) ve son olarak uygulama bu aşaması aşağıdaki gibi açıklanmaktadır:

Tanımlama aşaması: Bu tanımlama süreci ile tasarımcı bilimsel yöntemi ve araştırmalarla kültür bir nesneden tasarım bilgisi elde edebilmekte ve bu bilgiyi değerlendirip kullanabilmektedir.

Çeviri (dönüştürme) aşaması: Çeviri aşamasında, seçilmiş bir kültür nesnesinden elde edilen veriler, tasarım bilgisi ile dönüştürülür. Bu süreçte tasarımcı tasarımın özellikleriyle ilgili derinlemesine ve pratik deneyime ulaşır. Uygulama aşamasında, tasarımcı bir kültürel nesne ve bu kültür nesnesine ilişkin kültür ve değer spektrumu hakkında bilgi sahibi olur. Tasarımcı, tasarım konularını ele almak ve kültürel bir ürünün tasarlanmasında kültürel özelliklerin tüm seviyelerini kullanmak için bu bilgi birikimini tasarım anlayışıyla birleştirir.

İlk aşamadan sonra uygulama süreci Şekil 1.de gösterildiği gibi bu kültürel ürün tasarım sürecinin dört aşamasına geçilir. Bu süreç şu şekilde açıklanmaktadır:

1. Bir konunun araştırılması / belirlenmesi: Bu aşamada tasarımcı, tasarımda uygulanabilecek temel kültürel özellikleri belirlemek için konunun kültürel özelliklerini analiz etmeyi amaçlamaktadır.
2. Bir hikayeyi anlatma: Konuya ilişkin olarak yapılan analizler dikkate alınarak bir hikaye kurgusu geliştirilir.
3. Bir yazının geliştirilmesi / yazılması: Bu adım, konsept geliştirme ve tasarım gerçekleştirme adımıdır. Bu adımın amacı, geliştirilen senaryo ve hikayeye dayanan metin ve resim formunda bir fikir taslağı geliştirmektir. Bu adımda, senaryo ve hikaye, kültürel anlamın mantıksal olarak doğru bir tasarıma dönüştürülmesi sürecini kapsar.
4. Bir ürünün uygulanması / tasarlanması: Bu adım önceden belirlenmiş kültürel özellikler ve bu özelliklerin tasarım uygulaması süreciyle ilgilidir. Bu noktada, seçilmiş, kurgulanmış ve hikayeleştirilmiş tasarımın uygulama sürecinde yapısal ve anlamsal olarak tasarlanan çalışmaya uygunluğu değerlendirilir.

3.1.2. UYGULAMA ÇALIŞMALARI

Kültürel Ürün Tasarım Modeline dayanan grafik animasyonlar, senaryo ve hikaye anlatımı yaklaşımları kullanılarak tasarlanmıştır. Konunun tanımlanması, çözümlenmesi ve uygulama aşaması belirlenmiştir. Pratik bir tasarım sürecinde, bir konunun araştırılması, bununla ilgili senaryo oluşturulması, bir hikaye anlatması, etkileşim yaratacak şekilde anlatılması ve uygulanması için kültür ürün tasarım modelinde gösterildiği gibi dört adımda gerçekleştirilmiştir.

3.1.2.3. KAVRAMSAL MODELİN OLUŞTURULMASI

Tanımlama aşaması: Proje dersi kapsamında konu “Aşıklık Geleneği ve Aşıklarımız” olarak belirlenmiştir. Kaynak araştırması yapılarak konu tanımlanmıştır. Aşıklık geleneğinin ne olduğu, kültürel anlamda toplumumuzda ne anlama geldiği ve önemli temsilcilerinin kimler olduğu konusunda bilgi sağlanmıştır. Bu verilerin ışığında iki önemli temsilci Aşık Veysel ve Neşet Ertaş seçilmiştir.

Çeviri aşaması: Her iki karakterin hayatı temel alınarak ayrı ayrı hareketli animasyonun kurgusal hikayesinin oluşturulmasına karar verilmiştir. Hayatları sembolik anlatım yoluyla metaforik anlamlar içerecek şekilde kurgulanmıştır.

Uygulama aşaması: bu aşamada anlamsal kurgusu ve çizim taslağı oluşturulan hikayelerin uygulama tekniği ve tasarım üslubu belirlenerek grafik animasyon için aktif uygulama sürecine geçilmiştir.

4.1.2.4. KAVRAMSAL MODELİN UYGULANMASI

• Aşık Veysel Şatıroğlu

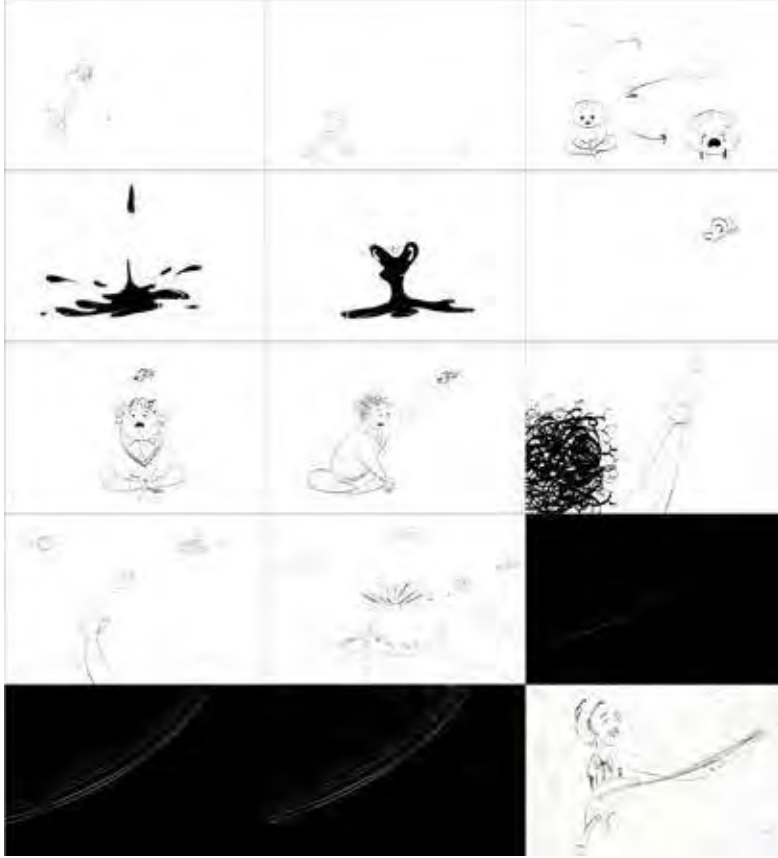
Kültürel unsurların belirlenmesi: Aşık Veysel, Sivas'ın Şarkışla ilçesinde doğmuştur. Yedi yaşında çiçek hastalığından dolayı gözlerini kaybetmiştir. Babasının ilgisiyle birlikte Aşıklık geleneğiyle, Aşıklarla ve bağlamayla tanışmıştır. Bu gelişme onun hayatını olumlu yönde etkilemiştir. Zaman içerisinde yaşadıkları, öğrendikleri ve özümstedikleriyle söylediği şiirler tüm Anadolu'yu ve Anadolu insanını etkilemiştir. Seçilen kültürel unsurlar hayatındaki iki önemli nedenlerle ilişkilendirilmiştir. Birincisi, çiçek hastalığı nedeniyle görme duyusunu kaybetmesi, ikincisi de bağlamayla ve aşıklık geleneğiyle tanışmasıdır. Bu anlamda yapılacak çalışmada Sivas ve yöresinde yetişen çiçek türleri ve stilize çiçek motifleri kültürel unsur olarak kullanılmıştır.

Konuya ilişkin senaryonun oluşturulması: Bir çiçek açar. İçinden bir tohum düşer. Bu tohum büyür bebek olur önce güler sonra ağlar. Gözyaşı kelebeğe dönüşür. Çocuk kelebeğin peşinden koşar. Kelebeğin içindedir artık. son kez köyünü görürü ve her yer bir anda kararır. Bağlama sesi duyulur. Bir çizgi oluşur. Her seste bir çizgi oluşur. Daha sonra ses değişir türkü başlar. Bir çiçek açar renklidir. Kadrajın dışına gider. Türkü bitmeden bütün sahne görülür. Tüm çiçekler Aşık Veysel'i betimlemektedir. (Şekil-2)

Bebeğin gülmesi sevinmeyi ağlaması yaşayacağı hüznü betimler. Düşen gözyaşı damlası kelebeğe dönüşür. Kelebek kısa süren mutluluğu anlatmaktadır. Karanlık dünya gözünün kapandığına, bağlama sesi gönül gözünün açılacağına göndermedir. Açan her çiçek onun şiirlerini, onun her şiiri aynı şeyi onunla gördüğümüzün göstergesidir.

Fikir Taslağı: Oluşturulan senaryonun tasarım çizimleri yapılmış ve tasarımın üslup açısından olgunlaşması sağlanmıştır. Çalışma hikayenin bütününe uygun şekilde siyah beyaz ve çizgisel olarak tasarlanmış ve senaryoya göre sesle birlikte renk kullanımına karar verilmiştir. Resim- 1

Uygulama Tekniği: Tasarım ve taslak süreci tamamlanan çalışmanın After Effects programında oluşturulması ve sunumu yapılmıştır.



Şekil-2. Aşık Veysel'in Hareketli Grafik Animasyonu İçin Hazırlanan Taslak Çizim.

• Neşet Ertaş

Kültürel unsurların belirlenmesi: Neşet Ertaş Kırşehir'in Kırıtlar köyünde dünyaya gelmiştir. Babası Muharrem Ertaş Abdallık geleneğiyle yetişmiş bir Aşık'tır. Neşet Ertaş onun bilgisinden ve görgüsünden çok etkilenmiştir. İlk plağını İstanbul'da çıkarmıştır. O yıllarda yaptığı evlilikten dolayı uzun yıllar babasıyla görüşmemiştir. Geçirdiği felçten sonra Almanya'ya kardeşinin yanına gitmiş ve uzun süre orada kalmıştır. Kanser nedeniyle hayatını kaybetmiştir. Çalışmada iki temel nokta belirlenmiştir. İlki babasından aldığı miras, ikincisi de Almanya'ya gidişi olarak belirlenmiştir. Hayatı ve sanatı ile ilgili olarak yapılacak tasarımda Kırşehir yöresinin halı kilim motifleri kültürel unsurlar olarak seçilmiştir.

Konuya ilişkin senaryonun oluşturulması: İlk sahnede Kırşehir yöresi halı motifleri ile betimlenmiş bağlama görülür. Kadraj yaklaşır ve bağlamanın sapındaki püsküle odaklanır. Püskül hareket ettikçe içinden sembolik motifler görünür kaybolur. Yavaş yavaş püskül aşağıya doğru çizgisel olarak uzanır ve bir plak dönmeye başlar. Dönen plak uçak motorunun pervanelerine dönüşür. Uçağın arkasında bıraktığı izler tekrar bağlamaya dönüşür ve yavaşça bir figürün eline yerleştirilir. Müzik sesi gelir. her seste bağlamadan ve figürden çıkan çiçek motifleri etrafa dağılır. Kadraj uzaklaştığında Türkiye haritasının tamamının çiçeklerle oluştuğu görülür. Elinde bağlamasıyla Neşet Ertaş figürü betimlenmiştir.

Konuya ilişkin senaryonun oluşturulması: İlk görüntüdeki bağlama Muharrem Ertaş'ı temsil etmek-

4. SONUÇ

Tasarım eğitiminde seçilecek olan konunun kültürel kaynaklarla ilişkilendirilmesi öğrencinin anlatım zenginliği oluşturması için eşsiz imkanlar sunmaktadır. Bu imkanlar özellikle günümüz tasarım anlayışı ve dijital uygulama olanakları ile birlikte sunulduğunda öğrencinin yaratıcı çözümler noktasında daha özgür ve özgün yaklaşımlar oluşturduğu gözlenmiştir. Her bir öğrencinin kendi yeteneği ve yeterliği bağlamında konuya yaklaşımını ve var olan yeteneğini ortaya çıkmasına da yardımcı olmaktadır. Somut ya da soyut kültürel zenginliklerimizin tasarım eğitiminde kaynak olarak kullanımı bu anlamda gerçek nedenler ve gerekçeler oluşturmak açısından anlamlı sonuçlar sunmaktadır.

Çağdaş anlayışa uygun yeniden hikayeleşmeler ve bunların sembolik motifler ve metaforik anlatımlarla oluşturulma süreci her anlamda fayda sağlamaktadır. Edinilen bilgiyi yeniden yorumlayabilme ve anlamlandırabilme ve bunu bireysel ifade özgürlüğünün getirdikleri ile teknolojinin getirdiklerini birleştiren tasarımcılar yetiştirmek için tasarım eğitiminde uygulanması önerilebilir. Çünkü sanatın kavramsal ve sorgulayıcı tarafını kullanabilen, bunu geçmişin kültürel kaynaklarıyla günümüz sanat anlayışı çerçevesinde birleştiren ve toplumsal faydaya dönüştürebilen tasarımcılar yetiştirmek, eğitim adına hedeflerin gerçekleştirilmesi açısından önemlidir.

KAYNAKLAR

- Çakmakçıoğlu, B. A. (2017). Effect of Digital Age on the Transmission of Cultural Values in Product Design. 12th EAD Conference Sapienza University of Rome 12-14 April 2017. The Design Journal An International Journal for All Aspects of Design.
- Çepni, S. (2014). Araştırma ve Proje Çalışmalarına Giriş. Trabzon.
- Dönmez, C. & Yeşilbursa, Cemil C. (2014). Kültürel Miras Eğitiminin Öğrencilerin Somut Kültürel Mirasa Yönelik Tutumlarına Etkisi. İlköğretim Online, 13 (2), 425-442.
- Karasar, N. (1994). Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler. 5. Basım. Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd.
- Lin, R. (2007). Transforming Taiwan Aboriginal Cultural Features into Modern Product Design: A Case Study of a Cross-cultural Product Design Model. International Journal of Design Vol.1 No.2
- Poon, S.T.F. (2015). Modernisation of Graphic design: the Possibilities and Challenges of digitalisation. Journal of Graphic Engineering and Design. Volume 6 (1)

Dijital Yaşamda Çocuk ve Uzamsal Yetenek

Hare Kılıçaslan // *hkkilicaslan@gmail.com*

Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, Beşirli Mevkii, Trabzon.

Özet

Teknoloji ile sürekli üretilen yenilikler, bilgisayar yolu ile tasarımları da yeni arayışlara yönlendirmiş-tir. Günümüzde bilgisayar teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, sağladığı olanaklar sayesinde özellikle mekân tasarımı içeren disiplinlerde bilgisayar teknolojilerinin kullanılmasını da yaygınlaştırmaktadır. Bu durum, çocukların günlük yaşamın bir parçası haline gelen bilgisayarla erken yaşlarda tanışmalarını da beraberinde getirmektedir. Çocukların teknolojiyi daha etkin ve faydalı kullanabilecekleri alanlara yönlendirilmesi önemlidir. Çağdaş eğitim sistemlerine entegre edilen bilgisayar teknolojileri ile, çocukların görsel algı gelişimlerine de katkıda bulunmaktadır. Görsel algının geliştirilmesinin, somut dönemden soyut döneme geçiş yapmakta olan çocuklar için faydalı olacağına inanılmaktadır. Bunun için, bütünü oluşturan parçaları algılayabilme, nesnelere konumları ve açılarıyla ilgili bilgileri zihinde canlandırabilme olarak tanımlanabilen uzamsal yeteneğin geliştirilmesi gerekmektedir. Bilgisayar teknolojilerindeki yeni donanımlar, yetişkinlerin yanı sıra çocukların da rahatlıkla kullanabilecekleri üç boyutlu tasarım programlarının geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Çocuklar için oluşturulan üç boyutlu tasarım araçlarından biri de Tinkercad'dir. Tinkercad, her yaş grubunun kullanabileceği, ücretsiz ve web tabanlı bir üç boyutlu modelleme aracıdır. Bu bağlamda, çalışmaya konu olan uygulamalar 8-9 yaş grubu aralığında yer alan beş çocuk ile yürütülmüştür. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen somut küp uygulamaları ve bilgisayar uygulamaları, uzamsal yeteneğin alt bileşenleri açısından ele alınarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Uzamsal yetenek, tasarım, görselleştirme, mekân.

Giriş

Teknolojinin insanlara sunduğu en gelişmiş araçlardan biri de bilgisayardır. Günümüzde bilgisayar teknolojilerinde yaşanan gelişmeler eğitimde de etkilerini göstermektedir. Bu durum, ilköğretimin dördüncü ve beşinci sınıf düzeyinden itibaren, bilgisayarın evlerde ve okullarda kullanımının giderek yaygınlaşmasına yön vermektedir.

Ünal (2006) bilgisayarların, her öğrencinin bireysel gereksinimlerinin dikkate alınarak daha geniş bir öğrenci kitlesine hitap eden öğretim materyallerini hazırlayabilmek için uygun bir kaynak olduğunu belirtmektedir. Bilgisayar yoluyla öğrenme, çocukların bilgisayarın farklı alanlarda kullanılmaları ile ilgili yöntem ve teknikler konusunda davranış değişikliği kazandırmayı, program yazılımı ve kullanımı bilgi ve becerilerini kazandırmayı amaçlamaktadır.

Bilgisayar teknolojilerinin kullanılmasının, çocukları görsel düşünmeye yönlendirerek, onların uzamsal yeteneklerinin gelişmesine katkı sağladığı düşünülmektedir. İpek'e (2003) göre görsel düşünme, kesin çizgilerle ifade edilen etkilerin, yapıların, görsel şekillerin görülebilme yeteneğidir. Görsel düşünme, görme, hayal etme ve çizme davranışlarının etkileşimi olarak açıklanmaktadır. Gal ve Linchevski (2010) görselleştirmeyi, tanıma, dönüştürme, genelleme, anlatma, kanıtlama ve görsel bilgiyi yansıtmaya yeteneği olarak tanımlamaktadır.

Doğası gereği görselliği, görsel açıdan tanımlamayı ve yorumlamayı gerektiren uzamsal yetenek; üç boyutlu uzayda bir ya da daha çok parçadan oluşan cisimleri ve bileşenlerini zihinde hareket ettirilebilme veya zihinde canlandırabilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. (Turğut, 2007). Uzamsal yetenek; görselleştirme, zihinsel döndürme, uzamsal yönelim, uzamsal ilişkiler gibi farklı zihinsel becerilerin tümünü kapsayan, soyut görsel imgelerin oluşturulması sürecini içeren genel bir yetenek olarak açıklanabilir (Cohen ve Hegarty, 2007; Linn ve Petersen, 1985; Lohman, 1979; Strong ve Smith, 2002).

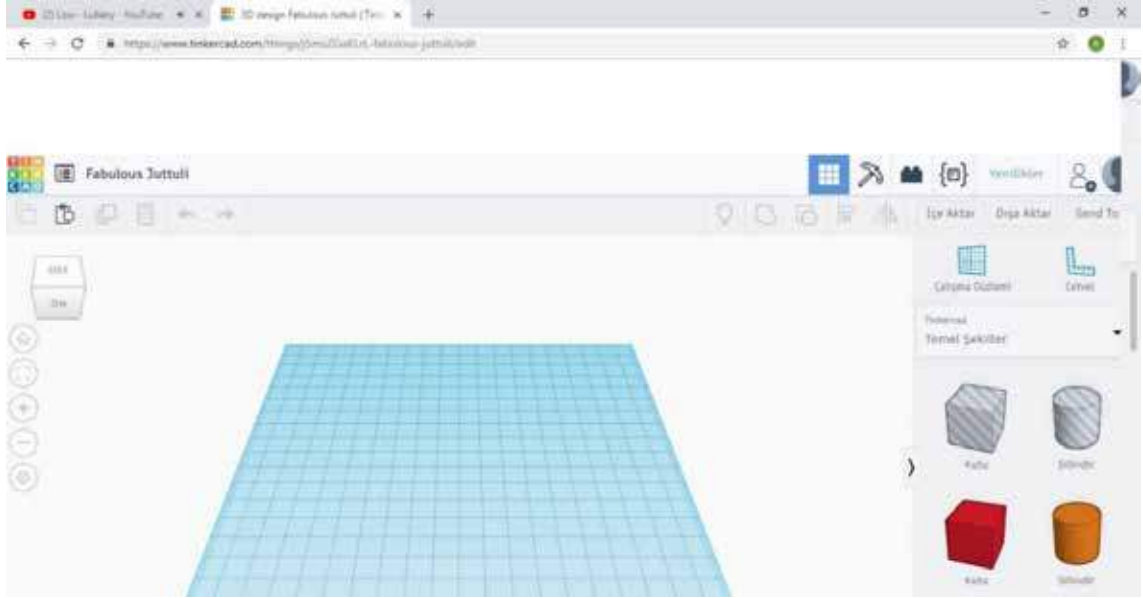
Pellegrino vd. (1984) uzamsal yeteneğin bileşenlerini, (1) uzamsal ilişkiler ve (2) uzamsal görselleştirme olarak tanımlamaktadır. Linn ve Petersen (1985) ise zihinsel döndürmeyi uzamsal görselleştirmeden ayırarak, uzamsal görevlerin üç farklı beceriyi gerektirdiğine değinmektedir. Bunlar, (1) uzamsal algı, (2) zihinsel döndürme ve (3) uzamsal görselleştirmedir.

İlgili alan yazın incelendiğinde, özellikle matematik, fizik, mühendislik gibi disiplinlerde uzamsal yeteneğin geliştirilebileceği konusunda birçok araştırmanın yapıldığı görülmektedir (Clements ve Battista, 1994; Contero vd., 2005; Deliağaoğlu ve Aşkar, 1999; Kayhan, 2005; Pallrand ve Seeber, 1984; Seery vd., 2015; Sorby vd., 2005). Uzamsal yeteneğin geliştirilmesinde yararlanılabilecek birçok farklı yaklaşım bulunmaktadır. Bunlar, kağıt ve kalem gibi geleneksel çizim araçları, 2D cad, 3D cad, 3D animasyon, bilgisayar oyunları ve bilgisayar uygulamalarıdır (Contero vd., 2005). Ancak, çocukların teknolojiyi daha etkin ve faydalı kullanabilecekleri alanlara yönlendirilmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda araştırma, çocukların hem bilgisayar deneyimlerinin işlevsel hale dönüştürülmesinde, hem de uzamsal yeteneklerinin geliştirilmesinde yararlanılabilecek bir yol sunmayı amaçlamaktadır.

Tinkercad Üç Boyutlu Tasarım Aracı









Tasarım, zihinde gelişen yaratıcı bir süreçtir. Geçmişten günümüze tasarımcılar, soyut olan düşüncelerini somutlaştırmada, fikirlerini ifade etmede çeşitli tekniklerden yararlanmışlardır. Teknoloji ile sürekli üretilen yenilikler, tasarımcıları yeni arayışlara yönlendirmiştir. Çocuklar için oluşturulan üç

boyutlu tasarım araçlarından biri olan Tinkercad, her yaş grubunun kullanabileceği, ücretsiz ve web tabanlı bir üç boyutlu modelleme aracıdır (Şekil 1).



Şekil 1. Tinkercad Tasarım Aracının Arayüzü

Çalışma düzleminin sağ tarafında bulunan “temel şekiller” komutu ile çeşitli üç boyutlu nesnelere seçilebilmektedir. Düzleme aktarılan nesnelerin boyutlandırılması, nesne seçiliyken görülen köşe ve orta noktaların hareket ettirilmesi yoluyla yapılmaktadır. Nesnelerin döndürülmesi ise nesne seçiliyken görülen oklar yardımıyla gerçekleştirilmektedir. Oluşturulan tasarımlar, “dışa aktar” komutu ile üç boyutlu model olarak kaydedilebilmektedir. Tinkercad tasarım aracındaki yer alan komutlar ve görevleri Tablo 1’de verilmektedir.

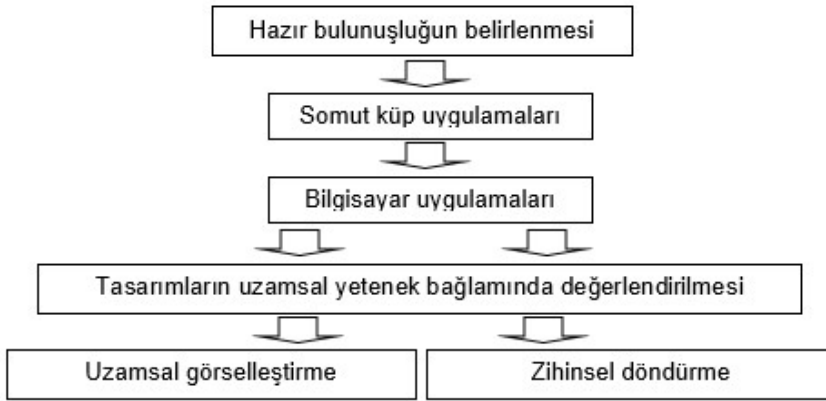
Komutlar	Görevler
 Kopyala	Seçilen nesne/nesnelerin kopyalanmasını sağlar.
 Yapıştır	Kopyalanmış nesne/nesnelerin çalışma düzlemi içine yapıştırılmasını sağlar.
 Çoğalt	Seçilen nesne/nesnelerin çoğaltılması için kullanılır.
 Sil	Seçilen nesne/nesnelerin silinmesi için kullanılır.
 Gruplandır	Seçilen nesne/nesneleri gruplandırmak için kullanılır.
 Grubu çöz	Seçilen grup halindeki nesneyi çözmek için kullanılır.
 Hizala	Seçilen birden fazla nesnenin birbirlerine hizalanması için kullanılır.
 Çevir	Seçilen nesne/nesnelerin simetriğinin elde edilmesi (aynalanması) için kullanılır.

Tablo 1. Tinkercad tasarım aracı komutları ve görevleri

Yöntem

Üç boyutlu tasarlamamanın, uzamsal yeteneğin bileşenlerinden olan uzamsal görselleştirme ve zihinsel döndürme yetenekleri üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırma, 8-9 yaş grubu çocuklarında nesnelere farklı yönlerden algılamaları, kavramaları ve değiştirmelerine ilişkin yeteneklerinin, Tinkercad üç boyutlu tasarım aracı kullanılarak geliştirilebileceği varsayımından yola çıkılarak kurgulanmıştır.

İki ve üç boyutlu tasarlama dayalı uygulamalar, dört ders saati olacak biçimde gerçekleştirilmiştir. Araştırma, 8-9 yaş grubundan üçü kız, ikisi erkek olmak üzere toplam beş çocuk ile yürütülmüştür. Araştırmaya katılan çocuklar, Trabzon Ortahisar Bedri Rahmi Eyüboğlu İlkokulu 3. sınıfta öğrencilerinden olup, bilgisayar destekli tasarım deneyimleri bulunmamaktadır. Uygulama adımları aşağıdaki gibi şematize edilebilir (Şekil 2):



Şekil 2. Uygulama adımları

Uygulamalar

İlk derste çocuklar yapılacak uygulamalarla ilgili bilgilendirilmişlerdir. Uygulamalara başlamadan önce hazır bulunuşluklarının belirlenmesi amacıyla çocuklara aşağıdaki sorular yöneltilmiştir:

1. Evde kolaylıkla ulaşabildiğin bir bilgisayar var mı?
2. Bilgisayarı hangi amaçla kullanıyorsun?
3. Bilgisayarı hangi sıklıkla kullanıyorsun?
4. Sence kare ve küp arasındaki fark nedir?
5. Bilgisayar teknolojisi kullanılarak iki boyutlu ve üç boyutlu çizimler yapılabildiğini biliyor musun?

Ardından çocuklara iki boyutlu düzlemsel çizimler dağıtılmıştır. Çizimlerde yer alan her bir karenin üzerinde, o karenin üçüncü boyutta kaç adet küpü temsil ettiği rakamlar yazılıdır. Çocuklar bu düzlemsel çizimlerdeki nesnelere, somut küpler kullanarak üçüncü boyuta taşımışlardır (Şekil 3). Oluşturdukları üç boyutlu modellere ait ön görünüş, sağ yan görünüş, sol yan görünüş ve üst görünüş (plan) çizimlerini gerçekleştirmişlerdir (Şekil 4).



Şekil 3. Düzlemsel çizimlerin somut küplerle üç boyutlu modellere dönüştürülmesi



Şekil 4. Üç boyutlu modellere ait görünüşler

İkinci derste çocukların her biri 4cmx4cm boyutlarında kare biçiminde 12 adet kâğıdı diledikleri biçimde bir araya getirmişlerdir. Tasarımların oluşturulmasının ardından, her bir kâğıda küp adetini temsil eden bir rakam yazmışlardır. Daha sonra oluşturdukları tasarımları somut küpler kullanarak üç boyutlu birer modele dönüştürmüşlerdir (Şekil 5).

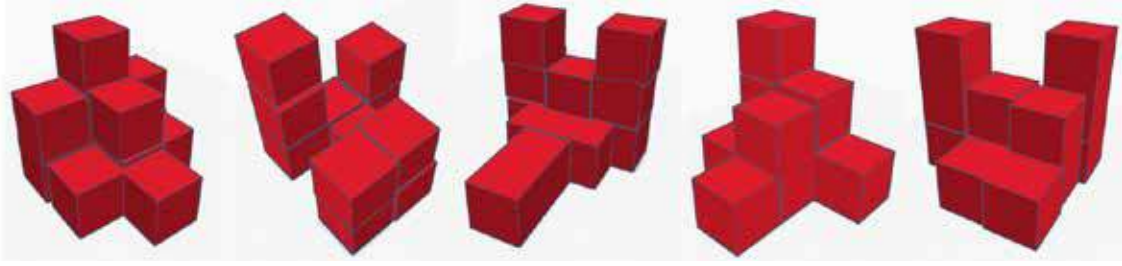


Şekil 5. Üç boyutlu modeller

Üçüncü derste çocuklara Tinkercad üç boyutlu tasarım aracı tanıtılmıştır. Arayüz, komutların nasıl kullanılacağı ve görevleri hakkında bilgi verilmiştir. Anlatımlar sırasında çocukların komutları denemelerine olanak tanınmıştır. Çocuklar 4cmx4cm boyutlarında kare biçiminde 12 adet kâğıdı diledikleri biçimde bir araya getirmişlerdir. Oluşturdukları tasarımları somut küplerden yararlanarak üç boyutlu modellere dönüştürmelerinin ardından bunları bilgisayar ortamına aktarmışlardır (Şekil 6, Şekil 7).



Şekil 6. Tasarımların Tinkercad aracılığıyla modellenmesi





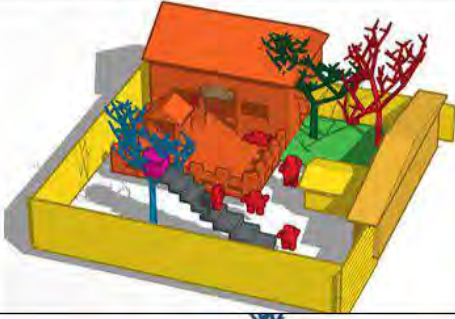

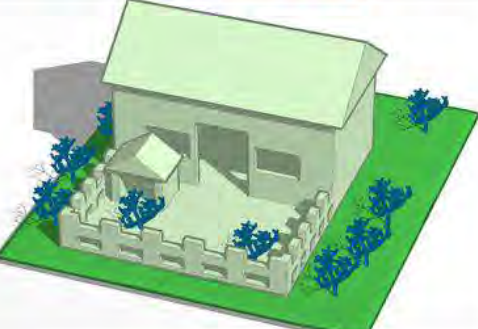
Şekil 7. Tinkercad aracılığıyla oluşturulan üç boyutlu modeller

Dördüncü derste çocuklara yatay ve düşey düzlemler kullanarak birer oyun alanı tasarımlarını söylemiştir. Çocuklar Tinkercad üç boyutlu tasarım aracıyla yer alan üç boyutlu nesnelere yararlanarak oyun alanları tasarlamışlardır (Şekil 8, Tablo 2).



Şekil 8. Oyun alanlarının tasarlanması

	Üç boyutlu tasarımlar (Oyun alanları)	Tasarım yaklaşımları
Aras		Duvarlarla ve yeşil alanlarla sınırlandırılan serbest dolaşım alanları olarak tasarlanan oyun alanına tırmanma ve kayma elemanları yerleştirilmiştir. Ayrıca duvara bitişik olarak konumlanan güvenlik kulübesi ve ağaç üzerinde yer alan kuş evi bulunmaktadır.
Elif		Oyun evi ve salıncağın yer aldığı tasarımda, küre, silindir ve ev formlarında renkli oyun elemanları bulunmaktadır. Oyun alanının çevresinde herhangi bir sınır elemanı görülmektedir. Ancak, yerleştirilen nesnelerin konumlarına bakıldığında oyun alanının kareye yakın bir biçimde tasarlandığını söylemek mümkündür.

Oğuz Kaan		Yüksek duvarlarla çevrelenen alanda, yan tarafı yeşil alan olarak planlanan oyun evi göze çarpmaktadır. Serbest dolaşım alanı içinde, merdivenle ulaşılan ağaç ev bulunmaktadır. Ayrıca duvara bitişik bir biçimde konumlanan güvenlik kulübesi yer almaktadır.
Özgü		İki oyun evi iki kayma elemanının ön plana çıktığı alanın alçak duvarlar ve ağaçlarla çevrildiği görülmektedir. Küre ve silindir biçimlerinde oturma birimlerinin yer almaktadır. Oyun alanının köşe noktasına bir güvenlik birimi konumlandırılmıştır.
Zeynep		Yeşil bir alan üzerine kurulu olan oyun alanında çevresinde ağaçların yer aldığı bir oyun evi görülmektedir. Kapalı bir kütle için göze çarptığı tasarımda, açık veya yarı açık oyun eylemlerine yönelik herhangi bir düzenleme izlenmemektedir.

Tablo 2. Tinkercad aracılığıyla oluşturulan tasarımlar

Bulgular ve Sonuçlar

Bu bölümde, araştırmaya katılan çocukların hazır bulunuşluğunun belirlenmesi amacıyla sorulara verilen yanıtlara yer verilmiştir. “Evde kolaylıkla ulaşabildiğin bir bilgisayar var mı?” sorusuna çocukların çoğunluğu “evet” yanıtını vermiştir. Kendilerine ait olmasa da, evlerinde kullanabilecekleri bir bilgisayarın bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu soruya verilen yanıtlar şöyledir:

“Var. Ailenin tüm üyeleri ortak kullanıyoruz.” (Aras)

“Var, ablamın.” (Elif)

“Evet. Babam bazen iş yerinde kullandığı bilgisayarı eve getiriyor. Bazen de ben istediğim zaman eve getiriyor. Ders çalıştıktan sonra istediğim oyunu oynuyorum.” (Oğuz Kaan)

“Aslında var ama çok sık kullanmıyorum.” (Özgü)

“Abimin bilgisayarı var ama ondan habersiz kullanamam. Zaten istesem de bilgisayarı çok iyi kullana-

miyorum. Çünkü abimin bilgisayarı, benim bilgisayarım yok ama tabletim var.” (Zeynep)

“Bilgisayarı hangi amaçla kullanıyorsun?” sorusuna çocukların tamamı “oyun” amaçlı kullanıma ilişkin yanıt vermiştir. Oyun, çeşitli eğitsel uygulamalar ve ödev araştırmaları için bilgisayardan yararlandıkları söylenebilir. Çocukların verdikleri yanıtlar aşağıdaki gibidir:

“Çok az sıklıkla oyun oynuyorum.” (Aras)

“Oyun oynuyorum. Öğretmen araştırma ödevi verdiğinde kullanıyorum.” (Elif)

“Bilgisayarda bazı oyunlar oynuyorum. Mental aritmetik kursuna gidiyorum. Kursun uygulaması var onun hakkında çalışıyorum. Bir de İngilizce kursuna gidiyorum, onun bir uygulaması var. Bunlarda ders dinliyorum bazen de testlerini cevaplıyorum.” (Oğuz Kaan)

“Araştırma ödevlerini tablette yapıyorum. Bilgisayarı çok sık kullanmadığım için sadece birkaç dakika oyun oynamak için kullanıyorum.” (Özgü)

“Çok az bilgisayar kullandım. Abimle oyun oynarız, şarkı açarız, çizgi film açarız.” (Zeynep)

“Bilgisayarı hangi sıklıkla kullanıyorsun?” sorusuna verilen yanıtlardan, çocukların ikisinin bilgisayarı oldukça sık aralıklarla, diğer üçünün ise nadiren kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bu soruya yöneltilen yanıtlar aşağıdaki gibidir:

“Ayda bir veya iki kez. Ama hiç kullanmadığım zamanlar da oluyor.” (Aras)

“Her gün kullanıyorum. Oyun oynuyorum, biraz bırakıyorum sonra yine oynuyorum.” (Elif)

“Haftada birkaç kez kullanırım. Hafta sonları da vaktim varsa bakıyorum.” (Oğuz Kaan)

“Çok nadir. Ayda bir kere bile değil. Yılda birkaç kez diyebilirim.” (Özgü)

“Çok az.” (Zeynep)

“Sence kare ve küp arasındaki fark nedir?” sorusuna verilen yanıtlar, çocukların tamamının kare ve küp arasındaki farkı bildikleri ancak üç öğrencinin kare ve küp arasındaki farkı açıklamaya yönelik ifadesinin olduğu görülmektedir. Çocukların soruya yönelik yanıtları şöyledir:

“Kare üç boyutlu değil ama küp üç boyutlu. Mesela bir evin kare olduğunu düşünürsek, o evde yaşamazsın ama üç boyutlu olunca çıkış kapısından geçebilir, merdivenlerden çıkarak evin içine rahatça girebilirsin.” (Aras)

“Karenin üç boyutlu olmaması, küpün üç boyutlu olması.” (Elif)

“Küp, karenin üç boyutlu olmasıdır. Bir de küpün üzerinde birden fazla kare oluyor.” (Oğuz Kaan)

“Bence kare üç boyutlu değil, küp üç boyutlu. Mesela küpün her yüzü kare ama içi dolu gibi düşünebiliriz. Kare kalın olduğunda küp oluyor.” (Özgü)

“Kare üç boyutlu değildir ama küp üç boyutludur.” (Zeynep)

“Bilgisayar teknolojisi kullanılarak iki boyutlu ve üç boyutlu çizimler yapılabildiğini biliyor musun?” sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında, çocukların sadece ikisinin bilgisayar teknolojisi ile çizim yapılabildiğini bildikleri görülmektedir. Bu soruya verilen yanıtlar aşağıdaki gibidir:

“Bilmiyordum.” (Aras)

“Yok.” (Elif)

“Evet biliyordum. Bilgisayarda çizim yapmak mimarlıkta kullanılıyor. Bazen fotokopi işlerinde kullanılıyor.” (Oğuz Kaan)

“Biliyordum. Daha çok mimarlar yapıyor.” (Özgü)

“Bildiğimi pek sanmıyorum.” (Zeynep)

Çalışma kapsamında elde edilen tasarımlar, çocukların uzamsal görselleştirme becerileri açısından değerlendirildiğinde, tüm çocukların nesnelere zihinde canlandırma ve zihinde hareket ettirebilme, nesnelere uzayda döndürülmelerini hayal edebilme ve hareket etmeleriyle oluşacak yeni durumları zihinde canlandırma eylemlerini yapabildikleri görülmektedir. Elde edilen tasarımlar zihinsel döndürme becerileri açısından değerlendirildiğinde ise, yine tüm çocukların nesnelere zihinde hızlı bir şekilde döndürme ve döndürülmüş nesnelere tanıma eylemlerini gerçekleştirdiklerini göstermektedir. Uygulamalar sırasında çocukların nesnelere üç boyutlu olarak tanıma, farklı yönlerden görünümünü hayal etme ve nesnelere bir araya getirmede ölçek, ölçü, oran açısından başarılı oldukları söylenebilir. Bunların yanı sıra çocukların gerçekleştirilen uygulamaların tüm aşamalarına heves ve özveri ile katıldıkları gözlenmiştir. Uygulamalar sonrasında çocuklar bu çalışmanın yeniden planlanması için istekli olduklarını dile getirmişlerdir. Bu bulgular, araştırma kapsamındaki uygulamalarla çocukların uzamsal görselleştirme ve zihinsel döndürme yetenekleri üzerinde etkili olduğunu düşündürmektedir. Bu araştırma 8-9 yaş grubu aralığında beş çocuk ile, dört ders saati biçiminde gerçekleştirilmiştir. Bu açıdan bakıldığında, öğrenim programlarının daha uzun süreli ve uzamsal yeteneğin farklı testlerle ölçülmesine dayalı olacak biçimde planlanması yerinde olacaktır. İlköğretim birinci kademesinden başlanarak, çocukların üç boyutlu düşünme becerilerinin gelişmesine katkı sağlayabilecek planlı ve kapsamlı çalışmalar gerçekleştirilebilir.

Referanslar

Clements, D.H., & Battista, M.T. (1994). Computer environments for learning geometry. *J. Educational Computing Research*, 10(2) 173-197.

Cohen, C. A., & Hegarty, M. (2007). Sources of difficulty in imagining cross sections of 3D objects. İçinde D. S. McNamara & J. G. Trafton (Eds), *Proceedings of the 29th Annual Cognitive Science Society*, 179-184, Austin, TX: Cognitive Science Society.

Contero, M., Company, P., Saorin, J. L., Naya, F., & Conesa, J. (2005). Improving visualization skills in engineering education. *IEEE Computer Graphics in Education*, 25(5), 24-31.

Deliağaoğlu, Ö., & Aşkar, P. (1999). Contribution of students' mathematical skills and spatial ability to achievement in secondary school physics. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16, 34-39.

Gal, H., & Linchevski, L. (2010). To see or not to see: Analyzing difficulties in geometry from the perspective of visual perception. *Educational Studies in Mathematics* 74(2), 163-183.

- İpek, İ. (2003). Bilgisayarlar, görsel tasarım ve görsel öğrenme stratejileri. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2(3), 68-76.
- Kayhan, E. B. (2005). Investigation of high school students' spatial ability. Master thesis, Department of natural and applied sciences, Middle East Technical University, Ankara.
- Linn, M.C., & Petersen, A.C. (1985). Emergence and characterization of sex differences in spatial ability: A-meta analysis. *Child Development*, 56 (6), 1479-1498.
- Lohman, D. F. (1979). Spatial ability: Individual differences in speed and level. Technical Report No:9. Aptitude Research Project, School of Education, Stanford University.
- Ünal, S. S. (2006). Bilgisayar destekli eğitim ve kesit görüşler uygulaması. Bilim uzmanlığı tezi, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Karabük.
- Pallrand, G. J., & Seeber, F. (1984). Spatial abilities and achievement in introductory physics. *Journal of Research in Science Teaching*, 21(5), 507-516.
- Pellegrino, J.W., Alderton, D.L., & Shute, V.J. (1984). Understanding spatial ability. *Educational Psychologist*, 19 (3), 239-253.
- Seery, N., Buckley, J., & Delahunty, T. (2015). Developing a spatial ability framework to support spatial ability research in engineering education, 6th research in engineering education symposium: Translating research into practice, Dublin Institute of Technology.
- Sorby, S. A., Drummer, T., Hungwe, K., & Charlesworth, P. (2005). Developing 3D spatial visualization skills for non engineering students. Proceedings of the 2005 American Society for Engineering Education Annual Conference, Portland, Oregon.
- Strong, S., & Smith, R. (2002). Spatial visualization: Fundamentals and trends in engineering graphics. *Journal of Industrial Technology*, 18(1), 1-6.
- Turğut, M. (2007). İlköğretim II. kademedeki öğrencilerin uzamsal yeteneklerinin incelenmesi. Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Siber Kültür ve Tasarım

Birsen Limon // *birsenlimon@gmail.com*

Selçuk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü

ÖZET

Tüketim endüstrisi ve iletişim teknolojilerine bağlı olarak gelişen siber kültür, farklı sosyal, ekonomik ve kültürel araçlar doğurmuştur. Küresel dünyada enformasyonun geldiği nokta yeni medya arayışlarını da beraberinde getirmiştir. Bu açıdan dijital dünyada yaşanan gelişmeler tasarımcı üzerinde oldukça etkili olmuştur. İnternet ulaşımı kolaylaştırdığı kadar, ortaya çıkardığı yeni varlık alanları, kendi gündemi, sebep olduğu hızlı tüketim ile farklı kültürel dokular ortaya çıkarmıştır. Tasarım/tasarımcı ise içinde bulunduğu çağdan ayrı düşünülemez. Siber kültürün, tasarıma/tasarımcıya en büyük katkısı geliştirilen yazılımlarla tasarımda yaşanan sorunlara yeni çözüm önerileri sağlaması, yeni gösterim alanları açması ve kaynakların çoğalması olarak sıralanabilir. Bir diğer taraftan kontrolsüz ve hızlı tüketim, değişen gerçeklik algısı, doğru olan bilgiye ulaşımı zorlaştırmıştır.

Araştırmada bilişim teknolojileri ile ortaya çıkan siber kültürün tasarıma/tasarımcıya etkisi tartışılmıştır. Nitel araştırma tekniklerinden genel tarama modeli kullanılmış, araştırma ile ilgili görsel ve yazınsal literatürler taranmıştır.

Dijital dünyanın Rafael Lozano- Hemmer, Charis Tsevis gibi tasarımcılara etkisinin yanı sıra Pace Museum gibi kendi gerçek temsil alanlarını da ortaya çıkarmıştır. Siber kültür tasarım/tasarımcı için açtığı alanlar dışında kimi zamanda kendisi kavram olarak konu olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Siber Kültür, Tasarım, Teknoloji

Siber Kültür

Sibernetik terimi, ilk olarak Norbert Wiener tarafından, aynı isimle 'Cybernetics' kitabında yer almıştır. "Bilgi Teorisi ve Genel Sistem Teorisi" söylemleri dünyayı anlamada ve işletmede güçlü paradigmlar barındırır. Bu açıdan bakıldığında bilgisayar teknolojisinin gelişimi ve yayılımı, tüm dünyayı etkileme gücüne sahiptir ve sibernetik kültür öncelikli olarak anın dijital kültürünü yönetmektedir. Marshall McLuhan insanın dünya ile olan ilişkisini bu ardışık araçların nasıl değiştireceği üzerinde durmuştur. Medya teknolojilerinin gelişimi üzerinde duran McLuhan "Araç\Medya mesajdır" söylemi ile işitsel olanı görsel ile değiştirmiş, televizyonun dünyayı elektronik iletişim ile bağlanmış global bir köye dönüştürdüğü üzerinde durmuştur. Teknolojinin bu durumundan yola çıkan Fluxus üyelerinden Wolf Vostell, Nam June Paik gibi isimler ilk TV monitörlerini çalışmalarında 1950'lerde kullanmaya başlamışlardır. 1960'larda ise bilgisayarın avangart sanat hareketleri içinde kullanımı başlamıştır. Bunlar arasında SAGE bilgisayar için grafik ara yüzler tasarlamaya 1950'lerde başlamış, 1958 yılında John Whitney Sr animasyon tasarımında analog bilgisayar kullanmaya başlamış, A. Michael Noll bilgisayar destekli Piet Mondrian tarzı Gaussian Quadratic isimli algoritmik metodlar barındıran bir seri iş üretmiştir (Gere, 2002: 76-99).

Toplumların ekonomik ve sosyal politikalarını etkileyen üç ana değişken teknolojik gelişme, küresel gelişme, demografik değişim olarak sıralanabilir. Teknolojide yaşanan gelişim ise küreselleşme üzerinde oldukça etkili olmuştur. Elektronik alanda ve bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler ve internetin yaygınlaşması iletişim alanında bir devrim yaratmış bu devrimle bilginin –üretilmesi, iletilmesi, - saklanması konularında büyük olanaklar doğmuştur. Bilgi kısa sürede üretilebilmekte, ciltler tutan veriler CD, Hard Disk ve hatta bulut ortamlarında saklanabilmekte ya da eşanlı olarak dünyanın dört bir tarafındaki milyonlarca kişiye gönderilebilmektedir. İletişimin hızı artmış, ulaştığı alan büyümüş buna karşılık maliyeti düşmüştür (Şenatalar, 2008: 118-119).

David Hawkrige yeni teknoloji ile beraber enformasyonun merkezileşmesinin eğitimde teknolojiyi egemen kılacağına, ses tanıyan bilgisayarlar ile çocukların eğitim malzemelerini çaba harcayarak ve karmaşık konuşmalar aracılığı ile değil, sadece bilgisayara soru yöneltmekle öğrenecekleri üzerinde durmuştur. Ayrıca Alvin Toffler Üçüncü Dalga'da "bireysel videonun" yeni biçimlerini, kitlesel olmayan iletişim araçlarını, dönüştürülmüş bilimsel araştırmayı ve elektrokimyasal iletişim biçimlerini hizmete sunacağı üzerinde durmaktadır. Bilgisayarı yalnızca tek yönlü analitik araçlar ve bellek depoları olarak gören düşünürleri eleştiren Andrew Feenberg ise iletişime ve eğitimsel telekonferans yönteminin önemine dikkat çekmektedir. Katılımcıların bilinçli bir aşkın iletişime girebilmelerinden dolayı teknolojinin geleneksel iletişim biçimlerinden daha demokratik olduğunu belirtmektedir. Ancak Herbert Schiller gibi yazarlar ise uzun süredir çok uluslu şirketlerin kilit telekomünikasyon örgütlerini ve kuruluşlarını denetlemesine dayanan kültür emperyalizmi konusunda uyarılarda bulunmaktadırlar (Frankel, 1991:196-197).

Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler tasarımdan üretime, finansmandan tanıtıma kadar tüm alanları köklü biçimde etkilemiştir. Günümüzde tüm üretim birimleri kararlarını – daha fazla bilgiye dayanarak, daha geniş bir alana egemen olarak, - daha hızlı, - daha isabetli alabilmektedirler. Teknolojik yenilikleri hızlı uygulayanlar uluslararası rekabette öne geçmektedirler. Teknolojik gelişme kapitalist sermaye birikim sürecinin önemli bir yönüdür, araştırma-geliştirme harcamalarında özel firmaların payı üniversitelerin ve kamu kuruluşlarının payından daha yüksektir. Teknolojik ilerleme ile emek gücünün üretkenliği yükselmekte, birim maliyetler düşmektedir (Şenatalar, 2008: 120).

Siber Kültür ve Tasarım

İkinci Dünya Savaşı sonrası bilgisayarlar ile sayısal söylem ve fikirler gelişim göstermiş, Sibernetik, Bilgi Teorisi, Genel Sistemler Teorisi, Yapısalcılık ve Yapay Zeka ile mevcut dijital kültürümüz oluşmaya başlanmıştır. Bu farklı söylemler, dijital teknolojinin buluşu ile ortaya çıkan endişeler, bilgisayarın sürekli geliştirilmesi ile giderek artmıştır. Benzer endişeler sanat/tasarım alanında da görülmeye başlanmıştır, savaş sonrası sanatçı, benzer kaygılarla çalışmalar üretmiş, fikirler geliştirmiş, ifade yolları aramıştır. John Cage, Alan Kaprow, Ray Johnson gibi sanatçıların aralarında bulunduğu Fluxus, Performans, Mail Art, Nouveau Realistes (Yeni Realizm), Isidore Isou ve Lettriste hareketi, Deneysel Edebiyat Grubu OuLiPo, Kinetik ve Sibernetik sanatçılar ve teorisyenler Roy Ascott, David Medall, Gordon Pask, Nicolas Schöffer ve Hans Haacke gibi sanatçılar bilgi ve iletişim teknolojisi ile ilgili kavramların giderek daha önemli olmaya başladığı dünya ile ilgili kaygılarını yansıtmışlardır. Ortaya çıkan çalışmalar, savaş sonrası sanat ile ilgili olarak, sadece dijital teknoloji ile ilişkili güncel artistik uygulamaların şekli değil aynı zamanda dijital ortamın gelişmesine verilen önemi ortaya koymaktadır. 1950'lerin sonunda bilgisayarın müzik ve görsel üretimde kullanılmaya başlanması, sanatsal yaratımdan daha çok teknik araştırmalar üzerine olmuştur. 1960'ların ortalarında ise sanatçılar işlerinde televizyon gibi teknik objeler kullanmaya başlamışlar, daha sonra ise video kamera ve bilgisayar teknolojisi imkânların artmasını sağlamıştır. Üretilen çalışmalar ve dijital teknoloji arasındaki ilişkide, ikisi de siber kültürün bir parçasına dönüşür, bu durum interaktivite (etkileşim), geri bildirim, çevre ile olan ilişki, bilginin alınması ve iletimi ile ilgilidir. (Gere, 2002: 75-76).

Özlem Sulak, Almanya'daki Bremen Teknik Akademisi'nde (TAB) yapılan Shamba Event'e (2008) Nagehan Kurali ve Selin Özçelik birlikte katılmıştır. Gerçekleştirdikleri interaktif animasyon filmi, TAB'ın bahçesindeki bir kiraz ağacına yansıtarak, cam ve çelikten yapılmış mimarının arasına bitki ve ağaç kümesi sıkıştırmışlardır. Katılımcılar teknolojik aletle "tercih ettikleri ölüm tarihi"ni, her ayın farklı bir görselle belirtildiği takvime işlemişlerdir. Daha sonra bu tarihler, masanın altına monte edilmiş bir kamera aracılığı ile okunmuştur. Ortaklaşa oluşturulan bu interaktif yerleştirmede sanatçılar insanın ve doğanın doğal ve yapay yaşam çevrimleri üzerine düşünme fırsatı yaratan bir ortam oluşturmuşlardır (Atakan, 2008:147).

Bilgisayar teknolojisinin hızlı gelişimi insanoğlunun yaratıcılığının gerçek doğası konusunda çok sayıda soruyu gündeme getirmiştir. Araç olarak bilgisayar, tasarımcının doğrudan kontrolünün dışında, bazen de yapısal bir şekilde kararlar verme potansiyeline sahiptir. Zaten çoktandır sanatçının\tasarımcının eli, estetik bir virtüözite için birincil belirleyici değildir. Eğer tasarımcı sadece "bir tuşa basıyor" ise yaratıcılık bunun neresindedir? Sorunun yanıtı virtüözitenin kavramsal bir alana yerleştirilmesi olabilir. Özellikle teknoloji aracılığı ile gerçekleştirilen tasarımlar "ne yapılabileceğini görmek" şeklindeki basit bir merakten kaynaklanmaktadır. Sayısal alana yapılan hücumlar, bilgi-işlem gücünün avantajına sahip olmak için teknolojik işbirliği gerektirmiştir. Bunun gibi bir işbirliğine dayalı çaba "Sanat ve Teknolojide Deneyler" (Experiments in Art and Technology -EAT) adlı bir grup tarafından ortaya konulmuştur. Mühendis Billy Klüver tarafından organize edilen grup teknolojinin sanata ve tasarıma getireceği potansiyel yararları görmüştür. 1975'te Benoit Mandelbrot tarafından geliştirilen fraktallerin görüntülenmesinde olduğu gibi bilimsel ve matematiksel verilerin görsel eklemlenmesine bağlı olan işler estetik ve pratik uygulamaları ile her ikisinde de büyülemeyi sürdürmektedir (Grabowski ve Fick, 2012, 36).

Photoshop, Illustrator, Corel Draw, InDesign... vb programlar yardımı ile tasarımcı hem tasarıma dair problemleri çözerken hem de hız kazanmaktadır. Yazılımcılar tasarımcıya yardımcı programlar

ürettikleri gibi kişilerin kendi evlerinde tasarımcı olmasalar bile işlerine yardımcı olabilecek şablon tasarım sistemleri geliştirmektedirler. Örneğin hazır web tasarım sistemleri yardımı ile kişiler kendilerine, işlerine dair weblerini oluşturabilmektedirler.

Rafael Lozano-Hemmer, Maksika ve yarı Kanadalı elektronik sanatçı, mimarlıktan teknolojik tiyatro ve performansa kadar geniş sanat alanlarına yayılan işler üretmektedir. Avrupa, Asya ve Amerika'da halka açık alanlardaki teatral etkileşimli enstelasyonları ile tanınan tasarımcı robotik, gerçek zamanlı bilgisayar grafikleri, film projeksiyonları, pozisyonel ses, internet linkleri, cep telefonu arayüzleri, video ve ultrasonik algılayıcılar, LED ekranlar ve başka cihazlar kullanarak yaptığı enstelasyonlarında, giderek artan kentsel homojenliği aksatan ve eleştirel katılıma düzlem sunan işler üretmektedir. Lozano-Hemmer'in daha küçük ölçekli heykel ve video enstelasyonları algı, yanıtma ve gözetleme temaları üzerinedir. Büyük ölçekli ve performansa dayalı birçok işini belgelediği fotoğrafları da sergilemektedir (Sanal 1, 2018).



Rafael Lozano-Hemmer, "Airborne Series, Shadowbox 11", 2015. Photo by: John Berens Photography.

İnteraktif bir seri olan The Airborne (Havadan Gelen) entropi, karmaşa, şans ve olmayan konuların doğrusal dinamikleri hakkında edebi, bilimsel, felsefi metinler canlandırmak için tasarlanmıştır. İzleyici işin önünde durduğunda bir sensör yardımı ile 'ısı haritası' oluşturulup, ekran üzerinde kayarak metnin harfleri ortaya çıkmaya, buharlaşmaya, "Havadan Gelen" çalkantılı hareketlerle oluşmaya başlar. İzleyici uzaklaşınca harfler soğumaya başlar çökelti haline döner. Etkileşim yavaş yavaş ekranı doldurur ve onbinlerce harf bir noktada kaybolur, ve başa döner. Tasarımcı bu işin ortaya çıkışında bilgisayar, 4K UHD düz ekran, Kinect One Sensör, alüminyum, çelik çerçeve kullanmıştır (Sanal 2, 2018).

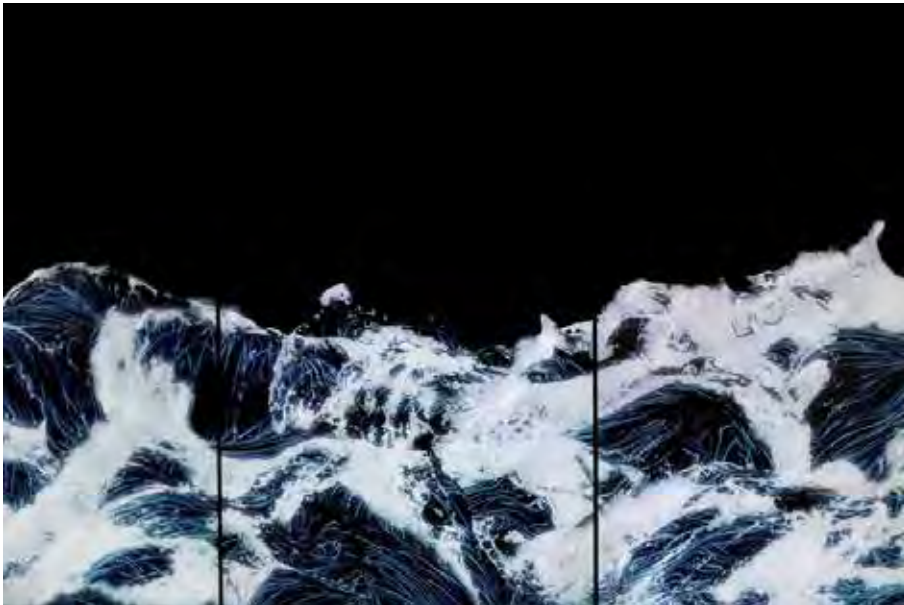
Atina doğumlu Charis Tsevis görsel tasarımcı illüstratör ve sanat yönetmenidir. Dijital mozaikleri ile bilinen tasarımcı oldukça kompleks illüstrasyonları ve neo-fütüristik kompozisyonları ile bilinmektedir. Politik ve spor etkinlikleri ile ilgili küresel çapta kampanyalar yürüten tasarımcının bilinen işleri arasında Steve Jobs, Barack Obama portreleri Rio ve London olimpiyat kampanyalarını saymak mümkündür. 90'ların başlarından beri dijital mozaikleri deneyimleyen tasarımcı siber kültürden ilham

almış ve ASCII sanat, ANSI\Pixel sanat ve metin sanatı (text art) gibi alanlarda çalışmaları yanı sıra, Gestalt Psikolojisinden de etkilenmiştir. Op Art ve Illusive Art etkisi taşıyan işlerinde tasarımcı büyük bir görseli ortaya çıkaracak küçük göseller kullanmaktadır. Bilgisayar tarihi üzerine hazırladığı IT dünyası serisi öne çıkan işleri arasındadır. Tasarımcı aynı zamanda etnik gelenek ve folklardan faydalanmaktadır (Sanal 3, 2018)



Cuua (Forze): The Igor Akifeev (Russia) portrait Digital, 12428 x 18407 pixels or 41.4" x 61.4" Russia 2018 FIEA

Siber kültür tasarımı \tasarımcıya açığı InstAgram, Facebook, Twitter, Pinterest, Behance... vb sanal varlık alanları dışında Peace Museum gibi mekanlarda sağlamıştır. Teknoloji altyapısı oldukça gelişmiş olan bu müzede 2001 yılında Tokyo'da Toshiyuki Inoko tarafından kurulmuş interdisipliner TeamLab grubu işlerini görmek mümkündür. Sanat, teknoloji, tasarım ve doğa işbirliğini hedeflemiş olan grup köklerini geleneksel Japon sanat tarihinden almaktadır. Ultra Düşsel Uzay (Ultrasubjective Space) olarak mekanı tanımamaya çalışmışlardır. İşlerinde bilgi çağında insan davranışlarını inceler ve toplumsal kalkınma için yenilikçi modeller önermektedir (Sanal 4, 2018).



Black Waves , 2016, 8 Channels, Continuous Loop

Sonuç

Tasarımcının\sanatçının içinde varlık bulabildiği ortamlar günümüzde oldukça çeşitlenmiştir. Bu çeşitlenmenin büyük çoğunluğunu sanal olarak tanımlanan kısım oluşturmaktadır. Teknoloji bu anlamda tasarıma yardımcı bir unsur olmanın çok ötesine geçmiştir.

Günümüz küresel dünyası siber kültürün yarattığı ve beslediği farklı tasarım şekillerini karşımıza çıkarmaktadır. Tasarımı geliştirecek yazılımlar bir yana yazılımların yaptığı tasarımlar artık tüketilir olmuş tasarımcıyı farklı çözüm önerileri bulmaya, farklı söylemler geliştirmeye itmiştir. Teknolojinin günlük hayatta oldukça büyük yer kaplamaktadır. Sadece akıllı telefonlar ile anlık internet üzerinden viral görsele veya bilgiye erişilebilmektedir. Bu noktada doğruluğundan veya gerçekliğinden emin olunmayan birçok şeyle yüzleşen bireyin geliştirdiği tavır ve tutumda tartışılabilir. Yapılan bir tasarım bir anda tüm dünyaya yayılabilmekte ve eleştiriye açık hale gelmektedir. Bu açıdan ele alındığında siber kültür estetik arayış ve anlayışa da şekil verebilmektedir.

Tasarıma yenilikçi yaklaşımlar, fikirler katan siber kültür kimi zaman kendisi tasarımcıya konu olmuş; kimi zamanda kendini oluşturan teknolojinin ve bilgisinin çözümlediği tasarımlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kaynakça

Atakan, Nancy (2008), Sanatta Alternatif Arayışlar, Karakalem Kitabevi Yayınları, İzmir

Frankel, Boris (1991), Sanayi Sonrası Ütopya, Ayrıntı Yayınevi, İstanbul

Gere, Charlie (2002), Digital Culture, Reaktion Books, Londra

Grabowski, Beth, Fick, Bill (2012), Baskıresim Kapsamlı Materyaller & Teknikler Rehberi, Karakalem Kitabevi Yayınları, İzmir

Şenatalar, Burhan (2008), Yeni Toplum Yeni Siyaset Küreselleşme Çağında Sosyal Demokrat Yaklaşımlar, Kalkedon Yayıncılık İstanbul

Sanal Kaynakça

Sanal 1. https://tr.wikipedia.org/wiki/Rafael_Lozano-Hemmer Son Erişim Tarihi: 9.11.2018

Sanal 2. http://www.lozano-hemmer.com/airborne_series.php Son Erişim Tarihi: 9.11.2018

Sanal 3. https://en.wikipedia.org/wiki/Charis_Tsevis Son Erişim Tarihi: 9.11.2018

Sanal 4. <https://www.pacegallery.com/artists/565/teamlab> Son Erişim Tarihi: 9.11.2018

Türk Televizyonlarında Yayınlanan Tarihi Dizi Afişlerinin Grafik Tasarım Ve Tarihe Referans Noktası Açısından İncelenmesi

Mehmet Nuhoğlu // *nuhzademehmet@gmail.com*

Dr. Öğretim Üyesi Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi İstanbul,

Yasin Yılmaz // *yasin.yilmaz@yaloa.edu.tr*

Öğr. Gör. Yaloa Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fak., Yaloa,

ÖZET

İnsan var olduğu zamandan beri, duygu ve düşüncelerini aktarmak adına birçok yöntem geliştirmiştir. Gerek sözlü gerek yazılı bir biçimde geliştirdiği yöntemlerin yanı sıra görsel öğelerden de destek alan insanın, kendisini bir başkasına ifade etmek adına iletişime yeni bir boyut kazandırdığı ifade edilebilir. Özellikle yirminci yüz yıl ve sonrasında yaşanan teknolojik gelişmelerin eşliğinde görseller aracılığıyla mesaj aktarımı oldukça önem kazanmıştır. Yazı, şekil, fotoğraf, resim, heykel, grafik, görüntü, afiş gibi görsel iletişim araçlarının, işlevsel ya da iletişimsel bir amaçla kavramsal bir iletiyi iletmek için sıklıkla kullanılması söz konusudur.

Bu çalışmada, bir şeyi tanıtmak, duyurmak, bir şey hakkında bilgi vermek üzere estetik bir kaygı ile üretilen görsel iletişim araçları arasından afişler aracılığıyla mesaj aktarımının nasıl olabileceği konusu

ele alınmakta ve görsel iletişimde afiş aracılığıyla iletilmek istenen mesajın anlamını grafiksel çözümleme yöntemiyle araştırmaktadır. Çalışma evreni olarak seçilen afişler, görsel bir içerikle mesajın iletildiği resimlerden oluşmaktadır. Çalışmanın sınırlandırılması, TV dizilerinden tarihi anlatımları konu alan dizilerin afişlerinin, rastlantısal olarak seçilen beş örnekleminin değerlendirilmesiyle gerçekleştirilmiştir. Seçilen dizi afişlerin ne tür bir mesaj içerdiği sorunsalının çözümlendiği çalışmada, söz konusu afişlerin değerlendirilmesiyle ortaya çıkan veriler, görsel mesajlar yoluyla iletilmek istenen fikirlerin tespiti, dizi adı altında yansıtılan toplumsal mesajların tartışmaya sunulması açısından önemli bulunmaktadır.

Anahtar kelimeler: Grafik Tasarım İlkeleri, Grafik Tasarım, Afiş, Dizi Afişleri

1. Giriş

İnsan, yaşamı boyunca diğer insanlarla iletişim kurmak adına çeşitli yolları denemiştir. Konuşmayı ve dilleri keşfetmeden deneyimlerini kullanarak bir yandan kendisini ifade etmeyi bir yandan da yaşamını kolaylaştırmayı amaçlamıştır. Amacına göre görselleri kullanarak toplumsal yaşamın gerekliliklerini yerine getirirken, bir yandan da çeşitli kültürel farklılıklar ortaya çıkarmıştır. Bu farklılıklar iletişim türlerine yansımış ve çeşitliliği artırmıştır. Bu çeşitliliğin önemli bir parçasını oluşturan grafik sanatı tipografik öğeleri görsel unsurları incelemiş, anlamlandırmış ve çeşitliliklerine göre sınıflara ayırmıştır. Grafiksel unsurlar evrensel nitelikte anlatımlardır.

2. İletişim

Toplum yaşamı birbiriyle etkileşim kurmak adına çeşitli yolları kullanmıştır. İki kişi arasındaki bu tür etkileşime iletişim denilmektedir.

“İletişimin başlıca öğeleri arasında yer alan bu iki unsur olmazsa iletişimin gerçekleşmesi mümkün değildir. Çünkü kaynaktan hedefe doğru mesajın iletilmesi olayı iletişimin temelidir. Tabii iletişim sağlanması için kaynak ve hedef dışında gerekli olan daha farklı unsurlar da bulunmaktadır.” Bayraktar, N.(2013)

Kullanılan araçlara ve kanallara göre iletişimi gruplandırdığımızda ise; yazılı, görsel, işitsel, görsel-işitsel ve dokunma olarak adlandırmak mümkündür. Bu kategorilerden yola çıkılarak, en etkili iletişim türlerinden birisi olan görsel iletişim ele alındığında hem kişiyle hem de araçla ilişkilendirmek mümkündür.

Görsel İletişim bir takım semboller ve işaretler aracılığı ile insanlar arasında söze gerek duyulmaksızın iletişim sağlayan evrensel bir iletişim şekli olarak tanımlanabilir. (Başer, 1994;s4)

3. Afişler

Herhangi bir fikri duyurmak, reklam ve propaganda yapmak için duvar veya bu iş için hazırlanmış yerlere yapıştırılan el yazması ya da basılı kâğıttır. İlk kullanıldığı dönemlerde daha çok bir haberi duyurmak amacıyla kullanılan afişler, radyo ve televizyon gibi yayın organlarının ortaya çıkması ve yay-

gınlaşması ile birlikte daha çok reklam amaçlı kullanılmaya başlamıştır. Kent kültürü ve diğer iletişim araçlarının etkisiyle birer afiş olan billboardların şekilleri ve içerikleri değişmiştir. Afişte ekonomik ve siyasi farklılıklar göz önünde bulundurularak, kentlere, hatta semtlere göre farklı ürünlerin tanıtımında, farklı bir dille ve farklı objelerle çalışmalar yapılmaktadır. Tıgılı, İ.T.(2012)

19.yy sonlarından başlayıp 20.yy başlarına değişen toplum düzenleri savaşlar ve yeni ortaya çıkan uygarlıklar yeni nesil sanat hareketlerine de girişmişlerdir.

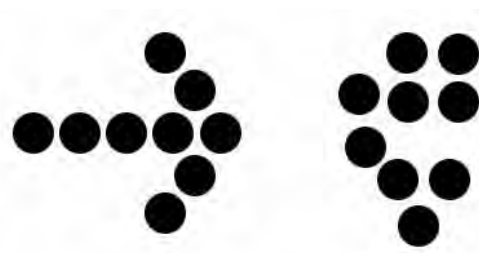
Teknolojinin yok edici silahlarıyla yapılan 1 ve 2. Dünya savaşları ve yaşanan katliamlar batı uygarlığının da kurumlarını temelinden sarsmıştır. Bu karmaşa ortamında Avrupa'nın yozlaşmasına gelenek ve sosyal düzenine karşı çıkan bir dizi sanat hareketi meydana gelmiştir. Mevcut sanat ve tasarım ortamını tamamen değiştiren bu hareketler endüstriyel bir dünya için yeni bir dünya görüşü yaratmışlardır. Bu sanat hareketlerinin ifade aracı ise grafik tasarım ve tipografi olmuştur. (Bektaş a.g.e.)

3.1. Afişin Tasarlanması

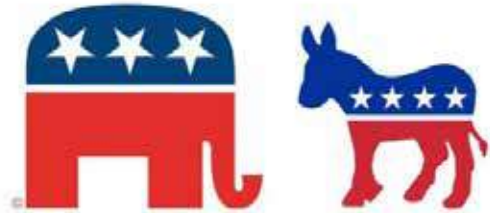
Günümüz reklam anlayışına göre bir reklamın kendi dilini oluşturarak kendisinden önceki reklam anlayışı ile bağlantı kurmalı, günümüz toplum kültürünü ve kendisinden sonraki toplumsal düzeye etki etmelidir. Bu etkenlerden en önemlisi reklamın yaratıcılığıdır.

Görsel öge afişin en önemli göstergesidir. İnsanlar öğrendiklerinin büyük bölümünü önce görme ile öğrenirler. Kullanılan görseller kadar ifade ettikleri anlamlar da önemlidir. İnsanların görme yoluyla kazandığı tecrübeler reklamların algılanmasını etkiler. Reklamlarda görsellerin kullanımı bu etkenler göz önüne alınarak sağlanabilir.

1900'lü yıllarda Alman ve Avusturyalı psikologlar tarafından ortaya atılan ve temelde insan gözünün görsel deneyimleri nasıl organize ettiğini araştıran Gestald kuramına göre organize bütünler birbiri ile ilgisiz parçalardan daha kolay algılanırlar. (Resim3) aşağıdaki iki görselde de 9 adet nokta bulunmaktadır. Ancak soldaki noktalardan çok noktaların bileşiminden oluşan ok formu ilgimizi çekmektedir. Uçar, T.F. (2004)



Görsel 1: Rastgele yerleştirilmiş noktalar



Resim 2 : Amerika'da kullanılan parti simgeleri

Afişte kullanılacak görsel kullanılabilecek topluma göre ya da kesimin eğitim düzeyine göre değişiklik gösterebilir. Görseller toplumlar ve kültürler arasında anlamsal açıdan farklılık gösterebilir. Bu görsellerin ve anlamlarının araştırılması reklamın kolay anlaşılabilir algılanabilir olmasını kolaylaştıracaktır.(Resim3)

Afişlerde kullanılan görselin yanı sıra başlık, alt başlık, metin ya da slogandan oluşmuş yazı dilimleri bulunmaktadır. Bu yazıların yerleşimi önemlidir. Gerek zeminle ve görselle gerekse kendi yazı dilimle-

riyle bir bütünlük oluşturulması zorunludur. Afişlerde yazıların anlamlarına değinilmeden algılanmasını sağlayan kriterlerden birisi de okunurluktur. Yazının içeriğinden çok harflerin yerleşimi, ölçütleri, birbirlerine olan yakınlık ve uzaklığı kelimelerin okunurluğunu etkiler. Harflerin birbirlerine olan mesafelerinin yerleşimi(espas) önemlidir. Yazılar sıklaştıkça koyu etki genişledikçe de açık etki verirler.

Afişlerde kullanılan yazı dizilimlerinin izleyici üzerindeki etkisine mesaj denir. Mesaj izleyiciyi yazıyı okuduktan sonra harekete geçirir. Telefonda kullandığımız ses tonları gibi düşüncecek olursak ailemizden birisiyle görüşmemizle yeni tanıdığımız birisi ile görüşmemiz arasında farklılıklar olacaktır; afişte bu farklılıklar çeşitli yerlerdeki tipografik vurgularla ön plana çıkarılabilir.

“Tipografi, yazının mantık sınırlarını zorlamasını sağlar, dikkati diri tutar, insan ruhunu okşar, heyecan verir. Bu nedenle tasarımcının sloganı; kolay kullanımı ve algılanırlığı ile “basit”, verimli ve yararlı bilgileriyle “etkin”, tüm sorulara vereceği yanıtlarla ve yaratacağı heyecanla “derin” olmalıdır.” (Pektaş’tan aktaran Turgut, Ö.P.)

4. Yöntem

Afiş çözümü 3 temel kıstas esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Afişlerin görüntüsel, tipografi ve renk açısından ayrı ayrı değerlendirilmesiyle bulgular elde edilmiş ve sonuca yansıtılmıştır. Afişler üzerindeki tipografik çözümleme bu fikire uyum ya da karşıtlık ele alınarak gerçekleştirilmiştir. Afişin renk çözümü renklerin genel anlam ifadesi esas alınarak çalışmaya yansıtılmıştır.

5. Afiş Çözümlenmeleri:

5.1. “DİRİLİŞ ERTUĞRUL”

İçerik: Diriliş Ertuğrul dizisi, 2014 yılında seyirciyle buluşan bir dizidir. Yayımlandığı ilk günden bu yana büyük bir ilgiyle takip edilen dizinin yapımcılığını Tekden Film yapıyor. TRT1 ekranlarından yayınlanan ve her hafta reyting sıralamasında liderliğe oturan dizinin senaristi Mehmet Bozdağ. Diriliş: Ertuğrul dizisinin yönetmen koltuğunda Metin Günay oturuyor. Trt1’in başarılı yapımlarından olan Diriliş: Ertuğrul’da pek çok farklı mekân ve kıyafet ile başarılı bir yapım ekibi göze çarpıyor. Bu ekip her haftaya özel olarak hazırlanarak milyonları ekrana kilitliyor.

Diriliş: Ertuğrul dizisi, oyuncu kadrosuyla da büyük bir ilgi topladı. İlk sezonundan bu yana sürekli olarak usta isimlerin ve beğenilen yüzlerin yer aldığı dizinin başrolünde başarılı oyuncu Engin Altan Düzyatan bulunuyor. Engin Altan Düzyatan, başrolü Kaan Taşaner, Esra Bilgiç, Hülya Darcan ve Didem Balçın’la paylaşıyor. Dizinin merakla beklenen ilk bölümü 10 Aralık 2014’te yayınlandı. İlk bölümüyle o hafta reyting sıralamasında 1. olan dizi, 2015 yılında “en iyi dizi” ödülüne layık görüldü. 2016 yılında ise “en iyi dizi” dalında ‘Altın Kelebek’ aldı.



Görsel 3: *Diriliş Ertuğrul* Dizisi Afışı

Çözümleme:

Görsel Değerlendirme;

Ambrose ve Billson'a göre; "Bir görüntünün nasıl elde edilebileceği ve ona nasıl müdahale edilebileceğine dair pek çok yol vardır. Görüntü elde etme aşamasının en önemli kısmı potansiyel fotoğrafı bulmak ve ilk aşamada sağlam bir fikre veya konsepte sahip olmaktır." Bu cümleden yola çıkarak söz konusu afişte kullanılmış olan görseller, başrol oyuncusu ile diğer oyuncular arasındaki hiyerarşik düzen doğru bir şekilde kullanılmıştır demek mümkündür. Figürlerin bedensel formları açısından bakıldığında film sahnelerindeki duruş ve pozisyonlar ile dinamik bir görüntü sağlanmıştır. Zeminde kullanılan gradyan geçişle dizide konu alınan bir rüyadan imparatorluğa giden hikâyenin görsel olarak betimlemesi olarak değerlendirmek mümkündür. Sol üst köşede yer alan figürde kullanılan miğfer dönemin iyi bir referansı niteliğindedir. Ancak diğer figürlerin üzerindeki kıyafetler dönemini yansıtmamaktadır. Batı dünyasının fantastik tasarımlarının etkisi gözlemlenmektedir. Sol üst köşede kullanılan ay görseli ay İslamiyet'i simgelemektedir. Türklerin İslam sancağı altındaki savaşlarda başarısından esinlenilmiştir. Ayrıca ayın ilk hali kullanılmıştır. Bu yeni bir başlangıca ve dönüm noktasına işaret etmektedir. Gece siyahının gizemli, korkutucu, belirsiz, karamsar yansımalarına karşılık, içinde yer alan aydınlık görsel, bir tür umut belirtmekte ve doğacak güne işaret etmektedir. Bu noktada gelecekte elde edilecek başarılar ve üstünlüklere referans sağlanmıştır.

Tipografik Değerlendirme;

İstek'e göre;

"On punto harf en küçük açıklıktaki harf olarak düşünülür, fakat bazı sekiz puntoluk harfler de on puntoluk harfler kadar büyüktür. Sebebi de x yüksekliğinin uzun olmasıdır. Harf büyüklüğü satır uzunluğuna orantılı olmalıdır. Satır ne kadar uzun olursa harf de o kadar geniş olmalıdır. Harf boşluğu (espas) tutarlı olmalıdır. Boşluk harflerin geometrik şekilleriyle orantılı olmalıdır. Geniş harfler dar harflerden daha çok harf boşluğuna ihtiyaç duyarlar. "

Dolayısıyla, söz konusu afişte film ismi “Diriliş”ın afişteki konum ve kullanımını yukarıdaki açıklamayla çelişmektedir. Espas değerinin daraltılması afişte yer alan film isminin okunaklılığı ve görsel bütünlüğü bakımından önem taşımaktadır. Yazı majüskül yazı karakterleri ile yazılan açık renk tonları ile siyah zemine yerleştirilmiştir.

Tipografide kullanılan karakterlerde iki görsel kullanılmıştır. Bunlardan birincisi Türkler için oldukça önemli değere sahip at figürünün kullanılmasıdır. At Türklerin en değerli varlıklarından birisidir. Batılı yazarlardan Sidonius,

“At, başka bir kavmi sadece sırtında taşır, fakat Hun kavmi at sırtında ikamet eder” demiştir. Avrupalılar Hunları ise “ata yapışık kavimler” diye adlandırmışlardır .

Tipografik öğelerde kullanılan bir diğer düzenleme de dizi isminde yer alan “Ertuğrul” yazısında görülmektedir. Burada kullanılan yazılarla bir kılıç figürü bütünleştirilerek majiskül yazı ile zemin üzerine yerleştirilmiştir.

Süvari bir ulus olan Türklerde kılıcın her kişinin yanında taşıdığı bir araç olması çok doğaldır. Türkler at ve kılıçla tarih boyunca çağlar açmışlar, çağlar kapamışlardır. Kılıç Türklerde kutsal kabul edilmiştir. Demir ve onu eriten ateşin büyük bir ruhsal yönü olduğu kabul edilirdi. Demire büyük saygı gösteren Türkler bu nedenle kılıca da saygı göstermişler, yeminlerini kılıç üzerinde yapmışlardır . Bu bağlamda yazıda kullanılan kılıç figürünün dizide geçen bir devrin bitişi ve yeni bir devrin başladığına yapılan bir atıf olarak değerlendirilebilir.

Renk Değerlendirmesi;

Osmanlı İmparatorluğu döneminde, Moğollar ve Tapınak Şövalyeleri’ne karşı savaştan Ertuğrul Bey ve Yiğitleri hakkında bilgi veren filmin afişinde yer alan koyu renkler, savaş, toprak, karanlık ve kasveti çağrıştırmaktadır. Aynı zamanda siyah rengin asaleti ve kudreti temsil etmesi bakımından değerlendirildiğinde afişteki kullanımı önemlidir ve Türk Mitolojisinde ise Kuzey’in, yani karanlığın, gece ortasının rengidir. Siyah anlamındaki “Kara” kelimesi hem olumlu hem olumsuz anlamlar içerebilir.

5.2. “PAYİTAHT ABDULHAMİD”

İçerik:

Osmanlı İmparatorluğu’nun var olma mücadelesinin tarihe damgasını vurduğu ve 1876 yılında çıktığı tahtta 33 yıl kalarak, bu zorlu süreci ‘Ulu Hakan’ unvanıyla taçlandıran Sultan Abdülhamid Han’ın hayatının kaleme alındığı “Payitaht Abdülhamid” dizisi dev kadrosu ve ES Film imzasıyla TRT1 ekranlarında başlamıştır.

Payitaht Abdülhamid; Osmanlı İmparatorluğu’nun tarihin en çok merak edilen, en çok tartışılan ve dünyanın manipülasyon hamleleriyle gözünü Osmanlı topraklarına diktiği dönemde tahta çıkarak, 33 yıl gücü ve zekasıyla İmparatorluğu var gücüyle ayakta tutan Sultan Abdülhamid Han’ın son 13 yıllık Padişahlık Dönemini, ES Film imzasıyla TRT ekranlarına taşıyor. Proje Tasarımı Osman Bodur’a ait ve senaryosunu yine Osman Bodur ve Uğur Uzunok’un üstlendiği “Payitaht - Abdülhamid”, II. Abdülhamid Han’ın bu son 13 yıllık döneminde meydana gelen olaylar çerçevesinde Batılı devletler “yeni yüzyılı” kendileri için dizayn etmeyi arzularken, karşılıklarına dikilen yürekli adamın hikâyesini seyirciye aktarmaktadır.



Görsel 4: Payıtaht Abdülhamid Dizisi Afişi

Görsel Değerlendirme

Afiş üzerinde Abdülhamid karakterinin bir denge unsuru olarak armanın ortasına yerleştirilmiş bir Tuğra, bayrak görüntüsü ve filmin diğer karakterlerinin hemen önünde yer aldığı görülmektedir. Film içeriğinin Osmanlı Devleti'nin son dönemlerini yansıtmaması, bir devletin çöküşünün, aynı özden beslenerek yeni bir devlet dirilişine dönüşümünü konu alması nedeniyle hem Osmanlı Devleti'nin sancağının bilinen kırmızı ve islamiyeti temsilen yeşil renk ile taçlandırdığı kısmi görüntülerinin eşit düzeyde yansıtılarak verildiği görülmektedir. Abdülhamid'in ardındaki karakterlerin temelde ana karakteri destekleyici olduğu kadar, kararlarını verirken üzerinde etkin bir rol oynadıklarını da düşündürdüğünden ikincil bir güç olarak yansıtıldığı düşünülebilir. Osmanlı armasının tüm görüntüyü kapsayacak kadar büyük ve anlaşılır bir görselde resmedilmesi zor sürecin beslendiği esas kaynak olarak güç ve ihtişamın yansımalarının temsilcisi olmaya devam etmektedir. Osmanlı'nın temsilindeki Abdülhamid'in görsel olarak geleneksel Osmanlı yöneticilerinin kıyafetlerinden farklı olduğu üzerinde durulması gereken diğer bir konudur.

Tipografik Değerlendirme

Dizi afişinde görselin hemen üzerine ortadan bloklu majiskül harflerle "PAYİTAHT" kelimesi yerleştirilmiştir yazı Osmanlı döneminin bilindik kelimelerinden başkent anlamı taşımaktadır. Yazının merkeze yerleşimi hemen altında ise espası aralıklı yazılmış "ABDÜLHAMİD" yazısı Sultanın zekasına atıf yapmaktadır. Zorlu süreçteki manipülasyonlara dik duran dönem padişahının kıvrak zekası yazılarla betimlenmiştir. Harfler kaligrafik nitelikte uzantılardan oluşmakta ve birbiri ile bağlantısız olarak yerleştirilmektedir. Burada anlatılmak istenen her biri birbirinden bağımsız ancak amacı aynı olan olaylar bütününe yapılan bir atıf olarak değerlendirilmektedir.

Renk Değerlendirmesi

Afişte genellikle koyu renkler hâkimdir. Zemine yerleştirilmiş kırmızı mor karışımı renk asaleti ve ihtişamı simgelemektedir. Merkezde gradyan geçişle vurgulanmış bir parlaklık görülmektedir. Burada padişahın zekasına vurgu yapılmaktadır. Bir yandan karamsarlık anımsatan renkler kullanılırken üzerinde kullanılan açık tonlar saflığa ve masumiyete vurgu yapan kontrastlıklar oluşturmaktadır. Armada kullanılan padişahın tuğrası yine yeşil üzerine İslamiyet'i temsil eden vurgulardır. Yine arka planda kullanılan ve merkeze yerleştirilen şehitleri temsil eden sancaktaki kırmızılıkla diğer sancaktaki İslamiyet'i temsil eden yeşil renk kullanılmıştır.

5.5. MUHTEŞEM YÜZYIL

İçerik:

“Muhteşem Yüzyıl”, Tims Productions tarafından yapıлып Star TV’de yayınlanan Türk yapımı tarihî televizyon dizisi. Dizi, temel olarak Osmanlı İmparatorluğu padişahı Kanuni Sultan Süleyman’ın ve Hürrem Sultan’ın hayatı, Hürrem Sultan’ın evlatları için giriştiği taht mücadelesi ve saray hayatı üzerine kurgulanmıştır. Senaristi Meral Okay dizinin bir kurgu olduğunu ve bu sebeple gerçekleri yansıtmak zorunda olmadığını belirtmiştir .



Görsel 5: Muhteşem Yüzyıl Dizi Afışı

Görsel Değerlendirme

Muhteşem Yüzyıl adıyla gösterime giren filmin Osmanlı Padişahlarından Kanuni Sultan Süleyman’ın hayatını hikâyeleştirerek senaryolaştırdığı bilinmektedir. Sultan Süleyman’ın zenginliği ve o dönemde hükmettiği Osmanlı topraklarının dünya üzerinde oldukça geniş bir alana doğru hızla yayıldığı gerçeğinden esinlenerek, afiş görselinde de zengin ve ihtişamlı bir görüntünün yansıtıldığına dikkat çekilmiştir.. Kanuni Sultan Süleyman’ın kendinden emin bir lider duruşu ile afişte yansıtıldığı, kalabalık bir ailenin ve tüm Osmanlı topraklarının sahibi olduğuna yapılan vurgu, önde yer alması ve ardındaki kişileri eşit mesafede dağıtarak hak ve adalet anlayışı konusunda tüm dünyaya yayılan kanun ve nizama uygun davranış özelliğine vurgu yapılmıştır. Sultan Süleyman’ın hayatında ve o dönem Osmanlı tarihi üzerinde oldukça etkili olmuş kadın hükmü de anne ve eş dengesi ile Süleyman’ın hemen arkasındaki görüntü ile verilmektedir. Süleyman karakterinin elinde yer alan yüzükler, kadınların başlarında yer alan Taç dönemin aksesuar anlayışının bir zenginlik, güç ve soyluluk belirtisi olarak Osmanlı soyuna ait olduğunu düşündürmektedir. Arkada yer alan taht görseli Sultanın en uzun süre tahtta kalan padişah olması açısından önem taşımaktadır.

Tipografik Değerlendirme

Ortadan bloklu majiskül harflerle yerleşen “MUHTEŞEM” yazısı dönemin en uzun süre tahtta kalan ve kararlılığı ile kanunlara kurallara bağlılığı ile bilinen Kanuni Sultan Süleyman’ı ve dönemini temsil etmektedir. “M” harflerinin soldan ve sağdan simetrik şekilde iki ucu aşağı uzatılmış uzatılması eşleri tarafından tahta aday gösterilen iki farklı görüşü temsil etmenin yanı sıra oğullarının arasındaki ve soyunun devam etmesini simgeleyen bir etken olduğu yadsınamaz. Hemen altında minüskül harflerle

harf aralıkları genişletilerek yazılmış “yüzyıl” yazısını görmekteyiz. Yazının yerleşimi mevcut topraklara katılan topraklar açısından tüm padişahlar arasında birinci sırada yer alan Padişaha ve döneme referans olmaktadır.

Renk Değerlendirmesi

Afişte genellikle kullanılan renklere bakıldığında diğer renklere göre farklı tonların kullanıldığı görülmektedir. Kahverengi tonların ağırlıkta olması dönemin toprak kazanmada önemli bir gelişim gösterdiğini işaret etmektedir. Kahverengi aynı zamanda sağlamlığı temsil etmektedir. Yazılarda kullanılan renklere saf ve duraganlığın temsili olan beyaz renkler kullanılmıştır bu da gerek kendi içerisinde gerekse dizideki karşıtlıklara vurgu yapmaktadır. Sarı tonlarda kullanılan “MUHTEŞEM” yazısı uyarcı bir renk olan sarıyla dönemi işaret etmekte ve dönemdeki hareketliliği, canlılığı ifade etmektedir. Ayrıca Türk mitolojisinde sarının yeri aile, zenginlik ve hükümdarlık olarak bilinmektedir. Bu da dizideki döneme referans olmaktadır.

SONUÇ

Televizyon, kitleler üzerinde etki eden en güçlü iletişim araçlarından biri olarak etkinliğini günümüzde de korumaktadır. Hızla gelişen internet teknolojisi karşısında Türkiye bazlı televizyon izlenme oranları hala azımsanmayacak kadar fazladır. Bu etkin gücün, kişiler üzerinde boş zamanı geçirme ve eğlenme amaçlı izlenir olmasının yanı sıra, özel bir gereksinim gibi dikkate alındığı bilinmektedir. Televizyonun yayın akışı içerisinde sinemanın alt türlerinden biri olarak diziler yoğun ilgi görmektedir. Konusunu ve kurgusunu tarih teması üzerine yoğunlaştıran diziler örneklemleri ile ele alınan bu çalışmada değerlendirmeye konu olan filmler arasında “Muhteşem Yüzyıl, Kösem Sultan, Payitaht, Mehmed ve Diriliş Ertuğrul” adlı filmlerin afişleri çözümlenmiştir. Filmlerin tarihi bir temada odaklanmak suretiyle, birbiri ardına gösterime giriyor oluşu, toplumsal eğilimlerin milli duygular üzerinde yoğunlaşmış bir temelde ilerliyor oluşunun bir göstergesi kabul edilebilir.

Sinema, bir toplumun beklentisini dikkate alarak ya da yükselen trendlerin nabzını tutmak yahut bizzat yönlendirmek üzere kullanılan etkili bir iletişim aracıdır. Seçilen filmlerin konusu ortak bir temelde, Osmanlı Devleti tarihinde önemi kabul edilen kişilerin hayatlarını, tarihsel bazı olaylardan esinlenerek senaryolaştırılmış haliyle oluşturulmuştur. Filmlerin afişlerinin çözümlenmesi ile elde edilen bulguların ortak noktaları bulunmaktadır. Her birinde Osmanlı Devleti’nin güçlü, ihtişamlı, savaşçı, lider olma özelliğinin görsel kodlarla verildiği görülmektedir. Ayrıca yönetimde söz sahibi olan hükümdarlara eşlik eden bir arka plana da gönderme yapılmakta ve böylece devletin girift yapısı üzerinde de düşünülmektedir.

Bir görsel iletişim aracı olarak afişin, verilmek istenen mesajı öz bir biçimde yansıtma zorunluluğu bulunmaktadır ve bu durum, seçilen görsellerin ardında fazlasıyla anlam barındırması ile mümkündür. Afişte, görüntünün, seçilen obje ve kişilerin, renk tercihinin ve tipografinin özel bir biçimde yerleştirildiği ve derin bir anlam içerdiği varsayımı ile görsel iletişimde etkin bir öneme sahip olduğu düşünülebilir. Seçilen film afişlerinin çözümlenmesi ile elde edilen bulgular ulaşılan bu sonucu desteklemektedir.

KAYNAKÇA

- Başer, M. B. (1994) Görsel İletişimde Piktogram Ve Sembollerin İnsan Üzerindeki Etkileri, Eskişehir: Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Bayraktar, N. (2013) İletişim nedir? Öğeleri ve çeşitleri nelerdir? https://paratic.com/iletisim-nedir/#/%C4%B0leti%C5%9Fim_Ne_Demektir?_K%C4%B1saca_Tan%C4%B1m%C4%B1 isimli siteden 20 Ekim 2017 tarihinde alınmıştır.
- Becer, E. (2015) İletişim ve Grafik Tasarım; İstanbul, Dost Kitabevi
- Bektaş, D. (1992) Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi, İstanbul: Yapı Kredi Yayınevi
- Çığır, E. (2016) Görsel Sanatlar Öğretimine Yönelik Sosyal Ağ Odaklı Görsel Kültür Uygulamalarının İncelenmesi Eskişehir: Yayınlanmamış Doktora Tezi Eskişehir Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Resim İş Öğretmenliği Programı Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı
- Çitçi, E. (2009) Görsel Kültür Elemanı Olarak 20. Yy'da Afişin Toplumsal Süreçlere Etkisi, Adana: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı
- Deveci, M. (2015) Grafik Tasarım Eğitimi Alan Öğrencilerin Evrensel Kültür Açısından İmge-Simge Okuryazarlıklarının Geliştirilmesine Yönelik Program Denemesi İstanbul: Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Resim-İş Öğretmenliği Bilim Dalı
- Dilli, R. (2013) Görsel Kültür Kuramının İlköğretim 4. Sınıf Görsel Sanatlar Dersinde Uygulanması, Ankara: Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Resim - İş Öğretmenliği Bilim Dalı
- Erbey, E. (2014) Günlük Hayatta Piktogram Ve İkonların Önemi Ve Kullanıcı Üzerindeki Etkileri Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı Grafik Tasarım Bölümü
- Gül, E. (2015) Piktogram nedir? Nerelerde Kullanılır? <http://www.bilgiustam.com/piktogram-nedir-nerelerde-kullanilir/> isimli siteden 22 Ekim 2017 Tarihinde alınmıştır.
- Güzel, C. (2014) Grafik Tasarımda Görsel Kültür Ve Görme Biçimleri İstanbul: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarımı Anasanat Dalı
- İstek, R. (2004) Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni, İstanbul: Pusula Yayınları
- Taş, E. (2014) Kentsel Alanlarda Yer Alan Piktogramların Bilgilendirme İşlevleri Ve Tasarım Açısından İncelenmesi İstanbul: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Anasanat Dalı Grafik Tasarımı Programı
- Tıgılı, İ.T. (2012) Film Afişleri Tasarımında Göstergeler, İstanbul: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Turgut, Ö.P. İnternet Reklamcılığında Tasarım Sorunları Banner Reklamlar Üzerine Bir İnceleme
- Uçar, T.F. (2004) Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İstanbul: İnkılap Kitabevi

Üç Boyutlu Tasarımda Prosedürel Yaklaşımlar

Salih SAĞLAM

Giriş

Sanatçılar sanat üretiminin ilk günlerinden günümüze uzanan süreçte sanatlarını geliştirmek için daha iyi araçlar bulmaya çalışmışlardır. Bu arayış, sanatçıları mağara resimlerinden fresklere, yağlıboya tablolarına, hava fırçalarına ve son olarak dijital sanata taşımıştır. Dijital sanatçılar ve diğer birçok sanatçı için bilgisayar en iyi sanat aracıdır. Dijital sanatçı için bilgisayarın önemi çok yönlülüğü ve esnekliğinden kaynaklanmaktadır. Hiçbir sanat aracı bilgisayarların sunmuş olduğu kadar olanakların genişliği ve derinliğine sahip değildir (Pardew ve Seegmiller, 2005: 3).

Bilgisayarın tanıtımı, 80 yıl boyunca kalem ve kağıt ortamında üretilen bir sanat formunu değiştirmiş, animasyon üretiminde kalemlerin yerini fareler almaya başlamıştır (Jones ve Oilff, 2007: 4). Köklü değişimlerin başlangıcı olan bu süreç de bilgisayar grafiğinin altın çağı 1960'lı yıllar içerisine yaşanmış, bilgisayarlı grafik tasarım üretiminde kullanılan temel yöntemlerin, algoritmaların ve tekniklerin çoğunun keşfedildiği, geliştirildiği ve uygulandığı bir dönem olmuştur (Salomon, 2006: 1). Bu dönem içerisinde üç boyutlu tasarım algısı bilgisayar bilimcilerinin bilgileri el ile sayısallaştırarak formlar oluşturabildiği bir dizi sayı ve kod parçacıklarından ibaret olmuştur. İlerleyen dönemlerde bilgisayar gücü daha hızlı ve daha ucuz hale geldikçe yazılımlar ve geliştiricilerde dahil olmak üzere çoğu şey değişmiştir. Gelişmekte olan üç boyutlu yazılım üreticileri daha iyi grafik kullanıcı arayüzleri tasarlamış, yeni araçlar geliştirmiş ve yazılımları kapsamlı paketler halinde sunmaya başlamışlardır (Ablan, 2007: 3-4).

Üç boyutlu tasarım endüstrisi kendi alanında varoluşunu tamamladıktan sonra bir uzmanlık alanına

dönüşmeye başlamıştır. Üç boyutlu tasarımları sinema salonlarından online logo kullanımına, bilgisayar oyunlardan yol kenarlarındaki reklam panolarına kadar çoğu alanda görmek mümkün olmuştur. Günümüzde üretilen çoğu ürün kullanıma sunulmadan önce üç boyutlu olarak tasarlanmış, üzerinde yürüdüğümüz caddeler inşa edilmeden önce üç boyutlu binalar tarafından kuşatılmıştır (Watkins, 2012: 1). Bu grafik alanı son yirmi yılda hızla gelişerek birçok medya türünün üretim temellerini oluşturmuş birçok televizyon, film ve multimedya projesinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Bir ressamın boyanın tuval üzerine nasıl karıştığını ve kurduğunu öğrenmesi gerektiği gibi bir üç boyutlu sanatçının da sanatını ilerletebilmesi için kameraların ayarlanması, üç boyutlu geometrilerle çalışma prensipleri, malzemelerin ayarlanması ve ışık kullanımı gibi temel bilgileri öğrenmesi gerekmektedir. Üç boyutlu tasarım alanında ustalaşmak için, sanatsal ve teknik becerilerin bir dengesine sahip olmak gereklidir. Sadece şekil, form, hareket, renk ve doku ile nasıl çalışılacağı değil, aynı zamanda bilgisayarın tüm bu unsurları nasıl işlediğinin de öğrenilmesi gerekmektedir (Autodesk, 2007: 8-10).

Dijital çağın sanatçısı içi tasarım süreci her ne kadar ekrandaki görüntülerin varlığından oluşsa da arka planda o varlığı ayakta tutan binlerce algoritma ve işlemlerden bahsetmek mümkündür. Arka plandaki işleyen algoritmalar dışardan gelen bilgileri hesaplayıp dönüştürmesi dijital sistemlerin işleyişini canlı tutarak, sanatçının eseriyle olan iletişimini sağlamaktadır diyebiliriz. Sanatçı için bu algoritma ve işlemlerin tasarıma göre şekillendirebilmesi sayesinde tasarım sürecinin daha çok esnetilebileceği söylenebilir.

Üç boyutlu tasarımlar hayal dünyamızı şekillendirmeye devam ederken, tasarım süreçlerine dahil edilen bu algoritmalar ve işlemler tasarım anlayışında farklı yaklaşımların oluşmasını sağladığı söylenebilir. Sanatçının daha esnek sınırlar içerisinde çalışmasını sağlayan farklı tasarım yaklaşımlarının biri de tasarım sürecinde kullanılan prosedürel yaklaşımlar olduğu söylenebilir. Bu araştırmada özellikle filmlerin, oyunların ve çoğu dijital platformun mutfağına dönüşen üç boyutlu yazılımların kullanıldığı tasarım süreçlerinde tercih edilen yöntemlerden biri olan prosedürel yaklaşım araştırılmıştır. Yapılan araştırmada prosedürel yaklaşımın kullanıldığı platformlar ya da aşamalar her ne kadar farklı olsa da çözümü ifade etme yönteminin benzer kurallar bütünüyle yürütülmekte olduğu gözlemlenmiştir.

Araştırmada SideFX'in geliştirmiş olduğu Houdini yazılımının üç boyutlu tasarım sürecinin çoğu aşamasında yapılan işlemleri ve araçları prosedürel tasarım malzemelerine dönüştürdüğü görülmüştür. Houdini yazılımının tasarım sürecinde nasıl çalıştığı ve geleneksel araçları prosedürlere nasıl dönüştürdüğü yapılan örnekler üzerinden anlatılmış ayrıca yazılımın tasarım sürecindeki prosedür kullanımında sağladığı avantajlara yer verilmiştir.

1. Dijital Grafiğin İç Yüzü

Günümüz bilgisayarları ve bilgisayar grafikleri, birçok insan için günlük hayatın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Bilgisayar grafikleri karmaşık ve çeşitlendirilmiş bir teknolojidir. Bu teknolojiyi anlamaya başlamak için, onu yönetilebilir parçalara ayırmak gereklidir ve bu ayrım ilk olarak bilgisayar grafiğinin son ürününün bir resim olduğu düşünülerek yapılabilir. Resimler mühendislik çizimi, reklam illüstrasyonu, animasyon için tek bir kare ya da tıbbi bir bilgi kümesi olarak kullanılabilir. Resim bilgisayar grafiklerinde temel birleştirici kavramdır ve en geniş anlamıyla grafik aygıtta görüntülenen herhangi bir çizgi, nokta, metin gibi öğelerin koleksiyonu anlamına gelmektedir. Her ne kadar birçok algoritma, resim verilerini çokgenler veya kenarlar olarak kabul etse de her bir çokgen veya kenar, noktalarla temsil edilebilmektedir. Böylece noktalar resim temsiline temel yapı taşına dönüştürmektedir. Algoritma-

larla yapılan açıklamalar doğrultusunda temel resim gösterimi için yapılan düzenlemenin anlaşılması için aşağıdaki basit a ve b örnek yöntemleri sunulabilir.

- Yöntem (a): Dört köşe noktasıyla temsil edilen birim kare oluşturmak için aşağıdaki gibi açıklama oluşturulabilir. Birim kare için temsili köşe noktaları

(Point): P P1 (0,0), P2 (1,0), P3 (1,1), P4 (0,1).

Temsili köşe noktalarının birleştirilip birim kare oluşturulmasına ilişkin algoritma açılımı “Connect P1 P2 P3 P4 P1 in sequence” olabilir.

- Yöntem (b): Dört farklı kenar çizgiyle temsil edilen ünite karesi oluşturmak için aşağıdaki gibi açıklama oluşturulabilir. Birim kare için temsili kenar çizgileri

. (Edge): E, (Point): P E1≡ P1P2 E2≡ P2P3 E3≡ P3P4 E4≡ P5P6

Temsili kenar çizgilerinin birleştirilip birim kare oluşturulmasına ilişkin algoritma açılımı “Connect E1 E2 E3 E4 in sequence” olabilir (Rogers, 1985: 1-2).

Verilen a ve b örneklerindeki algoritmalar farklı yazılım dillerinin bilgileri yorumlama ve işleme paradigmalarına göre çeşitlendirilebileceği de söylenebilir. Algoritmalar telaffuzları kadar korkutucu değildir ayrıca onları bilgisayar programı olarak düşünmek yanlıştır. Algoritmalar matematiğin temelidir, fakat aynı zamanda diğer planlanmış aktiviteler için de gerekmektedir.

Algoritmayı bir şeyin nasıl başarılacağı ile ilgili adımlar oluşturmaktadır ve problemin çözümü için bu algoritmalar kullanılmaktadır (Greenberg, 2007: 39-40).

Sanatçının dijital alan içerisinde atmış olduğu her yeni adımda sayısız işlem ve dönüşümlerin bu algoritmalar dahilinde yapıldığı söylenebilir. Algoritmalar ya da hesaplamalar çoğu zaman dışardan gözükmesine de dijital resimlerin beyni konumundadır ve onları hayatta tutmaktadır diyebiliriz. Dijital çağın tasarımcısı için tasarım sürecinde görebildiği önemli olsa da tasarımcıyı o sonuca götüren yöntem ve tekniklerin işleyişi ve verimli bir şekilde kullanılmasının sonuçla aynı derecede önemli olduğu söylenebilir. Ayrıca tasarımcı için bu yöntem ve tekniklerin verimli kullanımı diğer tasarım süreçlerindeki görsel problemler için daha kolay ve daha hızlı çözüm yollarının geliştirilmesini sağlayarak daha esnek tasarım süreçlerinin deneyimlenmesine yardımcı olacağı öngörülebilir. Bilgisayar grafiğinde kullanılan bütün yöntemlerin ve tekniklerin arka planındaki algoritmalar ve hesaplamalar dijital çağın tasarımcısıyla tasarımı arasındaki bilgi akışını sağlayıp tasarımda daha etkili dokunuşlar yapmasını sağladığı söylenebilir.

Tasarımcının yazılıma göndermiş olduğu sayıların, harflerin, komutların veya seçeneklerin hepsini yazılım için işlenmesi gereken yeni bir bilgi olarak görmek mümkündür diyebiliriz. Bilgisayar grafikleri ve animasyon süreçleri, çoğu aşaması bu bilgilerin dönüştürülerek kullanılmasını içermektedir. Objeleri yapay bir ortam oluşturmak için dünya uzayına veya bir animasyon oluşturmak için zaman çizelgesi içerisinde bir fonksiyona dönüştürülmektedir. Bu bilgiler son olarak ekran üzerinde bir nesneyi görüntülemek için nesne bilgilerine dönüştürülmektedir (Parent, 2002: 31-32). Böylece ekranda oluşan görüntüler için dijital sanatçının hesaplamadan dönüşümle estetiğe aktarılmış yorumlarıdır diyebiliriz.

Sonuç olarak, bilgisayarlı grafik tasarım sürecinde basit bir görselin oluşturulması ve gösterilmesi için arka planda çalışan birçok yazılım dilleri, algoritmalar, kod blokları, bilgi dönüşümü ve işlemleri vardır diyebiliriz. Özellikle üç boyutlu tasarım süreçlerinin daha karmaşık olduğu ve teknik olarak

daha çok işlem yapılmasını gerektirdiği düşünüldüğünde, sanatçının tercih ettiği tasarım yaklaşımının hesaplamayı ve estetiği yan yana getirmeyi başarması gerektiği söylenebilir. Bu noktada yapılan yanlış tercihlerin tasarımcı için üç boyutlu tasarım sürecini, binlerce kod satırı, değişkenler, fonksiyonlar ve algoritmalarından oluşan son derece karmaşık bir probleme dönüştürebileceği söylenebilir. Üç boyutlu tasarım süreçlerinin esnek ve güvenli bir şekilde tamamlanarak tasarım sürecinde oluşan problemlerin çözümü için prosedürel yaklaşımlar son derece önemli çözümler sunmakta olduğu düşünülmektedir.

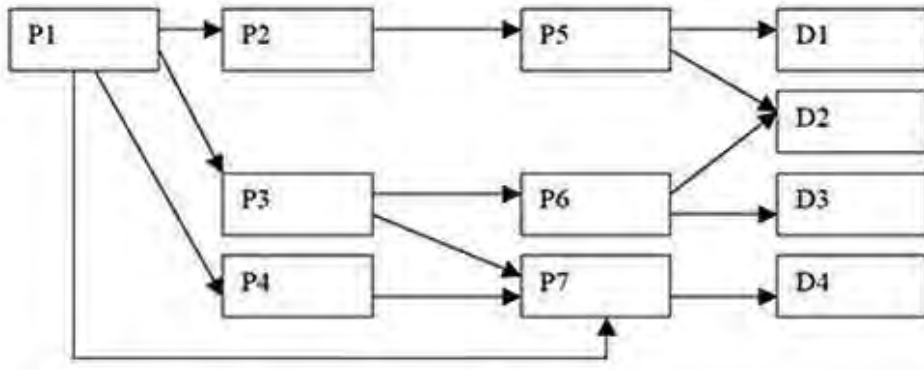
2. Tasarım Sürecinde Prosedürel Yaklaşım Nedir?

Bilgisayar dilleri içerisinde prosedür çeşitli somut görevleri yerine getiren ve daha geniş bir kaynak kodu alanında referans olarak gösterilebilen bağımsız bir kod modülüdür. Bir prosedürün temel rolü, içerisinde tuttuğu bilgiler çağırıldığı anda tetikleyebileceği küçük bir hedef veya bir başka bir görevlendirme için çıktı noktası sunmaktır. Prosedür ayrıca function, subroutine, method veya subprogram olarak da adlandırılmaktadır (Sanal-1). Yapılan araştırmada prosedürel yaklaşımın bilgisayar dilleri içerisinde prosedürel programlama yaklaşımı veya yordamsal programlama (Şekil1) olarak adlandırıldığı görülmüştür. Bu yaklaşım, kendi içerisinde toplu şekilde geliştirilen ve birbiri ile iletişim halinde olan bir dizi yordam ve işlevlerden oluşmaktadır. İçerisinde kendi yerel değişkenleri olan yordam ve işlevler bilgileri bu değişkenlerde tutmaktadır. Bu işleyiş içerisinde paylaşılması gereken bilgiler yordamdan

yordama çağırma komutlarıyla parametre olarak iletilmektedir. Bu iletilen parametrelere sığmayan bilgiler herkesin kullanması için genel değişkenler içerisinde paylaşılmaktadır (Baransel ve Mumcuoğlu, 2003: 5).

Bilgisayar grafiğinde ise prosedürel yaklaşım, tasarlanan bir model veya etkinin bazı özelliklerini belirten kod parçaları veya algoritmaların kullanılmasıdır. Örneğin, bir mermer yüzey için oluşturulan prosedürel doku, renk değerlerini tanımlamak için bir görüntü kullanmak yerine rengi belirlemek için algoritmalar ve matematiksel işlevler kullanılmaktadır (Ebert, vd., 2003: 1). Bilgisayar grafiğinde matematik kullanılarak çeşitli geometriler, dokular veya hareketlerin oluşturulması prosedürel yöntem olarak adlandırılmaktadır. Yaygın üç boyutlu tasarımlar birçok sayıdaki poligonları kullanarak modelleri depolarken, prosedürel yaklaşımda bir prosedür alanı sadece işlendiğinde geometri uygulanmasını şekillendiren basit bir matematiksel algoritma olarak saklanmaktadır (Chopine: 2001: 240). Prosedürel yaklaşım, bilgisayar dili ve bilgisayarlı grafik tasarım gibi farklı dijital platformlar içerisinde (Şekil1, Şekil2) çözüm yöntemlerini küçük parçalar şeklinde inşa ederek, belirli tetikleyicilerden daha büyük kümeler içerisine çağırıp kullanan bir yöntem olarak ifade edilebilir diyebiliriz. Her iki platformda da yönetimin böl-parçala yöntemi kullanılarak yapıldığı, ayrıca yönetim içerisinde ki işleyiş de aynı veya birbirine çok yakın teknik kullanımların olduğu söylenebilir.

Üç boyutlu yazılımların kendi içerisinde barındırmakta olduğu kodlama platformlarının yazılım dillerinin bir uzantısı olduğu düşünülürse, grafik tasarım alanındaki prosedürel yaklaşımın bilgisayar dilindeki işleyişten türetildiğini varsaymak da mümkündür diyebiliriz. Prosedürel yöntemler kullanarak bir şeyler üretilmek istediğinde adım adım prosedürlerden geçilmesi gerekmektedir. Örneğin bir pasta yapılmak istenirse başlangıç olarak belirli bir pasta yapma yöntemi seçilir, bu seçimle beraber yapım yöntemi için bazı adımlar atılmış olunur ve yapım aşamasına yumurta, yağ ve su eklenerek karıştırılıp belirli bir sıcaklıkta pişirilir. Yapım aşamasındaki bu basamaklardan herhangi biri değiştirilirse elde edilen şey pasta değil kek veya



Şekil 1: Bilgisayar Dilinde Yordamsal (Prosedürel) Programlama Yaklaşımı

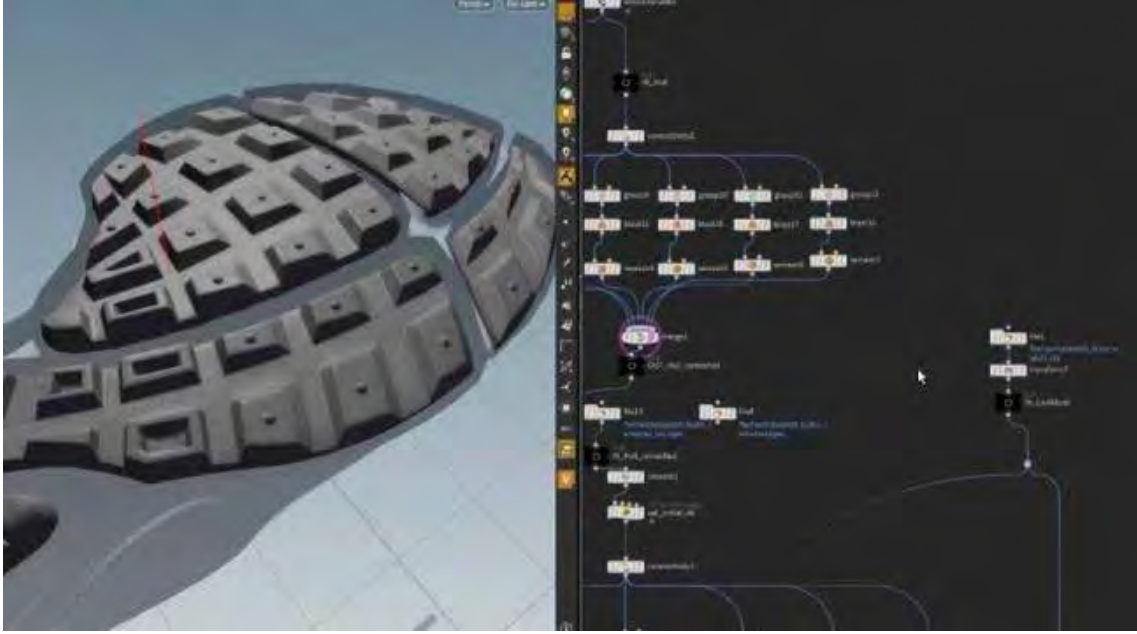


Şekil 2: Bilgisayarlı Grafik Tasarım Sürecinde Prosedürel Yaklaşım

kek karışımı kurabiyeler olabilir. Başlangıçta kek karışımı ile yapılabilecek çok fazla güzel şey vardır ama bu yapım süreci kötü tatlarla da sonuçlanabilir. Her iki durumda da karışımdan bitmiş ürüne ulaşmak için prosedürlerden geçilmiş olmaktadır (Chopine, 2011: 229).

Prosedürel yaklaşımlar bilgisayar grafiği tarihi boyunca kullanılmıştır. İlk olarak ortaya çıkışı ve erken kullanımıyla beraber bu yaklaşımlar güçlü bir modelleme, doku ve animasyon paradigması olarak önemli derecede yaygınlaşmıştır. Prosedürel yaklaşımın en önemli özelliklerinden biri soyutlamadır. Soyutlama yaparken bir sahnenin veya dizinin tüm karmaşık detayları açıkça belirtmek ve saklamak yerine, bunları bir fonksiyona veya bir algoritmaya yani bir prosedüre soyutlanmakta (Şekil 3) ve prosedür gerektiği zaman gerektiği yerde kullanılmaktadır. Tasarım sürecindeki ayrıntılar soyutlanarak bilgisayara kaydırıldığı için ayrıntıların işlenmesi için gerekli sürede sanatçıdan bilgisayara geçmiş olmaktadır. Sanatçı bu noktada parametrik kontrolünde gücünü kazanarak yüzey özelliklerini kolay bir şekilde değiştirebilen sayılar atayabilmektedir. Parametrik kontrol (Şekil4) aynı zamanda tasarımcı çabalarının amplifikasyonunu sağlamaktadır. Bu kontrol biçimi sanatçıyı düşük seviyeli kontrol ve detay özelliklerinden de kurtararak birkaç parametreyle büyük miktarda ayrıntı oluşturmasını mümkün hale getirmektedir. Ayrıca, prosedürel tekniklerin doğasında bulunan kalıtsal özelliklerde tasarım sürecine dahil olarak, prosedürlerin beklenmedik davranışları ve özellikle rastlantısal oluşan sonuçlarda sanatçı

tarafından büyük ölçüde kullanılmaktadır. Prosedürel yaklaşımlar tasarım sürecine esneklik kazandırdığı için tasarımcı, karmaşık fizik yasaları tarafından kısıtlanmaksızın nesnenin, olayın veya hareketin özünü yakalayabilmektedir. Prosedürel yaklaşım, sanatçının istediği herhangi bir fiziksel doğrulukta (Şekil6) tasarıma müdahale etme olanağı sağlamaktadır. Tasarımcı, doğal yasalardan tamamen sanatsal etkilere doğru ilerlerken kullandığı prosedürel tekniklerden çok çeşitli efektler üretebilmektedir (Şekil6) (Ebert, vd., 2003: 1-2).



Şekil 3: Sahne İçerisindeki Tasarım Detaylarının Prosedürlere Soyutlanması



Şekil 4: Tasarımda Parametre Kullanımı ve Köklü Değişim Süreci

Üç boyutlu tasarım sürecinde prosedürel yaklaşımlar, olağan tasarım yöntemleriyle ulaşılabilecek olan tasarımların kolay bir şekilde üretilebilmesini ve bu tasarımların hareketlendirme, doku kaplama gibi diğer aşamalar içinde kullanılmasını sağladığı söylenebilir. Ayrıca tasarım süreci içerisinde kullanılan kodlama platformları, simülasyon yöntemleri veya diğer kullanımlar için mevcut araçların prosedürel yaklaşımla birleşmesi sanatçının işini oldukça kolaylaştırmakta olduğu söylenebilir. A ve B sahnelerinde (Şekil5) oluşturulan örnek tasarımların arka planında üç boyutlu uzaydaki birbirine komşu noktalar arasında çizgiler oluşturularak tasarımın inşa edilmesini hedefleyen bir algoritma açılımı vardır. Bu algoritmanın işlemesi için Python dilinde kodlanarak oluşturulan A sahnesinde tasarımcı 400 kod satırı kullanmıştır. Prosedürel yöntemlerin kullanıldığı B sahnesinde sadece 4 kod satırıyla algoritma açılımı yapılmış ve tasarım tamamlanmıştır (FMX, 2017).



Şekil 5: A ve B Sabne Tasarımında Prosedürel Yaklaşımın Sağladığı Kolaylık (A:Cinema 4D B: Houdini)



Şekil 6: Üç Boyutlu Tasarım Sürecinde Prosedürel Yöntemlerle Üretilmiş Örnekler

Üç boyutlu tasarım süreci için tercih edilen tasarım yaklaşımının bir şekilde tasarımın kendisini etkileyeceği söylenebilir. Bu noktada (Şekil5) sanatçının tam olarak ne yaptığı ve hangi tasarım yaklaşımını kullandığı üretim sürecini, iyi ya da kötü yönde etkilemiş olmaktadır. Üç boyutlu tasarım sürecinde prosedürel yaklaşımlarla adım adım talimatlar vererek modelleme, canlandırma, doku-kaplama gibi benzer aşamalar yapılabilir ve tasarım sürecindeki tüm adımların sorumluluğu bu yaklaşım içerisinde sorgulanabilir (Chopine, 2011: 229).

Üretim süreci içerisinde kullanılan prosedürel yaklaşımlar çoğu tasarım ayrıntılarını belirlemeyi bilgisayara taşıdığı için tasarım sürecinde sonsuz üretme ve şekillendirme fırsatı da sunmaktadır diyebiliriz. Özellikle oyun tasarımlarında kullanıcıları aynı görsellerin sıkıcılığında kurtarmak ve içerik çeşitliliğini artırmak temel ihtiyaç olarak düşünülürse, parametrik değişimlerin ve prosedürel yaklaşımın gereksinimi anlaşılacaktır diyebiliriz. Oyun sektörü içinde kullanılacak haritalar, karakter ve çevresel modellerin inşa edilmesi ve tasarımda çeşitlilik sağlamak için eşsiz bir araç olarak prosedürel yaklaşımın tercih edilebileceği söylenebilir. Oyun içerikleri üretiminde prosedürel yaklaşımlar mantıklı araçlar, eğlenceli nedenler ve benzersiz motivasyonlar sağlasa bile geliştirici için arka planda her zaman sonsuz üretim arzusu vardır. Oyun içerisindeki üretim hattı genellikle modüler bir yaklaşımla tasarlanmıştır. Bu üretim hattı içerisine eklenen her yeni içerik tek bir öğeyi etkilemek yerine üretimin olası sayısız çıktısında etkileri görülmektedir. Skyrim gibi birçok coğrafi açıdan kapsamlı oyunun üretim sürecinde prosedürel teknikler bulunmaktadır (Short ve Adams, 2017: 8-9).

ri standardı haline gelmiştir. Üç boyut dünyasının sanatı ve sanatçısına yapmış olduğu katkılar ve sunduğu yöntemlerle Houdini, bilim ve teknik alanında akademi ödülüne (Oscar) layık görülmüştür (Sanal-2), (Sanal-3).



Şekil 8: Karmaşık Şekilde Yerleştirilen Düğüm Sisteminin Otomatik Düzenlenmesi



Şekil 9: Prosedür Görselleri Üzerine Yerleştirilen Kontrol Alanları

Sonuç

Bu araştırmada üç boyutlu tasarım sürecinde tasarlama anlayışını köklü şekilde değiştiren prosedürel yaklaşımların işleyişi incelenmiş ve bu işleyişi en verimli şekilde tasarım sürecine taşıyabilen yazılımın Houdini olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma içerisinde birim karenin ekranda gösterilebilmesini içeren algoritma örneklerinden tasarlama sürecine etki eden işlemlerden ve dönüşümlerden örnekler verilmiştir.

Prosedürel yaklaşımlarda karmaşık ve ayrıntılı sahnelerin tasarlanması için oluşan iş yükünü bilgisayara kaydırılmasının tasarım süreci için daha faydalı olacağı öngörülebilir. Özellikle oyun ve filmlerde içerik üretimi için prosedürel yaklaşımlar parametrik değişimlerle çok fazla seçenek sunduğu için tasarım sürecine dahil edilmelidir. Prosedürel yaklaşımlarla oluşturulmuş projelerin tüm aşamalarına müdahale edilebileceği içinde yapılacak olan değişiklikler tasarım sürecini yavaşlatmayacaktır.

Üç boyutlu tasarım sürecindeki geometrik modelleme teknikleri, alan olgunlaştıkça ve evrimleşen karmaşık modelleri ve doğanın karmaşıklıklarını tasvir etmeye çalıştıkça önemli ölçüde gelişmiştir. Poligonal modeller, yamalar, noktalar ve çizgiler gibi daha eski geometrik modeller, bu artan karmaşıklığı yönetilebilir ve kontrol edilebilir bir şekilde temsil etmek için yetersizdir. Modelin bir soyutlamasını sağlamak, nesnelerin sınıflarını kodlamak ve modellerin yüksek seviyeli kontrol ve çeşitliliğini sağlamak için daha üst düzey modelleme teknikleri geliştirilmiştir. Bu gelişmiş geometrik modelleme tekniklerinin birçoğu prosedürelidir (Ebert, vd.: 2003: 2). Tasarım süreci içerisinde kullanılması gereken araçlar ve yöntemler karmaşık olsa bile prosedürel yöntemler sayesinde kullanımları kolaylaştığı için

üretiminde kolaylaştığı öngörülebilir. Bilgisayarlı grafik tasarım sürecinde ayrıca olağan tasarımlarla yapılması çok zor olan ağaç, akışkan, toz ve gaz gibi sistemlerin arka planında işleyen algoritmaların karmaşık yapısı da prosedürel yaklaşımlarla birleştirilerek daha hızlı inşa edilebileceği söylenebilir. Bu noktada doğa matematiksel olarak çok daha iyi tanımlanabildiği için, sanatçının yapabileceklerinden daha doğrudur (Chopine: 2001: 240).

KAYNAKLAR

Ablan, Dan. (2007) Digital Photography for 3D Imaging and Animation. Indiana: Willey Publishing, Inc.

Autodesk. (2007). The Art Of Maya. California: Autodesk, Inc.

Animationsinstitut (Yapımcı). (5 Mayıs 2017) Entagma (Houdini Day) Stuttgart: FMX.

Baransel, Cesur. Ve Mumcuoğlu, Alim. (2003). Web Tabanlı, Üç Katmanlı Yazılım Mimarileri. Ankara: Sas Bilişim Yazılımları.

Chopine, Ami. (2011). 3D Art Essentials The Fundamentals of 3D Modeling and Animation. Burlington: Focal Press.

Ebert, S., David., Musgrave, F, Kenton., Peachey, Darwyn., Perlin, Ken ve Worley, Steven. (2003). Texturing & Modeling A Procedural Approach. San Francisco: Elsevier.

Greenberg, Ira. (2007). Processing Creative Coding And Computational Art. New York: Springer.

Parent, Rick. (2002). Computer Animation Algorithms and Techniques. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers

Short, X., Tanya. Ve Adams., Tarn. (2017). Procedural Generation in Game Design. London: CRC Press

Salomon, Ari. (2006). Transformations and Projections in Computer Graphics. London: Springer

Pardew, Les. ve Seegmiller, Don. (2005). Mastering Digital 2D and 3D Art. Boston: Thomson Course Technology.

Jones, Angie ve Oliff, Jamie. (2007). Thinking Animation: Bridging the Gap Between 2D and CG. Boston: Thomson Course Technology PTR.

Watkins, Adam. (2012). Create a Project from Start to Finish Model, Texture, Rig, Animate, and Render in Maya. London: Elsevier

Sanal-1: What does Procedure mean? <https://www.techopedia.com/definition/3727/procedure> Erişim Tarihi: 30.10.2018

Sanal-2: Hebert, Chris. (2018) Houdini wins two Academy Awards!. <https://www.sidefx.com/forum/topic/53382/?page=1#post-239790> Erişim Tarihi: 6.11.2018

Sanal-3: (2018) 10 Scientific and technical Achievements to be Honored With Academy Awards. <https://www.oscars.org/news/10-scientific-and-technical-achievements-be-honored-academy-awards> Erişim Tarihi: 6.11.2018

Teknolojinin Grafik Tasarıma Yansımaları

Aybige DEMİRCİ ŞENKAL // *aybige.demirci@gmail.com*

Gazi Üniversitesi, Teknik Bilimler M.Y.O., Tasarım Bölümü

ÖZET

18. yüzyılın son dönemleri ile 19. yüzyılın başında, tamamen el ve kas gücüne dayalı olan ekonomik faaliyetlerin yerini makine gücüne bırakması ve teknolojik buluşlar sayesinde endüstriden makine gücüne geçiş dönemi Sanayi Devrimi olarak adlandırılır. Bu dönemdeki gelişmelerin insanlık tarihi üzerindeki etkileri oldukça fazladır. Toplumda sosyal, ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda köklü değişimler bu dönemde başlamıştır. Tasarım ve üretimin tek elden yürütülmesi süreci sona ermiştir. Teknolojik gelişmeler baskı tekniklerinde de önemli gelişmelere neden olmuştur. Aynı şekilde teknik ve sosyal alanlardaki gelişmeler de grafik sanatların modern yaşamdaki kullanım alanlarını yaygınlaşmasını sağlamıştır. Teknolojinin gelişiminin, 1980'li yıllarda Mac bilgisayarların ortaya çıkışı ile, 10 yıldan kısa bir sürede bir önceki yüzyıldan daha hızlı geliştiği görülmüştür. Bilgisayarın gelişiminin bir devrim niteliğinde olduğu ve 1990'lı yıllarda olgunluğa eriştiği söylenebilir. Kısa sürede Aldus Pagemaker, Quark X-press, Adobe İllustrator, Photoshop, Indesign vb programlar kullanılmaya başlanmıştır; halen bu programlar kullanılmakla beraber bu programlara her geçen gün yenileri eklenmektedir. (Cinema 4D, After effects, vb.) Günümüz teknolojik gelişmeler dijital tasarımın önem kazanmasına neden olmuştur. İnternet kullanımı beraberinde sosyal medya, reklam siteleri, paylaşım siteleri, haber siteleri gibi alanlar dijital tasarımın hızla yayılmasına imkân sağlamıştır. Dolayısıyla grafik tasarım yeni

grafik görüntüler (2D, 2.5D, 3D,4D) ve render kullanımını gerekli kılmıştır. Bu gelişmeler beraberinde her geçen gün dijitalleşmeye olan ilgi ve talebi artırmaktadır. Dijital tasarım geleneksel reklam ürünlerinin yerini alırken çok kısa sürede geniş kitlelere ulaşma imkânı sağlamaktadır. Bu çalışma, geçmişten bugüne kadar geleneksel reklam ürünlerinin gelişimi ve bu alana yönelik yeni eğilimlerin değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Grafik Tasarım, Dijital Tasarım.

1.Giriş

1980'li yılların sonlarından itibaren yoğun bir şekilde hayatı etkilemekte olan dijital dönem, yeni elektronik ifade biçimleriyle yeni algılama boyutlarını da beraberinde getirmiştir. Dijital ortam sürecin hızlanmasına ve pratik hale gelmesine sebep olmuştur. Böylece geleneksel ifade biçimlerinden uzaklaşmıştır.

Teknoloji ve bilgisayar, tasarım alanlarının tümüne yayılmış ve tasarım ürünlerinin üretim biçimlerinin kolaylaşmasına sebep olmuştur. Bilgisayar teknolojisinin sunduğu yeni ifade biçimlerinin devreye girmesiyle birlikte, güçlkle elde edilen ifade biçimleri, çok daha kolay elde edilebilmiştir. Bilgisayar teknolojisi, sadece baskı, resim, fotoğraf, video, müzik ve heykel gibi sanatın geleneksel formlarını dönüştürmekle kalmamış, internet sanatı, yazılım sanatı, piksel sanatı, dijital sergilemeler ve sanal gerçeklik gibi tüm yeni formların da sanatsal çalışmalar olarak kabul edilmesini sağlamıştır (Çokokumuş, 2012:52). Özellikle grafik tasarımda yeni ifade biçimleri ile üretim süreci hızlanmış, yeni teknikler ve yeni yazılımların her geçen gün artması beraberinde basılı reklamın dijital ortama kaymasına neden olmuştur. Bu araştırma ile geçmişten bugüne kadar geleneksel reklam ürünlerinin gelişimi ve bu alana yönelik yeni eğilimlerin değerlendirilmesi amacıyla yürütülmüş, grafik tasarımda kullanılan yeni grafik görüntüler (2D, 2.5D, 3D,4D) incelenmiştir. Bu gelişmeler beraberinde her geçen gün dijitalleşmeye olan ilgi ve talebi artırmaktadır.

2. Teknoloji ve Grafik Tasarım

İngiltere'de başlayan 1760'dan 1840'a kadar uzanan dönem içine yayılan Endüstri Devrimi, 18. Yüzyılın sonunda Avrupa'ya yayılmış, sosyal, ekonomik, siyasal yapıda köklü değişimlere yol açmış, enerji toplumundan endüstri toplumuna geçişin itici gücü olmuştur. Endüstriyel ve ekonomik kalkınma birbiriyle iç içe olmuştur. 1780'lerde James Watt tarafından geliştirilen buhar makineleri mekanik üretim sürecini başlatarak toprakta çalışan iş gücünün fabrikaları yönelmesine sebep olmuştur. Teknolojinin kitlesel üretimde kullanılmasıyla ürünlerin birim maliyeti düşmüş; yaşam standartları yükselirken işçilerin sosyal sorunları artmaya başlamıştır. Tüm bu değişimler bazı sanatçıların endüstriyellemenin sonuçlarını eleştirmelerine; bazılarının ise yarattığı umut ve ilerleme duygusu ile heyecan duymasına sebep olmuştur. Fransız devriminin eşitlik idealleri eğitimin yaygınlaşmasına, okur yazarlığın artmasına sebep olmuş, böylece kitap ve diğer yayınların üretimini artırmış ve grafik tasarım her geçen gün daha fazla önem kazanmıştır (Becer, 1997:95,96; Tepecik, 2002:31; Palffy and Atkinson, 2017:210).

Fotoğrafın bulunuşuyla baskı yüzeylerine elle çizilerek ya da oyularak aktarılması dönemi sona ermiştir. Görsel imgelerin reproduksiyon ile aktarılması süreci başlamıştır (Becer,1997:97). Senelfelder tarafından, 1796'da bulunup, Engelmann tarafından geliştirilen litografi (taş baskı) her geçen yıl daha da ilerleme göstermiştir. Algrafi ve çinkografi, rotatif baskı makinelerinden daha hızlı baskılar elde etmeyi sağlar. Mergenthaler, harfleri bir klavye üzerinde bir araya getirmeyi sağlayan linotipi bulmuştur. Bu makinede; harflerin sayısı ve diğer tipografik simgeleri bir klavye üzerinde bulunuyordu. Linotipi, basım ve kitap adına bir devrim niteliğindedir (Weill,2008:12,13, Becer,1997:97).

Endüstri Devrimi'nin sanat ve tasarım üzerindeki belirleyiciliğine ve yozlaşmış örneklerin sürekli kopyalanmasına karşı çıkan 1861'de William Morris tarafından İngiltere'de kurulan Art & Craft'tan Almanya'da Jugendstil'e, Fransa'da Art Nouveau'ya dönüşecek olan bu akım yaratıcılığın dönüşünü tavsiye etmiştir. 20.yüzyılın başlarında ortaya çıkan Kubizm, Futurizm, Dada, Sürrealizm, De Stijl, Süprematizm, Konstrüktivizm gibi dönemin modern sanat akımları da grafik sanatını yakından etkilemiştir (Becer,1997:101). 1917'de Hollanda'da De Stijl akımı ortaya çıkmıştır. Bu akımın öncüleri evrenin matematiksel anlatımını ve doğanın armonisini araştırmışlardır. Art Deco'ya doğayı geometrikleştirerek biçim veren tasarım üslupları ve tipografinin kullanımı reklam grafiğinde kullanılmıştır (Becer,1997:101,105, Weill, 2008:75).

21. yüzyıl bir tasarım çağı olmuş, endüstri ürünlerindeki her ürün estetik boyutuyla ele alınarak tasarlanmıştır. Buna en iyi örnek Bauhaus okuludur (Tepecik, 2002:31). 1919 yılında Almanya'da Walter Gropius tarafından kurulan Bauhaus okulu sanatçıya aynı zamanda zanaatçı niteliği kazandırmayı amaçlamıştır. İsviçre'de Uluslararası Tipografik Stil ortaya çıkmış ve öncüleri kendilerini bilgi aktarıcı olarak tanımlamış ve tasarımı da toplum kullanımına yönelik önemli bir alan olarak ifade etmişlerdir (Becer,1997:103,105,106).

Modern grafik tasarım üslubunu benimseyen Amerikan Grafik Tasarımcılar Okulu 1950'li yıllarda kendine özgü bir üsluba ulaşmıştır. 1950'den itibaren görsel iletişim araçlarında kullanılmak üzere görsel kimlik önem kazanmıştır. 1960 sonrasında ise, uluslararası etkinliklerde kullanılmak üzere bilgi verici, yönlendirmeye yönelik simgeler tasarlanmaya başlamıştır. Polonyalı sanatçılar savaşın olumsuz koşulları rağmen özellikle afiş alanında özgün bir stil kazanmışlardır. New York'lu tasarımcılar 50'lerden sonra illüstrasyonu daha kavramsal açıdan ele almışlar; 1960 ile 1980'lere kadar olan dönemde, Batı Almanya'da fotografik imgelerin kolaj ve montaj teknikleri ile kullanımı göze çarpmakta, 1970 sonlarında ise post-modernist yaklaşımlar etkisini göstermeye başlamıştır (Becer,1997:107).

1980'li yıllarda grafik tasarımcılar desen ve fotoğraf alanında ustalaşırlar ve bilgisayarları işlerini tamamlamak için kullanılan araç olarak görürler, ancak 1980'li yıllarda Mac bilgisayarların bir tasarım aracı olarak tanıtıldığında tüm ekran görselleri mavimsi bir tonda siyah beyaz bitmaptir. Bilgisayarı araç olmaktan öte yaratımın ve tipografinin doğal aracı olarak gören bir kuşak yetişir. Grafik tasarım 1990'lı yıllarda olgunluğa erişir (Weill, 2008:118,138; Heller and Vienne, 2016:1).

3. Teknolojik Gelişmelerin Dijital Tasarıma Yansımaları

Pek çok disiplin gibi grafik tasarım da teknoloji ile yakından ilintilidir. Teknoloji tasarımın üretim sürecine etki etmesinin yanı sıra üslup, sanat ve toplum bağlamındaki ilişkileri de etkiler. Teknoloji insanlar tarafından doğaya karşı yaratılan ve sürekli değişim içinde olan nesnelere, araçlara, tekniklere, zanaat, sistemlere, metotlara, örgütlere ve maddi ürünleri kapsayan bir bütündür. Teknolojinin değişimi nesne ve olaylardaki değişimle ortaya çıkarak toplumsal süreci etkiler. Teknolojik gelişme niceliksel

değişmelerin niteliksel değişimlere dönüşmesiyle gerçekleşir ve toplumu etkiler (Bayazıd, 2011:81; Ambrose and Harris, 2017:32). 1990'larda yazılım araçları kullanılmaya başlanmadan önce film yapımcıları, grafik tasarımcılar ve animasyon sanatçıları her ne kadar birbirlerinden etkilenseler de, estetik duyarlılıkları paylaşırsalar da, her biri kendilerine özgü farklı teknolojiler kullanarak görüntüler üretmekteydi. Film yapımcıları üç boyutlu fiziksel gerçekliği yakalamaya yönelik araçları kullanırken, grafik tasarımcılar ofset matbaa, litografiyi; animasyon sanatçıları ise tek kare çeken filmli fotoğraf makineleri ile arka plan ve saydam hücreleri oynatarak kendilerine özgü teknolojilerini yaratıyorlardı (Monovich, 2008:128). Grafik tasarım sanatsal ve akademik kaygıların etkisinde ilerleyen bir disiplin olmanın yanı sıra, aynı zamanda tasarımcıya kullanabileceği yeni yaklaşımlar ve süreçler sunan teknolojik gelişmeler tarafından biçimlendirilir. Teknoloji, tasarımdaki üretim süreçlerini basitleştirerek tasarım üretimindeki araçların yayınlamasını sağlar. Dolayısıyla, imge ve metinlere çok hızlı müdahale edilebilir hale gelmiştir. Teknoloji tasarımcılara yeni araçlar sunarak bir yandan tasarımcıyı karmaşık teknolojilere, araç ve yazılım üreticilerine bağımlı kılarken, diğer bir yandan da tasarımın dolayısıyla üretimin hızlanmasına, üretkenliğin, yaratıcı, çarpıcı değişimlerin oluşmasına imkân vermiştir. Apple Macintosh'un (1984) tasarımcıları, prova plakalardan kurtarması bunun en iyi örneklerinden biridir. Bunun yanı sıra elle çizilip boyanmış figüratif öğelere neredeyse hiç rastlanmamaktadır (Ambrose and Harris, 2017:32; Weill, 2008:140).

Teknolojik gelişim kitle iletişiminde basılı yayın kullanımından görsel-işitsel yayım araçlarının kullanımına yönelmiştir. Dijital olarak görsel işitsel anlatım olanaklarının artması, basılı yayım mecralarının önem yitirmesine neden olmuştur (Bayazıd, 2001:171).

Sanatçılar, tasarımcılar, ortaya çıkan yeni medya mecralarını kullanmışlar, dolayısıyla video, bilgisayar internet gibi yeni mecraların da özgün sanat eserleri üretmek için kaçılmaz olduğu söylenebilir. Yeni Medya Sanatı kavramından ilk defa 20. Yüzyılın sonları 21. Yüzyılın başlarında yeni teknolojik üretim alanlarının kullanımı anlatmak için kullanılmış ve sürekli değişen ve hızlı gelişmelere yol açarak dünya çapında kullanılmıştır. Yeni Medyanın kullanılan alanlarını, internet, video, bilgisayar animasyonları, fotoğraf, ve bilgisayarla bağlantılı diğer materyaller gibi birçok dijital teknolojileri kapsamaktadır (Hodge,2018:200,201).

Günümüz tasarımcıları kendi yazılımlarını üreterek yeni yöntemler üretmektedirler. Bu uygulamalar diğer yazılımlara ek olarak üretiliyor. Genellikle Adobe İllustrator gibi var olan uygulamalar temelinde, bir sorun çözümü veya yeni bir etki yaratmak amacıyla tasarımcılar kod yazmaya yöneliyor ve kodları paylaşarak yazılımları zenginleştiriyorlar (Twenlow, 2008:122).

4.Grafik Tasarımda Yeni Görüntüler (2D, 2,5 D, 3D, 4D) ve Kullanım Alanları

Tasarımcılar tarafından kullanılan her yazılım, 3D grafik, vektörel çizim, animasyon veya kurgu gibi bir tasarım öğesi yaratmaya veya var olan öğeyi değiştirmeye yönelik belirli bir yonteme sahip olduğu gibi farklı müdahale imkânları da bulunmaktadır. Öğeleri flulaştırma, bükme, vektör haline getirme, saydamlığı değiştirme, küre haline getirmeyi sağlayan bu farklar önemlidir. Bitmap ve vektör tabanlı görselleri aynı resimde birleştirme, 3D öğeleri 2d kurgularda kullanabilme gibi olanaklar sayesinde aynı teknikleri, efektleri ve ikonografiyi farklı mecralarda kullanabilme imkanı söz konusu olmuştur. (Manovich,2008:130).

Tasarım alanındaki gelişmeler, reklamın dijital ortama yönelmesiyle kullanılan 2D boyutlu modellemeleri, 2.5D, 3D ,4D boyuta taşımıştır.

4.1 2D Uygulamalar: Düz bir şekil, boyutu ve genişliği gibi, onu tanımlamak için iki boyuta ihtiyaç olduğu için iki boyutlu olacaktır. Ayrıca, bir grafik üzerinde noktaları çizmek düşünüldüğünde, köşeler için x, y koordinatlarını bilmek gerekir.

4.2 2.5D Uygulamalar: Grafik tasarım alanında günümüzde sıklıkla kullanılan 2.5D modelleme'dir. Sanatçılar bir karakter tasarladıklarında, ön, yan ya da eğimli görünümünden görüntülenen çizimler çizerler. Bir 3D çalışmada, tasarımcılar farklı görüntülerden alınan bu resimlerle bir 3D model oluştururlar. Ancak, 3D modelleme çok zaman alır ve bir 2D modelin nüansını ifade etmek 3 boyutlu bir modellemede zordur. Bu problemleri çözmek için 2.5D modelleme kullanılmaktadır. 2.5D modeli, 2 boyutlu çizimlerin nüansını 3B etkisiylevererek, göz ve ağız gibi birçok parçaya ayrılmış ve derinliğe sahip birçok katmanı kullanarak çoklu görünüm arasında bir görünüm ifade edebilen bir modeldir.

3D bilgisayar grafikleri alanında, elle çizilmiş bir illüstrasyon biçiminde 3 boyutlu modellere ilişkin pek çok araştırma, fotogerçekçi olmayan görüntüleme (NPR) gelişmiştir. Farklı görünümünden, elle çizilmiş resimlerden 3 boyutlu bir model oluşturmak zordur çünkü farklı görünümünden alınan resimler tutarsız olabilir. Görünüme bağlı geometri bu sorunu çözmüştür (Maki vd.,2015:74).

4.3 3D Uygulamalar: Üç boyutu tanımlamak için üç ölçüm gerektiren bir şekil gerekir. Bir küp 3D'dir, çünkü yüksekliği, genişliği ve derinliği vardır. Simüle 3D dünyasında, 3D nesnelere oluşturan her köşe, x, y, z değeriyle temsil edilen 3D alanda bir noktadır. 3D modelleme, genel olarak bilgisayar grafikleri kullanarak 3D modelleme için özel programlar ile canlı veya cansız bir nesnenin üç boyutlu matematiksel modelinin geliştirilmesi sürecine denir. 3D modelleme süreci ile hazırlanan 3D modeller çoğu zaman 3D rendering denilen modelin gerçekçi bir görünüme kavuşmasını sağlayan araçlarla birlikte eş zamanlı olarak kullanılır. 3D modelleme sürecinde bilgisayar grafiklerinin verileri genellikle kullanıcı tarafından tıpkı heykel ve plastik sanatlarla benzer şekilde adım adım işlenerek elde edilir.

4.4 4D Uygulamalar: İçinde yaşadığımız evren en doğru şekilde 4 ölçümle açıklanabilir ve 4D de olabilir. Dördüncü boyut zamandır. Evrendeki nesnelere, sadece bir an için belirli bir yeri işgal eder. Yeryüzünde hareket etmiyor gibi görünen nesnelere bile gerçekte çok hızlı hareket etmektedir. Böylece nesnelere zaman içinde sürekli yer değiştirmektedir. 3D nesnelere hareket eder ve 4D'ye dönüşür (Howard, K.,2015).

Günümüz reklamcılığında çapraz uyumluluk ve kullanıcılardan gelen cevapları veren mesajlaşma gibi çeşitli öğeler kullanılmaktadır. Bu öğelerin kullanımını içeren reklamlar arasında Golf, Nike, Rolls-Royce Ghost sayılabilir. Reklamlarda kullanılan ilgi çekici noktalar ve grafik programları farklı reklamlara odaklanılarak sunulmuştur.

Yeni Golf

Etkileşimli reklamlardan biri olan Volkswagen'in Yeni Golf reklamı, izleyici için oldukça ilgi çekicidir. Reklam, kullanıcıları yeni Golf'in başlangıcından sonuna kadar sürmesi için bağlantıyı birleştiren bulmaca benzeri grafiği tıklamaya davet etmektedir. Kullanıcıların sürekli bir yol yapmak için doğru konfigürasyonda, 21 adet parçaya tıklayarak 30 saniyeden daha kısa bir sürede sıralaması gerekmektedir.

Reklam, bu özelliği ile kullanıcıları kendisine çekerek meşgul etmektedir. Arabanın özellikleri ile il-

gili ayrıntılı bilgilere yer verilmemesine rağmen bu kısa süreç, izleyicilerin bu deneyimleri ile reklamı hatırlamalarını sağlamaktadır. Kullanıcıların, reklamdaki bu ilgi çekici katılımlarının ardından, Golf hakkında daha fazla bilgi edinebilmek için bağlantılara devam etme olasılığı artmaktadır (Url 1)

Aynı zamanda Volkswagen, yeni Golf GTI otomobillerini tanıtmak için bir Bannerbahn isminde bir banner oyunu düzenlemiştir. Achtung Reklam Ajansı tarafından tasarlanan oyunda bir araba pistinde bulunan Volkswagen GTI otomobil hızla hareket etmekte ve yarışmacılar bilgisayar aracılığı ile imleci otomobilin üzerine getirerek onu yakalamaya çalışmaktadır (Url 2).



Url 3



Url 4

Nike Ad(Parallax Effect 2.5D Animation)

Paralaks olarak tanımlanan 2,5D etkisi olarak bilinen görüntüler, izleyicilerde üç boyut algısı oluşturan v hareket duygusu oluşturan etkilerdir. Photoshop & After Effects gibi programlar ile temel yüksek çözünürlüklü bir görüntü çeşitli katmanlara işlenmektedir. After Effects'e içe aktarıldıktan sonra, katmanlar çarpıtılmış ve 3 boyutlu bir çalışma ortamına yerleştirilmiştir (Eyster, 2014,Url 5).

https://www.youtube.com/watch?v=qFbZ7_mu-xw adresinden izlenebilir.



Url 6

Morton Salt, “The One Moment”

The One Moment videosu, Amerika Birleşik Devletleri'nde Morton Salt için Ogilvy & Mather Chicago reklam ajansı tarafından yapılmış ve Ekim 2016'da piyasaya sürülmüştür. Morton Salt, video için OK Go grubuyla bir araya gelmiştir. Çarpıcı efektler yapılmak üzere, ekranın her tarafındaki tuz ve renkli tuzlar patlamaktadır. Video'daki ilgi çekici nokta, tek bir anın çok sayıda değişiklik içerebileceği görüntülerdir (Url 7; Url 8).



Url 9



Url 10

2D ile gerçekleştirilen Rolls-Royce Ghost Animasyonu

2D animasyonu ile yapılmış, izleyicilere sanal bir dünya yaratan reklam filmi, hareket grafikleri ve video özel efektleri içermektedir. Frankfurt 2009'da IAA (motor şovu) 'nda sergilenen Rolls-Royce Ghost'un 2D Animasyonu, Conny Unger, Markus Feder ve Hartwig Tesar'dan oluşan bir ekip tarafından gerçekleştirilmiştir (Url 11)



Url 12 (<http://webneel.com/video/rolls-royce-ghost-beautiful-animation> adresinde izlenebilir.)

Sony 3D TV- The Showdown

3D teknolojisinin inanılmaz gerçekliğini gözler önüne sermeyi amaçlayan video'da, özel güçleri olan kötü bir karakter ile bir süper kahramanın Sony'nin 3D TV'yi içeren canlı gerçekçiliğiyle destansı bir savaş canlandırılmıştır. Etkili görselliği ile ilgi uyandıran video, izleyicilere, Sony 3D World'e adım atılarak, farklı bir deneyim yaşatmaktadır (Url 13). https://www.youtube.com/watch?v=uj_ivw5PEzc adresinde izlenebilir.



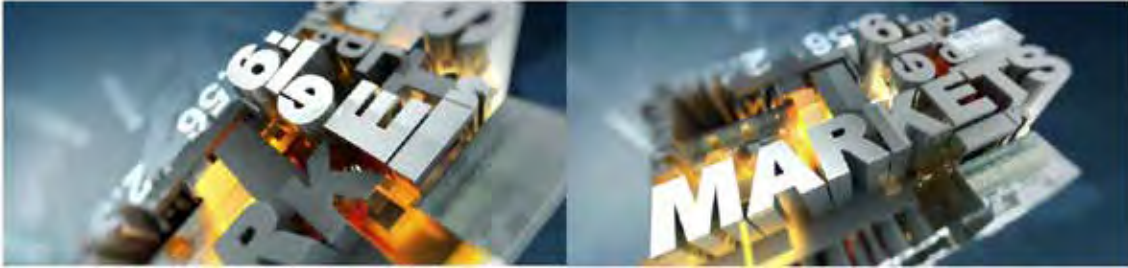
Url 14



Url 15

CNBC Europe “Business Arabia” 3D AnimasyonCNBC Arabistan yapımı, CNBC Avrupa üzerinden yayınlanan Orta Doğu hakkındaki Weekly Business Show, en iyi İngilizce tipografi kullanımı ile 2011 yılında Promax BDA Arabistan Ödülünü kazanmıştır (Url 16).

<https://www.behance.net/gallery/579222/Business-Arabia-Open-CNBC-Europe> adresinden izlenebilir.



Url 17

Sonuç

Teknolojik gelişim kitle iletişiminde basılı yayın kullanımından görsel-ışitsel yayım araçlarının kullanımına yönelmiştir. Dijital olarak görsel ışitsel anlatım olanaklarının artması ile basılı yayın mecralarının önem kaybetmesine neden olmuştur.

Teknolojinin gelişiminin hızına yetişmenin mümkün olmadığı bu çağda; yeni medya sanatı farklı şekillerde ortaya çıkmaya ve gelişmeye devam etmektedir ve bu süreç bu hızla devam ettiği sürece üretimleri ne şekilde ve nasıl yapılacağı netlik kazanmayacaktır. Teknolojinin gelişimiyle tasarımcılar tarafından özgün fikirler ortaya çıktıkça zorunlu olarak değişim ve gelişim yaşanmaya devam edecektir.

KAYNAKÇA

- Ambrose G. and Harris P,(2017). Grafik Tasarımın Temelleri.Literatür Yayınları:651., İstanbul.
- Becer, E. (1997). İletişim ve Grafik Tasarım. Dost Kitapevi, Ankara.
- Beyazıd, N. (2011). Endüstri Tasarımı Temel Kavramları, İdeal Kültür Yayıncılık,İstanbul.
- Çokokumuş, B. (2012). Art and Culture On Digital Media, International Journal of New Trend in Art Sports and Science Education. v.1,no.3, pp:51-66.
- Heller, S. and Vienne,V. (2016).Grafik Tasarımı Değiştiren 100 Fikir, Literatür Yayınları:756, 1. Baskı, İstanbul.
- Hodge, S. (2018).Gerçekten Bilmeniz Gereken 50 Sanat Fikri. Çev:Emre Gözgü. Edt. Mustafa Çevikdoğan, 7.Baskı,Domingo Yay:İstanbul.
- Maki, K., Yoshihiro,K., Reiji ,T.,(2015). 2.5D Modeling from Illustrations of Different Views, International Journal of Asia Digital Art&Design, v. 18,no.4.2, pp:74-79.
- Monavich, L. (2008).Grafik Tasarım Kuramı: Import/Export veya Tasarım Çalışma Akışı ve Çağdaş Estetik. Der:Helen Armstrong, Çev., Mehmet Emin Uslu, Espas Yayınları, İstanbul.
- Palfy and Atkinson, 2017 Sanat Kitabı, Alfa Yayınları
- Tepecik, A., (2002). Grafik Sanatlar: tarih-tasarım-teknoloji. Detay Yayınları:41, Ankara.
- Twenlow, A.(2008). Grafik Tasarım Ne İçindir? Çev: Dalsu Özgen,Yem Yayınları-146, İstanbul.
- Weil, A. (2008). Grafik Tasarım. Yapı Kredi Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- Palfy and Atkinson, (2017). Sanat Kitabı.Alfa Yayınları,İstanbul.
- Howard, K. (2015) What is 1D, 2D, 3D, and 4D? How is it easily understood by a beginner? (<https://www.quora.com/What-is-1D-2D-3D-and-4D-How-is-it-easily-understood-by-a-beginner>) adresinden alındı.
- Url 1: <https://www.perion.com/blog/7-examples-best-digital-advertising/>
- Url 2: <http://www.dijitalajanslar.com/volkswagen-bannerbahn/>
- Url 3: <https://bigumigu.com/haber/volkswagen-golf-gti-icin-muthis-banner-yakala-yakalayabilirsen/>
- Url 4: <http://www.dijitalajanslar.com/volkswagen-bannerbahn/>
- Url 5: Eyster, Adam. 2014. <https://www.youtube.com/watch?v=-2LobajDfms>
- Url 6: https://www.youtube.com/watch?v=qFbZ7_mu-xw
- Url 7: <https://www.perion.com/blog/7-examples-best-digital-advertising/>

Url 8: <https://www.coloribus.com/adsarchive/tv-commercials-casestudy/unknownadvertiser-the-one-moment-image-16673965-22487865/>

Url 9: <http://www.netimperative.com/2016/11/one-moment-ok-go-teams-morton-salt-4-2-second-music-video/>

Url 10: <https://www.axs.com/rams-head-live-to-host-ok-go-119654>

Url 11: <http://www.fubiz.net/2010/02/09/rolls-royce-ghost/>

Url 12: <http://www.fubiz.net/2010/02/09/rolls-royce-ghost/>

Url 13: <http://webneel.com/video/sony-3d-tv-showdown>

Url 14: <http://planetledtv.com/sony/sony-3d-tv-kdl60ex720/>

Url 15: <https://techstyles.com.au/sony-bravia-3d-tv-4-new-models/plasma-and-lcd-tv/>

Url 16: <http://webneel.com/video/cnbc-europe-business-arabia-3d-animation>

Url 17: <https://www.behance.net/gallery/579222/Business-Arabia-Open-CNBC-Europe>

Grafik Tasarım Öğrencilerinin Gözünden “Sanata Evet” ve Dijital Çağ

Dr. Öğr. Üyesi Halime TÜRKKAN // *halime.fisenk@gmail.com*

*Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Görsel Sanatlar ve Tasarım
Bölümü*

ÖZET

2016-2017 ve 2017-2018 Akademik Yılları Güz Döneminde Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Görsel Sanatlar ve Tasarım Bölümü, Grafik Tasarımı Programı son sınıf öğrencilerinin GRA427 Proje V dersi kapsamında tasarladıkları Sanata Evet konulu kampanya projelerinin incelenerek, dijital çağda bu tür sanat / tasarım kampanyalarının toplumla buluşma biçimi irdelenecektir. Gençliğin sanata ve tasarıma bakış açısı, sanal dünyada bu bakış açılarının paylaşımları incelenecektir. İlk olarak 1981’de Tamer Levent tarafından başlatılan “Sanata Evet” söylemi, 1993 yılında yine TOBAV başkanı olan Levent tarafından kullanılmıştır. O yıllarda bu başlıkla gerçekleştirilen etkinlikler, kampanyalar ve faaliyetler, günümüzde özellikle sosyal medya mecralarında güncelliğini tekrar kazanarak, günde yüzlerce insanın “sanata evet” sözcüklerini etiketleyerek yaşamdan kesitleri sanat kavramıyla bütünleştirmelerine dönüşmüştür. Tamer Levent önderliğinde yürütülen sanat panelleri, konferansları, seminerleri ve festivalleri aynı hızla devam ederken, sosyal medya hesaplarından sanata evet çağrısı yapan binlerce takipçi olmuş, bu takipçiler kampanyanın aktif yürütücüleri haline gelmiştir. Son iki senedir bu kampanyaya destek vermek amacıyla yürütülen öğrenci projeleri üzerinden, sanat ve tasarıma bakış açıları irdelenerek, sanal dünyayla giderek yalnızlaşan bireylerin sanat/ tasarım kavramlarıyla olan ilişkisinin tartışılması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sanata Evet, Grafik Tasarım, Dijital Çağ

GİRİŞ

Sanata Evet kavramı, Tamer Levent tarafından ilk defa 1981 yılında Ortadoğu Savaşı sırasında, daha sonra da Devlet Tiyatroları Genel Müdürü iken 1993 yılında tasarruf tedbirlerinin sanat alanında uygulanmasını eleştirirken kullanılmıştır. Bütçesi kısılan Devlet Tiyatroları'nın tam tersine ülkelerin zor zamanlarında moral ve güç kaynağı olması gerektiğini savunan Levent, o dönemde vatandaşların gazetelerini atmak yerine Devlet Tiyatrolarına bağışlamaları için açılan Sanata Evet kampanyası ile sadece Ankara'da 25 günde 160 ton gazete toplandığını vurgulamıştır (Levent, 2016). Bu etkili kampanyayla beraber "Sanata Evet" başlığıyla seminerler, paneller, konferanslar, festivaller düzenlenmeye başlanmıştır.¹

37 yıl önce başlatılmış bu kampanya, özellikle son birkaç senedir sosyal medya aracılığıyla hız kazanmış, neredeyse toplumun her alanından kullanıcıların deneyimlerini, başka bir deyişle yaşamlarından kesitleri sanatla ilişkilendirip, beş saniyelik videolarla sanata evet sloganını vurguladıkları bir olgu haline gelmiştir. #sanataevet etiketiyle her gün yüzlerce paylaşım yapılır hale gelmiş ve Levent'in online Azizm dergisinde yayımlanmış makalesinde vurguladığı sanat kavramının bir yaşam felsefesi olarak kültürleşmesi durumu ortaya çıkmıştır:

"Özellikle Türkiye'de böyle bir anlaşılma var. Sanat eşittir; tiyatro, müzik, mimarlık, edebiyat, dans, resim ve sinema, fotoğrafın kod adı gibi anlaşılıyor. Bu durumda, SANAT kelimesi ile anlaşılması söz konusu olan bir felsefe yokmuş gibi bir algı oluşuyor. Sanat sadece bu ürünlerin genel ismi imiş gibi yorumlanıyor. Bu yanlış algı, sanat felsefesinin insan yaşamında aranması gereken özen kavramından uzaklaştırıyor. Bir işi özenle yapmak yerine, kolayına kaçarak yapmak bir tür zeka zannediliyor. Bu şartlarda sanat kavramının bir yaşam felsefesi olarak kültürleşmesi de engellenmiş oluyor" (2016, <http://www.azizmsanat.org/2016/10/27/bir-utopya-olaraksanata-evet-tamer-levent/>)

Bu kampanyanın gerekliliği ve topluma vereceği güçlü katkı inancıyla, Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Görsel Sanatlar ve Tasarım Bölümü, Grafik Tasarımı Programı 4. sınıf öğrencileriyle Proje V dersi kapsamında son iki yıldır "Sanata Evet" kampanyaları yürütülürken, öğrencilerin kendi bakış açılarıyla sanatı ve yaşamı ele aldıkları projeler geliştirilmektedir. Bu çalışma, seçilen öğrenci projeleri üzerinden, oldukça uzun yıllardır süregelen bir kampanyanın dijital çağda yürütülmeye başlanmasıyla, kampanyanın popülaritesinin sorgulanmasını, sosyal medyanın varlığıyla kampanya sürecindeki değişimleri, ve de örnekleri verilecek öğrenci çalışmalarının bu süreçte katkılarını değerlendirmeyi hedeflemektedir.

SANATA EVET VE YARATICILIK

Sezer Tansuğ, Sanatın Görsel Dili adlı eserinde, çağdaş yaşamın önemli problemlerinden birinin basın, radyo, televizyon vb. haberleşme araçlarının kitlenin eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi için kullanılması olduğunu savunurken, sanata ilişkin çeşitli olgularla güncel sanat olaylarının topluma iletilmesinin bu problemi çözümleneceğini ve aydınlatacağını, sanatın gelişimini de hızlandıracağını vurgulamaktadır (1988, s. 11.).

Tam otuz yıl önce yapılmış bu tespit, güncelliğini hala korumaktadır. Sanata Evet projelerinin yürütülmesinde öncü olan Levent, görme, işitme, dokunma, tat alma ve koklama olan beş duyunun yanında altıncı duyu olarak sanatı da insan duyularına eklemektedir.² Diren Sanat web sitesine 2016'da yazdığı

1 <http://www.azizmsanat.org/2016/10/27/bir-utopya-olarak-sanata-evet-tamer-levent/>

2 <https://www.dirensanat.com/2016/12/11/sanat-tamer-levent-evet/>

makalesinde, insan beyninin sol lobunun sanat kavramıyla ilgili sorumluluk üstlendiği yönünde gelişmeler olduğunu, beş duyunun insan beyni faaliyetlerinin yaratıcılığını ve üretkenliğini direkt olarak geliştirmediğini, yaratıcılığın insan biyolojisinde doğuştan gelen bir özellik olduğunu vurgulamaktadır. Beş duyumuz ile beslenen, aklın faaliyetleriyle gelişen ve sezgileri buluşlara, sonuçlara dönüştüren, bünyenin kendisinde varolan altıncı duyuyu sanat olarak tanımlamaktadır.

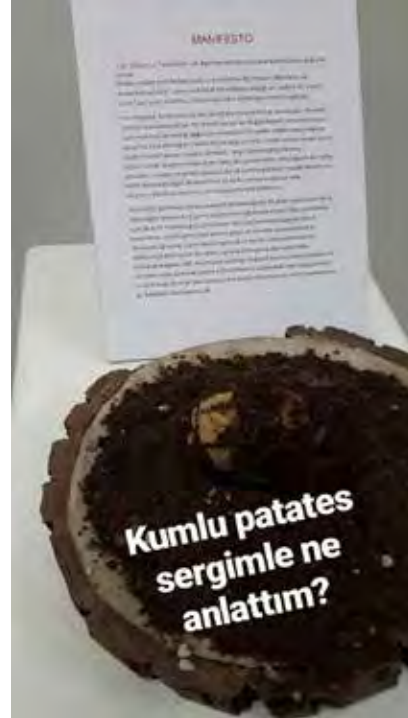
Bu düşünceden hareketle, son sınıf öğrencileri Proje VI dersi kapsamında altıncı duyunun sanat olduğuna inanarak kendi bakış açılarıyla “Sanata Evet” demişlerdir. Bu çalışmada seçilmiş beş öğrenci projesi üzerinden söz konusu kampanyaya farklı bakış açıları irdelenerek, bu projelerin sosyal medya üzerinden duyurulmalarını etkileri; dijital çağın, bu tip projelerin yayılmasındaki faydaları tartışılmaktadır.

SANATA EVET’İ PROJELENDİRMEK

Birinci proje, Özgür İlter tarafından tasarlanmış bir kampanya setidir (Görüntü 1). İlter, sanat kavramını; Mehmet Aksoy’un bir heykeli, Kolezyum’un bir görüntüsü, Şeker Portakalı kitabının baş kahramanı Zeze’nin illüstrasyonu olmak üzere üç ana başlıktan yola çıkarak ele almış, her birine kurumsal tasarım ve grafik elemanlar seti tasarlamıştır. Tasarladığı projeler çanta, t-shirt, rozet, not defteri, kupa, bardak üzerlerine uygulanarak Sanata Evet kampanyasına destek olmuştur.



Görüntü 1: Sanata Evet Kampanyası tasarımları, Özgür İlter, 2017.



Görüntü 2: Sanata Evet Kampanyası projesi ve manifestosu, instagram hikayesi, Kübra Canlı, 2018.

2. görüntüde yer alan instagram hikayesinde, Kübra Canlı'nın "Kumlu Patates" başlıklı manifesto-sundan hareketle tasarladığı, ahşap üzerine yerleştiği patates üzerine döktüğü kum gözlemlenmektedir. Kritik kütle kavramından yola çıkarak ilerlettiği projesinde Canlı, sanata evet derken yüzüncü maymun fenomeni ve benzeri araştırmalar doğrultusunda, bilenlerin ve deneyimleyenlerin sayısının belli bir kritik noktaya ulaştığında, sadece bir kişinin daha katılması durumunda toplum bilincinin aşama geçirdiğini savunmaktadır. Tek bir kişinin tüm düşünce biçimini değiştirdiğine inanan bu sistem ışığında, her birimizin sanatı kendi gizli kapaklı dünyamızda yaşadığımızı inanmaktadır. Zaman zaman sanatı kendi odalarımızdan konser, tiyatro sahneleri, sergi salonları gibi alanlara taşıdığımızı, bu sayede sanatın da içlerimizden dışarı çıkıp, nefes aldığını söylemektedir. Bu nefes almalarla, sanatçı ve sanatçı adayları olarak sanatın gücünün hayata devamı ne kadar kolaylaştırdığını deneyimlediğini savunmaktadır. Kendi sınırlarımızı, sanat sayesinde genişlettiğimizi, fakat bizler gibi kendi dahiyane keşfini gerçekleştiren 18 aylık maymunun ilk işinin, öğrendiğini annesine ve çevre maymunlara öğretmek olduğunu söylemektedir. Eğer yeniliklere açık 18 aylık maymun gibi içlerinden birisi bu hoşnutsuzluğa kendince baş kaldırıp, çözüm getirici bir eyleme gider, sonrasında yanındakilere bu deneyimi öğretirse, devamının geleceğine ve her bir farkındalık bütününe etkileyeceğine inanmaktadır. Bütüne her bir eklenişin sanata daha geniş alanlarda nefes aldıracağını tekrarlamaktadır. Artık tek bir kişinin eklenmesiyle ortak eylemlerimizin bütünü başkalaştıracağını gösterdiği projesi, sosyal medya aracılığıyla birçok kişiye ulaşmış, sanat kavramı üzerine tartışmalara yol açmıştır.



Görüntü 3: Sanata Evet Kampanyası projesi, Sinem Arısoy, 2017.

Sinem Arısoy projesinde, Marcel Duchamp'ın 1917 yılında imzaladığı beyaz pisuarın sanat eseri olarak sergilemesiyle sanat kavramının yönünün değişmesi fikriyle yola çıkmış, Duchamp'ın sanat nesnesi olarak kullandığı pisuar görüntüsünün yanına Tamer Levent'in "Sanat sadece sanatı yapanların değil, aynı zamanda onu destekleyecek toplumun da ortak kültürü olmalı!" sözünü yerleştirmiş, böylece sanat kavramının toplum ve kültürle vazgeçilmez ilişkisini vurgulamaya çalışmıştır (Görüntü 3).

"Toplumda sanat kültürü olmazsa, toplum sanatla yaşamayı ve kendi yaratıcılığını hangi meslekte olursa olsun o mesleği sanat olarak gerçekleştirme sürecini anlamazsa bir toplum, bir sanat eserini neden izlemeye veya anlamaya ihtiyaç duysun? O bilinci elde ederse, ona bilinçli olarak aslında hava gibi su gibi ihtiyacı olduğunu bilir. İlkel insanlarda bile milattan önce, sağ beyni sanat, sol beyni analitiktir. Yani biz o insandan bu insana geçirdiğimiz evrim sürecinde, beyin morfolojisi olarak aynı yapıdayız. Neden bugün geliştik, çünkü bilimi

bulduk. Sanat, bilimi buldurdu bize. Bilim önce değildir, sanat önceydi. Sanat bize bilimi buldurdu sonra bilimi aktardık ve en sonunda yaratıcılığı kullanarak gelişme kaydettik. Bu imkânlardan yararlanan teori ve pratiği aynı anda geliştiren insanlar kişisel gelişimi sağladı. Bundan yararlanamayanlar ise bunalımlı, rahatsız oldular çünkü o taraflar onları hep rahatsız etti. Dolayısıyla biz sanat kavramını bu kapsam içerisinde anladığımız zaman topluma kendi sanat kavramının farkına varacağı sanat ürünleri ulaştırmamız gerekir.”³

Yukarıda, “Daha güzel bir dünya için sanata evet diyelim” başlıklı söyleşisinde Levent’in vurgulamak istediği, bilim gibi sanatın da hayatı değiştirdiğidir. Arısoy, tam da bu görüşten hareketle, Duchamp’ın sanat tarihini değiştirdiği gibi, sanat kavramıyla toplumun kültür yapısının değişeceğini, sanatçının ve izleyicinin ortak kültürle beraber yaşamının değişeceğini ve gelişeceğini savunmaktadır. Arısoy, kumaş üzerine baskı şeklinde tasarladığı proje görsellerini sosyal medya aracılığıyla toplumla paylaşmış, iki düşüncenin bir araya gelerek sanat kavramının irdelendiği çalışmasını çok kısa sürede yüzlerce kişiye aktarmıştır.



Görüntü 4: Sanata Evet Kampanyası projesi, Efecan Çelik, 2017.

Görüntü 4’te yer alan Efecan Çelik’in tipografik çalışmaları, stop-motion yöntemiyle internette paylaşılmış, izleyiciye ulaştırılmıştır. Bu projede vurgulanmak istenen, sanatın hayatımızın her noktasında var olduğudur. Sanat “yaratmaktır”, “yansıtmaktır”, “hayal kurmaktır”, “kendini ifade etmektir” gibi ifadeleri peş peşe kullanarak, sanatın vazgeçilmez bir parçamız olduğu ısrarla tekrar edilmektedir. Tasarım alanında “sanat” kelimesini aynı boyutta ve yerde kullanırken, tipografik öğeler ve canlı renklerle sanat kavramı üzerine düşüncelerini tekrarlayan Çelik’in projesi de, yukarıdaki diğer örnekler gibi sosyal medya aracılığıyla birçok sanat ve tasarım öğrencisine ulaşmış, Marmara Üniversitesi 4. Uluslararası Öğrenci Trienali’nde sergilenmiştir.

3 <http://www.gazeteciler.com/haber/tamer-levent-daha-guzel-bir-dunya-icin-sanata-evet-diyelim/254889>



SANATA
EVET!



Görüntü 5: Sanata Evet Kampanyası projesi, karakter tasarımları, Umut Aybek, 2018.

Umut Aybek'in yarattığı tasarım serisinin amacı, sokaktaki insanın yaşamının her anında sanat olgusunun var olduğunu anlatmaktır (Görüntü 5). Anlatmak, hissetmek, konuşmak, gülmek istiyorum cümlelerini farklı karakterlerin ağzından illüstrasyonlarıyla söyletmektedir. Kağan'a göre, dünyanın sanatsal olarak canlandırılıp yansıtılması insanoğlunun bilgi faaliyetinin bir biçimidir ve sürü insanının duysal-somut algısının yakınlık kuramayacağı ilişkileri ve bağlantıları içine almaktadır (1982, s. 227). Sanat aracılığıyla toplumun her bireyi yaşama dair isteklerini, arzularını, kaygılarını, beklentilerini ve bunun gibi tüm duygu düşüncelerini paylaşabilmektedir. Aybek'in sokaklarda, caddelerde, metrolarda baskılarını yerleştirmeyi planladığı bu projesinde kullandığı karakterler ve söylemleri, sosyal medyadan da bir seri halinde paylaşılarak, yüzlerce kişiye ulaşmaktadır.

SONUÇ

Birgün internet gazetesinde kendisiyle yapılan röportajda Levent, teknolojinin hayatı kolaylaştırdığını, aynı zamanda sanallaştırdığını belirtmektedir. Sanata Evet kampanyasıyla tüm insanların birer sanat eseri olduğunu düşündüğünü, insanların birer sanatçı olduklarını düşünerek yapabileceklerine, çözebileceklerine ve becerebileceklerine inanarak problemlere çözüm bulunacağını belirtmektedir.⁴

Teknoloji ve mühendislik, siyaset, eğitim gibi birçok uğraş köklü bir değişimin ortasındadır ve bu değişimi değerlendirip yönlendirecek cesur insanlara ihtiyaç duyulmaktadır; yeni biçimleri ve sembolleri dolaysızca ortaya çıkararak, kendi imgelemlerini sonuna kadar yaşayan sanatçılardır, birçok insan tarafından düşlenen semboller, sanatçılar tarafından grafik biçimde ifade bulmaktadır. Bu semboller anlaşılacaksa, bireylerin onları algılamakla onlarla özdeşleşebilmesi gerekmektedir. Sanat, insanlara kültürlerinin başına gelen uzak bir erken uyarıdır ve önemli olan onların anlamını doğru okuyup okuyamadığımızdır (May, 2013, ss. 49-51). Sanata Evet projeleri yürütülürken, tasarımların sanatın hayatımızda kapladığı yerin önemini ve gerekliliğini vurgulaması esas alınmıştır. Basılı medyada olduğu gibi sosyal medyada da izleyen dikkatini çekecek, sanat kavramını sorgulatacak ve sanatın yaşantımızı değiştirecek önemli bir olgu olduğunu hatırlatacak tasarımlar üretilmeye çalışılmıştır. Sanat kavramını ve toplumla ilişkisini sorgulatmayı hedefleyen grafik tasarımlar, sosyal medya aracılığıyla hızlı bir şekilde toplumun her kesiminden bireye ulaştırılmıştır.

Sosyal medya ağlarında iletişim, tekrarlar üzerinden daha yüzeysel (hafif) bir iletişim içeren durum güncellemeleriyle sanal bir form olarak karakterize edilmiştir. (Haddon, 2015, s.6). Bu çalışmada, sanallaşmanın olumsuz yönlerinin yanında, Sanata Evet kampanyasının bu hızlı ve çok çabuk çoğalabilen bilgi akışından faydalanarak, önceleri olduğundan daha çok bireye ulaştığı gözlemlenmiştir. Dijital çağın getirilerinden biri olan sosyal medya araçlarının toplum için faydalarından birinin sanat ve tasarımla ilgili haberleri, etkinlikleri, kampanyaları, duyuruları vb. toplumun her kesimine kolayca ulaştırabilmesidir. Teknolojinin sunduğu bu olanakla birlikte, “Sanata Evet” kampanyası öğrenci çalışmaları, sadece üniversite bünyesinde, ya da sadece sanat camiasında kalmayıp, daha önce bu kampanya hakkında bilgisi olmayan binlerce bireye ulaşması sağlanmıştır.

KAYNAKÇA

Haddon, L. (2015). Social Media and Youth. The International Encyclopedia of Digital Communication and Society, First Edition. John Wiley & Sons, Inc. DOI: 10.1002/9781118290743.wbiedcs088

Kagan, M. (1982). Güzellik Bilimi Olarak Estetik ve Sanat. Altın Kitaplar Yayınevi.

May, R. (2013). Yaratma Cesareti. İstanbul: Metis Yayıncılık Ltd.

<http://www.azizmsanat.org/2016/10/27/bir-utopya-olarak-sanata-evet-tamer-levent/>, Erişim tarihi: 1 Ekim 2018.

<https://www.birgun.net/haber-detay/sanata-evet-deyin-227827.html>, Erişim tarihi: 30 Eylül 2018.

<http://www.gazeteciler.com/haber/tamer-levent-daha-gzel-bir-dnya-iin-sanata-evetdiyelim/254889>, Erişim tarihi: 1 Ekim 2018.

⁴ <https://www.birgun.net/haber-detay/sanata-evet-deyin-227827.html>

<https://www.dirensanat.com/2016/12/11/sanat-tamer-levent-evet/> Erişim tarihi: 2 Ekim 2018.

Tansuğ, S. (1988). Görsel Sanatın Dili. İstanbul: Remzi Kitabevi.

GÖRÜNTÜ KAYNAKÇASI

Görüntü 1: İltter, Ö. (2017) Sanata Evet Kampanya Ürün Tasarımları.

Görüntü 2: Canlı, K. (2018) Sanata Evet Kampanya Projesi ve Manifestosu.

Görüntü 3: Arısoy, S. (2017) Sanata Evet Kampanya Projesi.

Görüntü 4: Çelik, E. (2017) Sanata Evet Kampanyası Projesi.

Görüntü 5: Aybek, U. (2018) Sanata Evet Kampanyası Projesi, karakter tasarımları.

Tasarımcılar İçin Dijital Portfolyo Kavramı ve Adobe Behance Örneği

Harun Türkmenoğlu // harunturkmenoglu@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü,

ÖZET

Tasarımcıların ortaya koydukları ürünleri tanıtmaya/yayma yöntemleri içerisinde bilinen en yaygın, kabul gören ve açıklayıcı sunum tekniğinin portfolyo olduğu söylenebilir. Portfolyo; tasarım üretimi yapan tasarımcıların çalışmalarının orijinallerinden ya da sunum amaçlı röprodüksiyonlarından oluşan taşınabilir bir koleksiyondur ve portfolyo, ait olduğu kişinin; tasarım açısından birikimini, üslubunu, yetenek ve yeterliliklerini yansıtan görsel bir kimliğidir.

Günümüzde yaşanan hızlı değişim ile çeşitlenen imkanlar doğrultusunda grafik üretim ve üretim süreci üzerine yaşanan değişimler ile “Portfolyo” kavramı da evrilmekte ve her yönü ile bir değişim, gelişim yaşamaktadır. Pek çok alanda dijitalleşen dünyada artık tasarımcıların koleksiyonları, sunumları da bu değişime ayak uydurarak klasik formundan uzaklaşarak, sanal bir dünya üzerinde yer edinmektedir. Bu noktada internet ortamı portfolyo kavramı için de uygun ve yaygın bir zemin haline gelmiştir. Süreç içerisinde bu gelişmenin kaçınılmaz sonucu olarak internet ortamında CARBONMADE, CO-ROFLOT, CARGO, DRIBBLE, BEHANCE gibi pek çok dijital portfolyo sistemi doğmuştur.

Grafik tasarım yazılımları üzerine uzmanlaşmış bir yazılım üreticisi olan Adobe'nin ilk olarak 6 Kasım 2005 tarihinde kullanıcılarının hizmetine sunduğu Behance; Dünya'nın dört bir yanından, tasarımın herhangi bir dalında çalışmalar üreten tasarımcıların, projelerini gerek yapım aşamasında gerekse ta-

mamladıktan sonra ağ üzerinden paylaşarak, sunduğu veya geri dönüş aldığı etkili bir dijital portfolyo sistemidir.

Bu araştırmada tasarımcılar için portfolyo kavramı irdelenmiş, teknolojik gelişmelerin portfolyo anlayışı üzerindeki etkisi ile ortaya çıkan dijital portfolyolar araştırılarak değerlendirilmiştir. Araştırma esnasında nitel araştırma tekniklerinden genel tarama modeli kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak olabildiğince çok veri tabanı taranmış, alanında özgün kaynaklardan yararlanılarak dijital portfolyo kavramının çerçevesi çizilmiş, Adobe Behance çok yönlü olarak değerlendirip incelenmiştir. Sonuçta genel başlıkla portfolyo kavramının, özelinde bir dijital portfolyo sistemi olarak Behance'in kullanıcılarına sunduğu faydalar ortaya konmuş, avantajları ve dezavantajları ile alan için gerekliliği ile tasarımcılar için önemi açıklanmaya çalışılmıştır.

GİRİŞ

Hızlı değişen dünyada yoğunlaşan rekabet şüphesiz ki sadece ürünler/hizmetler üzerinde etkili olmakla kalmamış, kişiler üzerinde de etkisi hissedilir bir hale gelmiştir. Rekabet kavramının sınırlarının kalmadığı günümüzde pazarlama anlayışını da sadece ürün ve hizmet ile sınırlı tutmak imkansızdır. Bu noktada kişisel marka kavramı da ürün veya üretimden geri kalamamış ve gündelik hayatımızdaki en basit olgularda bile karşımıza çıkar hale gelmiştir.

Bireyin öne çıkan özellikleri, güçlü olduğu vasıfları ile çevresindeki diğer insanlar tarafından nasıl algılandığı, hedef kitlesi üzerinde nasıl bir izlenim bıraktığı konusunu özetleyen kişisel marka olma durumu rekabetin birey üzerine indirgendiği günümüzde oldukça önem arz etmektedir.

Rekabet kavramının günümüzde bu denli önem kazanması bireylerin bir konunun uzmanı olmasından daha çok diğer insanları uzmanlığı konusunda bilgilendirme ihtiyacını/zorunluğunu doğurmaktadır.

Bu noktada; tasarımcılar ve sanatçılar için de kim olduğunu, ne yaptığını, nasıl yaptığını, neler yapabileceğini anlatma zorunluğu kaçınılmaz bir sonuçtur. Rekabetin karşılıklı iletişim düzeyinde ikili ilişkilere kadar indirgendiği günümüzde her bir sanatçı veya tasarımcı da hedef kitlesini amacına göre bilgilendirmek, haberdar etmek ve farkındalık oluşturmak zorundadır.

Tasarımcı ya da sanatçıların hedef kitlelerini kendileri hakkında bilgilendirmesi ve farkındalık oluşturabilmesi için en önemli öğelerden birisi portfolyodur denilebilir. En kısa tanımıyla Portfolyo; tasarımcı, sanatçı, ve mimarların yaptıkları işleri tanıtmak amacıyla hazırladıkları, hedefe göre düzenlenmiş belgelerdir (Öz, 2003).

Tasarımcı ve Sanatçılar Açısından Portfolyo Kavramı

Tasarımcı sanatçı veya mimarlar geçmişlerinde yaptıkları üretimleri tanıtmaya/yayma amacıyla çalışmalarının orijinallerinden veya projelerinin sunumu amaçlı ürettikleri kopyasından oluşan bir dosya oluştururlar. Portfolyo olarak adlandırılan bu dosyalar özünde kişinin birikimini, üslubunu, yetenek ve yeterliliklerini yansıtan görsel bir kimliktir.

Daha genel bir tanımla portfolyo; en iyi tasarımlardan oluşan, yetenek ve ilgi alanlarını sergileyen, tasarımcının eğitim ve çalışma hayatı süresince kendini ne kadar geliştirdiğini

gösteren bir koleksiyondur. Grafıksel alandaki başarıların yazı ve illüstrasyon şeklinde sergilendiği, kolay taşınabilen kap veya çanta içinde muhafaza edilebilen, basılı bir kitap olarak veya CD, DVD ve web ortamlarında sanal olarak hayat bulan kişisel bir sergi gibidir. Kişi için amacına hizmet eden etkili bir silahtır. Bu sebeple rakip olacak kişilerin portfolyolarından ilk bakışta ve etkili bir şekilde ayrılması ve inceleyenlerin aklındaki sorulara açıkça cevap verebilmesi gereklidir. Portfolyo, tasarımcının başarılarının ve becerilerinin görsel bir tarihidir ve olası iş veren ve müşterilere karşı tasarımcıyı yüceltecek bir araçtır (Linton and Rost, 2003).

Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere günümüzde herhangi bir alanda sanat eseri ya da tasarım ürünü ortaya koyan bireyler, portfolyolarını hazırlarken, tek amaçlarının karşı tarafı yaptıkları iş konusunda bilgilendirmek olması yetmemektedir. Aynı zamanda kendilerini ve ortaya koydukları çalışmalarını yüceltmek, diğerlerinden ayırmak, ve farkındalık konusunda rekabet etmek zorundadırlar.

Portfolyo, kendinizi en iyi şekilde ifade etmek için bir girişiminizdir. Olası müşteri ve işverenlerin, basılı dokümanlar, slaytlar ve düzenlemelerin sınıflandırılmasıyla; sizin yeteneklerinizi, potansiyelinizi, tarzınızı, çalışma yöntemlerinizi, onların tamamlanmasını istedikleri bir projeye ya da doldurmak istedikleri bir konum için uygun olup olmadığınızı anlamaya, ölçmeye çalışacakları bir sunum ögesidir (Phornirunlit, 1992).

Dolayısıyla diyebiliriz ki tasarımcılar; amaçlarına ulaşmak için, hedef kitlelerini ikna etme zorunluluğuyla karşı karşıya kalmaktadırlar ve bu ikna çalışmaları için en yaygın sunum yöntemleri de kişisel portfolyolardır.

Dijital Dünya'da Portfolyolar

Geleneksel olarak çanta portfolyo, klasör portfolyo, kitap portfolyo gibi türlerle karşımıza çıkan portfolyolar, teknolojik gelişmelerle bir değişim ve çeşitlenme göstererek, slayt portfolyo, dijital portfolyo gibi yeni nesil şekillere de bürünmüştür.

Portfolyolar; geleneksel türleriyle da tasarımcıların çalışmalarını sergileyebilmesi ve yeteneklerini/birliklerini paylaşabilmesi için iyi bir yöntem olsa da internet dünyasında yaşanan gelişmeler ile fiziksel paylaşımların azaldığı da önemli bir gerçektir. Geleneksel anlamdaki basılı portfolyolar ait oldukları kişileri hem portfolyonun üretimi hem de erişim yönünden sınırlamaktadır. Bu sebeple pek çok noktada olduğu gibi portfolyolar konusunda da bilgi paylaşımı şekil değiştirmiş, sanal dünyaya doğru ciddi bir yönelme yaşanmıştır. Artık profesyoneller portfolyolarını elektronik ortamda oluşturmaktadır. Dijital ortamların sunduğu esnek üretim ve dağıtım imkanları ile portfolyolar daha etkili bir formatta hazırlanabilmekte ve interaktif olarak yayılabilmektedir. Böylelikle sanatçı/tasarımcılar animasyon video ses gibi öğelerle kendilerini ya da projelerini daha etkin bir şekilde ifade edebilmekte, ve istedikleri her an sunumlarını revize ederek, ekleme çıkartma yapma gibi imkanlara da sahip olmaktadır.

Kağıda basılı statik bir portfolyonun aksine, elektronik portfolyolar; verinin depolanmasına, istenildiği vakit ulaşılmaya, güncellenmesine ve gerektiğinde çeşitli elektronik ya da fiziksel biçimlerde eleştirilenlere sunulabilmesine olanak tanımaktadır. Elektronik portfolyolar çeşitli formlar alabilir ancak özünde öğrencilerin hem temel kişisel başarılarını hem de daha geniş çaplı akademik başarılarının belgelerini rahatça saklayabilmelerine ve güncelleyebilmelerine imkan veren bir sistemdir. Elektronik portfolyolar kâğıt portfolyolardaki gibi aynı tip bilgileri içerir fakat bilgi elektronik olarak toplanır, depolanır ve yönetilir” (Lambert, 2007).

Yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler sonucu çeşitlenen imkanlar doğrultusunda grafik üretim süreci üzerine yaşanan değişimler ile “Portfolyo” kavramı da evrilmekte ve her yönü ile bir dönüşüm yaşamaktadır. Pek çok alanda dijitalleşen dünyada artık tasarımcıların koleksiyonları, sunumları da bu değişime ayak uydurarak klasik formundan uzaklaşarak, sanal bir dünya üzerinde yer edinmektedir. Bu noktada internet ortamı portfolyo kavramı için de uygun ve yaygın bir zemin haline gelmiştir.

Dijital teknolojilerdeki değişimlerin en belirgin sebebi olan internet’in doğuşu ve yaygınlaşması dijital portfolyolar için de bir değişime neden olmuş ve çevrimiçi portfolyo kavramının doğmasına ve yaygınlaşmasına olanak sağlamıştır.

Çevrimiçi Portfolyo

Çevrimiçi portfolyo (Online Portfolio) kavramı basit bir şekilde, dijital portfolyoların internet sayfalarına taşınmış şekli olarak açıklanabilir. Dijital ortamların ağ üzerinde yaygınlaşmasıyla fiziksel hiç bir aracıya ihtiyaç duyulmadan dünyanın herhangi bir yerine internet sayfaları ile ulaşabilmek mümkün hale gelmiştir. Çevrimiçi sayfalarda yer alan portfolyoların en büyük faydası şüphesiz ki dinamik bir yapıda her an düzenlenebilmesi ve her an herhangi bir yerden ulaşılabilir olmasıdır.

İnternette çevrimiçi yayınlanmakta olan bir portfolyo, tasarımcıya tek bir web adresi üzerinden dünyadaki herkesin çalışmalarına ulaşabileceği yedi gün yirmi dört saat hizmet veren bir sergi açmasına olanak tanımaktadır. Online portfolyonun esnekliği tasarımcının hayal gücü ile sınırlıdır. Tasarımcı online portfolyo sayesinde, her amaca yönelik ayrı ayrı bir portfolyo hazırlamak yerine, isterse hangi ziyaretçinin hangi çalışmaları görebileceğini belirleyerek, çeşitli iş alanlarına yönelik alt kategorilere ayrılan bir portfolyoyu tek bir sitede sergileyebilmektedir (Kaya, 2014).

Çevrimiçi portfolyolar hazırlanma ve yayın şekline göre iki başlık altında toplanabilir:

- Kişisel Çevrimiçi Portfolyo
- Sosyal Çevrimiçi Portfolyo

Kişisel çevrimiçi portfolyo kişisel web sayfası olarak da tanımlanabilir. Ağ üzerinde kişinin tercihi doğrultusunda alacağı bir alan adı üzerinden oluşturacağı sayfa ile amacına yönelik bir portfolyo sayfası tasarlayabilir. Düz bir anlamla aslında bu bir kişisel sayfa tasarımı ile aynı karakteristik özelliklere sahip olacaktır. Sosyal çevrimiçi portfolyo ise daha spesifik olarak bu amaçla hazırlanmış internet siteleri üzerinde oluşturulacak profil sayfaları ile yapılan sunumlar için geçerlidir. Bu tür kullanıcılar için daha etkin olabilmektedir çünkü bu tür sistemler bu amaçla kurgulanmış özel ağlar durumundadır ve pek çok kullanıcıya bir arada olma ve etkileşim imkanı sunmaktadır.

Yaygınlık, pazarlama amaçlı iletişim, çok yönlü etkileşim gibi avantajları sebebiyle kullanıcıların kişisel sitelerden daha çok, sosyal medya mantığına yönelmesi sebebiyle İnternet’in portfolyo sunum amaçlı kullanılmasının yaygınlaşması artmış, süreç içerisinde Carbonmade, Coroflot, Cargo, Dribble, Behance gibi pek çok çevrimiçi portfolyo sistemi doğmuştur. Bu platformların her birinin diğerine göre avantajları- dezavantajları, etkinlikleri ya da uzmanlaştıkları alt branşlar da zamanla şekillenmiştir.

Çevrimiçi Portfolyo Platformu Olarak Adobe Behance

Grafik tasarım yazılımları üzerine uzmanlaşmış bir yazılım üreticisi olan Adobe'nin ilk olarak 6 Kasım 2005 tarihinde kullanıcılarının hizmetine sunduğu Behance; Dünya'nın dört bir yanından, tasarımın herhangi bir dalında çalışmalar üreten tasarımcıların, projelerini gerek yapım aşamasında gerekse tamamladıktan sonra ağ üzerinden paylaşarak, sunduğu ve geri dönüş aldığı etkili bir dijital portfolyo sistemidir.

Behance kısaca; tasarımcıların/sanatçıların hangi alanda çalışıyor olursa olsun, üretimlerini geri bildirim almak üzere istediği hedef kitle ile paylaşabildiği etkili bir paylaşım ağıdır. Son yıllarda Adobe'nin gelişmesine hız verdiği platform sayesinde profesyonel ya da amatör tüm kullanıcılar, oluşturdukları profil üzerinden, çalışmalarını paylaşabilmekte ve geri dönüş almaktadır. Kullanıcılar bu platform sayesinde sadece çalışmalarını paylaşmakla kalmayıp, ilgi alanına göre oluşturduğu liste ile alanında neler olup bittiğinin de farkında olmakta, ve bu doğrultuda dünyanın dört bir yanından yaratıcı üretimleri keşfedebilmekte hatta etkileşime geçebilmektedir.

Behance profile yüklenmiş olan projelerde; beğenilerin, toplam erişiminin (görüntülenme sayısı), yapılmış olan yorumların, ve projeye benzer diğer projelerin istatistiklerinin takip edilmesine de olanak sağladığı için sadece bir paylaşım ortamı olmakla kalmamakta aynı zamanda bir sosyal ağ görevi de üstlenmektedir.

Facebook, Twitter, Instagram, gibi genel kullanıcılara hitap eden diğer çevrimiçi sosyal ağların aksine behance; sanat, tasarım mimari gibi yaratıcı alanlarla ilgilenen daha spesifik kullanıcılara özel olarak tasarlanmıştır bir ağıdır. (Kim, 2017).

2017 yılı sonu itibarıyla 10 milyondan fazla kullanıcıya sahip olan ağ, günümüzde yaratıcı çalışmalarını sergilemek ve keşfetmek için alanında lider çevrimiçi platformdur (<https://www.behance.net/yearin-review/our-community>).

Etkili Bir Behance Profili Nasıl Olmalıdır?

Paylaşılan projenin başlığı ve izleyicinin karşısına çıkacak olan manşet görseli oldukça önemli bir konudur. Milyonlarca projenin arasında bir projenin seçilerek detaylı incelenmesi için, kullandığımız proje başlığına ve ana görsele önem vermekte fayda vardır. Film, haber, kitap, albüm vb. gibi herhangi bir içerikle ilgili ilk olarak karşımıza çıkan o projenin kapağı ve başlığıdır ve araştırmalar da göstermektedir ki kullanıcılar içeriğin detayına erişme kararını bu konular üzerinden almaktadır. Behance'de projemizi paylaşırken de bu konuyu göz önünde bulundurumuzda fayda olacaktır.

Okuyucu ya da izleyici bir projenin detaylarına erişme kararını özet üzerinden almaktadır. Behance projelerine de bu mantıkla yaklaşarak, kullanıcılara projemizin ne ile ilgili olduğu, hangi kitle için ne amaçla hazırlandığı gibi önemli detayları kısaca açıkladığımız bir giriş bilgisi sunumuzda fayda olacaktır. Bu durum projenin takipçisinin projeyi detaylı incelediğinde ne ile karşılaşacağını bilmesi bağlamında önem arz etmektedir.

Projeleri sunarken izleyiciyi o çalışmalar hakkında bilgilendirmek de projenin etkinliğini artıran bir başka noktadır. Tasarımların, brief aşamasından ürün aşamasına kadar kısa ve dikkat çekici bir şekilde açıklanması; proje hakkında detaylara ulaşmak isteyen takipçiler için gerekli bir durum olabilmekte.

Çok uzun olmaması şartıyla süreci ve tasarımın alt metnini öykülendirmekte kullanıcı ile etkileşim açısından bir diğer önemli konudur.

Bu noktada; proje hikayelendirilirken, tasarım öğelerinden bahsedilmesi de profesyonellerin ilgisini çeken ve ortaya çıkmış işi sağlam bir şekilde temellendiren bir konudur. Tasarımdaki tipografik öğeler, illüstrasyon fotoğraf gibi görseller, renk kullanımları, dokular gibi detaylar sunumu zenginleştirmek amacıyla değerlendirilebilir. Projede yer almayan ancak sunuma özel fotoğraf, tipografi, illüstrasyon gibi öğelere yer vermek de sunumu güçlendirecektir. Dolayısıyla aslında Behance'deki başarılı sunumların da başlı başına, projenin üzerine ayrı bir tasarım ürünü olduğunu unutmamak gerekmektedir.

Sunumların standart bir şekilde yapılmasının kullanıcının dikkatinin dağılmasına ya da sunumun etkinliğinin azlığına sebep olduğu kaçınılmaz bir gerçektir. Bu nedenle, proje paylaşılırken daha yaratıcı yöntemler denemekte fayda vardır. Örneğin sunumda animasyon/video gibi öğeler kullanılabilir. “Video öğeleri iyi kullanıldığı durumlarda ortalama sayılabilecek bir sunuma paha biçilemez bir profesyonellik katmaktadır” (Bradbury, 2006). Böylece proje takipçi açısından daha etkileyici bir formatta sunularak, sunumun geri bildiri daha güçlü bir yapı kazanmış olacaktır.

Sunum konusunda son yıllarda yaşanan en önemli gelişmelerden bir tanesi de şüphesiz ki mock-up üretiminin/kullanımının yaygınlaşmasıdır denilebilir. ‘Mock-up’lar sayesinde tasarımların ürünlerinin üretim sonucunu daha tasarlanma sürecindeyken görmek mümkün olabilmektedir. Ayrıca bu durum, ortaya çıkan ürünün en iyi şekilde sunulabilmesine de olanak sağlamaktadır. Behance'deki sunumlarda da mock-up'lara yer vermek sunumu geliştirmekte, daha anlaşılır ve etkileyici hale getirmektedir. Ancak doğru ve tüketilmemiş ‘mock-up’ seçmekte yarar vardır. Kaldı ki günümüzde tasarımcılar artık projeye özel mock-up'lar bile üretebilmekte, ve tasarımcı kendi diline uygun sunum giydirmelerine yer verebilmektedir.

Çevrimiçi Portfolyo Olmanın Ötesinde Behance'nin Sunduğu İmkanlar

Adobe Behance daha önceden üretmiş olduğumuz tasarımlarımızı arşivleyerek sunabileceğimiz bir çevrimiçi portfolyo platformu olmanın ötesinde aynı zamanda sunum şeklimizi de tasarlayabileceğimiz bir uygulamadır. Projemizi yüklerken yayınlamadan hemen önce projemizin hedef kitlemiz tarafından nasıl görüneceği üzerine bazı pratik çözümler üretiyor olması Behance'nin diğer platformlara göre güçlü yönlerinden birisi olarak kabul edilmektedir. Proje oluşturun sekmesiyle aktif olan proje editörüyle eklemek istediğimiz projemizin; sunum metinleri, sunum tipografik tasarımları, sunum renkleri, boşlukları, ızgara sistemi, stilleri gibi pek çok grafiksel tasarımı kod temelli olarak hızlı bir şekilde çözümlenebilmektedir.

Adobe tarafından üretilmiş olan tasarım yazılımlarında yapılan çalışmaların doğrudan Behance'de paylaşılıyor olması da platformu kullanışlı yapan bir diğer özellik olarak karşımıza çıkmakta. Photoshop, Illustrator gibi tasarım yazılımlarının dosya menüsünde doğrudan “Share on Behance” seçeneğinin olması kullanıcıların işini kolaylaştıran bir seçenek. Bu özellikle projeler tasarlandığı uygulamadan doğrudan paylaşılabilen. Aynı zamanda Behance'de bulunan “work in progress” özelliği ile tasarımcılar sosyal ağlarındaki kişilerle ya da alanla ilgisi olan diğer tasarımcılarla devam eden işleri ile ilgili paylaşımlarda bulunabilmekte. Henüz tamamlanmamış olan tasarımlar bu özellik sayesinde diğer tasarımcılar ile paylaşılarak; fikirleri, düşünceleri alınabilmekte, aynı zamanda konunun gündeminin takip edilmesine de olanak sağlamaktadır.

Mobil uygulaması da bulunan platforma erişim sadece masaüstü bilgisayarlardan olmamakta aynı zamanda kullanıcılar akıllı telefon, tablet gibi cihazlardan da erişebilmektedir. Bu sayede ağda neler olup bittiği sıcak bir şekilde takip edilebilirken aynı zamanda profile ilgili mesaj, yorum, beğeni, yeni çalışma gibi pek çok bildirim de eşzamanlı olarak kullanıcıya iletilmektedir.

Behance “Adobe Live” özelliği ile ağdaki kullanıcılarına eğitim de sunmaktadır. Canlı sekmesinden ulaşılan program ile dünyanın her bir köşesinden belirlenen tasarımcıların eğitim videoları canlı ya da kayıttan izlenebilmektedir. Bu durum hem kullanıcılarının kendisini geliştirmesine yardımcı olmakta hem de aktif olarak alanla ilgili pek çok kişiyle bağlantı kurabilmektedir.

Aynı zamanda platform belirli aralıklarla düzenlediği ortak çalışmalarla da ön plana çıkmaktadır. Düzenlediği ortak çalışmalar ile kullanıcılarına eşzamanlı olarak aynı brief ile çalışma üretimi imkanı sunmakta ve bu sayede fark edilmesine, çevre edinmesine olanak sağlamaktadır.

İşler (Jobs) özelliği ile kullanıcılarına iş imkanı da sunan platform tasarımcıların serbest zamanlı olarak iş bulmasına, iş pazarlamasına yardımcı olmaktadır. İşler sekmesinden ulaşılan özellik ile kullanıcılar alanlarına göre iş üretebilmekte, düzenli veya yarı zamanlı olarak ilanlara başvurabilmektedir.

SONUÇ

Mesleki üretimler anlamında imkanların çoğalması ve sınırların ortadan kalkması şüphesiz ki tasarımcılar için de rekabet kavramını aşılması gereken bir problem haline getirmiştir. Artık tasarımcıların, tasarım konusunda uzman olmasıyla birlikte alanını uzmanlığı konusunda bilgilendirmek, kendisini ve tasarımını yaymak, ön plana çıkartmak/pazarlamak gibi zorunlulukları doğmuştur.

Bu noktada portfolyo tasarımcılar için olmazsa olmaz bir olgu iken, değişen şartlar sebebiyle tasarımcıların yeni nesil portfolyo anlayışlarına yönelmesi de oldukça önem arz etmektedir.

Bugün geldiğimiz noktada çevrimiçi portfolyolar; sınırları ortadan kaldırması, hazırlanması ve sunulması konusunda sunduğu sonsuz imkanlar, dinamik yapıyla sürekli güncellenebilir ve geliştirilebilir olması, interaktif etkileşimlere olanak sağlaması, erişilebilirliğinin kolay olması, geri bildirim noktasında güçlü olması, istatistiksel veri sunabilmesi gibi pek çok avantajları bünyesinde barındırması sebebiyle tasarımcılar için vazgeçilemez bir iletişim yöntemidir.

Behance, yaygınlığı, yoğun kullanılan tasarım yazılımları ile olan bağlantısı ve gelişime açık yapısı ile en etkili çevrimiçi portfolyo platformlarından birisidir. Tasarımcıların hedef kitlelerini kendileri hakkında bilgilendirmesi ve tasarımları üzerine farkındalık oluşturabilmesi için kullanabileceği önemli bir uygulamadır.

Dünya üzerinde herhangi bir noktada, alanda veya ilişkili benzer alanlarda üretim yapan diğer tasarımcılarla etkileşim içerisinde olmak için uygun bir platform hazırlayan “Behance” günümüz tasarımcısının etkili bir varlık gösterebilmesi için doğru bir araçtır denilebilir.

KAYNAKÇA

Bradbury, A., (2006). Başarılı Sunum Teknikleri, Kaizen, İstanbul.

<https://www.behance.net/yearinreview/our-community>

Kaya, K., (2014). Sanal Portfolyo Uygulamalarının İncelenmesi ve Bir Uygulama Örneği Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi.

Kim, N. W., (2017). Creative Community Demystified: A Statistical Overview of Behance, CoRR, abs/1703.00800.

Lambert, R. S., ve Corrin, E. L., (2007). Moving Towards A University Wide Implementation of an Eportfolio Tool, Australasian Journal of Educational Technology, 23-1, 1-16.

Linton, H. ve Rost, S., (2003). Portfolio Design, W.W. Norton & Company, New York - London.

Öz, H., (2003). Kişisel Sunum Açısından Dijital Portfolyo Denemeleri, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi.

Phornirunlit, S., (1992). The right portfolio for the right job. Supon Design Group, New York ABD.

Dijital Çağda Tasarım ve Kimlik

Öğr. Gör. Sevgi YILMAZ // sevgiyilmaz@aydin.edu.tr
İstanbul Aydın Üniversitesi, ABMYO, Grafik Tasarımı Programı

Öğr. Gör. Tuba YILMAZ // tubayilmaz@aydin.edu.tr
İstanbul Aydın Üniversitesi, ABMYO, Kuyumculuk ve Takı Tasarımı Programı

ÖZET

Küreselleşmeyle birlikte, enformasyon teknolojilerinin hızlıca değişmekte ve gelişmekte olduğu bugünün dünyası, hayatın her alanına yayılan, değişen, dönüştüren yeni kültür modelleri yaratmaktadır. Dijital çağ, tüketim kültürüne ve endüstrisine sunduğu sınırsız, inovatif önerilerle birlikte; bireyi, kültürü, toplumsal yapıyı dönüştürmektedir.

Özgürlük, çeşitlilik, farklılık gibi çekici vaatler tasarlayan ve sunan tüketim dünyası, yeni bir yaşam alanı sunarak, bireyi, bireyin benliğini, kitleleri etkisi altına almaktadır. Tüketim dünyasının temel taşlarından pazarlama endüstrisinde varlık bulan markalar, tüketim nesnelere hedef kitlenin yalnızca gerçek/sahte ihtiyaçlarını belirlemekle kalmayıp, bununla birlikte kimliğinin de belirleyici göstergelerine dönüşmektedir. İmajlardan, görüntüden, tasarımdan beslenen tüketim kültüründe; birey benliği de, tasarıma, görüntüye dönüşmektedir. Kıyafetler, mekânlar, evler, teknolojik aygıtlar; hemen hemen her şey, her nesne; sunulan imajın, görüntünün bir parçasını oluşturmaktadır. Metropoller, reklam panoları, kitle iletişim alanları, imajın, görüntünün dolaşım alanlarını oluşturmaktadır. Modadan ürün tasarımına; takıdan grafik tasarıma kadar yaratıcılıktan ve estetikten kaynak bulan her türlü alan da; dijital çağın sunduğu olanaklarla, yeni bir perspektif kazanmakta ve birey kimliği üzerinde oldukça etkin, belirleyici hale gelmektedir.

Bu çalışmada, tasarım ürünlerinin, birey kimliği üzerindeki izdüşümleri üzerine odaklanılmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin etkisiyle, tasarımın multidisipliner yapısını ve psikolojik, sosyolojik, kültürel yansımalarını irdelemek amaçlanmaktadır.

Araştırma, konuya dair kitap, makale ve internet kaynaklarının ışığında elde edilen bilgilerin kuramsal analizi temelli şekillenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tasarım, Kimlik, Tüketim Kültürü

GİRİŞ

Efes’li filozof Herakleitos, “Değişmeyen tek şey değişimdir.” sözüyle değişim olgusunun özünü ifade ettiği dönemden, günümüz dijital çağına dek, yaşamın her alanında süregelen değişim süreci baş döndürücü bir hızla devam etmektedir. Dijital çağ toplumunu oluşturan bireyler ise, dünyada olup biten tüm değişimleri enformasyon teknolojileri aracılığıyla takip etmektedirler. Kitle iletişim araçları, tüm mecralarıyla bireyleri adeta mesaj bombardımanına tutarak, yoğun iletileriyle toplumları etkisi altına almakta ve düşünsel anlamda her şeyin hızla tüketilmesine neden olmaktadır.

Gelişen teknolojileri tasarım ve sanat alanlarına da nüfuz ederek, adeta bu iki kavramın temel çıkış noktalarına kadar yerleşmiş, tasarım ögesi olarak kabul edilen her ürün, dijital teknolojilerle insan unsurunu ikinci planda tutarak dizayn edilebilir duruma gelmiştir. Walter Benjamin’in ‘Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilen Çağda Sanat Yapıtı’ makalesinde işaret ettiği gibi, sanatsal açıdan değerlendirilebilecek eserler de, teknolojinin sunduğu olanaklarla yeniden ve yeniden üretilmektedir. (Benjamin, 2009, sf. 50)

Bu bağlamda, tasarım temelli gelişimi, değişimi yapılan ve üretilen her nesnenin tüketiciye albeniyle sunulması, tanıtılması ve satın alma eyleminin gerçekleştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmış, hedef kitlelere reklam, tanıtım ve haber gibi kaynaklarla iletilen mesajlar bu aşamada devreye alınmıştır. Bireylere gönderilen mesajlar, onları tüketime yönlendirerek, bu kültürü oluşturma amacını gütmektedir. Kullanıcılara yerleştirilen tüketim özlü kültür, günümüzde artık kimliklerin de tasarlanması düzeyine gelmiştir.

Bu çalışmada, teknolojik gelişim ve değişimlerin tasarım alanlarına yansımaları, pek çok bileşeni içermesi nedeniyle multidisipliner bir bakış açısıyla irdelenmiştir. Nitel araştırma deseni kapsamında tarama yöntemi kullanılarak elde edilen veriler kuramsal olarak incelenmiş, yorumlayıcı analiz yapılarak genel bir yargıya varılmıştır.

DİJİTAL ÇAĞA GENEL BAKIŞ

Küreselleşmeyle birlikte, McLuhan’ın kavramlaştırdığı ve işaret ettiği bugünün ‘Global Köy’e (McLuhan, 2015) dönüşen dünyasında; zaman, mekan, sınır gibi pek çok tanımlamanın aurası değişip dönüşmektedir. Küreselleşme, bireylerin, toplumların yalnızca ekonomik, siyasi, ekolojik yapısını etkilemekle kalmayıp; aynı zamanda, teknolojik ve kültürel yapıyı da, şaşırtıcı, ilgi çekici bir noktaya taşımaktadır. Antony Giddens, küreselleşmeyi orada bulunma ve bulunmama arasındaki kesişmenin (o an

orada bulunanlar ile orada bulunmayanlar arasındaki dolaylı etkileşimlerle), “uzak” toplumsal olaylar ve ilişkilerin yerel bağlarla iç içe geçmesiyle ilintisi olarak tanımlanmaktadır. (Giddens, 2010, sf. 37)

Uzak-yakın kavramlarını ters yüz eden, etkileşimin başat olduğu yeni dünya düzeninin, yaşamın her noktasına etki etmesi kadar; teknoloji ve kültür açısından yansımaları da dikkate değer göstergelere dönüşmektedir. İnternet teknolojilerinin yaygınlaşmasının büyük etkisiyle, yeni bilgi ve iletişim teknolojileri, büyük bir hızla gelişimini sürdürmektedir. Yarattığı aurayla, bireyleri, kitleleri etkisi altına alan dijital çağ; kültürün, eski bildik formlarını terk ettiren, hayatın demirbaşı haline gelen, dış dünyayla hızlı bir biçimde bağ kurduran teknolojik aygıtların dünyasıdır. (Kellner, 2010, sf. 41) Oldukça gösterişli bir biçimde, hayata nüfus eden, kuşatan, radikal dönüşümlere neden olan yeni ekran kültürü, yeni bir taklit gerçeklik -simülasyon- yaratmaktadır. Dolayısıyla, gündelik gerçeklikler ve deneyimler, sanal yaşantıların ve siber-kültürün sundukları karşısında etkili görünmemektedir. Geleceğin teknolojilerine duyulan inanç, yeni tekno-hayalperestlikler, yeni tekno-kültürün sunduğu kaçış potansiyelini kucaklamaya davet etmektedir. İmaj teknolojilerinin bu biçimde idealleştirilmesi, yeni bir ütopyacılığın temellerini atmaktadır. (Robins, 1999, sf. 22)

Geçmişin ütopyası, bugünün ise tekno-kültür hakimiyetindeki dünyasının günden güne değişen olanaklarından birisi kabul edilen yapay zeka teknolojileri; kullanım alanlarının çeşitliliğiyle, bilime sunduğu yenilikler kadar, sanata ve tasarıma yansımalarıyla da hayli etkin ve şaşırtıcı noktalara ulaşmaktadır. Bu teknolojiler, kitle iletişim araçlarının hızlı ve etkin aracılığıyla da zihinlere yerleştirilmektedir.

Misal, bugünlerde, bir yapay zekâ programı tarafından yapılan ve algoritması 14- 20. yüzyıllar arasında yapılan 15 bin portreyi içeren veri tabanına sahip, “Edmond Belamy’nin Portresi” adlı çalışma, Obvious (Aşıkâr) adlı sanat kolektifi tarafından üretilmiştir. Portre, New York’taki bir müzayedede, açık artırma ile 432 bin dolara (2,4 milyon TL) satılmıştır. (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-45987201>)



Görsel 1: Edmond Belamy’nin Portresi

Dijital çağ, üretim endüstrisine sunduğu olanaklar kadar, tüketim endüstrisini de atmosferine çekmektedir. Tüketim endüstrisi, özgürlük, hız, yenilik, farklılaşma vaatleriyle, hedef kitlesini etkisi altına almaktadır. Bu noktada tüketim ağının yaygınlaşmasında, reklamın, alışveriş merkezlerinin, modaların, kredi kartlarının, kitle kültürünün, teknolojilerin kolaylaştırıcılığı yadsınamaz. Tüketim endüstrisinin gezindiği bir diğer alan ise metropollerdir. Yaşadığımız yeni çağda tüketim, bireylerin değer ihtiyacında karşılık bulmakta ve kimliklere etki etmektedir. Dünyanın bir ucundan diğer bir ucuna, farklı kültürel dokulardaki toplumlar, aynı ya da benzer tüketim alışkanlıklarında kesişebilmektedir ve beraberinde benzer kimliklere dönüşebilmektedir.

Bu bağlamda, küresel ağlar, dijital çağın üretim ve tüketim akışının sürdürülebilirliği, yaygınlaşması ve denetim altına alınması açısından kilit noktada yer almaktadır. Kevin Robins, “İmaj, Görmenin Kültür ve Politikası” adlı kitabında, küresel ağ toplumuna eleştirel bir perspektifle, toplumsal yaşamın unsurlarının gittikçe daha da yaygınlaşıp, rasyonalite ve denetime boyun eğme güdüsünü ifade ettiğini belirtmektedir. (Robins, 1999, sf. 13) Christopher Lasch ise, yaşadığımız yeni çağda, kendilik bilincinin saygınlığını yitirmiş olduğunu ve sunulan özgürleşme görüntüsünün bir çeşit köleleşme biçimine dönüşmesine vurgu yapmaktadır.” (Lasch, 1997, sf. 163)

DİJİTAL ÇAĞIN TASARIM HARİKASI MARKALARINDAN TÜKETİME

Küresel pazarda oldukça etkin bir alana sahip olan; estetik, kullanışlılık ve işlevsellik gibi özelliklere sahip ürün tasarımlarıyla tüketicisini cezbeden, çok uluslu şirketlerden teknoloji markası Apple, içinde bulunduğumuz yeni çağın yıldızlarından. ‘Farklı Düşün!’ mottosuyla yola çıkan marka, kurulduğu günden bugüne dek, çağın teknolojik olanaklarını kullanarak, yenilikçi, sıra dışı tasarımlarıyla hitap ettiği kitlede etkin bir marka algısı yaratarak varlığını sürdürmektedir.



<https://www.apple.com/ca/shop/browse/home/specialdeals>

Görsel 2: Apple Ürünleri

Şüphesiz, özellikle yalın ve estetik tasarımıyla dikkat çeken markanın, tüketici hedef kitle tarafından gördüğü yoğun ilgi, yalnızca rasyonel olarak sahip olduğu ürün özelliklerinden çok daha fazlasıdır. Duygular, tüketim alışkanlıklarında sınırsız bir kaynak olup davranışları tetiklemektedir. Markanın başarısı, fonksiyonel özelliklerinin yanı sıra tüketicisiyle kurduğu duygusal bağda gizlidir.

Apple markasının danışmanı, tasarım eleştirmeni, bilim insanı Donald Norman, etkili bir tasarım ürününün sahip olması gereken duygusal koşulların görünüş (visceral), davranışsal (behavioral), deneysel (reflective) olduğuna işaret etmektedir. Norman, “Albenili şeyler daha işlevseldir.” argümanı ile, kullanıcıların ürünlerle kurmuş olduğu iletişimde, sevgi-nefret kavramlarına vurgu yapmaktadır. Estetik ürünlerin, işlevsellik özelliğine sahip olmasa bile ya da estetik yönü daha ön planda olsa, kullanıcıların bu ürünleri işlevsel olarak algılayabileceğine değinmektedir.

(https://www.ted.com/talks/don_norman_on_design_and_emotion/transcript?language=tr)

'Evinizin her şeyi' mottosuyla, küresel pazarda etkili ikon markalardan İKEA, yalın, işlevsel, ekonomik, estetik mobilya ve ev aksesuar ürün tasarımlarıyla, tüketimi eğlenceli bir deneyime dönüştürmektedir. Marka ürünlerinin montajında tüketicilerin de kurulum sürecine dahil olması, marka tüketici arasında etkileşimli bir iletişimin kapılarını açmaktadır.



Görsel 3: İKEA Mağazaları

<https://ikeamuseum.com/en/museum-shop/>

Görsel 4: İKEA Ürünleri

<franchisor.ikea.com/product-for-a-better-everyday-life/>

Marka, dünyanın hemen yerinden, İKEA tasarımcılarının tasarlamış olduğu, geniş ürün yelpazesıyla, fonksiyonel, kullanımı kolay ve düşük maliyetli hammadde ve üretim süreçlerini içeren, yaratıcı çözümlenmiş ürünleriyle dikkat çekmektedir. Pek çok İKEA ürünü, düz paketlerde taşınacak şekilde, tüketicisi tarafından monte edilecek şekilde tasarlanarak, fiyat maliyetini de düşürmekte ve mümkün olduğunca çok kişi tarafından ürünlerin satın alınmasını sağlayan bir strateji belirlemektedir. (<http://franchisor.ikea.com/product-for-a-better-everyday-life/>)

Bauman, kullanıcı dostu görünen bu ürünlerin, kullanıcılar tarafından içselleştirilmesine vurgu yapıp; tüketicilerin coşkulu bağlılığı ve alkışları olmadan ürünlerin tamamlanamayacağına işaret etmektedir. (Bauman&Lyon, 2013, sf. 30)

Rekabetin, hızın ve sonsuz seçeneğin bulunduğu pazarlama dünyasında, mit haline dönüşen markaların tüketicisiyle kurmuş olduğu aktif iletişim göze çarpmaktadır. Pazarlama iletişiminin sunduğu, her biri birbirinden estetik görünen ürünler, cazip, kent meydanlarının her yerini kuşatan, ışıltılı vitrinlerde sunulan, çok başarılı ve yaratıcı reklamcılık uygulamalarının, kredi kartlarının kolaylaştırıcılığıyla hedef kitlesine ulaşmaktadır. Dolayısıyla, tüketici, tüketim ağının merkezinde yer almaktadır. İkon haline gelen markalar, tüketicisine ürünlerle özgürlük, farklılık vaadinde bulunmaktadır ki bu noktada, ihtiyaç nesnesi görünen bu ürünlerin, nesne ya da ihtiyaçtan daha fazlasını ifade ettiği mümkün görünmektedir. Baudrillard, kullanmakta olduğumuz nesnelere iki ayrı işlevine vurgu yapmaktadır. İlki, işlevsel, somut, rasyonel olanı temsil etmektedir. Diğer fonksiyonu ise, soyut, kişinin ya da tüketicinin malı olan, sahip olduğu, zihinsel bir biçimde oluşturmaya çalıştığı dünyadır. (Baudrillard, 2011, sf. 107)

Şüphesiz, tüketim olgusu içinde bulunduğumuz yüzyıldan çok daha önceleri, bireylerin, toplumların yaşamlarında var olmuş bir kavramdır ve her çağ, bir biçimde kendi tüketim formunu yaratmıştır. Bu bağlamda, bugünün ölçüğünde, dikkate değer noktada bulunan durum, markaların hedef kitleleriyle kurmuş olduğu etkileşimli, duygusal bağ, tüketicinin yalnızca tüketici olarak tanımlanamayacağı gerçeğidir.

MARKA TASARIMINDAN KİMLİK TASARIMINA

Markalar, pazarlama stratejilerini oluştururken, markalaşma süreçlerinde, markayı temsil eden, marka imajı ve kimliği belirlemektedirler. Kimi marka tüketicisine, güçlü, kimi farklı, kimiye genç imajıyla ulaşmaktadır ve hedef kitle üzerinde anlamlar dizisi oluşturmaktadır. Robins, imaj kavramını insan zihninde canlanan imge, görüntü, kavramsal izlenimler olarak tanımlamaktadır ve yazar, insanların bir birey ya da nesnenin görüntüsel/resimsel benzerini oluşturduğu; zihinsel, sözel, olgusal, grafiksel olgular olarak yorumladıklarına işaret etmektedir. (Robins, 1999, sf.21)

Günümüzde, nesnelere atfedilen göstergesel anlamlar dizgesi, bireylerin kimliklerinin de belirleyicileri haline dönüşmektedir. 'Farklılık' vaadiyle hareket eden marka, 'farklı' olmak isteğinde bulunan bireyin kimliğinde yer teşkil etmektedir ya da 'genç', 'güzel' hissetmek ve algılanmak isteyen birey, bu duyguyu ve imajı hissettirebilecek markaya yönelebilmektedir. İçinde yaşadığımız, imajlardan beslenen tüketim çağında, nesnelere yüklenen anlamlar, toplumsal statülerin de belirleyicilerinden olabilmektedir. Yaşadığı hayatı anlamlı kılabilmek, her bireyin temel ihtiyaçlarındandır. Bu noktada, az bulunur ve maddesel karşılığı yüksek, dikkat çekici, ışıltılı bir nesneye sahip olmak, bireyin anlam dünyasına hitap etmekte, sınıfsal göstergelere dönüşebilmekte ve toplumsal yaşamın da şekillendiricilerinden olabilmektedir.

Çok fazla görsel uyarının, elektronik cihazların aktif rol aldığı dijital çağda, geleneksel yaşam alışkanlıkları da değişip dönüşmektedir. Kitle iletişim araçlarının da yadsınamaz katkısıyla, her geçen gün yeni iletişim modelleri ve sosyal ağlar oluşmaktadır ve gündelik hayatın belirleyicilerindedir. Bireyler de, bu yeni kamusal alanlarda izlenen ve izleyici olarak yer almaktadır. Markaların, kişiye özel tasarım ürünleriyle hizmet verdiği bu çağda, birey farklılaşma arzusuyla sahip olduğu nesnenin sunduklarıyla diğerlerinden ayrışma isteğinde olmaktadır. Böylelikle, kimliğinin bir parçası haline dönüşen nesneyle, çoğu zaman izleyici ya da izlenen olarak yer aldığı toplulukta yer bulmaktadır.

Tüketim ağının merkezinde genellikle, gençler ve kadınlar yer almaktadır. Bireysel kimliklerin şekillendiği genç yetişkinlik dönemlerinde, bulunduğu çevrede kabul görme, aidiyet hissetme gibi değerler sistemi önem arz etmektedir. Dolayısıyla, kimlik arayışındaki genç bir yetişkinin, örneğin alım gücü düşük olsa bile, maddi değeri çok yüksek, oldukça estetik, kullanışlı bir akıllı telefona ya da elektronik cihaza sahip olma arzusu yalnızca somut ihtiyaçlardan kaynaklanan bir durum olarak açıklanamaz.

Son yıllarda, yoğun bir biçimde artan medikal estetik uygulamaları, özellikle kadınlar tarafından çok fazla tercih edilen bir duruma dönüşmektedir. Tüketim toplumu, kitle iletişim araçlarının göndermiş olduğu reklam iletileriyle gençlik, güzellik, zayıflık kavramlarına vurgu yapmaktadır.

Bu bağlamda, oldukça estetik çözümlenmiş ürün tasarımlarıyla markalar, yalnızca rasyonel fayda temelli olarak hayatımızın bir parçası haline gelmemektedir. Tasarım ürünleri, kimliklerimizin tasarımının da aktif rol oynamaktadır.

SONUÇ

Gelişen teknolojilerle birlikte mesafeler ortadan kalkmış, dijital çağ olarak isimlendirilen içinde bulunduğumuz dönem, bireyleri ve kitleleri etkisi altına almıştır.

Herakleitos'un "Değişmeyen tek şey değişimdir.", düşüncesini ortaya attığı dönemden yakın zama-

na dek, tüm yaşam alanlarında doğal bir işleyişle gerçekleşen değişim rüzgârı, günümüz dünyasında takip edilmesi neredeyse imkânsız bir şekilde esmektedir. Teknolojilerin süratle gelişerek kendisini güncellemesiyle birlikte bireyler yeni oluşturulan bir tekno-kültür olgusunu benimsemek durumunda kalmışlardır.

Üretim endüstrilerindeki teknolojik değişimler, bir yandan da bir tüketim endüstrisi yaratılmasını zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda, kitlelere özellikle kitle iletişim araçları dolaylı mesajlarla üretilen nesnelere tanıtım yapılmakta, günlük yaşamın her alanında bireyler bu iletilere maruz kalmaktadır. Alışveriş merkezleri gibi renkli ve cazibeli tüketim mekânları, ödemelerde kolaylık sağlayan kredi kartları ve tüm bunların da reklam iletisi olarak bireyleri kuşatması, tüketim kültürünün oluşmasını sağlamaktadır.

Dijital çağda hemen her sektörde oluşturulan markalar, enformasyon ağlarıyla hedef kitlelerine yaşam alanlarının her yerinde ve olası tüm zamanlarda reklam, tanıtım gibi yöntemlerle ulaşmaktadırlar. Tanıtım amaçlı gönderilen mesajlar ise, kitleleri o ürüne ihtiyacı olduğu içeriğiyle tüketime yönlendirmektedirler.

Tüm bu koşullarda dijital çağ toplumları, karar verme özgürlüklerini doyasıya yaşadıkları algısıyla hızla tüketmekte, hatta tasarım ve marka ürünleri içselleştirmektedirler. Genel olarak oluşturulan duygusal marka bağı ise bireyleri yabancılaştırmakta ve hiçleştirmektedir.

“Bugünün insanı kendi hayatının öznesi değil nesnesidir.” argümanıyla Adorno, kültürün endüstrileşmesinden ve nesnenin değişim değerinin kullanım değeri üzerinde artan bir egemenlikle toplumlara dayatılmasından söz etmektedir. (Adorno: Kitle, Melankoli, Felsefe, 2003, sf.201)

Sonuç olarak, teknolojilerin tüm yaşamımızı kolaylaştırarak aynı zamanda estetik formlarla hayatımızın her alanında yer etmesi, yaşamı daha konforlu ve basit bir hale getirmektedir. Bu araştırma, tüm bu renkli, cazip ve eğlenceli dünyanın, küreselleşme olgusuyla birlikte bireyleri nasıl etkilediği yönünde, madalyonun diğer yüzünü de görmeye çalışmak için hazırlanmıştır.

KAYNAKÇA

Benjamin, Walter (2009). Pasajlar, Çev.: Ahmet Cemal. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 7. Baskı

Baudrillard, Jean (2011). Nesnelere Sistemi, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 2. Baskı.

Bauman, Zygmunt& Lyon, David (2013). Akışkan Gözetim, Çev.: Elçin Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Cogito, (2003) Adorno: Kitle, Melankoli, Felsefe, Yapı Kredi Yayınları, Sayı:36

Giddens, Antony (2010). Modernite ve Bireysel Kimlik, Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum, Çev.: Ümit Tatlıcan. İstanbul: Say Yayınları.

Kellner, Douglas (2010). Medya Gösterisi. İstanbul: Açılım Kitap.

Lasch, Christopher (1997). Narsisizm Kültürü, Çev.: Suzan Öztürk, Ümit Hüseyin Yolsal. Ankara: Bilim ve Sanat.

Powers, R. Bruce & McLuhan Marshall (2015). Global Köy, Çev.: Bahar Öcal Düzgören. İstanbul: Scala Yayıncılık

Robins, Kevin (1999). İmaj, Görmenin Kültür ve Politikası, Çev.: Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

İnternet Kaynakları

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-45987201>

<https://www.apple.com/ca/shop/browse/home/specialdeals>

(https://www.ted.com/talks/don_norman_on_design_and_emotion/transcript?language=tr)

<https://ikeamuseum.com/en/museum-shop/>

<https://franchisor.ikea.com/product-for-a-better-everyday-life/>

Görsel Listesi

Görsel 1: Edmond Belamy'nin Portresi

Görsel 2: Apple Ürünleri

Görsel 3: IKEA Mağazaları

Görsel 4: IKEA Ürünleri

Teknoloji Ve İdeoloji Problemi Olarak Mekânın İnşası: Mekânın Duygusundan, Duygunun Mekânına

Dr. Öğretim Üyesi Şaha ASLAN // shizgi@gmail.com

*TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi
İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü*

Tarihsel süreç göz önünde bulundurulduğunda tasarım bilgisinin üretiminin, yapma ve düşünce eylemlerinin birlikteliği ile sağlandığı görülür. Bir araç olarak yapmanın bilgisi, teknolojiyi tanımlarken; bir ortam olarak yapmanın düşüncesi, ideolojiyi tanımlar. Özellikle sanat ve tasarım eğitiminde izlenen politikalar, bu iki eylem ortaklığında geliştirilebilir. Geçmişten bugüne “başarılı” ya da bugüne “iz bırakmış” olan Bauhaus, Black Mountain College, Vkhutemas, Köy Enstitüleri gibi yaklaşımların hepsinin özünde, bu iki eylemin arasındaki dengenin varlığı görülür. Bu durum genellikle, bakış açılarının ya da üretim yöntemlerinin değiştiği tarihsel kırılma noktalarında gözlemlenmektedir.

Düşünüldüğünde ve dikkatlice analiz edildiğinde, bu denge durumunun bir tercih değil, son derece faydacı bir refleks olduğu gözlemlenebilir. Aklın, içinde bulunduğu koşulları yeniden sorguya alması için bir gerekçe ihtiyacı vardır: Bu gerekçe, Rönesans’ta olduğu gibi kimi zaman bakış açısının, Endüstri Devrimi’nde olduğu gibi kimi zaman üretim yönteminin değişmesini kendisine nirengi alır. Bu yeni sorgu alanı, ya değişen teknolojinin arkasından gelen yeni düşünsel açılımları, ya da yeni düşünce alanlarından beslenen teknolojik gelişmeleri besler.

Günümüz panoramasında, sanat ve tasarım ortamlarında dijital yaklaşımların, Amerikalı bilgisayar bilimci Ivan Sutherland'ın, 1970 yılında 'Alice Harikalar Diyarına Açılan Pencere' olarak tanımladığı, dinamik bilgisayar pencereleriyle yarattığı deneyim üzerine inşa edildiğinin söylemek yanlış olmayacaktır. Teknoloji, 1980'li yıllarda bir çizim destek aracı olarak kullanılmaya başlayan, 1990'lı yıllarda popülaritesi yayılan ve 2000'lerin başında artık sadece teknik bir beceriye üretilen alternatif olarak değil, tasarım gibi bilişsel performans gerektiren süreçlere de destek veren bir enstrüman olarak sanat ve tasarım pratiklerinde baskın yer almaktadır.

Söz konusu bildiri, yapma pratiğinde edinilen bu azımsanmayacak deneyime karşın, ülkemiz tasarım eğitiminde günümüz yaklaşımlarının, yukarıda konu edilen denge durumunu karşılamadığı önermesine dayanmaktadır.

Seri üretimin hayata girdiği 20.yy. başlarında, özellikle Avrupa'da izlenen teknolojik ve ideolojik değişimlerin, tasarım eğitimini yeniden yapılandıran etkileri; ülkemizde 1957'de (İGSYO) Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu'nun açılması ile yaşanır. Bu algı platformu (Bauhaus 'ta olduğu gibi), üretim yönteminin olanaklı kıldığı tanımlı biçim dilleri üzerinden mekânın duygusunu yakalamayı hedeflemiştir. Bugün Dijital Çağ olarak adlandırılan 21.yy. başlarında, tüm dünyada izlenen 'yeni teknolojik' ve buna bağlı 'yeni ideolojik' değişimler; ülkemizde tasarım eğitimine yeniden eleştirel bir gözle bakılmasına ilişkin bir farkındalık yaratmıştır. Bu bağlamda bildiri, yeni üretim yöntemlerinin artık her türlü biçim dilini olanaklı kılabilir oluşundan hareketle, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü 2017 – 2018 Akademik Yılı 1. Sınıf Tasarım Stüdyosu özelinde duygunun mekânının nasıl yakalanabileceğine bir öneri getirmeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Tasarım Eğitimi, Temel Tasarım, Algı, Duyum, Duygu

GİRİŞ

Mekân, taşıdığı düşüncenin, büründüğü formun, var edildiği teknolojinin dışavurumu olarak, hem felsefenin, hem estetiğin, hem de bilimin ilgi alanındadır. Bilim, mekânın var oluşu üzerinden bir keşif alanı yaratırken sanat, mekânın potansiyelleri üzerinden var oluş olasılıklarının keşif alanını yaratır. Diğer bir deyişle, bilim ve sanat alanlarının arakesitinde yer alan Tasarım, yapma bilgisinin sağladığı olanaklar ile düşünsel ortamın sağladığı olasılıkların birlikteliği ile gelişir. Tasarım Bilgisi olarak tanımlanabilecek bu üretim alanı, tasarımcının, dünyayı algılama şeklinin bir dışavurumudur.

Yaparak düşünebilen tasarımcının yapım aracı, yapmanın bilgisi olarak tercüme edilebilecek teknolojidir. Yaygın olan inanışın aksine teknoloji, salt teknik bir birikim değil, aynı zamanda düşünsel bir birikimdir de. Yani teknoloji, ideolojik bir duruşun en temel göstergesi; bilginin hayatın pratiğine yansıma şeklidir (Çelik, Aslan, & Koçkan, 2013).



Resim 1 Teknoloji – İdeoloji ilişkisinin açılımını gösterir şema.

Bu bağlamda mekân tasarımı, bir ideolojinin, o ideolojiyi oluşturan teknolojisi ile var edildiği estetik bir değer taşır. Estetik, duyumsanarak algılanın yargılanabilmesi amacıyla, duyuşsal ve duyguşsal değerleri inceler. Güzelduyu olarak da tanımlanan (Türk Dil Kurumu) bu düşünce alanı, form üzerinden varlık gösterir. Bu halde yeniden tanımlamak gerekirse mekân, NE, NASIL, NİÇİN soruları üzerinden, duyuşsal olanın, yapım şekli ile hayatın nasıl anlaşıldığına yanıt verebilme becerisini gösterir.

İç Mimarlık [ve Çevre Tasarımı] Eğitimi, farklı çatılar altında farklı yöntemleri kullanıyor olsa da, ortak paydada, yukarıda konu edilen NE, NASIL, NİÇİN sorularını; biçim, içerik, işlev – kullanıcı, tasarımcı ve tüm diğer boyutlarıyla mekân üzerinden tanımlayan bir sanat ve bilim dalıdır. Eğitim programının ilk yılına konumlanan Temel Tasarım Stüdyosu da, duyuşlar aracılığıyla edinilen deneyimlerin, duyuş ve duyguşya dönüşümünü konu edinen farklı yöntemlerde çalışmalarla, bu çok boyutluluk durumuna ilişkin geliştirilen ilk farkındalık ortamıdır.

Bu ortam ilk kez, 1919 – 1933 yılları arasında Almanya’da faaliyet gösteren ve kuruluş amacı Uygulamalı Sanatlar ile Güzel Sanatlar arasındaki duvarı ortadan kaldırarak, her iki uğraş alanının karşılıklı etkileşimine uygun bir ortamı hazırlamak olan Bauhaus Okulunda, öğrencilerin ilk yıl dâhil oldukları ön hazırlık kursunda, Temel Eğitim adı altında kurgulanmıştır. Burada hedef, öğrencilerin, belirli bir amaç olmaksızın form, renk ve malzemeyi deneyimleyebileceği; kendi öznel tasarımlarını, kendi öznel algılarına dayanarak üretmeye teşvik edildikleri bir deneyim alanı yaratmaktır (Bauhaus-Archi, 2017). Usta – çırak ilişkisine dayanan bu eğitim, öğrencilerin, içinde buldukları dönemin estetik algısı ile düşünebilecekleri, teknolojisi ile inşa edebilecekleri ‘yararacı’ bir ortam oluşturmayı hedeflemiştir.

Bugünün eğitim yaklaşımı, yeni estetik algılama şekillerinin, yepyeni teknolojilerle gerekçelendiği bambaşka bir platform yaratmasına rağmen Bauhaus ’tan bugüne geçen yaklaşık 100 yılda, hala tasarım eğitimi birinci yıl stüdyosu, Temel Tasarım adı altında, benzer kaygılarla, ancak hemen hemen kurum sayısı kadar çok çeşitlenebilecek yaklaşımla, öğrencilere tasarımının temelleri üzerinde düşünmeye yönlendirmektedir. Bu yaklaşımlar genelinde ders, öğrenciye, duyuşsal deneyimin bilinçte ortaya çıkarıldığı imgelerin üzerine temellendiği ilkeleri sorgulatmayı amaçlar (Aslan, 2012).

Bu sorgulamalar, öğrencinin ‘yeni bir dil’ öğrenmesinin ilk aşamasıdır. Dilin en temel göstergesi olan biçim, yine ‘yapma’ ve ‘düşünme’ birlikteliğinde var olabilecektir. Söz konusu çalışma, yapma ve dü-

şünme, yani teknoloji ve ideoloji ilişkisi üzerinden tanımlanan mekânın inşasında, 100 yıl öncesi ile bugünü kıyaslamayı, düşünme biçimlerinin yapma biçimlerine olan etkisini sorgulamayı ve Temel Tasarım Stüdyosunda uygulanan bir yaklaşım özelinde tartışmaya açmayı hedeflemektedir.

20. YÜZYILDA MEKANIN İNŞASI: Mekanın Duygusu

Toplumların ürettiği yapma bilgisi, temel dayanağını yaparken kullandığı yardımcı araçlar üzerine temellendirir. Örneğin dünya tarihinin en eski çağı olarak tariflenen Taş Devri, taşın işlemde geçirilerek bıçak, testere, balta, ok, vb. aletlere dönüştürüldüğü ve ihtiyaçların bu aletler üzerinden karşılandığı bir dönemi kapsar. Taşın madenle birlikte kullanılmaya başlandığı Tunç Devri, yeni malzeme ile yeni bir düşünce alanı yaratır. Bu düşünce şekli, ticaret kadar, mekân algısının da gelişmesine, şehirlerin ve şehir devletlerin oluşmasına neden olacaktır. Tarih öncesi dönemler olarak adlandırılan Antik Dönemler'den Endüstri Devrine kadar üretim, hangi malzeme odağında geliyor olursa olsun, el ile üretim esasına dayanır. Bu anlamda Endüstri Devrimi, el ile üretimin yerini su ve buhar enerjili mekanik üretime bıraktığı, yeni malzemeleri yeni yapım yöntemlerinin kullanıldığı yeni bir düşünsel ortam yaratır.

Tarihsel süreç içinde, yeni bir yapma şeklinin tanımlandığı her bir dönüm noktası, düşünmenin geri plana itilip yapmanın ön plana geçtiği bir kurgu içerir. Bu kurgu, insanoğlunun, yapmanın yeni metodolojisine odaklandığı, eski üretim bilgisini yeni üretim bilgisine nasıl transfer edebileceğinin keşif alanıdır. Öte yandan yine her bir dönüm noktası, eski ile yeni arasında alışılagelenin 'güvenli', yeni olanın 'belirsiz' olduğu, yeniyeye temkinli yaklaşılmasının gerektiği bir kıyas alanı da yaratır.

Bu anlamda seri üretimin yarattığı ilk etki, W. Morris (1834 – 1896) öncülüğündeki Arts & Crafts Hareketi ile bir tepkidir. Ancak bu yeni yöntemin işlerliği, Art Nouveau Hareketi ile düşünsel alanda teslim bayrağının çekilerek, makinanın olanaklarının keşfedilmesi yönünde bir istek ve eğilim oluşturur. Bitkisel Art Nouveau, form bilgisi üretme kaygısı duymadan, tamamen yeni tekniğin, yeni malzeme ile doğayı nasıl kopyalayabileceğinin olanaklarını araştırırken Geometrik Art Nouveau, elde edilen yeni deneyimi yeni biçimlerle ilişkilendirir. Bu yeni biçimler, artık makinanın becerileri üzerinden tanımlanan dik açılı geometrileri tarifleyen yeni biçimlerdir [ki akım, ismini Yeni Sanat olarak tercüme edilebilecek bu içeriğe gönderir].

Modern hareketin hem düşünsel, hem de biçimsel temellerinin atıldığı bu nokta itibarıyla önce dünya, sonra da birey algısı değişecek, bu yeni yaklaşım, mekân algısının da dönüşmesine neden olacaktır. Biçimlerin taşıyıcısı oldukları duygusal etki, artık klasik dönemler olarak adlandırılan 19.yy. ve öncesi dünya algısının etkisinden farklı olacaktır. Le Corbusier, 1923 yılında kaleme aldığı "Vers une Architecture" adlı kitabında bu yeni dünya algısı üzerinden şekillenmeye başlayan yeni mekân algısı için şu soruyu sorar (Corbusier, 2001):

"Modern barınma düzeni, modern teknik araçlar, modern yaşamın örgütlenme gücü tüm ülkelerde, modern insan için çağın konutunu yarattı. Gerçekten doğru mu? Gereç-konut, 'çinde yaşamak için makine' olağan bir hale geldi mi? İçinde nasıl yaşamak için makine? Dünkü gibi mi, bugünkü gibi mi? Yanıt o kadar kesin değil: Sağlıklı bir yerleşim çok önemli bir görev haline gelmiş olsa bile, yüreğindeki duygular betimleniyor mu, hatta açıkça kendini gösterebiliyor mu? Kesinlikle hayır. Bir zamanların duygusal gıysilerinin büyük bir bölümünü hala üzerimizde taşıdığımız kesinlikle inanıyorum." (Sf.20).

Makine estetiği olarak adlandırılan bu algı, her ne kadar düşünsel temellerini Platon'un, asal geometrik biçimlerin herkes tarafından algılanabilir oluşu gerekçesiyle 'güzel' biçimler olarak kabul edilmesine dayandırsa da biçimsel temellerini, makinanın form üretimindeki becerileri ile tanımlar.

“Seri üretim anlayışını, seri konut üretim anlayışını, seri üretilen konutlarda yaşama anlayışını, seri üretilecek konutları tasarlama anlayışını yaratmak gerekmektedir.” (Sf.58).

Bu bakış, 19.yy.'ın ikinci yarısında pozitifleşme eğilimiyle yeni bir ivme kazanan pozitif doğa bilimlerinin, 20.yy.'da matematik ve mantık gibi formel disiplinlerle ilişkilenebilmesine, dolayısıyla yeni bir realite anlayışının da oluşmasına neden olacaktır (Tunalı, 2004). 15.yy.dan bu yana duyum elementlerine dayalı bir bilimsel tablodan, Einstein'ın Genel Görelilik Kuramı (1915), Heisenberg'in Belirsizlik İlkesi (1927) gibi çalışmaların etkisiyle yeni bir gerçeklik algısına dönüşecek; bilgi felsefesi, bilginin doğası ve kapsamı daha derin bir içerikle yeniden tanımlanacaktır.



Resim 2 Le Corbusier, House at Weissenhof, 1927, Stuttgart/ALMANYA; Yapı ve İç Mekân görünüşleri.



Resim 3 J.J.P. Oud, Weissenhof Row Houses, 1927, Stuttgart/ALMANYA; Yapı ve İç Mekân görünüşleri.

21. YÜZYILDA MEKÂNIN İNŞASI: Duygunun Mekânı

Temelinde, su ve buhar enerjisinin mekanik üretim tesislerini devreye sokması (Endüstri 1,0) ile 18.yy.'ın sonuna tarihlenen Endüstri Devrimi, zaman çizelgesi üzerinde tek bir noktayı işaret etmez. 20.yy.'ın başlarında Ford'un kurduğu otomobil üretim bandı, öncesi ve sonrasında gerçekleşen pek çok keşif ve düşünce ile birlikte endüstrinin, elektrik ve iş bölümüne dayalı bir seri üretim mekanizma-

sına dönüşmesine (Endüstri 2,0) neden olur. Bu adım, ilk kez 1947'de (yine) Ford firması içinde kurulan Otomasyon Birimi ile birlikte mekanik, hidrolik, pnömatik, elektrik, elektronik ve bilgisayar gibi farklı sistemlerinin birbirlerine entegre olması ile gelişir ve imalat otomasyonu (Endüstri 3,0) olarak tanımlanan Bilgi Teknolojilerini aktive eder. Programlanabilir Mantıksal Denetleyici olarak tercüme edilebilecek PLC sistemi, üretim programındaki değişikliklerde gerekli düzenlemelerin, donanımsal olarak birbirine bağlı kontrol panellerinin bir yazılım ile gerçekleştirilebilmesine olanak sağlar.

Özetle, üretimin makineleşmesinden serileşmesine, sonrasında ise otomasyonuna dönüşen yapma bilgisi, 1971'de üretilen ilk mikro bilgisayar Altair 8800'den, 1975'de IBM'in ürettiği ilk minibilgisayar IBM 5100'e, 1976'da üretilen Apple I'e uzanan gelişmelerle (Cemtürk.net, 2014), fiziksel, dijital ve biyolojik alanların karşılıklı etkileşimine dayanan (Endüstri 4,0) ve daha önce mümkün olmayan yeniliklere imkân sağlar.

Siber Fiziksel Sistemler, Yatay Dikey Entegrasyon, Nesnelerin İnterneti (IoT), Öğrenen Robotlar, Büyük Veri ve Analitiği, Bulut Bilişim, Artırılmış Gerçeklik, Siber Güvenlik, Katmanlı Üretim (3D Yazıcılar) gibi tanımlar (Sır, 2017), bugün dünya algısının bambaşka bir yöne evrilmesine neden olur. Üretimin yeni prensipleri, Karşılıklı Çalışabilirlik, Sanallaşma, sistemlerin Kendi Kararlarını Kendilerinin Verebilme, Hızlı Veri Toplama - Analiz Edebilme yetenekleri ve Esnek Adaptasyon Sistemleri gibi başlıklarla tariflenir (Kesayak, 2018).

Bu yeni görme biçimleri, kuşkusuz mekânın görüntüsü ve inşasını da etkileyecektir.



Resim 4 Zaha Hadid, Heydar Aliyev Kültür Merkezi, 2012, Bakü/ AZERBAYCAN; Yapı ve İç Mekân görünüşleri .

Resim 5 Rem Koolhaas & Ellen van Loon, 2005, Porto/PORTEKİZ; Yapı ve İç Mekân görünüşleri .

20.yy.'ın sonlarına kadar referansı Antik Döneme dayanan ve Euclidean Geometri ile varlık gösteren mekân formu, düşünsel temellerini, algının deneyim özelinde gerçekleşebileceği ve bu konuda duyuların rolünün önemine inanan Rönesans düşüncesine dayandırır. Sistemli bir biçimde şekiller, ilk kez 16.yy.'da Descartes'la birlikte hesaplanabilir, 2 ve 3 Boyutta alfanümerik olarak tanımlanabilir hale gelmiştir (Kızıltepe, 2018). Modernizm'in biçimsel dışavurumu, bu tanımlar üzerinden kendini var ederken, yapma bilgisini modülarite, standardizasyon, vb. kavramlar çevresinde üretir.

21.yy.'ın dünya algısı, tanımladığı problemleri Euclidian Geometrisi içinde çözüm geliştirmek konusunda yetersiz kalarak, mekânın düşüncesini Alman matematikçi B. Riemann'ın 1854 yılında savunduğu "Geometrinin Temelinde Yatan Varsayımlar Üzerine" başlıklı tez çalışması ile ispatladığı ve

1915’de Einstein’ın ortaya attığı Genel Görelilik Teorisi’ni haklı çıkaracak “Riemann Geometrisi”ne dayandırır. Gerçeğin çok boyutluluğunun uzamsal karşılığının, topolojik bir sistemle Non-Euclidean Geometri¹ çerçevesinde tanımlandığı bu geometri, tüm varlık kiplerinin sürekli bir uzamın uzantıları olduğu ve mekânın düz bir düzlem üzerinde içerik olarak eğrilikler ve kıvrımlar barındırmak yerine, kendisinden kıvrımlı ve eğri büğrü olduğu bambaşka bir mekân kavrayışı ortaya koyar. Euclid geometrisinde olduğu gibi üç aksın tanımladığı nötr bir koordinat sistemi üzerindeki sabit noktaların birleştirilmesinden oluşan bir uzam örüntüsü yerine, anlık değişim oranlarından oluşan çok-boyutlu ve dinamik bir uzam kurgusu tarif eder (Kodalak, 2016).

Bu nedenledir ki söz konusu çalışmada yapma becerisi, 20.yy.’da Mekânın Duygusunun İnşası 21.yy.’da ise Duygunun Mekânının İnşası ile tanımlanmıştır. Bugünün yapma bilgisi, zihnin matematiksel düşünce ile birleşimiyle çözümlenen Hesaplamalı Tasarım yöntemleri ile gelişmekte ve bu yaklaşım, daha önce hayata geçirilmesinin hayal bile edilemeyeceği son derece karmaşık sistemlerin üretilebilmesine olanak sağlamaktadır.

TASARIM EĞİTİMİNDE DEĞİŞEN PARADİGMALAR

Bu noktaya kadar özetlenmeye çalışılan mekânın inşasına yönelik 100 yıllık panoramik öykü, tasarım eğitimi ile ilişkilendirildiğinde akla şu soru ve soruları getirmektedir: Bauhaus ’tan bugüne tasarım eğitiminde Tasarım Stüdyoları, gelişen ve değişen paradigmalara ile yapma bilgisini “Tasarım bilgisinin sunulduğu ve iletildiği bir araç olarak mı, yoksa tasarım bilgisinin geliştirildiği ve değerlendirildiği bir ortam olarak mı kullanılmaktadır?”

Bugün, tasarım düşüncesinin aktarımını geleneksel yöntemlere kıyasla daha hızlı, daha kolay, daha gerçekçi, daha ... sağlıyor olması gerekçeleriyle dijital ortam araçlarının yaygınlaşarak kullanılıyor olması, tasarım eğitiminde yapma bilgisini odağa alarak bu bilginin düşüncesini, tıpkı el ile üretimden makine ile üretime geçildiği kırılma anında olduğu gibi arka plana itmektedir.

Çalışma kapsamında, Endüstri Devriminin sürekliliği içinde bir gelişim basamağı olarak ele alınan Endüstri 4,0 yeni bir kırılma anı olarak kabul edilirse, teknoloji – ideoloji ilişkisinin, 100 yıl öncesine benzer bir yol izlemekte olduğu görülebilir: Yeni üretim yönteminin;

- reddi Tıpkı Arts & Crafts’da olduğu gibi,
- kabullenışı ve olanaklarının keşfi Tıpkı Bitkisel Art Nouveau ‘da olduğu gibi,
- anlaşılması ve onunla düşünce üretimi Tıpkı Geometrik Art Nouveau ‘da olduğu gibi.

Tasarımda teknik, estetik ve ekonomik bütünlüğü öngören ve üretime bu yönlü bir standardizasyon getiren Bauhaus okulunun tanımladığı katı formel yapı, 100 yıl öncesinin teknolojik ve ideolojik yaklaşımı içinde son derece rasyonel, pragmatik ve çözüm odaklıdır. Okulun kuruluş manifestosunda W. Gropius, bu çözüm odaklı yapının sadece ‘o an’ içinde anlamlı olacağını vurgularcasına şöyle der: “Okul, atölyenin hizmetindedir ve bir gün onun içinde tamamen eriyip gidecektir.” (İKSV 4. İstanbul Tasarım Bienali: Okullar Okulu, 2018).

Duygunun Mekânını inşa edebilme becerisine sahip bugünün eğitim yaklaşımı, en az 100 yıl öncesi kadar rasyonel olurken, bir o kadar da sezgisel olabilme başarısını gösterebilmelidir.

¹ Bu noktada, Non-Euclidean geometrinin, Riemann’ın ortaya koyduğu bir tanım olarak algılanması hatalı olacaktır. İskenderiyeli Menelaus’un MÖ 100 civarında “eliptik” geometri çerçevesinde hesaplamalar yaptığı bilinmektedir. Ancak dünyanın düz görünüp düz deneyimleniyor olması, bu geometrinin Riemann’a kadar işlerliğinin anlaşılmasına engel teşkil etmiştir (Çağlar, 2017).

1. SINIF TASARIM STÜDYOSU ÖZELİNDE BİR DENEME:

Rasyonel Yaklaşımlardan, Sezgisel Yaklaşımlara

Bu çerçevede çalışma, İç Mimarlık [ve Çevre Tasarımı] eğitimi, 1. Sınıf Tasarım Stüdyosu kapsamında yürütülen iki dönemlik bir program üzerinden, tasarım sürecinde rasyonel ve sezgisel yaklaşımların birlikte ele alındığı bir süreci tartışmaya açmaktadır.

Tanım

Rasyonel olarak tariflenen süreçle mekânın duygusunun inşasına, sezgisel olarak tariflenen süreçle ise duygunun mekânının inşasına ilişkin bir deneyim alanının yaratılması hedeflenmiştir.

TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü'nde, 2017 – 2018 Akademik yılında 1. Sınıf Programında yer alan Temel Tasarım I dersi, konu edilen rasyonel sürecin, Temel Tasarım II dersi ise sezgisel sürecin deneyimlenmesine imkân sağlamıştır.

Yöntem

Temel Tasarım dersi, yöntemi ne olursa olsun, genel olarak, tasarım bilgisinin üretimi konusunda öğrencinin, bir düşünce biçimi geliştirebilmesini ve bu düşünceyi aktarabilmesini hedefler. Bu aktarım ancak, tasarım sürecinin izlenebilirliğiyle gerçekleşebilir ki onu izlenebilir kılan, bir biçim dilinin geliştirilebilmesidir.

Bu bağlamda çalışma, birbirinden bağımsız olarak kurgulanan iki farklı içeriği, iki farklı yöntem üzerinden ele alarak, her biri için öğrencinin bir düşünce biçimi ve bir dil geliştirebilmesini beklemiştir.

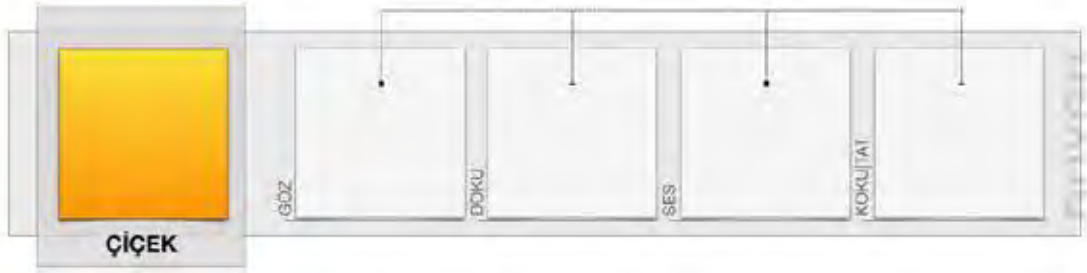
Aşama 1. İçerik 1: 2017 – 2018 Güz Dönemi'nde, Dr. Şaha ASLAN ve S. Selcan DÖKMEN AYKAŞ'ın yürütücülüğünü üstlendiği İÇT101A Temel Tasarım I dersinde izlenen Rasyonel Süreçtir. Dersi alan 35 İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü öğrencisinin her biri, dersin işlendiği stüdyonun da içinde bulunduğu TOBB ETÜ Teknoloji Merkezi'nden bir fotoğraf kadrajı almakla, bu kadrajı analiz ederek, Euclidian Geometri içerisinde varlık gösteren üç boyutlu soyut bir mekâna dönüştürmekle yükümlü olmuşlardır.



Resim 6 Aşama1'e dair, BİÇİM DİLİ gelişim sürecini tanımlar şema.

Bu aşamada başarı gösteren öğrencilerin, bir sonraki aşamada, geliştirdikleri biçim dilini bir işleyle ilişkilendirmeleri beklenmiştir. Tanımlanan işlev, kamu mekânlarında kullanılabilir nitelikte, tek veya çok yönlü, birden fazla kişinin ilişebilmesine olanak sağlayacak bir oturma elemanıdır. Bu kapsamda öğrenci, geliştirmiş olduğu tasarım diline ilişkin tasarım genini, oturma elemanına aktarmakla yükümlüdür. Öte yandan ergonomi ve insan antropometrisine ilişkin ilk farkındalığını da bu süreç üzerinden geliştirmesi öngörülmüştür.

Aşama 2. İçerik 2: 2017 – 2018 Bahar Dönemi’nde, Dr. Şaha ASLAN, S. Selcan DÖKMEN AYKAŞ ve Ferhan KIZILTEPE’nin yürütücülüğünü üstlendiği İÇT102 Temel Tasarım II dersinde izlenen Sezgisel Süreçtir. Dersi alan 31 İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü öğrencisi, ikişer kişilik gruplar oluşturmakla ve her bir grup, bir çiçek seçmekle, bu çiçeği analiz ederek, onun tasarım bilgisini üretmekle yükümlü olmuşlardır.



Resim 7 Aşama 2'ye dair, DUYGU gelişim sürecini tanımlar şema.

Toplamda 15 grubun, kendisine çıkış noktası olarak tanımladığı ve nesnel bir gerçekliğe sahip bir çiçek üzerinden her seferinde farklı duyu mekanizmalarını odak alarak duyum üretmesi ve farklı farklı şekillerde plastize ettikleri bütüncül bir öykü oluşturması beklenmiştir. Referans alınan duyu, diğer duyu reseptörlerinden gelen bilgi ile işbirliği içinde; göz, doku, ses, koku ve tat art zamanlı dizgesi ile ele alınmıştır. Dizge içinde kat edilen her bir aşama, çiçekle ilgili yapılan tanımın derinleşmesini; yapılacak yeni tanımlamanın ise üzerinde çalışılan yeni duyu üzerinden öngörü üretmesini sağlamıştır.

Aşama 3. İçerik 1+2: Her iki ders ve içerik için programda tanımlanan 8 saat/hafta/dönem, toplamda 24 hafta sonunda öğrencilerin, İçerik 2’de tanımladıkları duyguyu, İçerik 1’de tanımladıkları biçime transfer edebilmeleri istenmiştir. Diğer bir deyişle, ÇİÇEK’in kavramının, OTURMA ELEMANI’nın biçimi ile ilişkilmesi beklenmiştir. Ortaya çıkması beklenen melez ve yeniden üretilmiş biçim dili, Euclid Geometrisi üzerinden tanım kazandırılan tasarım geninin, Non-Euclidyen Geometriye transfer edildiği bir Morfogenetik evrim olarak tanımlanabilir.



Resim 8 Aşama 3'e dair, DUYGU'nun BİÇİM'e aktarım sürecini tanımlar şema.

Her iki içerikte de problem, kaynağı akıl da olsa duyum da olsa, edinilen öznel deneyimin, bilişsel bir performans sonucunda nesnel bir bilgiye dönüştürülebilme problemidir.

- Nesnel bilgi, dönüşüm sürecinin izlenilebilir / izi sürülebilir olmasını,
- Edinilen düşünsel ve/ya duyumsal bilginin, doğrudan değil, dönüştürülerek kullanılmasını,
- Duyumun, duyguya dönüşümünü gerekli kılmıştır.

Sonuçlar

Aşama 1'in değerlendirmesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı, Endüstriyel Tasarım ve Mimarlık Bölümlerinin Stüdyo Yürütücülerinden oluşan jüri üyeleri ile inter-disipliner bir platformda gerçekleştirilmiştir.

Aşama 2 ve 3'ün değerlendirmesi iki aşamalı yapılmış olup, ilk aşaması Aşama 1'deki gibi inter-disipliner bir platformda, ikinci aşaması sadece İç Mimarlık [ve Çevre Tasarımı] alanında, Temel Tasarım / Temel Sanat derslerinde uzmanlaşmış akademisyenlerden oluşan disiplin-içi jüri üyeleri ile gerçekleştirilmiştir.

Tüm aşamalarda değerlendirmeler ve başarı ölçümleri, nicel değil, nitel veriler üzerine temellendirilmiştir.

Aşama 1. İçerik 1: Rasyonel bir tasarım sürecinin izlendiği Aşama 1, program içindeki konumu gereği, henüz mekân ve tasarım kavramlarıyla akademik bağlamda hiç tanışmamış 'deneyimsiz' öğrencilerden oluşmaktadır.

Yöntem, öğrenciye aktif bir rol yükleyen ve onu, veriyi işleyerek bilgiye çeviren bir bilgisayara benzeten Bilişçi Yaklaşımlara (Arnheim, 1954, 1977), (Schön, 1987) dayanarak geliştirilmiştir. Tasarım elemanları, tasarım ve algı ilkeleri üzerinden dönüşüm esasına dayalı ve aşamaları ders yürütücüleri tarafından tanımlı patika, Biçim Dilinin Gelişim Süreci, Tasarım Sürecinin İzlenebilirliği ve Teknik İfade Becerileri ölçüt alınarak değerlendirilmiştir.

Buna göre dersi alan 35 öğrencinin %11,5'i devamsızlık nedeniyle BAŞARISIZ olurken, %35'i ortalamanın üzerinde (AA, BA, BB), %53,5'u ortalamanın altında (CB, CC, DC, DD), toplamda %88,5'u BAŞARILI olmuştur.

Aşama 2. İçerik 2: Sezgisel bir tasarım sürecinin izlendiği Aşama 2, program içindeki konumu gereği, henüz duygu ve atmosfer kavramlarıyla akademik bağlamda hiç tanışmamış öğrencilerden oluşmaktadır. Bu noktada öğrencilerin sahip oldukları tek deneyim, Aşama 1'de edinilen 'Biçim dili geliştirme' ve 'Tasarım sürecinin izlenebilirliğinin' deneyimidir.

Yöntem, öğrenciye aktif ve kâşif bir rol yükleyen ve onun, kendi zihinsel modelini kendisinin inşa etmesinin gerekliliğini vurgulayan Yapılandırmacı Yaklaşımlara (Dewey, 1938), (Bruner, 1967), (Vygotsky, 1978) dayanarak geliştirilmiştir. Algılama mekanizmasının nasıl işlediğine, nesnel bir gerçekliğin öznel bir gerçekliğe nasıl dönüştüğüne, bu öznel gerçekliğin yeniden nesnelleştirilerek nasıl aktarılabilirliğine dair tecrübelerle her grubun kendi yolunu kendinin tanımladığı süreç, yeniden Biçim Dilinin Gelişim Süreci, Tasarım Sürecinin İzlenebilirliği ve Teknik İfade Becerileri ölçüt alınarak değerlendirilmiştir.

Buna göre dersi alan 31 öğrencinin hiçbiri BAŞARISIZ OLMAMIŞTIR. %74,5'i ortalamanın üzerinde (AA, BA, BB), %25,5'i ortalamanın altında (CB, CC), toplamda %100'ü BAŞARILI olmuştur.

Aşama 3. İçerik 1+2: Sezgisel bir tasarım sürecinin, rasyonel bir tasarım sürecine entegre edilmeye çalışıldığı Aşama 3, toplamda 24 haftalık sürecin sadece son 4 haftasına konumlanmıştır.

Somuttan soyuta bir dönüşüm sürecinin tanımlandığı Aşama 1'de elde edilen biçime; Aşama 2'de ulaşılan duygunun taşınması problemi, Aşama 1 ve Aşama 2'deki ölçütlere dayanarak değerlendirilmiştir.

Buna göre dersi alan 31 öğrencinin hiçbiri BAŞARISIZ OLMAMIŞTIR. Aşama 2 ile tam ters şekilde, %25,5'i ortalamanın üzerinde (AA, BA, BB), %74,5'i ortalamanın altında (CB, CC), toplamda %100'ü BAŞARILI olmuştur.

Görülmüştür ki Aşama 3, söz konusu dersin programda kapladığı zaman dilimi içinde gelişmek konusunda yetersiz kalmıştır. Diğer bir deyişle, öğrencinin Aşama 1 ve 2 için ayrı ayrı kullandığı zaman aralığıyla kıyaslandığında, en az ön aşamalar kadar zamana ihtiyaç duymuştur.

Öte yandan Temel Tasarım Stüdyosu, yöntem olarak rasyonel bir yol da izlese, sezgisel bir yol da izlese, yaratıcı süreç, varoluşun temel prensibi olan alımlama ve yorumlama becerileri ile gelişir. Bu anlamda Aşama 1 de, Aşama 2 de, birbirinden farklı bir yöntem üzerinden kendini kurgulamış olmasına rağmen özünde bu beceriyi kazandırmayı hedeflemiş ve bu konuda başarılı olmuştur.

Bu kapsamda kazanılan beceri ve farkındalığın, ilerleyen yıllarda öğrencilere nasıl katkı sağlayacağı ya da onları hangi açılardan zayıf kılacağı, ancak zamanla gözlemlenebilecek ve yöntem olumlu ve olumsuz yanlarıyla kendini zamanla geliştirebilecektir.

KAYNAKÇA

ArchDaily. (2014, 04 15). Casa da Musica / OMA. Retrieved 11 09, 2018, from ArchDaily: <https://www.archdaily.com/619294/casa-da-musica-oma>

Aslan, Ş. (2012). Temel Tasarım Eğitiminde Duyum Sürecine Yönelik Bir Yaklaşım. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İç Mimarlık Programı, Sanatta Yeterlik Tezi.

Aslan, Ş. (2016). From 1914 to 2014: 100 Years in the Education of German and Turkish Interior Architecture. In P. Yıldız, 1st International Symposium: 'Education in Interior Architecture' in the year of German - Turkish Research Education and Innovation (pp. 14-24). Cambridge, United Kingdom: Cambridge Scholars Publishing.

Bauhaus-Archi. (2017, 10 27). Teaching at the Bauhaus. Retrieved 11 04, 2018, from Bauhaus-Archi: https://www.bauhaus.de/en/das_bauhaus/45_unterricht/

Cavahir, C. (2017, 07 01). Dahi Bir Matematikçi: Bernhard Riemann. 11 09, 2018 tarihinde Matematiksel: <https://www.matematiksel.org/dahi-bir-matematikci-bernhard-riemann/> adresinden alındı

Cemtürk.net. (2014, 05 06). Kişisel Bilgisayarların Tarihçesi – Bilgisayar Tarihçesi II. 11 09, 2018 tarihinde Cemtürk.net: <http://www.cemturk.net/2014/05/06/kisisel-bilgisayarlarin-tarihcesi-bilgisayar-tarihcesi-ii/> adresinden alındı

Corbusier, L. (2001). Bir Mimarlığa Doğru. (S. Merzi, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Çağlar, S. (2017, 03 03). Riemann Geometrisini Anlamak. 11 09, 2018 tarihinde Matematiksel: <https://www.matematiksel.org/riemann-geometrisini-anlamak/> adresinden alındı

Çelik, M., Aslan, Ş., & Koçkan, P. (2013). Teknoloji ve Uygarlık İlişkisinde Mekânların Kimlik Problemi. 3. Ulusal İç Mimarlık Sempozyumu: Mekan Tasarımında Endüstriyel Boyut . İstanbul: MSGSU Mimarlık Fakültesi İç Mimarlık Bölümü.

İKSV 4. İstanbul Tasarım Bienali: Okullar Okulu. (2018, 9-11). Bozum Okulu. İstanbul, Türkiye: İKSV.

Kesayak, B. (2018, 04 24). Endüstri Tarihine Kısa Bir Yolculuk. 11 09, 2018 tarihinde Türkiye'nin Endüstri 4.0 Platformu: <https://www.endustri40.com/endustri-tarihine-kisa-bir-yolculuk/> adresinden alındı

Kızıltepe, F. (2018, 07 06). 21. Yüzyılın Düşüncesi ve Formu Üzerine. (Ş. Aslan, Röportaj Yapan)

Kodalak, G. (2016, 12 03). H. P. Lovecraft ve Mekanın Canavarsılığı. 11 09, 2018 tarihinde Manifold: <https://manifold.press/h-p-lovecraft-ve-mekanin-canavarsiligi> adresinden alındı

NAI. (2013, 01). Modern Homes: The Weissenhof Siedlung. Retrieved 11 09, 2018, from Nederlands Architectuurinstituut: <http://schatkamer.nai.nl/en/projects/woningen-en-interieur-weissenhofsiedlung>

Pascucci, D. (2018, 10 04). AD Classics: Weissenhof-Siedlung Houses 14 and 15 / Le Corbusier + Pierre Jeanneret. Retrieved 11 09, 2018, from ArchDaily: <https://www.archdaily.com/490048/ad-classics-weissenhof-siedlung-houses-14-and-15-le-corbusier-and-pierre-jeanneret>

Rathode, N. (2018). Jacobus Oud. Retrieved 11 09, 2018, from Alchetron: <https://alchetron.com/Jacobus-Oud>

Sır, A. S. (2017, 10 14). Endüstriyel Devrim ve Süreçleri Nedir? 11 09, 2018 tarihinde KreatifBiri.com: <https://www.kreatifbiri.com/endustriyel-devrimler/> adresinden alındı

Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg. (2018, 04 10). Weissenhof Estate & Weissenhof Museum. Retrieved 11 09, 2018, from The Sunny Side of Germany: <https://www.tourism-bw.com/Media/Attraktionen/Weissenhof-Estate-Weissenhof-Museum>

Tunalı, İ. (2004). Tasarım Felsefesine Giriş. İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi, Yapı Yayın.

Türk Dil Kurumu. (tarih yok). Büyük Türkçe Sözlük. Mayıs 26, 2017 tarihinde Türk Dil Kurumu: <http://www.tdk.gov.tr/> adresinden alındı

Yalav, Ö. (2017, 01 29). Endüstri 4.0: Bugüne Kadar Geçen Süreç. 11 09, 2018 tarihinde Industry 4.0: <https://nazmibosca.com/2017/01/29/endustri-4-0-bugune-kadar-gecen-surec/> adresinden alındı

Zaha Hadid Architects. (2018, 05 07). Heydar Aliyev Centre. Retrieved 11 09, 2018, from Zaha Hadid Architects: <http://www.zaha-hadid.com/architecture/heydar-aliyev-centre/>

İç Mekan Tasarımında Mobil Uygulamaların Eğitim Amaçlı Kullanımı

Gülsüm Damla AŞKIN // *guldamlaoz@gmail.com*

*1 Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü,
İç Mimarlık Doktora Programı*

ÖZET

Teknolojik gelişmeler dijital iletişim araçlarının kullanımını yaygınlaştırmaktadır. Akıllı telefon, tablet ve akıllı saat gibi iletişim araçları günlük hayatı kolaylaştırmanın yanı sıra eğitim amaçlı da kullanılabilir. Bu araçlar ile etkileşim, mobil uygulamalar ile kurulmaktadır. Dijital araçlarda kullanılan mobil uygulamalar yeni öğrenme yöntemleri ortaya çıkarmakta; bilgiye ulaşılabilirliği kolaylaştırmaktadır. Uygulamaların iç mekan tasarımında kullanımı hız ve ulaşılabilirlik açısından eğitim alanında önemli rol oynamaktadır.

İç mekan tasarımı geleneksel eskiz yöntemleri ile başlayarak, kontrol edilebilir parametrelere dayalı orijinal ve teknolojik tasarımlara kadar geniş bir süreci içermektedir. Bu süreçte tasarım yöntemleriyle birlikte mobil uygulamalar gibi tasarım araçları da teknolojik gelişmelere uyum sağlamaktadır.

Bu çalışmada, mobil uygulamaların iç mekan tasarımında eğitim amaçlı kullanımı araştırılarak literatüre katkı sağlanmıştır. Araştırma dahilinde 2018-2019 akademik yılı güz döneminde İstanbul Şehir Üniversitesi İç mekan Tasarımı programında eğitim almakta olan 40 birinci sınıf öğrencisine mobil uygulamalar üzerinden bir iç mekan tasarımı yaptırılmıştır. Çalışma, geleneksel yöntemlerin ve mobil uygulama yöntemlerinin öğrenciler açısından karşılaştırılabilirliği için iki aşamadan oluşmaktadır. Öğrencilere her iki aşamada da üç problem verilmiş ve problemlere farklı yöntemlerle çözüm üretmeleri

beklenmiştir. Tasarım sonrasında yapılan anket ile öğrencilerin iç mekan tasarımı eğitiminde mobil uygulama kullanımına ilişkin görüşleri alınmıştır. Bu süreçte mobil uygulamalar ile geleneksel yöntemler arasındaki farklar ortaya koyulmuştur. Mobil uygulamaların iç mekan tasarımı eğitimine katkısı ve geleneksel yöntemlere destek olacak şekilde kullanılabilmesi sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tasarım eğitimi, İç mekan tasarımı, Mobil uygulamalar, Dijital tasarım

1. İÇ MEKAN TASARIMI

Mekan kavramı İnsanların korunma ihtiyacı ile ortaya çıkmıştır ve yine insanın belirleyici olduğu fiziksel ve duyuşsal ihtiyaçlar ile şekillenerek anlam ve kimlik kazanmaktadır. Mekan cansız, sabit, durağan değil, canlı, değişken ve akışkandır. Mekan hem kavram hem de gerçekliktir (Arslan Avar 2009). Hareket barındırmakta; deneyimlenebilen bir süreci oluşturmaktadır. Bu doğrultuda mekan kavramının kişisel deneyimler ile var olduğu ve değişim gösterdiği söylenebilir. Mekan, kişiyi bulunduğu çevreden belli bir ölçüde ayıran ve içinde eylemlerini sürdürmesine imkan tanıyan boşluktur (Hasol, 2005). Bu boşluk fiziksel veya duyuşlarla algılanabilen sınırlardan oluşmaktadır. Sınırlar, iki çeşit mekan oluşturmaktadır. Bunlardan biri yapının, kabuğun sınırladığı iç mekan diğeri ise dış yüzeylerin sınırladığı dış mekandır.

İç mekan, mekanın fiziksel olarak tanımlanmasının ötesine geçer. Kapalılık ve kuşatılmışlık hissi veren hacimlerin sınırlarını tanımlar (Ching, 2017). Başka bir deyişle, iç mekan; mekanı diğer iç mekanlardan ve dış mekandan ayıran mimari öğelerden oluşmaktadır. İç mekan tasarımının, mimari mekan verilerinin uyumu, başarılı sonuçlar açısından önemlidir. Örneğin çok belirgin biçimsel ve anlamsal değerlere sahip tarihi bir yapının, iç mekan düzenleme kararları ve temel tasarım teması belirlenirken, mekanın oluşumunu yönlendiren kavramlara ters düşmek yanıltıcı olacaktır. Bu açıdan tasarımda belirgin bir imaj yaratmak, tasarımı oluşturan, tüm çevresel değerlerin bütüncül bir anlayışla ele alınması ile mümkündür.

İç mekan tasarımının temel amacı, iç mekanların işlevsel açıdan geliştirilmesi, estetik olarak zenginleştirilmesi ve psikolojik açıdan değerlendirilerek ele alınmasıdır (Ertek, 1994). Bu bağlamda mekanın tefrişi, görsel ve duyuşsal açıdan zenginleşmesi önem kazanmaktadır. İç mekan tasarımı estetik bir bütünlük ve işlev arayışı içerisindedir.

Yoshio Taniguchi "Mimarlık, temelde içine bir şeylerin koyulduğu bir kaptır. Umarım çay bardağından çok, çaydan keyif alınır" demiştir (Coles, 2012). İç ve dış yapı arasında da buna benzer bir yaklaşım olduğu söylenebilir. Mimari mekan fiziksel varlığın ötesinde duyuşsal bir iç hacmi de barındırmalıdır. Dış mekanın görsel ve hacimsel başarısı iç mekan ile tamamlanmaktadır. İç ve dış mekanın fiziksel ve psikolojik ihtiyaçlara bütünlük içinde cevap verebilme gereksinimi iç mekan tasarımının önemini artırmaktadır.

Mekanda yer alacak fonksiyonel gereksinimler, iç mekan tasarımı ve programlanması yapılırken tanımlanmaktadır. İç mekan tasarımı problemin belirlenmesi ile başlamakta; literatür taraması ile gerekli bilgiler elde edildikten sonra tasarım süreci ile devam etmektedir. Sorunun çözümü bulunduktan sonra tasarım hazır hale gelmektedir. Bu süreçte mekan organizasyonu ve bu organizasyonun arkasında yatan tasarım fikri ile parçalar bir araya gelmektedir. Bu tasarım sürecinde kullanılan bütünlük, farklılık, denge, vurgu, zıtlık ritim, oran gibi ilkeler göz önünde bulundurulmaktadır. Bunlara ek olarak tasarım sürecinde kullanılan eskiz, maket, metin yazımı, kolaj gibi geleneksel yöntemler ile birlikte dijital

araçlar da önem kazanmaktadır. Tasarım aşamasını sunum ve uygulama aşamaları takip etmektedir. Sunum ve uygulama aşamaları temel tasarım aşamasından farklı olarak daha çok dijital materyal ve teknolojik imkan gerektirmektedir.

2. İÇ MEKANDA DİJİTAL TASARIM YÖNTEMLERİ VE MOBİL UYGULAMALAR

21.yy başlarından beri kendini sürekli yenileyen mekan problemlerine karşılık güncel dijital çözüm önerileri geliştirilmektedir. Dijital tasarım ve sunum yöntemleri mekan problemlerine hızlı ve kolay çözümler üretebilmektedir. Dijital çalışmaların artışı mekan kavramı ile birlikte mekan üretim yöntemlerini de değiştirmektedir. Eskiz, teknik çizim ve maket gibi mekan tasarımında kullanılan geleneksel yöntemlerin yerini dijital yazılımlar almıştır. Teknolojinin gelişmesi, dijital işletim sistemine sahip olan akıllı telefon ve tabletlerin kullanımının yaygınlaşması “mobil uygulamalar” adında yeni bir yazılım türünü oluşturmuştur. Mobil uygulamalar e-posta atabilme, müzik dinleme, fotoğraf ve video çekebilme, sosyal ağlar ile iletişim kurabilme ve alışveriş yapma gibi yaşamın içinde yer alan pek çok aktivitenin yapılabilmesine olanak sağlamaktadır. Bunlardan biri de mobil uygulamaların eğitim amaçlı kullanımınıdır.

İç mekan tasarımının kağıt üzerindeki gelişim evreleri mobil uygulamalar üzerinde de aynı şekilde işlemektedir. Projenin belirlenmesinden sonra gerekli analiz ve araştırmaların yapılması sürecinde ulusal ve uluslararası yayınlara erişim amacıyla akıllı telefonlarla pek çok dergiye kolaylıkla ulaşılabilmekte ve kaynaklar telefona kaydedilerek her yerde okunabilmektedir (Kitchenham, 2011).

Mobil uygulamalar eğitime referans veren interaktif öğrenme araçlarıdır (Copper, 2014). Özellikle kütüphanelerin veri tabanlarına telefonda ulaşılarak kaynak taraması yapılabilmesi bir projenin temelini oluşturan fikir bulma ve konsept yaratma evresinin hızla aşılmasına yardımcı olmaktadır. Fikir üretimi sürecinde, akıllı telefonlar aracılığı ile kullanılan mobil uygulamalar ile serbest el çizimi yapılabilmekte ve yapılan çizimlere renk, doku, aydınlatma gibi çeşitli filtreler uygulanabilmektedir.

İç mekan tasarımı sürecinde konsept belirlendikten sonra mekanın teknik çizim ile ifadesi de mobil uygulamalar ile gerçekleşmektedir. Mevcut mekan mobil uygulamalarda ölçülü olarak çizilebilmekte; çekilen fotoğraflar üzerine yazı yazılabilmektedir. Buna ek olarak küçük çaplı mekan tasarımlarında ihtiyaç duyulan renk, yer değişimi, boyut değişimi gibi revizyonlar hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir.

Belli bir konsept üzerinde şekillenen iç mekanın, çizim ve revizyonu gibi sunum aşaması da mobil uygulamalar aracılığı ile yapılmaktadır. Geçmişte elde yapılan pafta boyamaları, şu an mobil uygulamalar üzerinden, daha farklı alternatifler üretilerek yapılmaktadır. Üç boyutlu boyama teknikleri ve çizim uygulamaları ile tasarlanan projelerin görselleri internet üzerinde saklanabilmekte ve her yerde akıllı telefon, tablet, bilgisayar, televizyon, projeksiyon gibi cihazlar üzerinden sunumu yapılmaktadır.

3. İÇ MEKAN TASARIMINDA KULLANILABİLEN MOBİL UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Bilgisayarın hayatımızdaki yerini cep telefonları ve tabletlerin alması ile bilgisayarlarda kullanılan çizim ve sunum programlarının mobil uygulamaları iç mekan tasarımında da dikkat çekmektedir. Özellikle akıllı telefonların dokunmatik ekranı sayesinde serbest el çiziminden üç boyutlu çizimlere kadar pek çok yazılıma mobil cihazlardan kolaylıkla ulaşılmaktadır. Programların mobil uygulama versiyonları iç mekan üretiminde hem tasarım hem de sunum aşamasında kullanılmaktadır. Bu uygulamalardan bazıları; Adobe Capture, Home Design, Photoshop Express ve Sketchbook'tur. Autodesk 360 ve SketchUp Mobile Viewer gibi uygulamalar ise bilgisayar ortamında çizilmiş üç boyutlu görsellerin internet üzerinden akıllı telefon ve tabletlerde görüntülenmesini sağlayan örneklerdendir (Wahaj, 2017)

Autodesk 360, internet üzerinde çizim dosyalarını depolamak ve gözden geçirmek için iOS veya Android cihazlarda kullanılmaktadır (Wahaj, 2017). Ofislerde ve okullarda ortak yürütülen çalışmalarda, yarışma projelerinde iletişimi sağlamaktadır. Ekip üyeleri arasındaki koordinasyon internet üzerinden yapılan online yorumlarla daha hızlı gerçekleşmektedir. Uygulama online çalıştığı için bilgisayar ve mobil uygulamalar arasında eş zamanlı çalışma yapılabilmektedir.

Home Design uygulaması oda veya ev çizilmesine, dört duvardan ibaret olan boş bir evin odalara bölünmesine ve içine mobilyalar yerleştirilmesine olanak sağlamaktadır. Mekan tasarımı sürecinde, duvar kalınlığından tavan yüksekliğine kadar, evin tüm detayları çizime dahil edilmektedir. Kaba çizim bittikten sonra iç mekanın dekore edilmesi için gerekli boyalar, kumaş dokuları, kaplamalar, mobilya ve aydınlatmalar da program içinde bulunmaktadır. Böylece iç mekan içine yerleştirilen mobilyaların uyumu ve eve sığıp sığmayacağı kontrol edilmektedir. Tamamlanan mekan tasarımı e-posta, dropbox, onedrive gibi bir çok servis aracılığı ile sanal ortamda paylaşılmakta; sunumlarda kullanılmaktadır (Daryabar & Dehghantanha, 2015).

Adobe Capture uygulaması çekilmiş olan veya anlık çekilen fotoğraflar üzerinden farklı desen alternatifleri oluşturmayı sağlamaktadır. Bir iç mekanın duvarı, kumaşın dokusu veya seramiğin dizilimi konusunda bu uygulamadan yararlanılabilmektedir.

Mobil Photoshop Express uygulamasıyla farklı uygulamalarda çizilmiş olan iç mekanlar boyanmakta; üzerine yeni görseller eklenebilmektedir. Projelerdeki fotoğraflar ise farklı renk, filtre ve çerçeve seçenekleri ile daha etkili sunulabilmektedir. İç mekan tasarımı programlarında öğrencilere bilgisayar üzerinden öğretilen Photoshop uygulamasının mobil versiyonu olan Photoshop Express uygulaması, öğrencilere ödevlerinde ve proje sunumlarında katkı sağlamaktadır.

4. YÖNTEM

Araştırma içerisinde 2018-2019 akademik yılı güz döneminde İstanbul Şehir Üniversitesi İç Mekan Tasarımı programında eğitim alan 40 öğrenciye mobil uygulamalar üzerinden bir iç mekan tasarımı yaptırılmıştır. Bu uygulama üç aşamadan oluşmaktadır. Araştırma iç mekan tasarımı dersi alan birinci sınıf öğrencilerini kapsamaktadır. Uygulama süresi dört saattir. Öğrencilerin çalışma içerisinde kullanacakları mobil uygulamalar önceden cep telefonlarına yüklenmiştir ve uygulamaların kullanımı hakkında bilgi vermiştir. Ulaşılabilirlik açısından ücretsiz yazılımlar öncelikli tercih edilmiştir. Öğrenciler çalışmanın tüm aşamalarında cep telefonu, bilgisayar veya çizim masası kullanımı konusunda serbest

birakılmıştır. Tasarım sonrasında yapılan anket ile öğrencilerin iç mekan tasarımı eğitiminde mobil uygulamaların kullanımına ilişkin görüşleri alınmıştır.

1. Aşama

Bu aşama öğrencilerin mesleklerinde sıklıkla karşılaşılabileceği üç probleme çözüm üretmelerinden ve geleneksel temel tasarım araçlarından yararlanmalarından oluşmaktadır.

1. Problem: Öğrencilerin verilmiş olan odayı bir yatak odasına dönüştürmeleri istenmiştir. Odanın bir duvarına seçtikleri konseptte göre desen çalışması üretmeleri beklenmektedir. Bu süreçte eskiz çizerek tasarıma başlamaları istenmiştir.

Birinci problemin çözüm yöntemi: Öğrencilerin tasarıma başlamadan önce eskiz yapmayı değil cep telefonlarından ve bilgisayarlardan desen araştırması yapmayı tercih ettiği gözlemlenmiştir. İnternet üzerinde buldukları örneklere göre konsept belirleyip desen çalışmasını çizmeye çalışmışlardır.

2. Problem: Öğrencilerden odaya mobilya yerleştirerek duvar renklerine karar vermeleri ve odayı üç boyutlu görselleştirmeleri istenmiştir.

İkinci problemin çözüm yöntemi: Öğrenciler odanın planını çizmiştir. Daha sonra eskiz olarak perspektifini çizerek boyamaya çalışmışlardır.

3. Problem: Oda için renk ve tefriş alternatifleri oluşturulması istenmiştir.

Üçüncü problemin çözüm yöntemi: Öğrenciler üç boyutlu çizimi her renk alternatifi için tekrar yapmaya çalışmıştır.

2. Aşama

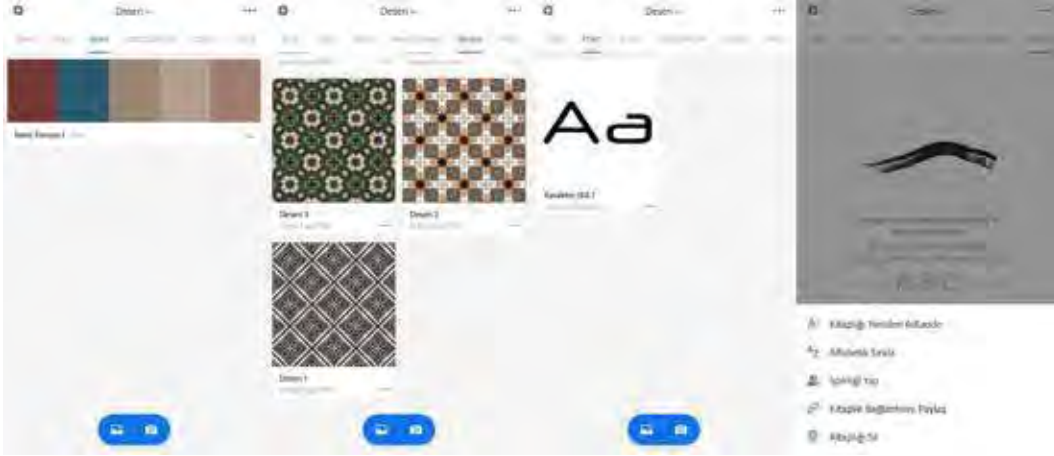
Bu aşama öğrencilerin mesleklerinde sıklıkla karşılaşılabileceği üç probleme mobil uygulamalar yardımıyla çözüm üretmelerinden oluşmaktadır.



Şekil 1: Adobe Capture ve Home Design uygulamalarının ikonları (ios 12.1 görünümü)

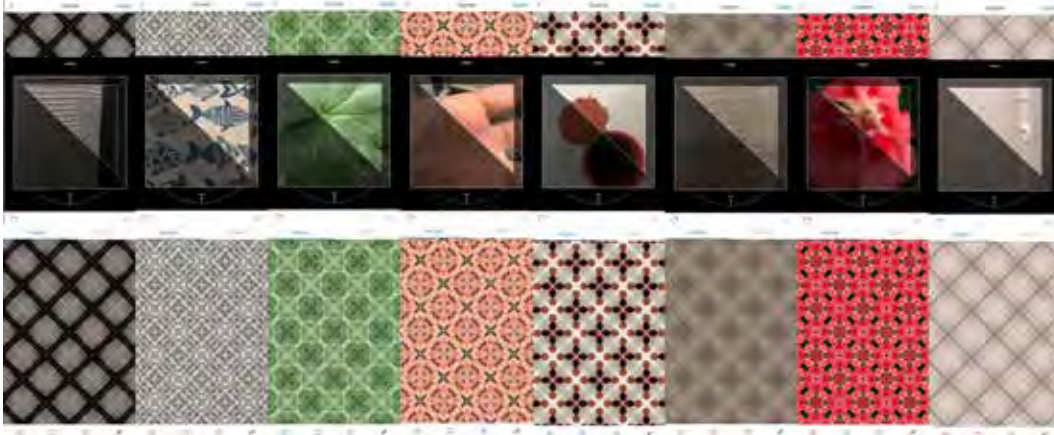
1. Problem: Öğrencilerin verilmiş olan odayı bir yatak odasına dönüştürmeleri istenmiştir. Odanın bir duvarına seçtiklerin konseptte göre desen çalışması üretmeleri beklenmektedir. Bu süreçte Adobe Capture adlı mobil uygulamayı kullanarak tasarıma başlamaları istenmiştir.

Birinci problemin çözüm yöntemi: Öğrenciler mobil uygulamayı ilk olarak kendi ellerinde ve defterlerinde bulunan yazılarda denemişlerdir. Daha sonra doğadaki ağaçların dalların ve bitkilerin fotoğraflarını çekmişlerdir. Çektikleri fotoğraflardan adobe capture uygulaması aracılığı ile farklı desen alternatifleri oluşturmuşlardır. Öğrenciler desen oluşturma amacıyla doğayı keşfetmiş ve doğadan geometrik formlar elde edebilmiştir.



Şekil 2: Adobe Capture uygulama arayüzü

Öğrenci çalışmalarından örnekler;



Şekil 3: Öğrenci çalışmaları

2. Problem: Öğrencilerden odaya mobilya yerleştirerek duvar renklerine karar vermeleri ve odayı üç boyutlu görselleştirmeleri istenmiştir. Öğrencilerin tasarımın herhangi bir aşamasında Home Design uygulamasını kullanması beklenmiştir.

İkinci problemin çözüm yöntemi: Öğrenciler uygulamayı açarak önce odanın planını oluşturmuş daha sonra içine eşya seçmeye başlamıştır. Çalışma içinde birden fazla alternatif oluşturarak telefonlarına kaydettikleri görülmüştür.



Şekil 4: Home Design uygulama arayüzü

Öğrenci çalışmalarından örnekler;



Şekil 5: Öğrenci çalışmaları



Şekil 6: Öğrenci çalışmaları

3. Problem: Oda için uygulama aracılığıyla renk alternatifleri oluşturulması istenmiştir.

Üçüncü problemin çözüm yöntemi: Öğrenciler ikinci problemde Home Design uygulamasında yapmış oldukları tasarım üzerinden kolaylıkla renk değişimi yapabilmıştır. Buna ek olarak oda için farklı tefriş alternatifleri oluşturabilmışlerdir.

Öğrenci çalışmalarından örnekler;



Şekil 7: Öğrenci çalışmaları

3. Aşama Öğrencilerin 1. ve 2. aşamada yapılan çalışmayla ilgili görüşleri üçlü likert ölçeği kullanılarak yapılan bir anket çalışması ile değerlendirilmiştir.

Tablo 1: Öğrencilerin mobil uygulamalar ile ilgili görüşleri

	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım
Tasarım geliştirme süreci mobil uygulama yardımıyla daha kısa sürmektedir.	36 Öğrenci		4 Öğrenci
Tasarım fikrinin görselleştirilmesi kullanılan mobil uygulama ile daha kolaydır.	40 Öğrenci		
Mobil uygulama aracılığı ile yapılan tasarımlar değişiklik yapmaya daha çok imkan tanımaktadır.	37 Öğrenci	1 Öğrenci	2 Öğrenci
Mobil uygulamalar iç <u>mekan</u> tasarımına katkı sağlamaktadır.	40 Öğrenci		
Mobil uygulamalar iç <u>mekan</u> tasarımı eğitiminde kullanılmalıdır.	40 Öğrenci		
Bundan sonra mobil uygulamaları tasarım yaparken kullanırım.	32 Öğrenci	4 Öğrenci	4 Öğrenci
Bu çalışmanın benim için faydalı olduğunu düşünüyorum.	40 Öğrenci		

Yapılan anket sonuçlarına göre öğrencilerin %90'ı mobil uygulamaların tasarımı geliştirme sürecinde geleneksel yöntemlere göre daha etkili olduğunu düşünmektedir. Tüm öğrenciler tasarım fikrinin görselleştirilmesi konusunda mobil uygulamaları diğer yöntemlere göre daha kolay ve hızlı bulmuştur. Anket sonucuna göre kullanılan mobil uygulamanın yapılan tasarımda uygulanacak değişikliğe daha çok olanak tanıdığı verisine ulaşılmıştır. Katılımcıların %80'i bundan sonra mobil uygulamaları tasarım yaparken kullanmaya karar vermiştir. Tüm iç mekan Tasarımı öğrencileri mobil uygulamaların kendileri için faydalı olduğunu, iç mekan tasarımına katkı sağladığını ve eğitimde kullanılması gerektiğini düşünmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Teknolojik gelişmelerin bir sonucu olan dijital iletişim araçlarının yaygınlaşması ile akıllı telefon, tablet ve akıllı saat gibi iletişim araçları günlük hayatın bir parçasını oluşturmaktadır. Dijital araçlardan biri olan mobil uygulamaların eğitim amaçlı kullanımı öğrencilerin eğitim hayatını kolaylaştırmaktadır. Araştırmalar sonucunda mobil uygulamaların yeni öğrenme yöntemleri ortaya çıkardığı, bilgiye ulaşılabilirliği ve bilginin işlenmesini kolaylaştırdığı görülmüştür. Bu açıdan mobil uygulamalar öğrencilere hem farklı bir bakış açısı kazandırmakta hem de yeni bir çalışma alanı yaratmaktadır.

Araştırma içerisinde mobil uygulamaların fikir üretimi, tasarım, çizim, görselleştirme, sunum ve revizyon gibi birçok amaçla kullanımı incelenmiştir. İç mekan tasarımında sıklıkla kullanılan uygulamaların eğitime desteğinin araştırılması için iki aşamalı bir mobil mekan tasarımı örneği gerçekleştirilmiştir. Böylece geleneksel tasarım yöntemleri ile mobil uygulamalar karşılaştırılmıştır. Yapılan çalışma, uygulamaların öğrenci üzerinde yarattığı etkiyi ölçmek için, bir anket çalışması ile desteklenmiştir. Anket

çalışmasına göre mobil uygulamaların iç mekan tasarımı eğitiminde kullanılabileceği sonucuna varılmıştır.

Bu çalışmada yapılan araştırmalar ve uygulama örnekleri sonucunda, teknolojik gelişmeler sayesinde hayatın içine dahil olan mobil uygulamaların, iç mekan tasarımı eğitimine hız ve erişilebilirlik kazandırdığı görülmüştür. Bu etkenlerden dolayı geleneksel öğretim yöntemi ile yapılan iç mekan tasarımının, mobil uygulamalarla desteklenerek ilgi çekici hale getirilmesi ve zenginleştirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKLAR

Arslan Avar, A. (2009). Lefebvre'in Üçlü-Algılanan, Tasarlanan, Yaşanan Mekan-Diyalektiği. Dosya, 17, ss.7-16.

Ching, F. D., Elçioğlu, B., & İpek, G. (2004). İç mekan tasarımı: resimli. Yapı Yayın.

Coles, J., House, N., Vaizoglu, Z., & Yildirim, M. (2012). İç mimarlığın temelleri. Literatür.

Copper, C. (2014). Incorporating technology: Using tablets and apps as reference and teaching tools in architecture school libraries. Art Documentation: Journal of the Art Libraries Society of North America, 33(1), 119-128.

Daryabar, F., Dehghantanha, A., Eterovic-Soric, B., & Choo, K. K. R. (2016). Forensic investigation of OneDrive, Box, GoogleDrive and Dropbox applications on Android and iOS devices. Australian Journal of Forensic Sciences, 48(6), 615-642.

Ertek, H. (1994). İç mekân temel tasarım ilkelerine bir yaklaşım (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Hasol, D. (2005). Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü, Yapı Yayın, 9. Baskı, İstanbul.

Kitchenham, A., & Kitchenham, A. (2011). Models for interdisciplinary mobile learning: delivering information to students. IGI Publishing.

Wahaj, A. F. (2017). TECH-ARCHITECTURE. Journal of Architectural Drawing, 2(2, 3).

Tüketim Alışkanlıklarını Etkileyen Marka ve Kimlik Faktörleri: Bir AVM İncelemesi

Asena DEMİRCİ // *asenademirci@gmail.com*
Hacettepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Dr. Bülben YAZICI // *byazici@etu.edu.tr*
TOBB ETÜ, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi

ÖZET

1960'lı yıllardan itibaren insanların tüketim alışkanlıkları, üretimin ve ekonomik gelişmelerin sağladığı bu sürece, yüzyılın başında Amerika'da Fordizmle başlayan üretim sürecinden tüketime geçiş ve ilerleyen dönemde ülkelerin ekonomik alandaki kriz ortamlarından çıkmaları hız kazandırmıştır. Ekonomik anlamda güç kazanan toplumların tüketim alışkanlıkları, hane halkının ihtiyaçları doğrultusunda alışveriş yapma durumundan, dev şirketlerin ve markaların hane halkını yönlendirdiği bir tüketim kültürüne dönüşmüştür. Üreticiler, ürün ya da hizmetlerini satmak için tüketicileri cezbetmenin yollarını aramaya başlamışlardır. Günümüzde tüketimi cazip hale getirmek için üreticiler birbirinden farklı ve birbirinin içine geçmiş olan tüketim araçlarını kullanmaktadır. Tüketim araçları, evlerde bulunan televizyon, internet gibi alışveriş yapmaya imkân tanıyan araçlar olduğu gibi, gündelik hayatta yaşamın bir

parçası haline gelen süpermarketler, alışveriş merkezleri, tema parklar gibi mekânlar da olabilmektedir.

Tüketim deneyimleri, Dubé ve LeBel'e göre (2003), doğrudan tüketicinin mutlu olması, kendini rahat ve güvende hissetmesi, kendini bulunduğu mekâna ait hissetmesi ile ilgilidir. Bu deneyimin bir bağlılığa dönüşmesi ise gene duygular, duyarlılıklar, algılar ve bunların tüketicide yarattığı davranışlar ile ilişkilendirilmektedir.

Marka kimliği ve marka bağlılığı gibi kavramlar tüketicinin marka ile yaşadığı deneyimler üzerinden şekillenmektedir. Tasarım yazınında tüketici deneyimi ve/veya marka deneyimi kullanıcının ürün ile ilişkisi üzerinden değerlendirilirken, pazarlama yazınında ise ürünün kişiliği, tüketicinin algısı, hissettikleri, marka değerlendirmeleri ve marka ilgisi ile ilişkilendirilmektedir. Ürün tüketici ilişkisi araştırılırken ürünün markası, markanın kimliği, iletişimi ve güvenilirliğinin tüketici seçimlerini doğrudan etkilediği görülmektedir.

Günümüzde ilk akla gelen alışveriş merkezleri olsa da, tüketim araçları eğitimden sağlığa, konaklamadan ulaşım kadar her sektöre yayılmış, hatta birbirlerinin içine geçmiştir. Bir alışveriş merkezine girildiğinde giyim, gıda gibi maddi tüketim ihtiyaçları karşılandığı gibi; tiyatro, sinema, oyun parkı gibi eğlenceye yönelik, eczane, doktor gibi sağlığa yönelik de tüketim ihtiyaçları da karşılanabilmektedir. Çalışmada mekânsal ürün olarak nitelendirilen nesnelerin her biri, birer kullanım ve iletişim nesnesi olarak değerlendirilmektedir. Bu özellikleri bahsedilen mekânsal ürünleri ve ürün-kullanıcı ilişkisini önemli hale getirmektedir.

Bu çalışma ile Ankara'da bulunan Armada Alışveriş Merkezi incelenerek, o yapının kimlik özellikleri ile fiziksel, sosyal ve kültürel özellikleri arasındaki ilişki, bu ilişkinin tüketici tarafından algılanıp algılanmadığı, farklı kullanıcı ve tüketicilerin ne tür fiziksel ve görsel ürünleri tercih ettikleri ve tüketim alışkanlıklarını etkileyen bu tercihlerini ne tür sebeplerle yaptıkları detaylı bir şekilde analiz edilmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim Kültürü, AVM, Marka, Kimlik, Tüketici Davranışları

GİRİŞ

Dünya tarihinde savaşların bitmesini izleyen 1960'lı yıllardan sonra, ekonomik gelişmeler çerçevesinde üretimdeki artış, insanların tüketim alışkanlıklarında değişikliklere neden olmuştur. Amerika'da başlayan Fordizm akımıyla üretim sürecinden tüketim sürecine geçiş ile birlikte ülkelerin refah düzeylerinde artış görülmüş, bu durum da hane halkının ihtiyaçları doğrultusunda tüketim yapmasından, sermaye sahibi olan üretici kurum ve kuruluşların hane halkını tüketim konusunda yönlendirdiği bir sürece girmiştir.

Üreticiler, tüketicilerin ihtiyaçlarından fazla ürün ve hizmet satın almaları için tüketiciyi cezbetmenin yeni yollarını, yani yeni tüketim araçlarını aramaya başlamışlardır. Bu arayış ile paralel olarak seyreden ekonomik gelişmeler, toplumların sosyal yapısından mekân yapılanmasına kadar birçok değişime neden olmuş, Üstün'ün (2008) değindiği gibi tüketim, bireylerin kendilerini konumlandırması, kimlik oluşturup bir sosyal grubun parçası haline gelmesi, sosyal grupların arasındaki farklılaşma gibi bir dizi uygulamanın kapsamını oluşturan bir kavram haline gelmesine neden olmuştur. Bu durum birbirinden farklı tüketim araçlarının birbirinin içine geçmesine ve bu araçlar yardımıyla tüketimin neredeyse

her evde bulunan televizyonlardan, alışveriş imkânı tanıyan internet sitelerine, gündelik hayatın bir parçası haline gelen süpermarketler, alışveriş merkezlerinden, tema parklar gibi mekânlara kadar geniş bir yelpazeye yayılmasına neden olmuştur.

Türkiye’de de özellikle 1980’li yıllarda gerçekleşen ekonomik teşvik ve düzenlemeler, ülkenin dünya piyasalarına girmesine neden olmuştur. Bu durum tüketim mallarının çeşitlenmesine, yeni tüketim kalıplarının kitle iletişim araçları yardımı ile halkın bütününe yayılmasını sağlamıştır (Demir, 1994). Kazanılan tüketim ivmesi ile birçok yabancı sermayeli marka Türkiye pazarına girerek, kentlerin sosyal dokusunu, bireylerin tüketim alışkanlıklarını ve alışveriş merkezleri gibi tüketim mekânlarının genişmesine neden olmuştur.

Tüketim araçlarının birbirine geçişi ile mekânların tasarımı ve mekânsal özellikleri, tüketimi etkileyen ana faktörlerden biri olmuştur. Öztürk (2012) mekânın; ancak bireyin mekân ile iletişim kurması halinde mekân sayılabileceğini belirtmektedir. Bu iletişimin başarılı bir şekilde kurulmasında ise mekânsal özelliklerin ve ürünlerin tüketici sayılan bireyler tarafından özümsemesi, tercih edilmesi, cazip bulunması ve özellikle aidiyet yaratması gerekmektedir.

Bu çalışmada mekânsal ürün olarak belirtilen oturma grupları, aydınlatma öğeleri, yer döşemeleri, bilgilendirme/yönlendirme araçları gibi nesnelerin her biri, birer iletişim ve kullanım objesi olarak ele alınmıştır. Mekânsal ürünlerin özel tasarım ürünleri olmaları sebebi ile aynı zamanda birer görsel obje olarak algılanması, buldukları mekânların kimliğini oluşturmalarına ve buldukları mekânlar ile iletişim içinde olmalarına neden olmaktadır (Bayraktar, 2008).

Tüketim açısından bu özellikleri verilen mekânsal ürünler, ürün ile kullanıcı arasındaki ilişkiyi önemli bir hale getirmektedirler. Varlıklarını özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası hissettiren mekânlar, toplumun sosyal ve kültürel birleşmesinin sanat, ürün, moda, eğlence, marka gibi kavramlar üzerinden şekillendiği dönemde üretimi ve tüketimi teşvik ederek tüketimin niteliğini değiştirmeye başlamışlardır. Bu değişim sürecinde ortaya çıkan yeni tüketim araçları, bireylerin tüketirken daha fazla zaman ve para harcamalarını teşvik edecek şekilde tasarlanmaya başlanmıştır. Yeni tüketim araçlarının amacı, bireylerin ihtiyacı olmayan ürün ve hizmetleri satın almalarını ve kullanmalarını sağlayacak olan uygulamaları kapsayacak hale gelmiştir (Yırtıcı, 2002).

Tüketim araçlarının geçirdiği bu dönüşüm sonucunda, sosyal statü gruplarındaki bireylerin ürün ve hizmetleri tüketme biçimleri değişiklik gösterdiği gibi, o ürün ve hizmetlerin tüketildiği mekânlar da değişimler yaşanmıştır. Kısacası mekânlar; sadece istek ve ihtiyaçların karşılandığı ticari bir yer olmaktan, alışveriş ise; alıcılar ile satıcılar arasında paranın el değiştirmesi sonucu ürün veya hizmet alımı kapsamından çıkmıştır. Mekân ve alışveriş bunun yerine; tüketici deneyiminin yaşandığı, tüketicinin birçok sosyal, fiziksel, kültürel ürün ile iletişime geçtiği, tüketicinin kendine göre sosyal sınıf ya da kimlik edindiği bir kavram ile bütünleşmiştir (Bakır, 2013).

Kowinski (1985), çoğu insan için büyüü, kutsal hatta dini bir karaktere sahip olması bakımından alışveriş eyleminin gerçekleştiği mekânları tüketim katedralleri olarak nitelendirmiştir. Bunun nedeni olarak da bireylerin bu mekânları, kendi ihtiyaçlarını gidermesinin ötesinde kullandıklarını düşünmesidir. Tüketimi, tıpkı dini mekânlarda yapılan bir deneyime benzetmiş ve tıpkı o deneyim gibi tüketimi de bireylerin haz aldığı bir eylem olarak belirtmiştir. Aynı şekilde Ritzer (2000) da günümüzdeki yeni tüketim mekânları için kullanacağı tüketim katedralleri kavramını, tüketim araçlarının bireyleri büyülediği ve kullanmak ya da gitmek için can attıkları yer olarak tanımlamıştır. Tüketim mekânları ise doğası gereği hiçbir tüketici grubunu ayırmamaktadır. Bunun sebebi; yapım ve tasarım amacının

ziyaretçileri etkilemeye, daha fazla zaman ve para harcamalarını teşvik etmeye çalışan yapılar olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda tüketicileri büyüleme, kendilerine bir şekilde çekme özelliğine sahip olmak zorundadırlar. Bir “hizmet alanı”na dönüşen tüketim mekânları, toplumun her kesimine eşit bir şekilde hitap eden, üstüne her türlü nesnenin, zamansal ritmin, ilişkilerin takılıp çıkartılabildiği yerlere dönüşmektedir (Üstün, 2008).

Günümüzde tüketim mekânları, birçok ürün ve hizmetin aynı anda bir çatı altında toplanması ile devasa büyüklükteki yapılara dönüşmüşlerdir. İç mekânların büyükleri sayesinde farklı bir dünya yaratılarak, dış mekânlar etkisiz hale getirilmiştir. Tüketim, Debord’un (1994) da belirttiği gibi bir gösteriye dönüşmüştür.

Tüketim mekânlarının, kendi içinde tanımlı alanların bulunduğu ve ziyaretçilerin bu alanlarla ilişki kurabilecekleri yerler olması gerekmektedir. Bu durumu Auge (1992), bir mekânın yer olarak sayılabilmesi için insanların o mekân ile ilişki kurabileceği ve tanımlayabileceği bölümlere ayrılması gerektiği şeklinde açıklamıştır. Bu durum marka ve imaj kavramlarını ortaya çıkarmış ve günümüzde bu kavramların tüketim mekânlarında da öne çıkmasına neden olmuştur. Bunun nedeni bu kavramların, tüketim konusunda tüketiciyi cezbeden ve tüketimi arttıran etkiye sahip olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu kavramlar üzerinden tüketim mekânları ile ilgili yapılan çalışmalar tüketici davranışlarını oldukça etkilemekte, tüketici alışkanlıklarını değiştirmektedir.

Büyük şehir merkezlerinde bulunan tüketim mekânlarından biri olan alışveriş merkezleri de sermayenin, mekân ve zaman üzerindeki etkilerinin rahatlıkla görülebildiği, son dönemlerde bireylerin yaşam tarzlarını yansıtabildikleri mekânsal düzenlemelerden bir tanesidir. Özellikle ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler aracılığı ile artan fiziksel hareketlilik sayesinde, soyut mekân kavramı modern kapitalist toplumun temel mekân anlayışı olarak benimsenmiştir. Aurigi’nin (1997) bahsettiği soyut mekân anlayışı, yok-mekân olarak tanımlanan alışveriş merkezleri vb. yeni kamu alanları ile ortaya çıkan bir anlayıştır.

Yeni tüketim mekânlarından biri olan alışveriş merkezlerinde, bireylere mekânın kendi zaman kurgusu yaşatılmak istenmekte; gerçek zaman kurgusu yok edilerek, gece gündüz ayrımı, orada geçirilen süre gibi durumlar ortadan kaldırılmak istenmektedir. Bunun yanı sıra alışveriş merkezlerinde tüketim mekânları birbirinin geçirilmekte; yani ürün ve hizmet alımının yapıldığı, farklı işlevlerin iç içe geçerek yerine getirildiği tüketim mekânları yaratılmaktadır. Bu çerçevede alışveriş merkezlerinde, giyim, gıda gibi maddi tüketim ihtiyaçları karşılandığı gibi; tiyatro, sinema, oyun parkı gibi eğlenceye yönelik, eczane, doktor gibi sağlığa yönelik de tüketim ihtiyaçlarının karşılanabildiği birbirine geçmiş birçok tüketim mekânı bulunmaktadır. Yeni tüketim mekânlarından biri olan Ankara’daki Armada Alışveriş Merkezi de ziyaretçilerin her türlü ihtiyacını karşılayacak şekilde yapılmış ve bütüncül bir yaklaşımla toplanmıştır. Bu özelliği ile yeni bir kent anlayışını temsil etmektedir. Tasarımı, kendi kendine yetebilen, ziyaretçilerin gereksinimlerine cevap verebilen kentsel ve kamusal bir mekân olmasına göre şekillenmiştir (Yırtıcı, 2002).

İlk kısım olan Armada 1, 2002 yılının Eylül ayında, ikinci kısım olan Armada 2 ise 2013 yılında tamamlanmış ve hizmet vermeye başlamıştır. Armada 1’in bitişiğinde konumlandırılan iş merkezi sayesinde ticaret merkezi olarak da hizmet vermektedir. Armada 1 ve Armada 2 aralarında bir sokak ile birleştirilerek yan yana konumlandırılmıştır.

Armada Gelişim Projesi kapsamında tasarlanıp sonradan yapılan Armada 2 ile birlikte içe dönük alışveriş merkezi konseptinden çıkılarak, ziyaretçilere sokak deneyimi yaşatacak, yapıları yarı açık bir

mekân ile birleştiren bir yaklaşıma yönelinmiş; kapalı mekân örneğindeki Armada 1'den farklı olarak tüketici deneyimlerine izin veren, mekânların kendi aralarında içeriden ve dışarıdan geçişler sağlandığı, bütüncül ama ayrı karakteristik özelliklere sahip bir alışveriş yapısı oluşturulmuştur (<http://atasarim.com.tr/tr/proje/armadagelis98m>).

Armada Alışveriş Merkezi, konumu itibarıyla şehrin önemli noktalarına olan yakınlığının yanı sıra, toplu taşıma araçlarına olan ulaşılabilirliğiyle de kullanıcıların tercih etmelerine neden olmaktadır. Bu açılardan bakıldığında mekânların markalaşmasında birçok farklı bileşenin etkili olduğu görülmektedir.

Günümüzde tüketiciler ürün ya da hizmet alımında ihtiyaçları veya istekleri dışında, satın aldıkları markayla kurdukları duygusal bağa göre seçimlerini şekillendirmektedirler. Tüketiciler marka ile kendi aralarında ortak noktalar bulmayı ya da yaşam tarzlarına göre kendilerini yansıtacaklarını düşündükleri markaları seçmeyi tercih etmektedirler. Bu sebeple üreticiler sadece bireylerin ihtiyaçlarını karşılayıp, ürünün işlevselliğini geliştirmenin dışında, ürüne belli değerler ekleyerek tercih edilmelerini sağlamaya çalışmaktadırlar.

Bunun yanı sıra medya kanalları da toplumdaki tüketim alışkanlıklarını değiştirmede önemli bir etkiye sahiptir. Özellikle son yıllarda dijital platformlar kullanarak üreticiler tüketiciye daha yakın olmakta ve daha hızlı bir şekilde ulaşmaktadırlar.

Çoklu dijital ortam ve elektronik cihazlarda gösterilen, sadece yazıdan ibaret olmayan hiper metin-sellik özelliklerinin aktif olarak kullanılması ile birlikte, tüketicilere verilen mesajların niteliği değişmiş ve etki alanı da oldukça genişlemiştir. Günümüzde markalar tüketimi arttırmak için bu gelişmeleri hızla uygulayarak, rekabet edebilmek için yeni satış stratejileri geliştirmek zorunda kalmışlardır. Bu stratejilerden biri de tüketicinin algılama, harekete geçme ve deneyimleme yetilerindeki değişimi net bir şekilde ortaya koyarak, buna uygun uygulamalar geliştirmeleridir (Erdem, 2017).

Bireylerin yaşayış biçimleri, deneyimlenen mutluluk, üzüntü, sevinç gibi hisler, memnuniyet, aidiyet, sadakat gibi kavramlar ürün ve hizmet seçiminde maddi kaygıların önüne geçmiştir (Aydın, 2009). Alınan hizmet sonucunda oluşan bu deneyim, markaların birbirinden ayırt edilmesine, dolayısıyla satışlara, müşteri sadakatine ve markanın tanıtımına katkı sağlamaktadır (Zarantonello ve Schmitt, 2010).

Tüketici deneyimi, tüketiciden tüketiciye değişen, hislerini, duygularını ve bilincini katarak markanın tasarımı, kimliği, ambalajı, iletişimi ve bulunduğu çevre gibi uyarıcı etkenlere verdiği davranışsal cevaplar olarak tanımlanabilmektedir (Brakus, Schmitt ve Zarantonello, 2009). Tüketici deneyimi olumlu ya da olumsuz bir deneyim olarak yaşanabileceği gibi, kısa ömürlü ya da kalıcı da olabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında tüketici deneyiminin kesin olarak tüketici memnuniyetini, markaya olan bağlılığı ve marka çağrışımını etkilediği görülmektedir.

Tüketici deneyiminin oluşmasında, tüketicinin ürün ya da hizmet alımı öncesinde ve alımı sırasında markaya olan algısı, bulunduğu çevre, ürün ve tasarımı gibi kavramlar öncelikli olmaktadır. Bu kavramların tüketici açısından olumlu algısı uzun vadede tüketicinin o markaya olan bağlılığını etkilemekte, alışverişlerinde o markayı ve bağlı olduğu ürün ve hizmetleri seçmesine neden olmaktadır. Tüketicilerin herhangi bir markayı deneyimlemesi, o markaya güven duyması için gerekli olan tüm bilgiyi sağlamasına neden olmaktadır (Ballester, 2005). Olumlu tüketici deneyimi sonrasında oluşan marka bağlılığı sonucunda tüketici, markaya karşı olumlu tutum ve tüketicimarka arasındaki ilişkiyi sabit koruma içgüdüğü göstermektedir (Dick ve Basu, 1994).

Alışveriş merkezleri gibi insan sirkülasyonunun fazla olduğu alanlarda kullanılan ürünlerin tasarımları, işlevlerini tam olarak yerine getirerek kullanıcıya uzun sürecek olumlu deneyimler yaşatmaktadır. Bu olumlu duygular tüketicilerin o mekâna yeniden gelmelerini sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, bu yaklaşım ele alınarak işlevsellik ve ürün tasarımı arasında bir dengeğin olması, dengeğin bozulması sonucunda olumsuz deneyimlerin yaşanacağı sonucu çıkarılmaktadır (Hagtvedt, 2014). Yer ve kimlik kavramlarını ise süreklilik, öz saygı, öz yeterlik ve ayırt edicilik prensipleri oluşturmaktadır. Yer kimliğinin sürekliliği, geçmiş eylem ve deneyim ile gelecek arasındaki uyuma bağlı olmaktadır (Breakwell, 1986). Mekânın gelişiminin sürdürülebilirliği ve gerekli mekânsal korumanın sağlanması ile yerin sürekliliği sağlanmış olacaktır. Gereken mekân uyumunun olmadığı yerlerde, süreklilik sağlanamamakta ve başka bir mekâna geçiş ve yaşama arayışına geçilmektedir (Feldman, 1990). Pozitif bir kavram olarak öz saygı ise, bireylerin favori mekânları tarafından desteklenmekte ve bireye kendini iyi hissettirmektedir (Korpela, 1989). Tüm bu görsel unsurların varlığı sayesinde mekânlar kimlik ile özdeşleşebilmektedir.

Bu bağlamda alışveriş merkezlerini oluşturan yapılar ve onların yerleşim düzeni, araziye konumlandırılması; birbirinden farklı işlevi olan ve farklı ihtiyaçları karşılayan mekânların iç ve dış ortamlar ile olan ilişkileri, yapılan mekânsal düzenlemeler ve bu mekânlar ile uyumlu olarak kullanılan donatı elemanları mekânın kimliğini oluşturan ve devam ettiren temel unsurlardan bazılarıdır. Bu unsurlar kullanıcıların gidecekleri alışveriş merkezini seçmelerini sağlamaktadır.

Tüketim deneyimleri, Dubé ve LeBel'e göre (2003), doğrudan tüketicinin mutlu olması, kendini rahat ve güvende hissetmesi, kendini bulunduğu mekâna ait hissetmesi ile ilgilidir. Bu deneyimin bir bağlılığa dönüşmesi ise gene duygular, duyarlılıklar, algılar ve bunların tüketicide yarattığı davranışsal tepkiler ile ilişkilendirilmektedir. Tüketicinin marka tarafından uyarılması, tüketicinin özelleşmiş hislerini, duygularını, algılamalarını ve davranışsal tepkilerini kapsamaktadır (Brakus, Schmitt ve Zarantonello, 2009). Tüketici bir markayı ararken, satın alırken ya da tüketirken kullanacağı ürünün kendisine sağladığı faydanın yanında, markanın kimliğini yansıtan renk, şekil, tipografi, arka plandaki tasarım öğeleri, sloganı, maskot/marka karakteri gibi marka ile alakalı uyaranları da dikkate almaktadır (Keller, 1993). Marka ile ilgili bu uyaranlar markanın tasarımı, ismi, logosu, yön işaretleri gibi kimliğini temsil eden öğelerde, ambalajında, internet sitesi, reklam gibi pazarlama iletişimi mecralarında yer almaktadır. Bunun yanı sıra marka ve ürünün satıldığı mekânlar da tüketici seçimlerinde ve deneyimlerinde etkili olmaktadır. Mağazalar, etkinliklerin yapıldığı alanlar markanın kimliğini yansıtan tasarımlar doğrultusunda şekillenmekte ve tüketicinin o ürünü ya da markayı tercih etmesinde belirgin bir rol oynamaktadır (Kerin, 1992).

Tüketim mekânları tüketici deneyiminin oluşmasını sağlayan çok önemli mekânlardır. Tüketiciler, mekânların işlevlerinin tanımlanmasına göre yönlendirilmekte ve buna göre hareket etmektedirler. Tüketim mekânları, tüketicilerin aklında olmayan ürün ve hizmetleri tüketmesini, satın almalarını sağlamaktadır. Tüketim mekânlarının sirkülasyonu, dolaşım olanakları, bulunduğu konum, tasarımı, sağladığı hizmetler gibi unsurlar tüketicinin tüketim deneyimi yaşamasına neden olmakta, ürün ve hizmet alımını yapmasına neden olmaktadır.

Armada 1 ve Armada 2 AVM'leri için Hayat Sokağı bu bağlamda büyük önem taşımaktadır. Hayat Sokağı, Armada 1'den 10 yıl sonra yapılan Armada 2'yi, yani iki farklı tüketim mekânını birbirine bağlayan, içinde birbirinden farklı tüketicinin de tanıdığı markaların bulunduğu ve bir kimlik oluşturduğu bir yapı haline gelmiştir. Hayat Sokağı, tüketicinin Armada 1 ve Armada 2'ye yönlendirilmesi için büyük önem taşımaktadır. Tüketicinin büyük çoğunluğu Hayat Sokağı'na gelerek, farkında olmadan Armada 1 ve Armada 2'ye yönlendirilmektedir. Tüketiciler yemek yeme, sosyalleşme ihtiyaçları için

Hayat Sokağı'na gelmenin öncesinde veya sonrasında AVM'de mağazaları dolaşmakta, alışveriş yapmakta, oturma grupları, tuvaletler gibi mekânsal ürünleri kullanmaktadırlar.

Tüketim deneyimi sürecinde, bir tüketim mekânı olarak AVM için önemli konulardan bir tanesi tüketicinin o mekânda olabildiğince fazla zaman geçirmesinin sağlanmasıdır. Bunun sebebi; tüketicinin AVM'de harcadığı zamanı tüketim mekânının markası ile değerlendirmesidir. Bu değerlendirme sonucunda tüketici, o mekânda kaldığı süre ile doğru orantılı olarak o mekâna aidiyet hissetmeye başlamaktadır.

Bu bağlamda, tüketicinin tüketim mekânında tutulması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Mekânsal ürünler bu noktada devreye girmektedir. Aydınlatmanın iyi olması, yerlerin algılanabilir bir döşeme ile kaplanması, dolaşım sirkülasyonunun tüketici tarafından basit ve anlaşılır olması, aradığı ürün ve hizmeti kolaylıkla bulmasının sağlanması, kendini o mekânı biliyormuş gibi hissetmesi önem taşımaktadır. Armada 1 ve Armada 2'de kullanıcılar bu özelliklerin farklılıklarından söz etmişler ve buna göre AVM'ler arasında tercihlerini belirtmişlerdir.

Tüketim mekânları bulduklarını sosyoekonomik ortamdaki her türlü tüketici grubuna hitap etmek için tasarlanmışlardır. Bu açıdan tüketim mekânlarında bulunan markalar, mekânsal ürünler gibi öğeler her türlü tüketicinin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamak zorundadır. Bu herhangi bir tüketicinin ürün veya hizmeti sağlaması için AVM'yi kullanması olabileceği gibi, orada zaman geçirirken kullanacağı oturma grupları gibi mekânsal ürünler de olabilmektedir. Hayal kırıklığı yaşayan tüketici AVM'de zaman geçirmek istemeyeceği gibi bir daha o AVM'ye gelmeyebilir.

Tüketim kültürüne etki eden faktörler tüketim mekânları, marka, ürün, kurumsal kimlik, tüketicilerin sosyoekonomik durumları vb. unsurlardır. Tüketicilerin tüketim deneyimi yaşamak istedikleri tüketim mekânları, o mekâna gelenlerin de kendilerine benzediği yerler olmasıdır. Tüketiciler kendilerini, sosyoekonomik açıdan aynı düzeyde hissettiği grupların gittiği yerlerde daha rahat hissetmekte, aidiyet duymaktadır.

Bir markanın yarattığı mekânda kullanılan ürün, tüketici deneyimi oluşturmaktadır. Bu bağlamda marka ve ürün birbirini güçlendiren kavramlardır. Tüketiciler Armada 1'in yaklaşık on beş senedir gerek marka, gerekse ürün bakımından birçok değişim geçirdiğini ve tüketicide güvensizlik yarattığını göstermektedir. Bu yüzden tüketiciler Armada 2'yi daha iyi tasarlanmış ve organize olmuş bir şekilde görmektedir.

Kurumsal kimlik, bir markanın mekânsal ürünlerinin oluşması sürecinde, o mekânsal ürünlerin birden fazla yerde vurgulanması, bir mekânda marka ve ürün arasından ilişki yaratması açısından önem taşımaktadır. Tüketici markanın kurumsal kimliği sayesinde, girdiği mekândaki ürünlerden o mekânın neresi olduğunu anlayabilmekte; böylelikle bağlılık oluşturabilmektedir. Bu açıdan oluşturulacak tüketim mekânlarında marka ve ürün bir bütün olarak ele alınması önerilmektedir.

Tasarım açısından ise; mekânlarda kullanılan mekânsal ürünlerin markaya ait olması, marka için özel olarak tasarlanmış olması o mekân için önem taşımaktadır. Tüketicinin Armada 1 ve Armada 2 arasında bir ilişki kurabilmesi için aydınlatma elemanları, çöp kutuları, merdiven trabzanları gibi mekânsal ürünlerin birbirlerine taşınması önem taşımaktadır. Mekânsal ürünlerin birbirine taşınması bir dil birliği oluşturmaktadır. Armada 1 Ankara'da bulunan en eski ve kurumsal kimliğe sahip AVM'lerden bir tanesidir. İlk AVM'lerden biri olmasına rağmen sonradan yapılan Armada 2'ye Armada'nın kurumsal kimliği taşınamamış, Armada 2'yi tüketiciler başka bir AVM olarak konumlandırmışlardır. Armada 2 apayrı bir yapı olarak ortaya çıkmış, Armada 1 ve Armada 2'de dil birliği oluşmamıştır. Ankara'da yan

yana bulunan Kentpark ile Cema, Panora ile One Tower AVM örneklerinde olduğu gibi tüketiciler bu iki AVM'yi farklı alışveriş merkezleri olarak algılamaktadır.

Armada örneğinde görüldüğü gibi, aynı kurumun farklı tarzda tasarlanan iki yapısı kullanıcı ve tüketicilerde iki farklı AVM algısı yaratarak, ziyaretçi kitlesinin de farklılık göstermesine neden olmaktadır.

Kullanıcı ve tüketiciler, bir ürün ve/veya hizmet ararken, bulduklarında ve satın alırken ki tüm süreçlerinde ürün ve marka faktörleri duygusal, duygusal, davranışsal, sosyal ve entelektüel olarak sıralanan beş boyut ile birlikte tüketici tercihlerinde değişikliklere neden olmaktadır.

Yapılan literatür çalışması ve Armada AVM'de yapılan anket sonuçları çerçevesinde, tüketiciler gidecekleri alışveriş merkezlerini fiziksel faktörlere göre seçmekte, özellikle alışveriş merkezinin kimliği, kullandığı donatı elemanları gibi öğeler tüketicilerde aidiyet duygusunu arttırmakta; o alışveriş merkezine bağlılık hissetmesine ve orayı kullanmayı tercih etmesine neden olmaktadır.

Sonuç olarak; alışveriş merkezleri gibi tüketim mekânları tasarlanırken, mekânın kimliği ve kullanılan mekânsal ürünlerin dil bütünlüğü oluşturmasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Oluşturulan dil bütünlüğü sayesinde, markanın kullanıcı ve tüketici üzerindeki algısı olumlu algısı pekiştirilerek güven oluşturulacaktır. Böylelikle kullanıcı ya da tüketici tarafından tüketim mekânının tercih edilmesi sağlanacaktır.





Kaynakça

Auge, Marc. 2002. *Non-places*. Milano: Eleuthera.

Aurigi, A., Graham, S. 1997. "Virtual Cities, Social Polarization and The Crisis in Urban Public Space." *Journal of Urban Technology* 4(1): 19-52.

Aydın, G. 2009. "Marka Değeri ve Finansal Performans." Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İşletme Mühendisliği.

Bakır, U., Çelik, M. 2013. "Tüketim Toplumuna Eleştirel Bir Yaklaşım: Kültür Bozumu ve Yıkıcı Reklamlar." *Selçuk İletişim*, 7(4): 46-63.

Ballester, E. D. and Aleman, J. L. M. 2005. "Does Brand Trust Matter to Brand Equity?". *European Journal of Marketing* 35(11/12): 1238-1258.

Bayraktar, N., Tekel, A. ve Yalçiner Ercoşkun, Ö. 2008. "Ankara Atatürk Bulvarı Üzerinde Yer Alan Kentsel Donatı Elemanlarının Sınıflandırılması, Değerlendirilmesi ve Kent Kimliği İlişkisi." Gazi Üniversitesi Mühendislik, Mimarlık, Fakültesi Dergisi 23(1): 105-118.

Brakus, J.J., Schmitt, B.H. and Zarantonello, L. 2009. "Brand Experience: What is it? How do we measure it? And does it affect loyalty?" Journal of Marketing 73(3): 52-68.

Breakwell, G. M. 1986. Coping with the threatened identity. London: Methuen.

Debord, G. 1994. The Society of the Spectacle. Zone Books.

Demir, E. 1994. "1980 Sonrası Türkiye'de Uygulanan Ekonomi Politikalarının Kent Emekçi Ailelerinin Geçim Stratejileri Üzerine Etkisi." Dünya'da ve Türkiye'de Güncel Sosyolojik Gelişmeler 1: 357-366.

Dick, A. and Basu, K. 1994. "Customer Loyalty: Towards an Integrated Conceptual Framework." Journal of The Academy of Marketing Science 22(2): 99-113.

Dubé, L. and LeBel, J. L. 2003. "The Content and Structure of Laypeople's Concept of Pleasure." Cognition and Emotion 17(2): 263-295.

Erdem, N. 2017. "Dijital Çağda Kültür, Yeni Tüketici Kapitalizmi ve Reklam Anlatısı." 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: 247-259.

Feldman, R. M. 1990. "Settlement identity: psychological bonds with home places in a mobile society." Environment and Behavior 22: 183-229.

Hagtvedt, H., Patrick, V. M. 2014. "Consumer response to overstyling: balancing aesthetics and functionality in product design." Psychology and Marketing 31(7): 518-525.

Keller, K.L. 1993. "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity." Journal of Marketing 57(1): 1-22.

Kerin, R.A., Jain, A. and Howard, D.J. 1992. "Store Shopping Experience and Consumer Price-Quality-Value Perceptions." Journal of Retailing 68(4): 376-97.

Korpela, K. M. 1989. "Place identity as a product of environmental self regulation." Journal of Environmental Psychology 9: 241-256.

Öztürk, S. 2012. Mekân ve İktidar: Filmlerle Mekânlarının Altpolitikası. Ankara: Phoenix Yayınevi.

Ritzer, G., 2000. Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Üstün, B. ve Tural, O. 2008. "Tüketim Alışkanlıklarındaki Değişimler ve Bu Değişimlerin Alışveriş Mekânlarına Etkisinin Eskişehir Örneğinde İrdelenmesi." Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 8(2): 259-282.

Yırtıcı, H. 2002. Tüketimin Mekânsal Örgütlenmesinin İdeolojisi. Çağdaş Mimarlık Sorunları: Mimarlık ve Tüketim. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.

Zarantonello, Lia and Schmitt, Bernd H. 2010. "Using The Brand Experience Scale To Profile Consumers And Predict Consumer Behaviour." Journal of Brand Management 17: 532-540.

Sayısal (Dijital) Devrimin İç Mimari Tasarıma Etkileri

Ferhat ERÖZ // ferhat.eroz@gmail.com

*Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü*

ÖZET

Bu çalışmada, sayısal devrimin, hâlihazırda yürütülen ve/veya gerçekleştirilecek olan bazı projeler aracılığıyla iç mimari yapılandırma üzerindeki etkileri irdelenmektedir. Çalışmanın, günümüzde etkileşen ya da gelecekte iç mimari yazılım ve programların eğilimleri, bilgisayar programlarının geliştirilmesi, yapı fiziği ölçme araçları (ses, ışık, ısı), iç mimarlık eğitim ve öğretim yöntemleri, sosyal içerikler, görsel medya, geleceğin sanat stilleri, ekranın etkileri gibi unsurlara etki eden yeni etkiler incelenmektedir. Ve sanayi toplumunun egemenliği, siber alanların tasarımı ve artan yapı ve yapım teknolojik potansiyellerde irdelenmektedir. Bu çalışma; iç mimari tasarım yapılandırma geleceğine yönelik potansiyelleri irdelemektedir. Diğer bir taraftan; dijital teknoloji müdahalesinin, tasarım ve yapısal bileşenler, malzemeler ve elemanlar gibi, doğrudan doğruya iç mimarının yapılandırılması ve biçimlenmesini irdelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sayısal Devrim, Teknoloji, Sanayi, Siber, Sayısal İç Mimari

GİRİŞ

Sayısal (dijital) devrimlerin iç mimari yapılandırma üzerindeki etkileri teorik olarak göstermektedir, çünkü bu devrimin hiç şüphesiz bir etkisi vardır; konut ve kamu yapılarının iç mimari yapılandırmada olumlu ya da olumsuz olup olmadığıdır. Kentsel planlama seviyesine gelince, şehirle başa çıkmanın yolu kesinlikle değişecektir. Gelecekteki mimari, iç mimari yapılandırma özelliklerini ve günümüzde yürütülen projelerden alınan çağdaş form dönüşümlerinin ana hatlarını ya da doğrudan etkilendiği düşünülen çağdaş mimarlık alanında ortaya çıkmaya başlayan deneme tasarımlarını öngörmeyi amaçlamaktadır. Sayısal devrim; araçları ve yeni olanaklar gibi ürünleri iç mimari yapılandırma üzerindeki etkileri, tasarım araçları, teknik, statik, siber alanlar, yapıların yeni dijital bileşenleri, fonksiyonel gereksinimler, dönüşümler ve yapı fiziği gibi çeşitli bölümlerinde görülmektedir.

SAYISAL (DİJİTAL) DEVRİMİN MİMARİ ÜZERİNE ETKİSİ

Tasarım araçları; on sekizinci yüzyıl akıl yaşı olarak bilinmektedir. Ortaçağ dönemi boyunca bilimsel gelişme beklemediğinden, batılılar, endüstriyel devrimin başlangıcında ortaçağ inançlarını bilimsel yeteneklerin yerine koyma konusunda iyimser bakılmaktadır. On dokuzuncu ve yirminci yüzyılın başlarında sanayi devriminin başlangıcında; bilim yeni bir efsane oldu ve makine sanayi devriminin yeni sembolü oldu; bazıları şiirin bir kelime makinesi olduğunu, bir sandalyenin oturmak için bir makine olduğunu, bir evin yaşamak için bir makine olduğunu ve makine kendi bedenimizin bir uzantısı sonucu oluşmaktadır. Bugün durum farklıdır, makine artık bedenlerimizin bir uzantısı değil, daha ziyade sayısal (dijital) alanlar ve gerçekliği hayal gücü ile birleştiren çevredeki çevrenin görsel temsili haline gelmiştir.

Bu sayısal devrimin iç mimari yapılandırma üzerindeki önemli etkilerinden biri, sunum ve üretim biçimi araçları üzerindeki etkisi ile temsil edilmektedir. Bu çalışmada, tasarım sürecinin aşamalarının, çizim için kullanılan araçlardan doğrudan etkilendiği ve bu araçların tasarımın üretilmesinde düşünmek; yani, bu araçlar daire, kare ve üçgenler tarafından temsil edildiğinde, tasarım çözümü, iç mimari yapılandırmada geometri biçiminde gerçekleştirilmektedir. Sayısal devrim çağında ve bilgisayar yardımıyla, yapılandırma alternatifleri özgürleşir ve formların soyut, karmaşık veya karmaşık olmasından bağımsız olarak iç mimarın kolayca değerlendirmesini sağlamaktadır. Farklı, serbest veya parabol, hiperbol formlarla çalışmak ve/veya tasarım ve uygulamasında zorluklar bulunmaktadır.

Siber uzay, metrik uzay; sayısal teknolojiler siber alanlar üretir. İç mimar, fiziksel alanlarla uğraşırken, görsel olarak "siber alanlar" olarak temsil edilen alanları tasarlamaya ve bu alanların, fiziksel alan tasarımını için olandan daha yeni standartlar ve kurullarla kontrol edildiğini fark etmeye başlamaktadır. Yahudi Müzesi, Guggenheim Sanal Müzesi gibi bu tip çalışmalara bir örnek oluşturmaktadır. Diğer bir taraftan; Guggenheim Müze yönetiminin, tasarımcılar Hani Rashid ve Lise Anne Couture'a müzede sergilenen nesnelere için dijital görüntüler sunmak amacıyla ilk dijital müzenin ilk aşamasını tasarlamaları istendi ve böylece bu sergilenmesi gereken nesnelere sergilenmesi gerçekleşmiştir. Son zamanlarda yapılan bu çalışmalar sonucunda müze ve benzeri sergi alanlarında üretilen dijital sanatlar aracılığıyla sunulmaktadır. Ayrıca dijital müze internet üzerinden ziyaret edilebilmektedir ve sergilenen nesnelere, bilgisayarlarla ve özel gözlüklere takılan eklentilerle siber pencereler oluşturularak da görülebilmektedir. Bu gerçek zamanlı bileşenler, gözlemciyi fiziksel yasaların ötesindeki standartlarla tasarlanan iç mekânlarda ve bu çağdan önce mimarlığa henüz aşına olmayan özel mimari yapılandırmalarında içine almaktadır.

Dijital unsurlarla dijital mimari; çiçek sergilemek için Florida da bulunan Noord-Holland Pavilion binası bir makine gibi sözsüz yapı olarak adlandırılabilir bir örnektir. Bu tür binalar yapay zeka olarak adlandırılmaktadır. Tüm sayısal bileşenler iç bölme yüzeylerle bağlantılıdır ve binaya ziyaretçileri algılayan ve otuz dakikalık bir ziyaret sırasında ziyaretçi ve bina arasındaki eğitici bir diyalogda programlanmış yanıtlar yolu ve bunları sağlayan teknik elemanlarla donatılmıştır. Bu ziyaretçi ile yapı arasındaki pozitif etkileşime bağlı olarak, izleme veya olumsuzluklardan daha fazlasını sunabilmektedir.

Fonksiyonel gereksinimler ve dönüşümler; toplum yapısındaki sürekli değişim nedeniyle, yenilenebilir yaşam tarzları ve gelenekleri ile işin niteliği, konumu ve sürekli teknolojik gelişme ile artan bağımlılık nedeniyle halk sağlığı ve insan mühendisliğine (ergonomi) artan ilginin yanı sıra, konut (yapı) hizmetlerinin mimari yapılandırılmada günümüzde ve özellikle gelecekte önemli değişikliklere yol açmaktadır. Ev, iş yerleri, alışveriş, ev eğitimi, eğlence ve spor alanları ve hacimlerdeki yetenek ve fonksiyonların gelişmesini sağlayacaktır.

Binanın strüktürü; dış ve iç teknik ve iletişim için gerekli olan bileşenler elektrik devrelerini içeren bir ağ şeklinde bir yapıdan oluşmaktadır. Bu karmaşık ve metalik yapı, multimedya kullanımı için aktif matris sıvı kristal ekranlarla kaplanmaktadır. İç mekânlar, metalik ağ ile donatılmış yapının içinde sabitlenmiş çeşitli işlevler yüklenmiş alanlara bölünmektedir. İlk olarak; yaşam ve hobiler, ikincisi; yatak odası, ofis, bileşkesi ise tüm bu fonksiyonlar ile eğitim, sağlık vb. yapıları da kapsamaktadır. Yapı dış ve içindeki tüm bu mekânlar görsel olarak birbirine ve dış dünyaya bağlı hale getirilmektedir.

Sayısal devrim dönemi önemli beklentilerinden biri, mimari ve iç mimari yapıya yönelik daha hafif yapı elemanlarına sahip olmaktır. Ve aynı zamanda inşaat malzemelerinin ağırlığının azaltılmasından dolayı değil, iç mekan, sanat, vb. alanlarındaki ağır malzemeleri ve iç mekan yapı elemanlarını içeriklerini değiştirmek için yüksek teknoloji kullanılmasını önemi ortaya çıkmaktadır.

Tasarım; fizikteki en küçük atom yapısının; sayısal, elektrik, elektronik, sanal, siber, vb. unsurlar tarafından ele geçirilmektedir. Günümüzde kendi kendine yetebilen teknolojilerle donatılan yapılar ve dijital çağda iç mimari unsuru dönüştürmenin yolunun açılmasını göstermektedir. Ayrıca yapının içindeki yüzeylerde kullanılan dijital gösterimler ile iç mimarisinin doğasını değiştiren ve dış doğayı taklit eden geleneksel veya geleneksel olmayan yüzeyler ve renkler sağlamak için değişen büyük bir şeffaf ekranlar ile süslenmektedir.

Diğer bir taraftan; bu devrim ile yapının dış yüzeyinin çevresel, teknolojik ve iklim gereksinimlerini karşılamak için dönüşüm yeteneğine sahip duruma getirilebilmesi de görülebilmektedir. Örnekleri her geçen gün artan iç ve dış yüzeylerin aynı zamanda aktif matris sıvı kristal ekranlardan oluşan akıllı cephe olarak adlandırılan önceden programlanmış tabanlara bağlı olarak çeşitli iklim koşullarına karşı da cevap verebilen, dönüşebilir ve medya görseli de denilen çoklu ortam kullanımları oluşmaktadır. Bu yapılarda teknolojik sensörler, birleşik ağlar ile bağlanarak, iç duvarlar, kullanıcının kendi isteğini göz önünde bulundurarak; yapı fiziği kontrolü çerçevesinde sıcaklığı kontrol etmek için dış ve iç çevreyle izleme ve etkileşime ek olarak renk ve görünümüne karar veren bilgisayarlar tarafından kontrol edilmektedir. Ve bunun için özel algoritmalarla hazırlanmış programlar artmaktadır.

Dijital devrimin bir başka etkisi, dijital yapıların gerektiğinde kendi içinde yer alan işlevlerin sınırlarını kaldırabileceği beklendiği için, dış ve iç arasındaki ilişkilerin önemi de gelişmektedir. Günümüzde yeni tasarım kavramı çerçevesinde, dijital yapının kullanıcıları duvarların ötesine geçebildikleri ancak gitmediklerini görmeleri de önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece günlük yaşam da oluşan fiziksel çevre kurallarını değiştirmekte yağmurlu günlerden birinde, güneşli bir bahar gün manzarasının seçilebilmesi ile mekânsal ve zamansal sınırların ortadan kalkması sağlanabilmektedir.

Seri üretim, kitlesel özelleştirme dijital devrim çağında standartlaşma için ciddi bir gereksinim olmaması diğer önemli bir konudur. İlk olarak çok önemli olanı ve biçimlendirmede çeşitliliği teşvik etmektedir. İkincisi sanayi devrimi ile karşılaştırıldığında hayati sonuçlardan biri kitlesel üretim için temel bir koşul olarak standardizasyon oluşturmaktadır. Üretimde kolaylık ve hızla sağlanmak, ürünün maliyetini düşürmek ve makinenin hasarlı parçalarının değiştirilmesini kolaylaştıran bakım sorunu ortadan kalkmaktadır.

Sanayi devriminden önce her yapının kendine özgü bir tasarıma sahip olduğunu görmekteyiz. Ancak toplumun ürünlere ve ekonomik sorunlara olan artan ihtiyacına cevap vermede hızla elde etmek için kitlesel üretim geliştirildiği zaman, yapı ve işlevler için tasarım çözümleri aynı olduğu görülmektedir. Sanayi devrimi, diğer alanlardaki ekonomik deneylerin başarısı konusunda tasarım üzerinde büyük etkisi olmuştur.

Sonuç olarak standart bir yapı vardı. Ancak sayısal devrim çağında, standardizasyon, kitlesel üretime sahip olan tek çözüm olmayacaktır. Çeşitliliğin elde edilmesi de bir öncelik haline gelmektedir. Bu yüzden yeni çözüm, seri üretim ve çeşitli ekonomik fizibilitelele ilgili yapılandırma çeşitliliği ile üretim sağlayan kitlesel özelleştirme devreye girmektedir.

Yani dünyanın tasarımcıları, standardizasyon ve modüler çağında bulunan teorilerle savaştı ve artık bu bir zorunluluk olmaktan çıkmaktadır. Örnek olarak Guggenheim Müzesi cepheleri titanyumdan yapılmış bir dış kaplama görülmektedir. Bu kabuğun her bir parçası, standartlaşma tarzında olmamakla beraber, cephedeki yeriyle ilgili olarak biçimlendirilmiş ve üretilmiştir. Kabuk plakalarını üreten makineler, projede, projeye yönelik dijital çalışma çizim dosyaları kılavuz oluşturmaktadır. Tıpkı bu makinelerin bilgisayarlara bağlı olan tipik yazıcılar gibi. Gelecekte, üretim makinelerinin veya robotların bu türden doğrudan veya uzaktan dijital kontrolünün geliştirilip geliştirileceği ve bu nedenle sürecin hızlı olmasına veya tasarımcı ofis konumundan etkilenmeyeceğine inanılmaktadır.

Mekânsal ve fonksiyonel koşulların yeniden düzenlenmesi; bilgi ve iletişim devrimi, mekânsal boyutu katlamak ve bazı fonksiyonları belirlemek için mekânsal koşulları değiştirmek için yeni olanaklar sunmaktadır; Bu nedenle, mekânlar için kullanıcıların ihtiyaçları da değişecek ve merkezi bir çalışma ve üretim alanları ortak kullanılacaktır. Yaşam alanlarının geometrik şekilleri bile eğlence, eğitim, iş ve diğer birçok sosyal etkinlik tarzına bağlı farklılıklar nedeniyle etkilenmeye başlayacaktır. Üretim stilleri, uzaktan kumanda yaklaşımını izleyecektir. Bilgi devrimi evde çalışma olasılığını sunmaktadır. Bu, evde çalışmak için uygun bir arayüze sahip olmayı gerektirir ve içindeki etkinlik programının değişiminin bir göstergesidir. Çalışma ve mola süreleri beklenildiği gibi göreceli olacak ve tasarım faaliyetlerde ortaya çıkacak yeni aktivitelerin oluşmasını sağlayacaktır. İnsan faaliyetlerindeki teknolojik ve dijital saldırı, iş ve eğitim alanlarında mekânsal konumlandırmaya ilişkin özelliklerini de değiştirmektedir. Üstelik bu değişiklik aynı zamanda sağlık, kültür ve eğlence tesislerinin kalite ve verimliliğini ve onların yönetim tarzlarını da içerecek ve bu da merkezi yapıya ve bununla ilgili olarak kentin şeklini kesinlikle etkileyecektir. Diğer bir deyişle, şehir bileşenlerinin yeniden dağıtılması, böylece bazı etkinliklerin toplanması ve merkezleştirilmesi, diğerinin de dağılmasını sağlayacaktır.

Vatandaşların onları modern teknolojiler yardımıyla yapabilmelerine bağlı olarak dağıtılacak insan faaliyetleri, kapalı toplumlar gibi seslenen konut toplulukları tarafından temsil edilirken, işyerleri, yönetim alanları içindeki üretim yerleri oluşturacaktır. Bu aktivitelerden bazıları siber şehir olarak adlandırılan sanal bir mekânsal alan içerisinde gerçekleştirilebilir. Büyük spor ve eğlence merkezleri, ortak oturma ve işyerleri olgusuyla sonuçlanan sosyal dağılmanın giderilmesi olarak giderek daha fazla talep edilecek projeler gerçekleştirilecektir. Faaliyetlere ve tesislere meydana gelen (veya gerçekleştirilecek)

iyileştirmelerin bir diğer örneği; dijital mağazalar, reklam, alışveriş ve finansal işlemleriyle elektronik ticaret' in ortaya çıkmaktadır. Yani Küresel ticaret sanal bir bölgede gerçekleştirilmekte ve çevrimiçi iş yürütülmektedir. Bu, şehir ve diğer yüksek planlama seviyelerinde depolama ve satış politikalarında büyük bir değişime yol açmaktadır. Bazı yapıların fiziksel büyüklüklerindeki etkileyecek olması ki örnek olarak kütüphane yapılarıdır; ayrıca, banka yapılarının gelişimini çeşitli kamu kurumlarında takip etmektedir.

Diğer bir deyişle banka anlaşmalarının başlangıcından bu yana dijital anlaşmalardan ve dijital para ile değiştirilen fiziki para notlarının gelenek boyutunun ortadan kalkması ve bankadan para yatırma ve çekilme işleminin yapıldığı kredi kartlarının kullanılmasından banka anlaşmaları kadar etkilenmektedir.

SONUÇ

Sayısal ve iletişim teknolojisinin, dünyadaki ekonomik, medya, sosyal, politik, kültürel, eğitimsel ve diğer çeşitli alanlar üzerinde açık bir etkisi bulunmaktadır. Bu teknoloji, günlük hayatı mekânı ve zamanı küçülterek yeniden düzenlemeye itmektedir. Kentsel bağlamda günlük yaşamın geçtiği yer sayısal devrimin ve sanayi toplumunun kendisi olmaktadır. Bu nedenle, bu bağlamda konut ve kamu binaları için iç mimari yapılandırmayı etkileyecek yeni tip alanların tanıtımı için bir dönüşüm yaşanması beklenmektedir. Ayrıca, şehirlerle tekrar başa çıkmanın planlama yolunun da değişmesi beklenmektedir. Diğer bir deyişle; dijital devrimin kent ve iç mimariye etkilerini temsil eden bu türden beklenen dönüşümlerden kaynaklanmaktadır.

Sanayileşme devrimi sırasındaki ortak söylem makine olarak yapı ise, o zaman dijital devrim sırasında ortak söylenen sözler bir yapı olarak makine olmaktadır. Enstrümantal Binanın icat edilmesini sağlayan yapay zeka ile yapısal bileşenlerin üretiminde dijital teknoloji gelişimini göz önünde bulundurmamak gerekmektedir. Dijital teknoloji, iç mimarın uğraştığı fiziksel alanların aksine, siber alanları sunmaktadır. Günümüzde iç mimar siber alanların nasıl tasarlanacağını öğrenmeye başlamış ve bu tür mekânlar, geleneksel tipteki mekânları yönetenlerden çok daha farklı kurallarla yönetilmektedir. Yapılar kısaca şunları içerecek olup; orijinal aktivitelere ek olarak, iş yerleri, alışveriş, ev eğitimi, eğlence ve spor seçeneklerini oluşturacaktır. Dijital teknolojiye bağlı olarak, ağır iç mimari ve yapısal unsurlar azalmaktadır. Diğer unsurlar daha şeffaf olacak ve çevresel, estetik ve teknolojik (teknik, statik, estetik) ihtiyaçlar ile başarılı bir şekilde karşılaşmak için özelliklerini değiştirebilecektir. Dış duvarlar, arzu ettikleri zaman bu sınırların kaldırılmasını sağlayan teknolojiye sahip olduğu için, dış ve iç kısım arasında sınırlar ortadan kalkacaktır.

Küreselleşme sayesinde dijital ve iletişim teknolojisi, özellikle devasa projeler için bu sınırların olumsuz etkilerini azaltabileceği için, proje yürütme süreci artık mekansal sınırlara bağlı olmayacaktır. Tasarımın oluşumunda, endüstri devriminin bazı prensiplerini kesinlikle takip etmeyecek veya yüksek oranda dikkate almayacaktır. Tipoloji, işlev ve fonksiyon, daha fazla ön planda olacaktır. Ayrıca ortak basit formlardan da kurtulma imkanı doğacaktır. Dahası, projeler çeşitliliği ve çeşitliliği düşünmek yerine, standartlaştırma projelere ulaşmak için bir zorunluluk olmayacaktır. Teknolojik, sosyal ve ekonomik dönüşümlerden ötürü, hem mimari hem de kentsel düzeyde, başkalarının yok olmasının yanı sıra bazı işlevsel unsurların ortaya çıkması; eğlence, eğitim, iş ve banka işlem tarzlarının çeşitliliğini göz önünde bulundurarak; kütüphaneler, bankalar ve alışveriş yerleri gibi kamu binalarının türündeki dönüşümünü sağlayacaktır.

Yüksek ve ileri teknolojiye dayanan şehirler, kentsel yapısında bir dönüşüme tanık olacak ve bu şehir-

ler ile geleneksel teknoloji türüne bağlı olan eski şehir türleri arasında daha büyük bir fark yaratacaktır. Konut topluluklarında insan faaliyetleri için bir yeniden düzenleme yapılacaktır. Ve yönetim üretim yerinden uzakta yapılabilecektir. Bu aktivitelerden bazılarının siber şehirlerde siber alanlarda yapılabileceği de bir gerçektir.

KAYNAKÇA

- 1- Gleick, J. 1987, Chaos, Carlise & Company
- 2- Kaczynski, T.J. 1995, Industrial Society and Its Future, Washington Post
- 3- Leach, A. 2010, What is Architectural History?, Polity Press Ltd. Cambridge
- 4- Weatherall, J.O. Void: The Strange Physics of Nothing, Yale University Press
- 5- Cyberspaces. 2004. The World of Digital Architecture. Images Publishing
- 6- Bazillion, Richard. 2001. Academic Libraries in the Digital Revolution. Educes Quarterly, USA
- 7- Curtin, D. et al 1998. Information Technology: The Breaking Wave. McGraw, Hill Book Co., Singapore
- 8- Pevsner, Nikolaus. 1976. A History of Building Types. Thames & Hudson.

Bilgisayar Destekli Çizim Programlarının Kullanıldığı İki Farklı Tasarım Eğitim Yöntemi Arasında Karşılaştırmalı Bir Çalışma

Büşra GÜMÜŞAY ÖZBEK // bgozbek@baskent.edu.tr

*Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım Ve Mimarlık Fakültesi
İç Mimarlık Ve Çevre Tasarımı Bölümü*

Ekin Can SEYHAN // ecseyhan@baskent.edu.tr

*Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım Ve Mimarlık Fakültesi
İç Mimarlık Ve Çevre Tasarımı Bölümü*

ÖZET

Teknoloji kullanımının artışıyla birlikte sanal ortamın dahil olduğu stüdyo çalışmaları ve bilgisayar destekli tasarım araştırmaları artış göstermiştir. Bu artış ile birlikte yapılan bazı pedagojik yaklaşımlı çalışmalar programların ne amaçla ve nasıl kullanılacağına önceden anlatılmasının öğrencilerin programı kullanma becerisinde artış sağladığını göstermiştir. Bu çalışma Başkent Üniversitesi İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, Bilgisayar Destekli tasarım II dersi kapsamında, Autocad 3D ve Sketchup programları kullanılarak, tartışılan iki farklı eğitim yaklaşımının tasarım becerisine ne yönde etki ettiğini araştırıp, bilgisayar destekli tasarım eğitiminde yenilikçi yaklaşımlara katkıda bulunabilmek amacıyla

yapılmıştır. İki farklı program için iki farklı öğretim yöntemi denenmiştir. Her İki program için de 4 haftalık ders süreci belirlenmiş ve toplam 12 saat ayrılmıştır. Sınav sonuçları iki bağımsız örnekli T testi ile analiz edilmiştir. Öğrencilerin yaratıcı tasarım alanında aldıkları puanlar serbest methodda daha yüksek çıkmıştır ve eğitim yöntemiyle yaratıcı tasarım başarısı arasında bağlantı bulunmuştur. Komut sınırlaması verilmeden, internet kullanımı serbest şekilde yapılan tasarımların tasarım gücünü olumlu yönde desteklediği, öğrencilerin problemleri çözmek için programı öğrenmeye çalışması daha doğru ve yaratıcı çözümler bulmalarını sağladığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tasarım, Tasarım Eğitimi, Teknoloji, Bilgisayar Destekli Tasarım

1. Giriş

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte tasarım yaklaşımlarının üretimden önce üç boyutlu görselleştirilmesi önem kazanmıştır. Üç boyutlu modeller görselleştirmeyi gerçeğe yakın hale getirmiş, tasarımların ifade gücünü büyük ölçüde artırmıştır (Özdemir Işık, 2017). Üretim yöntemlerindeki teknolojik yenilikler ve uygulamalarda sağlanan kolaylıklar tasarım yaklaşımlarında da gelişmelere ve yenilikler konusunda tartışmalara sebep olmaktadır (Alalouch, 2018). Üç boyutlu görselleştirmeler tasarımların kalitesini artırırken üreticiyle olan iletişimi de hızlandırmaktadır. Uygulamaların hız kazanması, tasarımcılara ve üreticilere zamanın yanı sıra maddi anlamda da büyük ölçüde kazanç sağlamaktadır. Üretimdeki bu hızlanma, tasarımların görselleştirilmesindeki kaliteyle eşit ölçüde artmaktadır (Alalouch, 2018).

Dijital çizim programlarının kullanılmasının sektöre olan katkısı düşünüldüğünde, tasarımcıların modelleme programlarıyla öğrenciyken tanışmalarının önemi ortaya çıkmaktadır (Yıldırım et al., 2010). Araştırmalar göstermektedir ki, üç boyutlu modellemeler tasarım eğitiminin de başarısını artırmaktadır. Fakat dijital modelleme programlarının eğitimindeki yöntemler teknolojik gelişmelerin hızını yakalayamamakta, geleneksel anlatım yöntemleri programların yeterli verimde kullanılmamasına sebep olmaktadır (Alalouch, 2018). Farklı eğitim yöntemlerinin denenmesi dijital modelleme programlarının daha etkili kullanımı için önemlidir.

Tasarım problemlerine teknolojinin yardımı olmadan getirilen çözümler günümüz koşullarında yetersiz kalmıştır. Dijital tasarım araçları tasarım sürecinde tasarımcılara yardımcı olmaktan çıkıp, bir ihtiyaç haline almıştır. Dijital tasarım problemlerinin tasarım eğitiminde etkili bir şekilde yer alması, tasarımcılara meslek ve eğitim hayatlarında önemli avantajlar sağlamaktadır. Çeşitli modelleme programlarının farklı yollarla anlatımlarını görmek mümkündür.

Bu çalışmanın amacı, iki farklı modelleme programının üniversite öğrencilerinin tasarım yaklaşımlarına ne ölçüde etki ettiğini ortaya çıkarmaktır. Diğer bir amaç ise bu programlar için önerilen iki farklı eğitim yönteminin öğrencilerin not başarısındaki ve tasarım yaklaşımındaki etkilerini analiz etmektir.

2. Dijital Modelleme Yöntemlerinin Tasarım Sürecinde Kullanımı

Araştırmalar, teknolojinin gelişmesiyle birlikte profesyonel hayatta da dijital modelleme tekniklerinin hızla geliştiğini, fakat dijital çizim tekniklerinin eğitiminin bu gelişmeleri daha yavaş takip ettiğini göstermektedir (Salama & Crosbie, 2010).

Dijital modelleme uygulamalarının yarattığı fırsatların etkili kullanımı, çizim ve model oluşturma be-

cerisindeki başarı, bu uygulamaların öğretim yöntemi ve temel tasarım düşüncelerinin öğrenilmesi ile doğrudan ilişkilidir (Temple, 2016). Dijital modellemeye yönelik stratejilerin doğru şekilde anlatılması tasarım sürecindeki başarıyı doğrudan etkilemektedir. Temple (2016) yaptığı çalışmada dijital modelleme yöntemlerinin etkili anlatımının öğrencilik aşamasındaki öğrencilerin tasarım başarısı için önemini vurgulamaktadır (Temple, 2016). Bu çalışma literatürde karşılaşılan iki farklı dijital modelleme eğitim yaklaşımını içermektedir.

Gagné and Medsker (1996) bilgisayar programı eğitiminde ‘sistematik’ yaklaşımı literatüre tanıtmıştır. Bu yöntem, kavramların tek tek sistematik olarak anlatılmasını kapsamaktadır (Gagné & Medsker , 1996). Bu yöntem içeriğinde modelleme programındaki komutlar tek tek sistemli bir biçimde anlatılmaktadır.

Carroll (1990) ‘minimalist’ yaklaşım adını verdiği başka bir yaklaşımı açıklamaktadır (Carroll, 1990). Bu yaklaşımda öğrencilerin programı keşfetmesi amaçlanır. Verilen bir tasarım problemini çözmek ve hedefe ulaşmak için programı algılamaya çalışır. Lambrecht (2000) Carroll tarafından önerilen minimalist yaklaşımın doğruluğunu savunmaktadır (Lambrecht , 2000).

Türker (2015) ise üç boyutlu çizim programlarının doğası gereği karmaşık bir yapıda olduğunu savunmaktadır. Çoğu çizim programının doğası gereği karmaşık ve kalabalık bir arayüze sahip olduğunu belirtmektedir (Türker, 2015). Dolayısıyla yeni başlayan bir öğrenci için bu karmaşık ara yüze sahip programların keşfedilerek öğrenilmesinin neredeyse imkansız olduğunu savunmaktadır (Türker, 2015).

Anlatılan iki farklı modelleme programı eğitim yöntemi bu çalışma kapsamında Bilgisayar Destekli Tasarım II dersi içeriğinde kullanılmıştır. Sistematik yaklaşım Autocad 3D programı için, Minimalist yaklaşım ise Sketchup programının gösterimi için tercih edilmiştir.

3. İki Farklı Yöntemle Anlatılan İki Ayrı Çizim Programının Tasarım Alanındaki Başarıya Etkisi: Deneysel Bir Eğitim Yaklaşımı

Çalışma kapsamında Başkent Üniversitesi İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü 2. Sınıf öğrencilerine gösterilen iki farklı modelleme programı ve öğrencilerin bu programlarla yaptıkları tasarımların başarısı karşılaştırılmıştır.

Üç boyutlu modelleme programı olarak kullanılan sketchup programı, modellemeyi direk yansıtma üzerine çalışılan bir programdır. Program kullanıcının tasarım sürecini 3 boyutlu modelleme üzerinden geliştirmesini sağlamaktadır.

İki boyutlu çizim tekniğinde kullanım açısından gelişmiş program autocad içerisinde 3 boyutlu modellemeye de yer vermektedir. Programın temel kullanım amacı plan ve kesit gibi 2 boyut çizimleridir. Bu kullanım amacına uygun olarak modellemeler 2 boyut üzerinden, 3 boyuta çevirmeli olarak çalışmaktadır.

İki programın çalışma prensiplerinin farklılıkları ile, benzer bir tasarım problemine çözüm getirilmesi sürecinde, programın sürece etkisi incelenmiştir. Bu inceleme aynı kişilerin 2 ayrı programda benzer sonuçlarının karşılaştırması üzerinden yapılmıştır.

İki programın birbirinden farklı ara yüzlere ve donanımlara sahip olması iki farklı öğretim yaklaşımının benimsenmesinde temel etken olmuştur. Autocad programı iki ve üç boyutlu komutları içerdiği

için daha karmaşık bir arayüze sahiptir. Bu karmaşık yapının 'minimalist' eğitim yaklaşımıyla anlatımının etkili olmayacağı öğretim elemanları tarafından öngörülmüştür. Bu nedenle Autocad programının anlatımı için Gagné and Medsker (1996) tarafından ortaya konulan 'sistematik' anlatım biçimi tercih edilmiştir. Bu yöntem kapsamında programda öğretilmesi planlanan komutlar basitten karmaşığa doğru hafta hafta aktarılmıştır.

Sketchup programı Autocad 3D programına göre daha sade ve keşfedilmesi kolay bir arayüze sahiptir. Bu sade yapının yanında internet kullanımına da açık bir sisteme sahiptir. Bu yapı, tasarımcılara hazır modeller indirme, daha gerçekçi malzemeler kullanma gibi kolaylıklar sağlamaktadır. Bu kolaylıkların tasarım gücünü zayıflatmaması adına hazır modeller kullanımının mümkün olduğunca az kullanılabilceği tasarım problemleri belirlenmiştir.

Autocad programı ile çizilecek tasarım problemi 'Çocuk Oyun Parkı' olarak belirlenmiştir. Öğrencilerin kendi belirledikleri tasarım elemanlarını çizmeleri istenmiştir. Salıncak ve kaydırak zorunlu çizilmesi gereken park ekipmanı olarak belirlenmiş, üçüncü oyun elemanı ise onların tercihine bırakılmıştır. Görsel 1, 2, 3 ve 4 dört farklı öğrencinin tasarım problemine olan cevaplarını göstermektedir.

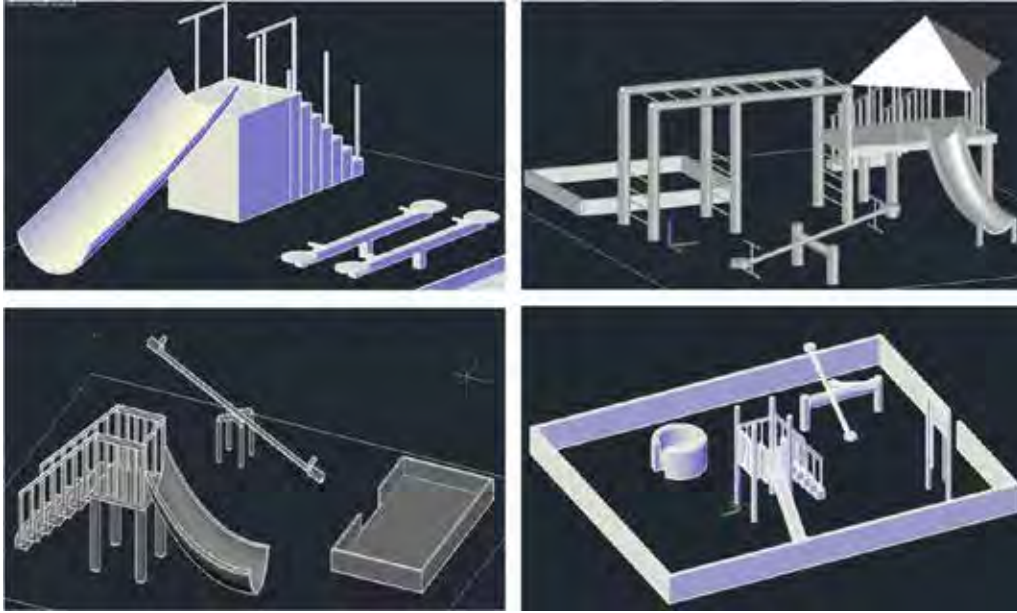


Figure 1, 2, 3, 4: Autocad Programı ile Öğrenciler Tarafından Çizilen Tasarımlar

Görseller Autocad programı ile yapılan 1. Ara sınavda belirlenen dört öğrencinin çizimlerini içermektedir. Belirlenen öğrenciler sene sonunda aldıkları harf notlarına göre belirlenmiştir. Yüksek ve orta düzeyde ikişer öğrenci seçilmiş, iki program için de bu öğrencilerin görselleri kullanılmıştır.

Sketchup programı için öğrencilerden 'iç mimarlık öğrencileri için jüri alanı' tasarımları beklenmiştir. Pavilyon yapısına benzer özellikler taşıması gereken bu yapıda hazır tefriş elemanlarının kullanılmaması istenmiştir. Yapının kendi başına bir sergileme ürünü olması ve ergonomik gerekliliklere de cevap vermesi beklenmiştir.

Her iki program için de renk kullanımı serbest bırakılmıştır. Autocad programı içeriğinde olmaması sebebiyle malzeme ataması beklenmemiş, Sketchup programında ise malzeme tercihi öğrencilerin tasarım tercihine bırakılmıştır.

Görsel 5,6,7 ve 8 aynı dört öğrencinin Sketchup programı ile çizilmesi beklenen tasarım problemine verdikleri cevapları göstermektedir.

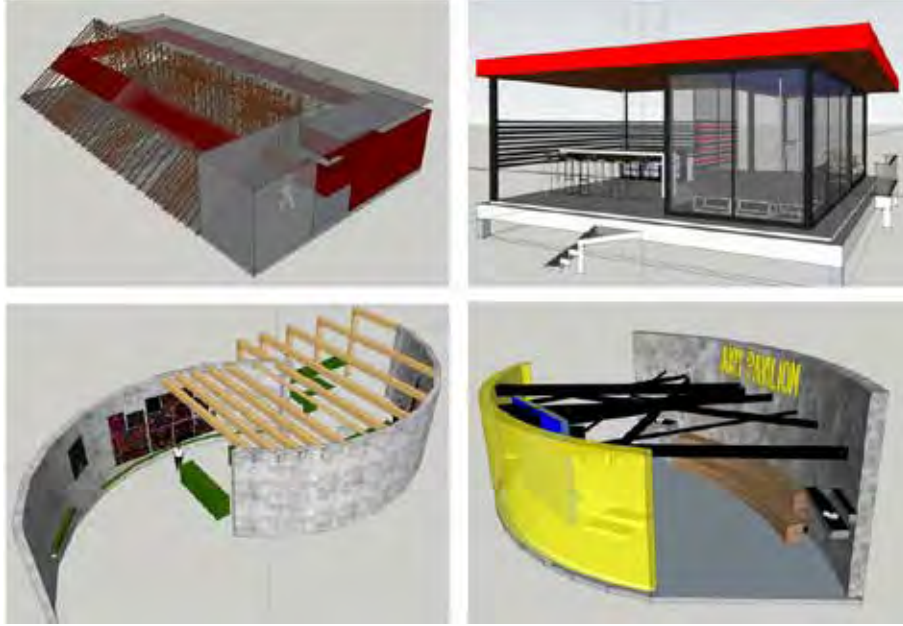


Figure 5,6,7,8: Sketchup Programı ile Öğrenciler Tarafından Çizilen Tasarımlar

Sketchup programı ile çizilmesi beklenen tasarım problemi kapsamında 30 metrekairelik bir alan belirlenmiş, hava koşullarının dikkate alınmaması gerektiği belirtilmiştir.

İki farklı programı ile belirlenen tasarım problemlerinin de farklı oluşu çalışmanın bir kısıtlamasıdır. Bu tasarım problemleri programların kurguları düşünülerek belirlenmiştir. Autocad programı ile çocuk oyun alanı ekipmanları tasarlanması beklenmesinin sebebi, 'sistematik' yaklaşımla anlatılan tüm komutların tek tek uygulanmasına uygun bir problem olduğunun düşünülmesidir. Sketchup programı ile pavilyon tasarımı probleminin verilme sebebi ise bu tipte bir yapının hazır model olarak bulunmaması ve öğrencilerin bu problemi çözmek için kendi yaklaşımlarını belirlemeleri gerektiğinin düşünülmesidir. İncelendiğinde iki problemin de ürün tasarımı yaklaşımını benimsediği görülmektedir. Her iki problemde de belirli bir metrekaire sınırlaması verilmiş fakat ergonomik ölçülerin öğrenciler tarafından bilinerek uygulanması beklenmiştir.

Sonuçlar iki bağımsız örneklemlili T-test ile SPSS programında analiz edilmiştir.

4. Sonuçlar

Çalışma sonuçları öğrencilerin tasarım problemlerinden aldıkları puanların T-test analizi ile elde edilmiştir (tablo 1). Sonuçlar alınan puanların çizim programına bağımlı olduğunu göstermiştir ($t=-4.280$, $p=0.001$, $\alpha=0.05$, $p < \alpha$).

		Levene's T-test		T-test ile ortalama değerlerin kıyaslanması			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Dif.
Sonuçlar	Eşit Varyanslar	10.262	.002	-4.280	78	.000	-5.125
	Eşit olmayan varyanslar			-4.280	65.421	.000	-5.125

Table 1: İki Bağımsız Örneklemli T-test Sonuçları

Sınav sonuçlarının detaylı sonuç analizi sınavlarda 30 puan üzerinden alınan ortalama puanları ve standart sapmaları göstermektedir (tablo 2).

	program	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata Payı ortalaması
sonuçlar	autocad	40	13.88	6.423	1.016
	sketchup	40	19.00	4.013	.634

Sonuçlar Sketchup programında elde edilen not ortalamasının autocad programından daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bu farklılığın sebebi 'sistemik' ve 'minimalist' eğitim yöntemlerinin kullanılmasının yanı sıra programların kullanım farklılıklarından da kaynaklanabilmektedir.

Aynı tasarım probleminin verilmemiş oluşu ve farklı modelleme programları doğasındaki farklılıklar bu çalışmanın kısıtlamalarıdır. İlerleyen çalışmalarda süreç daha uzun tutularak aynı program için farklı eğitim yöntemleri denenerek eğitim yönteminin etkisi daha detaylı incelenecektir. Farklı eğitim yöntemleri de sürece dahil edilerek en etkili yöntemin ortaya konması için çalışmalar sürdürülecektir.

5. Kaynakça

- Alalouch, C. (2018). A Pedagogical Approach to Integrate Parametric Thinking in Early Design Studios. *International Journal of Architectural Research*, 162-181.
- Carroll, J. M. (1990). *The nurnberg funnel: Designing minimalist instruction for a practical computer skill*. Cambridge: The MIT Press.
- Gagné, R. M., & Medsker, K. L. (1996). *The conditions of learning: Training applications*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace College.
- Lambrecht, J. J. (2000). Developing End-User Technology Skills. *Information Technology, Learning and Performance Journal*, 7-19.
- Özdemir Işık, B. (2017). Bilgisayar Destekli Tasarım Programlarının Mimarlık Eğitimine Katkısı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 778-783.
- Perez-Gomez, A., & Pelletier, L. (1997). Architectural Representation and the Perspective Hinge.

Cambridge: MIT.

Salama, A. M., & Crosbie, M. J. (2010). Design Education: Explorations and Prospects for a Better Built Environment. *International Journal of Architectural Research*, 10-18.

Temple, S. (2016). Learning to Draw Through Digital Modelling. *Design and Technology Education*, 32-39.

Tüker, Ç. (2015). Üç Boyutlu Sayısal Ortam Araçlarının Görsel İletişim Tasarımı Bağlamında Öğretimi: Bir Lisans Dersi Örneği. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 35-56.

Yıldırım, T., Özen Yavuz, A., & İnan, N. (2010). Mimari Tasarım Eğitiminde Geleneksel ve Dijital Görselleştirme Teknolojilerinin Karşılaştırılması . *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 17-26.

Tasarım Öğrenimi Seviye 1 ve 2’de Yer Alan Dinamik Kullanıcı Grupların Bilinç Analizi ve Yeni Kullanım Kılavuzu Geliştirilmesi Süreci

Hakan Gürsu // gursu@metu.edu.tr

ODTÜ, Dr. Öğretim Üyesi

Dijitalleşen ve sürekli değişen bilgi çağının dinamik gereklerine karşı, aynı düzeyde değişmeyen geleneksel temel tasarım kavramlarına ve kodlarına ulaşım ironik bir şekilde zorlaşmaktadır. Tasarım temel seviye öğrenimdeki süreç gelişimi ve süreç algısında hala sıkıntılar yaşandığı giderek artan bir şekilde gözlemlenmektedir. Diğer taraftan günümüzde bilgiye hızla ulaşma beklentisi/alışkanlığı kazanmış yeni kullanıcı gruplarının nesnel bilgi kaynağına ve bu bilgiye ulaşım sürecindeki sorunsallar; öncelikle ilgisizlik ve meslekten kopmaları artırmaktadır. Gözlemlenen problemlerin, temel mesleki öğretime girişte hedeflenen düzeyi yakalanamaması ile başlayan sorunların katlanarak üniversite başarı grafiğini de etkilediği bir başka gerçeğimizdir.

Geleneksel yöntemlerle biçimlenen ülkemizde yaygın örgün eğitim modeli; bilinen çözümleri yinelenmeğe, kısa dönem hafıza yetileri geliştirmeğe ve çoğu kez anlamlara değil çözüm yöntemlerine odaklanmayı hedefleyen bir eğitim sürecidir ve sürekli değişen ama gelişmeyen bir eğitim modelinde biçimlenmiş bireylerin bu alışkanlıklardan arınıp farklı bir düşünce yapısı gerektiren tasarım öğrenimi gibi programlara kolay uyum sağlayamama sorunsalı olduğu da bilinmektedir.

Geçiş seviyesi kabul edilen başlangıç düzeyinde ve “eğitimden” “öğrenmeye” geçiş süreçlerinde adayların doğru zaman, biçim ve yöntem ile bilgilendirilmeleri çağımızda çok yaşamsal durmaktadır. Bu çalışma değişken eğitim kodları çerçevesinde “ürün tasarımına giriş 1 ve 2. sınıf düzeyinde” kullanılan temel mesleki tasarım terminolojisini ve ihtiyaç duyulan “kavram ve kodları” günümüz ihtiyaçları çerçevesinde yeniden belirlemeyi, bu seviyede izlenen değerlendirme yöntemlerini ve prensiplerini netleştirmeyi ve eğitim sürecindeki kritik aşama kabul edilen tasarımına giriş stüdyo/proje ve benzeri içerikli dersleri alan tüm bireylerin kullanabileceği bir bilgi başvuru kılavuzunun ortaya çıkarılmasını kapsamaktadır.

2016 yılında ilk kontrol grubu ile başlayan çalışma içinde; proje planlama, proje yönetim süreçleri ile proje sunuş ve proje değerlendirme aşamalarında tümünde tasarım öğrencilerinin yaşaması, izlemesi ve bilmesi gereken temel esasları ortaya çıkarmak için hazırlanan anket ile veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Farklı kullanıcı grupları ile yapılan bu çalışmalar sonucunda ortaya çıkan ampirik sonuçların belirlediği temel ihtiyaçlara yönelik bir genel amaçlı “kullanım kılavuzu” biçimlenmiştir. Son aşamada ise; hazırlanan “ürün” kılavuz üzerinde kullanıcı memnuniyeti analizi yapılmıştır. Bu çalışma içeriği; kullanılan yöntem, süreçleri ve ortaya çıkan sonuçları ile sonuç ürünü kapsamaktadır.

Anahtar kelimeler; Tasarım Eğitimi, Stüdyo dersleri, Öğrenci Beklentileri, Proje yönetimi süreçleri

1.0 Amaç

Tasarım öğrencilerin en çok zorlandığı konuların temel tasarım ve ürünleşmeye girişin başlangıcı olan 1. ve 2. sınıf dersleri ile ilgili olduğu yıllar içindeki tespitlere dayanmaktadır. Özellikle 8 kredilik derslerin de yer aldığı toplam yükün yanında, haftanın 3 gününü kapsayan yoğun bir ders programı içeren çalışma programına rağmen izlenecek bir temel ders kitabının olmamasının, klasik eğitimden ve farklı disiplinlerden gelen kişilerin beklentilerini karşılamakta yetersiz kalmasına sebep olduğunu bilinmektedir. Öğrencilerin kendilerini fazlası ile boşlukta hissettikleri bu yeni geçiş durumu ve kritik süreci olabildiğince kısaltılarak, öğrencilerin başarısını artırmak amacı ile bir bilimsel araştırma yürütülmesi ve olası sonuçları üzerinde;

Tasarım öğrencilerini eğitiminin ürün geliştirme sürecine giriş aşamasındaki beklentileri, yükümlülükleri ve mesleki kuralları ortak bir çerçevede tanımlamak, ortak çalışma ilkelerini, bilgi, zaman ve mekân kavramlarını irdelemek, takım çalışması, araştırma ve çalışma prensipleri gibi olguları anlamlandırmak ve proje yapım sürecindeki diğer kritik aşamalar konusundaki bilinci güçlendirecek bir eser / ürün / kullanım kılavuzu hazırlanması hedeflenmiştir.

Bu araştırma süresince; gözlemler, deneyimler, soru cevap teknikleri ile elde edilen veriler ve literatür çıktıları kullanılmış, elde edilen son ürün için kullanıcı memnuniyeti araştırması yapılmıştır.

1.1 Giriş (Epistemoloji)

Bilim gözlemlerle başlar, sistematik gözlemler ve temel süreçler yardımıyla yeni bilgilerin ortaya çıkmasını sağlar. Gözleme dayalı kendini tekrarlayan çözümsüz olgular ve çözüm talepleri, araştırmacının radarına girdiğinde her zaman bir ön araştırma süreci biçimlenir. Basit gözlemler problemleri, basit problem tanımları da etkili ve yalın sonuçların ortaya çıkarılmasına neden olur. Araştırma süreci ise; toplumu ve çevresini tanımak ve gözlemlendiği nitelikli sorunlara çözüm yolları bulma serüvenidir. Bilimde tesadüf olmadığı gibi, sürekli tekrarlayan olguların doğru analizi her araştırmacıyı mutlak bir sonuca götürür. Bu yoğun süreç yeni keşif ve buluşlar elde etmek hipotezleri alanda görmek için yürütülen sistematik çabalar (Sprague, 1995). Bu süreç; yeni problemin tanımlanması, ilgili çerçevede araştırma yapılması, bilginin ayıklanması, alternatiflerin geliştirilmesi ve olası çözüm alternatiflerinin gerçeğe uygun olup olmadığının kontrol edilmesidir. Bu süreç aşamalarında, belli amaçlarla ve sistemli alt süreçler yoluyla problem tanımlarına uygun/ ilişkin ampirik veriler toplanır, analiz edilir ve sonuçlar incelenir. Sosyal alan çalışması ve toplum bilimleri sahasındaki araştırmalar ve eğitim bilimlerindeki sorunların karmaşıklığı, çeşitliliği, çoklu seçenekleri ve çoklu sonuçları üzerinden inceleme yapılması zaman alan ve yoruma açık olan bir başka ihtisas sürecidir.

Soru türleri, soruyu sorma yöntemleri ve olası soru dizinimleri araştırma yönteminin yalınlığını ve rasyonelitesini etkiler (Erdoğan, 2001). Soruların daha sağlıklı ve açıklayıcı olmasının öncelikle araştırma yaklaşımlarının da çeşitlenmesine zorunlu olarak yol açmıştır. Böylece “nicelik” ve “nitelik” ağırlıklı iki tür araştırma yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Temel bilim araştırmacıları “hipotezlerin denenmesi için geliştirilen yöntemler bütünlüğünü bilim”, bilginin işlevsel tabiatını kullanarak mevcut üretilmiş, kodları çözülmüş bilgi birikimini anlama ve yeni bilgi üretme sürecini ise; bilgi tabanlı düşünme süreci olarak adlandırır. Bilimi; felsefeciler için “bilginin doğruluğunun sorgulanması yöntemi” olarak tanımlarlar. Bilimsel araştırmaların etik amacı elde edilen bulgular toplumun iyileştirilmesi ve geliştirilmesi yönünde kullanılması etik bir sorumluluk. Bu içerikteki tüm araştırmalar, analiz etmek, tanımlamak, açıklamak, vizyon geliştirmek ve bilgiyi geliştirmek yönünde soru sormayla başlar.

Seçilen araştırma metodu, araştırma sorularının veya hipotezlerin seçimi ve formüle edilme biçimi sonraki aşamaları ve olası sonuçları etkileyebilir. Sorular ve soru dizinimi ve gruplar bir araştırmanın yönünün ilk güçlü referans noktasıdır. Anket, insanlardan fikirleri, duyguları, sağlık durumları, planları, inançları ve sosyal, eğitimsel, ekonomik durumları hakkında bir bilgi toplama yöntemidir (Baş, 2001). Anketin amacındaki netlik bir başka etik yükümlülüktür.

Yapısal özellikler; özellikle problemi/sorunu formüle etmeyi, amaç ve önemin belirtilmesini kolaylaştırır. Problemi doğru formüle etmek, ampirik bakımdan sınırlanabilir sorular seçilmesi, basit anlaşılabilir bir dil seçimi/kullanılması ve belirlenen rasyonel denek sayısı kadar, karşılaştırılmalı değerlendirme yöntemleri ve sonuçların yalınlık düzeyi, ilkeleri ve sunuş düzeni çalışmanın netliğini artırır.

1.2 Literatür

Gerçek “akademia”; bilgi kaynağı, bilgiye ulaşım yöntemlerinin ve değerlendirilmesi süreçlerinin; toplanma ve araştırma isteği ile belirlenen problemlere yönelik olarak kişilerin kendi inisiyatifi ile geliştirdiği, bilgiyi kullandığı ortamlardır (Morin, 2003). Bilginin akla uygun olması için eğitimin bağlamı, parçayla bütün arasındaki ilişkileri ifade eden bütünü, çokboyutluluğu ve karmaşıklığı üzerindeki karmaşayı aydınlığa kavuşturmasının gerekliliği ortaya çıkar. Dolayısı ile bilgiyi üretme kuramı, eğitim /

öğretim süreci ile güçlenir ve kişinin inisiyatif bilinci gelişir. Çağımızda ham bilginin mutlak doğrulanması, sağlanması ve çapraz sorgusu gereken bir olguya dönüştüğü de ortadadır. Diğer bir değişle; bilgi kaynağının kökeni, kalitesi ve derinliği de en az bilgi kadar değerli hale gelmektedir.

Endüstri sonrası dönemde günümüze, tasarım disiplini akademik kurumlarda yıllardır, eğitim, öğretim ve öğrenim üçlemesinin bütün sorunlarını yaşar ve yaşatır. Farklı ekollerin, farklı bakış açıları ve programları üzerindeki doğruluk, geçerlilik, yeterlilik ve verimlilik, tartışmaları yüzyıldır süregelmektedir. Temelde, tasarım bir sanat eğitimi mi? yoksa, giderek çekimine kapıldığı ve fazlası kabul gördüğü (bilim teknoloji ve tasarım) daha ölçülebilir bilimsel bir alana, tanımlanabilir bir sürece mi evriliyor? (Gürsu, 2016) Eğitim kuramında; adayın, öğrendiği hedef davranışı belli tekrar ile yapıyor olması durumu, öğrenme ise; bilgi edinme, kazanma, bilgiye sahip olma; hedef özelliği kazanma, bir davranışı, doğru yer ve zamanda kendi iradesi ile yapabilecek duruma gelmesi ise; “öğrenme” anlamında kullanılmıştır.

Eğitim, epistemolojisinde eğitim; anlam-bilim ve kelime köken araştırmasına göre, kişiyi önceden belirlenen çerçevede biçimlemek, biçimlendirmek, eğip ve bükmek anlamında kullanılmıştır. Bu bağlamda eğitim kavramı köken itibarıyla Türkçede eğ, eğmek, fiil kökünden türetilmiş olup, bükmek, uygulamak, öğretmek, yetiştirmek, geliştirmek, alıştırmak, egemenlik altına almak, yenilgiye uğratmak, ezmek, kırmak, yönlendirmek gibi anlamlara gelmektedir. Eyüboğlu (1997) Öğretim ise; öğrendiklerini, diğer bir değişle öğretilenleri gereken durumlarda yapıyor olmaktır. Kişi bir davranışı yapabilmenin bilgisine sahip hale geldiğinde, öğrenmiş demektir. Diğer taraftan; öğrenmek, nasıl yapılacağını bilmek, eğitim ise yapmak, uygulamaktır.

Üniversite öğrenimi / eğitimi süresince, mesleki teoriler, kuramlar ve literatüre ulaşımın kodları araştırılır, öğrenilir ve ilişkilendirilerek ileriye taşınır. Bu beceri yaşam boyu sürececek bir beceriye dönüştüğünde hedefler gerçekleşmiş olur. Gürsu (2012) Mesleki eğitimde ise, süreçler ve aşamalar bir becerinin kazanılmasına uygulanmasına yöneliktir. Bu fark, eğitim eğmek olarak algılandığında, istenmeyen olumsuzluk olarak görülmekte, onun yerine öğrenmenin yeterli olduğu düşünülebilmektedir. Oysa öğrenme, davranışın yapılabileceğini, eğitim ise yapıldığını gösterir. Bu nedenle öğrenme davranış için yetmez ve eğitimin yerine de geçmez, bir davranışa dönüşmedikçe de ise yaramaz. Başar (2003) Diğer taraftan eğitim, değişim için ve değişim demektir ve değiştirilme. Eğitim ve kodları yapay, ideolojik, kurgusal, önceden biçimlendirilmiş, çoğunlukla kişinin tercihine bırakılmayabilir ve hatta özgür olmayabilir. Öğrenme eyleminde en belirgin fark; bireyin kendi iradesi ve isteğinin etrafına örülmüş olmasıdır. Kaynaklara erişimin engellenmesi ile de öğrenme süreci manipüle edilebilir. Dolayısı ile çapraz kontrol bilimsel bir bilgi güvenilirliği için kaçınılmazdır (Lang, 1979). Öğrenme süreci de kişiyi kendi iradesi ile değiştirir. Hedef değişimin olup olmadığını, miktarını, yönünü, yeterliliğini bilmenin ve bunu gelecek değişimlere temel yapabilmenin yolu, değişimin somut göstergelerini belli bir düzen içinde toplamak, incelemek ve sonuçları değerlendirmektir. Üniversiteler için, öğrenci memnuniyeti araştırmaları, eğitim kalitesine yönelik olumsuz deneyimlerin giderilmesi ve uzun vadede, öğrenci seçimi, öğrenci tutumu, finansman gibi, sonuçlar, önemli araçlar olabilmektedir (Douglas, McClelland; Davies, 2007). Eğitim kurumları ve bu kurumlarda verilen eğitim, toplumdaki bireylerin bugünkü ve gelecekteki hayata daha hazırlıklı olabilmeleri için bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmıştır. (Erdem ve Altunsaray, 2016). Dolayısıyla kişilerin belli ihtiyaç programına göre yetiştirilmesi temel uzmanlık alan eğitimi veren mesleki eğitim kurumlarının da var olmasına olanak sağlamalıdır.

Günümüzde literatürün tartıştığı temel tartışmanın temel odağındaki sorular olduğu görülmekte; “sanat” hala sanat eğitim programları ile mi kazanılacak bir başka yeti mi? Yoksa sanat odaklı” tasarım” da artık akademi’da öğrenilebilir duyarlılık mı? Ya da biraz eğitim, biraz da öğrenim ağırlıklı ama her

boyutta geleneksellik ile çağdaşlık arasında süre gelen savaşın en bilinen uygulama alanı mı? Bu tartışma sürerken, tasarım becerisi kazanmak için üniversiteye giren tüm adayların, temel yeterlilik şartları, süreçle ilgili sorunları ve motivasyon problemleri günün şartlarına bağlı olarak biçim ve şekil değiştirerek ve bir şekilde süreçlere zarar veriyor.

2.0 Yöntem

Tasarım bölümüne yeni giren ve hali hazırda okuyan öğrencilerin; meslek seçimi yaparken çoğunlukla bilinçsiz bir tercih süreci geçirdiği, mesleği öğrenmek için sahip olunması için gerektiğini düşündüğü ön-beceriler konusunda abartılı davrandığı, tercih bilincinin güçlü olmadığı ve 2. grubun 1 yıllık süreyi tamamlamış olmasına rağmen hala devam tereddütleri olduğu yönündeki gözlemlerin tümüne bir yanıt arama isteği ile bu araştırma yöntem ve hedefleri geliştirildi. İzlenen yöntem;

1. Hedef grup üzerinde önceden gözlem, beyan ve ilgili literatür üzerinden belirlenen sorunları netleştirmek amacı ile anket çalışması için gereken soruları / anahtar kelimeleri, seçmek,
2. Öğrencilerde ortaya çıkan ve belli konularda yoğunlaşan olguları tespit etmek,
3. Anket hazırlamak ve yapmak,
4. Hedef soruları, belli aralıklar ile tekrarlamak,
5. Varsa değişimin; varlığını, yönünü ve anlamını tartışmak,
6. Sonuçları duyurmak,
7. Bu sonuçlarda belirlenen bilgi, yorum ve eksiklikleri giderecek ürünleri geliştirmek,
8. Ürünü kullanıcı deneyimine ve memnuniyet analizine sunmak.

2.1 Hedefler

Bilimsel araştırmaların temel amacı araştırmacının cevabını aradığı soru veya probleme doğru cevap verebilmesidir. Bilimsel araştırmalarda iki kritik noktaya özel önem verilmesi gereklidir. Geçerlilik ve güvenilirlik. Bir anket ile ölçme/ değerlendirme yapmak isteği; hedef, yöntem ve geçerlilik gerektirir. “Ölçekte yer alan sorularla gerçekten ölçmeyi amaçladığımız şeyi ölçebilir miyiz?” sorusu sorulmasını kaçınılmaz kılar. Bu çalışma içindeki sorularımız bu çerçevede belirlenmiştir.

- Meslek ve Etki Alanı,
- Çalışma Ortamı,
- “Problem” Tanımı,
- Verilen Problemleri Anlama,
- Verilen Tematik Konularda “Yeni” Sorun/ Problem Tanımlama,
- Kavramları Anlamak ve İlişkilendirmek,
- Çözüm Alternatifleri Yaratma Düzeyi,
- Proje Sunumu, Kendini ifade Etme Süreci,
- Kritik ve Değerlendirme Kriterleri.

Başlıkları bağlamında bir araştırma geliştirilmesi hedeflendi. Bu çerçevede çalışma grubu olarak; tasarım eğitimine ilk başlayan, 1 yıllık süreci ve 2 yıllık süreci tamamlamış toplamda 3 farklı seviyedeki öğrenci grupları üzerinden yürütülen araştırma yoluyla yukarıda belirtilen soruların yanıtları “Tasarım Öğrenimi Seviye 1 ve 2’deki Yer Alan Dinamik Kullanıcı Gruplarının Bilinç Analizi” anket yoluyla ölçümlemek amacı ile farklı zaman dilimlerinde yapılan bu araştırma (aynı tarihlerde ve birer yıl arayla) 3 kez tekrarlandı. 3 yıl içinde, 3 farklı öğrenci grubuna uygulanan bu çalışma; 3 bağımsız bölümden oluştu. (Ek 1)

2.1.1. İlk bölüm anket çalışmasının hedefleri;

1. Tasarım bölümü kazanmış adaylarının 1. Seviyeye giriş aşamasında 12 anahtar sıralı kelime üzerinden, “ideal bir tasarım öğrencisinin mutlaka sahip olmasının gerektiğini düşündükleri ön beceriler” özellikleri (sayı sınırı olmadan) belirlemelerine izin veren bir soru grubu, kişisel “çalışma alanlarının niteliklerini” ve “yaşam ortamlarını çeşitliliğini” belirlemek için ve varsa daha “önceki üniversite ve bölüm deneyimlerini” ortaya çıkarmak, ayrıca “tasarım” bölümünün “kişisel tercih sıralamalarındaki yerini” öğrenmek amacıyla 10 soruluk ilk bölümü oluşturuldu. Bu test 3 yıl önce kontrol grup çalışması amacıyla defa ilk uygulandı ve izleyen her yıl tekrarlandı. 2018 Ekim ayında 3. aşamanın tamamlanması ile birlikte, tüm ampirik verilere ulaşıldı.
2. Bu 10 soruluk anket, 2. sınıf ve 3. sınıf başında aynı gruplara birer yıl arayla başarı düzeyine bakılmaksızın tekrar ve tekrar uygulandı. Böylece 4 yıllık bir öğrenim çizgisi üzerinde 3 farklı zamanda diliminde grup değiştirmeden sorular, başlangıç için gereken mesleki değer değişimi algısı üzerinden, kişilerde var olan, oluşan ve değişen beklenti seviyesi incelendi.
3. İlk anketin, “olması gerektiğini düşündüğünüz mesleki ön beceriler” seçim bölümünde, yaratıcılık/yetenek kelimesi ön kontrol şıkkı olarak tanımlandı.
4. Kontrol kelimesi dahil 12 anahtar kelime dizinimi,

Yaratıcılık,	Kültür,
Çizim / Resim Yeteneği,	Bilgisayar Programları Kullanma,
Farklı Düşünce Yapısı,	Sosyal Zeka,
Matematik, Fen Bilgisi,	Gözlem Yeteneği,
Güçlü Sözel İfade Yetisi,	Kendini İfade Becerisi,
El becerisi, Diğer	Açıklayın

2.1.2. İkinci bölüm anket çalışmasının hedefleri;

1. Öğrenim sürecinin ilk yılı tamamlanmış adayların, geçirdikleri 1 yıllık mesleki gelişim sonunda kişisel olarak deneyimledikleri; yetersizlik, güçlük, eksiklik, zorluk, yabancılaşma, iletişimsizlik, deneyimsizlik, kendini ifade güçlüğü, anlama, tanımlama, sorgulama, alternatif üretme, canlandırma, modelleme gibi konulardaki başlıca “sorunları” belirlemek için hazırlanan ve 26 soru ile ölçümlenmesi hedeflenen temel başlıklar belirlendi.

o Yazılı proje özetlerini anlama,

- o Kullanılan temel kavramları anlama,
- o Kritik alma isteği,
- o Kritiklerden faydalanma,
- o Çalışma isteği / motivasyonu,
- o Tasarım ilkeleri konusunda, bilgi düzeyi,
- o Öğrenilen kavramları anlatabilme düzeyiniz,
- o Hissedilen yeterlilik düzeyi,
- o Çizim dersindeki kişisel yarar düzeyi,
- o Kişisel çalışma performansı değerlendirilmesi,
- o Mesleki gelişimin,
- o Beklenti / tatmin düzeyi,
- o Performans düzeyiniz,
- o Jüri performansı,
- o Bilgiyi kullanabilmeye olan inanç,
- o Performans değerlendirme / not memnuniyet seviyesi.

2.1.3. Üçüncü anket çalışmasının hedefleri;

Seviye 1, ilk yıl sonunda uygulanan anketin, başarı seviyesine bakılmaksızın 2'deki süreci tamamlayan tüm adaylara da bir yıl sonra uygulandı. Bu uygulama ile, önceden belirlenen anahtar kelimelerin süreç içinde gerçekleşen / değişen anlam ve bilinç değerlendirilmesinin incelenebileceği bir başka veri tabanının elde edilmesi hedeflendi.

3.0 Anket Sonuçları ve Ölçme ve Değerlendirme

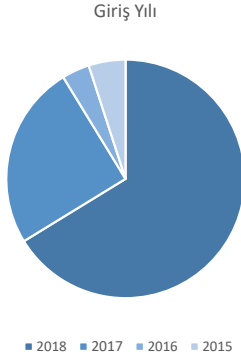
Ölçme, herhangi bir niteliği gözlemek ve gözlem sonucunda önceden tespit edilen belirli kurallara göre nesnelere ve kişilerin özelliklerine sayılar ve semboller atamaktır. Varlık veya olayların belli bir özelliğe sahip oluş derecelerini belirleme işidir (Baş, 2001). Anket çalışmasında ölçülen hedeflenen bilinç olgusu; genel olarak insanda farkındalığın, duygunun, algının ve bilginin merkezi olarak kabul edilen yeti; zihnin kendi içeriklerinin farkında olduğu durum ve içe-bakıştır (Eyüboğlu, 1989). Tasarım öğrenimi görmek üzere girişimde bulunmuş olan adaylarda, bilinç çeşitliği olduğunu öngöreyerek; “meslek seçim” bilinci (bilgi + bilinç + istek) ve meslek seçimi sonrası gelişen “öğrenme bilinci” (motivasyon) ise; (merak + istek + doyum) bileşenleri olarak adlandırıldı. Diğer taraftan, üniversite seçme ve yerleştirme sınavlarının ölçüm gücü ve yetisi çalışmamızın içerisinde yer alan bir tartışma başlığı olmaması gerektiği belirlendi. Dolayısı ile sadece belli bir amaç için tercih yapan adaylardaki, bilinç düzeyi ve gelişimi / değişimi incelenecektir.

Çalışma için 3 öğrenci grubu ile çalışılmıştır.

1. Grup (80) (yeni başlayan)
2. Grup (40) (1. seviyeyi tamamlamış)
3. Grup (20) (2. seviyeyi tamamlamış)

3.1. Grup 1

3.1.1. Tasarım mesleğini öğrenmek için okul seçen adayların lise bitiriş tarihlerine göre incelenmesi (Grup 1) (Tablo 1)



Tablo 1. Giriş yıllarına göre dağılım Adayların; %66 (53 kişi) 2018

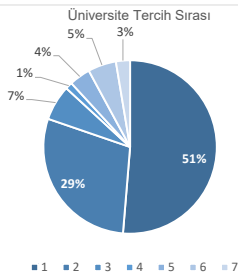
%25 (20 kişi) 2017

%4 (3 kişi) 2016

%5 (5 kişi) 2015

Tablo 1. Giriş yıllarına göre adayların %66'sının, 2018 yılında üniversiteye girdiği, %66 dilimin dışında kalan öğrencilerin bir bölümünün, en az 2. üniversiteleri olduğu, bir kısmının da sınav yoluyla veya puan yeterliliği ile bölüm değiştirdiği saptandı. (Anket 2. soru) Bu sonuçlar, tasarım bölümünü seçen adayların en az %66'sının ilk yılında üniversiteye girdiği, adayların arasında ilk yılında girmesine rağmen okul değiştirmiş veya sınıf tekrarı yapan adaylar olduğunun belirtmek gerekiyor. Bu belirsizlik bir sonraki tabloda daha detaylı incelendi.

3.1.2. Tasarım mesleği için okul seçen adayların okul tercih sıralamasına göre incelenmesi (Grup 1) (Tablo 2)



Tablo 2. Giriş tercihleri sıralaması

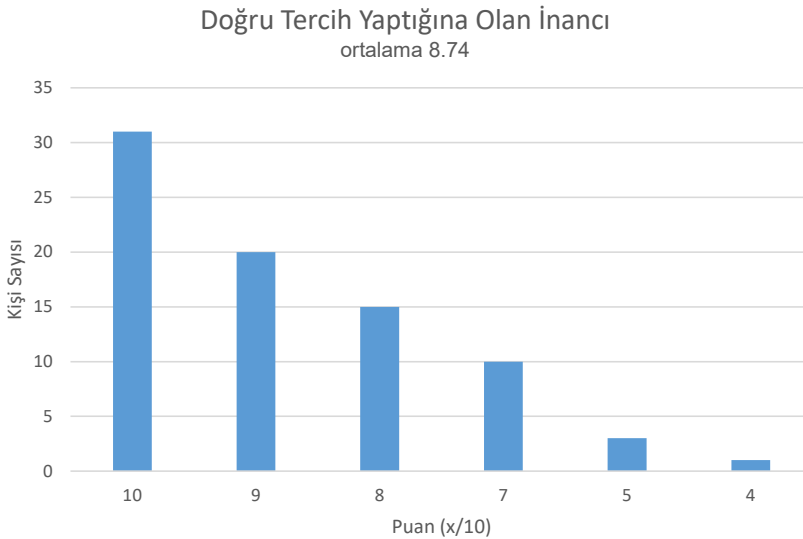
Adayların %51'inin (39 kişi) 1. tercihi, %29'unun (22 kişi) 2. tercihi, %7'sinin (5 kişi) 3. tercihi, %1'inin (1 kişi) 4. tercihi, %4'ünün (3 kişi) 5. tercihi, %5'inin (4 kişi) 6. tercihi, %3'ünün (2 kişi) 7. tercihi olduğu saptandı. (Tablo 2) Adayların %80 düzeyinde (1+2 sıra tercihleri) kazanmayı başardıkları, dolayısı ile okul ve meslek seçimlerinde tercihlerinde bir bilinç, istek ve başarı gösterdikleri görülmekte. %20'lik bir grubun kopma gösterdiği, bu kopmanın; büyük ölçüde 2. ve üzeri okul değiştiren adaylardan kaynaklandığı düşünülmekte.

3.1.3. Tasarım mesleği için okul seçen adayların daha önce okudukları bölümlere göre dağılımı (Grup 1) (Tablo 3)



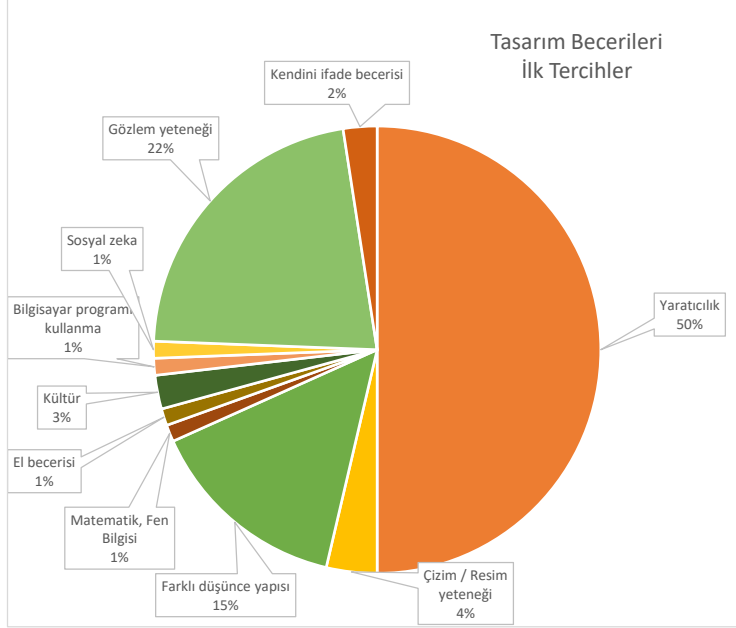
Adayların %90 düzeyinde ilk üniversitelerine girdikleri, % 10 düzeyinde adayın ise; başka bölümlerden geldiği, tablo 3'ün ifade edilen bölümlerinde görüleceği gibi gruptaki adayların; tıp, makine, kimya, işletme, siyaset bilimi ve kamu yönetimi, mimarlık bölümlerinden geldikleri görülüyor. Bu durum, adaylarda üniversite değiştirecek bir başka üst bilinç düzeyinin de oluştuğunu izlenimi veriyor. Bu bilincin ilerki anketlerde incelenmesi yararlı olabilir. Tasarım bölümleri, pek çok aday için 2. tercih olarak bir alternatif olurken, bu bölümlerden ayrılan öğrenci sayısı da yine incelenmesi gereken bir başka veri grubu olabilir.

3.1.4. Tasarım mesleği için okul seçen adayların doğru tercih yaptığını olan inancı (Grup 1) (Tablo 4)



Deneklerden soruyu 10'luk sisteme göre yanıtlamaları istendi. 30 aday tam puan verirken, (%37,5) sırasıyla 20 adayın 9 puan (%25), 15 adayın 8 puan (%16), 10 adayın ise 7 puan (%12,5) verdiği gözlemlendi. Bir kez daha 5 adayın 5 puan düzeyinde ve altında puan vermesi, hala meslek seçimi konusunda karar veremediği belli olan adayların (5) olduğunu bize gösteriyor. Diğer taraftan adaylarda 8.74 /10 bir ortalama ile meslek seçiminde yüksek bir memnuniyet düzeyi olduğu görülüyor.

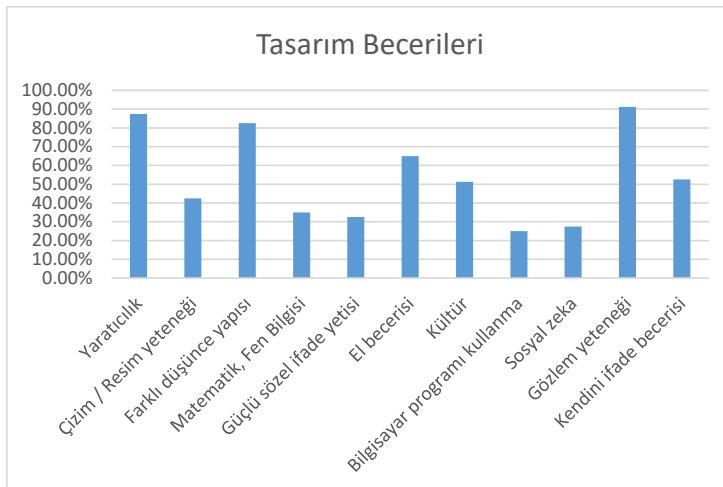
3.1.5. Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri gruplarının ilk tercih düzeyine göre incelenmesi (Grup 1) (Tablo 5)



El Becerisi, Bilgisayar Programı Kullanma, Matematik, Fen Bilgisi, Sosyal Zeka %1

Tablo 5’de görüleceği gibi, 11 + 1 şıktan oluşan anketin 6. sorusunun yanıtına göre, tasarım mesleği için adayların %50’si “yaratıcılığı” ilk tercih olarak belirtti. (kontrol sorusu) %22 düzeyinde gözlem yeteneği, %15 farklı düşünce yapısını ilk tercih olarak seçerken, bu 3 tercih düzeyi ile grupta ön plana, diğer bir deyişle; adayların yaratıcılık, gözlem yeteneği ve farklı düşünce yapısının gerektiğine olan inancı güçlü bir şekilde ortaya çıktı. Ayrıca diğer yanıt sorusu için adaylar “sabırlı olmak, gerekli motivasyon, 3 boyutlu düşünebilme, problemlere hızlı ve analitik bir şekilde çözüm üretme, girişimci olmak” ifadelerini de önerdi.

3.1.6. Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri gruplarının toplam tercih düzeyine göre incelenmesi (Grup 1) (Tablo 6)



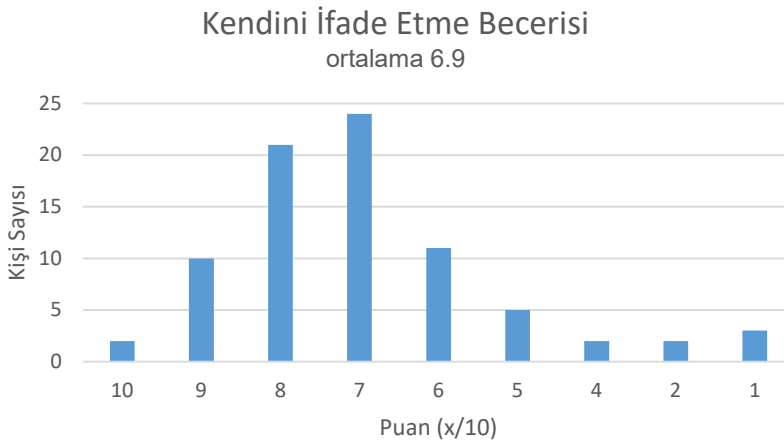
Tablo 6. Tasarım becerileri beklentisi toplam tercihler

Tablo 6 incelendiğinde, tablo 5'e göre daha homojen bir yapı ile karşılaşılıyor. Bu 2 tablo birlikte incelendiğinde, ilk tercihler sıralamasında %50 yaratıcılık ve % 22 gözlem yeteneği dağılımının, tablo 6'da değiştiği görülüyor. Adayların toplam tercihlerinde mutlaka olması gerekli buldukları (ilk sıraya koymasalar da) “gözlem yeteneği” en çok tercih edilen beklenti olarak ön plana çıkıyor. “Yaratıcılık” onu izlerken, “farklı düşünce yapısı” yaratıcılığı seviye olarak yakalıyor. Sıralamalar değişirken ve birbirlerine yaklaşıırken, bu 3 başlıkta, alt gruptan kopma açık şekilde görülüyor. (91.5 / 87.5 / 81.5) olan bir dağılım görülüyor. Bu üçlü yapıyı, diğer bir üçlü yapı izliyor, bunlar sırası ile; el becerisi, kendini ifade becerisi ve kültür. (65.0 / 52.5 / 51.25) olarak yer alıyor. Bu değerlerde gene bir kopma gerçekleştiğinde, Seviye 1 düzeyinde çizim yeteneği alt gruptan kopsa da, (40.0) beklentilerin aksine adaylarda orta seviyede bir beklenti olarak değerlendiriliyor. 4 grup altında değerlendirilebiliriz. (1. Grup için);

- Farklı düşünce yapısı, Yaratıcılık, Gözlem yeteneği,
- El becerisi, Kendini ifade becerisi, Kültür,
- Çizim yeteneği,
- Matematik Fen, Sosyal Zekâ, Bilgisayar

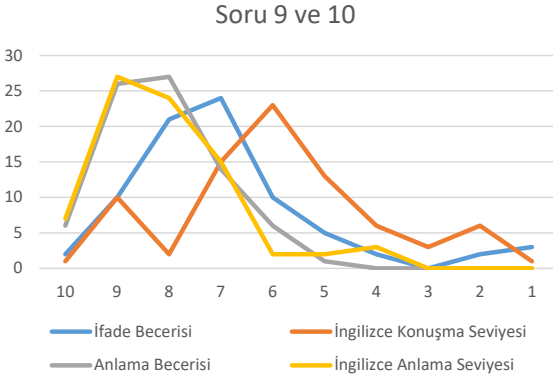
Kullanımı son grup olarak karşımıza çıkıyor. Tablo 5 ve tablo 6'da incelenen sonuçlar birbiri ile örtüşürken, öğrenilebilir becerilerin (bilgisayar programlarını kullanmak, matematik, fen bilgisi ve çizim kabiliyeti) ayrıştırıldığını ve nitelik / kabiliyet olarak algılanan ilk grubun ayrıştırılması ile farklı bir beklenti ve bilinç düzeyi olduğu görülüyor. Diğer taraftan, el becerisi ve kültür, hatta çizim yeteneği konusunda 1. Grup adaylarda kararsızlık görülüyor.

3.1.7. Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri grupları incelenmesi; sözel ifade becerisi (Grup 1) (Tablo 7)



Tablo 7, Grup 1'de yer alan adayların kendini ifade konusundaki, güven ve yeterlilik hissini 10 üzerinden değerlendirdiklerinde standart bir normal dağılım tablosu ortaya çıkıyor. Grup 1'deki adayların güven ortalamasının 7/10 olduğunu bize gösteriyor. Bu veri özellikle, grup 2 ve grup 3 ile karşılaştırıldığında, ortalamaların değişim düzeyi ilginç sonuçlar verebilir.

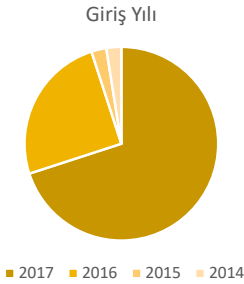
3.1.8. Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri grupları incelenmesi; sözel ifade becerisi çeşitlemeleri (Grup 1) (Tablo 8)



4 farklı sorunun da cevaplarındaki sayısal dağılım içinde büyük bir tutarlılık olduğu görülüyor. Üstte yaslanmış normal eğrilere ulaşıyoruz. 3 farklı sorunun (yeterliliğin ortalaması) 7.34 iken, tek sorudaki ifade yeterliliği hissinin ise, 6.9 olması, yeterlilik hissinde ufak bir sapma ile tutarlılık olduğu görülüyor.

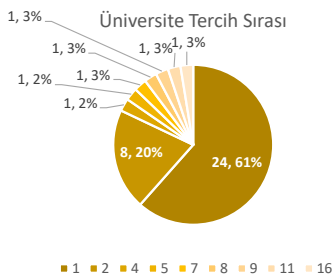
3.2. Grup 2

3.2.1. Tasarım mesleğini öğrenmek için okul seçen adayların lise bitiriş tarihlerine göre incelenmesi (Grup 2) (Tablo 9)



Tablo 9. Giriş yıllarına göre adayların %70'inin 2017 yılında üniversiteye girdiği, %70'lik dilimin dışında kalan öğrencilerin bir bölümünün en az 2. üniversiteleri olduğu, bir kısmının da sınav yoluyla veya puan yeterliliği ile bölüm değiştirdiği saptandı. (Anket 2. soru). Bu belirsizlik bir sonraki tabloda daha detaylı incelendi.

3.2.2. Tasarım mesleği için okul seçen adayların okul tercih sıralamasına göre incelenmesi (Grup 2) (Tablo 10)



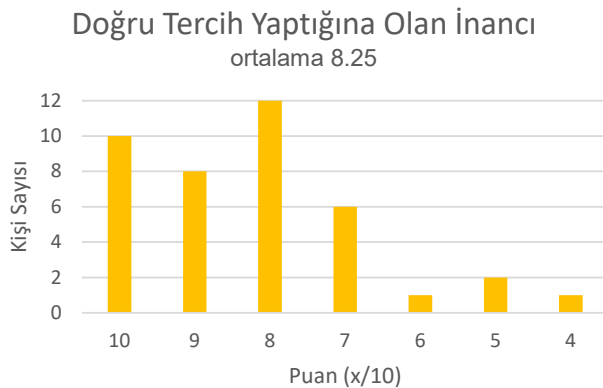
Adayların %61'inin (24 kişi) 1. tercihi, %20'sinin (8 kişi) 2. tercihi, %2'sinin (1 kişi) 4. tercihi, %2'sinin (1 kişi) 5. tercihi, %3'ünün (1 kişi) 7. tercihi, %3'ünün (1 kişi) 8. tercihi, %3'ünün (1 kişi) 9. tercihi, %3'ünün (1 kişi) 11. tercihi, %3'ünün (1 kişi) 16. tercihi olduğu görüldü. Adayların %81 düzeyinde (1+2 sıra tercihleri) kazanmayı başardıkları, dolayısı ile okul ve meslek seçimlerinde tercihlerinde bir bilinç, istek ve başarı gösterdikleri görülmekte. %15'lik bir grubun kopma gösterdiği, bu kopmanın; büyük ölçüde 2. ve üzeri okul değiştiren adaylardan kaynaklandığı düşünülmekte.

3.2.3. Tasarım mesleği için okul seçen adayların daha önce okudukları bölümlere göre dağılımı (Grup 2) (Tablo 11)



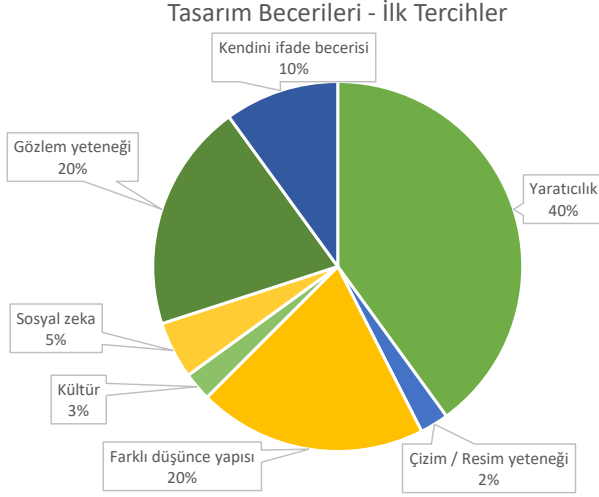
Adayların %92 düzeyinde ilk üniversitelerine girdikleri, %8 düzeyinde adayın ise; başka bölümlerden geldiği, tablo 11'in ifade edilen bölümlerinde görüleceği gibi gruptaki adayların; makine, bilgisayar ve fotoğrafçılık bölümlerinden geldikleri görülüyor. Bu durum, adaylarda üniversite değiştirecek bir başka üst bilinç düzeyinin de oluştuğunu izlenimi veriyor. Bu bilincin ilerki anketlerde incelenmesi yararlı olabilir. Tasarım bölümleri, pek çok aday için 2. tercih olarak bir alternatif olurken, bu bölümlerden ayrılan öğrenci sayısı incelenmesi gereken bir başka konu olarak değerlendirilmeli ...

3.2.4. Tasarım mesleği için okul seçen adayların doğru tercih yaptığına olan inancı (Grup 2) (Tablo 12)



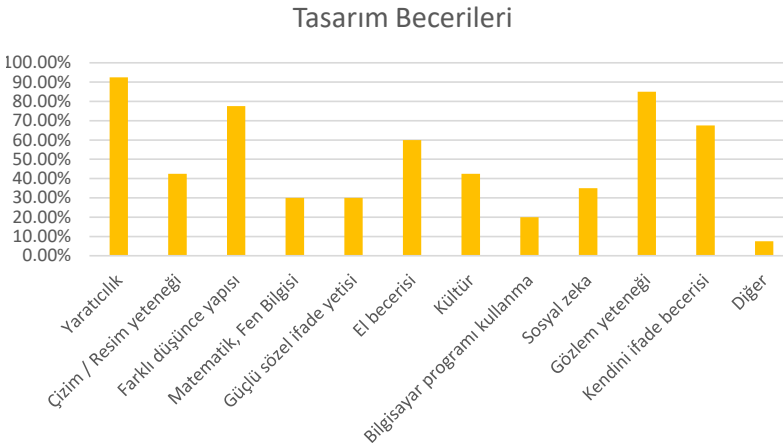
10 aday tam puan verirken, (%19,6) sırasıyla 8 adayın 9 puan (%15,6), 12 adayın 8 puan (%23,2), 6 adayın ise 7 puan (%11,76) verdiği gözlemlendi. Bir kez daha 4 adayın 6 puan ve altında puan vermesi, hala meslek seçimi konusunda karar veremediği belli olan adayların (5) olduğunu bize gösteriyor. Diğer taraftan adaylarda 8.25 / 10 bir ortalama ile meslek seçiminde yüksek bir memnuniyet düzeyi olduğu görülüyor.

3.2.5. Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri gruplarının ilk tercih düzeyine göre incelenmesi (Grup 2) (Tablo 13)



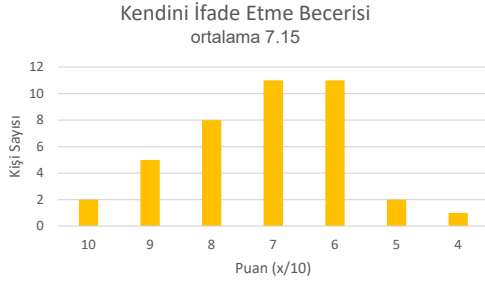
Tablo 5’de görüleceği gibi, tasarım mesleği için adayların %40’ı “yaratıcılığı” ilk tercih olarak belirtti. (kontrol sorusu) %20 düzeyinde gözlem yeteneği, %20 ise farklı düşünce yapısı ilk tercih olarak seçilirken, bu 3 tercih düzeyi ile grupta ön plana çıktığı güçlü bir şekilde ortaya çıktı. Ayrıca diğer sorusu için adaylar “yeterli para, sabır, üretme isteği” ifadelerini de önerdi.

3.2.6. Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri gruplarının toplam tercih düzeyine göre incelenmesi (Grup 2) (Tablo 14)



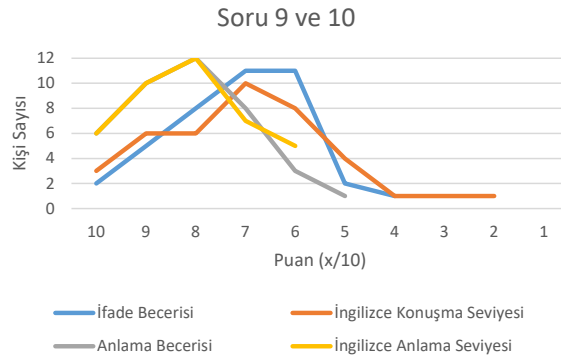
Tablo 14 incelendiğinde, tablo 13’e göre daha homojen bir yapı ile karşılaşıyoruz. Bu 2 tablo birlikte incelendiğinde, ilk tercihler sıralamasında %50 yaratıcılık ve % 22 gözlem yeteneği dağılımının, tablo 14’de değiştiği görülüyor. Adayların toplam tercihlerinde mutlaka olmasını gerekli buldukları (ilk sıraya koymasalar da) “Yaratıcılık” en çok tercih edilen beklenti olarak ön plana çıkıyor. “gözlem yeteneği” onu izlerken, “farklı düşünce yapısı” yaratıcılığı seviye olarak yakalıyor. Sıralamalar değişirken ve birbirlerine yaklaşıırken, bu 3 başlıkta, alt gruptan kopma açık şekilde görülüyor. (92.5 / 85.0 / 77.5) gibi bir dağılım görülüyor. Bu üçlü yapıyı, diğer bir 4’lü yapı izliyor, bunlar sırası ile; kendini ifade becerisi ,el becerisi,çizim becerisi ve kültür (67.5 / 60.0 / 42.5/ 42.5) olarak yer alıyor.

3.2.7. Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri grupları incelenmesi; sözel ifade becerisi (Grup 2) (Tablo 15)



Tablo 15. Grup 2'de yer alan adayların kendini ifade konusundaki, güven ve yeterlilik hissini 10 üzerinden değerlendirdiklerinde standart bir normal dağılım tablosu ortaya çıkıyor. Grup 2'deki adayların güven ortalaması 7/10 gibi sonucu bize gösteriyor. Bu veri özellikle, Grup 3 ile karşılaştırıldığında ortalamaların değişim düzeyi ilginç sonuçlar verebilir.

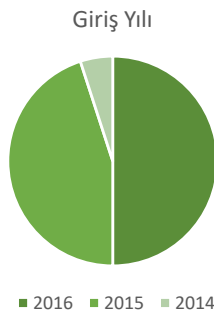
3.2.8. Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri grupları incelenmesi; sözel ifade becerisi çeşitlemeleri (Grup 2) (Tablo 16)



4 farklı sorunun da cevaplarındaki sayısal dağılım içinde büyük bir tutarlılık olduğu görülüyor. Üstte yaslanmış normal eğrilere ulaşıyoruz. 3 farklı sorunun (yeterliliğin ortalaması) 7.59 iken, tek sorudaki ifade yeterliliği hissini ise 7.15 olması, yeterlilik hissinde ufak bir sapma ile tutarlılık olduğu görülüyor.

3.3. Grup 3

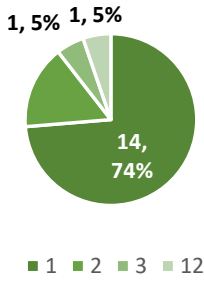
3.3.1 Tasarım mesleğini öğrenmek için okul seçen adayların lise bitiriş tarihlerine göre incelenmesi (Grup 3) (Tablo 17)



Giriş yıllarına göre adayların %50'sinin 2016 yılında üniversiteye girdiği, %50'lik dilimin dışında kalan öğrencilerin bir bölümünün en az 2. üniversiteleri olduğu, bir kısmının da sınav yoluyla veya puan yeterliliği ile bölüm değiştirdiği saptandı. (Anket 2. soru) Bu belirsizlik bir sonraki tabloda daha detaylı incelendi.

3.3.2 Tasarım mesleği için okul seçen adayların okul tercih sıralamasına göre incelenmesi (Grup 3) (Tablo 18)

Üniversite Tercih Sırası



Adayların %74'ünün (14 kişi) 1. tercihi, %16'sının (3 kişi) 2. tercihi, %5'inin (1 kişi) 3. tercihi, %5'sinin (1 kişi) 12. tercihi olduğu görüldü. Adayların %90 düzeyinde (1+2 sıra tercihleri) kazanmayı başardıkları, dolayısı ile okul ve meslek seçimlerinde tercihlerinde bir bilinç, istek ve başarı gösterdikleri görülmekte. %10'lık bir grubun kopma gösterdiği, bu kopmanın; büyük ölçüde 2. ve üzeri okul değiştiren adaylardan kaynaklandığı düşünülmekte.

3.3.3. Tasarım mesleği için okul seçen adayların daha önce okudukları bölümlere göre dağılımı (Grup 3) (Tablo 19)

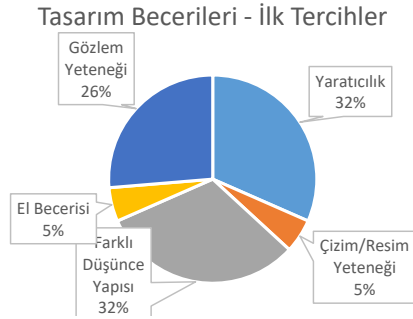


Adayların %80 düzeyinde ilk üniversitelerine girdikleri, %20 düzeyinde adayın ise; başka bölümlerden geldiği, tablo 28'in ifade edilen bölümlerinde görüleceği gibi gruptaki adayların; makine mühendisliği, iktisat, metalurji mühendisliği ve bilgisayar mühendisliği bölümlerinden geldikleri görülüyor.

3.3.4. Tasarım mesleği için okul seçen adayların doğru tercih yaptığına olan inancı (Grup 3) (Tablo 20)

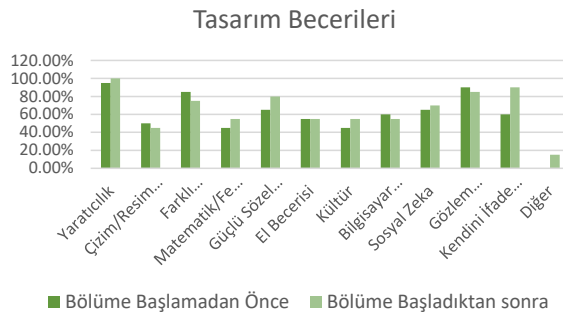
Deneklerden soruyu 10'luk sisteme göre yanıtlamaları istendi. 8 aday tam puan verirken, (%40) sırasıyla 5 adayın 9 puan (%25), 3 adayın 8 puan (%15), 1 adayın ise 7 puan (%5) verdiği gözlemlendi. Bir kez daha 2 adayın 6 puan ve altında puan vermesi, hala meslek seçimi konusunda karar veremediği belli olan adayların (2) olduğunu bize gösteriyor. Diğer taraftan adaylarda 8.79 / 10 bir ortalama ile meslek seçiminde yüksek bir memnuniyet düzeyi olduğu görülüyor.

3.3.5. Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri gruplarının ilk tercih düzeyine göre incelenmesi (Grup 3) (Tablo 21)



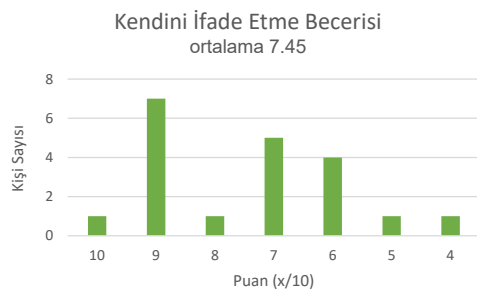
Tablo 30'da görüleceği gibi, anketin 6. sorusunun yanıtlarına göre, tasarım mesleği için adayların %64'ü "yaratıcılığı" ve "farklı düşünce yapısını" ilk tercih olarak belirtti. %26 düzeyinde gözlem yeteneği, %10 ise çizim yeteneği ve el becerisi ilk tercih olarak seçilirken, ilk 2 tercih düzeyi ile grupta ön plana çıktığı, diğer bir değişle; adayların yaratıcılık ve farklı düşünce yapısının gerektiğine olan inancı güçlü bir şekilde ortaya çıktı.

3.3.6. Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri gruplarının toplam tercih düzeyine göre incelenmesi (Grup 3) (Tablo 22)



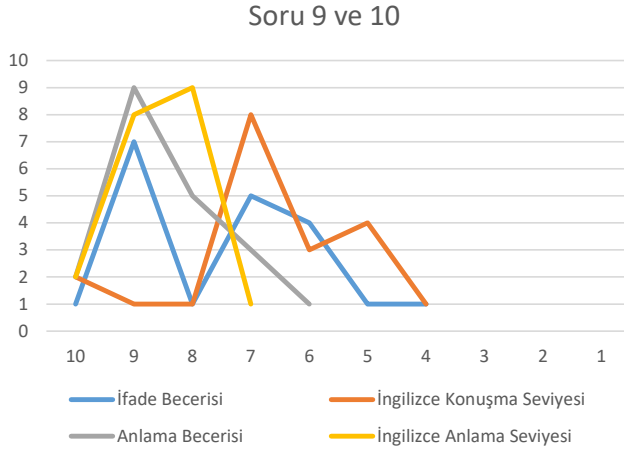
Tablo 31 incelendiğinde, Tablo 30'a göre daha homojen bir yapı ile karşılaşılıyor. Bu iki tablo birlikte incelendiğinde, ilk tercihler sıralamasında %32 yaratıcılık ve % 32 farklı düşünce yapısı dağılımının değiştiği görülüyor. Adayların toplam tercihlerinde mutlaka olmasını gerekli buldukları "Yaratıcılık" en çok tercih edilen beceri olarak ön plana çıkıyor. Ayrıca diğer yanıt sorusu için adaylar "iyi pazarlık, özgüven, araştırma isteği, sanatçılık ruhu" ifadelerini de önerdi.

3.3.7. Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri grupları incelenmesi; sözel ifade becerisi (Grup 3) (Tablo 23)



Grup 3'de yer alan adayların kendini ifade konusundaki, güven ve yeterlilik hissini 10 üzerinden değerlendirdiklerinde dramatik bir dağılım tablosu ortaya çıkıyor. Grup 3'deki adayların güven ortalamasının ise 7.45 olduğu görülüyor.

3.3.8 Tasarım mesleği için gerektiği düşünülen ön beceri grupları incelenmesi; sözel ifade becerisi çeşitlemeleri (Grup 3) (Tablo 24)



4 farklı sorunun da cevaplarındaki sayısal dağılım içinde “İngilizce konuşma seviyesi” başlığı hariç büyük bir tutarlılık olduğu görülüyor. Kalan 3’ünde solda toplanmış normal eğrilere ulaşıyoruz. İngilizce anlama seviyesi ve anlama becerileri başlıklarının ortalamalarının 8.55 ve 8.4 olması, bu iki başlığın düzeylerinin birbirine çok yakın olduğunu gösteriyor.

5.0 Sonuçlar

Temel tasarım eğitiminde ulaştıkları varsayılan “kodların” ürün geliştirme sürecine nasıl taşınacağını, ilişkilendirileceğini bildikleri varsayılan “öğrenci kitlelerinin” gerçekten bu değişimi ne kadar yapabildikleri veya bilgiyi ne düzeyde kullanabildikleri tüm paydaşlar için hala bir soru işareti. Diğer taraftan tasarım sürecinin ve eğitiminin doğasının kaçınılmazı olan bu gelişim sorunu, bilinen tüm sistemlerden farklı düzeylerde gerçekleşen bir doğal sonuç olarak kabul edilmeli. Tasarım eğitimi sürecinde, tasarım felsefesinin kodlarının çizgisel bir düzen üzerine kurgulanamayacak kadar kompleks ilişkileri barındırdığını ve her problem için farklı biçimlenen olgular olduğunu anlamının öncelikli gerekliliği de kendiliğinden ortaya çıkmakta. Tüm bu değişkenler, farklı dinamikler ve kuramlar üzerinden tartışılmağa ihtiyaç duyuyor.

Diğer bir yandan, farklı seviyelerdeki öğrencilerin tercih sıralamalarına bakıldığında; bölüme gelen öğrenci profilinin bilinçli bir şekilde bölümü tercih ettiği ve bölümün bilinirliğinin yüksek olduğu açıkça görülüyor. Bu bilincin hem ilk kez tercih yapan adaylarda hem de daha önce en az bir üniversiteye devam eden adaylarda olduğu ortaya çıkmakta. Dolayısı ile bu durum, adayların okul / meslek seçimlerinde ve değişikliklerinde bir bilinç ve çaba gösterdikleri izlenimini vermekte. Farklı seviyelerdeki adayların doğru tercih yaptıklarına olan inançlarını gösteren veri ve tabloların da ortalama değerlerinin yüksek olması bu izlenimi doğrulamakta. Karşılaştırmalı veriler bir tutarlılık gösterse de bu durum ileriki yıllarda değişebilir veya tutarlılık derecesinin değeri istikrarını koruyarak artan bir ivmeyle yükselmeye devam da edebilir.

Tasarım mesleği için gerektiği düşünölen ön beceri gruplarının tercih düzeylerine bakıldığında; adayların beklentilerinin seviyeleri yükseldikçe değiştii açıkça görölüyor. Bölöme başlamadan önce veya sonra itibar etmedikleri bazı başlıkların; seviyeleri değiştikçe geliştii ve değerlerinin azaldığı veya yükseldiği ortaya çıkıyor. Diğer bir değişle; ilk başta daha çok tercih edilen yaratıcılık, gözlem yeteneği, farklı düşünce yapısı ve el becerisi gibi başlıklar; yerini kendini ifade becerisi, sosyal zekâ, güçlü sözel ifade yetisi ve kültür gibi başlıklara bırakıyor.

Önemli konu başlıklarından biri olan kendini ifade etme ve yeterlilikler konusunda tüm gruplarda ortak olarak anlama ve İngilizce anlama seviyelerinin yüksek olduğu görölmekle beraber; 3 seviyede de ifade becerisinin düşük olduğu ortaya çıktı. Sonuçlardan bir diğeri ise; tüm seviyelerdeki öğrencilerin ortalamalarına bakıldığında İngilizce konuşma seviyesinin en düşük ortalamaya sahip olan başlık olması. Bu durum adayların İngilizce anlama seviyelerinin yüksek olmasına rağmen, konuşma seviyelerinde bir ters orantı olduğunu gösteriyor.

Farklı seviyelerdeki akademik gelişme tablolarının verilerine göre sınıfı fark etmeksizin Seviye 1'i tamamlamış adayların jüri performansı ile bilgiyi kullanabileceğine olan inançları arasında tutarlılık olmasının yanında; not üzerinden memnuniyet seviyelerinin düşük olduğu görölüyor. Bu durum Seviye 2'yi tamamlamış adaylarda ise tam tersi bir tablo çiziyor. Diğer grubun aksine, Seviye 2'yi tamamlamış adayların not üzerinden memnuniyet seviyeleri yüksek olmasına rağmen, jüri performanslarının düşük olduğu görölüyor. Aynı şekilde, Seviye 2 ve 3'deki mesleki gelişme verilerine bakıldığında; kişisel beklentileri karşılama ve kişisel performans düzeyi arasında bir tutarlılık olduğu görölüyor. Ek olarak, seviye yükseldikçe mesleki gelişim ortalamalarının da yükseldiği görölüyor. Diğer bir değişle; seviye 1'i tamamlamış adayların mesleki gelişimlerinin ortalaması 6 olmasına rağmen, Seviye 2'yi tamamlamış adaylarda bu durum 7.5 düzeyine çıkıyor.

Son olarak, zorlanılan konu başlıklarında ise; Seviye 2 ve 3'deki adayların proje sunumu, kendini ifade etme süreci, kritik ve değerlendirme kriterleri ve çözüm alternatifleri yaratma düzeyinde zorlandıkları güçlü bir şekilde ortaya çıktı. 2 seviyede de sıralamaların değişmesine rağmen bu başlıkların ortak olduğu göröldü. Fakat üst seviyedeki adayların ek olarak, problem tanımı ve kavramları anlamlandırma başlığında da en az diğer başlıklar kadar zorlandıkları göröldü. Diğer bir yandan verilere bakıldığında adayların en az çalışma ortamı konusunda zorlandıkları ortaya çıkıyor.

Tüm bu verilere bakılarak 2018 yılında hazırlanmış ve ağırlıkla 2. Seviye tasarım öğrencilerine yönelik olan ID Manuel, adayların zorlandıkları konulara ışık tutmasının yanında, yol gösterici bir kaynak olması açısından farklı seviyelerdeki adayların tasarım eğitiminde yararlı olacaktır.

Kaynakça

- Baş T., (2001). Anket (1.Baskı) Ankara; Seçkin Yayınları
- Başar.H, (2003). Ön Yargısız ve Ezbersiz Eğitim, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yöntemi, sayı.34, ss-214-235
- Başaran, İ.E. (1984). Eğitime Giriş. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Bilhan, S. (1991). Eğitim Felsefesi. Ankara: A.Ü. E.B.F Yayınlar
- Douglas,J. McClelland, R.Davies,J. (2007). The Development of a conceptual model of student satisfaction with their experience in higher education.Quality Assurance in Education 16(1), 19-35
- Erdoğan. İ, (2001) Sosyal Bilimlerde Pozitivist-Ampirik Akademik Araştırmaların Tasarım ve Yöntem Sorunları, Anatolia Turizm Araştırma Dergisi, Güz 2001, y.12, S.119-134
- Eyüpoğlu, Z. (1989). Türkçe Kökler Sözlüğü. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Lang, K. (1979). The critical function of empirical communication research: Observation on German-American influences. Media, Culture and Society, 1(1): 83-96.
- Morin, E. (2003). Geleceğin Eğitimi İçin Gerekli Yedi Bilgi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- Rezba, R. J., Sprague, C. S., Fiel, R. L., Funk, H. J., Okey, J. R., & Jaus, H. H. (3rd Ed.). (1995), Learning and Assessing Science Process Skills. Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque.
- Sekaran U., (1999). Research Methods For Business (Third Edition) Carbonadale; Southern Illinois University
- Weick, K. E. And L. R. Browning (1991). Fixing with the voice: A research agenda for applied communication. Journal of Applied Communication Research, 19(1-2): 1-19.
- Wright, D (1997). Understanding Statistics: an Introduction for the Social Sciences. Thousand Oaks, CA: Sage.

Sosyokültürel Etkileşimin Teknoloji İle Buluşması: Tasarım Müzeleri

Dr. Bülben YAZICI // *byazici@etu.edu.tr*

Rabia HARMANKAYA // *rabiaharmankaya@gmail.com*

*TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi
Endüstriyel Tasarım Bölümü*

ÖZET

Teknolojinin değişimi günlük alışkanlıklarımızı ve tüketim tercihlerimizi de büyük ölçüde etkilemiştir. Ürünler bu değişimle daha hızlı üretilir ve daha farklı tüketilir hale gelmiştir. Tasarım kavramının da bu değişimlerden etkilendiğini söylemek mümkündür. Bu hızlı tüketim süreci tasarım sergilemelerini de değiştirmektedir. Seri üretim ve sanayileşme ile birbirinin aynısı olan ürünler yüksek sayıda üretilirken, ürün ve tasarım kavramları teknoloji ve makineleşme ile ilişkilendirilirken bir yandan da bu ürünlerin var olması tasarım ve tasarımcısının hikâyesinin anlatılması ve bir bellek oluşturması ihtiyacı da ortaya çıkmaya başlamıştır.

Bu ürünlerin tanıtımının yapılması, sunulması aslında bir anlamda pazarlanması demektir. Ürünlerin satış ve pazarlama amacı ile sergilenmesi işlevini mağazalar, ulusal ve uluslararası fuarlar, kataloglar, sosyal/görsel ve basılı medya yerine getirmektedir. Bu medyanın hedefi tüketiciye neyi alacağını, nasıl kullanacağını, ürünün kişiye ne faydalar sağlayacağını aktarmak yani ticareti hareketlendirmektir. Tüketim amaçlı yapılan sergilemeler tasarım, iletişim, medya, reklam gibi alanlara doğru şekillenirken, ürünün hikâyesinin sergilenmesi, bunun toplumsal bir tasarım bilincine ulaşmak için yapılması fikri

ortaya çıkmaya başlamıştır. Obje sadece son kullanıcı ürünü olarak değil hikâyesiyle anlatılmak istenmiştir.

Bu belleği oluşturma sürecinde tasarım müzeleri önem taşımaktadır. Tasarım müzeleri arasında öne çıkan örnekler tasarım, sergileme, iletişim gibi işlevlerinin yanı sıra bir ülkenin, bir şehrin, bir kültürün de tanıtıcısı, simgesi haline gelmektedirler. Birbirleriyle iletişim halinde olan, sürekli güncellenen tasarım müzeleri tasarım belleği oluşturma, belleği koruma, tanıtma, aktarma görevini üstlenmiştir. Bir anlamda tasarım müzeleri farklı boyutlarda gerçekleşen tasarım sergilemelerini yürütürken aynı zamanda evrensel ve yerel boyuttaki tasarım oluşumlarının da bir belgesi haline gelmektedirler. Gelişen teknoloji ve iletişim ağlarıyla bunun gerçekleştirilmesi kolaylaşmaktadır. Tasarım Müzeleri bu kültürel ve sosyal etkileşimin hem hafızası hem de vitrini olarak, tasarım ekosistemini oluşturan tasarımcılar, tasarım eğitmenleri ve tasarım öğrencileri yani genel olarak tasarıma dair fikir ve ürün üreten her birey ve toplum için önem taşımaktadır.

Bildiri özellikle dijital çağ olarak tanımlanan 21. yy'da dünyadaki tasarım müzelerinin tasarım yaklaşımlarını, yaşadıkları teknolojik ve ideolojik devinimleri ve bunların, sergileme - mekân - malzeme - ziyaretçi etkileşimini nasıl yeniden yarattığını incelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Tasarım Müzesi, Sergileme, Tasarım, Ürün Sergilemesi

TASARIM VE TEKNOLOJİ İLİŞKİSİ

21.yy'a kadar tasarım kavramının tanımı çok kereler değişmiştir. 2000'li yılların ise, incelendiğinde, tasarım kavramını anlama, sınırlarını belirleme, sınıflandırma, ayrıştırma birleştirme çabalarıyla dolu olduğu görülmektedir. Tasarım kavramını değerlendirirken tek başına bir olgudan bahsetmek yeterli değildir. Tasarım, insanın başarısına ve teknik gücüne dayanan sürekli değişen ve gelişen bir süreçtir (Morrison ve Twyford, 1994). Tasarım insandan, doğadan, bulunduğu çevreden beslenen ve bu şekilde gelişen, değişen bir yapıdır. Tasarım var olduğu bölgenin sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik ortamından etkilenmektedir ve aynı zamanda var olduğu bölgeyi sosyal, kültürel ve ekonomik bakımdan etkilemektedir.

Tasarım kavramını toplumdaki ayırmak mümkün değildir, toplumu tanımlarken ise sadece bireyler değil, endüstriler, örgütler, meslekler ve pazarlar gibi çeşitli ekonomik ve sosyolojik fenomenler de bu bağlamın içerisinde değerlendirilmelidir. Tasarım, giydiğimiz kıyafetler, kullandığımız ürünler, sahip olduğumuz araçlar ve bizimle iletişim kuran medya gibi bizi çevreleyen tüm nesnelere ifade eder. Tasarım var olduğu her alanı kendisiyle beraber değişime ve yeniliğe zorlamaktadır ve dinamik bir döngü içerisinde şekillenmektedir.

Teknoloji ise 20 ve 21.yy'da tasarımı etkileyen en büyük faktörlerden biridir. Teknolojideki hammadde kullanımı, makineleşme gibi değişiklikler bu dönüşümün ilk aşamaları idi. 20.yy'ın başlarında üretime yansıyan teknolojik gelişmeler, seri üretim ve tüketimcilik kavramlarını hayatımıza getirdi. Mal ve insanların nasıl taşındığı, bilginin aktarılması, yer ve zaman algıları hızla ve radikal bir biçimde değişmekteydi. Bu, yaşam standartlarını iyileştirdi ve tüketici ürün ve hizmetlerinde çeşitlilik ihtiyacını yarattı ve sağladı. Seri üretimin bu bağlamda, hizmet endüstrileri ve eğlence endüstrileri, gelişen ofisler ve ajanslar aracılığıyla tasarımın profesyonelleştirilmesini sağladığını söylemek mümkündür (Morrison

ve Twyford, 1994). Buna bağlı olarak iletişimde ve ekonomik organizasyonlarda da büyük değişiklikler yaşanıyordu. Anderson & Mildbrandt (2005)'e göre, bir zamanlar kişiye özel el işçiliği ile temsil edilen zanaatın yerini, üretilecek ürünler ve onların çekici ve arzu edilir habitatları (kıyafetler, arabalar, mobilya, evler) almaya başlamıştı.

Daha önce sınırları zorlayan tasarım fikirlerini günümüzde olağan kılmak teknolojinin bu yönde gelişmesiyle mümkün kılınmıştır. Tasarlama eylemi sadece bir problemi çözen bir eylem değil, bu çözüm ile beraber bir deneyim ve durum oluşturan bir eylemdir. Tasarımın bu aktif etkisini ürünler, hizmetler aracılığıyla gündelik yaşama sızan, neredeyse kullanıcı üzerinden dünyayı kontrol eden bir güç olarak tanımlamak mümkündür. Maroevic (1998), tasarımın kültür, bilgi ve değerleri içerdiğini belirtmektedir. Bu çalışmanın dayandığı varsayımlardan bir diğeri ise, tasarım müzelerinin kültürel ve sosyal mirasını besleyerek ve bu mirasın mesajlarını yorumlayıp ileterek bir toplumu zenginleştirmesidir (Margolin, 2002).

Tasarım disiplinlerine baktığımızda ise tasarlama eylemi sonucu ortaya çıkan ürünler ve tasarlama eyleminin sürecine göre akademi ve sektör tarafından farklı dallara ayrılıp, yeni alanlar eklenip, alanlar birleştirilebilmektedir. Eski tarihlere bakacak olursak insanın temel ihtiyacı olan barınma eylemini gerçekleştirirken oluşturduğu evler, beslenme gibi gündelik işler için yapılan aletler ve eski mezar kalıntılarında bulunan mobilyalara bakıldığında yapıyı, mekânı, eşyayı tasarlama eylemi tarihten günümüze gelen disiplinlerdendir. Zamanla akademik kurumlar, bilimsel çalışmalar ve gelişen bilgi sistemleriyle beraber tasarım alanları yeniden adlandırmaya ve yapılandırılmaya başlamıştır. Oysa ki tasarlama eylemi John Heskett'in de belirttiği gibi insanlık tarihinden beri yapılmaktadır. Sadece zamanla araçları ve yöntemleri değişmiştir (Heskett, 2005). İnsanın var olmasından bu yana yapılan bir eylemin günümüze gelene kadar oluşturduğu birikim ise göz ardı edilemeyecek kadar çoktur.

TASARIM MÜZELERİ

Tasarımın öğrenilmesi, yukarıda tartışıldığı gibi, kolaylaştırıcı ve öğrenci arasında geliştirilen tasarımın analizi için bir kelime hazinesi geliştirmeyi içerir. Bu analiz, bir tasarım parçasının, malzemelerinin ve işlevinin görünümünü ve tüketim etrafındaki sorunları ve tasarım parçasının daha ayrıntılı olarak ele alınış biçimlerini de kapsamaktadır. Londra'daki Design Museum'un hedeflerinde belirtildiği gibi müzenin öncelikli faaliyet alanı: Tarihi, sosyal, sanatsal, endüstriyel ve ticari bağlamda çağdaş tasarım ve mimarinin tüm biçimlerinin araştırılmasında halkın eğitimini ilerletmektir. (Design Museum Memorandum Council, 2009)

Geleneksel kurum olarak "müze"- bilgiyi koruma ve yayma sorumlusu olarak tasarlanan - ve keşif yaklaşımının daha geleneksel bilişsel araştırmayı desteklediği "sanal müze" arasındaki ilişkidir. Bu şekilde, ziyaretçi ve nesne arasındaki ilişki, ilginç dönüşümlere uğrar. Dijital çağ bir devrim niteliğindedir ve kısmen çağdaş kültürün genişletilmiş dönüşümlerinden de sorumludur. Kültürel meseleleri yönetmede dijital yaklaşımların kullanılması yalnızca iletişimin zaman ve modellerini değiştirmez, aynı zamanda bir sanat eseri ile son kullanıcı arasındaki etkileşimi tasarlamak için yeni çalışma yaklaşımlarını da açar.

Tasarım müzeleri bu birikimi koruma aktarma tanıtma anlatma fiillerinin gerçekleştirileceği bir mecra olarak ortaya çıkmıştır. Her tasarım müzesinin ise tıpkı tasarım kavramında olduğu gibi kendine ait farklı bir geçmişi, oluşum hikâyesi ve karakteri vardır. Bulunduğu çevrenin özelliklerini yansıtır ve kendi özellikleriyle de çevresini geliştirir. İyi tasarlanmış müze sergileri, ziyaretçilere hayal gücünü

harekete geçiren, yani geçmiş, şimdiki ve potansiyel dünyalara yeni, ilginç ve şaşırtıcı bakış açıları yaşayarak kişisel anlamlı ve potansiyel olarak dönüştürücü deneyimlere sahip olacak bir araç sunmaktadır. Hikâye anlatımının artma olasılığı, bir yandan da, olası yorum seviyelerini arttırır. Bu, tasarımcının belirli bir sanat eseri ile ilişkili içeriği yeniden düzenleyebilmesine, diğer yandan açıklama için zamanın ve alanın genişletilmesine, diğer yandan da son kullanıcının büyük miktarda kendini daha iyi yönlendirmesine yardımcı olur.

Tasarım müzeleri, endüstri ve halk arasında yeni bir ilişki yaratmayı hedefleyerek tasarım ve popüler yaşamın gündelik yaşam üzerindeki etkilerini arttırmaya çalışırken, endüstride ve ticarete iş yaparken daha iyi mallar elde etmenin gerçek faydaları için daha büyük bir takdir görmektedir (Usherwood, 1991). Endüstrinin ve tüketici çıkarlarının birleşmesi büyü olasılıkla sanat eğitiminin yaratıcı uğraşlarını pazarın gerçekleriyle ilişkilendirmek için müzelerin tasarımına yardımcı olacaktır. Bu sebeple karşılıklı olarak profesyonel tasarımcıların da müzeyi ilham kaynağı olarak kullanmaları, müzelerdeki yeni çalışmalarını görebilmeleri ve ürünü anlamaları beklenmektedir (Usherwood, 1991).

Tasarım müzesinin bu süreçteki rolü, tasarım üretiminin sağlanması ve finanse edilmesidir. Bir tasarım müzesindeki her koleksiyon, kendine özgün tarihinin yanı sıra özel bağlamının yönlerini de yansıtır (McDermott, 2005). Dekoratif sanatların geleneksel müzesinden farklı olarak, tasarım müzeleri yalnızca 20. ve 21. yy'nın endüstriyel ve post-endüstriyel dünyasının ürünleri, teknolojileri ve binaları ile ilgilidir (McDermott, 2005). Tasarım müzeleri, bu döneme ait ürün ve grafik tasarımları toplayarak son yüzyılların engin sosyal ve teknolojik değişimlerini yansıtmaktadır. Tasarım müzeleri, sıradan nesnelerin takdirini kazanmaya ve nesnelerin ve kitlesel üretilen görüntülerin sosyal, politik ve teknolojik değişimi etkilemek için nasıl kullanıldığına dair anlayışımızı geliştirmeye yardımcı olur. Bu objeleri inceledikten sonra, ziyaretçiler çağdaş toplumdaki bu ilişkilere karşı yüksek hassasiyetle uzaklaşabilirler (Margolin, 2002). Bu şekilde tasarım müzeleri, gündelik dünyada sürekli değişen sosyal ve kültürel unsurlarla yüzleşmemize yardımcı olur.

Tasarım müzeleri, tasarımcı bakış açısından, kavramsallaştırma, planlama ve değerlendirme de dahil olmak üzere tasarımı incelemek için yararlıdır. Buna ek olarak, bu tür müzeler, tasarımcının kelime dağarcığını, görsel düşünme tarzını, süreçleri, tasarım belgelerini ve sonuçları ortaya çıkarmaya yardımcı olur.

Tasarım müzeleri, aynı anda kültürü yansıtan ve üreten yeni bir müze tarzının parçası haline gelmiştir (Maroevic, 1998). Tasarım müzeleri, neyin tasarım ve tasarım olmadığını belirleyen, örgütsel kararlar alan sosyal, politik ve ticari liderler için de önemlidir. Bunlar, diğer şeylerin yanı sıra, uzman disiplin çıkarları, koleksiyonlar ve gösterim politikaları ve fonlama anlaşmaları ile şekillenen, öğretim ve öğrenmeye yönelik kültürel, tarihsel ve politik olarak ayırt edici alanlardır.

Danimarka Tasarım müzesi gibi ilk açılış amacı, ustaların el işçiliği ve tasarımını tanıtmak, eğitimi güçlendirmek, kalifiye eleman yetiştirmek olan müzenin değişen tasarım normları ve dünya düzeniyle 2011 yılında Tasarım Müzesi olarak kendini daha net bir biçimde daha geniş kitleye hitap edeceğini düşünmesi gibi daha pek çok müze bu yaklaşımı benimsemiştir. Eski dekoratif sanatlar, uygulamalı sanatlar müzeleri tasarım müzesi olarak ad değiştirirken yeni açılan tasarım müzelerinin sayısı da artmaktadır. Güney Kore, Çin, İspanya, İsrail, Rusya 2010 yılı ve sonrası açılan yeni Tasarım Müzelerine sahiptir.

Tasarım müzeleri kimi zaman koleksiyonuyla, kimi zaman içinde bulunduğu binanın yapısıyla, kimi zaman eğitim politikasıyla öne çıkmaktadır. Yeni ya da eski oluşu, ziyaretçiye sunduğu olanaklar, ser-

gileme yöntemleri, koleksiyon içeriği, etkinlik ve faaliyetleri ile birbirlerinden farklı olan tasarım müzeleri aynı zamanda birbirleriyle de etkileşim içindedir. Her bir tasarım müzesini kendi içinde incelemek başlı başına araştırma konusu olarak ele alınabileceği gibi tasarım müzeleri hakkında genel bilgi sahibi olmak için kısa kısa her birinden bahsetmek faydalı olacaktır.

Genel hatlarıyla tasarım müzeleri buldukları ülkenin başkentlerinde ya da kültür ticaret şehri olup turist ziyareti de yüksek olan şehirlerinde yer almaktadır. İtalya'da Milano, İspanya'da Barselona, Amerika'da New York şehirleri başkent olmasa da Tasarım Müzesine sahip şehirlerdendir. Bunun başlıca sebebi kültürel etkinliklerin, ekonomik faaliyetlerin ve turist sayısının bu şehirlerde fazla olması ve böylelikle tasarım için hem sektörel hem ticari hem kültürel bir odak noktası oluşturmaktır. Tasarım Müzesi yapı olarak kendi için tasarlanmış ya da tarihi önem taşıyan yenilenmiş yapılarda yer alabilmektedir. Bulduğu yapının tercihi içerik olarak ziyaretçisine sunduğu bağlamdan kopuk değildir. Bütüncül bir kimlik oluşturmak amacıyla tasarım yaklaşımına göre tasarım müzeleri kendi koleksiyonlarını ve yapılarını şekillendirmektedir. Cooper Hewitt Smithsonian müzesi örneğine bakılacak olursa Amerika'nın yerel tasarımlarına odaklanan tasarım müzesi tarihi tipik Amerikan yapısı olan bir malikânenin yenilenmesi ile müze yapısı olan bir kompleksin içinde yer alır. Böylelikle hem koleksiyonu hem yansıttığı yaşam tarzı bütünlük içinde algılanmaktadır. Tasarım müzelerinin bir diğer özelliği ise içerik olarak ziyaretçilerine sunduğu tasarım ve tasarım hafızasıdır. Aslında tasarım müzesini var eden sebep budur. Tasarımın sergilenmesi ve tasarım belleği bağlamında sunulması başka alanlarda mümkün olmadığından dolayı tasarım üzerine uzmanlaşmış müzeler var olmuştur. Kimi tasarım müzeleri koleksiyonda özelleşmeye giderken kimi tasarım müzeleri uluslararası koleksiyona sahiptir. ADAM Brüksel Tasarım Müzesi bünyesine kattığı Plasticarium ile 2000'i aşkın plastik ürüne sahipken, Moskova Tasarım Müzesi Sovyet ve Rus tasarımlarına sahiptir. Moskova Tasarım Müzesi Rus ve Sovyet tasarımlarını toplumuna kendilerine ait olan bu tasarım birikimini tanıtmaya misyonunu üstlenmiştir. Aynı şekilde bu koleksiyonu diğer tasarım müzeleriyle iş birliği yaparak gezici sergilerle de dünyaya tanıtmaya görevini de üstlenmiştir.

Her tasarım müzesi hem yerel hem uluslararası mecraya kendi meramını anlatmak, kendi tasarım yorumunu tanıtmak amacı taşımaktadır. Günümüzde ise bu geçmişte olduğundan çok daha kolay ve farklı alternatiflerle mümkündür. Müze ile ziyaretçisi sadece o mekanda bulunarak değil farklı ortamlardan da temasa geçebilmektedir.

Bir Sanal Müzenin teması, sınırlı bir fiziksel mekan gibi müze kurumu hakkında derin düşünmeyi içerir. Amaç müzeyi, maddi ve manevi, sanal ve multimedya, düşündürücü ve deneyimsel boyutlar arasında sinerji bir diyalog olarak yeniden düşünmektir. Bu vizyonda, bilgi sadece sanat eseri ile ilgili değil, aynı zamanda bireysel ve kolektif katılım arasındaki ilişkiye odaklanarak, meyvecilik dinamiklerini ve yeni sergi ve iletişim dilleri biçimlerini araştırmaktır. Sanal Tasarım Müzesi'nin önerebileceği bilgiler. Bu, ziyaretçiye, rolünü basit izleyiciden, gün geçtikçe daha dinamik hale gelen mevcut "kültürel sistemin" aktif konusuna dönüştürme imkânı verir. Ayrıca, Web 2.0'ın izin verdiği çok sayıda aktif etkileşim, bilgi paylaşımı ve birlikte çalışabilirlik modalitesi sayesinde bir kültür üreticisi olabilir.

Gelecek yıllarda, hem müze içeriği açısından hem de müzenin fiziksel yapısı açısından üretilen farklı uygulamalar olacağı öngörülmektedir. Bu nedenle, mevcut bir fiziksel müzenin dijital versiyonu olarak tasarlanan "dijital müze" ya da "hayali müze" ya da karşılık gelen gerçek bir karşılığı olmayan bir müze gibi ilk tanımın nüansları oluşturulmuştur.

Bu nedenle, sanal yaklaşımda bir müze uygulamasına fiziksel yaklaşımla ilgili birkaç avantaj bulabiliriz. Gerçek bir nesnenin dijital reproduksiyonlarını sanal bir ortamda, gerçek bir mekânın ya da tamamen

hayali olanın bir kopyasını temsil eden sanal bir ortamda sunabiliyor, sanal müzeye ait sanat eserleri ile herhangi bir fiziksel mekanda kalmayı ve etkileşimde bulunma imkanını sunuyor. Bu tür bir uygulama, yayılmış mirasın tanımını haklı çıkarır, dijital olarak erişilebilir ve halka açıktır ve korunan güvenli miras, olası hırsızlık saldırıları tarafından iyi savunulan bir yerdir ve bu nedenle genel olarak ziyaretçiden belirli bir mesafede kalır.

Tasarım müzelerinin erişilebilirliğinin diğer bir medyası da günümüzde en yaygın kullanılan sosyal medya ortamlarında bulunan tasarım müzelerinin hesaplarıdır. Youtube, Instagram, Twitter, Facebook en yaygın sosyal medyalar arasında olması sebebiyle müzelerin de tercihleri bu yöndedir. Etkinlik duyuruları, müze ve sergilerin dijital ortamda görsel işitsel yayınları bu medyalarda yer alırken bir yandan da bu sosyal medyaların daha interaktif kullanma yönünde yeni yöntemler denenmektedir. Fiziksel olarak deneyimleyen ziyaretçilerine ve bulunduğu çevrenin bu tasarım belleğini algılamasını sağlayan tasarım müzeleri sadece bununla da kısıtlı kalmamaktadır. Çevrimiçi olarak da ziyaretçilerine farklı deneyimlerle bilgi ve bellek aktarımı yapabilmektedir. Bu noktada müze iletişim müdürleri kilit rol oynamaktadır. Tıpkı fiziksel ortamda ziyaretçiye interaktif olarak sunulan sergilemeler sanal ortamlarda da aynı etkiyle verilmek istenmektedir. Bu sebeple kullanılan araçlar ve yöntemler, sosyal medyada etkin bilgiye sahip kişiler yine müze iletişim müdürlerinin izlediği stratejide önemlidir.

Sosyal medya ve web siteleri üzerinden fiziksel olarak ziyaret edemeyen ziyaretçiler için dünyanın bir ucundan kendilerini takip eden bireylere de başka boyutlardan sanal ortamlarda sanal müze deneyimi sunabilmektedirler. Neredeyse her tasarım müzesinin web sitesi ve sosyal medya hesapları mevcuttur. Web sitelerinde kendileri müze yapısı içerikler sergiler ulaşım bilgileri bulunmakla beraber arşiv ve yayın kısımları da çevrimiçi olarak olabilmektedir. Zürih, Danimarka, Vitra, Gent, tasarım müzeleri özellikle online arşive sahiptir ve açık erişime sahiptir. Helsinki tasarım müzesinin çevrimiçi sanal sergileri de aynı şekilde erişime açıktır.

İsveç tasarım müzesi ise tamamen sanal bir tasarım müzesidir. Bu müzeler web sitelerinde birkaç dil seçeneği sunmaktadırlar. Ortak dil olarak İngilizce tercihi mevcuttur. Sosyal medya hesaplarında ise aktif olarak sergi tanıtımları ve eğitim takvimleri, atölye çalışmalarından kesitler paylaşılmaktadır. Aynı şekilde tasarımcılar tarafından rehberli sergi turları müzede fiziksel olarak bulunmasa da kamera aracılığıyla canlı yayında takip ederek dahil edebileceği turlar da yapılmaktadır. Londra Tasarım Müzesi, Vitra Tasarım Müzesi bu konuda en aktif olan Instagram hesabına sahip iki müzedir. Danimarka, Triennale ve Zürih tasarım müzesi ise sergilerin oluşum süreçleri, etkinlik duyuruları ile ilgili konularda aktif olarak kullanılmaktadır. Londra Tasarım Müzesi 361bin takipçi ile en fazla takip edilen ve diğer müzeler ve müze çalışanları tarafından da takibe alınan Instagram hesabıdır. 195 bin ile Cooper Hewitt ikinci 64 bin ile Vitra Tasarım Müzesi üçüncü, 33 bin ile Danimarka Tasarım Müzesi 4. Sırada aktif olan tasarım müzeleridir. Bu müzeler aynı zamanda diğer müzelere göre daha eski ve deneyimi fazla olan müzelerdir. Zürih Tasarım Müzesi ise isminin “Museum für Gestaltung” olmasından dolayı uluslararası alanda biraz daha geride kalmasına etki etmiş olabilir. Triennale tasarım müzesi kendi Instagram hesabına sahip olmamakla birlikte içinde bulunduğu La Triennale kompleksinin Instagram hesabı 137 bin takipçiye ulaşmaktadır. Sosyal medya hesaplarının yanısıra Google’ın yürüttüğü dünya kültür sanat mirasını bir araya getirerek çevrimiçi açık erişime sahip bir platform oluşturma projesi olan Google Arts & Culture ile birey akıllı telefon uygulaması ya da web sitesinden anlaşmalı kurumların koleksiyonlarına ve sanal sergilerine ulaşabilmektedir. Bazı müzeler koleksiyonunun tamamını açarken bazı müzeler belli kısmını açmakta ya da sadece sanal sergiler yapmaktadır. Bu platformda en etkin tasarım müzeleri ise Danimarka tasarım müzesi ve DDP tasarım müzesidir. Müzelerin kimlikleriyle ilgili bilgilere, sanal sergilere ve videolara ulaşmak mümkündür. Youtube ise daha çok web

sitelerine konan videoların paylaşıldığı bir ortam olarak kalmış olsa da bazı tasarım müzeleri eğitim videoları ve tasarımcılarla röportajlar koymaktadır. Londra Tasarım Müzesi Youtube platformunu en etkin kullanan tasarım müzesidir. Gent ve Zürih tasarım müzeleri de Youtube'da eğitim ve sergi tanıtım videolarına röportajlara yer vermektedir.

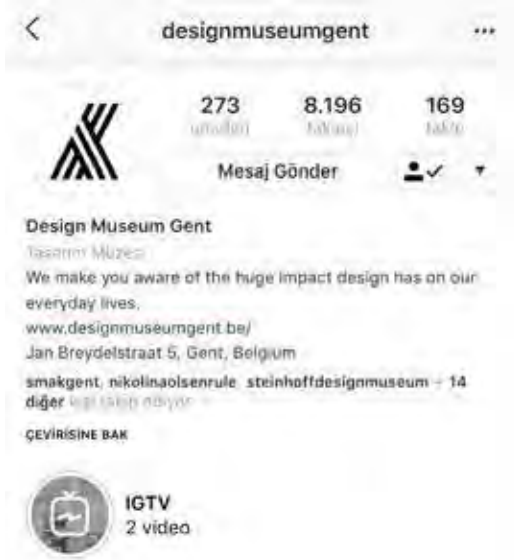
Tasarım müzelerinin varlığı sanal ya da fiziksel deneyimlerle bireye bir tasarım kültürü aşlamaktadır. Böylelikle toplumsal bilinç oluşmaktadır. Buna benzer uygulamalar Türkiye'de de yapılmaktadır fakat fiziksel ve sanal bir tasarım müzesi mevcut değildir. ETSM endüstriyel Tasarım Meslek Kuruluşu'nun ve İstanbul Kalkınma Ajansının beraber yürüttüğü Türkiye endüstriyel tasarım tarihi ve tasarımlarını arşivleyip sergileyen bir online platformdur. Datum İzmir Ekonomi Üniversitesi tarafından başlatılan Türk tasarımı mobilyaların arşivlenmesi edilmesi projesidir. Arşivleme, belgesel çekimi ve konferanslardan oluşmakta olan proje web sitesinden arşivleri kişilere açmaktadır. SALT Garanti Bankasının desteklediği bir kültür sanat tasarım araştırma merkezi olarak faaliyet göstermektedir. Sadece araştırma yapmakla kalmaz arşivleme, sergileme alanları da mevcuttur. Kütüphanesinde mimarı ve kültürel pek çok belgeye sahiptir. Salt online sitesinden Türkiye'de yapılan tasarım ve mimarı alanındaki arşivlerine ulaşabilmektedir. Instagram hesabında yetmişdokuzbin takipçiye ulaşabilmektedir. Bu çalışmalar Türkiye'de de tasarım müzesi ihtiyacı duyulduğunun bir araya gelinerek arşivlerin ve koleksiyonların tasarım müzesi gibi orta bir platformda daha geniş kitleye hitap etmesi ileri için ihtiyaç olduğunu göstergesidir. Tasarımın geleceğe aktarılması için sadece tasarımcıların değil onu kullanan bireylerin de tasarım konusunda eğitilmesi ihtiyacı doğmuştur.



Resim 1: Bauhaus Archiv Instagram Hesabı



Resim 2: La Triennale Instagram Hesabı



Resim 3: Design Museum Gent Instagram Hesabı



Resim 4: Design Museum London Instagram Hesabı



Resim 5: Museum für Gestaltung Instagram Hesabı



Resim 6: Vitra Design Museum Instagram Hesabı



Resim 7: Design Museum Denmark Instagram Hesabı

Kaynakça

- ADAM Design Museum. (2018, 11 15). ADAM Design Museum. Retrieved from ADAM Design Museum: <http://adamuseum.be/en/>
- Anderson, T. &. (2005). Art for life: Authentic instruction in art. New York: NY: McGraw-Hill.
- Bauhaus Archiv. (2018, 11 15). Instagram. Retrieved from Instagram: https://www.instagram.com/bauhaus_archiv/
- Berger, J. (1972). Ways of seeing. London: British Broadcasting Company and Penguin Books.
- Bunch, L. (2000). Museums, diversity, and the will to change. Museums, diversity, and the will to change, 79(4), 32-35.
- Cooper Hewitt Smithsonian Design Museum. (2018, 11 15). Cooper Hewitt Smithsonian Design Museum. Retrieved from Cooper Hewitt Smithsonian Design Museum: <https://www.cooperhewitt.org>
- DATUMM. (2018, 11 15). DATUMM. Retrieved from DATUMM: <http://www.datumm.org/tr/ana-sayfa>
- DDP. (2018, 11 15). DDP. Retrieved from DDP Design Museum: http://www.ddp.or.kr/main?hl=en_US
- Design Museum Denmark. (2018, 11 15). Design Museum Denmark. Retrieved from Design Museum Denmark: <https://designmuseum.dk/en/>
- Design Museum Denmark. (2018, 11 15). Instagram. Retrieved from Instagram: <https://www.instagram.com/designmuseumdanmark/?hl=da>
- Design Museum Gent. (2018, 11 15). Design Museum Gent. Retrieved from Design Museum Gent: <https://www.designmuseumgent.be/en/>
- Design Museum Gent. (2018, 11 15). Instagram. Retrieved from Instagram: <https://www.instagram.com/designmuseumgent/>
- Design Museum Holon. (2018, 11 15). Design Museum Holon. Retrieved from Design Museum Holon: <http://www.dmh.org.il>
- ETSM. (2018, 11 15). Endüstriyel Tasarım Sanal Müzesi. Retrieved from ETSM: <http://www.etsm.org.tr>
- Google Arts and Culture. (2018, 11 15). Google Arts and Culture. Retrieved from Google Arts and Culture: <https://artsandculture.google.com>
- Heskett, J. (2005). Design: A very short introduction. Oxford: Oxford University Press.
- La Triennale di Milano. (2018, 11 15). Instagram. Retrieved from Instagram: <https://www.instagram.com/latriennale/>
- La Triennale di Milano. (2018, 11 15). La Triennale Design Museum. Retrieved from La Triennale di Milano: http://www.triennale.org/design_museum/
- Margolin, V. &. (2002). A “social model” of design: Issues of practice and research. Design issues,

18(4), 24-30.

Maroević, I. (1998). Introduction to Museology. The European Approach. München: Dr. Christian Müller-Straten.

McDermott, C. (2000). 20th Century Design. Londra: Carlton Book.

Morrison, J. &. (1994). Design: Capability and awareness. Longman.

Moscow Design Museum. (2018, 11 15). Moscow Design Museum. Retrieved from Moscow Design Museum: <http://moscowdesignmuseum.ru/en/>

Museu del Disseny Barcelona. (2018, 11 15). Design Museu del Disseny Barcelona. Retrieved from Design Museu del Disseny Barcelona: <http://ajuntament.barcelona.cat/museudeldisseny/ca>

Museum für Gestaltung. (2018, 11 15). Instagram. Retrieved from Instagram: <https://www.instagram.com/museumgestaltung/>

Museum für Gestaltung Zürich. (2018, 11 15). Museum für Gestaltung Zürich. Retrieved from Museum für Gestaltung Zürich: <https://museum-gestaltung.ch/en/>

SALT. (2018, 11 15). SALT. Retrieved from SALT: <http://saltonline.org>

The Design Museum . (2018, 11 15). Instagram. Retrieved from Instagram: <https://www.instagram.com/designmuseum/>

The Design Museum. (2018, 11 15). The Design Museum. Retrieved from The Design Museum: <https://designmuseum.org>

Usherwood, B. (1991). The design museum: Form follows funding. Design issues, 7(2).

Vitra Design Museum. (2018, 11 15). Instagram. Retrieved from Instagram: <https://www.instagram.com/vitradesignmuseum/>

Vitra Design Museum. (2018, 11 15). Vitra Design Museum. Retrieved from Vitra Design Museum: <https://www.design-museum.de/de/informationen.html>

Biçim Arayışında Bir Yaklaşım: Müzik

Burcu ÖLGEN // *burcu.olgen@isikun.edu.tr*

FMV Işık Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü

Güzin AYDOĞAN // *guzin.aydogan@msgsu.edu.tr*

FMV Işık Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü

ÖZET

Tasarlama sürecinin biçim oluşturma evresinde bir çıkış noktası olarak; tasarlama eylemi ile müzik sanatı arasındaki eşgüdüm bu çalışmada ele alınan konu olmuştur. Müziğin insan üzerindeki etkileri incelenerek ve insan-müzik-mekan ilişkisi göz önünde bulundurularak müzik ile tasarım arasındaki etkileşimi irdelemek amaçlanmıştır. Çalışmada, müziğin insan üzerindeki etkilerinden başlayarak, müziksel kavramların tanımlanması ve mevcut deneylerin ve deneysel çalışmaların incelenmesi yöntemi benimsenmiştir.

Müzik sanatı, ilk çağlardan itibaren insan hayatında önemli bir yere ve değere sahiptir. İlkel toplumlarda, müziğin başlangıç ve bitiş noktaları doğum ve ölüm kavramlarıyla bağdaştırılmış ve müziğe kutsal bir anlam yüklenmiştir. Zaman içinde ise müziğin manevi anlamlarının yanı sıra, insan üzerinde fizyolojik ve psikolojik etkileri olduğu gözlemlenmiştir. Müziğin insan üzerindeki etkilerinden yola çıkılarak, mekan ve zaman kavramlarının müzik ile ilişkisi ele alınan bu çalışmada, zamansal bir sanat olan müziğin biçime dönüşmesi yani mekansallaşması ele alınmıştır. Müzik sanatı her ne kadar duyma yolu ile algılansa da yapılan bazı deney ve çalışmalar sesin görselleşebildiğini ortaya çıkarmıştır. Titreşim yolu ile çeşitli geometrik desenler oluşabilmekte, ses dalgaları ise mekanda, gözle görülemeyen fakat

teknolojik olanaklar ile görünür hale gelebilen, biçimsel izler bırakabilmektedir. Müziğin görselleşmesi ise müzik-tasarım ilişkisini ortaya çıkarmaktadır. Müziğin insan hayatındaki yeri göz önünde bulundurulduğunda, tasarlama eylemini ve dolayısıyla da tasarımcıyı pek çok yönden etkilemesi tahmin edilebilir bir durumdur. Çalışma, müzik-tasarım ilişkisini bir örnek üzerinden inceleyerek ilerlemiş, sonuç olarak ise tasarım eğitiminde müziğin biçim arayış sürecine sağlayabileceği katkılar ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Müzik, Deneysel Tasarım, Enstalasyon, Ses, Biçim.

Giriş

Dünya henüz oluşmamışken sessizliğin var olduğu düşünülebilir, çünkü hareket yoktu. Dünyanın oluşumu sırasındaki hareket, titreşimi ortaya çıkarmıştır. Bu titreşim, hava yoluyla iletilen dalgaları oluşturmuş, dalgalar ise sese dönüşmüştür. Dolayısıyla, dünyanın ses eşliğinde ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Bu sesi algılayan ilk insan hayat bulup sese anlam katacak düzeye evrimleştiğinde ise titreşimleri düzenli hale getirerek müziği ortaya çıkarmıştır.

Birbirini tekrar eden hareketler doğada birçok şekilde gözlemlenir. Gece ve gündüzün birbirini takip etmesi, art arda kıyıya vuran dalgalar, nefes alış, yürüyüş, nabız gibi zaman içinde birbirini takip eden hareketler ritmik hareketleri oluşturur (Karolyi, 1965). Zamanın, farklı ya da eşit uzunluktaki parçalara bölünmesinden kaynaklanan ritmik hareket, belirli bir süre içinde bir düzeni meydana getirir. Bu düzen ise müziğin hareketini belirler (Say, 2008). Evrenin kendisinin ritmi, dolayısıyla müziği barındırması, müzik sanatının ilk çağlardan itibaren insan yaşamını etkilemesini kaçınılmaz kılmıştır. Ünlü düşünür Friedrich Nietzsche müzik ile ilgili şu sözleri söylemiştir: “Müziksiz hayat bir hata olurdu” (Nietzsche, 1889).

İlkel toplumlar, tarih öncesi çağlarda müziği ‘büyü’ amaçlı olarak kullanırlardı. Eski taş çağına (Paleolitik Dönem) geçildiğinde ise avcı-toplayıcı topluluklarda insanlar vurarak, sallayarak ve üfleyerek ses üretebilmeye başladılar, fakat müzik yapmanın bilincinde değillerdi. Bu bilincin ilk çağ uygarlıklarında başladığı kabul edilir. Tarımın gelişmesiyle, Mısır, Mezopotamya, Anadolu, Roma, Yunan gibi uygarlıklarda yazının icadı başta olmak üzere, bilim ve sanat alanları hızla yükselmiştir. Böylece müzik toplumda yer edinmeye başlamıştır (Say, 2008).

Zaman içinde çeşitli bilim dallarının ortaya çıkmasıyla, insan-müzik etkileşimi incelenmeye başlamış, müziğin insan üzerindeki etkileri gözlemlenmiştir. Müzik, insanı hem fizyolojik hem psikolojik yönden etkiler. Müziğin insan beynine olan fizyolojik etkileri sayesinde algılama ve ton analizi, müziği deneyimleme, müziği anımsama, dans etme, ayak vurma, enstrüman çalma, beklenti yaratma, tatmin olma, müziği okuma, müzisyeni izleme, müziğe karşı duygusal tepki verme gibi eylemler ortaya çıkar (Levitin, 2007).

Müziğin insan beynine olan olumlu etkilerinden biri hareket ve muhakeme becerilerini geliştirmesidir. San Francisco’da yapılmış bir araştırmaya göre üç yıl veya daha fazla süre enstrüman çalmış çocukların hiç çalmayanlara göre, ayırım yapma ve hareket becerilerinin çok daha iyi geliştiği görülmüştür. Ayrıca, algılamayı ve görsel bilgiyi analiz etmeyi de içinde barındıran, kelime kullanımı ve muhakeme yetilerinin de daha iyi sonuç verdiği gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, şekiller ve desenler arasındaki farklı-

lıkları ayırt edebilme ve insan ilişkilerini tanımlayabilme yeteneklerini geliştirmede müziğin etkisinden bahsetmek mümkündür (Forgeard, Winner, Norton, & Schlaug, 2008).

Müziğin insan üzerindeki en yaygın psikolojik etkisi ise stresi azaltmada etkin bir role sahip olmasıdır. Psikiyatri hastanelerinde müzik ile tedavi yöntemleri yaygın olarak uygulanmaktadır. Bu tedaviler, sosyal ilişkilerin geliştirilmesi, motor kontrol becerilerinin iyileştirilmesi gibi amaçlara hizmet etmektedir (Gençel, 2006).

Müziğin günlük yaşamda insan hayatına etkileri söz konusu olduğunda, motivasyonu arttırması ve yaratıcılığı geliştirmesi gibi sonuçlar ortaya çıkmaktadır. İngiltere’de Oxford Üniversitesi’nde yapılan bir araştırmaya göre makul ses seviyesinde çalan arka plan müziğinin yaratıcılığı arttırdığı ortaya çıkmıştır. Arka plan sesinin, tamamen sessiz ortama göre, çalışırken süreci algılamayı ve soyut düşünme yetisini geliştirdiği görülmüştür (Mehta, Zhu, & Cheema, 2012).

Müziğin insan üzerindeki etkilerinden biri olan yaratıcılığa etkisinden yola çıkarak bu çalışmada müziğin tasarlama eylemine etkileri incelenmiştir.

Müzik, Mekan ve Zaman

Müzik için Ahmet Say (2008) “en yalınç tanımıyla müzik, malzemesi ‘ses’ olan bir sanattır” (s.15) der ve müzik sanatının var olabilmesi için iki ön koşul ortaya koyar: Ses ve insan. Ses ile insan arasındaki ilişki müziği yaratmıştır. İnsanlık başlangıçtan itibaren ses ile çevrelenmiştir ve seslerle etkileşim halindedir. Tarih öncesi dönemlerde etrafındaki sesleri algılayarak çözümlenmeye çalışmış, ilerleyen çağlarda ise sesleri düzenlemeye başlayarak bir anlatım formu ortaya çıkarmıştır. Müzik, insanın hissettiklerini, düşündüklerini sesler aracılığıyla anlatabildiği bir dildir. Bu dilin anlaşılabilmesi açısından art arda gelen seslerin belirli bir düzene sahip olması gerekir (Say, 2008).

Bu aşamada müziğin malzemesi olan ‘ses’ olgusundan; yine Ahmet Say’ın (2008) “ses, hareketin ürünüdür” (s.22) tanımıyla bahsedilebilir. Hareket eden cisim titreşir ve ses dalgalarını meydana getirir. Ses dalgaları ise sesi ileten ortamlarda değişik hızlarda yol alarak insan kulağına ulaşır. Sesin varlığından, insan kulağına ulaştığı anda beyindeki işitme merkezinde algılanıp değerlendirildiğinde söz edilebilir. Seslerin müzikal değer taşıyabilmesi için ise düzenli titreşimlerden oluşmaları gerekmektedir (Say, 2008).

Bu noktada, sesin iletilmesini sağlayan ‘mekan’ ile sesin süresini oluşturan ‘zaman’ kavramları ele alınmalıdır.

Mekan, en yalın haliyle ‘sınırları belirlenmiş boşluk’ olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer deyişle mekan, uzayın sınırlanmış parçasıdır. Tanım biraz daha detaylandırıldığında; ‘mekan, insanı doğal çevreden belli bir ölçüde ayıran, içinde eylemlerini sürdürmesine elverişli olan ve sınırları gözlemci veya gözlemciler tarafından algılanabilen uzay parçası’ halini alabilir. Alman düşünür Martin Heidegger, mekanı bir deneyim ve etkileşim olarak görür. Bu deneyim dünya içinde olmaktır. Heidegger, bu düşüncesi ile insanın ‘dünya üzerindeki yer’ ile ilişkisini anlatmaktadır. Heidegger’e göre insan ve mekan kavramları birbirinden ayrı değildir ve ayrı ayrı ele alınamaz. Kısacası mekanın algılanan bir şey değil, insanın var olma biçimi olduğunu belirtir. ‘Dünya içinde olmak’, ‘içinde var olmak’ deyişleriyle Heidegger’in anlatmak istediği, iki şeyin birbiri içinde oluşu ve bunun için bir mekanın gerekliliğidir: Sınıf içindeki sıra, okul içindeki sınıf, şehir içindeki okul vb. gibi, ta ki kainat içindeki sıraya kadar (Hisarlıgil, 2008).

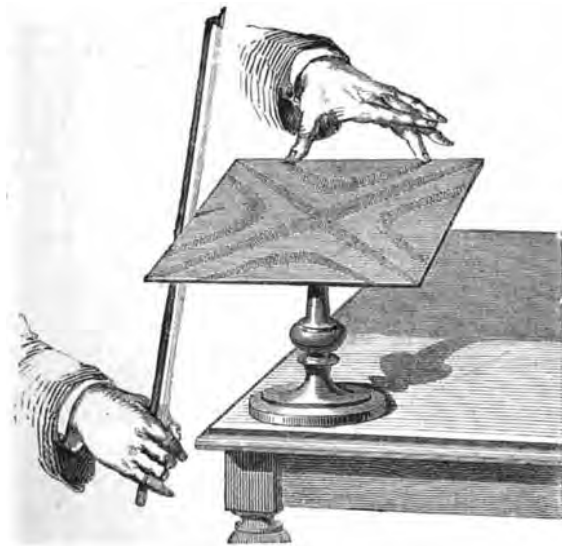
Zaman kavramı ise çeşitli düşünürlerce farklı biçimlerde ifade edilmiştir. Aristoteles'e göre; zamanın bir parçası var olmuştur, artık yoktur; öteki parçası ise olacaktır, henüz yoktur. Ele alınan zaman ve sınırsız zaman bu parçalardan bileşiktir. Olmayanlardan bileşik olan bir kavramın var olma durumuna ulaşması olanaksız görülmektedir. Hareketteki an, öncenin sonu, sonranın başı olarak değil de tek başına bir kavram olarak alındığında, zaman hiç geçmemiş gibi görünmektedir; çünkü hareket de yoktur. Fakat önce ile sonra algısında 'zaman' geçmiş olur. Oysa zaman, önceye göre sonranın hareket sayısızdır (Heidegger, 1996). Heidegger'e göre ise zaman, içinde olayların geçtiği şeydir. Değişim zaman içindedir, zaman var değildir (Heidegger, 2008).

Mekan ile zaman kavramları birlikte ele alındığında, mekan ve zaman ayrı değildir; mekan ve zaman süreklilik gösterir ve birbiriyle bağlantılıdır. Zaman, nesnelere hareketinin ve mekanla ilişkisinin algılanmasını sağlayan bir boyuttur. Buna bağlı olarak, mekan ve zaman iç içe geçmiş haldedir (Can, 2003). Zaman yalnızca bir uzunluk değildir; zamanda, mekan aracılığıyla hareketler meydana gelir (Stevens, Stevens, Mckechnie, Malloch, & Petocz, 2000).

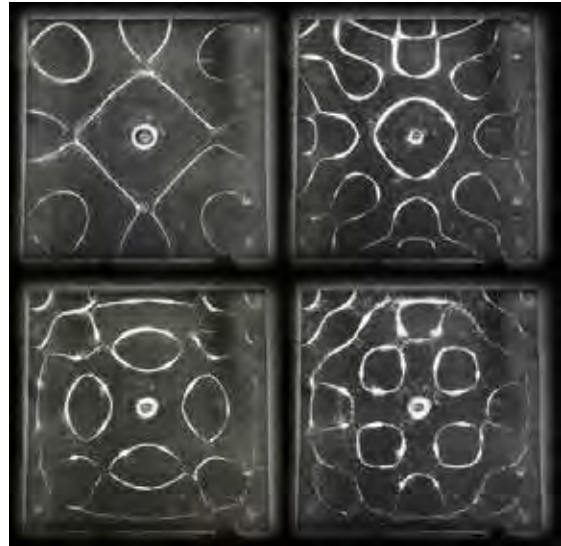
Ses de zamanda, mekan aracılığıyla iletilir. Ses, başlangıç ve bitiş noktalarına sahiptir. Bu da bir zaman dilimini ortaya çıkarır. Ses, zaman içindeki iki nokta arasında seyahat etmektedir ve sürekli değişmektedir (Enerson, 2014).

Stravinsky, müzik ile plastik sanatların birbirinden ayrıldığı noktayı 'mekan' ve 'zaman' kavramları ile ilişkilendirir. Ona göre, plastik sanatlar izleyiciye mekan içinde sunulur ve yavaş yavaş incelenme olanağı sunar. Müziğin ise zamansal bir sıralanışı vardır; bunun için izleyicinin hafızasının tetikte olması gerekir. Sonuç olarak Stravinsky, resmi 'mekansal', müziği ise 'zamansal' bir sanat olarak tanımlarken; müziğin zaman içinde belli bir düzenlemeye sahip olduğunu söyler (Stravinsky, 2004).

Her ne kadar müzik zamansal bir sanat olsa da ses dalgaları görülebilir formlar oluşturmaktadır. Alman bilim insanı ve müzisyen Ernst Chladni'nin 18. Yüzyılın ilk çeyreğinde yaptığı 'Chladni Plates' adlı deneyde ses dalgalarının geometrik şekiller oluşturduğu gözlemlenmiştir. Bu deneyde titreşen metal bir yüzeyin kenarına keman yayının sürtülmesi ile düzenli geometrik desenler oluşturduğu ortaya çıkarılmıştır ("Chladni Plates," n.d.) (Resim 1-1.2).



Resim 1: E. Chladni, 'Chladni Plates' Deneyi



Resim 1.2: E. Chladni, Sesin Desenleri

Chladni deneyinden üç yüzyıl sonra yapılan bir çalışmada, sesin havadaki seyahatinin mekanda iz bıraktığı gözlemlenmiştir. Görsel boyutta algılanamasa bile bu iz biçimseldir. Sanatçı Zach Lieberman (2017), Artırılmış Gerçeklik (A.R. 'Augmented Reality') teknolojisini kullanarak, mobil uygulama ile akıllı telefonu üzerinden sesi mekan içinde görülebilir hale getirmiştir (Stinson, 2017) (Resim 2).



Resim 2: Zach Lieberman, *Visualizing Sound in A.R.* 2017 (13)

Müzik, her ne kadar işitsel bir sanat olsa da yukarıda bahsedildiği gibi aynı zamanda da görselleşebilmektedir. Ses dalgalarının oluşturduğu formlar, müziğin biçimselleşmesi teoremini ortaya çıkarır. Tıpkı diğer sanat dallarının birbirleriyle etkileşmesi gibi müziğin tasarlama eylemini etkilemesi veya tasarıma dönüşmesi söz konusudur.

Tasarlama Eylemi Üzerinde Müziğin Etkisi

Tasarlama eyleminin kaynağını oluşturan 'kavramlar' soyut bir boyutta toplanmış var olmayanlardır. Var olmayanlar, tasarlayıcının kurduğu bağlantılar vasıtası ile soyutlar boyutundan somutlar boyutuna aktarılır. Aktarılanlar ise bağlantı kuranın kavramları nasıl anlamlandırdığına bağlı olarak biçim alır. Bunlara dayanarak Doç. Ö. Barış Öztürk (2016), 'tasarlama eylemi' ve 'tasarım' kavramı için şu tanım-ları yapmıştır:

“Tasarlamak, “var”ları ilişkilendirerek bir varolmayana ulaşma çabası; tasarım ise bu çaba sonucunda ulaşılan ve ulaşıldığı anda varlaşarak bir sonraki varolmayana giden yolu şekillendirecek olan yeni durumdur.” (s.6) (Öztürk, 2016)

Bu bağlamda, kavramlar dünyasındaki var olmayanlar somutlar dünyasına aktarıldığında tasarlayıcı tarafından kurulan bağlantı vasıtası ile vücut bulmaya başlar. Bağlantı ise başlangıç ve bitiş noktaları arasında oluşur. Başlangıççı soyutlar dünyasında olup somutlar dünyasına geçtiğinde kendi durumu açısından bitiş noktasına ulaşan 'tasarım' bir sonraki tasarım için bir başlangıç noktasıdır. Bağlanan iki noktanın, iki objenin, iki insanın arasında soyut bağlamda bir akış başlar. Bu akış iki nokta arasındaki ilişkiyi sağlar ve temas gerçekleşir: Böylece, daha önce hiç bağlanmamış iki nokta, daha önce hiç gerçekleşmemiş şekilde ve tek defaya özgü olarak birbirine bağlanmış olur. Tıpkı sesin yaptığı müzikal seyahatin başlangıç ve bitiş noktaları arasındaki bağlantı olması gibi.

Müzik ile Biçim Arayışına Bir Örnek: Solid Vibrations

Tasarımcılar Olivier van Herpt ile Ricky van Broekhoven'ın işbirliği içinde tasarladığı 'Solid Vibrations' (Katı Titreşimler) isimli çalışması (2015) (Resim 3), müziğin biçimselleşmesi konusunda ürün tasarımı başlığı altında ele alınabilir.



Resim 3: Olivier van Herpt, Ricky van Broekhoven 'Solid Vibrations' 2015.

Broekhoven, ses tasarımı alanında uzmanlaşmıştır ve akılda kısa süreliğine kalan ses manzaraları, çalışmalarının konusunu oluşturmaktadır. Üç boyutlu yazıcılar sayesinde, zamandaki bir an, bir ses veya bir şarkı nesnelere haline gelebilmektedir. Böylece an, sonsuza kadar dondurulmuş olur. Yazıcının altına konumlandırılan özel olarak yapılandırılmış bir hoparlör çok düşük ses üretir ve ortaya çıkan titreşimin yeni desenler yarattığı fark edilir. Herpt daha öncesinde yazıcının, desenleri hare formunda oluşturduğunu bildiğinden, bunu ilginç bir hata olarak görür ve bertaraf etmek yerine Broekhoven ile takım olarak, ses dalgalarından nesnelere ortaya çıkarırlar.

Tasarımların sergilenmesi esnasında, ziyaretçiler kulaklık ile tasarımlarda kullanılan müzikleri dinlerken yapım aşamasını da izleyebilmektedir (Resim 4) (Herpt & Broekhoven, 2015).



Resim 4: Olivier van Herpt, Ricky van Broekhoven 'Solid Vibrations' 2015.

Sonuç

Bir kez daha belirtmek gerekir ki müziğin ilk çağlardan beri insan hayatındaki yeri ve değeri ölçülemez niteliktedir. İnsana bu kadar etki eden bir sanatın, tasarlama sürecini etkileyerek forma dönüşmesi, çıkan sonuç ürünlerin estetik açıdan ölçülebilir olmasının yanı sıra manevi değerlere sahip olması göz ardı edilemeyecek bir husustur. Bu elbette ki tasarlayan kişinin müzik sanatıyla kurduğu bağ ile ortaya çıkarken, bilgi birikimi ve emekleriyle de şekillenir. Müzik sanatı geçmişten günümüze diğer birçok plastik sanat ile de etkileşim halinde olmuştur. Günümüzde pek çok sanatçı, özellikle enstalasyon çalışması yaparken müzik ile bağlantılı konular seçmektedir. Müziğin tasarıma etkisini, plastik sanatlara etkisinden ayıran nokta ise; çıkacak sonuç ürünün tasarımcının algısı dolayısı ile öznelliğe, fakat aynı zamanda işlevsel öğeleri barındırması açısından nesnelliğe sahip olmasıdır.

Müzik ile tasarlama konusunda tartışılacak bir diğer nokta; tasarım eğitiminde form oluşturma sürecinde kullanılabilmesidir. Form arayışı, tasarım eğitiminin ilk evresine dâhil olması açısından, biçimi ortaya çıkarma süreci öğrenci için zorlayıcı olabilmektedir. Tasarımcı adaylarının, duyularak algılanan bir kavramı üç boyutlu bir ürüne dönüştürme yönündeki çalışmaları, tasarım algılarının gelişimine katkı sağlayacak, biçim oluşturma yetilerini geliştirecektir.

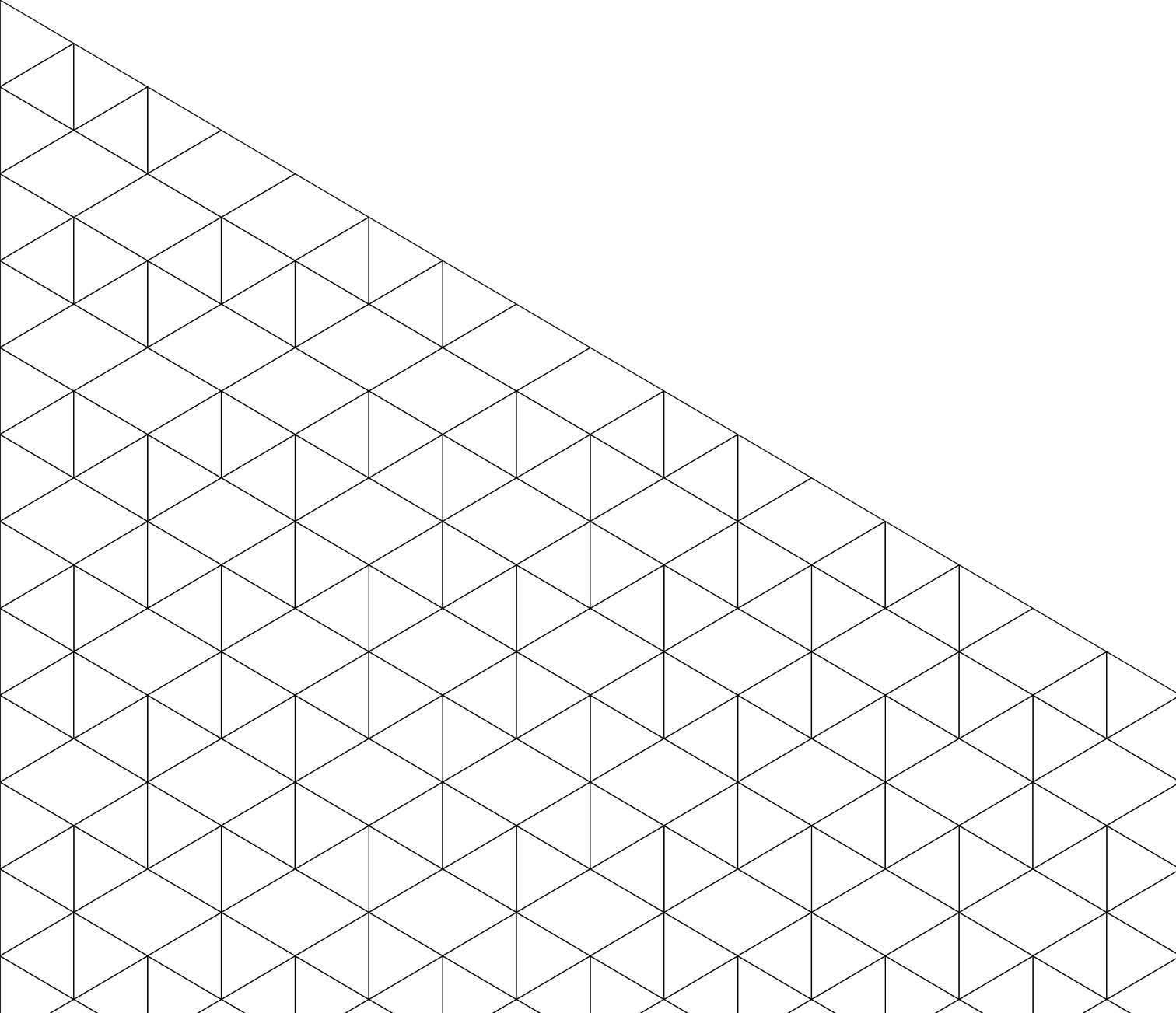
KAYNAKÇA

- Can, C.-F. (2003). Choreographic assemblages : an archaeology of movement and space. Retrieved from <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/64915>
- Chladni Plates. (n.d.). Retrieved from <https://sciencedemonstrations.fas.harvard.edu/presentations/chladni-plates>
- Enerson, K. (2014). Sound between points: An abstraction of sound waves into physical forms. Retrieved from <http://scholarworks.rit.edu/theses>
- Forgeard, M., Winner, E., Norton, A., & Schlaug, G. (2008). Practicing a musical instrument in childhood is associated with enhanced verbal ability and nonverbal reasoning. *PLoS ONE*, 3(10), 1–8. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0003566>
- Gençel, Ö. (2006). Müzikle Tedavi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14(2), 697–706. Retrieved from <http://www.aksyon.com.tr/detay.php?id=22031>
- Heidegger, M. (1996). Zaman Kavramı. (S. Babür, Ed.). İmge Kitabevi Yayınları.
- Heidegger, M. (2008). Varlık ve Zaman. (K. H. Ökten, Ed.). Agora Kitaplığı.
- Herpt, O., & Broekhoven, R. (2015). Solid Vibrations. Retrieved from <http://oliviervanherpt.com/solid-vibrations/>
- Hisarlıgil, B. B. (2008). Martin Heidegger’de “Mekan” Düşüncesi: Hermeneutik-Fenomenolojik Bir Yaklaşım. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(25), 1–13. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/erusosbilder/issue/23758/253203>

- Karolyi, O. (1965). Müziğe Giriş. (M. Nemetlu, Ed.). İstanbul: Pan Yayıncılık.
- Levitin, D. J. (2007). This Is Your Brain On Music: The Science of a Human Obsession. Penguin Books.
- Mehta, R., Zhu, R., & Cheema, A. (2012). Is Noise Always Bad? Exploring the Effects of Ambient Noise on Creative Cognition. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 784–799. Retrieved from <https://doi.org/10.1086/665048>
- Nietzsche, F. (1889). Putların Alacakaranlığı. (M. Tüzel, Ed.). İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Öztürk, B. Ö. (2016). Tasarı. İstanbul. Retrieved from <http://www.tasanri.com/>
- Say, A. (2008). Müzik Nedir, Nasıl Bir Sanattır? İstanbul: Evrensel Yayınları.
- Stevens, K., Stevens, K., Mckechnie, S., Malloch, S., & Petocz, A. (2000). Choreographic Cognition: Composing Time and Space. In *Music Perception & Cognition*. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.119.4542>
- Stinson, E. (2017). An Artist Uses an iPhone to Visualize Sounds in A.R. Retrieved from <https://www.wired.com/story/an-artist-uses-an-iphone-to-visualize-sounds-in-ar/>
- Stravinsky, I. (2004). Altı Derste Müziğin Poetikası. (C. Taylan, Ed.). Pan Yayıncılık.

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ
3. SANAT VE TASARIM EĞİTİMİ SEMPOZYUMU
BİLDİRİLER KİTABI

İÇ MİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI



Dijital Çağda Bir Eğitim Modeli : “Senin Atığın Bana Lâzım”

Dr. Öğr. Üyesi Kurt Orkun AKTAŞ // orkuna@kku.edu.tr

Kırıkkale Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü

ÖZET

İçinde yaşadığımız Dijital Çağın baskın özelliği teknolojinin yoğun kullanımı olarak öne çıkmaktadır. Bu yoğun teknoloji kullanımı, bilginin toplum içindeki etkisini ve yayılma hızını gözle görülür oranda artırmıştır. İçinde yaşadığımız toplum değerlendirildiğinde; bilginin daha durağan olduğu alanlarda yeni bilgilerin oluşma hızı düşük ve yayılma hızı da sınırlıdır. Daha az durağan ve gelişmekte olan toplumsal alanlarda ise yeni bilgilerin oluşma hızı daha yüksek olup, yeni elde edilen bilgilerin gelişen çevreye hızla uyumlanmaları gerçekleşmektedir. Dijital Çağ'da bilginin gelişimi ve dolaşım hızı sadece daha yüksek olmakla kalmayıp; ayrıca bilginin giderek insanların kontrolünden çıktığı gözlenmektedir. Önümüzdeki yakın gelecekte de bu gelişimin hızlanacağı öngörülmektedir. Dijital Çağ'ın gelişimini özümsemek hem gelişen teknolojiyi anlamaya hem de teknoloji sayesinde gelişen ileri düzey bilgi miktarı ile bağ kurmaya yardımcı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Çağ, Mobilya, Tasarım, Atık, İç Mimarlık, Yeniden İşlevlendirme, İleri Dönüşüm

1. Giriş

Bilgiyi üretebilme ve geliştirebilme imkanı üniversitelerin varoluşlarındaki köşe taşlarından birisini oluşturmaktadır. Üniversiteler yaklaşık 1,000 yıldır bilgi üretmekte ve yeni araştırma alanları yaratmakta öncülük yapmaktadır. Üniversitelerin sistematik yaklaşımı, bir sonraki nesile bilgiye nasıl yaklaşılması gerektiğini, gerektiğinde onu sorgulamayı ve doğrulandığı durumda da onu geliştirmeyi öğretmektedir. Bugün topluma mâl olmuş ve yaygın kullanıma sunulmuş bilgilerin ilk önce birer üniversite bünyesinde geliştirilmiş olmaları tesadüf değildir. İçinde yaşadığımız Dijital Çağ'da teknolojik gelişmeler sayesinde bir yandan bilginin gelişimi, diğer yandan var olan bilginin yok edilmesi süreci hızlanmıştır. Bilginin her gün ve her an sayısız kez sınanması süreçleri sonrasında üniversitelerin akılcı değerler sistematığının sahip çıkılacak ve elenecek bilgilerin belirlenmesinde önemli rol oynayacağı öngörülmektedir. Bu değişim sürecinin üniversitelerin yapısını da zamanın gerekleriyle uyumlu biçimde etkileyeceği göz önüne alınmalıdır.

2. Dijital Çağ

İçinde yaşadığımız Dijital Çağın baskın özelliği teknolojinin yoğun kullanımı olarak öne çıkmaktadır. Dijital Çağ olarak tanımlanan bu dönemde, bilginin egemenliğinin genel kabul gördüğü bilgi toplumlarından ve benzer anlamda Bilgi Çağı teriminin kullanımından bahsedilmektedir (Yılmaz, 1998:147). Bu yoğun teknoloji kullanımı, bilginin toplum içindeki etkisini ve yayılma hızını gözle görülür oranda artırmıştır. İçinde yaşadığımız toplum değerlendirildiğinde; bilginin daha durağan olduğu alanlarda yeni bilgilerin oluşma hızı düşük ve yayılma hızı da sınırlıdır. Daha az durağan ve gelişmekte olan toplumsal alanlarda ise yeni bilgilerin oluşma hızı daha yüksek olup, yeni elde edilen bilgilerin değişen çevreye hızla uyumlanmaları gerçekleşmektedir. Dijital Çağ'da bilginin gelişimi ve dolaşım hızı sadece daha yüksek olmakla kalmayıp; ayrıca bilginin giderek insanların kontrolünden çıktığı gözlenmektedir. Önümüzdeki yakın gelecekte de bu gelişimin hızlanacağı öngörülmektedir. Dijital Çağ'ın gelişimini özümsemek hem gelişen teknolojiyi anlamaya hem de teknoloji sayesinde gelişen ileri düzey bilgi miktarı ile bağ kurmaya yardımcı olacaktır.

3. Atık Sorunu

Tüketici ve Çevre Eğitim Vakfı TÜKÇEV'in desteği ile hazırlanan çevre online isimli web platformunda atık tanımı ağırlıklı olarak üretim süreçleriyle ilişkili olarak yapılmıştır. Kullanımla ilgili olarak ise şu ifadeye yer verilmiştir: "sağlıklı kullanım süresi geçmiş olan ürünler, niteliği bozulmuş ya da yanlış kullanıma maruz kalmış olan maddeler" (Url-1). 2872 no.lu Çevre kanununda ise atık; "herhangi bir faaliyet sonucunda oluşan, çevreye atılan veya bırakılan her türlü madde" şeklinde tanımlanmaktadır (Url-2). Avrupa Birliği'ne üye 27 ülke verileri son 50 senede 30-50 milyar m³ hacminde atık maddenin ortaya çıktığını ve bu miktarın toprak doldurma işleminde kullanıldığı ifade edilmektedir (Vossen, 2013).

Atık maddeler konusunda çeşitli uygulamaların olduğu bilinmektedir. Bunların arasında bulunan depolama, yakarak imha etme, geri dönüşüm, ileri dönüşüm, yeniden üretim ve yeni malzeme üretimi yöntemlerinin çevreye çeşitli etkileri bulunmaktadır. Atıkların maddi değeri bakımından ise yakma, depolama ve geri dönüşüm yöntemlerinin söz konusu atıkların değerini azalttığı (downcycle); ileri dö-

nüşüm, yeniden üretim ve yeni malzeme üretimi yöntemlerinin ise atıkların değerini artırdığı (upcycle) kaydedilmektedir (Goldsmith, 2009).

4. Geri Dönüşüme Karşı İleri Dönüşüm

Atıkların geri veya ileri dönüşümü ile ilgili birden fazla yöntem olmasına rağmen, çalışmanın konusu- nu oluşturan iki kavram üzerinde durulacaktır.

İlk kavram olan Geri Dönüşüm yöntemi, atık maddelerin yeniden değerlendirilmesi durumu olarak ifade edilmiştir. Çevre online sitesinde de geri dönüşüm tanımı “Yeniden değerlendirilme imkanı olan atıkların çeşitli fiziksel ve/veya kimyasal işlemlerden geçirilerek ikincil hammaddeye dönüştürülerek tekrar üretim sürecine dahil edilmesine geri dönüşüm denir. Diğer bir tanımlamayla herhangi bir şekilde kullanılarak kullanım dışı kalan geri dönüştürülebilir atık malzemelerin çeşitli geri dönüşüm yöntemleri ile hammadde olarak tekrar imalat süreçlerine kazandırılması olarak tanımlanmaktadır. Geri dönüşüm işlemi sonrasında atık malzemenin kimyasal süreçler geçirerek imalat öncesindeki durumuna dönüştürülmesi her zaman için söz konusu değildir. Atık malzemelerin fiziksel değişim geçirerek kullanılması da geri dönüşüm faaliyeti içinde değerlendirilmektedir. Malzemelerin geri dönüşüm işlemi sırasında enerji kullanımı söz konusudur ve bu işlem sonrasında atık malzeme hacmi azalır. Geri dönüşüm faaliyetinin bir de işlem maliyetinin olduğu göz önüne alınmalıdır.

Diğer kavram olan İleri dönüşüm faaliyeti ise “Atık malzeme veya kullanılmış ürünleri kullanarak daha iyi seviyede yeni bir malzeme veya ürün yapmak” biçiminde tanımlanmaktadır (Url-3).

Dünya genelinde ileri dönüşüm uygulamalarını gerçekleştiren ticari firmaların bulunduğu gözlenmektedir. İleri dönüşüm ile ilgili uygulamaların genel olarak tüketici tercihleri tarafından yönlendirildiği kaydedilmektedir. İlgili firmalarca gerçekleştirilen ileri dönüşüm uygulamaları ile ilgili olarak genel kanaat; yüksek kaliteli ürünlerin ileri dönüşümünün, düşük fiyatlı ürünlere göre daha kârlı bir uygulama olduğu yönündedir (Larsson, 2018). Zero Waste International Alliance (ZWIA) organizasyonu, 2004 yılında hedefleri olan sıfır atık uygulaması için şu tanımı ortaya koymuştur: Tüm malzemeler atıl duruma geldiklerinde başkalarının kullanabileceği biçimde tasarlanmalıdır. Böylelikle, bu atıklar yeni kaynaklar haline getirilerek sürdürülebilir düzene erişmek için toplumların yaşam biçimleri ve tüketim alışkanlıklarını değiştirmek amacıyla yöneldikleri ekonomik, ahlâki, verimli ve vizyoner bir amaca ulaşılmış olacaktır. Bu ürün döngüsü içinde ömrünü tamamlayarak atık hale gelen bir malzeme, başka bir ürün döngüsünün hammaddesini oluşturmaktadır (McDonough ve Braungart, 2002).

Dünya genelinde karşılık bulan bir kavram da ürünün tüm kullanım ömrü süresince ve takip eden geri toplanma, dönüştürme ve bertaraf işlemlerinin tamamındaki sorumluluğu üreticiye veren bir çevre koruma stratejisi geliştirilmesidir. Söz konusu strateji ‘Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu’ başlığı altında geliştirilmektedir (Gülenç, 2010).

İleri Dönüşüm uygulamaları kapsamında atık malzemelerin yeni bir ürünün imalatında kullanılması şüphesiz pek çok avantajı içermektedir:

- Malzeme geri dönüşümü gerçekleşmeyeceğinden bu işlem için enerji harcanmayacaktır
- Malzeme kalitesinde geri dönüşüm işlemi nedeniyle bir değer kaybı gerçekleşmez
- Yakılma işlemi olmayacağından, zehirli gazlar ortaya çıkmaz
- Yeraltı-yerüstü depolama işlemi olmayacağından, gereksiz yer kaybı olmaz ve atıklar doğal kaynaklara bulaşmaz

5. Uygulama

Bilginin artan dolaşım hızı, insanların yaşam biçimlerini de etkilemektedir. Buna göre, ürünlerin kullanım ömürleri kısalmış ve tıpkı giyim endüstrisinde olduğu gibi mobilya ve beyaz eşya sektörlerinde de dönemsel olarak ürünlerin yenilemesi normal karşılanır olmuştur. Bu yenilenme ve değişim aşamasının gerçekleşmesi için daha önceki dönemlerin aksine, tasarruf sahiplerince ürünlerin kullanım ömrünün tamamlanmış olması her zaman için gerekli görülmemektedir. Söz konusu durum, ortaya baş edilmesi gereken bir atık ürün sorunu olarak ortaya çıkmaktadır.

İleri dönüşüm kavramı, ömrünü tamamlayan ve kullanılmayacak durumda olan nesnelerin asıl amaçlarından farklı biçimde kullanılmak üzere yeniden değerlendirilmesi işlemi olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu durumla ilgili olarak üniversitemiz 3. Sınıf bölüm öğrencilerimizin aldığı, tarafımızca verilen Çağdaş Mobilya Tasarımı dersi kapsamında konu ile ilgili farkındalık yaratılması amaçlanmaktadır.

Bu sene ikinci defa “Senin Atığın Bana Lâzım” başlığı altında öğrencilerce İleri Dönüşüm projesi gerçekleştirilmekte ve çalışma sonuçları dönem sonunda sergilenmektedir. Bu çalışmalar üniversite ortamında geri dönüşüm ve ileri dönüşüm kavramları hakkında farkındalık yaratma konusunda etkili olmaktadır. Tasarım öğrencilerinin bu kavramları, tasarım parametreleri ile birlikte düşünmelerini sağlamaktadır. Bu çalışma ile öğrenciler, tasarım ve yaratıcılık süreçlerinde eski ve yeni arasındaki ilişkiyi sorgulamaya başlamakta; eski ve işlevini yitirmiş bir ürünün, yeni ve işlevsel bir forma dönüşmesinin yollarını aramaktadırlar. Bu çalışma, sorgulayan, katkı sağlamayı hedefleyen, atık ile tasarımcıyı buluşturan yaratıcı süreçlerin de önünü açan bir yöntem olarak değerlendirilmektedir.



Resim 1: Makyaj Aynası - Davul Fırın ve LED Aydınlatma



Resim 2: Bar Taburesi – Oto Parçaları



Resim 3: Ahşap Sehpa – Ahşap Kasalar



Resim 4: Metal Sehpa – Bisiklet Parçaları



Resim 5: Metal Sehpa – Endüstriyel Parçalar



Resim 6: Giysi ve Aksesuar Modülü – Ahşap Kapı ve Demir Su Boruları

Çalışma kapsamında öğrencilerden şehir hurdalıklarından veya evlerinden kullanım dışı parçalar toplamaları istenmektedir. Değerlendirmeye tabi tutulan bu parçalar esas alınarak yeniden işlevlendirme çalışması yapılmakta olup, çalışma sonunda dikkate değer ürünlerin tasarlandığı gözlenmektedir. Tasarımların özgünlüğü ve amaca uygunluğu dönem sonunda kadrolu ve misafir akademik personelin katıldığı jüri ile değerlendirilmektedir.

Örnek olarak seçilen projelerin tanımları aşağıda yapılmıştır:

Resim 1 çalışmasının ana parçası olan davul fırın proje için teknik servisten çalışmaz durumda alınmıştır. Davul sprey boya ile renklendirilmiştir. Ayna ve cam raf kestirilerek bunların montajı yapılmış ve şerit Led aydınlatmanın montajı tamamlanarak Makyaj Aynası ürünü çalışır hale getirilmiştir.

Resim 2 çalışması için gerekli otomobil parçaları ve ayaklı vestiyer ayağı hurdalıktan temin edilmiştir. Kesim ve kaynak işlemleri sonrasında minder için döşeme hazırlanmış ve ürün renklendirilmesiyle, Bar Taburesi ürünü tamamlanmıştır.

Resim 3 çalışması meyve-sebze kasaları ve sarhoş tekerleklerin birleşiminden oluşmaktadır. Kasalar vidalarla birleştirilmiş, ahşap kısım boyanmış, kasaların altına sarhoş tekerlek monte edilmiş ve orta kısma dekoratif taşlar konarak Ahşap Sehpa ürünü oluşturulmuştur.

Resim 4 çalışması için gerekli parçalar bir bisiklet tamir atölyesinden temin edilmiştir. Gerekli kesim ve kaynak işlemleri tamamlanan ürün daha sonra renklendirilmiştir. Bu işlem sonrasında ise uygun ölçüde iki cam raf kestirilerek Metal Sehpa ürünü tamamlanmıştır.

Resim 5 çalışmasının parçaları hurdalıktan temin edilmiştir. Gerekli kesim ve kaynak işlemleri tamamlanan ürün daha sonra renklendirilmiştir. Bu işlem sonrasında ise uygun ölçüde bir cam raf kestirilerek Metal Sehpa ürünü tamamlanmıştır.

Resim 6 çalışmasının parçaları hurdalıktan temin edilmiştir. Demir su boruları gerekli kesim ve kaynak işlemleri tamamlandıktan sonra boyanmıştır. Atık durumdaki bir ahşap bahçe kapısı baza olarak kullanılmış ve parçaların birbirlerine montajı yapılmıştır. Ürünün altında sarhoş tekerlekleri mevcuttur. Metal zincirler ve metal elbise askısı parçaları da tasarıma eklenerek Giysi ve Aksesuar Modülü oluşturulmuştur.

6. Sonuç

İleri dönüşüm uygulamalarının tamamı eldeki mevcut atık malzemelerinin bir tasarım becerisi ile bir diğer ürüne evrilmesi sürecini kapsamaktadır. Üzerinde tasarım katkısı bulunan ileri dönüşüm ürünü mevcut haline kıyasla daha yüksek yeni bir değere ulaşmaktadır.

Uygulama bölümünde aktarılan proje çerçevesinde oluşturulacak tasarımın ilk kriteri, sanayide ve hurdalıklarda araştırılarak bulunacak otantik atık parçanın belirlenmesiydi. Tasarım çalışmasının ikinci kriterini ise kullanıcı ihtiyacı oluşturmaktaydı. Çalışma sonunda ortaya çıkacak ürünlerin gerçek hayatta bir problemi çözmeleri değerlendirme kriterleri arasında bulunmaktadır.

Çalışmada kullanılan atık parçalara ulaşmanın şaşırtıcı biçimde kolay olması, bundan sonraki ileri dönüşüm çalışmaları için gerekli hammadde sıkıntısının çekilmeyeceğinin göstergesi olarak değerlendirilmiştir. Ürün, tasarımcı ve çevre etkileşimine dikkat çekmeyi amaçlayan bu ve benzer çalışmaların, ülkemizde konu ile ilgili farkındalık yaratmaya olumlu bir katkısının olacağı düşünülmektedir.

Referanslar

Ali, N. S., Khairuddin, N. F., & Zainal Abidin, S. (2013). Upcycling: Re-use and Recreate Functional Interior Space Using Waste Materials. DS 76: Proceedings of E&PDE 2013, the 15th International Conference on Engineering and Product Design Education, Dublin, İrlanda, 05-06.09. 2013 (sf. 798-803).

Brown, A. Reduce. Reuse. Upcycle. url: <http://anitabrowndesignstudio.wordpress.com/2012/09/15/reduce-reuse-upcycle/> [Erişim tarihi 2018, 25 Kasım], (2012) 15 Ekim.

Goldsmith, B. Trash or treasure? Upcycling becomes growing green trend. url: <http://mobile.reuters.com/article/idUSTRE58T3HX20090930?irpc=932> [Erişim tarihi 2018, 25 Kasım], (2012) 30 Ekim.

Gülenç, İ.F. (2010). Yeniden Üretim (Eskinin Yeniden İmal Edilmesi), Umuttepe Yayınları, Kocaeli, 71-72, 88-89.

Larsson, M. (2018). Recycling and Upcycling. Circular Business Models (sf. 163-170). Palgrave Macmillan, Cham.

McDonough, W. ve Braungart, M. (2002). Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things, North Point Press, New York, 18-19, 27, 92

Selvi, Ö. G. Ö. (2012). Bilgi Toplumu, Bilgi Yönetimi ve Halkla İlişkiler. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1(3).

Vossen, V.W. (2013). Feasibility Study Sustainable Material and Energy Recovery from Landfills in Europe. Istanbul International Solid Waste, Water and Wastewater Congress, İstanbul, 22-24 Mayıs.

YILMAZ, B., (1998). 'Bilgi Toplumu: Eleştirel bir Yaklaşım', Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt: 15 / Sayı: 1 / ss.147-158.

Url-1 < <http://cevreonline.com/atik.htm> >, Erişim tarihi: 26.11.2018.

Url-2 <http://www.cevko.org.tr/images/stories/mevzuat/cevre_kanunu.pdf >, Erişim tarihi 26.11.2018.

Url-3 <<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/upcycling>>, Erişim tarihi 25.11.2018.

Url-4 <<http://www.trueactivist.com/sweden-runs-out-of-garbage/>>, Erişim tarihi 26.11.2018.

Url-5 <<https://recreatesa.com/>>, Erişim tarihi 26.11.2018.

Kimlik Meselesi Olarak İç Mimarlık Eğitiminde (Dijital) Temsil: Deneysel Bir Stüdyo Çalışması

Öğr.Gör. Dr. Güliz KÜÇÜKTAŞDEMİR // gulizoktem@gmail.com

Başkent Üniversitesi, GSTMF, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü

ÖZET

Bu çalışma, iç mimarlık eğitiminde ikinci sınıf atölye eğitimi üzerinden dijital/geleneksel temsil meselesini ve medyalarını alternatif bir okuma yöntemi olarak tasarlanan/tasarlayan kimliği ile kavramsal sürecin içinde ele almaktadır. Tasarlama eyleminin kendisi bilişsel bir analiz ve sentez sürecini barındırırken dilsel ve metinsel, kimlik bütünlüğüne ait bileşenlerin, imgesel öğelerini aktarmaktadır. İmgesel öğelerin kendisi tasarlama eylemini gerçekleştiren öğrencilerin arka planında barındırdığı kültürel ilişki ağını içermektedir. Bunlara ek olarak, atölye deneyimi ve yürütücünün 'program elemanları' olarak tariflemekte olduğu problemin yapısal, içeriğe ait verilerini değerlendirilmektedir. Bilişsel sürecin ve sonuç ürününün kendisi ise evrensel olmayan bir formüle bağlı olarak (Fodor, 1981) tasarımcının ve mimari ürünün kimlik bütünlüğünü ortaya koymaktadır. Bu kimlik bütünü şematize edilmiş olan bir sistemin yeniden inşa edilmesi anlamında nesnel bir arayışı kapsamaktadır.

Bu bağlamda çalışmanın değerlendirilmesi nitel veri analizi ile gerçekleştirilmiştir. Analizin temel mal-

zemesi, dersin işleniş yönteminin kendisidir ve yeni bir model önermektedir. Bu model de deneysel bir stüdyo örnekleme olarak ele alınmaktadır. Birincil olarak yürütücünün temellendirmekte olduğu kavramsal yaklaşım ve ders çıktıları, derinleşen aktarım ile öğrencilerle paylaşılmıştır. Bunu takip eden şematik inşa sürecinde, üç ardından iki boyutlu kavramsal aktarım aracına dönüştürülerek öğrencilerden sunum gerçekleştirilmesi beklenmiştir. On dört haftalık sürecin sonunda gerçekleştirilen final sunumuna ilişkin genel değerlendirme ve mekânsal kimlik süreç-sonuç ürünleri ile belgelenmiş, bu çalışma aracılığıyla eğitim, meslek meselesinde deneysel stüdyo sürecinin önemi vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kimlik, İç Mimarlık, Dijital Medya, Deneysel Stüdyo, Mimari Temsil.

1.GİRİŞ

İç Mimarlık disiplininde tasarlayabilme, uygulayabilme, sermaye ilişkilerinin mesleki pratik üzerindeki beklentileri, eğitim sürecine etki etmekte ve dönüştürmektedir. Küresel anlamda ve güncel zaman diliminde yapma eyleminin kendisi, salt tüketim nesnesi olarak mekânı ve eğitimi malzemesi haline getirmektedir. Bu malzeme, eğitimin alanını, alandaki ritüelleri değiştirme ve dönüştürme potansiyelini de içinde barındırmaktadır. Bu kapsamda araştırma kapsamında kendi 'hegemonik' kabullerini sunabilmekte (Mahon, M.; 1992) ve eğitimin doğasındaki 'tartışma zemini' özellikle kendisini temsil meselesinde, başkalaştıran, ötekileştiren kimlik durumları ile temsil edebilmektedir.

Bununla birlikte mesleki pratiğin eğitim temelinde 'ihtiyaç karşılama' ve 'problem çözme' temelli yaklaşımlar da arka plan ilişkisinde meslek tarihinin hafızasını değiştirmektedir. Bu anlamda, özellikle farklı alanlarda yetkinlikleri ölçmeyi hedefleyen kurum temelli sınav sistemi yerini belirli alanlarda (sayısal-sözel) soru çözümüne dayalı bir başarı sistemi üzerinden ortaya koymaktadır.

Bu kapsamda iç mimarlık eğitimi, eğitim içinde pratik, özellikle stüdyo ile temellenen yeni yaklaşımları içerebilecek ve mesleki uzmanlık aşamasında beklentisi kurulabilecek dijital medya ve yapısal temsillerinden ayrılan çalışmaları desteklemelidir (Hays, K. Michael.; 2000). Atölye eğitiminde program elemanı ve proje sürecinin kendisi de bu anlamda sembolik bir araç olarak bütüncül tasarım sürecinin aşamaları hermenötiğe, anlama ve yorumlamaya bağlı kalmalıdır (Gadamer, H.-G.; 1999).

Bu araştırmanın amacı, ikinci sınıf stüdyo öğrencilerinin proje üretim ve ürün fazında kullanılan dijital medya 'dilini', kullanımını, çeşitliliğini, mesleki pratiğin özünü, tasarlama eylemini, düşünme aracı olarak ele alabilmeyi önermektedir. Her temsil ögesi, kimlik imgesi oluştururken yeni arayışların geliştirilmesi dijital medya kullanımı ve sınırları konusunda yeni yöntemler oluşturabilmektedir. Böylelikle geleceğin iç mimarları, mesleki pratik içerisinde yer alan düzlemsel ve/veya hacimsel müdahalelerin yanı sıra, işlev ve kullanıcı birlikteliğine bağlı atmosfer deneyimini çeşitlenen yönleri ile ele alabilmektedir. Kullanıcı/tasarımcı kimliğinin bir gerçeklik provası olarak dijital medya ile ifadesinde, özgün kimlik arayışına erişme arzusu çalışmanın ana sorunsalını oluşturmaktadır.

2. İÇ MİMARLIK DİSİPLİNİNDE/EĞİTİMİNDE KİMLİK/TEMSİL/ANLAM

Yapılı çevre ve kimlik ilişkisi, iç mimarlık disiplininde tasarlama eylemine bağlı bireysel ihtiyaçlara ait yükümlülüğü taşımaktadır (Butterworth, Iain.; 2018). Bu yükümlülük durumu ise mekânın bir figür-zemin ilişkisinden öte var oluş ve yaşamsallıkla, anlam ile doğrudan ilgisi bulunan bir ön koşulu barındırmaktadır. Böylelikle mekânın anlam durumu, parçabütün ilişkisini kurmakta olan profesyonel/öğrenci kimlikli kimi 'sanatçıların' mekânı olarak değerlendirilebilir. Burada disiplinin elemanları bakımından 'sanatçı' ifadesi kullanımı mesleki pratiğin kendi içsel konumlanmasındaki kimlik uzlaşısından bağımsız bir ifade ile mekânda deneysel olarak çalışabilen, kimse için kullanılmaktadır.

Bu kimlik uzlaşısı kendisini teknoloji, zanaat, sanat, bilim, üretim temelli alt alanlarda literatürde farklı yaklaşımlar ile kategorize edilme eğilimi olarak kendisini görünür kılmaktadır (Perolini, P. S.; 2011). Bu kapsamda kategorizasyon, mekân ile çalışan kimse olan 'sanatçı' ve ürünü olan mekân, pratiğin uygulanabilirlik aşamasında yapı malzemesi, performansı ve bütçe, bakım, onarım verileri ile hesaplanabilir ölçütlere indirgenebilmektedir. Bu nedenlerden ötürü mekânın üretimi ve kimlik durumu fiziksel olarak cephe ilişkilerine ve göstergeler sistemine yönelme eğilimindedir (Lefebvre, 2014). Kimlik meselesi ise doğrudan doğruya temsiliyet ile ilişkilenen soyut yaklaşımda iki, üç boyutlu düzenlemeyi, somut yaklaşımla da tasarlanan ve nesneye dönüşen yapısal durumu içermektedir. Eğitim ayağında ise öğrenciler, kavramsallaştırılma aşamasını stüdyo aracında dönemsel olarak ayrışan içerikte ve uzmanlıklar çerçevesinde inceleyebilmektedir.

Bunlara ek olarak stüdyo, potansiyel uzmanlıkların düşünsel süreç ve gerçeklik ara kesitindeki anlam, kimlik, aidiyet durumlarını tartışabilmektedir. Bu anlamda ele alındığında stüdyonun kendi pratiğinde sosyal mekânın üretimi ve kavramsal yaklaşım, kimlik çalışmaları paralelinde alternatif temsiller ile dijital olan/ olmayan araçlarla sürekli olarak yeniden ele alınmalıdır. Böylelikle, profesyonel yaşantıda ve küresel düzen kapsamında sermaye temelli soyut mekân üretimi ve kimlik sorunsalı bu kapsamda karşı konulabilir bir desteğin eğitim ayağını deneysel bir stüdyo çalışması ile oluşturabilir.

3. ÖRNEK İNCELEME: DENEYSEL BİR STÜDYO ÇALIŞMASI

Örnek inceleme olarak stüdyo çalışması yukarıda belirtilen kapsam içerisinde ele alınmış ve tamamlanmamış bir dizi atölye önerisinin ön çalışmasıdır. Bu stüdyo aracında farklı medyaların değerlendirilme yöntemi 'yapı bilgisi' üzerinden temellenmektedir. Kavramsal sürecin kendisi kampüs yaşantısı ile öğrencileri konuya davet ederken projenin adı 'Kolektif Ev' olarak tanımlanmıştır. 2017-2018 Eğitim yılı, bahar yarıyılında Öğr.Gör.Güliz Küçüktaşdemir, Araş.Gör. Pelin Nane tarafından yürütülen İÇT 202. Tasarım Stüdyosu II, on dört haftalık süreç içinde kavramsal üretim, yapı bilgisi ve malzeme deneyimi ile temellenen, dijital vs. geleneksel temsil araçlarının tekil/çoğul, bağımsız zaman/eş zaman diliminde kullanımını içermiştir. Programın ön koşulunda yer alacak kimlik çalışması 'kampüs kullanıcısı olma' durumunun özgürlüğünde öğrenciler tarafından ele alınmıştır. Ayrıca kavramsal çerçevenin karma yönteminde 'malzemenin doğası ile temas etme' gerekliliği öğrencilere ifade edilmiştir.

Kolektif Olanın Belirlenmesi: Kullanıcı Kimliğini Saha Gözlemi ile Elde Etme

Atölye çalışmasının saha araştırması öğrencilerin kullanıcı grubu, yakın çevre, yapılı/doğal çevre, erişilebilirlik, kampüs içi yön bulma eğilimleri bakımından Başkent Üniversitesi kampüsü sınırlarında belirlenmiştir. Öğrencilere mekânın kendisinde ve projenin ana hedefinde yer alan 'kullanıcı temelli kimlik' oluşturabilmek amacıyla saha araştırması gerçekleştirilmesi, bireysel deneyimi de bir veri olarak

değerlendirebilecekleri belirtilmiştir. Kampüs kullanıcıları başlığında öğrenci, akademisyen, geçici süreli kullanım amaçlı kampüs kullanıcıları, farklı yaş aralıklarında, herkes için tasarlanma ön koşulu ile araştırılmıştır. Böylelikle farklı kullanıcı grupların ve eğilimlerinin belirlenmesi bireysel yol ile öğrenciler tarafından gerçekleştirilmiştir.

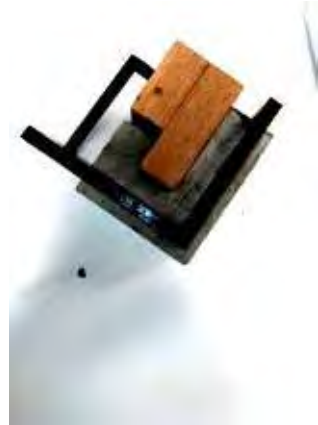
Reel Olanın Provası: İşlev Tanımı ve Kısıtlar

Programın doğasında yer alan problemin reel anlamda deneyimlenme aşamasında soyut/somut temsil ara kesitinde işlev tanımı ve kısıtlar yer almaktadır. Bu bağlamda saha gezisi gerçekleştirilerek cephe ilişkileri, iç mekâna etki eden doğal ışık, yapının konumu, taban alanı proje katılımcıların tümü için eşitçil bir kısıt olarak yürütücü tarafından aktarılmıştır. Burada öğrencilere tanınan özgürlük cephe ilişkisinde var olan açıklık değerlendirmesinde giriş yöneliminin saptanabilmesidir. Mekânın kendisi zemine oturan tek katlı bir yapı olarak iki yüz elli metre karelik bir taban alanına sahiptir. Bunlarla birlikte işlev tanımında satış/sergi, rekreasyon, geçici konaklama/atölye alanları opsiyonlu olarak mevcut olabilecektir. Kolektif mekânın kendisinde belirtilen seçimli işlevlerin yanında kullanıcı üzerinden belirlenecek yeni işlevler öğrenciler tarafından eklenmiş, yirmi dört saat süre ile hizmet edecek olan bir çalışma alanının bulunma koşulu da ifade edilmiştir.

Malzeme ile Temas: Kavramsal Yaklaşımın Oluşturulması-Kullanıcı Kimliği ile İlişik Kurma

Malzeme tektoniği üzerinden deneyellik barındıran bu süreç analog ve dijital olanı, kavramsal süreç aşamasında bir araya getirmekte ve uzlaşma ürününü ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Yürütücü, atölye dersine paralel olarak yürütmekte olduğu ve problemi destekleyici nitelikte olan Yapı ve Malzeme II Dersi'nde aktarılan ince yapı bilgisi ve teknik envanterin de öğrenme algısı bakımından katkısını gözlemlemiştir. Malzeme ile temas ve özünü iredeme dört ana yaklaşımla kurulurken sırası ile, analogik, kuramsal, fiziksel (nefes alma, gözeneklilik, dayanıklılık ve benzeri.) strüktürel nitelikler çoğul model çalışması aracılığıyla araştırılmıştır. Kavramsal yaklaşımda belirlenmiş olan kullanıcı grubu ve işlev tanımı dahilinde malzemenin saptanması, incelenme gerekliliği öğrencilere aktarılmıştır. Bunlara ek olarak malzemenin kimyasal yapısı ve farklı malzemeler ile kurabileceği potansiyel ilişkiler de arayışı beklenen soyut/somut yaklaşımları içermiştir.

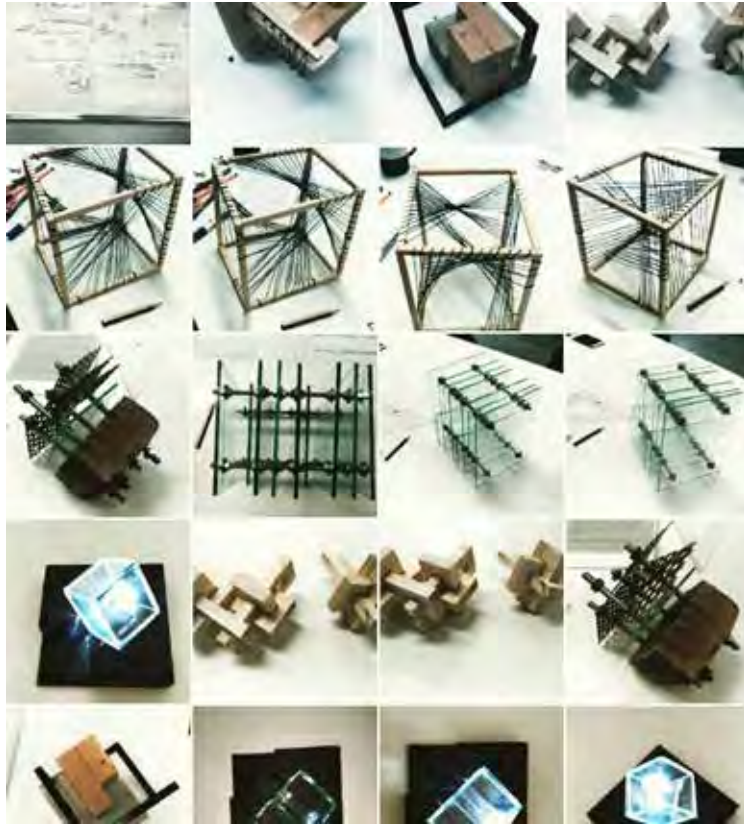
Öğrencilere kaynak kitap önerisi olarak ve malzeme kategorizasyonu üst başlıkları tanımlaması Trans-material adlı (2009) yayın ile sunulmuştur. Yayın içeriğinde yer alan on malzeme öğrencilere üst başlık olarak aktarılmış ve malzemenin alt kategorisinde yer alan farklı tür/biçim/doku/rengi sıralamalarının incelenme gerekliliği belirtilmiştir. Sırası ile beton, mineral, metal, ahşap, plastik+kauçuk, cam, boya+kağıt, tekstil, ışık, dijital üst başlıklarında öğrenciler çeşitlenen kavramsal yaklaşımı, sürece paralel olarak eşlik eden model yapım süreci ile desteklemiştir.



Şekil 1: Malzeme ile temas, fiziksel niteliği model yolu ile tanıma/test etme (3.Hafta Çalışması; İrem Karaefe tarafından model çalışması)
Şekil 2: Malzeme ile temas, fiziksel niteliği model yolu ile tanıma/test etme (4.Hafta Çalışması; İrem Karaefe tarafından model çalışması)

Model yapım süreci malzemenin reel anlamda deneyimini, tektonik ilişki biçimini ölçeği değişen oranda deneyebilme imkanını öğrenciye sunmuştur. Yukarıda görülen örnek çalışma öğrencinin model yapım sürecindeki deneyimi aktarırken çoğul malzemenin birbiri ile iç içe geçme özelliğini değerlendirmeye almıştır. Malzemelerin birbiri ile kurmakta olduğu bu ilişki tanımını, kullanıcı grubu birlik-teliğindeki kampüs içi sosyal yetersizliklerin giderilebilmesi, iletişim eksiklikleri üzerinden kavramsallaştırmaktadır. Böylelikle model yapımı sürecinde fiziksel anlamda deneyimini gerçekleştirmekte olduğu malzeme çeşitliliği, kampüsü deneyimleyen farklı gruplar olarak öğrencinin projesinde yer alan kullanıcı-işlev tanımını karşılamaktadır.

Bu örnek üzerinden anlaşılabilirliği üzere temsil ve kimlik meselesi iki faz ile eş zamanlı olarak çalışılmıştır. Reel malzeme ile model yapımının yanı sıra, kavramsal yaklaşımı temsil edecek farklı dijital temsil olanakları araştırılmıştır. Öğrenciler bu alanda kolaj, fotoğraf ve dijital temsil öğelerini öznel yaklaşım ile ifade etmiştir. Kendi mesleki kimliklerini inşa etmek amacıyla gerçekleştirilen bu etkinlik yararlı bir öğrenme biçimi olarak model yapım sürecini ve temsil meselesini çift yönlü bir etkileşimle ele almaktadır.



Şekil 4: Malzeme ile temas, fiziksel niteliği model yolu ile tanıma/test etme (4.Hafta Çalışması, Selen Şimdi, Yaşar Aydınar, Zehra Toker, Buket Uzun, Ceren Ballı)

Çalışmanın kavramsal boyutunda yer alan soyut-somut ilişkiler bütünündeki üst üstelik öğrenciyi reel anlamda kısıtları bulunan planlama aşamasına taşımaktadır. Burada yapısal olarak model ve dijital anlamda soyut olanın temsili üçüncül aşamada kendisini mekânın yatay ve dikey bileşenlerine dönüştürmektedir. Böylelikle öğrenme sürecinde kavramsal dil bütünlüğü biçimsel olarak kavramı takip eden bir yaklaşımda ele alınmış olur.



Şekil 5,6,7: Soyut/Somut İlişkilerin Farklı Medyalar ile Temsili (4.Hafta Çalışması, Zebra Toker, Berkay Yılmaz, Selen Şimdi) (Pafta Template Tasarımı: Arş.Gör. Pelin Nane)

4. EĞİTİMDE ALTERNATİF METOT ARAYIŞI: BÜTÜNCÜL BİR KİMLİK MESELESİ

Çalışmada ele alınan yöntemin kendisi yeni bir öğrenme modelidir ve mesleki literatürde örneği bulunmamaktadır. Bu kapsamda akademik bir çalışma ürünü olarak eğitimde alternatif öğrenme modelleri, içeriğinde yer alan gerçeklik, saha araştırması, kişisel deneyim temelli bütüncül kimlik çalışmasını, temsilini içermektedir. Bu anlamda kavramsal yaklaşımın mekânsal karşılığı edilgen bir rol ile değil bireysel olarak katılım ile üretilmektedir. Burada öğretim elemanı ve öğrenci arasındaki geleneksel ilişki tipinin dönüşüme uğramakta olduğu ve alternatif yönelimli medya kullanımının süreci zenginleştirdiği gözlemlenmiştir. Böylelikle yürütücü ve öğrenci için alternatif metot arayışı yeni bir deneyim alanını yaratarak mutlak bilgi sağlayıcısı yönünden öğretim elemanının öğrenciyi tasarım sürecinde özgürleştirmekte ve hegemonik uyum çerçevesinde ilişki tipini yeniden ele almaktadır (Butler, J., & Tütüncü, F.; 2005).



Şekil 8,9,10: Reel Olanın Provası: İşlev Tanımı ve Kısıtlar, Kimlik ve Temsil Uzlaşısı (14.Hafta Çalışması, Selen Şimdi, İrem Karafefe, Zebra Toker) (Pafta Template Tasarımı: Arş.Gör. Pelin Nane)

Bütüncül bir kimlik çalışması olarak atölye çalışmaları, topluma ait olan, arka plan ilişkileri temsil aşamasında soyut mekânın temelinde yer almaktadır. Burada hiyerarşik düzenleme bu proje örneği ile birlikte öğrencinin içselleştirdiği bir süreç olarak uzun süreli hatırlanan bilginin oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Gerçeğin provası olarak atölye çalışmalarında yer alan ‘yaşanan mekân’ denemeleri, mekan temsilleri olarak öncül çalışma karşılıklarını eğitim sürecinde aramaktadır ki bu anlamda teorik olarak edinilen bilgi birikimi profesyonel yaşantıda çeşitliliği destekleyecektir.

5. SONUÇ YERİNE

Bu çalışma aracılığıyla disiplinde ve eğitimde temsil, kimlik sorunsalı alternatif metodoloji aracılığıyla yeni geleneklerin yaratımı bakımından öncül olabilir. Yapılı çevre, fiziksel çevre ile diyalogu arttıran, gözlem temelli, farklı medyaların potansiyelini içinde barındıran atölye çalışmalarının artırılması öğrenci merkezli bir eğitimin önemli bir faktörü olarak değerlendirilebilir. Bunlara ek olarak, eleştirel merkezli bir ritüel olarak ‘jüri’, sermaye ve neo liberal mekân düzeninde var olan ‘mutlak mekân’ dayatmasını özgün üretimler üzerinden değerlendirmelidir. Böylelikle farklı medyalar aracılığıyla elde edilebilecek katılımcılık, bütüncül bir kimlik üretiminin proje ve öğrenci üzerindeki etkisini uzun veya kısa sürede ortaya çıkarabilir. Alternatif medyalar kendiliğinden veya akademik bir çalışma aracılığıyla

değerlendirilebilir ancak malzeme, öğrencinin mesleki kimliği ve üretimine katkı sağlayıcı nitelikte olmalıdır.

- Kolaj Çalışmaları,
- Analoji ve Manifestal Metin Analizleri,
- Ses Kayıtları,
- Edebiyat ve mekân ara kesitinde 'kelime oyunları', kavram ilişkisi (Eskiz Problemleri),
- Dijital temsil ve geleneksel üretimin farklı malzemelerle yeniden ele alınması,
- Teorik alanda edinilen bilgiler atölye ortamına problem olarak dahil edilebilir.

Ayrıca atölyelerin ve katılımcılığın artırılması, bilginin üretimi, aktarımı, paylaşımı büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda sergiler düzenlenebilir ve açık jüriler aracılığıyla gözlemciliğe bağlı katılımcılık artırılabilir. Bireysel ve kolektif temelli eğitim temelli yeni yaklaşımlar, eğilimler toplantılar aracılığıyla oluşturulabilir. Anlama ve yorumlama ile kaynaklanan uzun süreli öğrenmenin temelinde kişisel değerlendirme egzersizleri, kısa süreli eskiz/hafıza problemleri artırılabilir. Yukarıda belirtilen bütüncül yaklaşım ve öneriler dahilinde eğitimin ve mesleki performans niteliksel olarak artırılabilir.

5. KAYNAKÇA

Mahon, M. (1992). Foucault's Nietzschean genealogy: Truth, power, and the subject. Albany: State University of New York Press.

Hays, K. Michael. 2000. Architecture Theory Since 1968. The MIT Press: Cambridge, MA.

Gadamer, H.-G. (1999). Hermeneutics, religion, and ethics. New Haven: Yale University Press.

Butterworth, Iain. (2018). The Relationship Between the Built Environment and Wellbeing: a Literature Review.

Perolini, P. S. (January 01, 2011). Interior Spaces and the Layers of Meaning. Design Principles and Practices: an International Journal—annual Review, 5, 6, 163-174.

Balmer; Michael T Swisher by J., (2012) Diagramming the Big Idea: Methods for Architectural Composition

Ching, F. D. K., & Lökçe, S. (2011). Mimarlık, biçim, mekân ve düzen. İstanbul: Yapı endüstri merkezi Yayınları.

Ching, F. D. K., Elçioğlu, B., & İpek, G. (2004). İç mekân tasarımı: Resimli =Interior design illustrated. İstanbul: Yapı Yayın.

Di, M. A. (2016). Conditional design: An introduction to elemental architecture.

Clark, R. H., & Pause, M. (2012). Precedents in architecture: Analytic diagrams, formative ideas, and partis. Hoboken, N.J: John Wiley & Sons.

Eckler, J. F. (2012). Language of Space and Form: Generative Terms for Architecture. New York, NY: John Wiley & Sons.

Transmaterial: [1.]. (2009). New York, N.Y: Princeton Architectural Pr.

Butler, J., & Tütüncü, F. (2005). İktidarın psişik yaşamı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

İçmimarlık Eğitiminde Kazandırılan Dijital ve El Çizimi Teknik İfade Biçimlerinin, Profesyonel Yaşam Beklentileri Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Murat ÖZDAMAR // *omurat@bilkent.edu.tr*

İ. D. Bilkent Üniversitesi, (İ. D. Bilkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü)

Betül BİLGE // *bbilge@baskent.edu.tr*

Başkent Üniversitesi, (Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü)

ÖZET

Yaşadığımız çağ içerisinde dijital ortamın varlığı ve kullanımı asla yadsınamaz. Günümüz teknolojisinin sunduğu imkânlar paralelinde kendi kullanım alanlarını doğuran ve imkânlarını sunan dijital gelişimler, farklı meslek gruplarına ait alanlarda da kullanım platformlarını oluşturmuş, farklı anlatım ve aktarım biçimleri ile eğitimde yerini bulmuştur. Bu noktada; içmimarlık meslek alanında yansıma, ağırlıklı olarak çizim ve sunum biçimlerinde yer bulmaktadır. Meslek eğitim kurumları olan üniversiteler, içmimar adaylarının teknik yeterliliklerini kazandıkları kurumlardır. Bu bağlamda, İç Mimarlık ve Çev-

re Tasarımı bölüm derslerinde dijital ortamın kullanımına yönelik yaklaşım kimliğinin tanımlanması ve çerçevesinin çizilmesi önemli bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Eğitimi'nin amacı; profesyonel yaşantı içerisinde mesleki yeterliliğe sahip içmimarların yetiştirilmesi ise; günümüz şartlarının ve ihtiyaçlarının göz önünde tutularak eğitim programların hazırlanması söz konusu olmaktadır. Eğitim programlarında yer alan ders içerikleri ve işleniş biçimleri ise bu anlamda; mesleki yeterliliğe ait hazırlık yöntemlerinin oluşturulduğu yapının temelini içermektedir.

Tasarımın ifade buluş biçimi, ya da başka bir deyiş ile tasarımcının fikrini tarifleme şekli olan teknik çizim ve üç boyutlu sunumun biçimlenmesi, dijital ortamların imkân verdiği ve şekillendiği “bilgisayar programlarının kullanımı” ile tariflenmekte ve eğitim sistemi içerisinde önemli bir değer taşımaktadır.

Bu noktada tartışılması gereken konu; ifadenin aktarımında, el becerisinin-el çizimi ile tasarım aktarımının hangi ağırlıkta yer aldığıdır. Eğitimin amacı mesleki yeterlilik ise; edinilen bilgilerin ve çizim yolu ile ifade becerisinin, profesyonel hayatta karşılık bulması gerekmektedir. Profesyonel yaşam içerisinde farklı iş dallarında çalışan iç mimarlar sadece proje oluşum sürecinde yer almamakta, aynı zamanda üretim ortamları ve şantiyelerde de çalışmaktadırlar. Her durumda kullanımı gerekli olan teknik ifadenin, teknik çizim ve üç boyutlu çizim yöntemleri ile hem dijital hem de el çizimi olarak sunulması söz konusu olmaktadır.

Bu çalışmanın çerçevesini; meslek yeterliliğini karşılayan eğitim kurumlarında verilen teknik anlatım biçimlerinin, bilgisayar programlarının kullanımı, el çizimi becerisinin gelişimi ve kullanım biçimleri açısından, profesyonel hayata yönelik olarak hangi ağırlıkta ele alınması gerektiğinin tartışılması oluşturmaktadır. Çalışma bünyesinde; içmimarlık öğrencileri ile yapılacak olan çalışma ve görüşmeler sonrasında alınacak sonuçlar değerlendirilecektir. Aynı zamanda profesyonel içmimarlar ile yapılacak sözlü görüşmeler ile tarafların ihtiyaç değerleri, profesyonel yaşamın gereklilikleri sonucu ortaya çıkan teknik ifade beklentileri ortaya konulacaktır. Elde edilen bulgular, içmimarlık mesleğinin eğitim sürecinde kazandırmış olduğu dijital sunum ve el çizimi becerisi, profesyonel ortamın beklentisi çerçevesinde değerlendirilecektir. Sonuç ve değerlendirme; elde edilen bulgular ışığında ortaya konan kazanım-beklenti değerleri ile tartışılacaktır. Bu çalışmanın, eğitim süreci içerisinde yapılandırılan ders içerikleri ve ele alınış biçim ve değerleri açısından bir öneri değeri taşıması beklenmektedir.

1. GİRİŞ

İçinde yaşadığımız yüzyıl dijital çağ olarak tanımlanabilmektedir. Dijital çağın getirisi olarak günlük yaşam içerisinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı tüm alanlarda karşılıklarını bulmaktadır. Teknolojik gelişmeler ve sunduğu imkanlar, hayatın her alanında olduğu gibi; eğitim öğretim alanında da yansımalarını bulmaktadır. 21. Yüzyılda küreselleşmenin bir getirisi olarak bilginin iletimi, yaygın ve güçlü bir biçimde sağlanabilmektedir. Eğitim kurumları bu noktada bilginin iletimi ve doğru kullanımının en yaygın olarak karşılığını bulduğu alanlardan biridir. Dijital devrimin eğitim alanında yansımalarını bulması ve alanda dijital dönüşümü gerçekleştirmesi kaçınılmaz bir sonuçtur. Günümüzde İçmimarlık/İçmimarlık ve Çevre Tasarımı lisans eğitimi alan öğrenciler ağırlık olarak “Z kuşağı” sınıflaması içerisine girmektedir. Bu kuşak literatürde “dijital doğanlar” olarak tanımlanmakta ve istatistiklerde Türkiye nüfusunun 1/3 oranını kapsamaktadır. Parlak'a (2017) göre bu durum karar alıcılar, politika yapıcılar, uygulayıcılar ve denetleyiciler açısından kritik anlamlar ifade etmekte ve yeni kurgulanacak olan eğitim yaklaşımlarının bu gerçeği iyi analiz ederek buna uygun şekilde tasarlanıp gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu bakış açısının dayandırıldığı temel; dijital çağın bireylerinin özgür

kişilikli, önyargısız, hayal gücü sınırsız, geniş bakış açılı, gelişmiş estetik duygulara sahip, bilime bağlı, spor ve sanata yatkın, pratik yaşam tarzlarına sahip ve gelenekçi yapılardan uzak olmak gibi farklı ve çağın gerektirdiği donanımda bir profile sahip olacaklardır. Bu açıdan; eğitim kurgusu içerisinde sistem yaklaşımlarının ve kurgusunun, çağın koşullarına uygun, geleceğe yönelik gereksinimleri karşılayabilir temel altyapıyı oluşturucu bir nitelik ve nicelik taşıması gerekmektedir (Parlak, 2017). Bu hızlı değişim karşısında yükseköğretim kurumlarındaki öğretim elemanlarının da dijital çağın dinamiği paralelinde farklı eğilimler gösteren ve çok çeşitlik içeren öğrenci grubuna yönelik nasıl daha etkin bir eğitimin karşılık vereceği sorusuna yanıt araması gerekmektedir (Taşkıran, 2017). Eğitimin temel amaçlarının başında gelen bilginin aktarımı geleneksel eğitim sisteminde eğitimci, öğrenci ve eğitim mekanı üçgeni içerisinde gerçekleşmesine karşın, bilgi ve iletişim teknolojilerinin eğitim sistemi içerisinde yer alması ile bilginin aktarımı yolları farklılaşmış ve eğitim anlayışını da değiştirmeye başlamıştır.

2. Tasarımı İfade Etmek

İçmimarlık/İçmimarlık ve Çevre Tasarımı eğitiminde tasarıma yönelik düşünsel ifadenin görsel ifadeye dönüşüm biçimlenişi, öğrenciye ağırlıklı olarak çizim ve sunum tekniklerinin aktarılması ile gerçekleştirilmektedir. Zihinsel bir süreç olan tasarım, zihinde oluşturulan imgelerin dışa vurumunu farklı anlatım teknikleri kullanarak ifade etmek olarak düşünüldüğünde; ifade biçim yöntemlerinin; soyut anlatımın giderek somutlaşan karşılığını bulması olarak tanımlamak mümkündür.

Tasarım sürecinde öğrencinin kişisel ve mesleki birikimi arttırıcı uygulamalar ile sorunu belirleyebilme, soruna farklı çözümler üretebilme, hayal edebilme ve hayal edileni kâğıda aktarabilme, özgün ve üç boyutlu düşünebilme becerisi kazandırılmaya çalışılmaktadır Zihinde amlanlandırılan imgeler, kurgulanan ve ortaya konulan tasarım değerleri ve ilişkileniş biçimlerinin bir dil ile aktarımları; kesit, görünüş, perspektif gibi teknik anlatım biçimleri ile somut karşılıklarını bulmaktadır (Dikmen Ç.B.,2011).

Tasarım dilinin aktarımı, teknik çizim ve üç boyutlu çizim yöntemleri ile hem dijital hem de el çizimi olarak sunmak mümkündür. Bilişim alanındaki gelişmeler ve bunların farklı sektörlere yansması ile; geleneksel mimari tasarım ve ifade biçimlenişinde değişikliklere neden olmuştur (Atalay O. F. vd, 2002). Mevcut tasarım eğitim sürecinde geleneksel ifadelendirme biçimleri terk edilmemekle birlikte, dijital sunum teknikleri tasarımın görselleştirilmesinde kullanılmaktadır. Bu nedenle geleneksel ve dijital ifade aktarımlarının birlikte kullanıldığı karma bir aktarım süreci yaşanmaktadır (Yıldırım ve diğerleri, 2010). Bu süreç öğrenim dönemlerinde gerek kritik sırasında gerekse proje sunum paftaları ile hayata geçirilmektedir. Yapılan analizler, deneysel eskizler ve çizimler, fıkırsel gerçekliğin proje üzerindeki belki de ilk ışığı olarak değerlendirilebilir. Bu yüzden tasarlamak olgusunun sadece fıkıri olarak ele alınması değil, hayata geçecek şekilde de değerlendirilmesi gerekmektedir. Öğrenciler yakın gelecekte

profesyonel hayatın beklentilerine yönelik gerçeklik ile karşı karşıya kalacaklardır. Bu karşılaşmayı daha etkin bir şekilde getirmek adına; İçmimarlık/İçmimarlık ve Çevre Tasarımı öğrencilerinin konu ile ilgili aktif temel bilgiye ve anlatıma sahip olmaları gerekmektedir. Bu sebeple; hangi ortamda yapılırsa yapılsın; çizimin bir anlatım şekli olduğu unutulmadan, gerçekçi ve anlaşılır bir biçimde ortaya konulabilmelidir. Bunu yapabilmek için; eğitim kurumlarımızda aktarım becerisinin geliştirilmesine ait kurgulanış biçim ve yöntemleri tekrar analiz etmek gerekmektedir. Tasarımcı ile teknik eleman arasında fark olması gerektiği düşüncesi paralelinde; bugünkü içmimar adaylarının gerek proje çizim ve paylaşımlarında, gerek toplantı sırası tartışmalardaki anlık problem çözüm arayışlarında, şantiye imalat tariflemelerinde ya da müşterileri görüşmelerindeki anlatımlarında hem el çizimi hem de dijital anla-

tım biçimleri ile tarifleme yapabilecek beceriye ve bilgiye sahip olmaları beklenmektedir. Bu bağlamda içmimarlık/içmimarlık ve çevre tasarımı bölüm derslerinde teknik çizim ve üç boyutlu çizim yöntemlerine yönelik öğretim biçimleri ile uygulama yöntemlerinin ne derece başarılı olduğu ve beklentileri hangi ölçüde karşıladığı tartışılmalıdır.

3. Eğitimde Uygulama ve Tasarım Eğitim Süreci

Bu çalışmanın çerçevesini; meslek yeterliliğini karşılayan eğitim kurumlarında verilen teknik anlatım biçimlerinin; bilgisayar programlarının kullanımı ile el çizimi becerisinin gelişimi ve kullanım biçimleri açısından, profesyonel hayata yönelik olarak hangi ağırlıkta ele alınması gerektiğinin tartışması oluşturmaktadır. Lisans öğretimi sırasında edinilen bilgi ve becerinin uygulamaya yönelik olarak hangi değerleri taşıdığı ve profesyonel hayata ait beklentileri ne ölçüde karşıladığı sorusu bu noktada ele alınarak değerlendirilmelidir.

Teorik verilen bilgi ile uygulamaya yönelik olarak verilen bilgi ve beceri gelişiminin beraberliğine süreç içerisinde uygulanan eğitim programları içerisinde de bakmak ve aramak faydalı olacaktır. Özellikle bu noktada bir asırdan daha uzun bir döneme yayılan geleneksel tasarım eğitiminin dünya çapında önemli iki örneği ön plana çıkmaktadır;

1- Academie de Beaux Arts (1830): Seneler içerisinde lonca ve atölye anlayışına alternatif olarak doğan Akademi'nin kendinden önceki dönemler ile arasındaki farkı şu şekilde ifade edilmektedir;

“Klasik mimarlığın tartışılmaz değerleri, eğitimin kuramsal bir temele oturuşu ve bir kamu hizmeti olarak, isteyen herkese açık oluşu. Bu arada, atölye sistemi korunuyor, ancak eğitime formel (biçimsel) süreçler getirilerek mecburi dersler, konferanslar düzenleniyordu” (Bal Amir, 1985).

Yine Blondel tarafından yapılan tanımlama ile;

“Şurası muhakkak ki, mimarlığın kaidelerini bilmek, mimar olmak için yeterli değildir. Derslerin ikinci saatinde mimarlar için mutlak gerekli diğer bilimler, yani geometri, aritmetik, mekanik, hidrolik, güneş saati, istihkâm, perspektif, taş kesimi gibi bilgiler öğretilenlerdir” (Bal Amir, 1985; Jacques, Vidler, 1977).

Okulun programı incelendiğinde, iki ana eğitim yöntemi karşımıza çıkmaktadır; “pratik eğitim” ve “formel eğitim”. Bunun yanı sıra tasarım temel alanına yönelik olarak yapılan yarışmalar söz konusu olmaktadır. Aylık ve yıllık düzenlenebilen yarışmaların eğitim ortamı içerisinde rekabet ve getirisi olarak daha iyiye yönelme becerisi ile kişisel karar verebilme yetisini geliştirici olduğunun açık ifadesidir.

Beaux-Arts Eğitim Programında, eğitimin başlıca basamaklarından söz etmek mümkündür. Üç sene tamamlanan eğitim programı; Hazırlık (Aspirants), 2. sınıf (Eleves) ve 1. sınıf (Anciens) olarak uygulanmaktaydı. Alt basamakları oluşturan hazırlık ve 2. Sınıf aşaması daha teorik, en üst basamak olan 1. sınıf ise; teknik yönden ağırlık kazanmaktaydı. Öğrencinin başarısı süreyle değil, nitelik düzeyiyle ölçülmekteydi (Bal Amir, 1985; Ertek, 1999).

2- Bauhaus, (1919): Tasarım okulu Waimar şehrinde, Walter Gropious (1883-1969) yönetiminde hayata geçmiştir. Gropious, Bauhaus kurulurken iki okulu birleştirmiştir; Büyük Dük Saxon Güzel Sanatlar Okulu (Grand-Ducal Saxon Academy of Pictorial Art) ve Büyük Dük

Saxon Sanat ve Zanaat Okulu (Grand-Ducal Saxon Academy of Arts and Crafts). Bu şekilde eğitim sanat ve zanaat alanlarına ortak bir şekilde değinmiş olacaktır. Bu birleşim Viyana Atölyesi'nde kurulan birliktelik hayalinin gerçeğe dönüşmesi idi.

Bauhaus'un Nisan 1919'da açıklanan programında konuyu aşağıdaki şekliyle tanımlar;

“Bauhaus'un tüm çabası, yaratıcı sanatlar olan heykel, resim, el sanatları ve zanaatlar gibi tüm disiplinleri, mimarinin ayrılmaz bileşeni olarak bir araya getirmektir. Buna bağlı olarak Bauhaus'un amacı; birleşik bir sanat çalışması oluşturarak, yapısal ve sanatsal dallar arasında ayırım olmayan “büyük yapının” oluşmasını sağlamaktır.” (Tate, Smith; 1985).

Böylesi bir eğitim anlayışı, devamındaki yüzyıl boyunca kabul görmüş ve sanat ile mimari alanlarının bir arada çalışmasına sebep olmuştur. Bauhaus eğitimi ilk yarıyılıda form, malzeme tanımı, doğa tanımı, kompozisyon çalışmaları ile eski sanatçıların çalışmalarını incelemektedir. İlk dönem tamamlandıktan sonra, tasarım eğitimi taş, ahşap, metal, kil, cam, renk ve tekstil atölye çalışmaları ile birlikte yürütülmekteydi. Bu da ilerleyen süreçte Gropius tarafından “Sanat ve Teknik, Yeni Birliktelik” şeklinde tanımlanmıştır. 1925 yılında Dessau'ya taşınan okul, bünyesindeki hocaların ve yetişen tüm tasarımcıların yaratıcı bir artist/sanatçı, bir usta, ve bir endüstriyel tasarımcı olarak hareket edebilmesini amaçlayarak, Dessau da yapılan tasarımların, fabrikada imal edilebilecek ölçüde çözülmesini öngörü-yordu. Bu anlayış ile mobilyalar, lambalar, tekstil, metal ve cam ürünleri atölyelerde yapıldı. Bu durum endüstriyel tasarımın, eğitim alanına taşınması olarak değerlendirilebilir. Bu tip eğitim yaklaşımı, seri üretim modeli ve sanat bir araya getirerek, ele alış biçimleri birbirinden farklı olan iki yaklaşımın yan yana gelebileceğini ortaya koymuştur.

Türkiye'de teori ve pratik bilginin eğitim modelinde uygulanması; 1955 yılında kurulan Tatbik-i Güzel Sanatlar Yüksek Okulu'nda (Marmara Üniversitesi-Güzel Sanatlar Fakültesi) görülmektedir. İki aşamada oluşturulan yaratıcı biçimlendirme eğitimi, alınan öğrencilerin ilk olarak temel sanat eğitimi görmeleri ile başlamıştır. İlerleyen süreçte meslek ve mesleki biçimlendirme çalışmalarına geçiş yapılmıştır (Aslıer, 1970, p.33-34). Bu bize Bauhaus eğitim anlayışının ve modelinin temel olarak alındığını ortaya koymaktadır.

Mimarlık eğitim yaklaşımında kırılma noktalarını oluşturan eğitim modellerinde vurgulanmak istenilen unsur; kavramsal düşüncenin somutlaştırılması aşamalarında öğrenmenin ürün yolu ile gerçekleştirilmesi anlayışıdır. Öğretim programlarında yer alan atölye çalışmalarının uygulamaya yönelik olarak tasarımcıda el becerisi, detay bilgisi, tasarımın üretim açısından ele alınış biçim ve yaklaşımlarının kavranmasına yönelik olarak farklı becerileri kazandırdığı göz ardı edilemez. Günümüz tasarım eğitim programlarında bu becerilerin gelişimine yönelik meslek deneyimlerinin ağırlıklı olarak “staj” yolu ile kazandırılmaya çalışılması düşünüldüğünde; artık deneyim edinmeye yönelik atölye eğitim anlayışının kaybolduğu söylenebilir. Oysa İçmimarlık/İçmimarlık ve Çevre Tasarımı eğitiminde mesleki uygulamaların meslek pratiği açısından önemi büyüktür. İçmimar adaylarının meslek pratiğine başka bir deyişle profesyonel yaşama daha kolay adapte olabilmesinin de temelini oluşturmaktadır. İçmimarlık eğitim sisteminde, teorik bilgi ve meslek pratiği birbirleri ile ilişkili ve ayrılmaz bir dinamik oluşturmaktan ötürü, profesyonel yaşamın beklentilerine ve gereklerine beraber yanıt verebilmesi açısından birlikte ve aynı değerle ele alınması oldukça önemlidir. Temel hedefin nitelikli içmimarlar yetiştirmek olduğundan eğitim kurumların da bu noktada boşlukları doldurması beklenmektedir. İçmimarlık/İçmimarlık ve Çevre Tasarımı eğitimi ders programlarında yer alan stajların, bu açıdan istenilen düzeyde karşılayabilmesi yeterli gözükmemektedir. Bu konuya ilişkin farklı platformlarda fikir paylaşımları yapılmakta, stajın mesleki öğretiye daha etkin ve eğitim sürecine faydalı bir biçimde ele alınmasına

yönelik çalışmalar eğitim kurumlarınca yapıldığı bilinmektedir. Lisans eğitimini tamamlayan içmimarların profesyonel arenaya çıktıklarında karşılaştıkları deneyim eksiklikleri, çalışma hayatı içerisinde “süreç deneyimi” ile kapatılabilmektedir. Çalışma hayatında mesleki bilgi ve beceriyi kazandırıcı kişisel edinim, profesyonel yaşam içerisinde bilgiyi düzenleme, dönüştürme becerilerinin tam ve yetkin bir biçimde kullanımı ile ileryen bir süreçtir. Bu süreçte meslek insanından tasarımın ifade biçiminin yüksek olması, çizim ve sunum biçimlerinin yeterli seviyeyi karşılaması beklenmektedir.

4. Eğitim Süreci ve İfade Teknikleri

İçmimarlık/İçmimarlık ve Çevre Tasarımı temel alanı eğitim sürecinde verilen derslerin içerik ve verilmiş yöntemleri farklılık gösterse de temelde ortak kazanım hedeflerini içermektedir. Kazanım hedeflerinin hangi derecede karşılıklarını bulduğu ise tartışılması ve değerlendirilmesi gereken bir olgudur. Tasarımın bütünlük bir eğitim ilişkisine sahip olması gerektiği düşünüldüğünde; akademik program içerisinde yer alan tüm derslerin birbirleri ile daha fazla ilişkilendirilmesi, teorik ve uygulama derslerinin birbirlerini destekleyici ve tanımlayıcı olabilecek sistem yaklaşımlarının üretilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Eğitim sürecinde öğrenci deneyerek, sezinleyerek ve çizerek öğrenmektedir. Bu yolculukta öğrenci sorgulamaya, akıl yürütmeye, bilgiyi dönüştürme ve düzenlemeye yönelik becerilerini kazanmaya başlar. Tasarım eğitiminin ilk yılında yaşanan “neyin öğrenilmesi gerektiğini” bilememe durumu ile “öğrencinin bildiğini ve bulduğunu çizememe ilişkisi ve çizmiş olduğunu ders yürütücüsüne anlatamama paradoksu zamanla bu açmazdan kurtulmaya başlar. Karmaşık ve zorlu bir süreç olarak algılanan bu durum aslında; tasarım dilinin oluşumunu sağlayan, karmaşayı ortadan kaldıran, çizim aktarım dilini ve üç boyutlu tasarlama becerisini öğrenciye kazandırılması yöntemidir (Bilgiç D.E., vd., 2016).

Öğrencide edinilmesi hedeflenen tüm bu kazanımların aktarımları, çizim yolu ile ifade edilmektedir. Çizim dilinin geliştirilmesine yönelik alınması zorunlu olan dersler, günümüz tasarım eğitimi programlarında “teknik çizim”, “tasarı-geometri”, “teknik çizim-perspektif”, “görsel anlatım teknikleri”, serbest çizim teknikleri”, “desen” ve “bilgisayar destekli tasarım” ders başlıkları altında verilmektedir. Derslerin uygulanış biçimleri, verildiği döneme göre değişiklik göstermekte, hem geleneksel hem de dijital ifade teknikleri ile öğretilmektedir. Geleneksel tekniklerde; kağıt üzerine iki boyutlu ve üç boyutlu (perspektif vb.) çizimler ile maket yapım yöntemi uygulanırken, dijital tekniklerde; farklı programlar kullanılarak hem iki boyutlu ortografik çizimler hem de modelleme, fotogerçekçi görselleştirme, animasyon gibi vektörel temelli yazılımlar kullanılmaktadır.

Geleneksel yöntemlerle ifade teknikleri genelde, tasarım eğitiminin ilk dört dönemi içerisinde uygulanmaktadır. İlerleyen süreç içerisinde dijital aktarım yöntemleri de öğrenciye aktarılmaktadır. Geleneksel teknikler uzun, yorucu ve özenli çalışma gerektirmektedir. Dijital ifade tekniklerinin kullanımı ise bu noktada; daha kolay, zaman açısından daha kısa ve programların kullanıcıya sunduğu imkanlar doğrultusunda daha az emek harcanılarak gerçekleştirilebilen imkanları sunmaktadır. Her iki öğretim biçim ve yaklaşımlarının olumlu ve olumsuz taraflarının olduğu düşünülmektedir. Yapılan bilimsel bir alan çalışmasında her iki yöneme ilişkin veriler elde edilmiş ve aşağıda yer alan biçimi ile değerlendirilmiştir (Yıldırım T. vd, 2010).

Tablo 1. Görselleştirme Teknikleri Karşılaştırma Tablosu (Yıldırım T. vd, 2010)

		Üretim Süresi (Dakika)	Mekan gereksinimi (m ²)- Donanım	Hassasiyet Kalite	Fotogerçekçi Sonuçlar	Revizyon kolaylığı	Yeni alternatiflerin üretilebilmesi	Arşivleme kolaylığı	Uzaktan eğitime uygunluk	Öğretici ve öğrenci memnuniyeti
Geleneksel İfade Teknikleri	Kağıt üzerine iki boyutlu çizimler	240	1,5	Orta	Zayıf	Zayıf	Zayıf	Orta	Çok zayıf	Zayıf
	Üç boyutlu çizimler: Perspektif	180	1,5	Orta	Orta	Çok zayıf	Zayıf	Orta	Çok zayıf	Zayıf
	Üç boyutlu modeller: Maket	300	2,5	Zayıf	Orta	Çok zayıf	Zayıf	Çok zayıf	Çok zayıf	Zayıf
Dijital İfade Teknikleri	Dijital ortamda vektörel bazlı yazılımlar	İki boyutlu çizimler.	90	0,81	Çok iyi	Orta	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi
		Üç boyutlu modeller:	120	0,81	Çok iyi	İyi	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi
	Dijital ortamda obje bazlı yazılımlar	90	0,81	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi

Buna göre; geleneksel ifade teknikleri kullanılarak kağıt üzerinde iki ve üç boyutlu çizimlerin üretim süreleri, dijital tekniklerin üretim sürecine göre daha uzun sürmekte ve ortaya çıkan ürün, ayrılan süreye oranla “orta” kalitede elde edilmektedir. Fotogerçekçi sonuçlarda ikiboyutlu çizimler “zayıf”, üç boyutlu perspektif çizimleri ise “orta” düzeyde değerlendirilmiştir. Revizyon kolaylığı ile yeni alternatiflerin üretilmesi basamağı dijital tekniklerde “çok iyi” düzeyde iken, geleneksel tekniklerde “zayıf” değerde çıkmıştır. Bu çalışmanın sonucuna göre; öğrenci ve öğretici memnuniyeti de; “zayıf” ve “çok iyi” fark değerleri ile sonuçlanmıştır. Çalışmanın diğer bir sonucu da; dijital teknolojilerin tasarım görselleştirme sürecinde kullanılabilmesi için geleneksel ifade tekniklerine ihtiyaç duyulmasıdır.

Eğitim sürecinde her iki ifade tekniğinin kullanımına yönelik ders ağırlıklarının incelenmesi ve eğitim süreci içerisinde değer kaybına uğramadan sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir. Dijital ifade tekniklerinin verilmiş ve uygulanış kurgusunda çağın getirdiği teknolojik gelişmelerin takiplerinin ve güncellemelerinin yapılarak ders içerik ve yöntemlerinde kurgulanması gerekmektedir. Bu açıdan uygulanmakta olan İçmimarlık/İçmimarlık ve Çevre Tasarımı eğitim programlarında yeni gelişmeler ve öğretim metotları yeniden ele alınarak entegrasyon sağlanabilmelidir. Bu yaklaşımı destekleyici olarak Lökçe (2002); bir akademik programın yapısının sınırlı parçalardan oluşmuş, tasarlanmış bir paket olarak düşünülmesi gerektiğini ve bu parçalardan her birinin bir diğer parçanın kapasitesi dahilinde hizmet vermesinin sağlanması gerektiğini vurgulamaktadır.

Yıldırım T. vd (2010), eğitim sistemi içerisinde verilen iki boyutlu çizim, üç boyutlu modelleme, animasyon, simülasyon gibi ifade biçimlerinin tasarım stüdyosu eğitiminde gerekli hale geldiğini belirterek, geleneksel yöntemler olan kağıt üzerine yapılan çizimler ve maketlerin kullanıldığı karşı etkileşimli geleneksel tasarım stüdyolarının yerini, bilişim teknolojilerinin kullanıldığı ve uzaktan erişim destekli dijital tasarım stüdyolarına bıraktığını/bırakması gerektiğini düşünmektedir. Bu noktada bilişim teknolojilerinin kullanımı, tasarım sürecini esnetebilme, değişiklikleri tüm sistemi bozmadan yapılandırabilme imkanlarını sayısal ve görsel destek vererek sağlamakta olduğundan; dijital anlatım ve modelleme tekniklerinin önemi vurgulanmaktadır.

Aktarım yöntem ve biçimi ne olursa olsun, tasarım eğitimine ait temel bilgi ve becerilerin öğrencide meslek yeterliliğini karşılaması ve çağın teknolojik getirileri ve yaklaşımları ile uyumlu olacak, kalıcı bilginin aktarımının sağlanması gerekmektedir. Bu noktada ifade biçimlerinin öğretisi ve aktarımında; her iki yöntemin birbirini destekleyici ve tamamlayıcı olması ile mesleğe yönelik yeterlilik beklentilerini karşılayıcı nitelikleri sağlayabilecektir. Tasarımın ifadesini bulma biçimlenişinde dijital çağın sunduğu imkan ve olanaklara yabancılaşmak rasyonel bir yaklaşım olmamasına karşın; geleneksel eğitim sistemi içerisinde araç ve yöntem kullanımının arka plana itilmesi de; tasarım eğitiminde öğrenciye kazandırılan el becerisinin-el çizimi ile ifade aktarımının azalmasına yol açabileceğinin sorgulanması gerekmektedir.

Her iki teknik ifade öğretisi ve biçimi, tasarım süreci düşünsel çalışmalarının somut yansımalarıdır. Tasarımcı, gerekli olan anlatım tekniklerini kullanarak fikirlerinin proje sunuşunu yapabilmeli ve bu sayede inandırıcı noktalarını ortaya koyabilmelidir (Dodsworth, 2011). Anlatım biçimleri çerçevesinde “konuşur gibi” çizebilmek; anlık olarak fikirlerini kağıt üzerinde aktarabilmek, içmimarlık mesleği açısından göz ardı edilemez bir beceridir. Ayrıca; profesyonel ortamda mesleğe yönelik fikir gelişim ve çözüm tartışmalarında, yaratıcı düşünce ve analitik çözüm geliştirme becerilerini teknik çizim öğretileri doğrultusunda ortaya koyabilmek; anlaşmazlıkların ya da yanlış anlamaların da önüne geçecektir. Farklı iş dallarında çalışan içmimarlar sadece proje oluşum sürecinde yer almamakta, aynı zamanda üretim ortamları ve şantiyelerde de çalışmaktadırlar. Her durumda kullanımı gerekli olan teknik ifadenin, teknik çizim ve üç boyutlu çizim yöntemleri ile hem dijital hem de el çizimi olarak sunulması söz konusu olmaktadır.

5. Alan Çalışması

Bu çalışmanın çerçevesini; meslek yeterliliğini karşılayan eğitim kurumlarında verilen teknik anlatım biçimlerinin, bilgisayar programlarının kullanımı, el çizimi becerisinin gelişimi ve kullanım biçimleri açısından, profesyonel hayata yönelik olarak hangi ağırlıkta ele alınması gerektiğinin tartışması oluşturmaktadır. Çalışma; “İçmimarlık ve Çevre Tasarımı” öğrencilerinin el ve dijital çizim beceri ve aktarımlarına yönelik değerlendirmesini kapsamaktadır.

6. Materyal ve Metot

Çalışmanın materyal kısmını İ.D. Bilkent Üniversitesi 2. ve 3. sınıf İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı öğrencileri, Başkent Üniversitesi 3. sınıf İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı öğrencileri ile TOBB Eğitim ve Teknoloji Üniversitesi 3. Sınıf İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı öğrencileri oluşturmaktadır. Alan çalışması 2018-2019 güz döneminde gerçekleştirilmiştir. Geleneksel ve dijital teknik yöntemleri kullanarak yapılan çizim değerlendirmesine yönelik öğrencilerden 3 farklı çalışma istenmiştir.

Birinci çalışmada; öğrencilerden içerisinde buldukları stüdyolarının perspektif el çizimlerinin yapılması istenmiştir. Bu çalışma 2. ve 3. sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilmiş ve yarım saat içerisinde görsel aktarımın el çizimi ile ifadesi beklenmiştir.

İkinci çalışmada; birleşim detayına yönelik geliştirmiş oldukları çözüm önerilerinin el çizimi ile teknik ifadesi istenmiştir. Bu çalışma 3. sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilmiş ve yarım saat içerisinde detaya

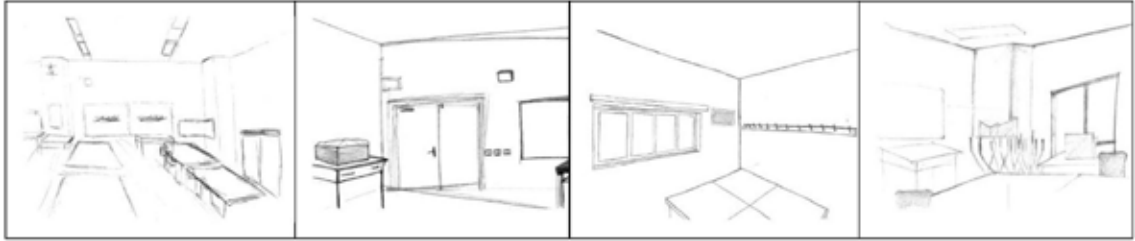
yönelik aktarımın el çizimi ile ifadesi beklenmiştir. Ayrıca öğrencilerden aynı çizimin AutoCAD programı kullanarak dijital teknik ifadesi beklenmiştir. Bu çalışma için 1 tam gün süre verilmiştir.

Üçüncü çalışmada; öğrencilerden tasarım stüdyosunda verilen proje çerçevesinde, tasarladıkları mekana yönelik perspektif el çizimlerinin yapılması istenmiştir. Bu çalışma 3. sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilmiş ve yarım saat içerisinde görsel aktarımın el çizimi ile ifadesi beklenmiştir. Ayrıca öğrencilerden el perspektifleri ile çizmiş oldukları mekanın, herhangi bir program sınırlaması getirilmeden üç boyutlu dijital teknik ifadesi beklenmiştir. Bu çalışma için 2 tam gün süre verilmiştir.

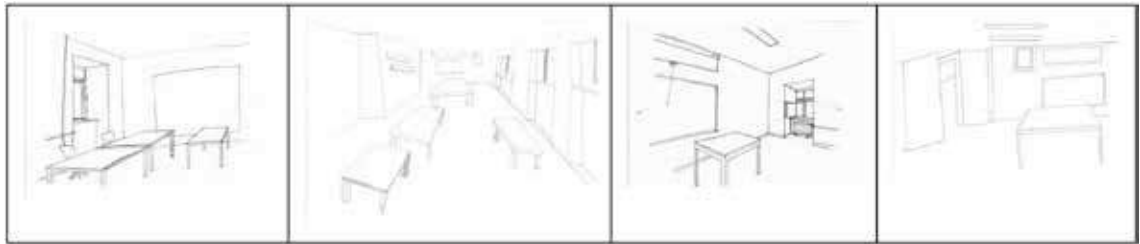
Ayrıca elde edilen bulguların, profesyonel meslek yaşamındaki beklentileri ne derece karşıladığına yönelik değerlendirmenin yapılabilmesi açısından; “içmimarlık proje ve uygulama ofisleri” ne sahip profesyonel içmimarlar (10 kişi) ile sözlü görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

7. Bulgular

Birinci çalışmada; öğrencilerden istenilen içerisinde buldukları stüdyolarının perspektif el çizimleri yarım saat süre içerisinde gerçekleştirilmiştir. Öğrencilere tarama, gölgelendirme yapabilecekleri söylenerek, sunum tekniğine kendilerinin karar vermesi beklenmiştir. Şekil 1. de yer alan el çizimi aktarımlarına yönelik örnekler 2. Ve 3. sınıf düzeyindedir.

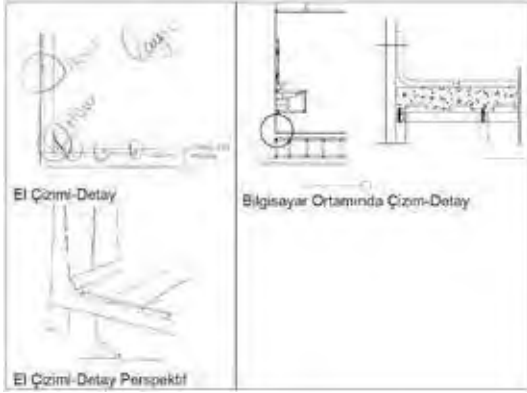


Şekil 1. 2. Sınıf Düzeyinde Görsel Aktarımın El Çizimi İle İfadesi

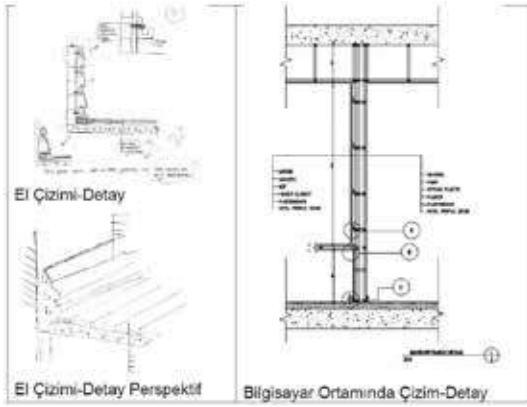


Şekil 1. 3. Sınıf Düzeyinde Görsel Aktarımın El Çizimi İle İfadesi

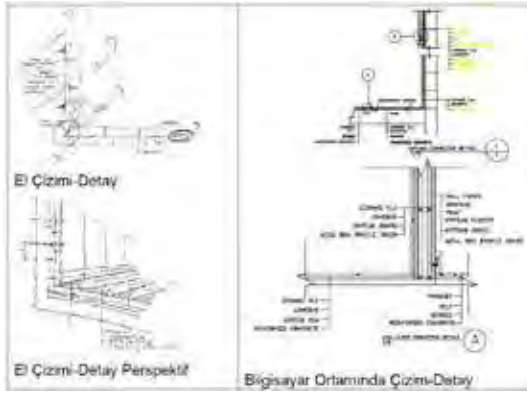
İkinci çalışmada; öğrencilerden istenilen birleşim detayına yönelik geliştirmiş oldukları çözüm önerilerinin el çizimi ile teknik ifadesi yarım saat süre içerisinde gerçekleştirilmiştir. Öğrencilere detay çizimlerinin teknik çizim yöntemleri kullanılarak aktarılması, duvar yüzeyi üzerinde bulunan ahşap panellerin montaj detaylarının çizilmesi ve zemin üzerinde kendilerinin seçeceği bir zemin malzemesinin kullanılarak çözülmesi belirtilmiştir. Çizim üzerinde malzeme tanımlarının getirilmesi ve uygulamaya yönelik olarak detaylandırılması beklenmiştir. Öğrencilerden aynı çizimin AutoCAD programı kullanarak dijital teknik ifadesi için 1 tam gün verilmiştir. Şekil 3, 4 ve 5’ de yer alan el çizimi ve dijital teknik ifade örnekleri 3. Sınıf düzeyindedir.



Şekil 3. 3. Sınıf Düzeyinde Görsel Aktarımın El Çizimi ve Dijital Teknik İle İfadesi

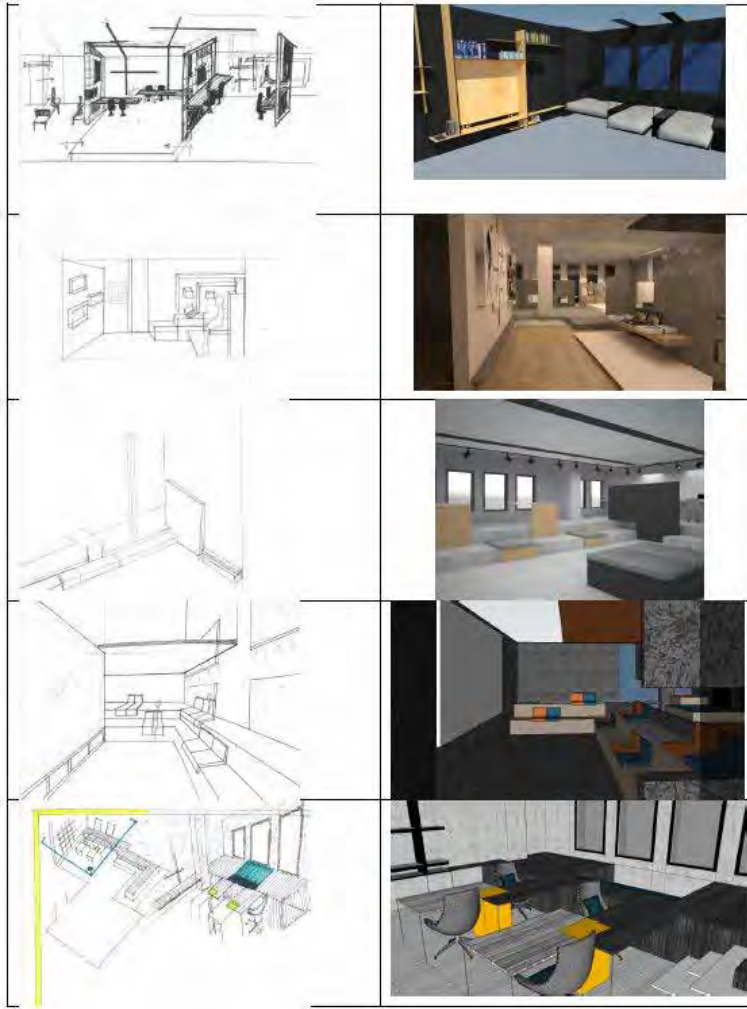


Şekil 4. 3. Sınıf Düzeyinde Görsel Aktarımın El Çizimi ve Dijital Teknik İle İfadesi



Şekil 5. 3. Sınıf Düzeyinde Görsel Aktarımın El Çizimi ve Dijital Teknik İfadesi

Üçüncü çalışmada; öğrencilerden tasarım stüdyosunda verilen proje çerçevesinde, tasarladıkları mekana yönelik perspektif el çizimlerinin teknik ifadesi yarım saat süre içerisinde gerçekleştirilmiştir. Öğrencilere tarama, gölgelendirme yapabilecekleri söylenerek, sunum tekniğine kendilerinin karar vermesi beklenmiştir. Öğrencilerden tasarlamış oldukları mekana yönelik olarak; herhangi bir program sınırlaması getirilmeden üç boyutlu dijital teknik ifadesi için 2 tam gün süre verilmiştir. Şekil 6. da yer alan el çizimi ve dijital teknik ifade örnekleri 3. Sınıf düzeyindedir.



Şekil 6.3. Sınıf Düzeyinde Görsel Aktarımın El Çizimi ve Dijital Teknik İfadesi

Profesyonel meslek yaşamındaki beklentilerin karşılık değerlerine yönelik olarak “içmimarlık proje ve uygulama ofisleri” ne sahip profesyonel 10 içmimar ile gerçekleştirilen sözlü görüşmelerde sorulan sorular ve cevapların ortak açıklamaları aşağıdaki biçimdedir.

1- Kendileri ile çalışmaya başlayan bir içmimardan mesleki kimliğine yönelik olarak nasıl bir profil bekledikleri, proje çizim ve sunum yöntemlerine yönelik olarak çizim becerisi ve beklentileri sorulmuştur.

Yeni mezun olan içmimarların yanlarına geldiklerinde, kendilerini “yeniden yetiştirmeye” başladıklarını ve bu şekilde onları çalışma ortamında kendi şartlarına ve standartlarına göre şekillendirdiklerini ifade ederek, bunu yaparken en büyük problemin; “yeni mezunu, teknik eleman olarak mı, yoksa tasarımcı olarak mı kabul etmek gerekir?” sorusu olduğunu belirtmişlerdir. Yeni mezun bir içmimarın teknik elemandan daha yüksek ücret beklendiğini, ancak teknik elemanların daha uygun ücretler ile daha yapıcı proje çizimleri (imalat ve tasarım) gerçekleştirdiklerini, şantiye ortamında da çok daha girişken ve yapım işlerinde daha aktif olabildiklerini paylaşmışlardır.

Özellikle eskiz çizimlerine yönelik olarak; her ne kadar teknik çizim olmasa da mesleğimiz gereği yapılan eskizlerin tasarım ve uygulama çizgisini açıklayıcı olması açısından daha güçlü ifade edilmesi ve malzeme bilgilerinin çok daha ileri düzeyde olması gerektiğini vurgulamışlardır. Bu noktada; süreç içerisinde deneyim kazanmaları ile, malzeme ve detaya yönelik uygulama bilgilerinin arttığını ve bunun proje üzerinde yansımalarının görüldüğünü belirtmişlerdir.

Yeni mezun içmimarların “çizim yapmak” yerine özellikle “konuşarak” tasarımı ifadelendirmeye çalıştıklarını ve eskiz yapmaktan kaçındıklarını belirterek bu durumun “konuya hakim olduklarını gösterme çabası” olarak nitelendirildiğini söylemişlerdir.

2- Yeni mezun olan içmimarlardan proje tasarım aşamasında beklenen tasarım çeşitliliği ve tutarlılığının hangi düzeyde karşılık bulduğu, şantiye ve uygulama alanlarında “anlık tasarım” problemlerine ne derece karşılık verebildikleri sorulmuştur.

Yeni mezun olan içmimarların proje geliştirme konusunda başta “ürkek” davrandıklarını ancak yaklaşık 1 yıllık bir süre sonunda fikirlerini ortaya koymaktan çekinmediklerini açıklamışlardır.

“Anlık tasarım” problemlerine çözüm önerileri getirmek yerine, nasıl yapabileceklerine yönelik fikir almayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Çizim konusunda en büyük sıkıntının, hazırlık süreci geçirmeden çözüme yönelik hızlı bir şekilde yapılması gereken “anlık” çizimlerde yetersiz kaldıklarını belirterek, özellikle 3 boyutlu eskizlerde problemler yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Buna karşın; bilgisayar çizimlerinde çok daha iyi verim aldıkları için şantiye ya da imalat ortamları için gerekli olan ön hazırlık çizimlerini kendilerine yaptırdıklarını söylemişlerdir.

Kıbarlıklarından, çekingenliklerinden ve deneyim yoksunluğundan dolayı; “gerekmediği halde herkesin fikrine değer verdiklerini”, süreç içerisinde yeterlilik kazanmaları ile fikirlerini rahatça ortaya koymaktan çekinmediklerini belirtmişlerdir.

Ofis ortamında, şantiyeden daha rahat davrandıklarını, uygulamaya yönelik bilgi eksikliğinden ve yöntem bilmediklerinden dolayı imalat konusunda yapıcı olamadıklarını, uygulamaya yönelik yeterli düzeyde bilgiye sahip olmadıkları için probleme anlık cevap vermede problem yaşadıklarını ve çözüm için sorunları başkalarına yönlendirdiklerini ifade etmişlerdir.

3- Yeni mezun olan içmimarların proje imalat çizimlerinde detay geliştirmeye yönelik çizimleri ne düzeyde yaptıkları, şantiye ve uygulama alanlarında anlık çözülmesi gereken detay problemlerine ne derece karşılık verebildikleri sorulmuştur.

Proje imalat çizimlerinde detaya yönelik çözümleri, genelde dijital ortamda hazır olan verileri kullanarak getirdiklerini, çok azının ürün ya da yöntem geliştirme yolunu seçtiklerini ifade etmişlerdir.

Şantiye ya da atölye deneyimi yaşamadan, detaya yönelik çözümlerini kontrollü bir şekilde yapamadıklarını, bunun nedeninin; malzeme, ölçü ve malzeme yapısı bilmediklerinden kaynaklandığını belirtmişlerdir.

Gerek 3 boyutlu, gerekse 2 boyutlu detay çizimine yönelik el çizimi teknik ifade biçimlerin-

de sıkıntılar yaşadıklarını, çünkü; çizemediklerini ve çizemedikleri için ustalara, ilgili kişilere sözlü şekilde anlatmaya çalıştıklarını, bunun da her zaman doğru şekilde sonuçlanmaya-bildiğini belirtmişlerdir. Çizime yönelik ifade eksikliğinin müşteri tarafından “bu nasıl çizim yapıyor?” sorusuna sebep olabildiğini söylemişler.

İçmimarların anlatım dilinin her zaman çizim yolu ile ifade edildiğini, toplantılarda mutlaka eskizler yapıldığını ve karşılıklı anlaşabilmek için bunun zorunlu olduğunu, çünkü söz konusu olanın; söze dayalı bir anlaşma olmadığını paylaşarak yeni mezun içmimarların bu noktada yetersiz kaldığını belirtmişlerdir.

Detay çözümlerini daha uzun bir süre almasına rağmen, dijital yöntemlere dayalı çizim programları ile ortaya koymayı tercih ettiklerini ve fikirlerini kâğıda dökmekten çok çekindiklerini açıklamışlardır.

Bu açıdan ele alındığında; yeni mezun içmimarların, meslek deneyimine sahip profesyonellerin beklentilerini el çizimi ifade aktarımı açısından beklenen düzeyde karşılamadığı ancak görsel anlatımın dijital teknik ifadesinde yeterliliği sağladıkları anlaşılmaktadır. Tasarım geliştirme ve yeni önerilerin getirilmesi açısından beklentilerin karşılanmasına karşın; tasarımın anlık el çizimi ile aktarım biçiminde etkisiz kaldıkları ortaya çıkmaktadır.

8. Sonuç ve Değerlendirme

Çalışmada elde edilen verilere göre; içmimarlık eğitiminde kazandırılmaya çalışılan el çizimi ile teknik ifadenin yeterli düzeyde öğrenciye kazandırılmadığı anlaşılmaktadır. El çizimi ile istenilen iki ve üç boyutlu teknik ifadenin hem 2. hem de 3. sınıf düzeyinde boyut, ölçü ve ölçek açısından doğru ele alınmadığı gözlemlenmiştir. Bu noktada üç boyutlu çizim ve anlatım tekniklerinin 2. sınıf düzeyinde, daha az algılanması ve yeterli düzeyde sunulmaması, öğrenim sürecinin başında olduklarından dolayı daha kabul edilebilir olmasına karşın; 3. sınıf düzeyinde tartışılabilir bir noktada durmaktadır. Kurallı perspektifin yeterli düzeyde çizilemediği gözlemlenmiştir. İnsan ölçeği, bakış açısı ve bakış yeri yeterli düzeyde gözetilmeden yapılan çizimler; teknik ifadenin aktarılması açısından oldukça eksik kalmaktadır. Mekanın sahip olduğu boyut ve eksen ilişkisini, her öğrencinin farklı ele aldığı ve doğru aktarımamadığı saptanmıştır. Öğrencilere verilen yarım saatlik süre açısından; ortaya koyacakları veride tarama, gölgelendirme gibi görselleştirmeyi kuvvetlendirici beklentiler yüksek olmamasına karşın; yapılan aktarımların temel çizim prensipleri doğrultusunda ele alınmadığı gözlemlenmiştir. Bu noktada yapılabilecek ikinci çıkarım; anlık eskiz çizimi gerektiren üç boyutlu el çizimi ifadelerinde yetersizlik söz konusudur.

Detay çizimlerinde teknik olarak doğru ilişkilendirme sağlanmasına karşın, hem 2 hem de 3 boyutlu el çizimi ile ifadenin aktarımında istenilen ve beklenen seviyeyi yakalamadığı düşünülmektedir. Buna karşın, dijital yöntemlere dayalı çizim programları ile aktarımda yeterlilik sağlandığı gözlemlenmiştir.

Herhangi bir program sınırlaması getirilmeden üç boyutlu dijital teknik ifadesinde öğrencilerin “SketchUp” ve “3d Max” programları kullandıkları anlaşılmaktadır. Elde edilen dijital görselleştirmede; insan ölçeği, bakış açısı yeri, mekanın sahip olduğu boyut ve eksen ilişkisi açısından başarılı sonuçlar elde edilmiştir. Dijital ortamda 2 boyutlu çizim ile ilişkilendirilerek 3. boyutu elde edebilme kolaylığı, doğru ve anlaşılır sonuçların doğmasına imkan sağlamaktadır. Bu noktada tasarımcının belirlemesi ve verileri ilişkilendirmesi gereken değerler, program içeriğinde kendisine sunulmakta ve doku, renk,

ışık gibi girdilerin eklenmesi ile istenilen sonuç elde edilmektedir. Bu insan hatasını en aza indirici bir eyleme imkan tanınmasına karşın; tasarımcıda konu edilen temel değerlerin uygulanmasına yönelik eksikliklerin oluşumuna neden olmaktadır.

Dijital ifade biçimleri çağın gereğidir. Yenilikler ve sunduğu imkanlar eğitim alanında yer bulmalı ve erişimi her iki taraf açısından kolaylaştırılmalıdır çünkü gelişim süreklidir ve bu açıdan değişim kaçınılmazdır. Eğitim-öğretim faaliyetleri ile aktarımın farklı metotlar üzerinden kurgulanması ve çağın gerekliliklerine uyum sağlanması kaçınılmaz olmaktadır. Tasarım eğitimi stüdyo ortamlarında bire bir aktarım ile gerçekleştirilmektedir. Öğrencilerin beklentileri karşılama yönünde çalışmalarını gerçekleştirmeleri el çizimine yönelik ifade aktarımları ile yavaş olabilmekte ve sürecin öğrenci açısından doğru kullanılmamasından dolayı istenilen verim sağlanamayabilmektedir. Bu açıdan ele alındığında; bilişim ve erişim teknolojilerinin kullanımı ile ürün elde etmede hız, üründe kalite, yeni alternatiflerin kolay uygulanması ve türetilmesi, insan hatasında azalma, verilerin saklanması kolaylık elde edilmesi gibi avantajları içinde barındırmaktadır. Yapılan farklı araştırmaların edinilen sonuçlara göre; dijital ifade aktarımlarında olumsuz yansımalar da görülebilmektedir.

Yapılan çalışma sonucu el ile teknik ifadenin, dijital yöntemler kullanılarak yapılan teknik ifadelere oranla daha eksik kaldığı ve yeterli verimi sağlayamadığı anlaşılmaktadır. Yapılan çalışmanın sınırları üç farklı eğitim kurumunda öğretim gören öğrenciler ile yapılmış olsa dahi; yapılan literatür araştırmalarında anlaşılmıştır ki; el çizimi ile teknik ifade aktarımında genel anlamda bir yetersizlik söz konusudur. Burada vurgulanmak istenilen; alan çalışmasının sınırlı olmasına karşın; bilimsel çalışmalarda bu konunun eksikliği üzerine yapılan araştırmaların ve vurguların dikkat çekici olmasıdır.

Geleneksel ifade tekniklerinin öğrenilmesi, benimsenmesi ve tasarım eğitiminin ilk basamağında kullanılması gerekli bir yöntemdir. Ancak bu sayede hayal edilen cisimlerin nesnel bir nitelik kazanarak izdüşümlerini aramak mümkün olabilmektedir. Başka bir deyişle ile tasarı geometrisini ortaya koyabilmektedir. Algılama, anlamlandırma için öğrencinin yaşaması gereken süreçte, ifadenin aktarımına yönelik ilk basamağın geleneksel el çizimi yöntemleri ile olmasının bu sürece katkı koyduğu tartışılmaz bir gerçektir. Bu sayede eskiz yapabilmek yetenekleri de gelişmektedir. Yapılan literatür taramaları da bu fikri destekler niteliktedir. Aynı şekilde profesyonel iç mimarlar ile yapılan görüşmelerde de eskiz yapabilmeye yönelik eksiklikler belirtilmiş ve bu beklentinin aslında bir ihtiyaç olduğu vurgulanmıştır. Bu yüzden eğitim sürecinde yetiştirilen meslek insanlarının el çizimi ile ifade biçimlerinin yeterli seviyede kazandırılması gereği ortaya çıkmaktadır.

Tasarlama eylemi ilk adımda hayal edilen ve ilişki biçiminin tutarlılığı gözetilen bir eylemdir. Farklı alternatifleri ve olasılıkları zihninde değerlendiren tasarımcı, süre içerisinde bu eylemi gerçekleştirmede hız ve deneyim kazanabilir. Tasarlama, tasarımcıya farklı ilişki metodları geliştirme ve üç boyutlu algılama esnekliği de kazandırır. Tüm bu olasılıkların vücut bulduğu ve değerlendirildiği eylem ise “eskiz yapmak”tır. Eskiz çalışması, tasarımın vücut bulmasındaki ilk basamak olarak kabul edilebilir. Deneyim kazandıkça zihinde üç boyutlu düşünebilme ve detaylandırabilme becerisi gelişse de, düşüncelerin aktarım yolu; yine el çizimi ile eskiz yapmak olacaktır. Dijital çağın getirisi olan gelişmiş bilgisayar programları, tasarlanana aktarım yolunu kolaylaştıran araçlardır. Var olan dijital kütüphanenin içinden seçilen ve tip olarak önünüze konan elemanların bir araya getirilmesinden ibaret olan yaklaşımın “tasarım” olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu noktada görsel foto-gerçeklik, çizim ve modelleme programları fikrin oluşumunun amacı değil, aracı olarak kullanılmalıdır.

Profesyonel olarak çalışmaya ve para kazanmaya başlayabilmenin yolu mesleki yeterliliğe sahip olmaktır. Bu açıdan öğretim sürecinde meslek pratiğini deneyimlemenin önemi büyüktür.

Staj, aynı zamanda çizim yeterliliğinin hem kazanıldığı hem de öğrenildiği alanlardır. Bu noktada mesleki uygulamalara yönelik her türlü aracın eğitim sisteminde aktif hale getirilmesi gerekmektedir. Eğitim alanında meslek pratiğini geliştirmeye yönelik, deneyimi pekiştirici arayışlar arttırılmalı ve uygulama esaslı derslerin, diğer dersler ile entegrasyonu arttırılmalıdır. İçmimarlık disiplinin diğer disiplinler ile kurduğu bağ düşünülecek olursa; mesleğe yönelik genel bilginin ağırlıklı olarak staj yapılarak karşılanması yeterli olmayacaktır. Bunun sebepleri; kısa süreli yapılması, stajın amacının doğru algılanamamasından dolayı yanlış staj yerlerinin seçimi, sahte staj evrakı düzenlenmesi ve bunun öğrenci tarafından olumlu bir eylem olarak kabul görmesi sayılabilir.

Bugün okullarımızda gerçekleşen eğitim-öğretim süreci, meslek adına yeterliliği kazanmak için yapılan çalışmaların bütünüdür. Elbette; İçmimarlık/İçmimarlık ve Çevre Tasarımı öğrencilerinin mezun olduklarında meslek alanına yönelik her konu üzerinde ileri düzeyde deneyim ve bilgiye sahip olmaları beklenemez, ancak mesleki temel bilgiye yeterlilik düzeyinde sahip olmaları gereklidir. Tasarımcının kendini ifade edebilmesi, hayal edilmiş ve tasarlanmış olan bilginin aktarımı için; el çizimi ile eskiz yapmak, ancak almış oldukları eğitim ile geliştirilebilen bir beceridir. Üniversite eğitim ortamları; öğrencilerin öğreticilerine danışabildikleri, onlardan ilim öğrenebildikleri, düşünce sistematüğını kavradıkları yerlerdir. Eğitim programlarında gerekli tutulan, doğru ve yapıcı stajlar ile; deneyim kazanmakta ve birlikte çalışan meslek deneyimi yüksek meslektaşlarını tanıma şansına sahip olmaktadır. Öğrencilerin mezuniyet sonrası içmimarlık disiplinine ait hangi alanda çalışacak olurlarsa olsun, bilgi ve kazanımların edinildiği ve temellerinin atıldığı yer üniversitelerin İçmimarlık/İçmimarlık ve Çevre Tasarımı Lisans Programlarıdır. Bu bakış açısıyla; teknik ifade aktarımının en doğru biçimde öğrenecekleri ve geliştirecekleri yer olan lisans eğitimi programlarında, hem geleneksel hem de dijital ifade aktarımını kuvvetlendirmeye yönelik eğitimlerin ilerideki süreçte öğrencide değer kaybına uğramayacak biçimde pekiştirici olması gerekmektedir. Genelde ilk 3 ya da 4 dönemde beklenen el çizimi ile teknik ifadenin, ilerleyen süreç içerisinde tasarım stüdyoları temelinde eskiz çizimleri ile takibi sağlanmalı ve alışkanlık oluşturmaya yönelik desteklenmelidir. Bu noktada öğrenciye dijital ortamda tasarımın yapılamayacağı ve eskiz çalışmalarının tasarımın kurgulanışının ilk basamağı olduğu vurgulanmalıdır.

Eğitim sürecinde her iki ifade tekniğinin kullanımına yönelik ders ağırlıklarının incelenmesi ve eğitim süreci içerisinde değer kaybına uğramadan sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir. Bu sebeple, eğitim programları içerisinde yeniden yapılandırmaların çağın getirileri ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda da ele alınarak belli aralıklarla güncellenmesi gerekmektedir. Mezuniyet sonrası hem el çizimi becerisinin kullanım sürekliliğine ve pekiştirilmesine hem de dijital çizimlerin iyi düzeyde kullanımına yönelik bütünlük öğretim metotlarının planlanması ve ele alınması gerekli görülmektedir. Yapılan bu çalışmanın, eğitim süreci içerisinde yapılandırılan ders içerikleri ve ele alınış biçim ve değerleri açısından bir öneri değeri taşıması beklenmektedir.

Kaynakça

- Ak, B. 2008. Sanat ve Tasarım Eğitiminde Tatbiki Güzel Sanatlar Okulu Gerçeği, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul. Tez....
- Ashier, M. 1970, Haziran. Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksekokulu. Türkiyemiz, 1, 29-36.
- Atalay O. F., Önder A., Sargın G. A., Uluoğlu B., Kolatan S., Baykan C. (2002). Mimarlık ve Sanallık, Boyut Yayıncılık, İstanbul
- AYAYDIN A. (2010). "Temel Tasarım Eğitiminde Bilgisayar Teknolojisinin Gerekliliği Ve Geleceği". Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi,, 15, 52-62.

- Balamir, A.K., 1985. Mimarlık Söyleminin Değişimi ve Eğitim Programları. Mimarlık 85/8, 9- 15. 11.11.2017. Retrieved from: <http://dergi.mo.org.tr/dergiler/4/524/7674.pdf>
- Bilgiç D.E., Konak N. (2016). “Tasarı Geometri-Teknik Çizim” ve “Perspektifé Derslerinin, Mimarlık Eğitimi Düşünsel Altyapısına Etkisi ve Prof. Dr. Yılmaz Morçöl” Mimarlık ve Yaşam Dergisi-Journal Of Architecture and Life, 1, 1-11.
- Carlhian, J.P., 1979. “The Ecole des Beaux-Arts: Modes and Manners. JAE - Journal of Architectural Education. V.33, No:2, sf: 7-17.
- Cret, P.P., 1941. “The Ecole des Beaux-Arts and Architectuural Education”. JSAH- Journal of the Society of Architectural Historians. 1, 2. Sf: 3-15.
- Çağdaş, G., Özsoy A., Altaş N.E., Tong H., Kavaklı Thorne, M. 2003. Sanal Tasarlama Stüdyosu Deneyiminin Ardından: Tasarlama Stüdyosunda İletişim ve Değişim. TMMOB Mimarlar Odası İstanbul Büyükkent Şubesi, İstanbul. 48-56.
- Dikmen Ç.B. (2011). Mimarlık Eğitiminde Stüdyo Çalışmalarının Önemi: Temel Eğitim Stüdyoları”. e-Journal of New World Sciences Academy Engineering Sciences, 1A0257, 6, (4), 1509-1520.
- Dodsworth, S., Anderson S., 2015. İç Mekân Tasarımının Temelleri. Bloomsbury Publishing Plc
- Ertek, H., 1999. “İçmimarlık Kapsamında Temel Tasarım Eğitimi Kuramlarına Bir Yaklaşım” Yayınlanmamış Sanatta Yeterlilik Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Gürel, M.Ö. and Basa, İ., 2004. “The Status of Graphical Presentation in Interior/Architectural Design Education,” The International Journal of Art & Design Education 23(2): 192-206.
- Higgins, Ian. 2015, Spatial Strategies for Interior Design, London. Laurance King Publishing.
- Jacques A., Vidler A.. 1977. “Chronology: The Ecole des Beaux-Arts (1671-1900)”, Oppositions. 8, 151-157.
- Lökçe S., 2002. “Mimarlık Eğitim Programları: Mimari Tasarım Ve Teknoloji İle Bütünleşme”, Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak. Der., Cilt 17, No 3, 1-16.
- Özer B., Kuban D., Kulaksızoğlu E., Aksoy E., Erim G., 1969. “Mimarlık Eğitiminin Amaçları ve Öğretim Programları ile İlgili Sorunlar” Mimarlık, 7-9. 21-36.
- Parlak, B. 2017. “Dijital Çağda Eğitim: Olanaklar Ve Uygulamalar Üzerine Bir Analiz” Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.22. 1741-1759.
- Taşkıran, A. (2017). “Dijital Çağda Yükseköğretim”, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 3(1): 96-109
- Tate, Allen, Smith C. Ray. 1986. Interior Design in the 20th Century, New York: Harper and Row Publishers.
- Teymur N. 2003. “Mimarlık Eğitimi ve Mesleğin Geleceği”. Mimarlık Eğitimi Yazıları, TMMOB Mimarlar Odası İstanbul Büyükkent Şubesi, İstanbul. 13-15.
- Yıldırım T., İnan N., Özen Yavuz A. (2010). “Mimari Tasarım Eğitiminde Bilişim Teknolojilerinin Kullanımı ve Etkileri” Akademik Bilişim Konferansı, Muğla.

Arkeoloji Müzelerinde Sergileme ve Teknolojinin Önemi

Doç. Muna SİLAV

*Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi,
Kültür Varlıklarını Koruma ve Onarım Bölümü*

ÖZET

Arkeoloji müzeleri, kültürel mirasın sürekliliği için toplumsal ve kültürel birikimi geçmişten günümüze aktaran, eserlerle ilgili bilgi akışını sağlayan, sergileyen, koruyan, kültürlerarası etkileşimin gerçekleştiği mekanlardır. İçerdiği konular ve eserlerle kültürel çeşitlilik gösteren arkeoloji müzelerinde, sergileme sunum tasarımlarının doğru planlanması önemlidir. Günümüzde teknoloji alanındaki değişimlerle birlikte kültürel miras için önemli kurumlardan olan arkeoloji müzelerinin sergileme ve sunum yöntemlerinde de yeni yaklaşımlar kullanılmaktadır. Arkeoloji müzelerinde uygulanan sergileme, sunum teknikleri ve günümüzde kullanılan sergi tasarım yaklaşımları araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada, müze örnekleri üzerinden teknoloji ve sergileme kavramları müzecilik açısından ele alınarak incelenecektir. Konu ile ilgili yapılan literatür taramasıyla müze sergileme örnekleri ve yazılı belgeler taranarak, gelişen ve değişen teknolojinin müze sergileme tasarımına etkileri belirlenecektir.

Anahtar Kelimeler: Arkeoloji Müzeleri, Sergileme, Sunum Teknikleri, Teknoloji

1. Giriş

Uluslararası Müzeler Komisyonu (ICOM) müzeleri; toplumun gelişimini sağlayan, somut ve somut olmayan kültürel mirası koruyan, araştıran, sergileyen, sürekliliği olan ve halka açık bir kuruluş olarak tanımlamaktadır. Bu noktada Duncan ve Wallach (1978: 29)'a göre müzeler, düzenlenen sergiler aracılığıyla toplumun arkeolojik, kültürel, tarihi ve sosyal değerlerini koruyarak toplumlar arası etkileşimi sağlar (Aktaran: Karadeniz, 2018: 65-66). Amerikan Müzeler Birliği (AAM) ise müze koleksiyonlarının, topluma ait doğal ve kültürel zenginliği sunduğunu belirtmektedir. Tarihi süreçte, koleksiyonlardan nesne depolarına dönüşen müzelerde, ziyaretçilerin ilgilerinin sürekliliği açısından eğitimin ve sergileme/sunum tekniklerindeki değişimlerin önemli olduğu vurgulanmaktadır (Karadeniz, 2018: 72). Kandemir ve Uçar (2015: 22)'a göre müzelerin işlevleri, koleksiyonların korunması, araştırılması, eğitim ve sergilemeyi de içeren iletişimseldir. İletişim, toplumsal gelişime katkıda bulunmak amacıyla sunulan hizmet (eğitim çalışmaları, toplantılar, kurslar, yayınlar gibi) ve ürünleri kapsar. Kullanılan sergileme/sunum teknikleri de müzede iletişimi desteklemektedir. Karadeniz (2018: 68-69)'ın belirttiği gibi, 2005 yılında ICOM tarafından yayınlanan etik kodlarda müzeler mevcut koleksiyonlarını toplumun ve toplumsal gelişimin hizmetine sunan kurum olarak vurgulanmakta ve bu tanım günümüz müzelerinin temel işlevini de belirtmektedir. Müze işlevlerindeki farklılaşma, ulaşılabilirlik imkanlarının ve toplumsal katılımın artması, kültürel mirası temel alarak geliştirilmiş bir yaklaşımdır. 1990 yılından sonra müzeler, ziyaretçisine bilgi iletmenin yanı sıra yeni iletişim modelleri de sunmaktadır (Harrison, 2005: 48, Aktaran: Karadeniz, 2018: 79-80). Günümüzde, müzelerde geleneksel sergileme sistemleri yerine ziyaretçiyi etkileyecek, bilgi aktarımı sağlayan, müze eğitimini vurgulayan sunum teknikleri yer almaktadır. Dinamik sunum teknikleri olarak tanımlanan bu güncel gösterim tekniklerinde etkileşimli/interaktif yöntemlerle birlikte teknoloji kullanılmaktadır (Deniz, 2008: 1). Müzelerde etkileşimsel uygulamalarla birlikte teknolojinin kullanımı, sergilemelerde müze türüne, ziyaretçi ve kullanım amacına bağlı olarak farklılıklar göstermektedir. Bu çalışmada arkeoloji müze sergileme yöntemlerinde teknolojinin gelişimi ile değişen sunum/gösterim tekniklerinin kullanımı irdelenmektedir. Bu kapsamda değişen müze sergileme teknikleri incelenerek günümüzde arkeoloji müzelerinde kullanılan sergilemeler örneklerle açıklanmaktadır.

2. Arkeolojik Miras ve Koruma Yaklaşımları

Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS) Arkeolojik Mirasın Korunması ve Yönetimi Tüzüğü'nün (1990) 1. Maddesine göre "Arkeolojik miras, insan varlığının her tür izini kapsar ve insan etkinliğini yansıtan yerleri, terk edilmiş yapıları, toprak ve su altındaki sitler de dahil olmak üzere her tür kalıntıyı ve taşınabilir kültürel malzemeyi içerir". Asatekin (2004: 25), tarih öncesi dönemden başlayarak toprak veya su altında kalmış olan yapıtlara arkeolojik kültür varlığı, bunların oluşturduğu yerleşmelere de arkeolojik alan olarak tanımlamaktadır. Arkeolojik miras birikimine sahip olmak, koruma bağlamında bazı sorumlulukları da beraberinde getirmektedir. Bu değerlerin tanınması, yasal koruma altına alınması ve eski eserlerle ilgili ilk düzenleme 1869 yılında Asar-ı Atika Nizamnamesi (Eski Eserler Kanunu) ile başlamıştır. Bu kanunla birlikte eski eser aramak isteyenler için izin alınması şartı getirilmiştir. 1881 yılında Osman Hamdi Bey'in müze müdürü olması ile Türk müzeciliğinde gelişme başlamış ve İstanbul Arkeoloji Müzesi kurulmuştur. Cumhuriyet döneminde ise çok sayıda müze açılmıştır. 20. Yüzyılın ikinci yarısında ulusal yasalarda yapılan değişikliklerin yanı sıra uluslararası düzeyde (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim Kültür Kurumu) UNESCO ve ICOMOS gibi kurumlara ait arkeolojik mirasın korunmasına yönelik sözleşme ve tüzükler oluşturulmuştur. Kültür varlıklarının

korunması ve devamlılığının sağlanması, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve ona bağlı birimler tarafından, 1983 yılında yayınlanan 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu ile yürütülmektedir (Ahunbay, 2009).

2 Arkeolojik Miras Yönetimi Uluslararası Komitesi (ICAHM) tarafından hazırlanan bu tüzük, Ekim 1990 yılında İsviçre'nin Lozan kentinde ICOMOS Genel Kurulu tarafından onaylanarak kabul edilmiştir (Ahunbay, 2010).

Arkeolojik mirasın sunumu ile ilgili ICOMOS Arkeolojik Mirasın Korunması ve Yönetimi Tüzüğü (1990) 7. Maddesine göre, "Arkeolojik mirasın halka sunulması, çağdaş toplumların kökenlerinin ve gelişmelerinin anlaşılmasına yardım eden önemli bir yöntemdir. Sunuş ve bilgi verilmesi mevcut bilimsel verilerin popüler bir yorumu olarak ele alınmalı ve bu nedenle sürekli güncelleştirilmelidir. Sunuşta, geçmişi anlama yaklaşımlarının çok yönlülüğünün gözetilmesi gerekir" (Ahunbay, 2010: 111). Arkeoloji müzeleri, arkeolojik kazılarla ortaya çıkarılan uygarlıklara ait kültürel ve tarihsel somut kültürel mirasın korunduğu ve sergilendiği mekanlardır. Sergileme açısından değerlendirildiğinde arkeoloji müzelerinde sabit sergileme yöntemlerin yanı sıra dinamik sergileme yöntemleri de kullanılmaktadır.

3. Arkeoloji Müzelerinde Sergileme ve Sunum Teknikleri

Arkeoloji müzelerinde, geleneksel sergileme/sunum yöntemleri yanı sıra müze ziyaretçilerine daha etkili sergileme/sunum yöntemleri kullanılmaktadır. Villa (2006: 45)'a göre müzelerde ziyaretçiler için etkileşimli, öğrenme sürecini devam ettirebilecekleri sunum tekniklerini kullanmaları önemlidir (Karadeniz, 2018: 89). Geleneksel sergileme yöntemlerinde bilgilendirmenin yetersiz olması nedeniyle dinamik sergileme tekniklerinin kullanılması, öğrenmenin daha eğlenceli olması, anlayışı zenginleştirerek bilgi edinmeyi arttıran müzelerde ilgide artmaktadır. Dinamik sergileme tekniklerinden gösteri odaları, simülör, film gösterileri, hareketli modeller gibi dokunmatik ve etkileşimli sistemler kullanılmaktadır (Erbay, 2011: 89-99). Geçmişte koleksiyonların toplanması ve korunması amacıyla oluşturulan müzeler, bugün toplumsal gereksinimlerin değişmesi ve teknolojinin kullanımıyla ziyaretçi ile iletişim sağlayan kurumlardır. Halaç ve Akbaş (2017: 301)'a göre, müze ziyaretçisinin algısında koruma bilincinin oluşması, değişen ve gelişen teknolojinin etkili kullanımı yanı sıra sergileme mekanı, eser ve ziyaretçi arasında oluşturulan önemli bir iletişim yoludur. İç ve dış çevre ile iletişim kurabilen müzelerde kullanılan sergileme teknikleri; koleksiyon/eser, bilgi ve müze ziyaretçisi arasında iletişimi sağlamaktadır.

Müze ziyaretçilerinin ilgi ve tutumlarındaki değişiklikler, merak ve beğeniyi arttıran teknoloji ile desteklenen sergileme/sunum tekniklerinin tercih edilmesine neden olmuştur. Bu süreç içerisinde 1970'li yıllarda müze sergileme sistemlerinde teknoloji ve iletişim odaklı yeni yaklaşımlar gelişmiştir. 1980 yılından sonra, bilgi aktarımında ve eğitim açısından önemli olan teknolojinin ve bilgisayarın yaygınlaşması toplumun sosyo-kültürel yaşamını da etkilemiştir. Müze mekan tasarımlarında özellikle teknolojinin kullanımı ile birlikte çağdaş yaklaşımların yer alması, müze ziyaretçisinin öğrenme odaklı iletişim kurmasını sağlamıştır (Atagök, 2003: 26, Deniz, 2008: 1, Karadeniz, 2018: 67). Ancak bu sergilerde kullanılan dinamik sergileme teknikleri, koleksiyonun içeriği, müzenin türü (arkeoloji, sanat, etnografya, doğa tarihi müzesi gibi) ve hedef kitleye (müze ziyaretçisi) göre farklılık göstermektedir. Müze sergileme tasarımında, koleksiyonları/eserleri anlaşılacak şekilde sunmak, ziyaretçi ve öğrenme üzerindeki etkisi, bu sistemlerin farklı duyulara hitap etmelerine ve eğlenceli biçimde kurgulanmalarını sağlamaktadır. Sergilerin amacı, ziyaretçilere bilgi verme, keyifli vakit geçirme ve deneyim kazandırmaktır. Sergilemede kullanım amacına göre görsel unsurları ön plana çıkartan teknolojiler, diğer

duyusal ortamlar yaratan teknolojiler (ışıtme, dokunma) ve sergilenen eserin yapısı, kullanımı, eserin kullanım ortamının tanımlanması için bilgi aktarmak amacıyla kiosk, projeksiyon cihazları kullanılır (Boyras, 2011: 26).

Bu yöntemlerle bilgisayar teknolojilerinin kullanımının artmasıyla birlikte yaygınlaşan, erişimin kolay sağlandığı ve fiziksel mekana gereksinimi olmayan sanal müzeler aracılığıyla internet ortamına görüntüler aktararak dijital koleksiyonlar oluşturulmaktadır. Mevcut müzeye ait bilgilerin yer aldığı internet uygulamasını kapsayan broşür sanal müzeler; koleksiyonları çevrim içi sunan ve ziyaretçinin koleksiyondaki nesnelere keşfetmesini sağlayan içeriksel sanal müzeler; eğitsel sanal müzeler ve müzenin koleksiyonlarını sunan ve koleksiyonlara ait bilgilerinde yer aldığı sanal müzeler olarak içeriklerine göre ayrılmaktadır (Boyras, 2013: 115). Sanal müzeler, eserlerin orijinallerini görme isteği oluşturarak kültürel mirasın tanıtılması ve koruma bilincinin kazanılması için etkin rol oynamaktadır. Arkeoloji müzelerinin bilgilendirme ve sergileme alanlarında teknolojik imkanların yer alması, eserlerin algılanmasını kolaylaştırmaktadır. Sergilemede, eserlerin yorumlanarak sunulabilmesi için mekanik ve dijital teknolojiler yeni sergileme teknikleri ile birlikte kullanılır (Madran, 2012: 300).

3.1. Simülatörler

Müzelerde oluşturulan sanal veya özel tasarlanmış alanlarda ekran aracılığıyla görüntü, ses efektleri ile hareketin canlandırılması için kullanılan mekanik ve dijital sistemlerdir. Bir olayın nasıl gerçekleştiği, hareket ettiği, çalışma şeklinin gösterilmesi için olayın tamamının yada bir bölümünün yaratılmasıdır (Madran, 2012: 301). Çorum Müzesinde interaktif sistemlerden, Hitit İmparatorluğu'nda kullanılan savaş arabasının simülatörü bulunmaktadır. Müze ziyaretçisi simulator cihazını kullanarak panoramik silindirik ekranda oluşan perde ile Hitit İmparatorluğunun başkenti olan Hattuşa antik kentini sanal olarak gezebilmektedir (Akca, 2015: 50) (Görsel 1a). Anadolu Medeniyetleri Müzesinde yer alan Çatalhöyük evi ise yapı içerisinde ve çevresinde dolaşımı sağlayan interaktif sunumdur (Görsel 1b).



1a



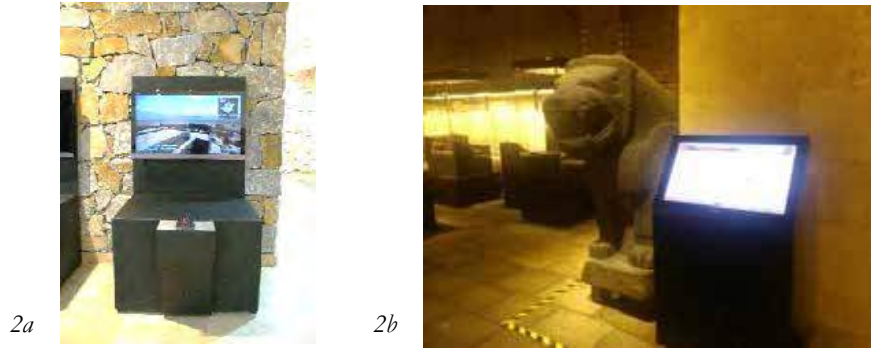
1b

Görsel 1a. Çorum Müzesi 1b. Anadolu Medeniyetleri Müzesi

3.2. Dokunmatik Ekran (Kiosk)

Müze dinamik sergileme tekniklerinden dokunmatik ekran/kiosk bilgi aktarımı sağlayan etkileşimli ekranlardır. Kapalı mekan sergilerinde olduğu kadar açık hava sergilerinde de kullanılan bu dokunmatik sistemlerde, ekran yüzeyi veya düğme kullanılarak bilgi edinilir, (Boyras, 2011: 44). Kiosk, ses ve görüntünün yer aldığı bilgisayar sistemlerinin gelişmesi ile müzelerde sergileme için kullanılan interak-

tif sunum tekniğidir (Erbay, 2011: 100). Müzenin giriş yada toplanma alanlarında bilgilendirme amaçlı kullanılan bu sistemler, ziyaretçinin sergileme alanında yer almayan eserleri tanıma, iletişim kurma imkanı vererek müzeye ilginin artmasını sağlamaktadır (Madran, 2012: 301). Kullanılan yeni teknoloji ile sergilemede yer alan konularda interaktif olarak yıllar içinde gezilebilmekte ve geleneksel sergileme yöntemlerinin kullanımıyla yaşanabilecek kısıtlamalar ortadan kalkmaktadır. Müze ziyaretçisi, Kaman Kalehöyük Arkeoloji Müzesinde, Hitit dönemi ve demir çağında Kalehöyük yerleşim yerinin yaşam şeklini gösteren üç boyutlu canlandırmanın bulunduğu kiosk kullanılmaktadır (Görsel 2a). Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesinde taş eserler salonundaki dokunmatik ekran ile eserlerin yerleri ve bilgilerine erişilebilmektedir (Görsel 2b). Ayrıca Çorum Müzesinde yer alan Hititliler Dönemine ait Eski Tunç Çağı'ndaki ölü gömme töreni, dokunmatik ekranda interaktif animasyon ile kurgulanmıştır. Dokunmatik özelliğinden dolayı üç boyutlu bir fotoğraf gibi, ziyaretçi istediği nesneyi etkileşimli olarak inceleyebilmektedir (Ayca, 2015: 51).



Görsel 2a. Kaman Kalehöyük Arkeoloji Müzesi 2b. Anadolu Medeniyetleri Müzesi

3.3. Projeksiyon

Kaman Kalehöyük Arkeoloji Müzesinin girişinde, harekete duyarlı, görüntü ve ışık oyunları kullanılarak zeminde oluşturulan görsel sunum, Kalehöyük dönemine ait figürleri içermektedir (Görsel 3a). Kaman Kalehöyük Arkeoloji Müzesinin giriş bölümünde müzeye ait bilgilerin anlatıldığı tanıtım ve bilgilendirme amaçlı oluşturulan sinevizyon köşesi bulunmaktadır. Ziyaretçilerin müze hakkında bilgi için kullanılan üç boyutlu gözlük destekli interaktif müze bilgi sistemi de kullanılmaktadır (Görsel 3b). Sergilemede kullanılan görsel ve işitsel konu anlatımları sergi mekanını güçlendirmektedir.



Görsel 3. Kaman Kalehöyük Arkeoloji Müzesi

3.4. Manken ve robotlar

Müzelerde manken ve robotlar, serginin tanıtımı ve müze hakkında bilgilendirme amaçlı kullanılmaktadır.

3.5. Hologram

Laser ışınlarının kullanımıyla oluşan üç boyutlu görsellerdir. Sergileme amacıyla kullanılan hologram tekniği, dijital projeksiyon ve yüksek çözünürlüklü ekranlarda yer almaktadır. Görüntülü kayıtlardan oluşan bu dijital teknolojilerle, müzelerde tarihi, kültürel ya da sanatsal değeri olan nesnelere anlatılabilir (Boyras, 2011: 45). Müzede hologramlar, ziyaretçilerin profiline göre seçilen anlatım biçimleridir ve sunuma yardımcı olması amacıyla etkileşimli uygulamalara yer verilmektedir (Boyras, 2013: 123). Bunun yanı sıra mekanların canlandırılması içinde kullanılmaktadır (Madran, 2012: 301).

4. Sonuç

Toplumların kültürel ve sosyal yaşantılarını aktaran ve koruyan müzeler, etkili ve katılımcı yaklaşımları ile koleksiyonu sabit sergileme yöntemleri yanısıra teknolojik araçlar, dijital sunum teknikleri ve sanal müzelerin kullanılmasıyla kültürel miras kavramının farkındalığını artırır. Kültürel mirasın korunduğu ve sergilendiği bu müzelerde teknolojinin değişen yaşam biçimi ile çağdaş müze standartlarına uygun gerçekleştirilmesi kültür turizminin önem kazandığı günümüzde müze ziyaretlerinin etkili olmasını sağlamaktadır. Müze ziyaretçilerinin sergileme salonları ve eserlerle iletişim içinde olması, etkileşimli mekan ve tekniklerin kullanılması ile gerçekleşebilmektedir. Bu kapsamda, müze ziyaretçileri profiline uygun olarak sergileme ve sunum tekniklerinde gerekli düzenlemeler yapılmalıdır. Sürekli gelişen dünya da geçmişe ait değerleri yaşamak müzelerde kullanılan koruma yöntemleri yanısıra müze ziyaretçisi bireysel olarak teknolojik sunum araçlarını da kullanmalıdır. Bu sayede iletişimin yanısıra müzede öğrenme, bilgilendirme ve paylaşma gibi gereksinimleri de karşılanmaktadır. Arkeoloji müzeleri, öncelikle kendi coğrafyasına sahip çıkarken tanıtma ve koruma misyonunu da yerine getirmelidir. Günümüz müzeleri ziyaretçi ile bütünleşme amacıyla sergileme alanlarında teknoloji ve etkileşimli sistemleri kullanarak, eserlerin anlaşılabilirliğini ve yorumlanabilirliğini etkili öğrenme ortamı ve programları aracılığıyla desteklemektedir. Müzede kullanılan interaktif teknolojiler ve sunduğu imkanlar somut kültürel değerlere ilgi ve ulaşılabilirliği arttırmaktadır.

Kaynakça

- Ahunbay, Z. (2009). Tarihi Çevre Koruma ve Restorasyon, İstanbul, YEM Yayın.
- Ahunbay, Z. (2010). Arkeolojik Alanlarda Koruma Sorunları Kuramsal ve Yasal Açılardan Değerlendirme, TÜBA-KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi, Sayı: 8, 103-118.
- Akca, E. (2015). Kültürel Varlıklarımızda İnovasyon'un Etkisi, Teknolojik Yeniliklerin Uygulanabilirliği Çorum-Kastamonu Arkeoloji Müzeleri, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karabük.

- Asatekin, G. (2004). *Kültür ve Doğa Varlıklarımız Neyi, Niçin, Nasıl Korumalıyız?*, Ankara, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı DÖSİMM Basımevi.
- Atagök, T. (2003). *Müzecilikte Yeni Yaklaşımlar*, B. Onur, (Ed.), *Müze Eğitim Seminerleri (I) Akdeniz Bölgesi Müzeleri*, (25-29), Antalya, Suna-İnan Kıraç Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü.
- Boyraz, B. (2011). *Müzelerde Sergileme Yöntemleri Bağlamında Teknoloji Kullanımı*, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Boyraz, B. (2013). *Müze Teknolojileri ve Sergileme Farklılıkları*, *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, Cilt 2, Sayı 8: 113-128.
- Deniz, M. (2008). *Müze Sergileme Mekanlarında Güncel Gösterim Teknikleri ile Mimari Tasarım İlişkisi Üzerine Bir İnceleme*, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Erbay, M. (2011). *Müzelerde Sergileme ve Sunum Tekniklerinin Planlanması*, İstanbul, Beta Basım.
- Halaç, H.H. ve Akbaş, E. (2017). *Arkeoloji Müzelerinde Çağdaş Sunum Teknikleri: Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi*, *Route Educational and Social Science Journal*, Volume 4(8), 298-312.
- Kandemir, Ö. ve Uçar, Ö. (2015). “Değişen Müze Kavramı ve Çağdaş Müze Mekanlarının Oluşturulmasına Yönelik Tasarım Girdileri”, *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, cilt:5, sayı:2: 17-46.
- Karadeniz, C. (2018). *Müze Kültür Toplum*, Ankara, İmge Yayınevi.
- Madran, B. (2012). *Müze Sergileri Tasarlamak*, N. Ertürk, H. Uralman, (Ed.), *Müzebilimin ABC’si*, (283-305), İstanbul, Ege Yayınları.

Dijital Çağda Veri Görselleştirme

Erol Yücel

Başkent Üniversitesi

1. Verinin Tanımı ve Önemi

TDK Güncel Türkçe Sözlük “Veri”yi altı anlamı ile birlikte açıklamaktadır. Bu anlamlar sırasıyla;

1. Bir araştırmanın, bir tartışmanın, bir muhakemenin temeli olan ana öge, muta, done: İstatistik veriler.
2. Bir sanat eserine veya bir edebî esere temel olan ana ilkeler: Bir romanın verileri
3. Gözlem ve deneye dayalı araştırmanın sonuçları: İstatistik veriler.
4. Bilgi, data: Eldeki tüm veriler, sızmadan önce gene dayanamayıp onu aradığını gösteriyor. -E. Şafak.
5. mat. Bir problemde bilinen, belirtilmiş anlatımlardan bilinmeyeni bulmaya yarayan şey.
6. bl. Olgu, kavram veya komutların, iletişim, yorum ve işlem için elverişli biçimli gösterimi.

Aynı sözlükte “Bilgi” ise üçüncü anlamında” İnsan zekâsının çalışması sonucu ortaya çıkan düşünce ürünü, malumat, vukuf” olarak tanımlanmıştır.

Veri görselleştirildiğinde bilgiye dönüşmektedir. Veri ne kadar etkili görselleştirilirse o kadar bilgi temin etmek mümkün olur.

Günümüzde veri tarihte hiç olmadığı kadar önem kazanmış ve gelecekte de kurumsal, bugün ve yakın gelecekte kişisel stratejik kararların temel taşı olacaktır. Artık veri terimi yanında, büyük veri terimi de literatüre girmiş, bilim ve hayatın her alanında etkisini hissettirmeye başlamıştır.

Verinin hem içerik hem de fiziki boyut gereksinimi karmaşıklığı giderek artmakta ve içerdiği zekanın ortaya çıkarılması giderek zorlaşmaktadır. Bu durumda, veriye daha özgün yöntemler ile yaklaşmak gerekecektir. Bu yöntemlerden en önemlisi de “Veri Görselleştirme” olacaktır. Çünkü, verinin görselleştirildiğinde fiziki bir varlığa dönüşebileceğini ve incelenmesinin kolaylaşacağını düşünebiliriz.

2. Veri Görselleştirme

Verinin metin içinde gösterimi dışında her türlü gösterimi veri görselliği kapsamına girer. Veri Görselliği, genel olarak verinin daha kolay anlaşılması ve anlam çıkarılabilmesi için görsel bir şekilde (tablo, grafik, şekil, bilgi görseli vb.) sunulmasıdır. Verinin tablo ile gösterimi en yaygın veri görselliği uygulamasıdır. Bununla beraber, tablolarda veriye ilişkin boyut sayısı arttıkça verinin gösterimi hem fiziksel hem de bilginin kullanıcıya iletilimi açısından zorlaşmaktadır.

Veri görselleştirme Google Trends uygulamasında “Data Visualization” olarak incelendiğinde 2007 yılından günümüze sürekli artan bir trende sahip olduğu görülmekle birlikte, Google’da metin aramasında Türkçe olarak “Veri Görselleştirme” arandığında ise sadece 39.300 sonuç, “Data Visualization” olarak arandığında ise 13 milyon sonuç ortaya çıkmaktadır. Bu durum ülkemizde veri görselliği konusunda ilginin düşük olduğu algısını zihinlerde oluşturmaktadır.



Şekil 1 Google Trends uygulamasında “Data Visualization” Trendi

Verinin sahip olduğu boyutlar arttıkça görselleştirilmesi de o ölçüde zorlaşmaktadır. Toplumun yıllardır veriyi yazılı ve sözlü olarak tüketme alışkanlığından dolayı toplumun görsel/grafik okuryazarlığı yeterince gelişmemiştir. Bu nedenle, grafik gösterimlerde iki boyutlu “Çubuk Grafikler”, “Çizgi Grafikler” daha kolay anlaşılabilirken ve kullanılırken, 3-4 boyutlu farklı grafikler daha zor anlaşılmakta ve daha az kullanılmaktadır.

Bununla beraber, dijital çağın veri depolama ve işleme alanında kullanıcılara yarattığı imkanlar bugün ve gelecekte veri görselleştirme konusunda geçmişte hayal bile edilemeyecek fırsatlar sunacaktır.

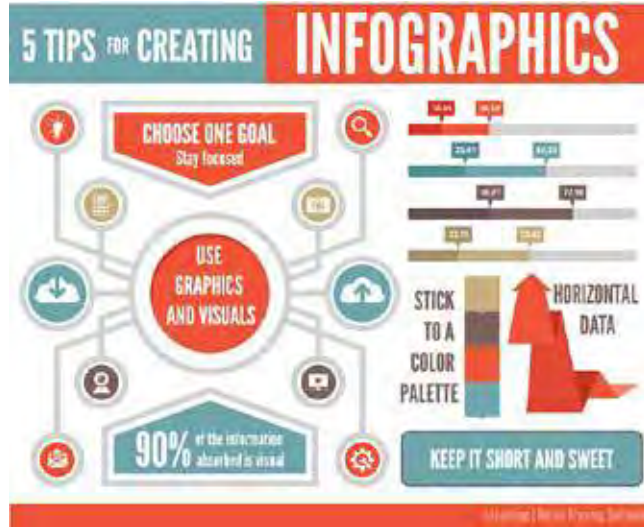
Bugün Microsoft Power BI uygulaması ve Hololens gözlük kullanılarak, bir mühendis veya teknisyenin bir fabrikada üretim yapan teknik cihazlara ilişkin bilgileri sadece cihazlara bakarak, aşağıdaki resimde olduğu gibi görebilmekte ve bilgi görsellerini etkileşimli olarak kullanabilmektedir.



Şekil 2 Power BI Bilgi Görselleri Ekranı ve Hololens

3. Bilgi Grafikleri (Infographics)

Ayrıca, son yıllarda, özellikle 2009 yılından itibaren gelişen “Bilgi Grafikleri” kavramı da veriye, bilgiye bakışı farklılaştırmıştır. Dijital çağda verinin, bilginin görselleştirilme hızı arttıkça, önemi ve kullanım alanları da o hızda artmaktadır. Bilgi görselleri artık bir çok alanda bilgi yoğunluğunun en kısa ve etkili bir şekilde hedef kitleye iletiminde çok önemli rol üstlenmeye başlamışlardır. Dijital çağda artık bilgi görsellerini hazırlamak zaman boyutunda geçmişe göre çok daha kısa sürede hazırlanabilmektedir. En önemlisi hazırlanan bir bilgi grafiği şablon olarak kullanılarak, bir veri setinden sağlanan veriler ile saniyeler içinde değiştirilebilmektedir.



Şekil 3 Bilgi Grafiği Örneği

Dijital çağda kitapların bir çoğu bilgi grafikleri kullanılarak hazırlanacak, metin tabanlı bir öğretimden ziyade etkileşimli bilgi grafikleri ile dolu bir eğitime dönüşüm sağlanacaktır.

Görsel Zeka (Visual Intelligence)

Ayrıca, veri görselleştirmenin önemini vurgulamak için “Zeka-Intelligence” kavramını ve sonrasında “İş Zekası-Business Intelligence” kavramını açıklamakta yarar vardır. Günümüzde bir kurumun ürettiği veriler kurumun geçmiş kararlarının, yönetim tarzının keşfedilmesinde, bugününün anlaşılmasında ve geleceğinin görülmesinde hayati öneme sahiptir. Bu veriler elbette bir istatistik paket programında analiz edilerek, tanımsal istatistikler üretilebilir, ortalama, standart sapma vs. bir çok istatistik bilgi edinilebilir, ama veriler sahip olduğu boyutlarda görselleştirilir ve aynı anda bir ekranda gösterilirse karar verici verileri, bilgiye, bilgidan zekaya ve zekadan erdeme dönüştürebilir. Bu anlamda günümüzde “Görsel Zeka-Visual Intelligence” kavramı daha çok önem kazanmıştır. Bazen verilere ilişkin boyutların görsel tasarımı sayesinde istatistik paket programlarında tespit edilse bile, zihinde oluşturulabilecek detayda bir netlik ortaya çıkar ve böylelikle görsel tasarım verinin/bilginin daha etkili ve kolay anlaşılabilmesini sağlar. Burada elbette amaç, sanatsal bir tasarım görselliğinden ziyade verinin bize işaret ettiği zekayı, ilişkiler ağını gösterebilecek, ilgilenilen sorunun/konunun neden-sonuç ilişkilerini daha etkili anlamamızı sağlayacak bir görsel tasarım yaratabilmektir. Bu görsel tasarım ilgili sorun/konu hakkında düşündüklerimizin doğruluk seviyesini önemli ölçüde arttıracaktır.

“Dijital çağ”, adından anlaşılacağı üzere “Sayısal Çağ” giderek artan verilerin özellikle toplanması, depolanması, işlenmesi ve görselleştirilmesi aşamalarında birim zamanda daha fazla veriden faydalanabileceğimiz teknolojik imkanlar sunmaya devam etmektedir. Birim zamanda daha fazla veri beraberinde birim zamanda daha fazla bilgi yaratmakta, bu durumda verinin görselliğinin ve görsel tasarımın önemini artmaktadır. Çünkü veri artık metin olarak özetlenebilecek boyutu çok aşmıştır. Veri artık farklı boyutlarının aynı anda veya farklı açılardan gösterilebileceği bir görsel tasarım ihtiyacı gerektirmektedir.

Ayrıca, dijital çağ veri ile coğrafi konum arasındaki ilişkiyi önemli bir şekilde geliştirmiştir. Verinin geçmişte coğrafi konum boyutu düşük çözünürlükte incelenirken, şimdi cm’ler düzeyinde bir yüksek çözünürlüğe sahip olmuştur.



Örneğin, YÖKATLAS verileri kullanılarak Adana şehrinde Diş hekimliği bölümü için son üç yıl hangi şehirlere devlet ve vakıf üniversiteleri detayında kaç öğrenci ÖSYM tarafından yerleştirilmiş olduğunu aşağıda görüldüğü gibi görselleştirmek mümkündür. Bu bilgi görselinde hiç bir şehir için coğrafi koordinat bilgisi kullanılmamıştır. Microsoft Power BI yazılımı kullanılarak oluşturulan bu bilgi görselinde yazılım şehir isimlerini tanıyarak, görseli oluşturmaktadır.

Veri görselleştirme örneklerinden birisi de bir çok kullanıcının haberdar olmadığı Google Timeline uygulamasıdır. Bu uygulama ile coğrafi konumunuzu cep telefonunuzda açık tuttuğunuz sürece geçmişte her hangi bir gün hangi dakika nerede olduğunuza dair size bir bilgi grafiği ekranı vermektedir. O yıl hangi ülkelere hangi şehirlere gittiğinizi, nerelerde yemek yediğinizi dahi görme imkanınız olabiliyor. Gelecekte bu ekrana dokunduğunuzda doğrudan sizi o günkü ana görsel olarak götürebilecek yani geçmişe zaman yolculuğu mümkün olacak ve sanal gerçeklik gözlüğü ile etrafınıza baktığınızda neler yaşadığınız size yeniden yaşatılabilecektir. Bu hayal değildir. Bu uygulama öğretim tekniği olarak günlük hayatımıza yansıcak, belki de örgün eğitim süresi kısılabilir, veya yaş kısıtlaması kaldırılarak sınıflar bilgi düzeyine göre oluşturulacaktır. Bu durum verinin zekaya dönüştürülme sürecinde görselleştirilmesi konusunda gerçekleştirilecek yaratıcı konseptlerle mümkün olacaktır.

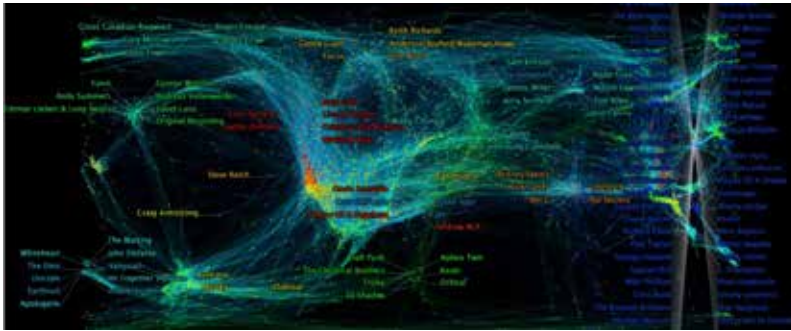


Şekil 4 Google Timeline Veri Görselleştirme Örneği

4. Yeni bir Sanat Dalı- Veri Sanatı (DataArt)

Dijital çağın veri görselliği açısından getirdiği farklı bir sanat dalı ise “Veri Sanatı-Data Art” olmuştur.

Örneğin, Gleich, 2004 yılında sadece bir aylık Yahoo! Müzik Hizmetlerini kullanarak kullanıcıların müzik sanatçılarını değerlendirmelerini içeren bir veri seti hazırladılar. Bu veri setinde 100.000 sanatçının 4 milyon kullanıcıdan aldıkları 250 milyon değerlendirme bulunuyordu. Bu veri seti kullanarak sanatçılar ile ilgili yaptıkları analize kadar bilinmeyen bir çok bilgiyi ortaya çıkarıp, bu bilgileri kullanıcıların farklı boyutları ile görüntüleyebilmeleri için özel olarak etkileşimli bilgi görselleri ürettiler. Bu çalışmaların 14 yıl önce yapıldığı düşünüldüğünde bugün ve gelecekte neler yapılabilir sadece veri sanatçılarının yaratıcılığına kalmıştır.



Şekil 5 Müzik Sanatçıları ile İlgili Veri Sanatı Örneği

Verinin görselleştirilmesi artan boyutları düşünüldüğünde gerçekten bir sanat haline gelmiştir, artık her veri sanatçısı aynı veriyi farklı görselleştirebilecektir. Ama, verinin görselleştirilmesindeki artistik bakış veriden elde edilecek bilginin çıkarımını da etkili bir şekilde destekliyor olmalıdır.

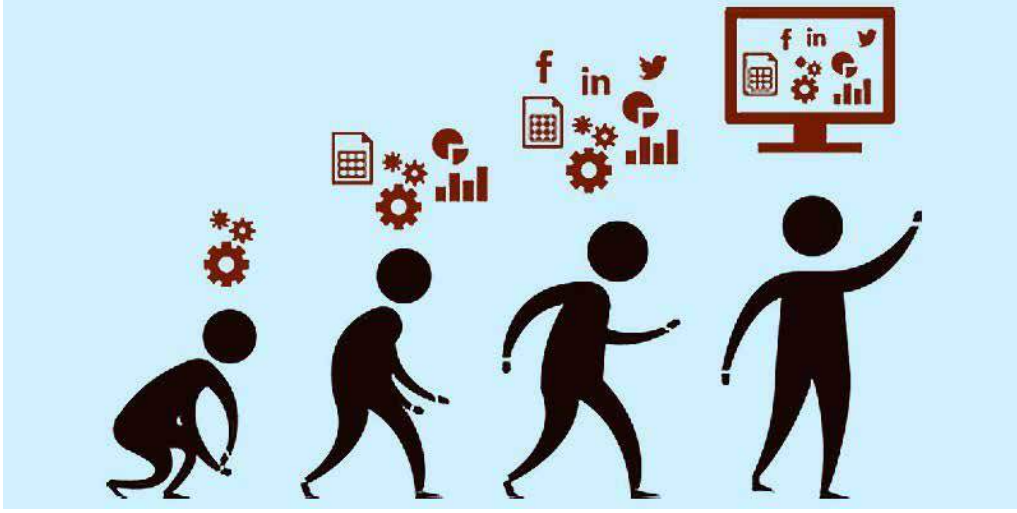
5. Sonuç

Dijital çağda veri görselleştirmenin önemini vurgulamak için “Veriye hakim olan, dünyaya hakim olacaktır” diyebiliriz. Çünkü bireyler, kurumlar, toplumlar ve ülkeler ile ilgili veriler, etkili bir şekilde görselleştirilip, veriler bilgiye sonra zekaya dönüştürüldüğünde onlarla ilgili davranış biçimleri, karar verme eğilimleri ortaya çıkarılabilecek ve karar vermede stratejik üstünlük sağlanabilecektir.

Ayrıca, veri görselleştirme sadece gerçek hayatımızda değil sanal dünyada da hayatımıza çok önemli değerler katacak, özellikle öğrenme/egitim konusunda benzeri görülmemiş yaratıcı içerikler geliştirilmesine yardım edecektir.

Sosyal medya da kullanıcıların ürettiği verilere artık rahatlıkla ulaşılabilirdiği düşünülürse bu verilerin görselleştirilerek analiz edilmesi neticesinde güncel ve gelecek hayata ilişkin çok önemli iyileştirmeler yapılabilecektir.

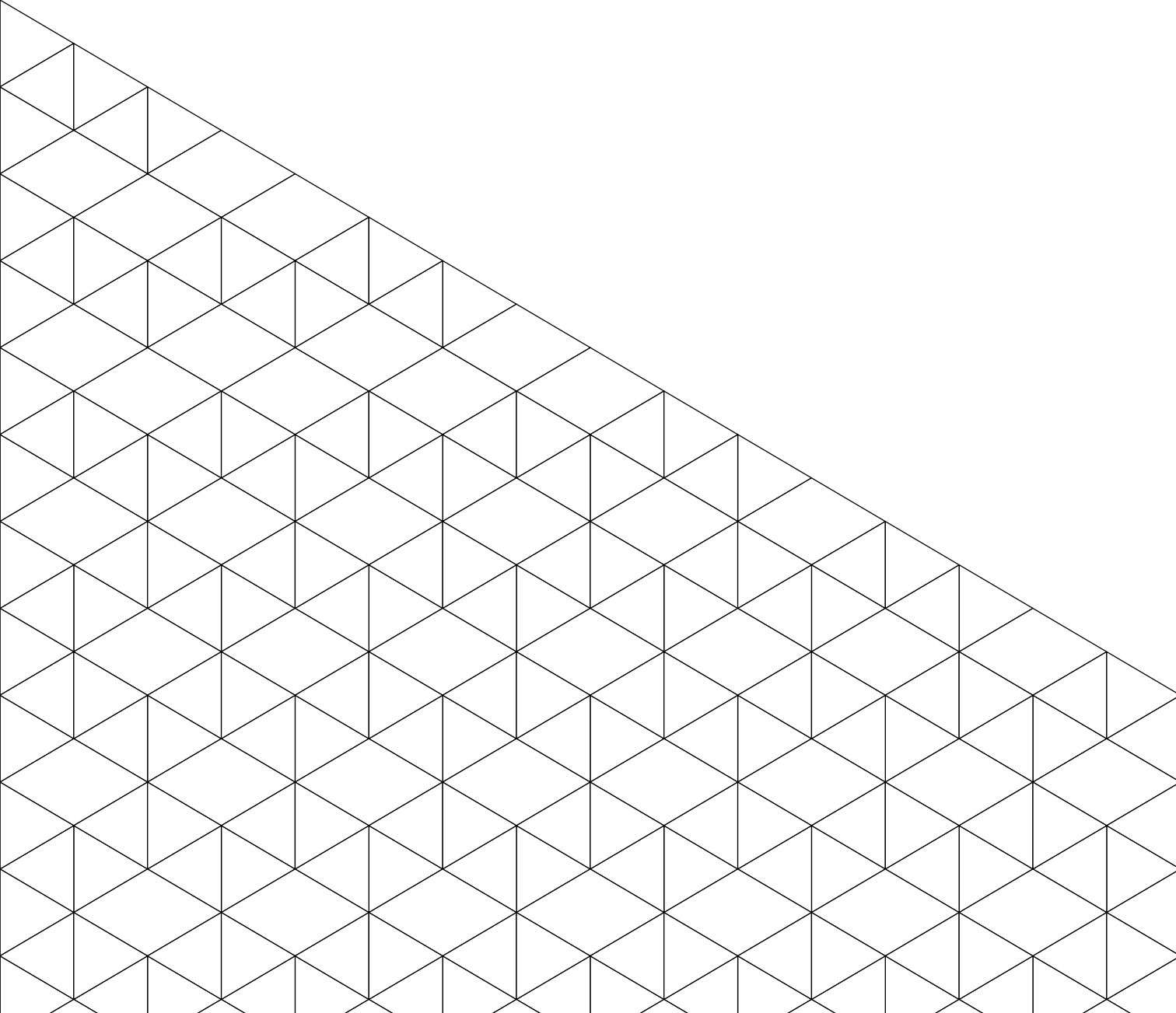
Bilim ve sağlık dünyasında insanlık adına çığır açabilecek gelişmeler verinin görselleştirilmesi ile mümkün olabilecektir.



Şekil 6 İnsanın Bilişimde Evrimleşme Süreci

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ
3. SANAT VE TASARIM EĞİTİMİ SEMPOZYUMU
BİLDİRİLER KİTABI

MİMARLIK



BORDERLINE: Tasarım ve Teknoloji Arakesitinde Kolektif Yerleştirme Çalışması

Aktan ACAR // aktanacar@etu.edu.tr

TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü

Mimarlığın teknoloji ile ilişkisi, hesaplamalı, parametrik ve algoritmik tasarım ve üretimle birlikte giderek daha karmaşık bir hal almakta, hatta epistemolojik bir dönüşümü zorlamaktadır. Tasarım, temsil ve üretim dönüşümünün şafağında iken mimarlık eğitimi kurumlarının büyük kısmı hâlâ bilgisayar mı t cetveli mi sorusu ile uğraşmaktadır. Temsilde tasarı geometrinin yerini kodların ve algoritmaların almaya başladığı, üretimi robotların ve 3B yazıcıların zorlamaya başladığı bir çağ kapıya dayanmışken çizimlerin hangi ortamda yapılacağından çok mimarlık eğitimi içinde teknoloji ile birlikte düşünmenin ve üretmenin yollarının aranması gerektiği açıktır. Mimarlık 1. Sınıf eğitimi, mekânın, onu mümkün kılan araçların ve bir araştırma ve öğrenme biçimi olarak tasarımın keşfedildiği dönem olarak bu arayışın başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Bu arayışı, stüdyo, ödev, teslim gibi kısıtları da barındıran örgün öğrenmenin sınırlarına, mümkün olan durumlarda, yaygın ve serbest öğrenmeye doğru genişletmek yaratıcı stüdyo süreçleri için hayattır.

TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Mimarlık Bölümü Temel Tasarım Stüdyosunun programı bu tür bir arayış etrafında şekillenmektedir. Stüdyo, öğrencilerin bireysel hazır bulunuşlukları, farklılıkları, bilgi, yetkinlik ve becerilerini esas almaktadır. Öğrencileri kendi gelişim süreçlerine uygun biçimde cesaretlendirmeyi, içsel motivasyonlarını arttırmayı amaçlamaktadır. Bir yandan da birbirlerinden öğrenebilecekleri, birbirlerini tamamlayabilecekleri bir stüdyo ortamı sunmaya çalışmaktadır. İlk yarıyıl boyunca öğrenciler 1/1 ölçeğinde çalışmakta ve üretmektedir. Dönem içinde kolektif bir çalışma ve sergi yapılması bu sürecin önemli bir parçasıdır.

Bu kapsamda kolektif olarak tasarlayıp ürettikleri “BORDERLINE”, öğrencilerin tasarım ve teknoloji, tasarım ve sanat, mekân ve sanat arasındaki ilişkiyi araştırdığı, harekete duyarlı - etkileşimli “Yerleştirme” çalışmasıdır. Borderline, dönem içi stüdyo çalışması olarak kişisel alanın sınırları üzerine başlayan bir tartışma etrafında şekillendi ve TOBB ETÜ Teknoloji Binası Fuaye alanına yerleştirildi. Çalışma kapsamında tüm fuaye alanı bir sergi mekanına dönüştürüldü.

Borderline’in teknoloji ağırlıklı, etkileşimli bir çalışma olması tümüyle stüdyo sürecinde tartışma ve fikir alışverişinin sonucudur. Öğrenciler Yerleştirme çalışması için fuaye alanın ölçekli maketi yaptılar ve tasarım ve uygulama süresince bu maket üzerinde çalıştılar. Tartışmalarını özetlediklerini düşündükleri kavramları fuaye alanında yer alan kara tahta üzerine yazdılar. Aynı zamanda bir de manifesto ürettiler hep birlikte.

Borderline Manifestosu

- Kişisel alan insanın bedeni etrafında zihinsel olarak yarattığı bir kavramdır. Kişisel alan kavramı kültüre, zamana, yere, ilişkilere ve kişiliğe göre değişkenlik gösterir.
- Toplum kişisel alanlardan değil kişisel alanların sınırlarından oluşur. Kişisel sınırlarımız içeriye ve dışarıya doğru hareket eder. Sınırlar her zaman belirgin değildir ve gerekli olduğunda açığa çıkarlar.
- “Sınır” bir bitiş işaret etmek zorunda değildir. Her zaman bir “başlangıç” olma ihtimali de vardır.
- Her birey için farklı anlamlar ifade eden sınırlar sürekli etkileşim halindedir. Fiziksel ya da zihinsel de olabilirler.
- Sınırlarımız bizi izole etmez, bizi dışımızdaki dünyaya bağlar.

Borderline için 8 adet 1x2 metre boyutlarında tel kafes taşıyıcı kullanıldı. Bu kafes taşıyıcı modüllerden 2 tanesinin üzerine hareket ettirecek 15 cm eninde kumaşlar şeritler takıldı. Diğer 6 tanesinin üzerinde her biri iki adet şeriti aşağı-yukarı hareket ettirecek olan tekerlekler, motor sürücüler ve arduino devreleri yerleştirildi. Her 1x2 lik birim üzerinde 32 adet tekerlek, 4 arduino devresi ve 8 motor sürücü kullanıldı. Toplamda 24 arduino devresi 48 motor sürücü aracılığı ile 192 tekerleği döndürüp 384 adet 15 cm eninde 8 metre uzunluğunda kumaşı hareket ettirmek üzere programlandı. Her bir kumaş şeriti hareket ettirmek için üzerlerinde 10 cm aralıkla delikler açıldı ve toplamda 3 km’de fazla uzunlukta misina geçirildi. Hareketli kumaşların olduğu modüllerin her biride 50 cm uzaklıktan hareket eden nesnelere ya da konukları algılayabilecek şekilde hareket algılayıcılar – sensörler yerleştirildi. Bu algılayıcılar da arduino devrelerine bağlıdır. Borderline, sensörlerin hareketi algılayıp arduino devrelerine sinyal göndermesi, devrelerin tekerlekleri programlanan hız ve sürede çevirerek misinaları ve dolayısı ile kumaşları çekip bırakması ile çalışan etkileşimli bir yerleştirme oldu.

Borderline Yerleştirmesi 2017 yılının kasım - aralık ayları boyunca TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Teknoloji Binası fuayesinde sergilendi. Serginin toplanmasından sonra öğrenciler ve stüdyo yürütücülerini yerleştirmenin Hacettepe Üniversitesi 12. Ulusal Sanat Sempozyumu ve Sanat Günleri 1 kapsamında yeniden oluşturma ve sergilemek için girişimlerde bulundular. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanlığı ve öğretim elemanlarının büyük desteği ve motivasyonu ile bu girişim birçok üniversitenin bir araya geldiği kendi çalışmalarını yapıp sergilediği 3 günlük kolektif bir etkinliğe dönüştü.

TOBB ETÜ Mimarlık Bölümü Temel Tasarım Stüdyosu olarak 4 m2 lik bir modül planlandı. Ancak Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi ile yapılan görüşmeler ve alınan destek ile dört tane 2 m2 lik modül yapıldı. Bu modüller Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi Kütüphanesi, Öğrenci İşleri Binası, Akademik Kafeterya ve Güzel Sanatlar Fakültesi Binasında da kuruldu ve sempozyum boyunca sergilendi.

Borderline Ekibi:

Ahmet Fatih İbiş, Ahsen Önder, Asude Aydın, Asya Soylu, Ayça Şehnaz Demirel, Azime Ecrin Akkaya, Bekir Anıl Büyükkatırcı, Bengüsu Gülhanım Yeşiloğlu, Berke Dilaver, Berrin Bayram, Burçin Pelin Kantaş, Buse Kuzu, Büşra Bal, Cansu Çelik, Ebrike Karaca, Ece Melisa Tunca, Ege İleri, Elif Ekin Kaptan, Elif Nur Bek, Emine Bulut, Emine Rüveyda Türkoğlu, Emre Cansever, Gökhan Sagun, Hakan Yüzüğüllü, Halit Tutar, Hilal Etleç, İrem Tümay, İrem Malgaş, İsmail Ömer Selçuk, Kadriye Ecem Bozbey, Kerem Berkay Taş, Mehmet Mutlu, Merve Kıratlı, Merve Uğurlu, Muhammed Emin Koçak, Naz Su Zeyneloğlu, Nevriye Pelin Güç, Nilsu Taşel, Nursima Zengin, Oğuz Kağan Erge, Ömer Barış Karakaya, Pelin Yalçın, Pelin Alemdar, Püren Bahçivan, Selim Ege Özcan, Sevim Pınar Yorulmaz, Şengül Bulut, Yakup Cesür, Yusuf Alperen Pehlivan, Zeynep Akdemir, Zeynep Coşkuner, Mustafa Koç

Ders Yürütücüsü: Aktan Acar





Hacettepe Üniversitesi Beytepe Yerleşkesi Binalarında sergilenen çalışmalar



Epür / Ortografik Set: Mimarlık 1. Sınıf Eğitimi için Bir Zorunluluk mu Beyhude Bir Çaba mı?

Aktan ACAR // aktanacar@etu.edu.tr

TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü

Mimari üretim, söylemden binaya kadar her alanda ve ölçekte, büyük bir hızla artmakta ve çeşitlenmektedir. Bu genişleme mimari düşünce, temsil ve üretim arasındaki ilişkileri yeniden düşünmeyi zorunlu kılıyor. Mekânın tanımı ve içeriği konusunda bir uzlaşma imkânı yok. Mekân, farklı ortam ve araçlarla temsilini, gerçekleşmesini ve farklı biçimlerde yeniden üretimini olanaklı kılan “bilgi”nin ve “teknoloji”lerin, toplamından hatta mimarlıktan daha fazla bir şeydir. Bu geniş kapsam, mekânın ve mimarlığın bileşenleri arasındaki ilişkilere her seferinde yeni anlamlar ve boyutlar katıyor. Bir yanda bina ya da yapı bilgisi modelleme olarak anılan bu bütünlenme, yekvücut olma durumu, diğer yanda düşünmeden üretime doğru giden yolda mimarlığın kendini aynalamasına ve varlığını hissetmesine aracılık eden geleneksel temsillerin giderek ortadan kalkması, mimarlık için, yine ama yeni anlam ve kimlik krizlerine neden oluyor.

Karmaşıklaşan ve hızlanan yapı elde etme süreçleri nedeni ile “elle mi çizilmeli bilgisayarla mı?” gibi baştan eğreti bir soruyu uzun süre önce geride bırakan ve bilgiyi bir araya getirmek ve yönetmek üzere “sermayesi”ni “buluta” yükleyen sektörün böyle bir kriz yaşamadığını söylemek mümkün. Mimarlık eğitimi içinde ise oldukça katı bir tutumla ve zorla, diğer birçok şeyle birlikte ama ilk önce, T cetveli ve gönyeler ile çizilecek ortografik set veya epür “öğretilmeye” çalışılarak kriz sistematik olarak derinleştiriliyor ve yaygınlaştırılıyor.

Hem “hesaplamalı, sayısallaştırmalı” kutbun hem de “el-göz-beyin koordinasyonu aşılamadı” taraftarlarının görüşlerini desteklemek için tanımı belirsiz bir “pedagoji” efsanesine ve en çok da kendi

deneyimlerinden biriktirdiklerine gönderme yaptıkları biliniyor. Ancak az bilinen yahut bilinse de göz ardı edilen gerçek, biraz farklı. Bilişsel bilimler, nöropsikoloji, “pedagoji”, ama en önemlisi eğitim psikolojisi, önermelerini sınamak için farklı örneklem gruplarından elde edilen bulgular üzerinde tartışarak, yeni bilgi ve çalışmalara temel olabilecek, mevcut kuramlara yeni perspektifler sunabilecek korelasyonlar ve anlamlı ilişkiler araştırıyor.

Bu araştırma faaliyetinin temel ön kabullerinden biri zihin kavramının, yeni bulgular ve ilişkiler aracılığı ile yeniden “kurulacak” bir modele işaret ettiği. Öğrenme, hatırlama, davranış gibi temel zihinsel işlevlere dair açıklamalar, bunlara bağlı olarak geliştirilecek öğrenim, öğretim, eğitim anlayışları da zihin modellerinin farklılıklarını ortaya koyar. Mimari tasarım, bireyin hem kendi hem de tasarlanan mekânın kullanıcılarının zihinsel süreçlerine dair farkındalık gerektiren bir eylemdir. Bu anlamda tasarım, zihinsel olarak zamanda ve mekânda ileri geri hareket etmeyi, nesnelere, mekânı ve hatta mekânı deneyimleyecek olanları hareket ettirmeyi, kullanıcının perspektifinden bakabilmeyi gerektirir. Elbette bu yargının kendisi de zihne dair modele, ancak bugün geçerli olduğu söylenebilecek bir kozmolojiye dayanmaktadır.

Bu perspektifte bakıldığında, mimarlık eğitiminin ilk yıllarında elle çizilmeli” düşüncesi de “hemen bilgisayar destekli tasarıma geçilmeli” önermesi de dayandıkları model ve hedefledikleri bilgi, beceri ve yetkinliklerden bağımsız düşünülemez. Ancak bilişsel beceriler, öğrenme ve gelişim penceresinden bakıldığında bu önermeler de “en iyi öğrenme ezberle mümkündür” ya da “mimarlık ancak ustaların eserlerini kopya ederek öğrenilebilir” önermelerinden farklı değildir. Bu yargılar, eğitimi bireysel farklılıkları, süreçleri ve gelişimi gözardı etmeye meyilli aşırı genellenmiş yöntem ve araçlara mahkûm etmektedir. Öte yandan mimarlık okullarında sanki mimarlar ve mimarlık öğrencileri farklı bir beyne ve bilişsel süreçlere sahipmiş gibi davranma eğilimi de oldukça yaygındır. “Konumuz mimarlık eğitimidir, başka eğitimlere benzemez” fikri sıkça ifade edilir. Bu durum meşruiyet ve anlam krizini, mimarlığın ve akademinin kendini değerli ve özel hissetme ihtiyacını işaret etmektedir.

Oysa mimarlık öğrencileri de o güne kadarki öğrenmelerinin, aldıkları eğitim, girdikleri sınavların ölçtüğü hali ile bilişsel gelişimlerine uygun matematiksel-mantıksal ve görsel-mekânsal becerilere sahipler. Türkiye’de mimarlık öğrencilerinin, görsel algı ve becerilerinde, soyut düşünme alanında yaşlarına ve gelişimlerine uygun düzeylere sahip olmadıklarını ispat etmek mümkün değildir. Burada mimarlık eğitimcileri yine “ama mimarlık eğitimi başka” diyeceklerdir. Ancak görsel ve mekânsal algılama ve düşünmeye dair daha farklı ne bekledikleri konusuna açıklık getiremeyeceklerdir. Her mimarın, okulun, stüdyo ya da atölyenin farklı beklentileri olduğu düşünüldüğünde esas konunun zihinsel süreçlere, görsel algıya, 3 boyutlu düşünmeye değil mimari beğenilere ve tasarım yaklaşımına dair olduğu görülecektir. Öğrenci, yürütücünün beklentilerini karşılayamadığı için başarısızdır, görsel algısı zayıf olduğu için değil.

Bu beklentiler özellikle birinci sınıfta ilk bakışta nesnelliğin vücut bulmuş hali olarak görünen bir yöntemle karşımıza çıkar. T cetveli, 45° lik gönye veya pergel yardımı ile çizgileri taşıyarak üç adet izdüşümsel görünüşün üretildiği ortografik set veya epür, neredeyse 300 yıldır hemen hemen tüm mimarlık öğrencilerinin eğitimlerinin temeli olarak görülmekte ve dolayısıyla mimarlık ve mekâna dair kavrayışlarının biçimlendirmektedir. Grafik iletişim, mimari ifade tekniği, ya da temsil araçları gibi adlarla verilen derslerin içinde öğretilen ve mimarlık öğrencilerin eskiz germekle başlayıp üst görünüş-ön görünüş-yan görünüş ile tamamladığı epür ya da ortografik set mimari ergenliğe geçiş ritüeli olarak görülebilir. Öğrencilerin temel tasarım stüdyolarında yaptıkları, çeşitli elemanların görsel algının ilkeleri ve kavramları doğrultusunda 2 boyutlu düzlemde kompozisyon egzersizleri ile birlikte düşünüldüğünde, mimari tasarım sürecinin hem eğitim hem pratik olarak plan-kesit-görünüş düzlem-

lerinde yapılmış dolu-boş, oran, ritim, denge ve koram kompozisyonlarına dönüşmesinde epürün rolü daha anlaşılır hale gelecektir.

Epür ya da ortografik setin çok güçlü ve faydalı bir tasarım ortamı ve temsil aracı olduğu kesin. 2 boyutlu çizimin tarihi ortografik setten çok daha eskiye gitmektedir elbette. Öte yandan, epürün standardize edilmiş parça ya da ürünlerin sistematik tasarımı ve imalatına getirdiği hız, kolaylık ve kalite, 2 boyutlu çizimin ağırlığını ve önemini sanayileşme ile birlikte kazanmasını açıklıyor. Geometrinin hiç azalmayan popüleritesi ve doğayı açıklamadaki gücü ve önemi, en çok da inşa yöntemlerinin ve dayanıklılığın anahtarı olduğu fikri ile birlikte ele alındığında ortografik setin mimarlık eğitiminin gizli ağırlık merkezi olması kaçınılmaz görünüyor. Ancak tek aracınız cetvel ve pergel olduğunda...

Ortografinin mimarlık öğrencilerine analitik bir perspektif kazandırdığı; yapıları tasarlarken, temsil ederken ve inşa ederken izdüşümün aracılığı ile süreç üzerinde tam bir kontrol sağlandığı da ileri sürülebilir. Bu analitik bakış açısı mimara temsil ve üretim sorunları yüzünden ayrılan plan, kesit, görünüş ve bunlardan hareketle üretilen kurallı ve ölçekli paralel ve açılı perspektifler üzerinde bir kontrol vermektedir. Ancak, sıklıkla dört boyutlu olduğu ifade edilen mekânı anlamasına, tasarlamasına ve aktarmasına yetmekte midir?

Mimarlık eğitimcilerinin beklentileri ile öğrencilerin sunabildikleri arasındaki uçurum bu noktada derinleşmektedir. Mimarlık eğitimi almak isteyen öğrenciler bu yöntemlerin geliştirildiği ve düşünme ve üretimin hâkim araçları olduğu çağların bireylerinden çok farklıdır. İnsan zihni, gelişim ve öğrenme açısından bakıldığında o çağlarda bu yaşlar için ölçü ve değer kabul edilenlerin bugün karşılığı yoktur. Hatta bazıları insanca bile kabul edilmemektedir. Bugün birçok alanda, en azından mimarlık eğitimi dışında, bir çocuk veya gencin öğrenme sürecinin, önceki kuşakların kendilerinin ne bildikleri ya da öğretmek istediklerinden bağımsız bir macera, bireysel ve içsel motivasyonla yürüyen bir süreç olduğunu kabul edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, ortografik set özelinde, aktarılagelen yöntem ve içeriğin mimari tasarım ve tasarımı öğrenme sürecine etkisini tartışmak mümkün gözükmemektedir. Ortografinin antitezi olarak bilgisayar ortamında tasarlamayı, temsil etmeyi veya hesaplamalı ve algoritmik, ki ortografik set ya da benzeri yöntemlerin hesaplamalı veya algoritmik olmadığını iddia etmekte biraz gariptir, tasarım süreçlerini ileri sürmek de doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Çünkü asıl konu öğrencinin zihinsel, duygusal ve fiziksel olarak neye ne kadar hazır olduğu, öne çıkarılan yöntemle içerik arasındaki ilişkinin öğrencinin gelişimine bir katkıda bulunup bulunmadığıdır.

Eğitimin sorunları mimarlık öğrencisi, yani eğitimin öznesi, bağlamında ele alındığında öğrencilerin 3 boyutlu düşünme, tasarım ve temsil süreçlerine ortografik setle birlikte doğrudan etkisi olan bir başka konu gündeme gelmektedir. Epür ya da ortografik set ve paralel perspektif biçimleri, yani izometrik, aksonometrik vb. temsil biçimleri, mimari ürünü nesneleştirmektedir. Açılı perspektif ya da temsil, mekânı farklı bakış açılarından “görebilme” becerisi ve deneyimini amaçlamaktadır, ki mimarın kendisi dışında birinin bakış açısını anlaması, önermesi, aktarabilmesi adına bu deneyim çok önemlidir. Ancak paralel perspektif, mekânın bakış açısına göre değişmeyen nitelikler ve niceliklerini ifade eder. Tasarımcı için mimari ürün elinde, gözünde ve zihninde çevirebildiği kompozisyon haline gelmektedir. Mekânı ve mimarlığı tanımlama ve üretme biçimi olarak görüldüğünde bakış açısına göre değişmeyen ürün ve temsil anlamıdır. Ancak genelde öğrenci bu ilişki ile tanıştırmadan temsili nasıl üretileceğinin yönergesi ile karşılaşmaktadır.

Plan, kesit, görünüş ve paralel perspektif, aslında klasik resim kuramına dayanan ancak çeşitli nedenlerle daha çok Bauhaus geleneği ile özdeşleştirilen ve kompozisyonun elemanları olduğu ileri sürülen, nokta-çizgi-düzlem-hacim ve onların biraraya gelişlerini düzenleyen ilkeler birlikte, mimarlık eğitimi-

nin merkezini kaydırmaktadır. Merkez, mekân ve onun tasarımı, temsili ve üretimi olmaktan çıkıp, mekanı temsil eden unsurların, nokta-çizgi-düzlem-hacim, kompozisyonu fikrinde yoğunlaşmaktadır. Bu araçlar tasarımcının kendi egosu, beğenisi ve perspektifi dışında bir bakış ya da deneyime de yete-rince fırsat vermemektedir. Hem mecazi hem de gerçek anlamı ile başkalarının -kullanıcı, deneyimle-yecek olan, işveren, usta, ders yürütücüsü vb. tasarlayan dışında biri- perspektiflerinin yerini mimarın ya da mimarlık öğrencisinin zihninde, bilgisayar ekranında, ya da elindeki maket olarak döndürebildiği, değişmez nitelik ve niceliklere sahip bir nesne almaktadır.

Ders yürütücüleri böyle bir eğitimi ve mimarlığı tercih edebilirler elbette. Ancak soru hangi değişmez nicelik ve nitelikler üzerinde uzlaşabileceğidir? Değişmez bir oran var mıdır? Değişmez bir düzen, karşılık, denge ya da hiyerarşi, değişmez bir işlev-boyut ilişkisinden söz edilebilir mi? Öğrenci, bütün ölçü ve boyutlarını birbirinin katları olarak tasarladığı, matematiksel olarak doğru projesinin girişinin oranlarını, içeriği yürütücünün mimari bilgisi ve beğenisi ile tanımlı başka bir oranla değiştirmesi ge-rektiğine nasıl ikna edilebilir? Yürütücü kalemi eline alıp kâğıdın üzerine “şöyle bir yayı takip etsin, şunun oranlarını yakalasın, şununla dengeli olsun” diyerek 2 boyutlu düzlemde çizgiler çizmeye baş-ladığında hangi değişmez nicelik ya da nitelik üzerine konuşulmaktadır?

Neredeyse 300 yıldır, mimari tasarım, temsil ve aktarım ve üretim süreçleri içerisinde varlığını sür-dürmeyi başaran ve özellikle mimarlık eğitiminin ilk yılında bir “zihin biçimlendirme” işlevi gören izdüşüm yöntemi ve teknik çizim, gerekliliği ve yeterliliği, çoğunlukla, sorgulanmadan öğrencilere da-yatılmaya devam ediyor. Teknik çizimin araç, gereç ve içeriği ile 21.yüzyılın mimari tasarım, temsil ve üretim süreçleri arasındaki gerilimleri bir yana, öğrencilerin bireysel farklılıkları ve becerilerini dikkate almadan yapılan bu dayatma mimarlık eğitiminin ve en çok da birinci sınıf programının üstüne basa basa vurguladığı “yaratıcılık” açısından bir engel mi yoksa kolaylaştırıcı mıdır?

Yaratıcı düşünce ya da çözümün, tasarımcının belirli ve katı sınırlar içinde kaldığında ortaya çıktığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu daha baştan araçların ve teknolojinin en baştan sınırlanması değil, problem özelinde sınırlı imkanlara sahip olmak demektir. Bu açıdan bakıldığında özellikle birinci sınıf öğrencisinin bireysel farklılık ve becerilerinin yerine herkese uygun (ki bu da net değildir, 3.boyuttan 2.boyuta geçmek için de bazı yetkilikler gerekmektedir) ortalama bir teknik koymaya çalışmak öğren-ciye baştan sınırlamaktadır. Sonuç düşündüğü her şeyi tasarlayabilen ve temsil edebilen değil “çizebil-diği kadar tasarlayan” öğrenciler olmaktadır.

Mimarlık okulları, birinci sınıf programlarında, her bir öğrencinin önce kendi bireysel farklılıkları, bil-gi ve becerilerinin farkına varmaları, sonra da bunlara uygun tasarım, temsil, aktarım yöntemleri kul-lanabilmeleri yönünde gerekli değişiklikleri gündemlerine almalıdır. Mimari temsilin, şimdilik, geçerli evrensel dili bu gelişim üzerine inşa edildiğinde öğrenci daha yüksek bir farkındalıkla ve hızla öğrene-cek ve daha bilinçli ve tutarlı bir şekilde işe vuracaktır bu yöntemi. En başta da ifade edildiği gibi asıl mesele öğrencinin bilgisayar ortamındaki araçları mı yoksa t cetveli ile kalemi mi daha önce öğrenmesi gerektiği değil, kendisini ve düşüncelerini tasarım yoluyla ifade edebilmek için hangi araçları kullanma-ya hazır olduğudur. Bu araç suluboya da olabilir, 3B yazıcıda basılmış maket de, sanal gerçeklik ortamı için geliştirilmiş sayısal bir model de? Buradaki asıl soru mimarlık eğitimi ve akademisyenlerin bunlara hazır ve istekli olup olmadığıdır.

Türkiye’de YBM ile Çalışan Mimari Proje Ofislerinin Tasarım ve Teslim Süreçleri

Ece Kumkale Açıkgoz // *eacikgoz@baskent.edu.tr*

Merve Çetin // *mervecetinleo@gmail.com*

Efil Erdoğan // *efilerdogan1993@gmail.com*

Başkent Üniversitesi, GSTMF, Mimarlık Bölümü

Özet

Mimari Tasarım pratikte ve eğitimde dijital teknolojinin sunduğu değişen olanaklar ile sürekli bir dönüşüme uğramaktadır. Disiplinler arası yapı projesi üretim süreçlerini bütünlleyen bir araç olan Yapı Bilgi Modelleme (YBM) de bu dönüşümün en etkili araçlarından biridir. Dünya’da yapı tasarımı ve teknolojileri alanlarında ileri olan pek çok ülkede gerçekleşen mimari projelerin tasarım ve proje teslim süreçlerinde farklı disiplinlerin ve uzmanlık alanlarının, proje bazlı modelleme yöntemi ile işbirlikli çalışma ortamında üretiliyor olması ve bu durumun yapı tasarımı çalışan bütün disiplinlerin eğitim süreçlerini de dönüşüme uğratması bu etkiyi gösterir niteliktedir. Türkiye’de de büyük ölçekli, çok ortaklı, ve kalabalık ekiplerce yürütülen projelerde yönetim, ilerleme ve uzman geri bildirimlerini hızla çözüme entegre etme kolaylıkları nedeniyle YBM kullanımının giderek yaygınlaştığı bilinmektedir. Ancak ulusal ölçekte gerek mimari proje tasarım ve uygulama süreçlerinde, gerekse eğitimde YBM ile dönüşen süreçler ile ilgili henüz yeterli araştırma yapılamamıştır. Bu çalışma bu açığı kapatmak için gerekli olan, YBM’nin profesyonel mimari tasarım ofislerindeki süreçlerinin neler olduğu sorusunu araştıracaktır. Yöntem olarak, Türkiye menşeli ulusal ya da uluslararası mimari projelerin tasarım ve uygulama işlerini yürüten mimarlık ofisleri ile görüşülerek, Succar’ın (2009) YBM ile dönüşen yapı endüstrisini araştırmak ve aktarmak için oluşturduğu çerçeve üzerinden veri elde edilmiştir. Çalış-

manın sonucunda tasarım ve uygulama süreçlerinde YBM'nin getirdiği olanak ve zorluklarla birlikte, yerel yapı sektörünün yakın gelecekte YBM etkisi ile nasıl bir dönüşüm geçirebileceği tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: YBM ile tasarım, disiplinler arası işbirlikli tasarım, bütünleşik proje teslimi (BPT), mimari proje ofisleri, yerel yapı sektörü

Giriş

Yapı Bilgi Modelleme (YBM) yapı inşaat, mühendislik ve mimarlık alanlarında yaygınlığını dünyada olduğu gibi ülkemizde de artırmaktadır. YBM, bir model üzerinde tüm sistemleri içeren, tüm proje katılımcılarının (işveren, mimarlar, mühendisler, taşeronlar ve tedarikçiler) geleneksel süreçlere kıyasla daha doğrudan ve verimli bir şekilde tasarım ve üretim süreçlerinde rol almalarını sağlayan bir proje yönetim aracıdır (Zhao, 2017). Getirdiği bütünleşik ve işbirlikli tasarım ve uygulama olanakları sebebiyle uluslararası bilimsel literatürde, yapı tasarımı ve üretiminde onun neden olduğu dönüşümü bir paradigma değişimi olarak nitelendiren çalışmalar bulunmaktadır (Eastman ve diğerleri, 2008; Azhar, 2011).

YBM ile ilgili ilk bilimsel çalışmalar 1970'lerde gerçekleşen, üniversite araştırma projeleri ile başlamış ve YBM ile öngörülen dönüşüm yapı endüstrisi için ulaşılmaması hedeflenen bir ideal olarak görülmüştür (Ofluoğlu, 2009). Günümüzde ise YBM kullanımının yaygınlaştığı (Gokuc ve Arditi, 2017) ve öngörülen dönüşümüne yönelik yeni açılımlar oluştuğu görülmektedir. YBM üzerine yapılan çalışmalarda, YBM'nin tüm bina yaşam döngüsü ve tasarım süreci üzerinde önemli avantajlar sunduğu ve inşaat sektörü üzerinde büyük etkisi olduğu sonuçlarına ulaşılmaktadır (Yan ve Damian 2008 ; Sun vd., 2017). Özellikle YBM'nin ofis ekonomisine katkılarına, proje sürecini hızlandırmasına ve hataların düzeltilmesine dair sağladığı avantajlara dikkat çekilmiştir (Oh vd., 2015). YBM'nin benimsenmesiyle bina performansının ve operasyonun tahmin edilebilirliğinin büyük ölçüde arttığı anlaşılmaktadır. YBM kullanımında hedeflenen dönüşüme yaklaşıldıkça, proje ekipleri arasındaki işbirliği, sürecin ekonomik işletimi ve zaman yönetimi konularında kazanımlar gözlemlenmiştir (Azhar, 2011). Buna ek olarak yapım süresinin azaldığı ve işverenler ile tasarımcılar arasındaki ilişkinin geliştirdiği görülmüştür (Bozoğlu, 2016). Ancak bu dönüşüm sürecinin getirilerine ek olarak, bazı çalışmalarda, dönüşümün tam olarak tamamlanamamış olmasından kaynaklandığı anlaşılan, tasarım sırasında ortak çalışanlar arasında farklı YBM tabanlı yazılımların kullanılması gibi nedenlerle, veri kaybı, iletişimde zorluk ve zayıf iş verimliliği gibi çeşitli sorunların da ortaya çıktığı tespit edilebilmektedir (Oh vd., 2015).

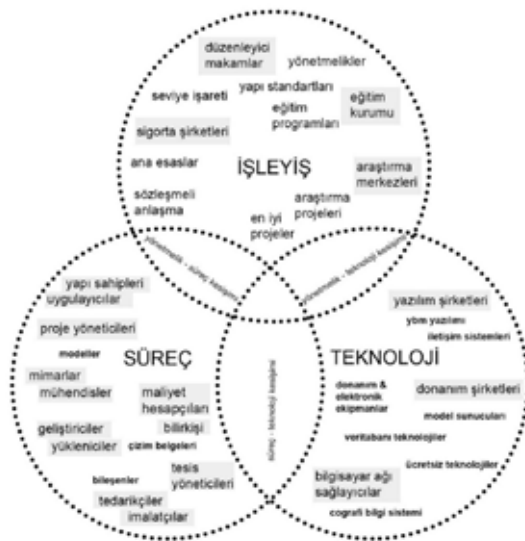
YBM veri aktarımı, depolama ve veri alışverişini içeren farklı alanlarda etkili bir programdır. Birçok farklı disiplinin işbirliği için çoklu problemler üzerinde eş zamanlı çalışma olanağı ile uygun bir platform olduğu kabul edilmektedir (Le vd., 2017). Yapılan çalışmalardan YBM'nin geleceğin trendi olarak kabul edildiği anlaşılmaktadır (T. Gokuc ve Arditi, 2017). Yurtdışındaki YBM kullanımına baktığında inşaat sektörü için YBM ile dönüşümün hangi aşamasında olduğuna dair veriler bulunsada (Gu and London, 2010; Khosrowshahi and Arayici, 2012; Smith, 2014) Türkiye'de YBM etkisi ile gerçekleşen dönüşüme yönelik durumun analizini içeren çok az sayıda çalışma bulunmaktadır.

Türkiye’deki YBM dönüşümünün durumu

Güncel çalışmalardan biri olan 2018 Autodesk Zirvesi, ülkemizdeki YBM geçiş sürecinin de ele alındığı bir etkinlik olmuştur. Zirvede konuşma yapan İbrahim Utku Başyazıcı'nın aktardığı ve proje ofislerinde YBM kullanımına yönelik 319 katılımcı ile gerçekleşen dijital anketin sonuçlarına göre katılımcıdan %54'ü YBM kullandığını ifade etmiştir (Başyazıcı, 2018). Ancak yalnızca YBM kullanmaya başlamış olan ofis sayılarından yola çıkılarak öngörülen dönüşümün ne aşamada olduğu anlaşılabilir değildir. Aynı ankette ortaya çıkan diğer bir veri de bunu desteklemektedir; Türkiye’de YBM'nin temel kavramları henüz yeterince anlaşılammış durumdadır. Zirvede YBM ile çalışmış olan bir mimarlık ofisinin sunumunda ise ofisin henüz YBM ile yeni tanıştığı ve ilk deneyimini paylaştığı görülmektedir. Aktarılan deneyim bütünlük tasarım anlayışından uzak, yalnızca iki ve üç boyutlu mimari görsellerin nesne tabanlı olarak üretilebildiği bir programın kullanımına dair bir örnek üzerinden açıklanmıştır. Bu da yazılımı sağlayan firmanın kendi düzenlediği zirve özelinde Türkiye’de YBM’ne geçiş sürecinin ne aşamada olduğuna dair fikir vermektedir. Dolayısıyla henüz anlaşılmamış olan kavramlardan biri de YBM'nin sunduğu ve belirleyiciliği kabul gören bütünlük (entegre) tasarım kavramıdır denilebilir. Bu durum Revit programının YBM'nin sunduğu avantajlardan yalnızca biri olan 3D modelleme olanağı için kullanılıyor olması ile ilgili olabilir.

YBM ile dönüşümü anlamak için bir araç

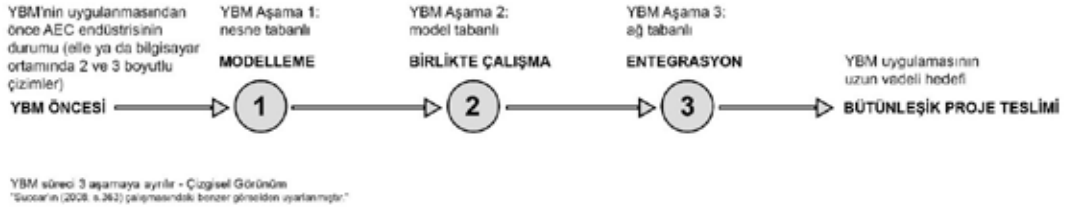
Succar, 2009’da yayınlanan çalışmasında YBM aktivitesini anlamak için geliştirdiği araştırma çerçevesinde, dönüşümün kapsamını süreç, işleyiş ve teknoloji olarak üç ana başlığa ayırmış ve bu başlıklar altına yerleşebilen etmen ve unsurların birbiriyle ilişkisini açıklamıştır. Ona göre her bir başlık bir diğerinin kapsama alanı ile kesişebilmektedir (Succar, 2009, Şekil 1). Bu sayede süreci bütüncül olarak ele alabilme olanağı ortaya çıkmaktadır, ki bu da Succar’ın çizdiği çerçevenin YBM'nin yönlendirdiği dönüşüm sürecini anlamak için bir araç olarak kullanılabileceğini göstermektedir.



YBM Aktivitesinin 3 Kesişen Alanı - Venn Diyagramı
"Succar'ın (2009, s.361) çalışmasındaki benzer görülden uyarlanmıştır."

Şekil 1. YBM Aktivitesinin kesişen 3 alanı – Venn Şeması (Succar'ın çalışmasındaki benzer görülden uyarlanmıştır, 2009; s. 361)

Türkiye'deki mimarlık ortamında YBM'e geçiş sürecini anlamak için Succar'ın (2009) yapı endüstrisinin YBM'yi benimsemesinde rol alan unsurları ve nasıl çalıştıklarını incelemek için oluşturduğu YBM çerçevesinin kullanılabilceği anlaşılmıştır. Bu çerçeve bütünde YBM ile tam bütünleşik tasarım ve üretim durumuna geçişi beş aşamalı bir süreç olarak ele almaktadır. Bunlar, YBM öncesi, 3B modelleme, işbirlikli çalışma, tam entegrasyon ve Bütünleşik Proje Teslimi (BPT) olarak sıralanabilmektedir (Şekil 2).



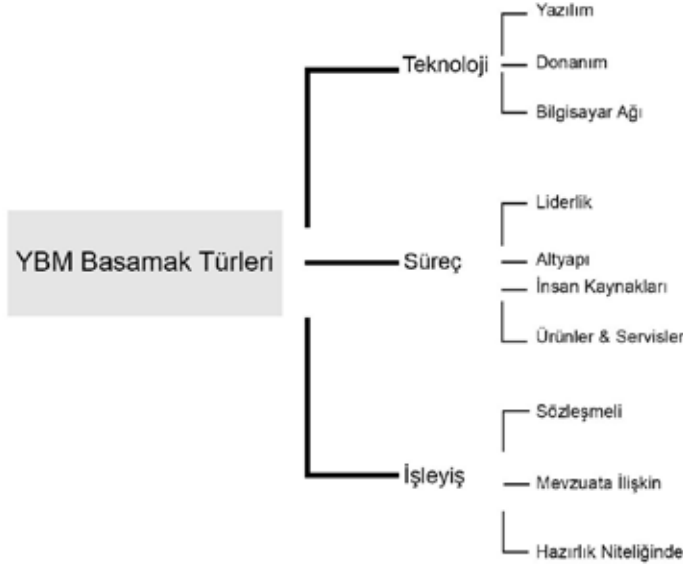
Şekil 2. YBM öncesi ve BPT arasındaki sürecin 3 aşaması – Çizgisel görünüm (Succar'ın çalışmasındaki benzer görselden uyarlanmıştır, 2009; s. 363)

Bu çalışmada Succar'ın YBM'ne geçiş süreçlerini incelemek için sunduğu çerçeveyi kullanarak, Türkiye'deki mimarlık ofislerinin bu süreçlerden hangisi ya da hangilerinde yer aldığını tespit etmek ve bir sonraki aşamaya geçişlerinde karşılaştıkları engelleri belirlemek hedeflenmektedir. Dolayısıyla çalışmanın araştırma sorusu şu şekildedir:

Türkiye'deki mimari proje ofislerinin YBM ile tam bütünleşik yapı tasarımı ve uygulaması yapabilmek hedefine giden yolda buldukları konum ve yaşadıkları deneyimler nelerdir?

Çalışmanın Yöntemi

Türkiye'deki mimari proje ofislerinin YBM ile deneyimlerinin neler olduğu sorusunu cevaplamak için Succar'ın kurduğu çerçeveden uyarlanarak yarı yapılandırılmış mülakat yöntemini benimseyen bir anket hazırlanmıştır. Anketin hazırlanmasında kılavuz olan üç ana başlığın ve içeriklerinin durumu Succar'ın (2009) çalışmasına dayandırılarak oluşturulmuştur (Şekil 3). Çalışmada tespit edilen araştırma sorusu için veri toplama süreci henüz tamamlanmamıştır. Mevcut aşamada yalnız iki ofis ile görüşme sağlanmıştır. Her ikisi de yıllık ortalama 500.000 m² proje üreten, YBM ile deneyimi olan ve Ankara'da bulunan iki mimari proje ofisidir. Her iki ofiste de anket sorularımızı ofislerin YBM'den sorumlu ve mimar olan çalışanları cevaplamışlardır.



YBM Adım Türlerinin Belirtici ve Yüzeysel Listesi
Succar'ın (2008; s.369) çalışmasındaki benzer görselden uyarlanmıştır.

Şekil 3. YBM dönüşüm sürecinde yer alan alt başlıklar ve içerikleri (Succar'ın çalışmasındaki benzer görselden uyarlanmıştır, 2009; s. 369)

Mülakat yapılan ofislerin YBM ile olan deneyimleri eşit değildir. Biri 2012 yılından bu yana Autodesk Revit yazılımı ile çalışmış, şu an tasarım, uygulama ve kontrollük projelerinde 1.000.000 m²'nin üzerinde deneyim kazanmış durumdadır. Diğer ofis ise aynı yazılımı kullanarak yalnız avam proje teslimi gerçekleştirmiş durumdadır. Bu nedenle bu bildiri özelinde, elde edilen veri sonuçlarının yalnız içerik tespiti yapılabilecek, analiz çalışması ise yeterli veri elde edilmesinden sonra takip eden süreçte gerçekleştirilecektir.

Aşağıdaki tabloda bu çalışmada toplanan veriler olan ve yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen YBM ile çalışmaya geçiş sürecinde YBM kullanımının avantaj ve dezavantajlarına yönelik ifadelerin Succar'ın yaptığı ayrıştırırmayı kullanarak gruplandırılmış halleri verilmektedir (Tablo 1).

Avantajlar	Dezavantajlar
Teknoloji	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veri güvenliği, ▪ Sistem sürekliliği, ▪ YBM ile Maliyet hesabı, ▪ Paylaşımlı çalışma olanağı, ▪ Yeterli yazılım desteği, ▪ Diğer yazılımlar ile uyumlu çalışması, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Yazılımda Türkiye'deki proje teslim standartlarına uyumsuzluk, ▪ Kullanıcının yazılım bilgisi eksikliği, ▪ Ofislerin kullanıcı eğitimine yatırım yapması zorunluluğu, ▪ Yazılım ücretlerinin ve sunulan servislerin pahalılığı, ▪ Başka yazılımlara olan gerekliliği ortadan kaldırmaması, ek maliyet getirmesi,
Avantajlar	Dezavantajlar
Süreç	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proje güncellemelerinde hızlı ve kolay sonuç alınması, ▪ Proje maliyet hesaplarında hızlı ve kolay sonuç alınması, ▪ Disiplinler arası veri akışını daha hızlı ve verimli yapması, ▪ Hedeflenen verimin yapılan yatırıma değer bulunması, ▪ Sürecin hızlı dönüşümü, <ul style="list-style-type: none"> ○ Statik projelerinin hâlihazırda YBM ile üretiliyor olması, ○ Yapı elemanı firmalarının YBM nesneleri (BIM object) üretmeye başlıyor olmaları, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kullanıcı bilgisi eksikliği, <ul style="list-style-type: none"> ○ İş birliği yapılamaması, ○ Gerçek zamanlı iş birliği ile çalışamaması, ▪ Firmaların YBM detayı üretmeye yeni yeni başlıyor olmaları, ▪ Hazır detay olmamasından kaynaklanan zaman kayıpları, ▪ Diğer uzmanlıklar ile birlikte tam YBM dönüşümü olmadan oluşan zaman kayıplarının giderilememesi,
İşleyiş	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Statik, mekanik ve elektrik projesi ile ilgili yönetmeliklerde YBM ile proje teslimi için güncelleme gerekebilecek olması. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mimari proje teslimine yönelik olan yönetmeliklerde YBM kullanımına engel bir durumun bulunmaması.

Tablo 1. Mimari proje ofisleri ile yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin Succar'ın (2009) çerçevesine göre gruplandırılması

Yukarıda da belirtildiği gibi görüşülen ofislerin YBM deneyimi seviyeleri belirgin biçimde farklıdır. Deneyimi fazla olan ilk ofisin Succar'ın (2009) oluşturduğu çizgisel tabloya göre (Şekil 2) kısmen 2. aşama ile ilgili altyapı ve deneyimleri olduğu anlaşılmıştır. Model tabanlı işbirliğini ifade eden 2. aşama hem ofis içinde hem de statik projesini oluşturan ekip ile ofis arasında mümkün olabilmektedir. An-

cak henüz ağ üzerinde bütünleşik bir işbirlikli çalışma ortamı kurulabilmiş ve dolayısıyla da ağ tabanlı entegrasyonu gerektiren 3. aşamaya ulaşılabilmiş değildir. Görüşülen diğer ofis ise YBM yazılımını yalnız üç boyutlu modelleme aracı olarak kullanmış ve henüz uygulama projesi deneyimi yaşamamıştır. Dolayısıyla nesne tabanlı modelleme aracı olarak kullanılan YBM bu ofisin henüz Succar'ın tablosundaki 1. aşamada olduğunu göstermektedir.

Buna ek olarak, Tablo 1'de görülebileceği gibi, incelenen iki ofis özelinde bakıldığında YBM ile tam bütünleşik yapı tasarım ve uygulama çalışmalarına geçiş süreci beraberinde birçok zorluk ve yatırım gerektirmektedir. Bu zorluklarla hangi gerekçe ile başa çıkıldığı sorulduğunda her iki ofis de YBM'nin getirdiği dönüşüm hedefi olan tam bütünleşik proje tesliminin mümkün olacağı fikrini ifade etmişlerdir. Dolayısı ile her iki ofis de Autodesk'in YBM yazılımını satın alarak işleyişe, bilgiye ve zamana yatırım yapmaktadırlar. Her iki görüşmede de bu tutumun gerekçesinin açıklaması yapılırken YBM dönüşümü ile ulaşılabilecek olan ideal işleyişin hız, hatasızlık ve verimlilik esaslarına göre ikna edici olduğu ifade edilmiştir.

Yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlardan biri de YBM ile bütünleşik tasarım ve uygulama hedefi için dönüşüme adapte olması gereken paydaşlar olan işveren, mimar ve mühendislerin YBM'ne geçiş süreçleri incelendiğinde, mimarlık ofislerinin öncü bir rol izlediğinin anlaşılmasıdır. Onları statik mühendisleri izlerken, mekanik ve elektrik mühendislerinin özellikle YBM nesnesi (BIM object) oluşturma konusunda eksiklikler yaşadığı, YBM yazılımlarını önceden aşına oldukları CAD yazılımlarından ayırmadıkları, yalnızca birer çizim programı olarak gördükleri ve dönüşüm sürecine henüz uyum sağlayamadıkları saptanmıştır. İşverenler, YBM'ne geçiş sürecine mali açıdan bir kurtarıcı olarak bakıp bu geçişi destekleseler de henüz işleyiş ve gereklilikleri tam kavrayamadıkları ifade edilmektedir. Yapılan görüşmelerde, ofislerdeki YBM sorumlularının YBM'nin getirdiği kavramlardan haberdar olunmamasından kaynaklı endişe duydukları anlaşılmasıdır.

Sonuç

Yapılan araştırma ve anket görüşmeleri gösteriyor ki, Türkiye'de YBM'nin getirdiği bütünleşik (entegre) tasarım, işbirlikli tasarım gibi dönüştürücü kavramlar tasarım ve uygulama süreçlerinde henüz tam karşılıklarını bulmaya başlamamış durumdadırlar. Çalışmadan elde edilen veriler ve sonuçlar ışığında araştırma alanının kapsamı genişletilerek başka ofislerin de YBM deneyimlerine ilişkin verilerin toplanması bitirildiğinde yapılacak olan analiz çalışması ile ofislerin aktardıkları içeriğin belirli değişkenlere göre nasıl şekil aldığını göstermek mümkün olabilecektir. Türkiye özelinde YBM ile dönüşümün hangi aşamada olduğunun anlaşılması için yapılacak bu tür çalışmalarla, dönüşüme öncülük eden ve bu durumda kendini ve sorumluluğunu yeniden şekillendiren uzmanlıkların süreçte yaşadıkları deneyimleri belgelemek mümkün olabilecektir. Bu veriler ışığında, inşaat sektörünün işleyiş ve gereksinimleri yeniden şekillenirken, ihtiyaç duyulacak yetkinlik ve işbirliğine yönelik eğitim ve hazırlık için de bilinçli bir dönüşüm kurgulamak kolaylaşabilecektir.

Kaynakça

- Autodesk Teknik Zirvesi, Autodesk Türkiye, Ekim 2018, <https://autodeskteknikzirvesi.com>.
- Azhar, S. (2011). Building information modeling (BIM): Trends, benefits, risks, and challenges for the AEC industry. *Leadership and management in engineering*, 11(3), 241-252.
- Başyazıcı, İ. U. (2018) Türkiye BIM Raporu [video], Autodesk Teknik Zirvesi 2018, Autodesk Türkiye https://www.youtube.com/watch?v=OemY_vNUfE&t=12s
- Bozoglu, J. (2016). Collaboration and coordination learning modules for BIM education. *Journal of Information Technology in Construction (ITcon)*, 21(10), 152-163.
- Eastman, C., Teicholz, P., Sacks, R., & Liston, K. (2011). *BIM handbook: A guide to building information modeling for owners, managers, designers, engineers and contractors*. John Wiley & Sons.
- Gu, N., & London, K. (2010). Understanding and facilitating BIM adoption in the AEC industry. *Automation in construction*, 19(8), 988-999.
- Khosrowshahi, F., & Arayıcı, Y. (2012). Roadmap for implementation of BIM in the UK construction industry. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 19(6), 610-635.
- Smith, P. (2014). BIM implementation—global strategies. *Procedia Engineering*, 85, 482-492.
- Succar, B. (2009). Building information modelling framework: A research and delivery foundation for industry stakeholders. *Automation in construction*, 18(3), 357-375.
- Sun, C., Jiang, S., Skibniewski, M. J., Man, Q., & Shen, L. (2017). A literature review of the factors limiting the application of BIM in the construction industry. *Technological and Economic Development of Economy*, 23(5), 764-779.
- Tulubas Gokuc, Y., & Arditi, D. (2017). Adoption of BIM in architectural design firms. *Architectural Science Review*, 60(6), 483-492.
- Yan, H. and Demian, P. (2008) Benefits and barriers of building information modelling. *Proceedings of the 12th International Conference on Computing in Civil and Building Engineering (ICCCBE XII) & 2008 International Conference on Information Technology in Construction (INCITE 2008)* (Ed. Ren, A., Ma, Z. and Lu, X.), Beijing, China, 16 -18 Ekim 2008.
- Zhao, X. (2017). A scientometric review of global BIM research: Analysis and visualization. *Automation in Construction*, 80, 37-47.

Katlayarak Öğrenmek: Tasarım Eğitiminde Origaminin Bir Araç Olarak Kullanılması

Merve ÇETİN // *mervecetinleo@gmail.com*

Şule TAŞLI PEKTAŞ // *stpektas@baskent.edu.tr*

Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü

ÖZET

Origami, en temel tanımıyla katlama yolu ile kâğıda şekil verme sanatıdır. Kesme, yapıştırma gibi farklı tekniklerle yapılan türleri de olan origami, yapısal ve teknik özellikleriyle bilim ve sanat alanlarında çeşitli uygulamalara ilham kaynağı olmakta ve bu sanatın altında yatan matematik araştırmacıların giderek daha çok ilgisini çekmektedir. Bu gelişmelere paralel olarak tasarım eğitiminde de origamiye olan ilgi artmıştır. Buna rağmen literatüre bakıldığında konuyla ilgili çalışmaların daha çok tekil proje deneyimlerine odaklandığı ve tasarım eğitiminde origami kullanımı ile ilgili bütüncül bir yaklaşımın henüz geliştirilmediği gözlemlenmektedir. Bahsedilen araştırma açıklarını kapamayı amaçlayan bu çalışma, origaminin tasarım eğitiminde form-bulma, yapı strüktürünü anlama, yaparak öğrenme ve hesaplamalı tasarım/yapım anlayışı geliştirme gibi alanlarda bir öğrenme aracı olarak kullanılabilceğini tartışmakta ve origaminin tasarım eğitimiyle bütünleştirilmesi için bir çerçeve önerisi sunmaktadır. Makalede ilk olarak origaminin kökeni, gelişimi ve özellikleri irdelenmekte, daha sonra bu tekniğin bilim ve sanatta nasıl uygulandığı literatüre referansla açıklanmaktadır. Origaminin tasarım eğitiminde kullanımı ile ilgili örnekler sunulan çerçeve içinde incelenmekte ve bu kapsamda Başkent Üniversitesi, Mimarlık Bölümü'nde yapılan çalışmalar detaylı olarak açıklanmaktadır. Bu makalenin konuyla ilgili-

nen tasarım eğitimcileri ve araştırmacılarına sistematik bir kaynak olacağı ve bundan sonra yapılacak çalışmalara yol göstereceği öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: origami, tasarım eğitimi, yaparak öğrenme, hesaplamalı tasarım/yapım, üretken sistemler

Giriş

Origami, katlanmış kâğıt anlamına gelen Japonca bir kelimedir. Temelde yapıştırıcı, makas gibi materyaller kullanmadan kâğıda şekil verme sanatıdır. Origaminin kâğıdın icadı ile birlikte ilk kez Çinliler tarafından yapıldığı ve sonrasında budist rahipler tarafından Japonya'ya getirildiği düşünülmektedir. Klasik origami ve parçalı origami olmak üzere iki başlıkta incelenen origaminin günümüzde farklı türleri de ortaya çıkmıştır. Mimari origami, kirigami (kâğıt kesme sanatı), pop-up origami bunlara örnek verilebilir. Klasik origami genellikle tek parça kâğıttan yapılırken, parçalı origami birbirine benzer parçaların birleştirilmesi ile oluşturulabilir. Modern origami olarak da adlandırılan diğer origami türlerinde yapıştırma ve kesme işlemleri yapılabilmektedir (Tuğrul ve Kavici, 2002).

Origami tekniği yapısal ve teknik özellikleri ile bilim ve sanat alanlarında çeşitli uygulamalara ilham kaynağı olmakta ve bu sanatın altında yatan matematik araştırmacıların giderek daha çok ilgisini çekmektedir. Bu çalışma origami katlamalarından hangi tasarım alanlarının nasıl etkilendiğini ve literatürde hangi çalışmaların yer aldığını inceleyerek, origaminin tasarım sürecindeki yerini sorgulamaktadır. Bugüne kadar yapılan çalışmalara bakıldığında, origami ve tasarım eğitimi ilişkisine dair bütüncül bir yaklaşım geliştirme zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

Bahsedilen araştırma açığını gözler önüne seren bu makale, origaminin tasarım eğitimiyle bütünleştirilmesi için bir çerçeve önerisi sunmayı amaçlamaktadır. Makalede, origaminin tasarım eğitiminde üç boyutlu düşünme ve form oluşturma, davranışsal beceriler ve işbirliği yeteneği kazanma, bilişsel gelişim ve çok kültürlü farkındalık edinme, yapı strüktürünü anlama ve hesaplamalı tasarım/yapım anlayışı geliştirme gibi alanlarda bir öğrenme aracı olarak kullanılabilmesi tartışılmaktadır.

Bu kapsamda Başkent Üniversitesi, Mimarlık Bölümü'nde Parametrik Tasarım II dersinde konuyla ilgili yapılan çalışmalar detaylı olarak açıklanmaktadır. Bu ders içinde tamamlanmış olan "Katlı Dünyalar" adlı öğrenme modülünde origaminin tasarım eğitiminde kullanılmasının yolları aranmış; bu deneyimden elde edilen çıkarımlar ve benzer çalışmalar için öneriler makalenin sonunda paylaşılmıştır.

Origaminin Tasarım Dünyasındaki Yeri

Origaminin mühendislik ve tasarım alanlarında değerli bir araç olduğu giderek daha çok kabul görmektedir. Bu doğrultuda literatüre bakıldığında origaminin teknik ve yapısal özellikleri neticesinde pek çok alanda farklı kullanımlara imkân sağladığı görülmektedir. Origami şimdiye kadar mimarlık ve iç mimarlıkta, moda tasarımında, grafik tasarımda ve mühendislik tasarımlarında kullanılmıştır (Megahed, 2017). Mimarlıkta özellikle cephe ve strüktür elemanları olarak kullanılabilen origami (Soyluk ve

Sarıcıoğlu, 2015), bazı tasarımlarda yapının kendisini oluşturmaktadır. Origami, tasarım dünyasında işlevsel özellikleri kadar estetik değeri ile de öne çıkmaktadır.

Ayrıca, tasarımcılar origami sanatından etkilenmenin ötesinde, kâğıt katlamayı dijital bir dile dönüştürerek üretken bir tasarım anlayışı geliştirebilmektedir. Analog bir yöntem olan origaminin dijital sistemlere uyarlanması ve tasarım süreçlerine dahil edilmesi yenilikçi bir yöntem olarak değerlendirilmektedir (Yücebaşı ve Tüker, 2016).



Şekil 1. Al Bahar Kuleleri, Abu Dhabi



Şekil 2. Make Mimarlık, Kulübe

Origami mimarlık alanında cephe ve kabuk tasarımlarında kullanılmaktadır. Abu Dhabi'deki Al Bahar yapılarının cephe tasarımını incelediğimizde origami tekniğinin kullanıldığı elemanlar karşımıza çıkmaktadır. Güneş hareketlerine göre değişim gösteren bu elemanlar, origaminin tepkimeli mimari tasarım yapma imkânına da bir örnektir (Şekil 1). Make Mimarlık tarafından tasarlanan kulübelerde origami katlama sanatı ile mimari mekânın gece gündüz farklı kullanımına fırsat sağlayan işlevsel bir öneri geliştirilmiştir. Origami sayesinde ek bir mimari elemana gerek kalmadan bütüncül bir tasarım anlayışı geliştirilmiştir (Şekil 2).



Şekil 3. 2015 Giyilebilir Teknolojiler Yarışması



Şekil 4. Issey Miyake Tasarım Elbise

Giyilebilir teknolojiler yarışmasının örneği olan görselde, origaminin sunduğu teknik imkânlar, hamile kullanıcının beden değişimine adapte olacak şekilde kurgulanmıştır. Origaminin kendi doğasından kaynaklanan dönüşüm gösterebilme yeteneği bu tasarımda esnek kullanıma uygun bir çözüm sunulmasını sağlamıştır. Tasarımcılar tarafından insanların günlük yaşam deneyimlerine yardımcı olması ve işlevsel bir çözüm sunması için tasarlanan örnekler, origami sayesinde basit ve verimli bir hale getirilmiştir (Şekil 3).

Benzer şekilde origami katlamaları moda tasarımcısı Issey Miyake'nin koleksiyonunda da yerini bulmuştur. Giysilerin katlanmış halleri üzerinden tasarlanan koleksiyonda origami ve rejenerasyon kavramlarının temel alındığı görülmektedir. Her bir tasarım katlanmış şeklinden açıldığında farklı şekillerde giyilebilecek formlara dönüşmektedir. Origami katlamalarının sonsuz varyasyonlara yol açması tasarımı üretken bir sisteme dönüştürmektedir (Şekil 4).



Şekil 5. MoonMars 2018 Simülasyonu

Origami uzay mühendisliği çalışmalarında da sıkça kullanılmaktadır. Hem uzay araç ve ekipmanlarının yapımında hem de uydu tasarımlarında başvurulan Miura Ori tekniği ile uzaya gönderilecek yüzeylerin minimum yer kaplaması sağlanmaktadır (Şekil 5). Miura Ori bir hamleyle açılıp bir hamleyle kapanabilen ve kapandığında küçük ve düz bir yüzey oluşturan katlama tekniğidir. Bu tekniğin mühendislik tasarımlarındaki faydaları giderek daha çok anlaşılacaktır (Nishiyama, 2012).

Origami ve Tasarım Eğitimi

Origami, yaparak öğrenme, işbirlikçi öğrenme, yaratıcı öğrenme, aktif öğrenme, proje tabanlı öğrenme ve beyin temelli öğrenme gibi kavramlarla bağlantılı aktivite temelli bir yöntem olduğu için eğitimde önemli bir yere sahiptir. Özellikle yaratıcı öğrenme gerektiren tasarım eğitiminde bu tekniğin yer alması gerektiğinin en önemli göstergelerinden biri de, origaminin listelenen kavramlar arasındaki bağlantıyı sağlıyor olmasıdır. Origaminin bahsedilen katkıları sağlamadaki en önemli etkenler: beynin sağ ve sol yarım kürelerinin aktivasyonunu sağlaması, el ve parmak küçük kas gelişimini hızlandırması, el-göz koordinasyonunun gelişmesini sağlaması, sıra dışı düşünerek nesnelere farklı yönlerden bakabilme yeteneğini geliştirmesi ve üç boyutlu düşünebilme yeteneğini kazandırması olarak sıralanabilir (Tuğrul ve Kavici, 2002).

Eğitimin en erken süreçlerinde, Friederich Fröebel, kâğıt geometrisinin kavranmasını sağlamak ve öğrencilerin estetik anlayışını arttırmak için anaokullarında kâğıt katlamayı kullanmıştır. Joseph Albers, 20'li yıllarda Bauhaus'un hazırlık sınıfında öğrencilerine materyal bilgisi, geometri ve yapı arasındaki ilişkiyi kavratmak için origamiyi kullanmıştır (Buri ve Weinand, 2008).



Şekil 6. Joseph Albers Bauhaus Hazırlık Sınıfı Origami Çalışmaları

Bu makalede Albers ve Fröbel'in tasarım süreçlerinin izinde, katlanmış formlar ile çalışılarak öğrencilere tasarım becerileri kazandırılabilceği ortaya konmaktadır. Bilindiği üzere son yıllarda, tasarım eğitiminde öğrencilerin edindikleri bilgiden çok o bilgiyle nasıl çalışabildiklerine, bilginin nasıl kullanıldığına önem verilmektedir. Origami, aşağıda sıralanan özellikleriyle öğrencilere tasarım eğitiminde amaçlanan becerileri kazandırma potansiyeline sahiptir.

Origaminin Tasarım Eğitimine Katkıları

Tasarım eğitimi öğrencilerin birçok beceri ve yeterliliği kazanmasını gerektiren bir süreçtir. Bu yeterlilikler dijital yöntemlerle öğrenilebileceği gibi analog bir yöntem kullanılarak da öğrenilebilmektedir. Kâğıt katlama yöntemi, materyal uygunluğu ve teknik yeterlilikler sebebiyle tasarım eğitiminin verilmesine katkı sağlayabilecek önemli bir analog yöntemdir. Eğitim teorisyeni John Dewey'e göre öğrenme ancak aktif bir şekilde gerçekleştirilir (Dewey, 1902). Kâğıt katlama ile uygulamalı öğrenme imkânı yakalayan öğrenciler tasarım eğitiminin pek çok kazanımını bu yolla edinebilirler.

Origaminin eğitimde üç boyutlu düşünme ve form oluşturma, davranışsal beceriler ve işbirliği yeteneği kazanma, bilişsel gelişim ve çok kültürlü farkındalık edinme konularında bir öğrenme aracı olarak kullanılabilceği bilinmektedir (Upadhe, Patil ve Gadwal, 2016). Tasarım alanında öğrenciler, origami sayesinde iki boyutlu bir nesneyi üç boyutlu olarak nasıl değiştirebileceklerini görerek parçaların birbirine nasıl uyduğunu keşfedebilmektedir. Bir arada çalıştıkları zaman modelleri daha hızlı anlayabilmekte, birbirleriyle fikir ve düşünce alışverişinde bulunarak yeni formları ve yapım yöntemlerini geliştirebilmektedir (Megahed, 2017). Bu makalede origaminin tasarım eğitimine katkıları dört başlık altında incelenmiştir.

a) Davranışsal Beceriler ve İşbirliği

Origami tekrar edilen katlamalar ile uygulamalı bir öğrenme yöntemidir. Başarılı olmak için, öğrenci eğitimciyi yakından izlemeli ve özel talimatları dikkatli bir şekilde dinlemeli ardından düzgünlük ve doğrulukla bunları yerine getirmelidir. Bu süreç eğitimde öğrenci başarısının öğretmen değil etkinlik tarafından sorgulandığı bir durum yaratmaktadır. Origami, öğrencinin odaklanma yeteneğini geliştirerek özsaygısını artırması için de imkân sağlamaktadır (Upadhe, Patil ve Gadwal, 2016). Kağıt katlama sayesinde öğrenciler bir sonuç ürün oluşturarak motive olmakta ve başarı hissi kazanmaktadır. Origami çalışmaları öğrencinin kısa bir süre içerisinde tasarım sürecini ve ürünü görselleştirmesini sağlamaktadır (Sze, 2005).

Kâğıt katlama alıştırmaları aynı anda birkaç duyuya hitap ederek işbirlikçi öğrenme imkânı da sunmaktadır (Sze, 2005). İşbirliği, bir işin birçok kişi ile birlikte yapılması durumudur. Tasarım süreci işbirliğine en çok ihtiyaç duyulan alanlardan biridir. Bu nedenle tasarım eğitiminde, öğrenciler arasındaki iletişim ve işbirliğini sağlamak için bir arada çalışmaları teşvik edilmektedir. Origami katlamaları sırasında öğrencilerin birbirleriyle iletişim ve işbirliği kaçınılmaz ve doğal gelişen bir durumdur. Özellikle birçok parçanın bir araya getirilerek yapıldığı parçalı origami çalışmaları öğrenciye takım çalışmasının önemini uygulamalı olarak göstermektedir.

Kâğıt katlama uygulamaları yapılırken öğrencilere direktifler eğitici tarafından verilse de, öğrenciler arasında karşılıklı bir öğrenme ortamı oluşmaktadır. Öğrenciler modeli tamamlama sürecinde birbirleriyle diyaloga geçerek problem çözme stratejilerini paylaşmaktadır (Sze, 2005). Bu nedenlerden dolayı, origami tasarım eğitiminde işbirliğinin öğretilmesi için önemli bir araçtır.

b) Üç Boyutlu Düşünme ve Form Oluşturma Becerisi (Matematik Bağlantısı)

Tasarım eğitiminde geometriler arasındaki ilişkilerin kurulması ve öğrenilmesi büyük önem taşımaktadır. Origami katlamaları öğrencilerin geometrik şekilleri anlayıp yorumlamasına ve aralarında ilişkiler kurabilmesine katkı sağlamaktadır. Origami sayesinde uzay ve geometri ilişkileri uygulamalı ve pratik bir şekilde daha iyi anlaşılabilir (Megahed, 2017). Origami aracılığıyla öğrenciler geometrik şekillerin karakteristik özelliklerini ve birbirlerine nasıl dönüşebildiklerini yaparak öğrenebilmektedir. Ayrıca origami öğrencilere tasarım eserlerinde temel bir nitelik olan “üç boyutlu düzen” kavramını da öğretmektedir.

Japon çocuklarının, karşılaştırmalı büyüklükler konusunda sahip oldukları önemli bilgilere bakıldığında küçük yaştan itibaren verilen origami eğitiminin etkili olduğu görülmektedir. Özellikle mekânsal algılama becerilerinin ve matematiksel bilgiler üzerindeki hâkimiyetlerinin gelişmiş olmasının origami ile bağlantılı olduğu görülmektedir. Büyüklüklerin karşılaştırılması matematiksel zihin gelişiminin ilk basamağı olduğundan, origami sayesinde bu aşamaya en iyi şekilde geçilebileceği öngörülmektedir (Yuzawa vd. 1999).

c) Bilişsel Gelişim ve Çok Kültürlü Farkındalık

Bilişsel gelişim kişinin yaşamı boyunca çevresiyle ilişkisini sağlayan, bilgi üretim ve değerlendirilme sürecini anlamlandıran, tüm zihinsel süreçlerini içine alan bir gelişim alanıdır. Öğrenciler kâğıt katlama sanatı ile motor becerilerini kullandıkça mekânsal algılarını arttırmaktadır (Sze, 2005). Kâğıdın farklı formlara tekrarlı olarak dönüşmesi zihni origami uygulamasına dair sonsuz olasılıklara açmaktadır

(Megahed, 2017). Bu süreç öğrencinin bilişsel gelişimini etkileyerek yaratıcılığını arttırmaktadır.

Tasarım eğitiminde karşılaşılan bir probleme, daha önce diğer tasarımcılar tarafından nasıl bir çözüm üretildiğini araştırmak eğitimin önemli bir parçasıdır. Origami katlamaları ile tanışan öğrenci, yeni modeller ve yöntemler elde edebilmek için öncül tasarımları araştırmaya başlamaktadır. Bu araştırmalar öğrencilerin başta Japon kültürü olmak üzere değişik kültürler hakkında farkındalık geliştirmelerine de yardımcı olmaktadır.

d) Strüktürü Anlama ve Hesaplamalı Tasarım/Yapım Anlayışı Geliştirme

Origami mekânsal dönüşümler hakkında farkındalık oluşturmak ve mimari yapıdaki strüktürel çözümleri anlamak için bir araştırma aracı olma potansiyeline sahiptir. Özellikle sıkışabilen, esneyebilen formların ve katlanabilir strüktürlerin oluşturulabilmesi, dönüşebilen kinetik tasarımlar yapılabilmesi konusunda origami bir araç olarak kullanılmaktadır (Tuğrul ve Kavici, 2002). Taşıyıcı sistemin anlaşılabilmesi, tasarımın stabilitesinin sağlanabilmesi gibi konularda origami basit ve etkili bir yöntem olmaktadır. Tasarımcıya malzemenin kendi doğasından kaynaklı strüktürel potansiyellerini öğretebilmek için kâğıdın kullanılması pratik bir şekilde algılamayı sağlamaktadır. Katlanmış plakalı yapılarda ve kabuk yapılarda sıkça karşımıza çıkan origami kullanımı eğitim sürecine dâhil olduğunda tasarımın basitçe prototipinin üretilmesi açısından da uygun bir yöntemdir. Kâğıt katlama ile katlanmış plaka yapılarının geometrisi ve sertliği çok doğrudan ve sezgisel olarak algılanmaktadır. Kâğıtların katlanıp hareket ettirilerek el göz koordinasyonunun sağlanması öğrenciye doğal bir kavrayış sağlamaktadır (Buri ve Weinand, 2008).

Art arda kendi üzerine katlanan bir düzlemin, katlar geriye doğru açıldığında yüzey üzerinde çizgiler oluşturmasıyla yapılan origami çalışmalarında, birkaç katlamadan sonra oluşacak kat çizgilerinin kontrolü tasarımcı için kontrol edilmesi zor, hatta imkânsız bir hal almaktadır. Bunun sebebi oluşan parametrelerin sayısının hızla artması ve sonucun algılanmasının zorlaşmasıdır (Tuğrul ve Kavici, 2002). Aynı zamanda düzenleyici çizgilerden oluşan bu altyapı, farklı katlamalarla çok sayıda varyasyonun üretilmesine olanak sağlamaktadır. Bu durum bize origami sisteminin üretken bir sistem olduğunu göstermektedir. Parametrik bir yaklaşımla çalışılabilecek bir teknik olan origamide her aşama diğer aşamaları ve sonucu etkilemektedir. Bu durum öğrencilerin süreci de tasarlayarak hesaplamalı bir tasarım anlayışı geliştirmesini desteklemektedir.

Katlı Dünyalar: Tasarım Alanında Katlayarak Öğrenme Üzerine Bir Çalışma

Yukarıda tartışılan çerçeve içerisinde, Başkent Üniversitesi, Mimarlık Bölümü, Parametrik Tasarım II dersi kapsamında “Katlı Dünyalar” başlıklı bir proje yürütülmüştür. Bu projede öğrencilerden origami tekniğini kullanarak bir tasarım problemine çözüm bulmaları istenmiştir. Tasarım probleminin herhangi bir ölçekte olabileceği (şehir, çevre, yapı, mobilya, ürün, vb.) öngörülmüştür. Öğrencilerden tasarım problemini tanımlamaları ve son ürünün bu probleme nasıl bir çözüm getirdiğini senaryo görselleriyle göstermeleri istenmiştir. Altı haftalık projenin ilk haftasında öğrenciler origami hakkında bilgilendirilmiş ve sınıf uygulamaları ile temel origami tekniklerini öğrenmiştir. Daha sonraki süreçte stüdyo kritiklerinin de yardımıyla öğrenciler cephe elemanı, dönüştürülebilir mekânsal kabuk, katlanabilir mobilya, hareketli aydınlatma elemanı, sıkıştırılabilir bavul gibi pek çok değişik tasarım geliştirmişlerdir. Bu tasarımlar öğrencilerin temel origami katlamalarının varyasyonlarıyla oluşturmalarıyla zenginleşmiştir (Şekil 7).

Sürece başlandığında temel origami teknikleri öğrenilirken öğrencilerin el becerileri ve kavrama yetenekleriyle orantılı olarak zorlanmalar yaşanmıştır. Fakat verilen örnek modellerin bireysel çalışmalar olmalarına rağmen takım çalışmasına dönüştüğü, öğrenciler arasında iletişimin ve işbirliğinin sağlandığı görülmüştür. Öğrenciler verilen origami modellerini oluşturabilmek için talimatları tekrar tekrar gözden geçirmiştir. Origami modellerini öncelikli tamamlamak öğrenciler için ciddi bir motivasyon ve güven kaynağı oluşturmuştur.

Öğrencilerin origaminin çeşitli tasarım alanlarında kullanımlarını gördükçe yeni formlar üzerinde düşünüp çalışmaya başladıkları görülmüştür. Ders kapsamında yapılan uygulamalarda öğrencilerin farklı kaynak ve yöntem arayışlarına girdikleri, yeni modelleri keşfetmekten ve araştırmaktan keyif aldıkları gözlemlenmiştir. Öğrencilerden origami tekniği ile bir tasarım yapmaları istendiğinde, bazıları origaminin kompakt bir forma dönüşebilirliğine odaklanırken bazıları ise kinetik imkânlarını kullanmıştır. Origaminin estetik boyutu da öğrencilerden takdir görmüştür. Ders kapsamında yürütülen origami katlamaları sırasında katılımcılar, birbirleriyle iletişime geçerek, yönteme dair fikir birliği ve tartışma ortamı oluşturmuşlardır. Doğal bir şekilde takım çalışması yaparak sonuca ulaşmaya çalışmışlardır. Farklı katlama yöntemlerini tartışarak öğrenmeye çalıştıkları ve gelişim gösterdikleri görülmüştür.

Projenin sonunda öğrencilerden origami modellerini oluştururken kullandıkları katlamaları algoritmik olarak açıklamaları beklendiğinde hesaplamalı tasarım anlayışlarının geliştiğine dair olumlu sonuçlar alınmıştır. Mobilya ve kabuk tasarımı yapan öğrencilerin yaşadıkları strüktürel sıkıntılar süreç içerisinde çözülerek öğrencilerdeki strüktürel algı geliştirilmiştir. Bahsedilen sonuçlar göz önüne alındığında origaminin tasarım eğitiminde kullanılmasının öğrencilere farklı bakış açıları ve çeşitli tasarım becerileri kazandırdığı görülmüştür.



Şekil 7. Başkent Üniversitesi, Mimarlık Bölümü, Parametrik Tasarım II Dersinde Üretilen Origami Çalışmalarından Örnekler

Sonuç

Origami tasarım alanında pek çok uygulamaları bulunan önemli bir teknik ve esin kaynağıdır. Origaminin tasarım eğitiminde kullanımı da eğitimciler ve öğrenciler için pek çok olanaklar sunmaktadır. Bu makale, origaminin tasarım eğitimindeki katkılarını dört başlık altında incelemiş ve bunları bir örnek çalışmadan elde edilen bulgular ışığında tartışmıştır. Tasarım eğitiminin disiplinlerarası bir anlayışla, farklı teknikleri ve yaparak öğrenmeyi kucaklayarak gerçekleştirilmesi dijital çağda sanat ve tasarım eğitiminin olmazsa olmaz bir koşuludur. Bu makalenin bu yöndeki çalışmalara yardımcı olması umulur.

Kaynakça

Buri, H. & Weinand, Y. (2008). ORIGAMI - Folded Plate Structures, Architecture. The Proceedings of the 10th World Conference on Timber Engineering (ss. 2-5). Engineered Wood Products Association.

Dewey, J. (1902). The Child and the Curriculum. Chicago: University of Chicago Press.

Megahed, N. A. (2017). Origami Folding and its Potential for Architecture Students. The Design Journal, 20(2), 279-297.

Nishiyama, Y. (2012). Miura Folding: Applying Origami to Space Exploration. International Journal of Pure and Applied Mathematics. 79(2), 269-279.

Soyluk, A. & Sarıoğlu, P. (2015). Kinetik Mimarlıkta Cephede Origami ve Akıllı Malzeme Kullanımı. Mimarlar, 9(12), 62-66.

Sze, S. (2005). An Analysis of Constructivism and the Ancient Art of Origami. ERIC Database. Online Erişim: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED490350.pdf>

Tuğrul, B. & Kavici, M. (2002). Kağıt Katlama Sanatı Origami ve Öğrenme. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 1(11), 1-17.

Upadhe, S. N., Patil, R. M. & Gadwal, S. B. (2016). Using Origami to Teach Engineering Curves. International Journal Of Innovation in Engineering. Online Erişim: https://www.ijert.org/admin/papers/1460121202_NITET - 2016.pdf

Yuzawa, M., Bart, W. M., Kinne, L. J., Sukemune, S. & Kataoka, M. (1999). The Effect of “Origami” Practice on Size Comparison Strategy Among Young Japanese and American Children. Journal of Research in Childhood Education, 13(2), 133-143.

Yücebaş, A. & Tüker, Ç. Katlama Yoluyla Örüntü Üretimi, X. Mimarlıkta Sayısal Tasarım Ulusal Sempozyumu Bildiriler Kitabı (ss. 1-10). İstanbul Bilgi Üniversitesi.

Şekil Kaynakçası

Şekil 1: <https://www.augi.com/articles/detail/the-iot-in-aec>

Şekil 2: <https://www.we-heart.com/2014/02/11/make-architects-kiosks>

Şekil 3: <http://www.designindaba.com/articles/creative-work/origami-inspired-dress-fits-every-stage-pregnancy>

Şekil 4: <https://metropolisjapan.com/future-fashion/>

Şekil 5: <https://newatlas.com/origami-habitat-moon-mars/56458>

Şekil 6: <https://www.arihsharon.org/Archive/Bauhaus-and-Berlin/Vorkurs-Three-Dimensional/i-JCtnQdd> ve <https://www.fostinum.org/bauhaus.html>

Şekil 7: Yazarların özel arşivi

Arkeolojide Dijital Belgeleme Letoon Kutsal Alanı'nda Eni Mahanahi'nin Yolculuğu

Zeynep Berfin ERSAYIN // zynepersayin95@gmail.com

*Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Fen Bilimleri Enstitüsü
Mimarlık A.B.D. Yüksek Lisans Öğrencisi.*

Prof. Dr. Sema ATİK KORKMAZ // atiks@baskent.edu.tr

Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Mimarlık Bölümü.

ÖZET

Bu bildirinin amacı, öznenin (Suje) nesne (Objekt) ile ilişkisinin günümüze kadar farklı şekillerde oluşturulmasının örnekleri ile ilgilenen arkeoloji biliminin geleneksel belgeleme yöntemlerinin çağımızın dijital dünyasına uyumlanmaya başlanmasını irdelemektir. Son yıllarda birçok ülkede insan eliyle ya da doğa şartlarından kaynaklanan her türlü tahribata açık taşınır ve taşınmaz kültür varlıkları ile müzelerde sergilenen arkeolojik eserlerin dijital platformlara aktarılması gerçekleştirilmektedir. Bildiri Dijital Arkeoloji Enstitüsü'nün (The Institute for Digital Archaeology, IDA, Harvard ve Oxford Üniversiteleri ile Dubai Gelecek Müzesi ortak girişimi) çalışmalarının irdelenmesi ile Başkent Üniversitesi Letoon Arkeolojik Araştırma Projesi (LAAP) kapsamında Fethiye Müzesi'nde korunan ve "2" envanter numarasıyla sergilenen ana tanrıça (Eni Mahanahi) yontusunun dijital belgelenmesi hakkındadır.

Arkeolojik miras biz insanların yaşamında uygarlık tarihindeki yerimiz üzerine düşünmek ve geçmişimizle görünür bir bağ kurmak için önemli bir araç oluşturmaktadır. Farkında olmaksızın etkilendiğimiz geçmişimiz yenilenen ve gelişen bilgilerle müthiş bir değişim kaynağıdır. Köklerimiz güçlü kılan

ve yaşamımızda bizi besleyen kültürel mirasın doğru yöntemlerle araştırılarak ve korunarak gelecek nesillere aktarılması dünyanın geleceği için önemlidir. Bu nedenle günümüzde yaygın olarak kullanılan “kültürel bellek” kavramı, arkeoloji bilimi açısından da yeni tartışma alanları yaratmaktadır.

Güneybatı Anadolu’da Parha/Perge’den, Milawanda/Miletos’a dek uzanan geniş topraklara Hitit ve Mısır kaynaklarında “Lukka Ülkesi”, halkına da “Lukka halkı” denir. Lukkalar, Anadolu’nun güney ve batı kıyılarında oturan Luvi halklarından. Luviler, Hititler ve Parhalar gibi en geç M.Ö.3. binyılda Anadolu’ya dışardan gelen göçmenlerden midir, tam bilinmez. Çünkü son araştırmalar, onların Anadolu yerlisi halklar olabilme olasılığını da bilimin gündemine taşımıştır. Lukka Ülkesi, ilk kez M.Ö. 8.yy’da Homeros’un İlias Destanında Lykia olarak geçer. Ülke, tarihin her döneminde Hititçe adlarıyla da bilinen en büyük ve en eski dört kenti, Tlos, Pınara, Ksanthos, Patara ve Lykia’nın ulusal dinsel merkezi Letoon’u içinde barındıran Ksanthos Ovası’na paralel, Alakır Çayı ile Dalaman Çayı arasındaki kıyı şeridini kapsar şekilde oluşmuştur. Çünkü yanlışlıkla günümüzde “Lykia” olarak adlandırılan Teke Yarımadası üzerinde, aynı soydan gelen iki halk daha vardır: Elmalı Yaylası’nda Milyaslılar ile Olympos ve Termessos arasındaki dağlıkta Solymler. Teke Yarımadası’nın bütünüün “Lykia” olarak adlandırılması, bölgenin M.S.43 yılında bir Roma Eyaleti’ne dönüşmesiyle de bağlantılıdır. Letoon Lykia Bölgesinin batı ucunda, bölgenin büyük kentleri olan Ksanthos, Patara ve Pınaranın orta noktasında bir ortak tapınım alanıdır. Dip tarihi bilinmeyen çok sesli ve çok katmanlı bir sunak, bir hac merkezidir. Dünyada tapınım merkezi olarak düzenlenmiş yerleşimlerin en çarpıcılarından bir tanesidir. Letoon Kutsal Alanı Luvice “Annis Massanassis” olarak anılan “tanrıların anası”na adanmış kutsal su kaynağının çevresinde kayalıklar üzerinde gelişmiş bir kült merkezidir. Letoon Annis Massanassis’in Likçe karşılığı olan Eni Mahanahi ile çocukları Ertemi ve Natri’nin ya da eski Yunan dininde bilinen adlarıyla Leto ile Artemis ve Apollon’un ilk ismi bilinmeyen ortak tapınım merkezidir. Alanın erken izleri MÖ 2. bine kadar uzanır. “Siyanti nehrinin (Eşen Çayı) karşısında bir tapınağı olduğu” cümlesi bir Hitit metninde yer alır. Hellence olmadığı bilinen Leto adı Likçe lada / hanım (-efendi) ile örtüşür. Leto’nun adını taşıyan dünyadaki tek yerleşim Letoon’dur. Bu nedenle Likçe adı Ertemi olan kızının kült heykeli Letoon Artemis Tapınağı’nın içinde öylece bırakılan kayanın kendisidir. Letoon’da bulunan bir yontu belki de bu eski kadim zaman Eni Mahanahi ana tanrıça tapınımının somut belgesidir. Antik dünyadaki din ve siyaset arasındaki çok sıkı bağlar nedeniyle alınan politik kararların kamuya yazılı olarak deklare edildiği ve kentler arasında imzalanan anlaşma metinlerinin kopyalarının saklandığı bir alan olmasıyla Letoon, Lykia’nın arşivi ve önemli bir belleğidir.

09/12/1988 tarihinde Ksanthos ile birlikte Birleşmiş Milletler’in alt komisyonu olan UNESCO’nun hazırladığı Dünya Kültür Mirası Listesi’ne üstün evrensel değerleri; Likya ve sonrasında Batı mimarisine olan etkisi, Likçe’nin kısmen anlaşılmasına olanak veren iyi korunmuş epigrafik belgeleriyle kültürel (ii) ve (iii) kriterlerine uygunluğu nedeniyle dahil edilmiş olan Letoon Kutsal Alanı’nda bilimsel araştırmalara 1962 yılında Prof. Dr. Henri Metzger başkanlığında Fransız ekip tarafından başlanmıştır. Letoon’daki ikinci dönem araştırmaları 2011 yılından bu yana Bakanlar Kurulu kararı ile T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü’nün izinleri ve finans destekleri ile Başkent Üniversitesi adına multidisipliner bir ekip tarafından Letoon Arkeolojik Araştırma Projesi (LAAP) kapsamında sürdürülmektedir.¹ Keşfedilmesinin üzerinden 175 yıl geçmiş bu dünya mirası arkeolojik alanının cevaplanması gereken stil ve inşa soruları olduğu gibi, korunarak gelecek kuşaklara aktarılması bağlamında karşılaşılan yeni sorunlar da vardır. Bu sorunların başında dünyadaki tüm arkeolojik alanlarda olduğu gibi alanda veri toplanması ve toplanan verinin yönetilmesi gelmektedir. İçinde yaşadığımız dönemde yaşanan silahlı çatışmalar, savaşlar, vandalizm, kentleşme, iklim değişikliği ve doğal afetler nedeniyle arkeoloji disiplinin geleneksel metodları yerini dijitalleşmeye bırakmakta ve verinin saklanması bu yeni boyuta evrilmektedir. Bu bağlamda dijital arkeoloji değerli ve ünik arkeolo-

¹ Atik-Korkmaz, 2016, 189-190.

jik malzemenin kataloglanması, sınıflanması ve yeniden üretiminin geliştirilmesi alanlarında kullanılır hale gelmiştir. 3D baskı ve robotik oyma teknikleri de gün geçtikçe gelişerek arkeolojik belgeleme çalışmalarında kendine daha fazla kullanım alanı bulmaktadır.

Dünyadaki gelişmeler incelendiğinde odak noktasını yakın dönemde Suriye’de yaşanan savaş ve bu savaşın doğurduğu aktörlerden bir tanesi olan Irak ve Şam İslam Devleti’nin (İŞİD)’in arkeolojik alanlarda yarattığı tahribat oluşturmaktadır.² İŞİD’in söz konusu tahribatı dünyada bir ilk olmayıp yakın geçmişte Irak Savaşı’nda müzelerin yağmalanması, Bosna Savaşı’nda Mostar Köprüsü’nün yıkımı, Balkanlarda Türk Dönemi kültürel miras izlerinin tahribatı ya da daha geniş bir perspektifte Hristiyanlık sonrasında Parthenon’un heykellerinin insan eliyle yok edilmesi ve Roma İmparatorluğunun çöküş süresinde Roma kentinde yaşanan tahribatlar ilk akla gelenler olabilir. Tüm uygarlık tarihimiz benzer olaylarla doludur. Bu tahribatların tümünde insan düşüncesinin ürünü olan maddi kültür varlıkları çeşitli sebeplerle tahribata uğramış ya da tamamen yok edilmişlerdir.

Son yıllarda birbiri ardına kurulan dijital arkeoloji enstitüleri ve mevcut arkeoloji bölümlerinin müfredatlarının dijital belgeleme tekniklerini de kapsayacak şekilde güncellenme programları incelendiğinde arkeolojide dijitalleşmenin 2012 yılından bu yana hız kazandığı görülmektedir. Dijital arkeoloji enstitülerinin en dikkat çekicilerinden bir tanesi kültürel kimliğimizin bu öneme sahip bilgilerini ve ortaya çıkarmak ve bu keşifleri dünyayla paylaşmak amacı ile Harvard ve Oxford Üniversitelerinin ortak girişimi ile 2012 yılında kurulmuş olan The Institut for Digital Archaeology / Dijital Arkeoloji Enstitüsü’dür (IDA). Enstitü, arkeoloji ve tarihi eserlerin korunması noktasında dijital görüntüleme ve 3D yazıcıların kullanılmasını desteklemeyi ve yaygınlaştırmayı amaçlamaktadır. Bu dijital arşivler ile interdisipliner işbirliği ve araştırma için kitle kaynağına (crowdsourcing) ulaşılmasının teşvik edilmesi hedeflenmektedir. IDA Dubai Gelecek Müzesi’nin finansal desteğiyle Million Image Database / Milyon Görüntü Veri Tabanı Projesini oluşturmuştur. Projenin misyonu insanlık tarihi için açık erişimli bir görsel arşivin oluşturulmasıdır. Proje kapsamında Suriye’de yaşanan savaş nedeniyle risk altındaki, hasarlı ve tahrip edilmiş arkeolojik eserlerin de üç boyutlu sanal modellerininin üretilmesi hedeflenmiştir. 2015 yılının başında UNESCO işbirliği ile Enstitü, 5.000 adet düşük fiyatlı 3D kamerayı Ortadoğu ve Kuzey Afrika’da çatışma bölgelerinde gönüllü fotoğrafçılara dağıtmıştır. Fotoğrafçılardan tehdit altındaki kültürel yapı ve nesnelerin fotoğraflarını çekmeleri istenmiştir. Görüntüler, bir veri tabanına yüklenerek araştırma, eğitim ve 3D kopyalama için kullanılacak şekilde organize edilmiştir. Organizasyon, 2017’ye kadar risk altındaki yapıların 20 milyon kadar görüntüsünü toplamıştır. Million Image Database / Milyon Görüntü Veri Tabanı gibi projeler aracılığıyla, disiplinler arası işbirliğini ve dünyanın dört bir yanındaki kurumlarla ortaklıklar yoluyla araştırmaların kitlesel kullanımını teşvik eden erişilebilir dijital arşivler oluşturulmaktadır. Toplanan veriler ile bilgisayar modelleri, bilgisayar kontrollü 3D baskı ve işleme teknikleri kullanarak, mimari nesnelerin tam ölçekli kopyalarının oluşturulması da IDA’nın hedefleri arasındadır.

2013 yılında Pariste kurulmuş bir Fransız şirketi olan ICONEM ise kültürel miras alanlarınının 3D olarak dijitalleştirilmesinde uzmanlaşmış özel bir girişim olarak görülmekle birlikte, uluslar arası örgütler, ulusal hükümetler, yerel yönetimler, UNESCO, Ağa Han Kültür Kültürü, Umman Sultanlığı, Paris Şehri ve Louvre gibi dünya çapında müzeler ile birlikte çalışmaktadır.



Resim 1. Palmyra Antik Kenti <https://www.ft.com/content/f166e1e4-4b10-11e5-b558-8a9722977189>



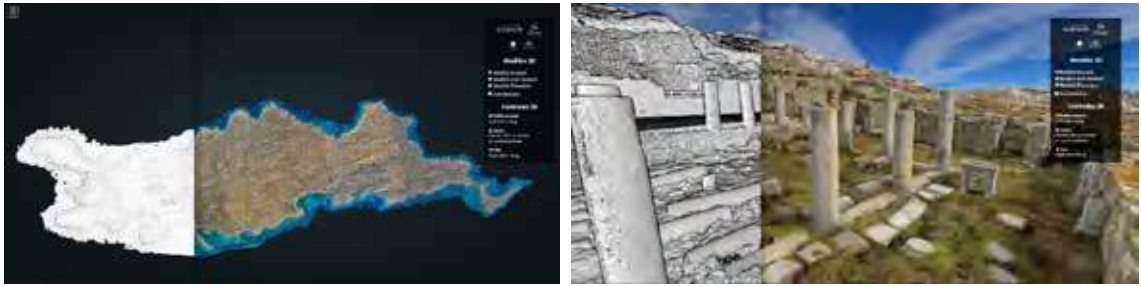
Resim 2 Zafer Takı'nın Sergilenmesi <http://digitalarchaeology.org.uk/>

İŞİD'in 2015 yılında gerçekleştirdiği eylemler sonucu tahribata uğrayan alanların en önemlilerinden biri de Palmyra kentidir. Roma İmparatoru Septimius Severus'un yönetimi sırasında M. S. 3. yüzyılda inşa edilmiş ve Septimius Severus Kemerleri olarak da bilinen Palmyra Zafer Takı kuşkusuz ki kentin en önemli anıtlarından biridir. Kent saldırılar sonrası ağır tahribata uğramıştır. UNESCO ekibinin İŞİD'in elinden alınan Palmira Antik Kenti hakkında hazırladığı rapora göre çok sayıda eserin kaçırılmış ve taşınmaz kültür varlıkları da ağır tahribat görmüş, kent tehlike altındaki miras listesine alınmıştır³. Bel Tapınağı ve Palmyra'daki diğer dört simgesi de ek olarak dahil edilen çalışma, ICONEM ve Suriye Eski Eserler ve Müzeler Müdürlüğü (DGAM) ile birlikte, "Suriye Miras" projelerinin bir parçası olarak Palmyra kentinin kalıntılarını belgelemek için ortaklık çalışması geliştirilmiş ve tüm dünyada benzer şekilde tahribata uğrayan ya da tahribata uğrama riski taşıyan eserlerin dijital ortama aktarılmaları için bir model oluşturmuştur. Yapılan fotogrametrik inceleme ile, arkeologlar ve koruma uzmanları tarafından Bel Tapınağı'nın 3 boyutlu ayrıntılı bir modelini üretmişlerdir. Üretilen kopya ilk olarak New York Times Meydanında ve Londra'nın Trafalgar Meydanı'nda sergilenmiştir.

2013 yılından bu yana ICONEM Delos, Halep, Angkor, Baelo, Haydarabad başta olmak üzere İtalya, Fransa, İspanya, İngiltere, Türkiye (Koç Üniversitesi'nin desteğiyle), Yunanistan, Libya, Sudan, Suriye, Irak, İran, Ermenistan, Pakistan, Özbekistan, Hindistan'da belgeleme çalışmaları gerçekleştirmiştir.

3 WHC/16/40.COM/7A, WHC/16/40.COM/7A.Add and WHC/16/40.COM/7A.Add.2; 40 COM 7A.21

Yunanistan'ın en eski yerleşim alanlarından biri olan Delos Adası'nda Atina Fransız Arkeoloji Enstitüsü için küçük bir uçak kullanarak tüm adayı dijital ortama aktarmıştır. Çok-kameralli bir direğe sahip zemin seviyesindeki fotoğraflar, restorasyon için sahayı incelemek üzere enine kesitler ve diğer mimari etütler oluşturmak için kullanılan son 3D modeli oluşturmak için drone görüntüleri ile entegre edilmiştir. ICONEM'in modeli de, UNESCO Dünya Mirası listesindeki mesafelerin, alanların ve hacimlerin ölçülmesinde etkili ve kesin bir araçtır. Son olarak, son derece hassas model, insanların Akdeniz ticaretinin bu inanılmaz eski başkentinin kalıntılarını uzaktan keşfetmelerini sağlayabilecektir.



Resim 3.4. Iconem Delos Çalışmaları <https://www.iconem.com>

ICONEM'in dijital belgeleme çalışmalarından bir diğeri Suriye'de Halep kentinde gerçekleştirilmiştir. Çok katmanlı bir kent olan Halep, savaş sırasında büyük çatışmaların merkezi olmuştur. Eski şehri kültürel değerleriyle aynı zamanda UNESCO Dünya Mirasıdır. ICONEM Eski Eserler ve Suriye Müzeleri Genel Müdürlüğü ile birlikte çalışarak 2017 yılında drone kullanarak binlerce metrekare taranmıştır. Bu veriler eski şehrin 3 boyutlu bir modelini yeniden yapılandırmak için kullanılmış; Kale, çarşı ve Büyük Emevi Camii'nin bireysel 3D modelleri; ve şehir merkezinin bir ortofoto haritası çıkarılmıştır. Bu kaynaklar mevcut hasar durumunu belgelemektedir. Mimari değerlendirme için çok önemli araçlardır ve yeniden yapılanma projeleri için hayati önem taşımaktadır. Palmyra Kenti, uğradığı tahribat ve tahribattan sonra gerçekleştirilen çalışmalar dünyada etki yaratmış ve dijital arkeoloji alanında çalışmaların gelişmelerine öncü olmuştur. Ancak toplanan bu denli büyük verinin nasıl kullanılacağı da dijital belgeleme çalışmalarında önemli bir sorun oluşturmaktadır. Verinin açık erişimle kamuya açık hale getirilmesi bilim insanları için önem arz ettiği kadar kaçakçılar için de bir başvuru kaynağı oluşturduğu akılda tutulmalıdır.



Resim 5. Iconem Halep Çalışmaları <https://www.iconem.com>

Başkent Üniversitesi'nin Dijital Belgeleme Çalışmalarında Rolü

Letoon Arkeolojik Araştırma Projesi (LAAP) Kültürel değerlerinin önemi ve eşsizliği nedeniyle gerek araştırılarak gelecek kuşaklara aktarılması amacıyla, gerekse yeni bir yönetim stratejisi ile ivedilikle sürdürülebilir bir alan yönetim planı oluşturulması, detaylı temizlik, envanterleme, mimari belgeleme, acil koruma, acil basit onarım, anastylosis, ileriye dönük restorasyon çalışmalarının planlanması, jeofizik etütler rezistivite ve GPR, araştırma ve kazı çalışmaları, jeomorfolojik araştırmalar, epigrafik araştırmalar, 3D ölçüm ve tarama çalışmaları ve alan düzenlemesi başlıklarından oluşmaktadır. LAAP kapsamında arazide sürdürülen kazı, araştırma, mimari belgeleme ve koruma çalışmalarının yanı sıra miras alanının Evrensel Değerler Beyanı kapsamında güncel haritaları oluşturulmuştur. UNESCO altıncı periyodik raporlama yılı olan 2014'te tüm paydaşlarla gerekli çalışmalar yapılarak tamamlanan veri anketleri UNESCO Merkezi'ne gönderilmiş ve miras alanının listede kalmaya devam etmesine önemli katkı sağlanmıştır.



Resim 6. Letoon Kutsal Alanı temenos 3D taraması Letoon Kazı Arşivi

Eni Mahanahi Yontusu

Lykia Ana Tanrıçası olarak Tunç Çağı'nda Eni Mahanahi vardı ve bir Hitit metnine göre o, "Siyanti Irmağı karşısında bir tapınağa" sahipti; Demirciç Lykiasında da ülkenin kadim tanrıçası olarak geleneksel konumunu koruyabilmişti¹046. Leto ise burada bu güçlü Ana Tanrıçanın yanında, onunla ya da Kybele ile eş tutulan bir "Anadolu Bacısı" sıfatıyla kendi özel ve ayrı kültürünün sahibi olmalıydı. Bu "idol" benzeri yarım yontu, büyük olasılıkla Letoon'da bir açık hava kaya kutsal alanına konmuş sunu resmi olarak, Lykia'da özdeş vasıflı iki ananın, eni mahanahi ile Leto'nun aynı zamanda varoluşunun belgesi sayılmalıdır². (Işık, 2012)



Resim 7. Eni Mahanahi Yontusunun Tarama Çalışmaları, Letoon Kazı Arşivi

4 Işık, 2001, 143-151.

Eğer öyleyse, şekilsiz gibi görünen bu eser Letoon'un bilinen en erken tarihli ve tanrıların anasına ait en somut bulgudur. Günümüzde Fethiye Müzesi'nde 2 envanter numarasıyla korunan heykelin Eni Mahanahi'nin açık havada kaya duvarı önünde duran bir betimi olduğu düşünülmektedir. Fethiye Müzesi'nin kuruluşunda Müzeye teslim edilen ikinci eserdir. Eserin izi sürüldüğünde Ülkemizde de çeşitli üniversitelerde dersler vermiş bir epigraf olan George E. Bean tarafından 1952 yılında tesadüfen tek bir kare siyah-beyaz fotoğraf ile belgelendiğini görüyoruz. Sonrasında eserin uzun süre unutulduğunu, Fransız meslektaşlarımız tarafından bitmemiş bir yontu olarak değerlendirildiğini, 2000 yılında Patara kazı başkanı Fahri Işık tarafından ilk kez kapsamlı şekilde incelendiğinde ise amorf bir yontu olmanın ötesinde bilinmeyen bir dip tarihten ses verdiği anlaşılmaktadır. Başkent Üniversitesi adına sürdürülen ikinci dönem Letoon kazılarında Letoon Kazı ekibi söz konusu eserin Fethiye Müzesi bahçesinden Müze içerisine taşınması konusunda Müze Müdürlüğü'ne başvurmuş ve eser Müze Müdürlüğü tarafından ivedilikle Müze binasına taşınarak bir sergi alanı oluşturulmuştur. Nihayetinde LAAP kapsamında 2016 yılında Fethiye Müzesi'nde Müze Müdürlüğü'nün izinleriyle yontu taranarak dijital ortama aktarılmış ve 3 boyutlu yazıcı kullanılarak küçük boyutlu kopyaları üretilmiştir.

LAAP kapsamında sürdürülen dijital belgeleme çalışmaları yalnızca Eni Mahanahi yontusu ile sınırlı olmayıp tüm alanın taranması, depo çalışmalarında küçük buluntular, mimari fragmanların ve Fethiye Müzesi'nde korunan Letoon'dan götürülmüş eserlerin taranması çalışmalarından oluşmaktadır. Bu çalışmalar bağlamında Fethiye Müzesi koleksiyonunda yer alan alanın dünya mirası statüsüne kavuşmasını sağlayan dünya üzerinde çok az sayıda bulunan nadir üç dilli yazıt-trilingue de belgelenmiştir. Çalışmalar sırasında el taramalarında 0,1 mikron hassasiyete sahip evo marka el tarayıcısı kullanılmıştır. Tarama datalarının gün ışığından etkilenmesi taranan blokların üç boyutlandırma çalışmalarında eksikliklere ve veri kaybına neden olduğundan depo taramaları gece gerçekleştirilmiştir. Alan taramalarında ise drone kullanılmıştır. Toplanan veriler depolanmış ve veri işleme aşaması Ankara'da gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen üç boyutlu taramalar sonucunda araştırmacılar çalışacakları veriye uzaktan erişime sahip olmakta ve gerek obje bazında gerekçe yapı ölçeğindeki çalışmalar yalnızca kazı süresince sınırlanmamaktadır.

Ülkemizde hem arkeoloji eğitiminde geçerli olan müfredatlar hem de arkeolojik alanlarımızın belgelenmesi dünyada gerçekleşmekte olan bu dönüşüme henüz adapte olmuş değildir. Bu nedenle bir dünya mirası olan Letoon'da verinin dijitalleştirilerek gelecek kuşaklara taşınması önem arz etmektedir.



Resim 8. Kazı deposunda mimari fragmanların dijital ortama aktarılması, Letoon kazı arşivi

Kaynakça

Atik-Korkmaz,S. 2016. “Ana Tanrıçanın Kutsal Alanı: Letoon / Sanctuary of Mother Goddess: Letoon” Lukka’dan Likya’ya. Sarpedon ve Aziz Nikolaos’un Ülkesi İstanbul: YKY, 186-205.

Harmanşah, Ö. 2016. “IŞİD, Kültürel Miras ve Küresel Medyada Yıkım Gösterileri” Birikim 322: 72-81. [Translation from English to Turkish: Asya Ece Uzmay]

Işık, F. 2012. Uygurluk Anadolu’da Doğdu. İstanbul: Ege Yayınları.

Keen, A. G. 1998. Dynastic Lycia. A Political History of the Lycians and Their Relations with Foreign Powers, . 545-362 BC

Kültürel Mirasın Dijital Olarak Belgelenmesinin ve 3 Boyutlu Modellenmesinin Koruma Ve Restorasyon Projelerindeki Önemi

Rezzan Efil ERDOĞAN // *efilerdogan1993@gmail.com*

*Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Mimarlık Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi*

Dr. Müge BAHÇECİ // *mugebahceci@yahoo.com*

*Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Mimarlık Bölümü Öğretim Üyesi*

ÖZET

Günümüzde yapılan araştırmalar sayısal teknolojilerin mimarlığın birçok alanında kullanıldığını göstermiştir. Bu teknoloji, özellikle kültürel mirasın ve korunacak yapıların çağdaş ve bilimsel yöntemlerle hassas, doğru ve hızlı bir şekilde belgelenmesine ve gelecek nesillere aktarılmasına olanak sağlamaktadır (Korumaz vd, 2011). Bu çalışma kapsamında hem belgeleme yaparken hem de yapıyı ayağa kaldı-

rırken 3 boyutlu modelleme tekniği kullanılarak yapıdaki kayıp alanların dijital ortamda tamamlanmasının restorasyon projesine olan katkılarından bahsedilecektir. Bu yöntemlerin kullanılması disiplinler arası çalışmayı zorunlu hale getirdiğinden kültür varlıklarının restorasyon ve koruma projelerinde uygulanması gereken bütünlüklü belgeleme sürecinin önemi ortaya çıkmıştır (Karabörk vd, 2015). Belirtilen nedenlerle, bu çalışmada restorasyon projelerindeki bütünlüklü belgeleme sürecinin etkileri yurt içi ve yurt dışı örneklerle irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel miras, dijital belgeleme, 3 boyutlu modelleme, bütünlüklü belgeleme süreci.

1.GİRİŞ

Kültürel mirasın gelecek kuşaklara sağlıklı bir şekilde aktarımının yapılabilmesi için ilk ve en önemli adım belgelemedir. Kültürel mirasın hassas, hızlı, doğru ve bilimsel bir şekilde aktarılması geçmişe ne kadar değer verildiğini gösterir. Bu farkındalığı günümüzde gelişen teknolojiyi kullanarak, gerek 3 boyutlu modellemeler gerekse de animasyonlarla çarpıcı bir şekilde ortaya koymak gerekir. Bu çerçevede, dijital belgelemede kullanılan yöntemler incelenmiştir. Dijitalleşmenin avantajları, dezavantajları örneklerle gösterilmeye çalışılmıştır. Makalede belgeleme ve belgelemede kullanılan dijital yöntemlerin önemi, belgeleme sürecinde disiplinler arası çalışmanın ne denli önemli olduğu, kültürel yapının 3 boyutlu görselleştirmesi ve kültürel mirasın dijital olarak belgelenmesi örnekler üzerinden

anlatılacaktır. Sayısal belgelemenin gelişen teknolojiyle birlikte korumaya olan katkılarından ve kültürel yapıların gelecek kuşaklara doğru bir şekilde aktarılacağından bahsedilecektir. Makalede, gelecek nesilleri bilinçlendirmek ve kültürel mirasın devamlılığını sağlamak, geçmişteki mimari birikimi açığa çıkartmak için mimari mirasın korunmasında sanal ortamda yapılan uygulamalar anlatılacaktır.

2. BELGELEME

Mimarlıkta belgeleme, en genel anlamıyla yapının fiziksel tanımının yapılmasıdır. Bu çalışma rölöve ve fotografik çalışma ile başlar, analitik rölöve ile devam eder. Analitik rölöve, yapının ölçülmesinin yanı sıra, yapı bünyesini ve değişme sürecini saptamak amacıyla yapılan çalışmaları kapsar (Kuban, 2000). Belgeleme, kültürel mirasın korunmasında yapılması gereken ilk aşamadır. Belgelemedeki analitik değerlendirme süreci, yapıdaki taşıyıcı elemanların fiziksel ve kimyasal değişimlerini, işlevlerini yerine getirip getirmediğini, yapıda gerçekleşen bozulmaların yerini ve türünü tespit edilip incelenmesini kapsar. Eğer yapıya sonradan eklenen bölüm varsa belirlenir. Belgelemenin birçok bileşeni vardır. Bunlar; araştırma, teorik altyapı, uygun yöntem seçimi, teknik, işbirliği, yayın ve bilgi sistemleri ve ekonomik destektir (Korumaz vd, 2011).

2.1.Belgelemenin Önemi

Kültürel mirasın ve yapının gelecek nesillere sağlıklı ve doğru bir şekilde aktarılması, yapı ya da yapıları çağdaş kullanımda değerlendirerek devamını sağlamak, yapının geçmişini öğrenmek, mevcut

durumunu tespit etmek, gelecekte hazırlanacak restorasyon ve restitüsyon çalışmaları için gerekli verileri toplamak, tarihi yapılardaki problemleri tespit etmek, koruma projelerine altlık oluşturan rölöve projelerini hazırlayabilmek için gerekli verileri elde etmek belgelemenin yol açtığı avantajlardandır (Korumaz vd, 2011). Belgelemenin bir diğer önemi ise halkı kültürel miras hakkında bilinçlendirmek ve yorumlarına açmaktır. Kültürel miras, kent kimliğinin ve toplumun bir parçasıdır; bu durumda belgeleme, sunum, iletişim ve öğretme etkisi de olan bir etmen haline gelmektedir (Korumaz vd, 2011). Halk kültürel miras hakkında ne kadar çok bilgi sahibi olur öğrenirse o kadar bilinçlenir ve kültürel mirasları korumak için çaba sarf eder. Belgeleme ne kadar sağlıklı yapılırsa yapının durumunu tespit edip, yapıyı korumak için yapılması gereken diğer adımlar daha doğru atılır. Kültürel yapının fiziksel analiz ve değerlendirilmesini de kapsayan belgeleme, bilimsel ve uygulanabilir bir restorasyon çalışmasının başarılı bir şekilde tamamlanması için gereklidir (Korumaz vd, 2011). UNESCO: “Miras, miras olarak neyi aldığımız ve geride neyi bıraktığımız arasında bir kemerdir.” demiştir. Bu tanımla birlikte son yıllarda kültürel mirası belgelemenin ve korumanın önemi vurgulanmıştır.

2.2. Belgelemede Dijital Yöntemlerin Önemi

Geleneksel yöntemlerle yapılan belgeleme çalışmaları gelişen teknolojiyle birlikte yerini dijital yöntemlere bırakmıştır. Böylelikle daha hassas, hızlı ve doğru bir şekilde kültür varlıkları belgelenebilmekte ve sonucunda daha iyi korunabilmektedir. Belgelemede kullanılan dijital teknikler aracılığıyla kültür varlıkları daha doğru ve çarpıcı bir şekilde sergilenebilmekte bu da gelecek nesillerin kültür varlıklarıyla ilgili bilgilerini ve hassasiyetlerini artırmaktadır. Mimari koruma alanının çözümleme, değerlendirme ve sentez süreçlerine özel, üç boyutlu ve ayrıntılı görsel ürünler de dijital ortamda, kolay ve hassas bir şekilde hazırlanabilir olmuştur (Turan, 2004). Rölöve ve belgeleme çalışmalarında kullanılan dijital yöntemler, geleneksel yöntem çözümlerine ek olarak dar mekanların cephe alımı, çatıların ölçümü, yüksek yapılardaki detay tespiti, ulaşılması zor yerlerde çizim gibi zorlu işlem adımlarında değişik alternatifler sunmaktadır (Karabörk vd, 2015). Bunun yanı sıra dijital yöntemler, klasik yöntemlere oranla arazide çalışma süresini kısaltıp, masa başı sürecinin tamamına yakın bir kısmında kişisel bilgisayarla yaygın bir kullanıcı kitlesinin belgeleme yapabilmesine olanak sağlar (Turan, 2004).

2.3. Belgeleme Yaparken Kullanılan Dijital Yöntemler

Belgeleme yaparken kullanılan dijital yöntemlerle ilgili mevcut teknolojiler ve metodolojiler, arkeolojik amaçlı, dijital koruma amaçlı, restorasyon amaçlı, koruma amaçlı, sanal gerçeklik uygulamaları, kataloğlar, web coğrafik sistemler ve görselleştirme gibi birçok amaçlı kullanılmak üzere 2B ve 3B sonuçlar vermektedir (Remondino, 2009). Günümüzde bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi, kültürel mirasın korunmasında gerçekleştirilmesi gereken ilk aşama olan belgelemenin sanal ortamda yapılabilmesine olanak sağlamıştır. Belgelemenin yanında sanal koruma, sanal restitüsyon, sanal rekonstrüksiyon gibi olanaklar da sunmuştur. Bu sayede tarihi yapıların özgün kullanım dönemlerindeki çok yönlü yansımaları, sanal ortamda yaratılmış ve canlandırılmıştır. Mimarlık ise kültürel miras kavramının en temel ve tartışmasız alanlarından biridir (Unver vd, 2005). Çünkü insanların yaşadığı ve tüm eylemlerin gerçekleştiği mekanlar o dönemi yansıtır. Böylece o döneme ait tüm kalıntıları, kültürleri içinde yaşadıkları mekanlar barındırmaktadır. Sanal ortamda o mekanları görsel ve işitsel olarak kurgulayıp canlandırmak o tarihi dönemi daha iyi kavramamıza yol açar. Böylece kültürel mirasın belgelenecek nesillere daha doğru bir şekilde aktarımı gerçekleşecektir. Kültürel mirası belgeleme alanında,

kullanılan dijital yöntemler; fotogrametrik yöntemler, 3 boyutlu modeller ve lazer sistemler olarak incelenmektedir.

2.3.1. Fotogrametrik Yöntemler

Mimari fotogrametri bir belgeleme yöntemidir. Mimari fotogrametri: sayısal (dijital) veya analog (fotografik) görüntüler üzerindeki bilgilerin, mimari nesnelerin ölçekli görsel bilgilerinin elde edilmesinde kullanılmak üzere değerlendirilmesi tekniklerinin bütünüdür. (Turan, 2004) Gelişen teknolojiyle ve bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte fotogrametrimin mimarideki kullanım alanı artmıştır. Mimari fotogrametri, fotoğraf üzerinden mimari objenin görsel verilerini, geometrik tanımlamasını, düzlemsel ve uzaysal konumunu, büyüklüğünü ve şeklini, doku bilgilerini içeren bilgiler edinmeyi hedefler (Korumaz, 2011). English Heritage, 2005 yılında mimari fotogrametri uygulamalarını amaç ve istenilenlere göre bölümlendirmiştir. (Tablo 1) Sayısal fotogrametriye olanak sağlayan yüksek geometrik hassasiyetli filmli ve dijital fotoğraf makineleri, yüksek çözünürlükteki tarayıcılar ve görüntü değerlendirme yazılımları hızla gelişmektedir. Dijital fotogrametri ile belgelenen tarihi yapılar; bilgisayar ortamında hazırlanan 3 boyutlu modelleri, animasyonları, çeşitli perspektifleri ayrıntılı olarak incelenebilmekte ve bunlara ulaşılabilmektedir (Turan, 2004). Böylece, kültürel miras daha iyi kavranıp, mekanlar daha gerçekçi bir şekilde hissedilecektir. Makalede fotogrametrik yöntemler, veri elde edilmesi, veri işleme ve nokta bulutu oluşturma başlıkları altında incelenecektir.

Uygulamaların Sınıflandırılması		Amaçlarına Göre						
		Mimari Anıtların Analizleri	Anıtların Korunması ve Restorasyonu	El Yapımı Eserler	Özel Çalışmalar	Arkeolojik Belgeleme	Kent Merkezleri ve Yerleşimleri Çalışmaları	CBS Sanal Müzeler
Sonuç türüne göre	2D Vektör Planlar/Kesitler							
	2D Dokulu Haritalar							
	3D Vektör Rekonstrüksiyonlar							
	3D Rekonstrüksiyon+Doku							
Metoda göre	Tek Resim							
	Stereo/Çok Resim							
	Çok Sensörlü Birleşim							
Önemine göre	Teknik Yönden							
	Dokümantasyon, Arşivleme, Görselleştirme Yönden							
	Finansal Yönden							
	Zaman Yönden							

Tablo 1. Mimari Fotogrametride kültürel mirasın belgelenmesinde amaç ve istenenlere göre uygun metodların sınıflandırılması (English Heritage, 2005).

I. Veri Elde Edilmesi

3 boyutlu model oluşturabilmek için gerekli verilerin elde edilmesinde birçok faktör etkilidir. Örneğin, uydu ve hava görüntülerinde, hava koşullarına bağlı olarak çeşitli sınırlamalar olabilmektedir. Yapının bulunduğu arazinin konumu, mesafesi, ulaşılabilirliği, eğimi, yapının geometrisi, boyutu ve malzemesi veri elde edilirken uygulanan iş adımlarını etkilemektedir (Korumaz, vd, 2011). Özellikle yapı yüzeyinin dokusu, yansıtıcılık ve geçirgenlik gibi özellikler ölçüm sürecini, noktaların 3 boyutlu koordinatları ve gerçek yüzey geometrisi arasındaki ilişkiyi ve veri elde edilmesini etkilemektedir (Remondino, 2009).

II. Veri İşleme ve Nokta Bulutu Oluşturma

Fotogrametride metrik doğruluk araçların pozisyonuna ve geometriye bağlı olmakla birlikte binanın bir ön analizine ihtiyaç vardır. 3 boyutlu lazer sistemlerde ise çözünürlük sadece kontrol yazılım programlarıyla ayarlamayı gerektirir. Fakat her iki teknikte de detaylı ve gerekli noktaların ölçülmesi ve bir sisteme oturtulması gerekmektedir. 3 boyutlu tarama sistemleri bu verilerin, dijital ortama aktarılmasına olanak sağlamaktadır. Bu nedenle nokta bulutu geometrik yapının çok detaylı bir şekilde depo edilebilmesi olarak düşünülebilir. Nokta bulutu oluşturularak yapının biçim analizi, planları, kesiti ve 3 boyutlu modeli çıkartılabilir. 3 boyutlu tarama sistemleriyle karmaşık olan nokta bulutları, dijital ortama kolaylıkla aktarılabilir (Korumaz vd, 2011). Gerekli olan detay seviyesini, karmaşık yüzeylerde elde edebilmek için tarama çözünürlüğünün iyi planlanması gerekmektedir (Patias, 2006). Bununla birlikte fotoğraftan alınan nokta bulutu fotoğraftaki renk bilgileri yardımıyla renklendirilebilmektedir. Dikkat edilmesi gereken diğer bir önemli nokta ise kamera ile fotoğraf alımı arasındaki ışık koşulları, gölge gibi özelliklerin 3 boyutlu nokta kümesinin renklendirilmesini doğrudan etkileyecek olmasıdır (Yastıklı, 2005).

2.3.2. Üç Boyutlu Modelleme

3 boyutlu modelleme için kullanılan yöntemler, jeodezik ve fotogrametrik çalışmalar içeren klasik yöntemlere, değerlendirme ve çizim aşamalarından oluşur. Jeodezik koordinatlandırma çalışmalarının ardından yapının, yerden ve havadan fotogrametrik fotoğraflarının çekilmesi veya uydu görüntülerinin sağlanmasıyla başlayan süreç, 3 boyutlu sayısal yüzey modelleri ve üzerindeki detayların oluşturulması için altlıkların hazırlanması ile tamamlanır. 3 boyutlu model elde edilebilmesi için önemli olan noktalardan biri ise sayısal arazi modelinin elde edilmesidir. Bu modelin elde edilebilmesi için gerekli olan yazılımlar mevcuttur. Böylelikle nokta dağılımı yapan yazılımlar sayesinde sayısal arazi modeli oluşmaktadır (Uçar & Ergün, 2004). 3 boyutlu modelleme; görüntü kaplama, animasyon, 3 boyutlu sorgulama olarak incelenecektir.

I. Görüntü Kaplama

Sanal dünyanın gerçeğe en yakın görselleştirilmesi için gerçek görüntülerin kullanılması gerekir. 3 boyutlu modellemeyle birlikte kullanılan yersel ve hava fotoğraflarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle sanal gerçeklik tekniklerinden birisi olan görüntü kaplama tekniği kullanılmaktadır (Uçar & Ergün,

2004). Teknik olarak kaplama işlemi, fotoğraf üzerindeki 2 boyutlu piksel örüntüsünün üç boyutlu sayısal arazi modeli üzerine örtülmesidir (ShiuanFu & Jie, 2004). Bu işlemde sonra 2 boyutlu fotoğrafı oluşturan piksellerin geometrisi bozulabilmektedir. Bunu önlemek için yüksek çözünürlükte görüntüler kullanılmalı ya da 3 boyutlu modelin ölçeği değiştirilmelidir. Günümüzde temel olarak görüntü kaplama işlemi, bir görüntü işleme tekniğine dönüşmüş olsa da fotogrametrik olarak her yüzeyin mutlak düşey fotoğraf olarak kaplanması, sanal gerçekliğin geometrik olarak en doğru şekilde verilmesini sağlamaktadır. Aslında, yapı konum ve boyutlarının belirlenmesindeki doğruluk, en doğru izdüşümde düşeye çevirme anlamına gelmektedir (Destruel & Valorge, 2004; Kersten, 2004).

II. Animasyon

Animasyon, elde edilen 3 boyutlu modelin sanal gerçeklik uygulamaları olarak; üzerinden uçuş, görüntüde yaklaşma uzaklaşma, modelin etrafını ve içeriğini sanal ortamda gezinme gibi görüntüsel hareketlerini içermektedir. Bunun yanı sıra başarılı bir animasyon yazılımının ve sistemin gücü ile doğru orantılıdır (Uçar & Ergün, 2004).

III. Üç Boyutlu Sorgulama

Oluşturulan 3 boyutlu modellerin ve animasyonların amacı, coğrafi bilgi sistemine altlık oluşturması ve sorgulamaların görselleştirilmesine yönelik çalışmalar sunmaktır. Bu 3 boyutlu ölçme ve sorgulamaların amacı yapılan 3 boyutlu modellerin araziye çıkılmadan ve arazide hiçbir ölçme yapılmadan bilenebilmesidir. Dolayısıyla yapılan 3 boyutlu modellerdeki gerçeğe uygunluk, doğruluk ve hassasiyet büyük bir önem taşır (Uçar & Ergün, 2004).

2.3.3. Lazer Sistemler

Tarihi ve kültürel yapıların belgelenmesi ve 3 boyutlu modellenmesinde son yıllarda gelişen lazer tarayıcı teknolojisi yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Yastıklı, 2005). Lazer tarayıcılar kullanılarak kısa bir zaman diliminde binlerce 3 boyutlu nokta kaydedilebilmektedir. Lazer sistemler özellikle nesne yüzeyinin düzgün geometrik şekillere sahip olmadığı çalışmalarda tercih edilmektedir. Bu sistemler sayesinde proje yapım süresi kısaltılmakta ve doğruluk payı artmaktadır. Fakat bu teknoloji yeni ve gelişmekte olması sebebiyle pahalıdır. Bununla birlikte proje için uygun özellikte lazer tarayıcı kullanılmalıdır. Alım uzaklığı, beklenen doğruluk potansiyeli ve çalışma prensiplerine göre lazer tarayıcıların çeşidi değişmektedir (Yastıklı, 2005). Yersel lazer tarayıcıların ölçme prensibi genellikle gönderilen lazer ışınlarının kaynaktan çıkışı ve dönüşü arasında sürenin kaydedilmesi ve bu şekilde mesafenin ölçülmesine dayanmaktadır (Boehler ve Marbs, 2003). Lazer sistemlerin seçiminde belgeleme ve 3 boyutlu modelleme için önemli olan diğer nokta, lazer ışık kaynağının yatay ve düşey hareketlerinin ne kadarlık bir açısal ayırma gücü ile belirlendiği ve saniyede kaydettiği 3 boyutlu nokta sayısıdır. Bu tip tarayıcılara örnek: Mensi firması GS 100, GS 200 modelleri, Leica firması HDS 2500, 3000 modelleri ve Riegl firması LMS-Z210i, LMS-Z360i, LMS-Z420i modelleridir (Yastıklı, 2005). YTÜ Fotogrametri ve Uzaktan Algılama Ana Bilim Dalı tarafından YTÜ Beşiktaş kampüsündeki tarihi çeşmelere biri Mensi GS 100 lazer tarayıcı ile araştırma amaçlı taranmıştır (Yastıklı, 2005). Tarayıcı bünyesinde yer alan kamera ile alınan görüntüler yardımıyla 3 boyutlu nokta kümesi program tarafından renklendirilmiştir (Şekil 1).



Şekil 1. Laser Tarayıcı ile Taranan Tarihi Çeşmeden Farklı Görünüşler

3.BELGELEMEDE DİSİPLİNLER ARASI ÇALIŞMANIN GEREKLİLİĞİ

Belgeleme disiplinler arası ve uzun bir çalışma sürecidir. Bu süreçte bir kişinin çalışması yerine birden fazla kişinin ve topluluğun çalışması gerekmektedir. Topluluğu oluşturan kişiler birçok farklı dallarda uzman olabilmektedir. Bunun yanı sıra kullanılan yöntemler farklılaşıp çeşitlenebilmektedir. Bir belgeleme projesinde, proje yöneticisi öncelikle projede yer alması gereken ilgili disiplinlere karar vermelidir. Araştırma bölümünün netleşmesinin ardından uzmanlar uygun yöntemlere karar vermelidir (Korumaz vd, 2011). Boehler ve Heinz (1999), kültürel mirasın karar verme sürecini Şekil 2'deki gibi ifade etmişlerdir. Belgeleme yaparken dijital yöntemlere dayanan yazılımları; bilgisayar ortamında çalışma alışkanlığı olan mimarların yanı sıra, koruma alanının disiplinler arası yapısı içinde yer alan malzeme bilimcisi, sanat tarihçisi gibi uzmanlar tarafından da kullanılabilir sadelik ve anlaşılabilirliktedir (Turan, 2004).

Dijital yöntemler mimarlık alanında belgeleme, 3 boyutlu modelleme ve görselleştirme çalışmaları yanı sıra sanal müzecilik, bilgisayarlı simülasyon ve eğitim çalışmaları gibi çok farklı uygulama alanlarında kullanılabilir (Yastıklı,2005). Böylelikle dijital yöntemler disiplinler arası çalışmayı elverişli hale getirmektedir.

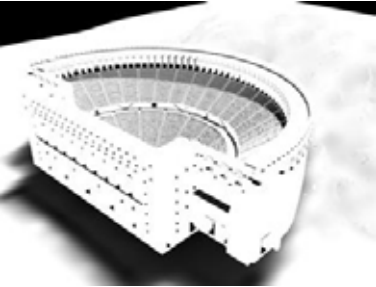


Şekil 2. Kültürel Miras Belgelemede Karar Verme Süreci (Boehler ve Heinz, 1999)

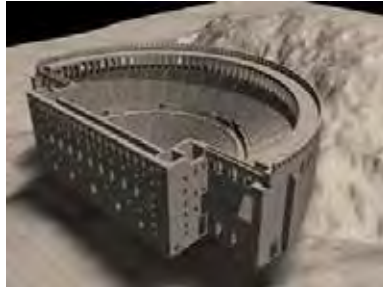
4. ÜÇ BOYUTLU GÖRSELLEŞTİRİLEN KÜLTÜREL MİRASLARIN YURT İÇİ VE YURT DIŞI ÖRNEKLERİ

Kültürel mirasın dijital olarak belgelenmesinde birçok önemli çalışma ve kuruluş vardır. Yazıda ERATO projesinden, İconem kuruluşundan ve Sketchfab 3 boyutlu modellemeleri içeren sanal kütüphaneden bahsedilecektir. Bu çalışmalar, geçmişteki mimari tasarım birikimi ve tecrübelerini açığa çıkarmak ve gelecek nesillere aktarmak yoluyla, kültürel mirasın sürekliliğini sağlamayı amaçlar. Bu örnekleri incelerken mimari mirasın sanal ortamda korunmasının öneminden bahsedilecektir. Sanal ortamın olumlu yönlerinden biri, bu ortamda oluşturulan bir mekanın daha sonra görsel-işitsel özelliklerinin değiştirilerek yeniden canlandırılabilmesi olanağıdır. Bu durum farklı dönemlere ait restitüsyonlara da imkan vermektedir (Unver vd, 2005).

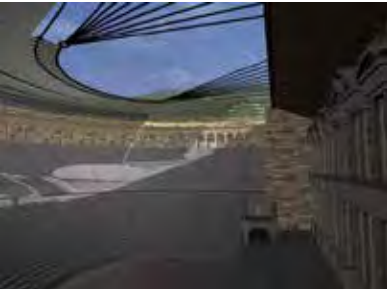
ERATO projesinin amacı, Akdeniz ülkelerinde yer alan antik Yunan ve Roma tiyatrolarında seçilen tipik örneklerin akustik yönden incelenmesi, değerlendirilmesi ve 3 boyutlu sanal ortamda görsel-işitsel simülasyonu yoluyla mimari mirasın korunması ve restitüsyonlarının oluşturulmasıdır (ERATO araştırma projesi, 2004). ERATO projesinde seçilen yapılar: Aspendos Tiyatrosu (Türkiye), Jerash Güney Tiyatrosu (Ürdün), Syracuse Tiyatrosu (İtalya), Afrodisyas Odeonu (Türkiye), Aosta Odeonu'dur (İtalya). Tarihi bir yapının hem gerçek hem de sanal ortamda gerçekleştirilecek koruma ve restitüsyon çalışmalarında en önemli nokta, doğru ve uygun belgelerin toplanmasıdır. Özellikle görsel simülasyonda yapının renksel ve ışıksal özellikleri gerçek durumu yansıtmalıdır. Dolayısıyla renk kayıtlarının kullanımı görselleştirmede önemli bir yer tutar. ERATO projesi kapsamında Antalya'da bulunan Aspendos tiyatrosunun sanal ortamda canlandırılması için, mimari çizimleri, fotoğraf ve video gibi görsel kayıtlar, yüzey gereçlerinin renksel özellikleri, ışık yansıtma çarpanları, gün ışığı gibi verilerden yola çıkarak 3D Max ve Photoshop programlarını kullanarak yapının 3 boyutlu modeli oluşturulmuştur (Unver vd, 2005) (Şekil 3, 4, 5, 6).



Şekil 3. Aspendos Tiyatrosu



Şekil 4. Aspendos Tiyatrosu



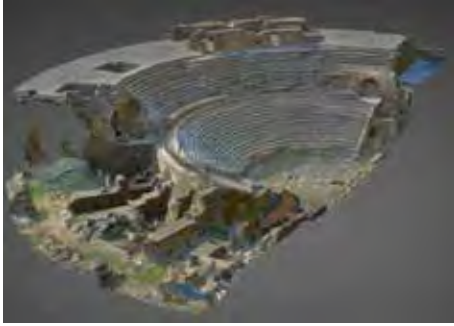
Şekil 5. Aspendos Tiyatrosu



Şekil 6. Aspendos Tiyatrosu

Aspendos üzerinde yapılan renk belgeleme çalışmaları, gelecekte yapılacak restorasyon çalışmalarında kullanılmak üzere seçilecek ya da tasarlanacak yeni malzemelerin belirlenmesinde önemli bir yere sahip olacaktır. Bunun yanı sıra sanal ortamda mimari belgelenmesinin yapılması, güncel durumun belirlenerek gelecekteki herhangi bir kayıp durumunda geleceğe aktarılabilmesi bakımından örnek oluşturmaktadır (Unver vd, 2005).

İconem kuruluşu 2013 yılında Fransa’da kurulmuştur. İconem; nesli tükenmekte, tehdit altında olan kültürel miras alanlarının 3 boyutlu olarak dijitalleştirilmesinde uzmanlaşmış yenilikçi bir girişimdir. İconem uluslararası örgütler, ulusal hükümetler, yerel yönetimler, UNESCO, Paris şehri ve Louvre gibi dünya çapında müzeler ile çalışmaktadır. İconem, kültürel alana özgü mimari, büyük ölçekli kent-sel ve kırsal 3 boyutlu modeller, müze sergileri tasarlamakta ve konuyla ilgili eğitimler vermektedir. İconem tarafından yapılan Suriye’de yer alan Jableh tiyatrosunun modeli Şekil 7 ve 8’de gösterilmiştir.



Şekil 7. Jableh Tiyatrosu



Şekil 8. Jableh Tiyatrosu

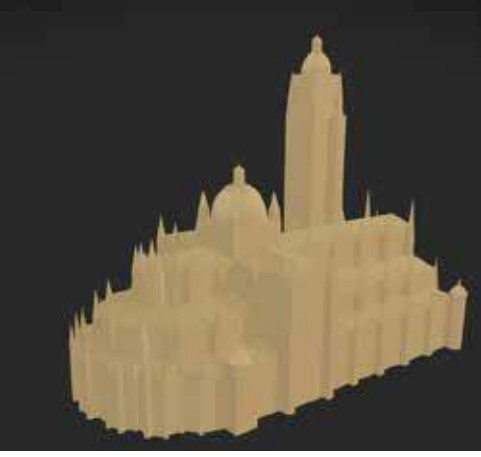
Sketchfab; 3 boyutlu modelleme, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik çalışmalarının bulunduğu sanal bir kütüphanedir. Sketchfab’da bir dizi kültürel yapı modellenip animasyonları oluşturularak belge-lenip halka sunulmuştur. Sketchfab’de yer alan mevcut binaların fotogrametri kullanarak modellenmesi, kültürel hazineleri dünyaya paylaşmanın etkileyici bir yoludur. Sketchfab’de yer alan bazı kültürel yapıların 3 boyutlu modelleri şunlardır: Gesu Kilisesi, Segovia Katedralidir (Şekil 9, 10, 11, 12).



Şekil 9. Gesu Kilisesi



Şekil 10. Gesu Kilisesi



Şekil 11. Segovia Katedrali



Şekil 12. Segovia Katedrali

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürdürülebilir koruma ve yaşatmanın gerçekleştirilmesi, koruma konusunda farkındalık oluşturmaya ve toplumun bilinçlenmesine bağlıdır. Bu farkındalık ve bilinç günümüzde teknolojilerin yardımıyla sağlanmaktadır. Sanal gerçekliğin, dijital yöntemlerin kültürel mirasın belgelenmesinde, korunmasında, yaşatılmasında, aktarılmasında ve toplum tarafından benimsenmesinde büyük ve önemli bir rolü olduğu görülmüştür (Sürücü & Başar, 2016). Bunun yanı sıra, sayısal teknolojiler kullanılarak elde edilen modellerin ve sonuç ürünlerinin farklı disiplinlerin kullanımına sunulması ve sorgulanabilmesi disiplinler arası çalışmayı pekiştirmektedir (Yastıklı, 2005). Sanal gerçekliğin yaygın bir şekilde kullanılması, binlerce kilometre uzaklıktaki kültürel mirasların dünyadaki erişimini sağlamıştır. Bu durum insanlardaki kültürel miras koruma bilincini artıracaktır. Kültürel yapıyı belgeleyip 3 boyutlu modelini oluşturmak ve dijital olarak korumak, gelecek nesillere sağlıklı ve hassas bir şekilde aktarmak kültürel yapının korunması için önemlidir. Bunun yanı sıra, dijital belgeleme tekniği işgal altında olan ülkelerde risk altında olan kültürel mirası korumak ve belgelemek için kullanılmaktadır. Çünkü dünyadaki kültürel miras; yağma, kentleşme, kitle turizmi, silahlı çatışma, iklim değişikliği gibi sebeplerden dolayı tehdit altındadır. Bu nedenler dillerin, medeniyetlerin geliştiği yerleri tahrip etmektedir. Kültürel miras ve yapıları korumanın en temelinde belgeleme yatar. Bu sebeple dijitalleşme; kültürel mirasın keşfinde, incelenmesinde, belgelenmesinde ve korunmasında önemli bir yere sahiptir. Kültürel mirasın dijital kopyalarını, 3 boyutlu modellerini oluşturmak, onları gelecek nesillere aktarmak ve öğretmek için etkileyici ve hızlı bir yoldur.

KAYNAKÇA

- Korumaz Güleç, A., Dülgerler O. N., Yakar M. (2011), “Kültürel Mirasın Belgelenmesinde Dijital Yaklaşımlar”, S.Ü. Müh.-Mim. Fak. Derg., c.26, s.3.
- Karabörk H., Karasaka L., Yıldız E., “Tarihi ve Kültürel Varlıkların Belgelenmesinde Disiplinler Arası Çalışmanın Önemi”, 5. Tarihi Eserlerin Güçlendirilmesi ve Geleceğe Güvenle Devredilmesi Sempozyumu, Erzurum, 2015
- Kuban, D., 2000, “Tarihi çevre Koruma ve Onarımın Mimarlık Boyutu Kuram ve Uygulama”, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul.
- Hamamcıoğlu-Turan M. (2004), “Mimari Fotogrametri Alanındaki Çağdaş Gelişimlerin Değerlendirilmesi”, Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak. Derg., c.19, n.1, s.43-50.
- Remondino, F., Rizzi, A., “Reality-Based 3D Documentation of World Heritage Sites:Methodologies,Problems and Examples”, 22nd CIPA Symposium, Kyoto, Japan, October 11-15 2009.
- Unver R., Yüksel Z., Erdoğan S., Binan C., Can C., “Renk Kayıtları ve Görselleştirme: Aspendos Tiyatrosu Örneği”, 3. Ulusal Aydınlatma Sempozyumu ve Sergisi, Ankara, 2005.
- English Heritage, 2005, <http://www.english-heritage.org.uk>
- Patias P., “Cultural Heritage Documentation”, International Summer School, “Digital Recording and 3D Modeling”, Aghios Nikolaos, Crete, Greece, 24-29 April 2006.
- Yastıklı N., “Sayısal Fotogrametri ve Yersel Lazer Tarayıcılar ile Belgeleme ve 3 Boyutlu Modelleme”, TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası 10. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı, Ankara, 2005.
- Uçar E., Ergün B. (2004), “Fotogrametride Üç Boyutlu Şehir Modelleme Teknikleri ve CBS Kullanımı”, Hrt. Gn. K.lığı, Harita Dergisi, s.132.
- ShiuanFu C., Jie S., “3-D Building Reconstruction from Unconstructed Distinc Points”, ISPRS 2004 Proceedings Comission III, 2004.
- Destruel C., Valorge C., “Automatic 3D Rendering of High Resolution Space Images”, ISPRS 2004 Proceedings Comission V, 2004.
- Kersten, Th., “3D Acquisition, Modelling and Visualization Of North German Castles by Digital Architectural Photogrammetry”, ISPRS 2004 Proceedings Comission V, 2004
- Boehler, W., Heinz, G., “Documentation, Surveying, Photogrammetry”, CIPA Working Group XVII CIPA Symposium, Recife, Olinda, Brazil, 1999.
- ERATO Araştırma Projesi, www.yildiz.edu.tr, Nisan, 2004.
- Sürücü O., Başar M.E. (2016), “Kültürel Mirası Korumada Bir Farkındalık Aracı Olarak Sanal Gerçeklik”, Artium, c.4, n.1, s.13-26.
- Boehler W. and Marbs A., 2002. 3D Scanning Instruments, ISPRS Commission 5 Symposiums, 2-6 September 2002, Corfu, Greece.

Şekil 1. Yastıklı N., “Sayısal Fotogrametri ve Yersel Lazer Tarayıcılar ile Belgeleme ve 3 Boyutlu Modelleme”, TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası 10. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı, Ankara, 2005.

Şekil 2. Boehler, W., Heinz, G., “Documentation, Surveying, Photogrammetry”, CIPA Working Group XVII CIPA Symposium, Recife, Olinda, Brazil, 1999.

Şekil 3, 4, 5, 6. Unver R., Yüksel Z., Erdoğan S., Binan C., Can C., “Renk Kayıtları ve Görselleştirme: Aspendos Tiyatrosu Örneği”, 3. Ulusal Aydınlatma Sempozyumu ve Sergisi, Ankara, 2005.

Şekil 7, 8, 9, 10, 11, 12. <https://www.archdaily.com/785393/7-outstanding-examples-of-cultural-heritage-in-3d-models-as-selected-by-sketchfab>

Peyzaj Tasarımında Zaman Boyutunun İfadesinde Dijital Görselleştirme

Prof.Dr.İlkden TAZEBAY // tazebay@ankara.edu.tr

Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Subayevleri, Ankara

Dr. Öğr.Üyesi Işıl KAYMAZ // cakci@agri.ankara.edu.tr

Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Subayevleri, Ankara

Araş.Gör. Faruk SARIHAN // faruksarihan@gmail.com

Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Subayevleri, Ankara

ÖZET

Günümüzde birçok alanda olduğu gibi mekân tasarımıyla ilişkili alanlarda da dijital görselleştirme yazılımlarından yararlanılmaktadır. Peyzaj tasarımı eğitimi ve uygulamalarında da dijital görselleştirme yazılımlarının kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Ancak, mekân tasarımı konusunda peyzaj tasarımı diğer tasarım alanlarından mekânın biçimlendirilmesinde kullanılan ana materyalin “bitki” olması özelliği ile ayrılmaktadır. Bitkiler, diğer canlı ve cansız varlıklar ile etkileşimde bulunan, yaşam döngüleri olan ve zaman boyutunda sürekli değişen organizmalardır.

Peyzaj tasarımında bitkinin; mekânın hacim ve boşluk dengesini kurma, yatay, dikey ve çatı düzlemlerini tanımlamanın yanısıra sınırlayıcı, yönlendirici, odak oluşturan, birleştirici ya da ayırıcı gibi işlevsel ve yapısal özellikleri ile form, doku, renk, biçim gibi estetik özellikleri ve rolleri dikkate alınmaktadır.

Tasarımda kullanılan bitkilerin bu özelliklerin zaman boyutunda; yıl, mevsim ve hatta daha kısa zaman dilimlerindeki form, doku, renk, biçim, yükseklik ya da hacimsel vb. değişimi bitkilerin tasarımdaki

rollerini de değiştirebilmektedir. Aynı zamanda mekândaki; yapısal, işlevsel ve estetik kurgu, mimari ve sanatsal öğelerin ve dolayısıyla bütünün algılanış biçimi bu zamansal değişimler ile yakından ilişkilidir.

Bu dinamik yapının tasarlanmasında, “zaman boyutu”nun gereğince dikkate alınması tasarımın başarı- rısı açısından önemli bir ölçüttür.

Peyzaj tasarımı eğitiminde; grafik anlatım teknikleri, iki boyutlu çizimlerin yanısıra tasarımın algılan- masına yardımcı olacak üç boyutlu çizimler, maket ve dijital görselleştirme yazılımları kullanılmaktadır. Ancak, dijital görselleştirmenin kullanımı genellikle nihai proje sunum aşaması ile sınırlı kalmaktadır. Oysa proje sürecinde dijital görselleştirme yazılımları; peyzajın bir bütün olarak, birbiriyle bağlantılı mekânlar ve objeler serisi biçiminde algılanması ve deneyimlenmesinde, grafik düşünme olarak ad- landırılabilir projenin eskiz aşamasından başlayan görsel düşünme ve görsel anlatım döngüsünde, mevcut durumun analizinde, fikir geliştirme sürecinde ve alternatif planların geliştirilmesinde kul- lanılabilecek etkin “araç”lardır. Tüm bu konuların odağında ise mekânı biçimlendirmede tasarımın dinamik materyali olan bitkinin zamansal değişiminin görselleştirilerek zaman- mekân dinamiğinin gözlemlenmesi bulunmaktadır.

Bu çalışma kapsamında peyzaj tasarımında, zaman-mekân dinamiğinin bitki materyali özelinde göz- lemlenmesi yolu ile dijital görselleştirmenin görsel düşünme ve görsel anlatımı destekleme biçimi, yıl ve mevsimlere göre farklı zaman dilimlerinde bitkilerin mekânı biçimlendirmedeki rolleri, diğer tasarım elemanları ile etkileşimleri bir peyzaj tasarım projesi örneği üzerinde tartışılacaktır. Yanısıra, dijital teknolojilerdeki gelişmelerin eğitim programlarına yansımaları konusunda görüşler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Peyzaj tasarımı, görselleştirme teknolojileri, tasarımda zaman boyutu

1. Giriş

Uluslararası Peyzaj Mimarlığı Federasyonu (IFLA) (2012) peyzaj mimarlığını; “doğal ve yapısal çev- renin tasarım, planlama, analiz ve yönetimde estetik ve bilimsel prensipleri uygulayan meslek dalı” şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanım, dış mekanın biçimlendirmesinde ekolojik, işlevsel ve estetik tem- ellere dayanan bir yaklaşım üzerine kurgulanmaktadır. Aynı zamanda tasarım, planlama, analiz ve yönetimi kapsayacak biçimde geniş bir çerçeve çizmektedir. Çalışma ölçekleri ve konuları bakımından oldukça geniş bir yelpazede yer alan peyzaj mimarlığı çalışmaları, ülkesel, bölgesel plan ölçeklerinden, kent ve mimari ölçeklere kadar genişleyen ve bu kapsamda da çeşitlenen konuları içermektedir. Bu çerçevede, çalışmanın konusu, ölçeği ve amacına göre ekoloji, işlev ve estetik bileşenlerin tasarım ve planlamada ağırlıkları da değişkenlik gösterebilmektedir.

Peyzaj tasarımı genellikle alt ölçeklerde yapılan çalışmaları kapsamaktadır. Peyzaj tasarımında; canlı ve cansız öğeler, bunların ilişki ve etkileşimleri ile birlikte insan aktiviteleri, gereksinimleri ve algıları dış mekânın biçimlendirilmesindeki faktörler olarak bir arada değerlendirmektedir. Bu mekânsal bi- çimlendirmenin önemli bir bileşeni de zaman boyutudur. Peyzaj tasarımının temel ögesi olan bitkiler zaman boyutunda sürekli değişen, diğer canlı ve cansız etmenlerden etkilenen unsurlardır.

Peyzajı, hatta özellikle tasarlanmış bir peyzajı anlayabilmek için zaman önemlidir; ancak peyzaj mi- marlığı disiplininde projenin kâğıt üzerindeki çizimi ile zaman içerisinde ortaya çıkan peyzaj arasındaki bağlantıyı irdeleyen çalışmalar konusunda literatürde eksiklikler vardır (van Dooren, 2017).

Bu kapsamda görselleştirme, zamanın peyzaj üzerindeki etkisinin temsilinde önemli bir araç olarak ortaya çıkmaktadır. Dijital görselleştirme teknikleri ve özellikle sanal gerçeklik teknolojisinin gelişimi ile peyzajın karmaşık yapısının ifadesi de mümkün olabilmektedir. Ayrıca bu teknolojilerin eğitim sürecinde kullanılması ile öğrencilerin tasarım çalışmalarını gerçekleştirirken mekânın tasarım öncesi ve sonrası durumunu karşılaştırabilmeleri ve çalışmalarını süresince belirledikleri hedefe ne kadar yaklaştıklarını test etmeleri de mümkün olabilmektedir.

Bu çalışmada, peyzaj tasarımında zamanın dinamik bir etken olarak tasarım sürecinde dijital görselleştirme ile ifadesi ve peyzaj tasarımı eğitimine katkıları irdelenmiştir. Bu amaçla zaman kavramı, bir tasarım ögesi olarak bitkinin mekânın görsel olarak algılanan karakterine katkısı bağlamında ele alınmıştır. Örnek bir proje üzerinden bitkinin zamansal değişimi ile mekânsal etkileri irdelenmiş; sonuç bölümünde ise peyzaj tasarımı eğitimi kapsamında dijital görselleştirmenin eğitim programlarına yansımalarına dair öneriler geliştirilmiştir.

2. Peyzaj Tasarımında Zaman Boyutu ve Bitki

Bitki, tür ve cinsine bağlı olarak yaşamı boyunca döngüsel olarak; meyve, tohum, çiçek oluşumu, yaprak renk değişimi, yaprak dökümü gibi tekrarlanan ve boy büyümesi ve çap artımı gibi süregelen değişimler geçirir. Bitkilerin yaşam süreleri arasında da büyük farklar vardır. Tek yıllık, iki yıllık ve çok yıllık bitki türlerinin yaşam süreleri bir yıldan kimi zaman yüzlerce yıla kadar farklılaşmaktadır.

Bitkisel tasarım işlevsel, ekolojik ve estetik hedefler doğrultusunda gerçekleştirilir. Bu bildiride ise zaman-mekan ilişkisi, çalışma konusu dahilinde özellikle görsel etki bağlamında irdelenmiştir. Çoğu zaman bitkilerin estetik ve işlevsel etkilerini ayırt etmek zor olsa da bitkilendirmenin görsel ve mekânsal nitelikleri estetik etkisinin temelini oluşturur (Robinson, 2004). Bitkiler soliter ya da kütle olarak kullanılarak mekânın tanımlanması, sınırlandırılması, görsel odak oluşturulması, bir odağa yönlendirme, görsel bariyer oluşturulması, mimari yapılar ile çevresi arasında bütünlük oluşturulması, arka fon yaratarak şekil-zemin ilişkisinin kurgulanması, mimari ya da sanatsal öğelerin vurgulanması ya da yalnızca mekânın görsel kalitesinin artırılması amacı ile tasarımda kullanılabilirler (Şekil 1).



Şekil 1. Yetişkin ağaçların farklı biçimlerde kullanılması ve mekansal etkisi (a): sık ağaçlandırma, (b): açık alanda soliter ağaç kullanımı, (c): eğimli alanda ağaç formu ve çatı düzlemi etkisi.

Dolayısıyla bitkisel tasarımın karakteri ve amacı en az insanın alan kullanım çeşitliliği kadar çeşitlilik gösterir (Robinson, 2004). Dış mekânın ne amaçla kullanıldığına bağlı olarak bitkilendirmede bu kullanıma bağlı işlevlerin ve kullanıcı ihtiyaçlarının ifadesinde yönlendiricidir. Örneğin bir kent parkında yalnızca yaya yollarının, oturma birimlerinin ve diğer donatıların kullanılması insanların bazı faaliyetlerine olanak sağlarken, bir kent parkı deneyimi için yeterli değildir. Park içerisinde dinlenmeye yönelik

dingin alanların oluşturulması amacıyla mekânın tanımlanması, çevredeki diğer kullanımlardan ya da trafik gürültüsü gibi amaç ile ters düşen niteliklerden mekânın arındırılması, araç trafiği ile bağlantının kesilerek kullanıcının serbest hareketine olanak sağlanması, yine kullanıcının park içinde farklı kullanım amaçlarına yönelik alanlara yönlendirilmesi, çocuklar için tanımlı ve güvenli oyun alanlarının yaratılması, doğa ile etkileşime olanak tanıyan yeşil alanların kullanıcı ile bütünleştirilmesi için farklı özelliklerde bitkiler yatay, düşey ve çatı düzlemlerinin tanımlanmasında önemli tasarım öğeleridir.

Peyzaj tasarımında bitkinin kullanımında, mimarlık, iç mimarlık gibi diğer tasarım disiplinlerine benzer şekilde tasarımın temel ilkeleri uygulanır. Ancak peyzaj tasarımı kendine özgü nitelikleri nedeniyle diğer tasarım disiplinlerinden ayrışır. Çoğu sanat alanında gözlemcinin belirli bir alanda üretilen estetik etki üzerinde dikkatini yoğunlaştırması gerekirken, peyzajda gözlemci bu estetik etkiyi çok farklı biçimlerde ve bakış açılarıyla deneyimleme şansına sahiptir (Carpenter ve ark., 1975). Dolayısıyla peyzajın algılanış biçimi durağan değil, sürekli bir devinim içindedir. Gözlemci peyzajın içinde hareket ettikçe, kompozisyon da değişir (Carpenter ve ark., 1975). Mekânın açıklık özelliği, ışık- gölge özellikleri, bakış açıları ve yönlendirme etkisi de gözlemcinin hareketiyle farklılaşır. Bu bağlamda bitkinin ölçü, renk, doku ve biçim özellikleri de kompozisyonun algılanışı üzerine doğrudan etkilidir. Zamansal olarak değişim gösterebilen bu özellikler doğanın dinamik yapısını da görsel olarak ortaya koyar; mevsimsel olarak değişen yaprak varlığı ve renkleri, çiçekli ve meyveli dönemler, yıllar içinde bitkinin biçiminin ve ölçüsünün değişimi (Şekil 2) gibi etkenler peyzaj tasarımının estetik özelliklerinin sürekli değişen yönünü de ifade etmektedir.



Şekil 2. İbrelî bir ağacın yıllar içinde değişen formu ve insan ölçeği ile ilişkisi.

Peyzaj tasarımına bu değişimin aktarılması ve tasarımın değişim göz önünde bulundurularak geliştirilmesi; tasarım kurgusunun anlam bütünlüğünü yitirmeden zaman içerisindeki sürekliliği ve dolayısıyla başarılı bir tasarım için ön koşullarından biridir.

3. Zaman Boyutu ve Dijital Görselleştirme Üzerine Örnekler

Bu çalışma kapsamında Perçin ve ark. (2017) tarafından hazırlanan “Bilecik Kenti Botanik Bahçesi Projesi” üzerinden bitkinin zamansal değişimi ve mekânsal karakter üzerine etkisi irdelenerek örneklenmiştir (Şekil 3). Bu amaçla bitkinin farklı biçimlerde mekânın tanımlanmasında ve kurgulanmasında kullanıldığı bir botanik bahçesi projesi seçilmiştir. Proje alanı 11 bin metrekare büyüklüğünde olup, çeşitli bitkilerin yer aldığı, farklı temalarda bahçelerin kurgulandığı ve su yüzeyinin bulunduğu bir açık ve yeşil alan düzeni bulunmaktadır. Bununla birlikte alanda yönetim, üretim-sergi, koleksiyon, yeme-içme gibi hizmetlere yönelik yapılar bulunmaktadır. Proje AutoCAD yazılımı kullanılarak çizilmiş, 3D görselleştirmeler ise Lumion yazılımı ile gerçekleştirilmiştir.



Şekil 3. Bilecik Kenti Botanik Bahçesi Peyzaj Tasarım Projesi (Perçin ve ark., 2017) (Ölçeksizdir).

Daha önce de bahsedildiği üzere bitkiler tasarım ögesi olarak mekânın tanımlanması, sınırlandırılması, görsel odağın yaratılması, görsel bariyer oluşturulması vb. amaçlarla bitkinin ölçüsü, renk özelliği, dokusu ve formu göz önüne alınarak kullanılırlar. Bu çalışmada zamansal değişimi en iyi yansıtan özellikler ölçü ve renk özelliği olarak kabul edilmiş ve örnekler bu özelliklerin mekân üzerindeki etkisini sorgulayacak biçimde hazırlanmıştır. Örneğin yürüyüş yolu üzerinde yer alan seyir noktasının görüş açısının, uygulamadan sonraki her 5-10 yıl için Şekil 4'teki gibi olması beklenmektedir. Şekil 4a'da açıklık hissi ve görüş açısı en fazla iken, 4b'de gözlemcinin içinde bulunduğu alan ile görünen açık alan arasındaki fiziksel ve görsel bağlantı sınırlı hale gelmiştir. İki mekânın birbirinden bağımsız olma özelliği daha belirgindir, bir başka deyişle bitkiler bir sınır işlevi üstlenmişlerdir.



Şekil 4. Bitkinin ölçü özelliği ve mekânın açıklığı.

Şekil 5'te ise ilkbahar bahçesi temasıyla tasarlanan bir alanda yer alan bitkilerin ilkbaharda çiçeklenme etkileri, çiçeklenme dönemi sonrası yaz aylarındaki yeşil dokusu, sonbahar yaprak renklemesi ve kış mevsiminde gövde ve dalların kar örtüsü ile birlikte etkileri görülmektedir. Aynı alan için bitkilerin görsel etkisinin en fazla olduğu dönem sırasıyla ilkbahar dönemi ve sonbahar mevsiminde iken, yaz aylarında yeşil ve tonlarının baskın olduğu görülmektedir. Bilindiği üzere rengin insan psikolojisi üzerine etkileri bulunmaktadır. Yeşil ve tonlarının baskın olduğu dönemde mekânın dinginlik verici etkisi daha baskınken, canlı renklerin ortaya çıktığı ilkbahar döneminde mekânın dinamik etkisi daha belirgin hale gelmektedir. Bu renk etkisiyle söz konusu mekânın, ilkbahar aylarında bir çekim noktası olarak, yaz aylarında ise dingin ve rahatlatıcı bir mekân olarak kullanıcıyı etkilemesi kurgulanmıştır. Kış aylarında ise bitkilerin dal ve gövdesinin meydana getirdiği kaligrafik etki ön plana çıkmaktadır. Ancak kar örtüsünün var olduğu durumlarda, bitkinin gövde ve dal renkleri beyaz fon ile kontrast oluşturarak belirgin hale gelmektedir. Benzer şekilde botanik bahçesinin içerisinde yer alan farklı mekânlarda

farklı dönemlerde farklı renk etkilerine sahip alanlar yaratılarak, yıl boyu görsel etkisi ile çekicilik yaratacak bölgeler oluşturulması ve kullanıcıyı çekmesi de tasarımın hedeflerinden biridir.



Şekil 5. Bitkinin mevsimsel renk özelliği ve görsel etkisi.

Yukarıda verilen zamansal değişimlerin dışında bitki dokusunun günün farklı zaman dilimlerinde yarattığı etkiler de farklılık gösterebilmektedir. Özellikle bitkilerin kütle olarak hacim oluşturduğu ve çatı düzlemini tanımladığı mekânlarda gün içinde güneşin hareketine bağlı olarak mekânın ışık-gölge özellikleri de farklılaşabilmektedir. Şekil 6'da görüldüğü üzere aynı mekân güneşin gün içindeki farklı konumlarına göre modellenmiştir. Buna göre mekânın öğle saatlerinde güneş ışınlarına maruz kaldığı zaman diliminde daha aydınlık ve canlılık verici etkisi gözlenirken, akşam saatlerinde daha loş ve gizlilik etkisinin daha baskın olduğu gözlemlenmektedir. Bitkinin dokusuna bağlı olarak rengin ışığı yansıtma özelliği de farklılıklar göstermektedir.



Şekil 6. Gün içinde ışık-gölge etkisinin değişimi.

Yukarıda verilen örneklerden de görüldüğü üzere aynı plan görüntüsünün görsel etkisi yıllara, mevsimlere ve gün içindeki güneş ışınlarının geliş açısına bağlı olarak farklı karakterleri yansıtabilmektedir.

Zaman boyutu ve bitkinin; mekân, algı ve estetik boyutları ile değerlendirilmesinde tasarımcının sezgileri, uzmanlık ve deneyimi önemli rol oynamaktadır. Bunlarla birlikte dijital görselleştirme teknolojilerinin kullanımı mekânın gözlemci tarafından nasıl algılandığının farklı zaman boyutlarında yansıtılabilmesi ve tasarımın görsel ifadesinde bir iletişim aracı olarak kullanılmasında birçok kolaylık sağlamaktadır.

Peyzaj tasarımı eğitim sürecinde ise kolaylığın yanısıra, peyzajın dinamik yapısının öğrenci tarafından anlaşılabilmesi ve tasarım yetisinin geliştirilmesi bakımından önem taşımaktadır.

4. Dijital Görselleştirme ve Peyzaj Tasarımı Eğitimi

Günümüzde 3D görselleştirme araçları birçok tasarım disiplini tarafından kullanılmaktadır. Teknolojinin gelişimi ile beraber 3D modelleme ve görselleştirme çalışmalarında bilgisayar teknolojilerinin kullanımı da yaygınlaşmıştır. Böylece projelerin görselleştirilmesinde zaman ve işgücü kullanımı daha etkin hale gelmiştir. Bir peyzaj imgesine 3D sembollerin aktarılması ilk olarak 1969'da Harvard Mekânsal Analiz Laboratuvarı'nda gerçekleştirilmiş ancak 1985'e kadar peyzaj mimarlığında 3D dijital araçları kullanılmamıştır (Yan, 2014). Peyzaj mimarlığı alanında 3D görselleştirme amacıyla en sık kullanılan yazılımlar arasında Google Sketchup, ArcGIS, AutoCAD, 3D Studio Max, Rhino, Blender ve Lumion yer almaktadır.

Görselleştirme, zihinde canlandırılan ile gerçekleşen mekan arasındaki diyalogu anlamayı kolaylaştırır (Nijhuis ve Stellingwerff, 2011). Bu kapsamda 3 boyutlu (3D) modeller görsel sunumun önemli bir biçimidir ve bu modeller çizimler ve haritalarla birlikte tasarım araştırması ve tasarım yoluyla araştırma süreçlerinde önemli bir role sahiptir. Modeller tasarım süreci boyunca alan analizi aşamasından kesin proje aşamasına kadar her aşamada kullanılabilir. Ayrıca dijital ortamda oluşturulan modellerle, sanal gerçeklik (VR) teknolojisi kullanılarak alan içerisinde gözlemci olarak hareket edebilme, alanı farklı noktalardan algılayabilme olanakları da mümkün olabilmektedir.

Avrupa Peyzaj Mimarları Okulları Konseyi (ECLAS) tarafından hazırlanan Peyzaj Mimarlığı Eğitim Rehberi (2010) Raporu'nda peyzaj tasarımda yetkinlik, "peyzajın gelecekteki değişimi için fikir geliştirmek ve bu fikirleri somut alternatifler şeklinde sunmak olarak ifade edilmektedir (URL1). Peyzaj tasarımı, belirli bir amaç çerçevesinde hayal ve gerçekliklerin oluşturduğu kaotik görsel düşüncenin sistematize edilerek; mekân, biçim ve düzenle ilgili çözümlerle estetik ve işlevsel mekânların yaratılması ve görsel anlatımlarla ifade edilmesi sürecidir. Eğitimde öğrencilere peyzaj tasarım yetkinliğini kazandırabilmenin yollarından biri, yaratıcı ve gerçekçi bir tasarım sürecinin gereği olan görsel düşünme ile görsel anlatım döngüsünün sürecin tüm aşamalarında birbirini besleyerek temel dayanak olarak ele alınmasıdır. Bu ilişki, öğrencinin herkesten önce kendisi ile olan diyalogunda, tasarımı sorgulamasında, problem çözmede, alternatif geliştirmede önemlidir. Geniş perspektifte ise beyin ve gözün eğitilmesi ile tasarım yetisinin geliştirilmesidir.

Bu kapsamda peyzaj tasarımı eğitimde dijital teknolojilerin etkin kullanımı önemli avantajlar sağlaması olasıdır. Burada ifade edilen "etkin kullanım" dijital teknolojinin yaygın olarak kullanıldığı şekli ile sadece bir sunum aracı olarak değil, tasarım yetisini geliştirme aracı olarak kullanılmasını ifade etmektedir. Bu teknolojiler, öğrencinin alternatif tasarımları kısa zamanda üretmesi ve yüksek bir gerçekçilikle sunmasına olanak sağlar. Dijital olarak üretilen bir modelden, fotogerçekçi görüntüler, animasyonlar ve yürüyüş simülasyonları üretilebilir. Üç boyutlu ifade, mekânsal algı, ölçek, gölge ve ışık gibi girdilerin ifadesinde geleneksel yöntemlere kıyasla avantajlıdır. Üretilen modellerin üç boyutlu ve istenilen herhangi bir noktadan gözlemlenmesine olanak tanır (Yıldırım ve Yavuz, 2012).

Bu kapsamda etkili bir iletişim aracı olarak öğrencinin tasarımını ifade etmede eğitimci ile iletişimini de güçlendirir. Özellikle, peyzaj mimarlığı tasarım alanına özgü bir bileşen olan bitki materyalinin kullanılarak mekânın tasarlanmasında dinamik mekânsallığın gözlemlenmesi yolu ile zaman boyutundaki değişimin gözlenebilmesi ve değerlendirilmesi öğrencinin tasarım yetisi ile birlikte bitki bilgisini de pekiştirir.

Dijital görselleştirme teknolojilerin eğitim programlarında yaygınlaşması “etkin kullanım” kapsamında ifade edilen eğitimde farklı yaklaşım ve yöntemlerin benimsenmesinin yanısıra, eğitimcilerin bu teknolojileri kullanma becerilerinin gelişmesi ve aynı zamanda gerekli donanım ve program altyapısının varlığını da gerektirmektedir. Bununla birlikte dijital yöntemlerin geleneksel tasarım yöntemlerinin tamamen yerine geçmesi söz konusu değildir. Fikir üretmede farklı ortam ve araçlarla- kağıt, maket, bilgisayar- etkileşiminin ele alınması önemlidir. Melez yöntemlerin ve çeşitliliğin geleceğin tasarım dünyasında önemli rol oynayacağı düşünülmektedir. Farklı ortamlarla etkileşimin tasarımcının farklı algı, sezi ve duygularına hitap edeceği düşünülmektedir (Turan, 2011).

Bu kapsamda GRASS CBS ve Blender tarafından desteklenen açık kaynak kodlu bir arayüz olan “hissedilir peyzaj” (tangible landscape) güncel bir örnek olarak verilebilir. “Hissedilir peyzaj”, tasarımcının sezgisel olarak bir peyzajın fiziksel modelini dijital model ile birlikte biçimlendirmesine olanak sağlamaktadır. 3 boyutlu tarama, jeomekansal (yermekansal) modelleme ve projeksiyon ile eş zamanlı olarak analiz ve simülasyonu tasarım sürecine yansıtılması mümkün olmaktadır. Bu yöntem ile tasarımcı tasarımını hızlıca yineleyebilmekte ve tasarım fikirleri test edebilmektedir (Anonymus, 2016).

Böylece peyzaj tasarımcısı, dijital teknoloji ile geleneksel tasarım modellerinin eş zamanlı ve birlikte kullanımı ile; tasarladığı mekanla etkileşim içerisinde mekanı biçimlendirebilmekte, görsel düşünme ve görsel anlatım döngüsünü kurabilmekte ve beyin ve gözün eğitilmesi ile tasarım yetisini geliştirebilmektedir.

North Carolina State Üniversitesi tarafından “hissedilir peyzaj” kavramı şu şekilde tanımlanmaktadır: “Hissedilir peyzaj ile peyzaj modelini elinizde tutabilir, toprağın şeklini hissedebilir ve topografyasını şekillendirebilirsiniz. Yeni yer şekilleri oluşturduğunuzda, simüle edilmiş dijital suyun akışını değiştirerek yeni akışlar ve göller yaratabilirsiniz. Ağaçları yalnızca renkli keçe parçaları yerleştirerek dikebilirsiniz ve yeni diktiğiniz ağaçları 3 boyutlu olarak görebilirsiniz. Hissedilir peyzajda peyzajı hissedebilir, yeniden şekillendirebilir ve etkileşim kurabilirsiniz” (URL 2). Bunu “teknoloji ile tasarımcının etkileşimi ve birlikteliği” olarak adlandırmak mümkündür ki peyzaj tasarımı eğitiminde olması gereken de budur.

5. Sonuç

Peyzaj tasarımı eğitiminde zaman- bitki ve dijital görselleştirmenin farklı bir perspektifte ele alınması ve tasarım sürecinin tüm aşamalarına dahil edilmesinin; öğrencilerin zaman- bitki-mekan ilişkisini kavramalarına, bol egzersiz, geri bildirim, test ederek tasarım gibi olanaklar sağlaması bakımından yardımcı olacaktır ve aynı zamanda zihinsel egzersiz ve yaparak öğrenmeyi destekleyeceği düşünülmektedir.

Bitkinin zamansal değişiminin tasarım sürecinde değerlendirilmesi, oluşturulan tasarım konsepti üzerinde alternatifler geliştirme ve yinelemeyi için ve aynı zamanda bitkinin tasarımın diğer öğeleri ile ölçek ve mekan ilişkisinin kurgulanmasına da yardımcı olacaktır.

Bilgi ve teknoloji çağının bir gerekliliği olarak eğitimin de dijital görselleştirme teknolojisi ile giderek daha fazla içiçe olacağı şüphe götürmez bir olgudur. Turan’ın (2011) ifadesi ile ‘teknolojiler sayesinde artık yaşadığımız gerçekliğe paralel bir sanal gerçeklik bulunmaktadır’. Ancak teknolojinin tasarım eğitimini biçimlendirmesinde tasarım aracı olarak kalem yerine klavye, kâğıt yerine ise ekran kullanımı büyük bir yanılığ olacaktır. Dijital teknolojilerin düşünme ve yaratıcılığı destekleme potansiyellerinin yanısıra, bunun tam tersine bir eğilimi de ortaya çıkarabileceği unutulmamalıdır.

Kaynaklar

- Anonymous. (2016). J.R. Anderson & D.H. Ortega (Eds), *Innovations in Landscape Architecture*. 1st Edition. Routledge UK.
- Carpenter, P.L., Walker, T.D., Lanphear, F.O. (1975). *Plants in the landscape*. W.H. Freeman and Company, San Francisco, USA.
- IFLA. (2012). *IFLA/UNESCO Charter for Landscape Architectural Education (Final Draft)*. <http://iflaonline.org/wp-content/uploads/2014/11/IFLA-Charter-for-Landscape-Architectural-Education-Revised-2012.pdf>, Erişim tarihi 06.11.2018
- Nijhuis, S. ve Stellingwerff, M. (2011). 3D- models in landscape architecture. Eds: J. Breen & M. Stellingwerff, *Conference Proceedings European Architectural Envisioning Association*: 197-208.
- Perçin, H., Yılmaz, O. ve Kaymaz, I. (2017). *Bilecik Kent Botanik Bahçesi Projesi*. ANKÜR Eğitim Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi, Ar-Ge Projesi. Ankara.
- Robinson, N. (2004). *The Planting Design Handbook*. Second Edition. Ashgate, England.
- Turan, B.O. (2011). 21. Yüzyıl tasarım ortamında süreç, biçim ve temsil ilişkisi. *Megaron*. 6(3), 162-170.
- URL 1. <http://www.unideusto.org/>, Erişim tarihi: 5.11.2018.
- URL 2. <https://tangible-landscape.github.io>, Erişim tarihi: 5.11.2018.
- Van Dooren, N. (2017). *Drawing time: the representation of change and dynamics in Dutch landscape and architectural practice after 1985*. University of Amsterdam, The Netherlands.
- Yan, J. (2014). *An evaluation of current applications of 3D visualization software in landscape architecture*. Utah State University. All Graduate Theses and Dissertations. 3882. <https://digitalcommons.usu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4890&context=etd>, Erişim tarihi: 5.11.2018.
- Yıldırım, T. ve Yavuz, A.O. (2012). Comparison of traditional and digital visualization technologies in architectural design education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 51, 69-73.

Sosyolojik ve Kültürel Çeşitliliklerin Konut Tasarımına Etkileri: Toplu Konut Örneği

Öğr. Gör. Özgür Yakın // yakinozgur@yahoo.com

*Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
Mimarlık Bölümü DSÜ Öğr. Gör.*

Özet

İnsanlık tarihiyle birlikte başlayan barınma ihtiyacı, günümüzde toplumların tüketim toplumlarına dönüşmüş olmalarının da etkisiyle, geçmişe göre daha çabuk eskijen, sık sık yenilenmesi ve değişmesi gereken bir meta olarak düzenin içerisinde yerini almıştır. Her şeyin hızla tüketilip eskidiği bu süreçte, konut kullanıcıları, içinde yaşadıkları mekanda kendilerini mutlu ve huzurlu hissedebilmek için çeşitli organizasyon ve düzenlemelerle mekanı kendi yaşam biçimlerine ya da zaman içinde değişen isteklerine, uygun hale getirmek isterler. Tekil konut üretiminin azaldığı çoklu üretimin arttığı günümüzde konut tasarımında, farklı kullanıcıların yaşam alışkanlıklarındaki çeşitliliği göz önünde bulundurarak, kullanıcı odaklı esneklik, değişebilirlik kavramlarının irdelenmesi ve bu kavramların mekânın tasarımı aşamasında, sürecin bir parçası olarak ele alınmasını sağlayacak, kullanılabilir bir kaynak oluşturulması bu çalışmanın çıkış noktasıdır. Konu, örnekler üzerinden sunulacak ve konut tasarımı konusunda çalışma yapacak olan tasarımcılara toplu konut özelinde özgün karşılaştırmalar sunulacaktır.

Bu süreçte konunun anlaşılabilmesi açısından tanımlar ve tariflerin verilmesiyle birlikte, terminolojinin doğru bir şekilde oluşturulması, esneklik ihtiyacının nedenleri ve kullanıcı gereksinimlerinin neler olduğu ortaya koyulacaktır.

Esneklik ve değişebilirliğin bugünkü tasarım anlayışı içindeki yeri, önemi ve esneklik kavramının tasarım aşamasında kullanılması sonuçlarının ne olabileceği irdelenecektir. Esnek ve değişebilir özelliklere sahip mekan organizasyonları için, tasarım aşamasında hangi kriterlerin göz önünde bulundurulduğunun incelenmesi ve bu kavramlarla ilgili örnekler konun daha iyi anlaşılabilmesi için incelenecektir.

Bu bağlamda kullanıcının konutu kendisiyle özdeşleştirebilmesi ve “evi” haline getirebilmesi adına, kullanıcının müdahalesine açık bir sistem geliştirilmesine yönelik yapılmış çalışmalar ve fikirler tasarım ortamıyla paylaşılacaktır. Toplu konut üretilme mantığı göz ardı edilmeden toplu konut olarak inşa edilmiş örnekler ve toplu konut için sistem önerisi üzerinden değerlendirmeler yapılacaktır. Konunu daha iyi anlaşılması için tartışma ortamında bilgi ve tecrübelerin paylaşılması ve bu paylaşımların sonucunda katılımcıların konuyla ilgili görüşlerini tazelemeleri, yeni fikirler geliştirmeleri hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çeşitlilik, Esneklik, Değişebilirlik, Uyum, Konut

Sosyolojik ve Kültürel Çeşitliliklerin Konut Tasarımına Etkileri:

Toplu Konut Örneği

İlk çağlardan bu yana barınma ihtiyacı, en basit anlatımıyla insanın fiziksel çevreyi kendi gereksinimleri doğrultusunda düzenleyerek, değiştirerek, yaşayabileceği ve rahat edebileceği hale getirmesiyle sağlanmıştır. Günümüzde barınma ihtiyacının karşılandığı konutlar, içinde yaşanan toplulukların, tüketim toplumlarına dönüşmüş olmalarının da etkisiyle, geçmişe göre daha çabuk eskijen, sık sık yenilenmesi ve değişmesi gereken birer meta olarak düzenin içerisinde yerini almıştır. Bu süreçte konut bir ürün olarak görülerek ve profesyonel ekip ve şirketler tarafından üretilerek elde edildiğinden, geçmişte olduğu gibi kullanıcısının elinden çıkmamaktadır. Bu bağlamda konutta hayatlarını geçirecek bireyler, kültürel yapıları ve alışkanlıklarındaki farklılıkları nedeniyle, içinde yaşadıkları mekanda kendilerini mutlu ve huzurlu hissedebilmek için birbirlerinden farklı, çeşitli organizasyon ve düzenlemelerle mekanı kendi yaşam biçimlerine uygun hale getirmek isterler. Konutun bu beklentiye cevap verebilmesi için değişebilir olması ve buna bağlı olarak da esneklik özelliğine sahip olması büyük önem taşımaktadır. Konunun anlaşılabilmesi için terminolojinin doğru bir şekilde oluşturulması fayda sağlayacaktır.

Toplu Konut, genellikle devlet tarafından yapılan ya da devlet tarafından yapılması desteklenen çoklu konutlar bütünüdür.

Esneklik, bir etkinin altında değişikliğe uğradıktan sonra, etkinin kalkmasıyla eski biçimini alabilme özelliği olarak tanımlanabilir.

Değişebilirlik, var olan bir şeyin farklı özelliklere sahip bir hale dönüşebilmesidir.

Mekanın esnekliği, mekanın içinde oluşan farklı koşul ve durumlara uyum sağlayabilme kabiliyetidir.

Konut tasarımında esneklik, kullanıcıların ihtiyaçları doğrultusunda tasarlanarak kullanıcının mekan organizasyonunu istediği gibi düzenlenmesini ve zaman içerisinde de, değişen ihtiyaçlara cevap verecek şekilde, adapte olabilmesi durumudur.

Konutlarda üç tip esneklik türü tasarım prensibi olarak öne çıkar:

Statik Esneklik -Sürekli Esneklik -Büyüme Esnekliği

Statik Esneklik:

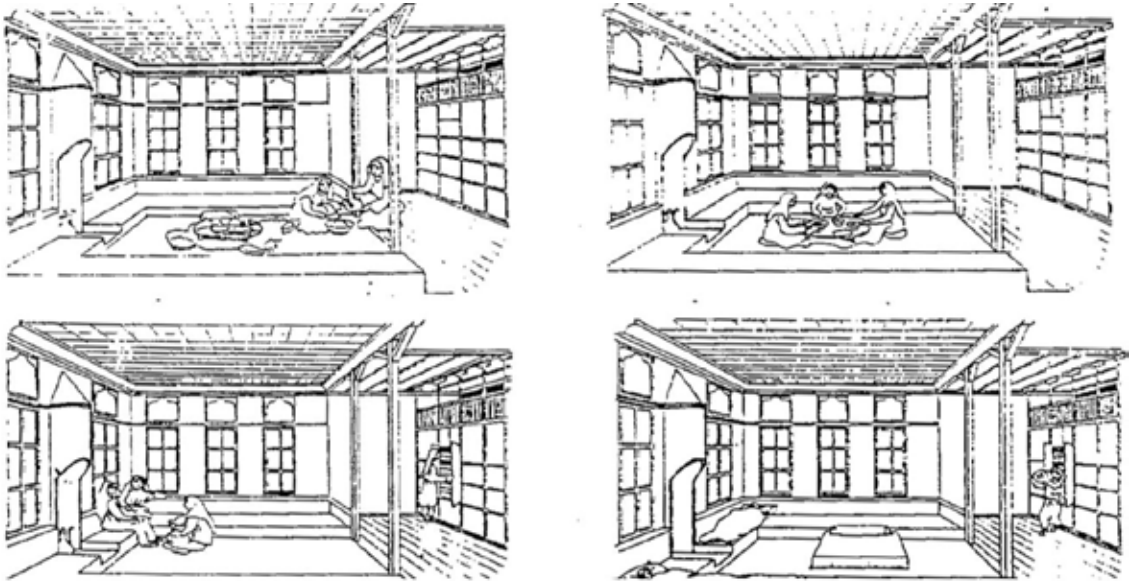
Yapılarda, planlama kalitesi ile sağlanabilecek sınırlı bir değişimin söz konusu olduğu esneklik türüdür. Ayrıştırılmak istenilen mekanlar hareketli bölücü elemanlarla fiziksel olarak bölünmez.

Statik esneklik:

- Kullanıcı isteklerine bağlı, bölünebilme ya da ayrışma özelliğine sahip olur.
- Tefriş açısından çeşitlilik sağlar.
- Tesisatlar, mekan da yapılacak değişikliklere ya da çeşitlenmelere izin verebilecek şekilde yapılır.

Anadolu'da bulunan geleneksel konutlar bu tip bir esneklik için iyi birer örnek oluştururlar. Mekan-daki statik esneklik, geçmişten gelen toplumsal alışkanlıklar ve mekanın rasyonel bir anlayışla kullanılması sonucunda tasarımın en önemli unsurlarından biri halini almıştır.

Bektaş'a (2001) göre Anadolu konut mimarlığında oluşturulan esneklik, Batı'da yaygın olan mimarlık ilkeleriyle çatışmaz, hatta daha insancıl sonuçlar verdiği söylenebilir. Bu açıdan bakıldığında mimarların geleneksel halk yapı sanatını daha iyi değerlendirmesi fayda sağlayabilir.



Şekil 1. Geleneksel Konut, Farklı zaman dilimlerinde farklı işlevlere hizmet edebilir. (Ernün,1992)

Anadolu'da bulunan geleneksel konutta, yapısal olarak büyük değişiklikler gerektirmeyen, farklı işlevlere hizmet edecek şekilde uyum sağlayabilen, dönüşüme uğrayabilen mekan anlayışı bulunmaktadır. Bu yaklaşım, toplumun kültürel, sosyolojik ve ekonomik gerçeklerine uygun bir tasarım anlayışının sonucu olarak, anonim bir tasarım dilinin ürünüdür.

Sürekli Esneklik:

Mekanların, isteğe bağlı olarak değiştirilebilmesine teknik zorunluluklar dışında imkan veren esneklik türüdür. Islak hacimlerin ve taşıyıcıların sabit tutulması dışında, diğer elemanlar değişebilir özellikler gösterir.

Geleneksel Japon Evi'nde mekan, belirli bir fonksiyonu karşılaması için düzenlenmiş olsa da, sahip olduğu esneklik sayesinde (örnek, fusuma ve tatamilerin modül olarak kullanılması ile mekan tanımlama) farklı eylemlere farklı büyüklüklerdeki mekanlarla cevap verebilmektedir.



Şekil 2. Geleneksel Japon konutunda Tatami, Fusuma ve Shoji kullanımı. Elektronik kaynak: <https://japanese-school-asabi.com/tatami/>

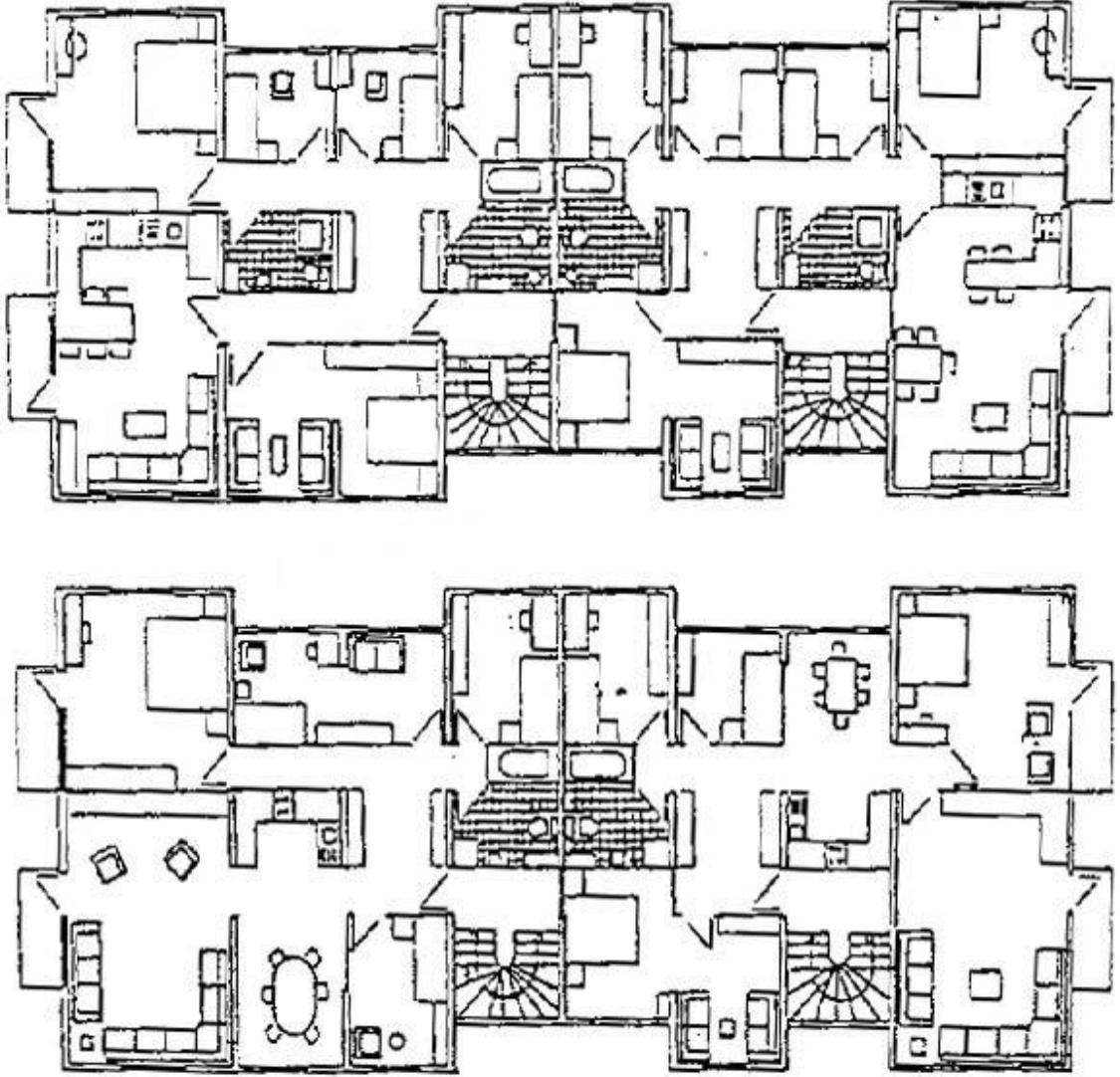
Mekan, sabit eleman kullanmama özelliği sayesinde iç duvarların istendiğinde değişebilir olmasını sağlamıştır. Duvarlar ve kapılar hareket edebilir niteliktedirler. Ahşap ve kağıttan yapılmış “fusuma” adı verilen kayar, katlanabilir ve hafif elemanlarla mekan bölünmeleri sağlanmıştır. Fusumalar konut dışında kullanılan “shoji ve amado” gibi bir eksen üzerinde döndürülüp kaydırılabilmektedir. Bu paneller birbirinden ayrılarak mekanın genişletilebilmesini, ayrıca verandanın da konut içi kullanım alanına katılabilmesini ve iç-dış ilişkisinin değişebilir olmasını sağlamaktadır.



Şekil 3. Utrecht, Rietveld Schröder evi, 1.kat mekan organizasyonu. Elektronik kaynak: <http://architecturalmoleskine.blogspot.com.tr/2013/05/gerrit-rietveld-schroder-house.html>

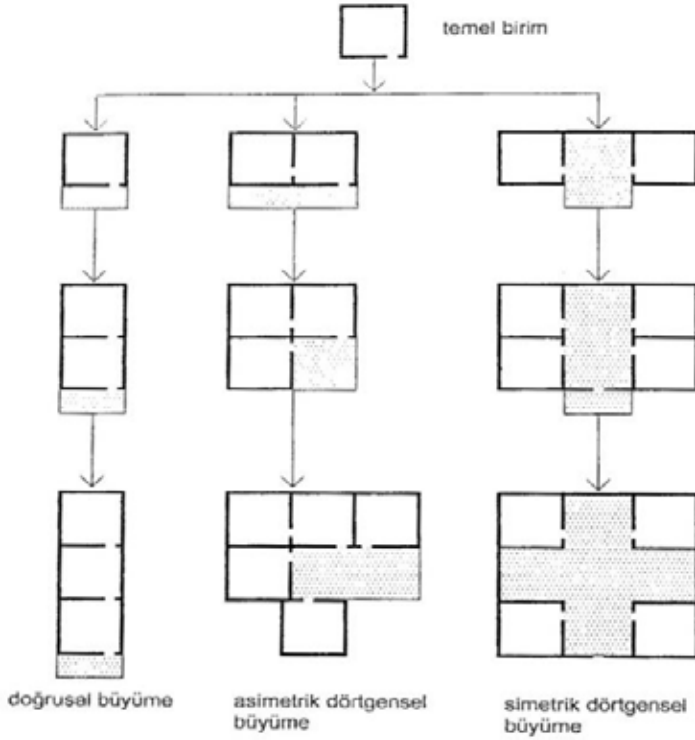
Rietveld evindeki hareketli panel duvarlarla, mekanın farklı boyutlarda ve şekillerde organize edilebilir olması Sürekli Esnekliğin oldukça bilinen bir örneğini oluşturmaktadır.

Sürekli esneklik prensibini benimseyen en tanınmış topluluklar Hollandalı araştırma kuruluşu SAR (Stichting Architecten Research) ve İngiliz PSSHAK (Primary Support Structures and Housing Assembly Kits). Aynı kat planı içerisinde farklı çözümler üretilmiş örnekler.



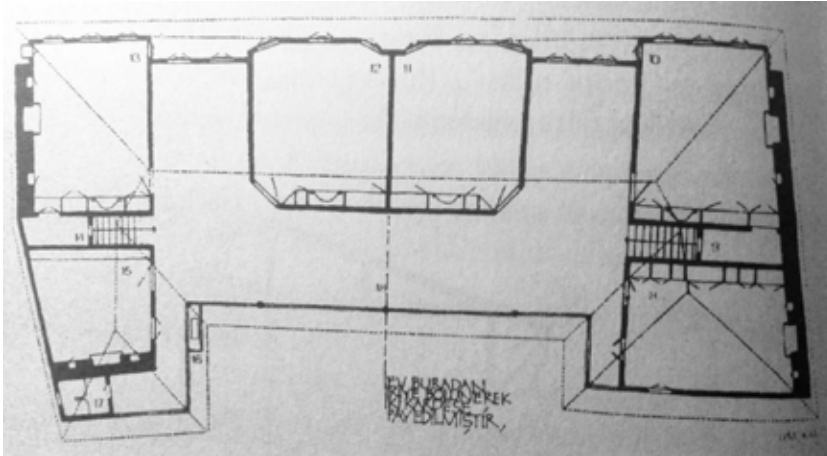
Şekil 4.Sar Sistem Diagramı, Bölgelere göre tasarım analiz edilebilir. Elektronik kaynak: https://issuu.com/icarboni/docs/la_flexibilidad_en_la_vivienda_cole

Büyüme esnekliği: Kullanım aşamasında kullanıcı ihtiyacının değişmesi sonucu mekanın hacim olarak yetersiz kaldığı durumlarda ek mekanlar ilave edilebilme özelliğidir. Tasarım aşamasında çevresel veriler, vaziyet planı ve topoğrafik yapı dikkate alınmalıdır. Bu durumun gerçekleşebilmesi için standardizasyon ve modüler yapı sistemleri öne çıkmaktadır.



Şekil 5. Modüler sistemlerle büyüme için yapılan şematik uygulamalar. (Nergis, 2005)

Geleneksel Anadolu konutunda aile yapısı ve kültürel alışkanlıklar sebebiyle yapının büyüme esnekliğine sahip olması yapının uzun ömürlü olması açısından önem kazanmaktadır.



Şekil 6. Geleneksel Anadolu Konutu. (Bektaş, 2001)

Aile genişledikçe konut da büyüyerek içindeki yaşama uyum sağlamaktadır. Yukarıdaki örnekte aileye katılan çocuklar arttıkça, eklenerek büyüyen konut, çocukların evlenmesiyle orta eksen boyunca çocuklar arasında pay edilerek bir anlamda ikiye bölünmüştür.

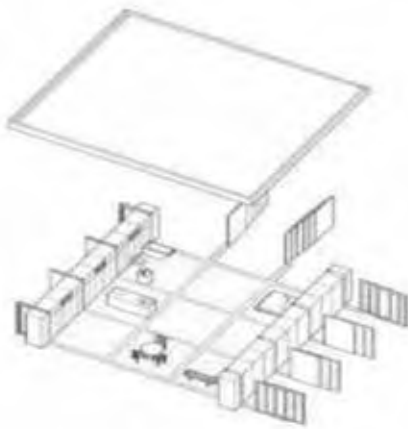
Bektaş'a göre farklı sosyolojik ve kültürel yapıdaki bireylerin ihtiyacı olan konutlar bire bir aynı olmayacaktır. Örneğin geçmişten gelen geleneksel aile yaşantısına göre anne baba onların çocukları,

çocukların eşleri ve torunların birlikte yaşadığı konut ile çekirdek aile yapısına sahip ailenin konutları arasında farklar olması kaçınılmazdır. Ancak, farklı aile yapılarına, esnek bir tasarım anlayışıyla inşa edilmiş konutlar uyum sağlayarak içinde yaşayanların ihtiyaçlarını karşılayabilir. Günümüzde değişime ayak uydurabilen konut tasarımı gün geçtikçe daha fazla görülmekte ve konunun gerekliliği daha iyi kavranmaktadır.



Şekil 7. Hareketli duvar panelleriyle farklı kullanımlar, Tokujin Yoshioka . Elektronik kaynak: <https://rethinkingdomesticity.wordpress.com/2013/11/>

Tokujin Yoshioka, mutfağı gizleyen kayar paneller yardımıyla mutfağı gerektiğinde gizleyerek yaşam alanına farklı kullanım seçenekleri sunmaktadır.



Şekil 8. Nine Grid House, Shigeru Ban. Elektronik kaynak: <https://www.archdaily.com/489222/a-selection-of-shigeru-ban-s-best-work>

Shigeru Ban'ın tasarımı olan Nine Grid House, bir kenarı 10.4 metre olan kare zemine yerleştirilmiş konutta birbiri üzerine kayabilen hareketli paneller, 9 gride bölünmüş mekanda farklı ihtiyaçlara cevap verebilecek şekilde esneklik sağlamaktadır. Bölümler gün içinde değişen koşullara göre tanımlı hale gelebilmektedir. Viyana'da farklı kültür gruplarından kullanıcılara yönelik inşa edilen toplu konutlarda, bu çeşitliliğin sonucu oluşan farklı ihtiyaçlara göre esneklik içermektedir.



Şekil 9. Toplu Konut, Viyana, 1994. Kaynak: Gonzalez ve diğerleri

Viyana'daki bu toplu konutta, mutfağın iki yanındaki kayar paneller açılarak daha büyük açık mekan olarak kullanılabilir. Köşe konutlarda ise hareketli duvar panelleri kullanılarak istenirse büyük bir salon istenirse görece daha küçük bir salon ve fazladan bir oda oluşturulabilmektedir.

Konutların kullanıcı istek ve ihtiyaçlarına adapte olabilmesi özelliği, ekonomik ve sosyolojik faktörler nedeniyle çoğu zaman istenilen ölçüde gerçekleşmez. Bu durum normal şartlarda oluşturulan konutlarda dahi nadiren kullanıcılarını tatmin edecek ölçüde gerçekleşirken, devlet eliyle oluşturulan toplu konutlarda her kesimden, farklı yaşam alışkanlıklarına sahip insanların yer aldığı kullanıcı profilinde, ulaşılması daha da zor bir hedef olmaktadır. Farklı özelliklere sahip kullanıcıların kendi yaşam alışkanlıklarına uygun konutu seçme hakkı, sosyolojik, kültürel ve ekonomik sebeplerle, çoğu zaman zorunluluktan kullanmaya başladıkları, toplu konutlarında gerçekleşmez. Bu sebeple, bu tip, kullanıcı önceden tam olarak bilinmeyen, konutlarda farklı kullanıcıların değişen ihtiyaçlarına uyum sağlayabilmesi için, esneklik ve değişebilirlik gibi kavramlar diğer yapılara göre daha da önem kazanmaktadır.

Günümüzde toplu konutların, hızlı ve ucuz bir şekilde inşa edilmesi ön planda tutulan ekonomik sebeplerden kaynaklanan bir gerçeklik olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun sonucu olarak tip konutlar olarak ele alınması ve endüstriyel üretim yaklaşımıyla seri üretime uygunluğu ön planda tutularak tasarlanması yapı endüstrisinin sonucudur.

Türkiye'de toplu konutların üretiminden uzun yıllardır sorumlu olan Toplu Konut İdaresi(Toki) ekonomik ve yapılar inşa etmeyi hedeflemektedir. Toki tarafından, işin ekonomisi göz önünde bulundularak, tip planlar tasarlanmış ve konut ihtiyacı olduğu değerlendirilen yerlerde, ufak tefek değişikliklerle, bu tip planlara uyularak toplu konutlar inşa edilmektedir.



Şekil 10. Nevşehir Ürgüp, Toplu Konut Tip Planı, Toki.

Diğer birçok bölgede olduğu gibi Nevşehir Ürgüp'te, inşa edilen toplu konutları da kullanıcısının mekanlar üzerinde söz sahibi olmasına, değişiklikler yapmasına uygun bir yapıda değildir. Hemen hemen tüm iç duvarlar betonarme perde duvarlardan oluştuğu için herhangi bir duvarı kaldırmak ya da yerini değiştirmek mümkün değildir.



Şekil 11. Balıkesir Bandırma Edincik, Toplu Konut Tip Planı, Toki.

Aynı Nevşehir’de olduğu gibi Balıkesir ‘de de değişiklik yapılmasına uygun olmayan, yapıda yaşayanların tek tip bir yaşam alışkanlığına ve kültürüne sahip olmalarının beklenildiği bir yapı söz konusudur. Bu durumun sonucu olarak en temel farklılıklar dahi dikkate alınamamış bu konutlarda yaşayanlar konutlarıyla tam olarak bütünleşememektedirler.

Sonuç

Toplu konutlarda, sadece üretim sürecini ele alan bir tasarım yaklaşımının yerine, güvenilir ve ekonomik üretimin önemini göz ardı etmeden, kullanım döneminde konutların kullanıcılarının farklılık gösteren yaşam biçim ve alışkanlıklarına hizmet edebilme becerisini sağlayacak bir model oluşturulması çözüm sağlayabilir. Bu bağlamda kullanıcının konutu kendisiyle özdeşleştirebilmesi ve “evi” haline getirebilmesi adına, yaşadığı mekanı kendi yaşam biçimine uygun hale getirebilmesine olanak sağlayan ve kullanıcının müdahalesine olanak veren bir sistem toplu konutun daha iyiye götürülmesinde fayda sağlayabilir.

Taşıyıcı sistemin, statik gereklerden ödün vermeden, olabildiğince konutun çeperlerine alınması, bu tür bir yaklaşımın gerçekleşmesi için büyük bir kolaylık sağlar. Ayrıca plan organizasyonun farklı mekansal düzenlemelere izin vermesini sağlamak için, değişiklik olması ön görülen iç duvarların kuru duvar sistemleriyle imal edilmesi ya da hareketli duvar panellerinden oluşması olumlu etki yapacaktır.

Kullanıcı ve ürün (konut) arasındaki uyum sorununu aşmakta fayda sağlayabilecek en önemli özellikler esneklik ve değişebilirlik kavramları olarak görülmektedir. Uyum kavramının söz konusu olduğu hemen hemen her sektör esneklik ve değişebilirlikten belli oranlarda yararlanmaktadır. Ayrıca farklı çalışma dalları arasındaki uyumu da sağlayabilmek adına bu yaklaşım öne çıkmaktadır.

İnsan mekan ilişkisini analiz edip, konutun tasarım sürecine kullanıcıyı da dahil ederek esneklik ve değişebilirlik kavramlarının tasarıma katkısını sağlamak tasarımın kullanıcı odaklı olması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda aşağıdaki öneriler kullanıcı ve mekan arasındaki uyumu sağlamak adına önem kazanmaktadır;

- Bir mekanın birden farklı işlevi barındırabilmesini sağlayacak tasarım yaklaşımı,
- Teknik gerekliliklerin, tesisat ve taşıyıcı sistemler gibi, değişime olanak sağlayacak şekilde imal edilmesi,
- Gelecekteki yeni düzenlemeler için kolaylık sağlayan sökülebilir ya da yer değişebilir bölücü elemanların kullanımı,

Kullanıcıya yaşadığı mekana müdahale etme, değiştirme ve içinde gerçekleşen yaşamla ilgili seçme şansı sunan, kısaca kullanıcıya esnek ve değişebilir mekanlar sağlamak, tasarımın verimli ömrü ve sürdürülebilirliği açısından standartların yükselmesini sağlayacak önemli faktörlerdir.

Kaynakça

Bektaş, C., (2001). Halk Yapı Sanatı, Literatür Yayıncılık, İstanbul.

Bosma, K., Van Hoogstarten, D., Vos, M., (2000). Housing for the Millions: John Habraken and the SAR (1960-2000), Rotterdam: NAI Publishers.

Eruzun, C., (1992). “Ödül Alan Projeler ve Raporlar”, Gelenekten Geleceğe Evimiz Proje Yarışması, Kültür Bakanlığı. Güzel Sanatlar Gen. Müd. Yay., Ankara.

Gonzalez, X. ve diğerleri, (1998). Housing and Flexibility (1), A+T, vol.12.

Nergis, F., (2005). Minimalist Mekanların Tasarım Özellikleri ve Görsel Niteliklerinin Mimarlığın Bazı Temel Öğeleri Aracılığıyla Konut Tipolojisi Kapsamında İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, YTÜ FBE, İstanbul.

URL-1, <https://japanese-school-asahi.com/tatami/>

URL-2, <http://architecturalmoleskine.blogspot.com.tr/2013/05/gerrit-rietsveld-schroder-house.html>

URL-3, https://issuu.com/icarboni/docs/la_flexibilidad_en_la_vivienda_cole

URL-4, <https://rethinkingdomesticity.wordpress.com/2013/11/>

URL-5, <https://www.archdaily.com/489222/a-selection-of-shigeru-ban-s-best-work>

URL-6, <https://www.toki.gov.tr/ornek-konut-tipleri-ve-planlari> (30.09.2018)

Türkiye’de Dijitalleştirilen Kültürel Mirasın Arşivlenmesinin Bir Model Üzerinden Değerlendirilmesi: TAY Projesi Örneği

Aybike YENEL // *aybikeyenal@hotmail.com*

*Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Mimarlık Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi*

Dr. Müge BAHÇECİ // *mbahceci@baskent.edu.tr*

*Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Mimarlık Bölümü Öğretim Üyesi*

ÖZET

Geçmiş kuşaklardan günümüze kalan kültürel mirasın korunması, geleneklerin ve kültürel çeşitliliğin devamlılığını sağladığı gibi gelecek nesillere aktarılmasında da önemli bir etkidir. Kültürel mirasın sürekliliğinin sağlanması için korunması, belgelenmesi ve muhafaza edilmesi gereklidir. Kültürel mirasın korunması ve kayıt altına alınması sonucunda arşiv kavramı ortaya çıkmıştır. Dijital çağda teknolojinin gelişmesiyle arşiv uygulamaları kaçınılmaz olarak gelişmiş ve değişmiştir. Kültürel mirasın korunması, dijital arşivleme ile yeni bir boyut kazanmıştır. Dijital arşivler, hızlı erişim olanakları ve bilgi paylaşımını kolaylaştırması nedeniyle kültürel mirasın korunmasında önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’de yapılan dijitalleştirme girişimleri; amacı, konusu ve uygulama yöntemleri

bakımından değerlendirilmiştir. Bu kapsamda kültürel mirasın envanterlerini çıkaran ve “veri havuzu” oluşturan Türkiye Arkeolojik Yerleşmeleri (TAY) projesi örneği verilmiştir. Ayrıca, uluslararası girişimler çerçevesinde, Türkiye’nin uluslararası platformda yaptığı işbirliği projelerine de değinilmiştir. Değerlendirmelerin sonucunda kültürel mirasın dijital arşivlenmesi için uluslararası deneyimlerin paylaşılması ve işbirliğinin önemi tespit edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular ile kültürel mirasın dijital arşivlenmesi sürecinde, Türkiye’de merkezi bir yapının eksikliği üzerinde durulmuş ve kültürel mirasın dijital belgeleme çalışmaları için TAY projesinin bir örnek teşkil edeceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras, Arşiv, Dijital Çağ, Dijitalleştirme, TAY Projesi

I. Giriş

Kültürel mirasın korunması, bu mirasın gelecek kuşaklara aktarma ve tanıtmaya olanakları sunmakta etkili olmaktadır. Kültürel mirasın korunması için öncelikle belgelenmesi gerekir. Çünkü belgeleme olmadan koruma olmaz. Arşivleme, kültürel mirasın kayıt altına alınması ve muhafaza edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Dijital çağda, teknolojinin gelişmesiyle birlikte arşiv uygulamaları da gelişme ve değişime göstermiştir. Dijital arşivler, hızlı erişim olanakları ve bilgi paylaşımı sağlaması ile kültürel mirasın korunması için belgeleme çalışmalarında kullanılmaktadır.

Gelişen teknolojiyle birlikte ortaya çıkan dijital belgeleme çalışmaları bir ülkenin sahip olduğu ortak mirasın gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Ülger & Külcü, 2016). Kültürel mirasın korunması ve sürekliliğinin sağlanması bakımından Türkiye çeşitli ulusal ve uluslararası projelerle (AccessIT, LoCloud, INDICATE) kültürel mirasın dijitalleştirilmesi girişimlerinde bulunmuştur. Bu çalışma ile kültürel mirasın dijitalleştirilmesi projelerine uluslararası girişimlerden başlayarak, kültürel miras kapsamındaki en geniş ölçekli Europeana projesi ile Türkiye’nin işbirliği projeleri ve Türkiye’de yapılan uygulamalara yer verilmiştir.

Türkiye’deki kültürel mirasın dijitalleştirme uygulamaları anlatılmıştır; bu doğrultuda kurumlar, bilimsel etkinlikler ve yasal düzenlemeler olarak üç başlık altında incelenmiştir. Türkiye’deki arkeolojik yerleşmelerin bilim dünyasına ve tüm ilgililerin kullanımına açılmasını hedefleyen TAY projesi de çalışma kapsamında örnek olarak irdelenmiştir.

Kültürel mirasın korunması çalışmalarının en önemli adımı nelere ne kadar sahip olduğumuzun bilinmesidir. Bu bağlamda nelerin korunması gerektiği, ancak nelerin var olduğu, var olanların hangi durumda olduğu, tahribatin boyutları, türleri ve nedenlerinin belgelenmesi ile mümkün olabilir. Bu bağlamda, arkeolojik alanlarda belgeleme çalışmaları yapan TAY projesi örnek teşkil edecek bir uygulamadır.

Çalışmada elde edilen bulgular kültürel mirasın dijitalleştirilmesi alanında tek merkezi bir yapının eksikliğini ortaya çıkarmıştır. Çalışmada ayrıca Türkiye’de dijitalleştirme uygulamalarında yaşanan sorunlara yer verilmiş, sonuç ve önerilerde bulunulmuştur.

II. Kültürel Miras

Kuşaktan kuşağa aktarılarak gelen her türlü eserler ve değerler bir ülkenin zenginliği olarak görülmektedir (Can, 2009). İnsanlık tarihi boyunca tarafından oluşturulmuş, gelecek nesillere yararı olacağına inanıldığı için sahip çıkılması gereken evrensel değerlerin bütününe “kültürel miras” denilmiştir.

Kültürel miras; “somut kültürel miras” ve “somut olmayan kültürel miras” olarak iki ayrı kategoride ele alınmaktadır. Somut kültürel miras; yapıları, tarihi mekanları ve anıtları içine alan ve gelecek nesle aktarılacak üzere korunması gereken eserlerdir. Somut olmayan kültürel miras ise toplulukların, grupların ve bireylerin kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamaları, temsilleri, anlatımları, bilgileri ve becerilerine ilişkin korunması gereken araçlar ve yaşam kültürüdür.

Kültürel miras, insanların çalışmalarına yön vererek fikirlerini somutlaştırır. Yapıldıkları döneme ait bilgi ve fikir vererek toplumların, geçmiş yaşamlara ait değerlendirme yapabilmelerini sağlar. Kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması ile toplumların kendi değerlerinin dolayısıyla kendi kimliklerinin yaşatılması sağlanır. İnsanların geleceğine yön verecek çalışmalar, geçmişten gelen bilgilerin ışığı altında gerçekleştirilmesi ile mümkündür (Can, 2009).

Kültürel Mirasın Korunması

Kültürel mirasın korunması, özel uzmanlık, yöntem ve teknik gerektirmektedir. Bunun gerçekleştirilmesi de “kültürel miras yönetimi” ile mümkündür (Can, 2009). Kültürel Miras Yönetimi;

1. Tanımlama,
2. Açıklama - Yorum,
3. Muhafaza,
4. Korumayı ifade eder (Bahçeci, 2006).

Kültürel miras yönetimi koruma, restorasyon, müzecilik, arkeoloji, tarihi sit, fiziksel kalıntılar, tarih ve mimariyle ilişkilidir ve bu ilişkili olduğu alanlar özel bilgi, beceri ve yetenek gerektiren sahalardır (Can, 2009).

Koruma düşüncesinin gelişmesiyle birlikte bugün anıtlar ve tarihi çevreler bir dönemin kentsel ve mimari düzenini, yapım tekniklerini, sosyal yaşamını açıklayan bir “belge” olarak da değerlendirilmektedir. Koruma, belge, arşiv ve araştırmalara dayanan bir işlem dizisi ile desteklenmelidir.

Arşivleme

Tarihi süreç içerisinde insanlar, birey ve oluşturdukları topluluk olarak yazının bulunmasından itibaren; kazanmış oldukları hak, yükümlülük, faaliyetleri korumak ve gerektiğinde belgeleyerek ispatlamak amacıyla belgeleri muhafaza etmek ihtiyacı duymuşlardır. Aranılan belgeye en kısa süre içerisinde ulaşabilmesi için, mevcut belgelerin bir sistem dahilinde muhafaza edilmesi amacıyla arayışlara gidilmesi sonucunda, arşiv kavramı ortaya çıkmıştır (EGM, 2013).

Dijital çağda arşiv hizmetleri ise çok daha hızlı, gelişmiş erişim olanakları ve bilgi paylaşımı sağlamaktadır (İnceoğlu & Şentürk, 2014). Dijital çağda temel edinilmesi gereken arşiv unsurları:

1. Malzemelerin uzun süreli korunması,
2. Kullanıcı odaklı erişimin sağlanmasıdır.

Dijital çağ ile arşiv, kültürel mirasın korunmasında ve kurumsal hafızaların oluşmasında rol oynamaktadır (İnceoğlu & Şentürk, 2014).

Kültürel Miras ve Dijitalleştirme

Kültürel bellek kurumları olarak kütüphaneler, arşivler ve müzeler koleksiyonlarında bulundukları kültürel miras ürünlerini, bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanarak kullanıcılarına katma değerli hizmet niteliğiyle sunmaktadır. Bellek kurumları, geçmişte üretilmiş ürünleri toplum tarafından kullanılabilir formatta sunmaya yönelik çözümler üretmektedir. Bellek kurumlarının toplumsal sorumluluk ve işlevlerini yerine getirmelerinde öne çıkan çalışmalardan birisi de dijitalleştirmedir (Çakmak, 2017).

Kültürel miras gelecek nesillere aktarımı açısından büyük önem taşıdığı için doğru ve güvenilir bir şekilde korunmalı ve saklanmalıdır. Gelişen teknolojiyle beraber kültürel mirasın korunması ve saklanmasında dijital sistemler ve buna bağlı olarak dijitalleştirme çalışmaları gündeme gelmiştir. Kültürel mirasın dijitalleştirilmesinde ulusal ve uluslararası platformda önemli projelere imza atılmıştır (Ülger & Külcü, 2016).

III. Kültürel Miras ve Dijitalleştirme Projeleri

Uluslararası Girişimler

Kültürel miras ürünlerinin dijitalleştirilmesine yönelik çok sayıda uluslararası girişimden söz edilebilir (Öztemiz, 2016). Dijitalleştirme konusunu oldukça geniş bir ölçekte ele alan Avrupa'daki yerel kültür kurumlarının (kütüphane, müze, arşiv) dijitalleştirilmesi ve erişime açılması amacıyla CALIMERA Projesi (Cultural Applications: Local Institutions Mediating Electronic Resources) gerçekleştirilmiştir. Avrupa'da yer alan 8 ulusal kütüphanenin (Hollanda, Fransa, Norveç, Finlandiya, Almanya, Portekiz, İsviçre, İtalya) dijital anlamda bir ağ yapısı oluşturulması ve derlenmesi üzerine NEDLIB Projesi (Networked European Deposit Library) yapılmıştır. Avrupa Komisyonu tarafından oluşturulmuş, kültürel mirasın ve bilimsel nesnelerin dijital koruma ve erişiminin sağlandığı ERPANET Projesi (Electronic Resources Preservation and Access Network) de Avrupa'da uygulanan dijitalleştirilme girişimi uygulamalarındandır (Ülger & Külcü, 2016).

Avustralya'da ulusal kültürel mirasın arşivlenmesi çalışmalarının ilk örneği olan PANDORA Projesi (Preserving and Accessing Networked Documentary Resources of Australia) ve 1993 yılında Amerikan Konseyi ve Getty Bilgi Enstitüsü tarafından, yerel kültürel mirasın erişimini sağlayan NINCH Projesi (National Initiative for Networked Cultural Heritage) gerçekleştirilmiştir (Ülger & Külcü, 2016).

Dijital ortamda belgelerin özgünlüğü, güvenilirliği, uzun süre korunmasına dönük yaklaşımlarla uygulama modelleri geliştirmeyi hedefleyen InterPARES Projesi (International Research on Permanent Authentic Records in Electronic Systems) ve Üniversite ve Araştırma Kütüphaneleri Konsorsiyumu tarafından dijital koruma konusunda stratejik rehber oluşturmak üzere başlatılan CEDARS Projesi (Curl Exemplars in Digital Archives) yapılmıştır. Michigan ve Leeds Üniversiteleri tarafından dijital malzemelerin uzun süre korunması ve erişimine dönük teknolojilerin araştırılması amacıyla yapılan CAMILEON Projesi (Creative Archiving at Michigan & Leeds: Emulating the Old on The New) de uluslararası girişimlerden bazılarıdır (Ülger & Külçü, 2016; Öztemiz, 2016).

Europeana Projesi ve Türkiye Uygulamaları

Kültürel miras ürünlerinin dijitalleştirilmesinde öne çıkan bir başka girişim de Avrupa'nın kültürel ve bilimsel mirasına Internet üzerinden erişimi mümkün kılan Europeana Projesi, dijitalleştirme girişim-lerindeki en kapsamlı projelerden birisidir (Öztemiz, 2016).

Europeana Projesi, Avrupa ülkelerinin kültürel mirasını hem Avrupa ülkelerinin hem de diğer kıta ülkelerinin erişimine açarak kültürel dolaşıma imkân sağlamak ve dolayısıyla bilgi toplumunun gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Dijitalleştirme eğitimi ve çalışmalarını desteklemesi, bilgi teknolojilerinin kültürel miras alanına uygulanmasına öncülük etmesi, kültürel mirasın dijitalleştirilerek koruma altına alınmasını sağlaması, konuya dikkat çekmesi ve her geçen gün artan kaynak ve kullanıcı sayısı ile Europeana Projesi kültürel miras kapsamındaki en büyük ve önemli dijital kütüphanelerden birisidir. Proje, küçük yerel kültür kurumlarının bile uluslararası alanda görünür olmalarına imkân sağlamaktadır (Yılmaz, 2012).

Ülkemizde de kültürel mirasın dijitalleştirilmesi alanında proje uygulamalarına başlanmış olup uluslararası projeler ile ortak çalışmalar yapılmıştır. Bu bağlamda Türkiye, Europeana Projesi ile işbirliği yaparak uluslararası projeler gerçekleştirmiştir.

a) AccessIT Projesi (Accelerate the Circulation of Culture through Exchange of Skills in Information Technology) 1; Europeana Projesi'ne Türkiye kaynaklı ilk katkının sağlandığı, AB Eğitim ve Kültür Programı altında kabul edilen ve Mayıs 2009 - Nisan 2011 tarihlerini kapsayan bir Avrupa Birliği projesidir. Projenin konusu; Türkiye, Yunanistan ve Sırbistan'dan kültürel miras kapsamındaki belirli miktardaki kaynağı dijitalleştirerek Europeana Projesi'ne aktarmak ve bunun için gerekli eğitim alt yapısını sağlamaktır. Proje ekibinin dijitalleştirme konusunda eğitim almasıyla; makale, broşür vb. gibi projeyi tanıtıcı yayınların yapılması da hedeflenmiştir (Yılmaz, 2012).

b) LoCloud Projesi (Local Content in a Europeana Cloud) 1; 24'ü Avrupa Birliği üyesi olan, 32 ortaklı bir Avrupa Birliği projesidir. Projenin konusu; proje ortağı ülkelerde bulunan ve Europeana bünyesine aktarılan kütüphane, arşiv ve müze gibi kültürel miras kuruluşlarının kayıtlarının geliştirilmesi ve kuruluşların dijital kayıtlarının çevrimiçi erişime açılması ile 4 milyon yeni dijital kaydı Europeana aracılığıyla erişilebilir kılmayı amaçlamaktadır (VEKAM, 2012).

c) INDICATE Projesi (International Network for a Digital Cultural Heritage e-Infrastructure) 2; Avrupa Birliği üyesi ve aday ülkeleri arasında Akdeniz çevresinde, ülkeler arası deneyimlerin paylaşılması ve işbirliği sağlamayı amaçlamıştır. Projenin konusu; kültürel miras

1 Bilgi Teknolojilerinin Değişen Yetenekleri Aracılığıyla Kültür Dolaşımının Hızlandırılması

2 Uluslararası Dijital Kültürel Miras Altyapı Ağı

araştırma çalışmaları için elektronik bir alt yapı oluşturulması, koordine edilmesi, kültürel mirasın sayısallaştırılması ve saklanması konularında uygun politikaların geliştirilmesidir (KYGM, 2010).

IV. Türkiye’de Dijitalleştirme Girişimleri

Dijitalleştirme uygulamalarının tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de 2000’li yıllardan itibaren gelişmeye başladığı söylenebilir (Öztemiz, 2016). Türkiye’de kültürel mirasın dijitalleştirilmesine önemli ölçüde katkı sağlayan uygulamalar yapılmaktadır. Dijitalleştirme ve dijital koruma uygulamaları girişimleri; bütünsel bir bakış açısıyla planlanması için kurumlar, bilimsel etkinlikler ve yasal düzenlemelerle birlikte desteklenmiştir.

Kurumlar

Kültürel miras açısından oldukça zengin olan Türkiye’de kurumlar dijitalleştirme girişimlerinde bulunmaktadır. Dijitalleştirme uygulamalarına kurumlar katkı sağlamaktadır. Kültürel mirasın dijitalleştirilmesi ve dijitalleştirilen içeriğin korunarak gelecek kuşaklara aktarılması bazı kurumların en önemli sorumlulukları arasında tanımlanmaktadır (Öztemiz & Yılmaz, 2017). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı - Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı, Üniversite, Halk Kütüphaneleri, Milli Kütüphane ve VEKAM Kütüphanesi dijitalleştirme girişimlerinde bulunan kurumlardır.

Bilimsel Etkinlikler

Dijitalleştirmenin kültürel bellek kurumlarına (kütüphaneler, arşivler, müzeler) sağlayacağı kazanımları bireysel, kurumsal ve toplumsal düzeyde artırmak için meslek içi eğitim ve çeşitli bilimsel etkinlikler yarar sağlamaktadır (Öztemiz & Yılmaz, 2017). Bu bağlamda Ankara’da 7-8 Temmuz 2011 tarihinde, Türkiye’de dijitalleştirme çalışmalarının bireysel olarak yapıldığı ve kapsamlı bir koruma politikasının bulunmadığı sonucuna varılan “Sayısal Saklama Çalıştayı” gerçekleştirilmiştir. Ankara’da 15-16 Ekim 2012 tarihinde Türkiye’de yürütülen dijitalleştirme çalışmalarının kurumsal girişimler düzeyinde olup ortak bir koordinasyondan uzak olduğuna dikkat çekmek için “Indicate Uluslararası Konferansı” yapılmıştır.

Yasal Düzenlemeler

Türkiye’de kültürel miras ürünlerinin dijitalleştirilmesine yönelik uygulamalarda yasal ve teknik boyutlar da ayrıca önem taşımaktadır. Bu doğrultuda Türkiye’de konuyla ilgili yasal ve teknik çalışmaların dağınık bir yapıda olduğu, sistematik ve ortak hareket etmeyi sağlayacak mekanizmalara ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir (Çakmak & Yılmaz, 2017). Kültürel mirası yaşatmak, geliştirmek, yaymak, tanıtmak, değerlendirmek ve benimsetmek için, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek ve bu kuruluşlarla işbirliğinde bulunmak amacıyla 2003 yılında çıkarılan 4848 sayılı kanun ile düzenleme yapılmıştır (Hürriyet Web Sitesi, 2018). Ülkemizde arşiv hizmet ve faaliyetlerinin düzenlenmesine

yönelik olarak da 2007 yılında Milli Arşiv Kanunu çıkarılmıştır.

Türkiye’de dijitalleştirme uygulamalarında karşılaşılan pek çok problem bulunmaktadır (Öztemiz, 2016). Bunlardan bazıları:

1. Kurumlardaki farkındalık eksikliği,
2. Her kurumun dijitalleştirme konusunda bağımsız çalışıyor olması, bu konuya liderlik yapacak, eşgüdüm sağlayacak bir kurumun olmaması,
3. Ulusal bir politikanın belirlenmemiş olmasıdır.

Sıralanan bu sorunların çözülmesi, gerek ulusal kültürün ülke genelinde dolaşımına, gerekse Türkiye’nin kültürel kimliği ile uluslararası platformlarda yer edinmesine anlamlı katkılar sağlayabilir (Öztemiz, 2016). Türkiye’de başarılı bir dijitalleştirme girişimi olan “TAY projesi” sorunların çözümüne örnek teşkil edebilir.

V. Türkiye Arkeolojik Yerleşmeleri (TAY) Projesi

Anadolu ve Trakya’da, insanoğlunun yerleştiği ilk dönemlerden yakın çağlara dek derli toplu, ayrıntılı bir yerleşme ve kültür envanteri yoktur. Bu bölgelerdeki uygarlıkların kültürel gelişimini başından sonuna dek inceleyebilmek için sistemli bir belge arşivi hazırlanmamıştır. Anadolu ve Trakya kültürlerinin kronolojik süreç içerisinde birbirleriyle ilişkileri yeterince açık değildir. Bu sebeple Dünya kültür emanetlerinin önemli bir parçası olan Türkiye kültür varlıklarının bulgularının, kronolojik bir envanterinin çıkartılması ve bilgilerin uluslararası platformda paylaşılması amacıyla yönelik olarak Türkiye Arkeolojik Yerleşmeleri (TAY) Projesi tasarlanmıştır (TAY Projesi, 2018).

1993 yılında çalışmalarına başlayan TAY Projesi, özgünlüğü, boyutu ve kültürel emanetlerin belgelenmesine yaklaşımı açısından, türünün ilk ve şimdilik tek örneğidir. Projenin amacı, kişi ve kuruluşlara, bilimsel bir başvuru kaynağı, bir “veri havuzu” sunmaktır (TAY Projesi, 2018).



Resim 1: TAY Projesi (<http://tayproject.org>)

En azından 400.000 yıl eskiye uzanan kültürel verileri barındıran Anadolu ve Trakya toprakları üzerinde, 1800'lerin ilk yarısından başlayan araştırma sonuçları ile çağdaş yüzey araştırmaları ve kazıların bilgileri dağınık ve çoğunlukla ulaşılamaz durumdadır. Birçok yerleşmenin yeri bilinmemekte, birçoğu da tahribatın/yapılaşmanın kurbanı olmuş ya da olmaktadır. Bu tahribata karşı ve bu emanetleri korumaya yönelik öncelikle yapılabilecek en önemli çalışma, kültürel verilerin merkezi bir yapı içinde toplanması ve derlenmesidir. Çünkü belgeleme olmadan koruma olmaz (TAY Projesi, 2018).

İlk kez bu projeyle, Türkiye arkeolojik yerleşmeleri,

1. Höyükler,
2. Tümülüsler,
3. Anıtlar,
4. Mezarlıklar,
5. Ören yerleri,
6. Yerleşmeler belgelenmektedir (TAY Projesi, 2018).

TAY Projesi'ni amaç ve yöntemleri bakımından dört başlık altında incelememiz mümkündür. İlk olarak, Türkiye kültür emanetlerinin, öncelikle, elektronik olarak korunmaya alınması için "Veri Toplama" yapılmaktadır. Türkiye'nin sistemli biçimde ve yeni teknolojiler kullanılarak taranması, mevcut bilgilerin doğrulanması, yeni yerlerin belgelenmesi için "Veri Doğrulama" ve Anadolu ve Trakya toprakları üzerindeki, gerek doğa, gerekse insan eliyle yoğun olarak süren tarihi eser tahribatını izlenmesi ve kamuoyunu uyuracak bir kurumun oluşturulması için de "Veri Gözlemeleme" gerçekleştirilmektedir. Son olarak da bu verilerin basılı ve elektronik ortamda yayınlanması ve bu emanetlerin dünyaya açılması için "Veri Yayınlama" yapılmaktadır (HABİTAT, 2018).



Şekil 1: TAY Projesi'nin Amaç ve Yöntemleri [(HABİTAT, 2018) kaynağından alınıp yazar tarafından düzenlenmiştir.]

TAY Projesi, 1800'li yılların başından günümüze kadar yapılan yüzey araştırmaları ve kazı çalışmaları kaynaklarına dayanmaktadır. Ancak envanter çalışmaları sırasında mevcut dağınık bilgilerin derlenmesi ve sorgulanması, farklı sorunları ve gereklilikleri de beraberinde getirmiştir. Arazi çalışmalarını zorunlu kılan bu gereklilikler, TAYEx'in (TAY Keşif Gezisi - TAY Expedition) temelini oluşturmuştur (BİANET Web Sitesi, 2002).

TAYEx (TAY Keşif Gezisi - TAY Expedition), TAY Projesi'nin yürüttüğü Türkiye arkeolojik yerleşmeleri envanterinin yapısına uygun olarak 7 bölgeyi kapsamaktadır. Keşif gezisi; yayını yapılmış arkeolojik verilerin doğrulanması, buluntu yerlerinin, yerleşmelerin (höyükler, mağaralar, kaya sığınakları, düz yerleşmeler, tümülüsler, anıtlar vd.) o günkü durumlarının ve tahribatın boyutlarının belgelenmesi ve görsel bir Türkiye arkeolojik arşivinin oluşturulmasını amaçlamaktadır (TAYEx Web Sitesi, 2018).



Resim 2: TAYEX (http://tayproject.org/tayex.html)



Şekil 2: TAYEX'in (TAY Keşif Gezisi - TAY Expedition) Üç Temel Amacı [(BİANET Web Sitesi, 2002) kaynağından alınıp yazar tarafından düzenlenmiştir.]

TAYEX kapsamında; Türkiye'deki tüm arkeolojik yerleşmelere, anıtlara, kalıntılara vd. tek tek ulaşılarak, koordinat, ölçüm, çizim, haritalama, sayısal-analog fotoğraf ve film çalışmaları yapılmıştır. Navigasyon haritaları, yerleşme haritaları, arazi formları ve türlü çeşitli donanım bu araştırma için hazırlanmıştır. Tüm arkeolojik yerleşmelerin GIS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) ile temelli katmansal haritalara yerleştirilmesi ve gerek basılı ortamda, gerekse internet ortamında yayınlanarak bilim dünyasının ve tüm ilgililerin kullanımına açılması da projenin hedeflerindedir (TAYEX Web Sitesi, 2018).

TAY Projesi üç aşamada planlanmaktadır. Planlanan çalışma sisteminin ilk basamağında arazi çalışmalarını oluşturan TAY Keşif Gezisi yer almaktadır. Arazi çalışmalarında yerleşme/buluntu yerlerinin, bölgelere göre taranması programlanmıştır (BİANET Web Sitesi, 2002).

Çalışma sistemin ikinci basamağı ise, arazi çalışmalarında toplanan verilerin TAY veri havuzunun güncellenmesinde kullanılmasıdır. Dönemsel çalışmaların yer aldığı ara raporlar ve final raporuyla basılı ortamda ve internet erişimiyle, arazi çalışmalarının sonuçlarının kamuoyuna ve tüm ilgililere ulaştırılması gerçekleştirilmektedir. Bunun yanı sıra yerel müzelere, ilgili oldukları bölgedeki çalışma sonuçlarının iletilmesi ve müzeler ile iletişim içerisinde tescil çalışmalarının hızlandırılması için proje arşivindeki mevcut tanımsal ve görsel verilerin gerektiğinde müze yetkililerine aktarılması bu aşama için öncelikler arasında yer almaktadır (BİANET Web Sitesi, 2002).

Üçüncü aşama ise, bölgesel envanter çalışmaları ve bilimsel araştırmalar için kaynak yaratmak, bölge envanterleri için lojistik destekle birlikte yoğun sistematik araştırmaların gerçekleştirilmesini sağlama amaçlarına yöneliktir (BİANET Web Sitesi, 2002).

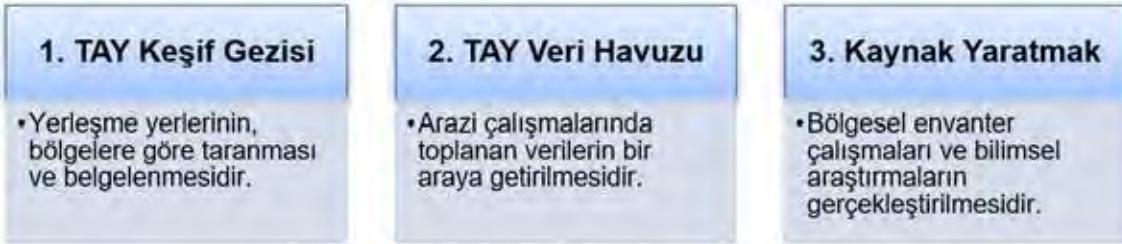
Tüm Veri Tabanlarında Arama: Arkeolojik (Bizans Dönemi hariç) + Mağara

<input type="text" value="veri havuzu"/> <input type="button" value="Ara"/> 	ayrıntılı arama sayfası → 
---	---

Arkeolojik Veri Tabanlarında Arama

<input type="text"/> <input type="button" value="Ara"/> 	ayrıntılı arama sayfası → 	14^C					
							
Paleolitik/Epipaleolitik	Neolitik	Kalkolitik	İlk Tunç	Orta-Son Tunç	Demir Çağları	Yunan-Roma (Pisidia-Karia)	Bizans (Marmara-İç Anadolu)

Resim 3: TAY Projesi Veri Tabanı (<http://tayproject.org/bas.html>)



Şekil 3: TAY Projesi'nin Planlanma Aşamaları [(BLANET Web Sitesi, 2002) kaynağından alınıp yazar tarafından düzenlenmiştir.]

TAYNet uygulaması ile TAY Projesi 1998 yılından bu yana, Türkçe ve İngilizce olarak internet üzerinden yayını sürdürmektedir. Dünyanın her yerinden Trakya ve Anadolu'nun kültürel varlıklarının bilgilerine kolaylıkla erişilebilmesini hedefleyen bu yayın, şimdilik, bir ülkenin, internet üzerinden ulaşılabilen ilk kültür/yerleşme envanteridir (TAYNet Web Sitesi, 2018).

Bu yayın içerisinde TAY Projesi'nin yapısının tanıtımının yanı sıra Türkiye arkeolojik yerleşmelerinin dönemsel olarak hazırlanmış veritabanları Türkçe ve İngilizce olarak yayınlanmaktadır. Bu veritabanlarında çeşitli aramalar, sorgulamalar yapılabilmektedir. Paleolitik/Epipaleolitik, Neolitik, Kalkolitik ve İlk Tunç Çağ'ını kapsayan yerleşmelere ve bu yerleşmelerin TAYEx sırasında çekilmiş fotoğraflarına veritabanı sayfalarından ulaşılabilir. Orta-Son Tunç ve diğer çağların hazırlıkları sürdürülmektedir (TAYNet Web Sitesi, 2018)

TASK (Tarih, Arkeoloji, Sanat ve Kültür Mirasını Koruma Vakfı), da TAY Projesi'nin başlattığı, Türkiye'nin arkeolojik envanterinin tamamlanmasını hedeflemektedir. TASK;

1. Ülkemizdeki tarihi, arkeolojik, etnografik, ekolojik, mimari, sanatsal ve kültürel varlıkların belgelenmesi, envanterinin çıkarılması,
2. Kültürel mirasın kurtarılması, korunması, onarılması ve tanıtılması,
3. Bilimsel etkinliklerin, sanatsal ve kültürel yaratıcılığın ve yeni çalışmaların geliştirilmesi ve teşvik edilmesi,
4. Emanetlerin gelecek kuşaklara kalabilmesi için her türlü eğitim ve çalışmanın yapılması,
5. Ulusal ve uluslararası kamuoyunun bilgilendirilmesi, bilinçlendirilmesi ve işbirliği içerisinde kamu yararına hizmet vermektir (TASK Web Sitesi, 2018).

Tay Projesi uluslararası platformda da bulunmuştur. Lyon'da gerçekleştirilen Avrupa Arkeologlar Birliği 10. Yıllık Toplantısı'na "Bilgi-İletişim Teknolojileri Destekli Kültür Varlıkları Yönetiminde 11 Yıllık Deneyim: TAY Projesi" başlıklı bildiriyle katılmıştır. 6-8 Haziran 2003 yılında Rodos'da gerçekleştirilen, "3. Yunanistan-Türkiye Bilgi Toplumu Forumu"nda TAY Projesi Türkiye'yi temsil etmiştir. 24-29 Eylül 2002 tarihleri arasında Selanik'te gerçekleştirilen Avrupa Arkeologlar Birliği 8. Yıllık Toplantısı'na katılmıştır. TAY Projesi, "The Stockholm. Challenge Award 2001"ın "Culture and Entertainment" dalında finale kalmış ve Henry Ford Avrupa Çevre Koruma Ödülleri 1996/97 (Henry Ford European Conservation Awards) Türkiye Birincisi olmuştur (HABİTAT, 2018).

TAY Projesi, 4-6 Ekim 1998 tarihleri arasında, Avustralya'nın Melbourne kentinde, UNESCO tarafından dördüncüsü düzenlenen ve 48 ülkenin katıldığı, "University and Heritage" konulu foruma çağrılı olarak katılmış ve burada bir konferans vermiştir. 4-7 Ekim 1999 tarihleri arasında, İtalya'nın Floransa kentinde, Dünya Bankası ve İtalyan Dışişleri Bakanlığı tarafından düzenlenen ve 85 ülkenin katıldığı, "Culture Counts in Sustainable Development" konulu toplantıya da çağrılı olarak katılmıştır. Türkiye Arkeolojik Yerleşmeleri - TAY Projesi web sitesi, UNESCO tarafından yayınlanan, "Dünya Kültür Raporu 2000" adlı kitabın ekindeki "Web'de Binyılın Kültürel Kaynakları Rehberi" CD'sinde yer almıştır (HABİTAT, 2018).

TAY Projesi destekçileri; New York merkezli kültürel mirası destekleyen "The J.M. Kaplan Fund" vakfı, ABD'de özel bağışlarla desteklenen "Turkish Cultural Foundation" (Türk Kültür Vakfı), İstanbul'da Anadolu Arkeolojisi ile ilişkili konularda akademik kitaplar yayımlayan "Ege Yayınları" ve "İstanbul Teknik Üniversitesi"dir (TAY Projesi Destekçiler, 2018).

VI. Sonuç ve Öneriler

Kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması için korunması ve saklanması, arşiv kavramının önemini beraberinde getirmiştir. Gelişen teknolojiyle dijital arşivleme çalışmaları yapılmıştır. Kültürel mirasın dijitalleştirilmesinde ulusal ve uluslararası platformda projeler gerçekleştirilmiştir. Değerlendirmelerin sonucunda kültürel mirasın dijital arşivlenmesi için uluslararası deneyimlerin paylaşılması ve işbirliğinin önemi tespit edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular ile Türkiye'de dijitalleştirme uygulamaları yapan kurumların, dijitalleştirme konusunda bağımsız çalıştığı ve ülkemizde henüz girişimlere liderlik yapacak, eşgüdüm sağlayacak bu alanda özelleşmiş bir kurumun olmadığı tespit edilmiştir. Türkiye'de kültürel mirasın dijitalleştirilmesi uygulamalarındaki dağınıklığın, kurumsal tek bir şemsiye altında düzenlenmesi gerektiği ve dijitalleştirilen kültürel mirasın arşivlenmesinde TAY projesi uygulamasının

bir örnek teşkil edeceği sonucuna varılmıştır. Arkeolojik yerleşmelerde uygulanan TAY projesinin kapsamının genişletilmesi ve dijitalleştirilen kültürel mirasın arşivlenmesinde TAY projesinde uygulanan dijital arşivleme yöntemlerinin örnek oluşturabileceği sonucuna varılmıştır.

VII. Kaynaklar

Bahçeci, M. (2006). Hayat Erkanal'a armağan, kültürlerin yansıması. Arkeolojik alanların yönetiminde uygun ve yararlı bir araç olarak arkeolojik alan sunumu, İstanbul: Homer Kitapevi.

BİANET, Bağımsız İletişim Ağı (2002). Tay Projesi nedir. Erişim tarihi: 31.10.2018, <https://m.bianet.org/bianet/kultur/7704-tay-projesi-nedir>.

Can, M. (Eylül 2009). Kültürel miras ve müzecilik. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na ait yayınlanmamış çalışma raporu, Ankara.

Çakmak, T. (2017). Kültürel bellek kurumlarında dijitalleştirme ve dijital koruma politikaları. (1. Baskı). İstanbul: Hiperyayın.

Çakmak, T. ve Yılmaz, B. (2017). Bellek kurumlarında dijitalleştirme ve dijital koruma: Türkiye'deki uygulamaların analizi. Bilgi Dünyası, 18 (1), 49-91

HABİTAT, Habitat İnsan Yerleşmeleri (2018). Türkiye Arkeolojik Yerleşmeleri (TAY) Projesi. Erişim tarihi: 31.10.2018, <http://www.habitat.org.tr/insanyerlesimleri/restorasyon/511-tay.html>.

Hürriyet (2018). Kültür ve Turizm Bakanlığı, Erişim tarihi: 08.11.2018, <http://www.hurriyet.com.tr/haberleri/kultur-ve-turizm-bakanligi>.

İnceoğlu, S. ve Şentürk, B. (2014). Dijital çağda arşivci: sahip olması gereken temel yetkinlikler ve roller. Bilgi Dünyası, 15 (2), 353-374.

Özan, N. (Mayıs 2018). Dijital çağda arşivler ve arşivcilik. III. Uluslararası Öğrenci Kongresi, Ankara. Erişim tarihi: 31.10.2018, <http://bby2018kongre.ankara.edu.tr/wp-content/uploads/sites/444/2018/05/06-01-Nuriye-%C3%96ZAN.pdf>.

Öztemiz, S. (2016). Türkiye'de dijitalleştirilen kültürel miras ürünlerine açık erişim: bir model önerisi (Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Öztemiz, S. ve Yılmaz B. (2017). Kültürel bellek kurumlarında dijitalleştirme: kültürel miras ürünlerine yönelik uygulamalar üzerine bir araştırma, DTCTF Dergisi 57 (1), 493-523

TASK (2018). Tarih, Arkeoloji, Sanat ve Kültür Mirasını Koruma Vakfı. Erişim tarihi: 31.10.2018, <http://tayproject.org/tag.html>.

TAYEx (2018). TAY Keşif Gezisi. Erişim tarihi: 31.10.2018, <http://tayproject.org/tayex.html>.

TAYNet (2018). İnternette ilk kez bir yerleşme envanteri. Erişim tarihi: 31.10.2018, <http://tayproject.org/taynet.html>.

TAY Projesi (2018). Türkiye Arkeolojik Yerleşmeleri. Erişim tarihi: 31.10.2018, <http://tayproject.org/trhome.html>.

TAY Projesi Destekçiler (2018). TAY projesine destek verenler. Erişim tarihi: 31.10.2018, <http://www.tayproject.org/destek.html>.

T.C. İç İşleri Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğü, Bilgi Teknolojileri Dairesi Başkanlığı, (2013). Arşivciliğin doğuşu ve önemi. Erişim tarihi: 28.10.2018, <http://www.belgeyonetimi.pol.tr/Sayfalar/ARSIV%20VE%20ARSIVCILIK.aspx>.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü (2010). INDICATE projesi uluslararası dijital kültürel miras altyapı ağı, Erişim tarihi: 29.10.2018, <http://www.kygm.gov.tr/TR-45906/indicate-projesi--uluslar-arasi-dijital-kulturel-miras-.html>.

Ülger, D. ve Külçü, Ö. (2016). Dijitalleştirme çalışmalarına kültürel miras ölçeğinde genel bir bakış: VEKAM örneği, Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi 2 (1), 42-55.

VEKAM (2012). LoCloud projesi, Erişim tarihi: 29.10.2018, <https://vekam.ku.edu.tr/tr/content/locloud-projesi>.

Yılmaz, B., Külçü, Ö., Ünal, Y. ve Çakmak, T. (2012). AccessIT projesi ve dijitalleştirme uzaktan eğitim programının değerlendirilmesi, Türk Kütüphaneciliği, 26 (2), 370-390.

Bilgi ve İletişim Çağının Görsel Dilini Arayış Sürecinde Tasarım Eğitimi

Nedim KEMER // *nedkem@kku.edu.tr*

Kırıkkale Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü

ÖZET

Mekân ve obje tasarımı disiplinlerinin eğitim ve iletişim dili görsel ve imgeseldir. Özellikle sanat ve estetik odaklı eğitim, yaratım ve üretim süreçlerini sağlıklı ve verimli bir şekilde deneyimleyebilmek için güçlü, doğrudan ve akıcı iletişim araçları gereklidir. Bu çalışmada görsel iletişimin önemi iki boyutlu olarak ele alınmaktadır. Birincisi tasarımcının kendisi ile kurduğu iletişimdir. Diğeri ise tasarımcının fikirlerini paylaşmak durumunda olduğu dışa vurum halinde geliştirdiği iletişimdir. Her iki koşulda da kullanılan dil, grafik araçların estetik prensipler çerçevesinde ele alındığı görsel bir dildir. Çağın da gereği olarak iletişim gücünü maksimize edebilmek için geleneksel ve dijital çok çeşitli araç ve yöntemler bütünsellikle ele alınmaktadır. Serbest el çizim tekniği ve desen disiplini bu süreçte tüm farklı ve yeni teknik ve araçlar için mükemmel bir başlangıç noktası ve buluşma platformu sağlaması nedeniyle çok büyük önem kazanmaktadır. Nihai ürünün dijital olması halinde dahi güçlü bir desen hakimiyetinin sağlayacağı başlangıç çok değerlidir.

Bu çalışma bir dizi üniversitelerin mimarlık programlarında yürütülen serbest el mimari çizim derslerinde edinilen deneyimlerin olgunlaştırılıp, sentezlenerek sistematize edilmesini amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Serbest El Çizim, Tasarım Eğitimi, İletişim Dili, Teknolojik gelişim.

GİRİŞ

İletişim ile Uygarlık

İnsanın atası ayağa kalkıp yürüdüğü ama sadece yürüdüğü, iletişim adına büyük bir aşama gerçekleştiremediği yaklaşık 1,9 milyon yıl boyunca topladı, avladı ve yürüdü. Ne fiziksel olarak ne de düşünsel olarak bulunduğu çevrelerden çok uzağa gitti ne de merak etti. Bunda, iletişim eksikliği önemli bir nedendi. Çoğunlukla Afrika kıtasında geçen bu uzun zaman boyunca ne öznel ne de sosyal anlamda iletişim, temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik az sayıdaki ses kırıntılarının tekrarlarından fazla olamadı. Gerek kendi düşsel dünyası ile gerekse de diğer insanlarla deneyimleyebileceği iletişim için gerekli araçlardan yoksun olması bu durumun önemli nedenlerindendi. Bu kuramları arkeolojik bulgulardan, beyni muhafaza eden kemiklerin kalıntılarında dil merkezine ayrılan alanın hacminin bütüne oranına bakarak varsayıyoruz (Mac Whinney 2005). Ne zaman ki ses tellerinin kontrolü geliştirilip beyin ve kulak arasında sağlanan koordinasyon ile işitsel bir iletişim köprüsü kuruldu o zaman çok şey değişti. Önce eşyalar sonra aksiyonlar isimlendirildi. Yaklaşık 70,000 yıl önce gerçekleşen bu hamle insanlığı çok büyük bir kapının eşiğine getirdi. Bu, ardında yeni ve çok geniş ufukların olduğu bir kapıydı ve dil de onun anahtarıydı. Keşfi için milyon yıllar beklenen bu kapının aralanması da binlerce yıl sürdü. Ama artık bu yeni yaşamdaki soyut düşüncenin hazzı ve kazanımları çok büyüktü. Geçmişte yaşananlar hatırlanarak sadece güne dair çıkarımlar yapılmıyor, artık geleceğe dair öngörüler kurgulanıp aktarılabilirdi. Kuramsal fikirler düşünülüp, iletilebilip, algılanabilirken soyut düşünceler ve fikirler de hızla üretilebilip öğrenilebilir hale geldi. Bir dil yardımı ile artık plan yapmak da mümkündü. Dahası gene dil aracılığı ile planlar paylaşılabilirdi ve ortak hareket edilirken test edilerek daima geliştirilebilirdi. Avlar, göçler hemen her şey planlanır olmuştu. Teknolojik gelişim güne göre yavaş olsa da dil ve iletişimden önceki yaşama dair bir taş ve bir ateşten ibaret teknolojiye kıyasla baş döndürücüydü. Dil, bireyler arasında iletişime olanak sağlayarak salt kalabalıkların organize topluluklara dönüşmesinin önünü açtı. İnsanların eski yeni tüm deneyimleri, artık topluluklar tarafından içselleştirilip, üzerine koyularak toplumlar halinde gelişip ilerlemesine olanak sağlamaktaydı. Düşünce düşünceyi, fikir fikirleri üretiyordu. Göçler, geliştirilen aletlere verilen isimler, genişleyen toplulukların içinde ve topluluklar arasında başlayan sosyal iletişim ile beraber dil de hızla gelişmekteydi. İnsan zihninin ve dilinin kendisinden öğrendikleriyle kendi üzerine inşa ederek devinimi kapasitesi dilbilimci ve sosyologlar tarafından özyineleme olarak tanımlanıyor (Corballis, 2014). Daima bilinmeyen ve yeninin arandığı bu büyüme sürecinin biyolojik altyapı ihtiyacı da eş zamanlı olarak karşılanmak üzere beyin ve diğer nörolojik destekler ile karşılanırken dil ve beyin ele ele gelişmekteydi. Böylece uygarlığın güçlü bir iletişime dayalı en önemli evrelerinden birisi olan Neolitik döneme gelindi. Toplayıcılık, avcılık ve sürekli göç kısmen de olsa terk edilerek teknolojik gelişmelerin de yardımı ile tarıma dayalı yerleşik bir yaşam benimsendi. Geline nokta, çeşitli sosyal düzenlemeler de bazen gelişen dilin bir sonucu bazen de dilin gelişimini hızlandıran unsurlar şeklinde ağırlıklı olarak şehirlerde ortaya çıkmaya başladı. Yaklaşık 3,500 yıl önce gerçekleşen bir hamle ile de dilin sembolize edilip görselleştirilmesi dilin kendisinin keşfi kadar büyük bir aşama oldu. Seslere atanan sembolik imgeler aracılığı ile dil kayıt edilebilip yazılabilir hale geldi. Bu sayede, gerçek zamanda farklı topluluklar ve geniş coğrafyalar arasında sağlanan iletişim zamanın derinliğine de uzanmaya başladı. Nesiller arasında tek yönlü de olsa bir bilgi akışı sağlanabiliyordu ki bu olanak insan uygarlığının 1,9 milyon yılda aralanan kapının ardındaki ufkun ötesini görmesini sağladı. Enerjinin kontrolü, teknolojinin daha da gelişmiş teknolojileri üretmesi artık sıradan olaylardı. Bugün arkeolog ve tarihçilerin araç ve teknoloji kullanımına dayalı olarak isimlendirdiği farklı uygarlık çağları birbirinin peşi sıra geldi. Dilini ve yazısını geliştiren

topluluklar uygarlık sahnesinde başat roller aldı. Farklı coğrafyalarda farklı çağları yaşayan uygarlıklar ve kültürler görülmeye başlandı. Eş zamanlı fakat bağımsız toplulukların farklı gelişmişlik seviyelerine sahip olmalarının önemli sebeplerinden birisi olan dil ve iletişimin gücüne dair bir söylemi zamanın derinliğine dair de yapabiliriz. İnsanın ayağa kalktığı ilk günden bugüne kadar geçen süreye görece, çizip yazarak kayıt edip aktararak iletişim yapmaya başladığımız andan itibaren ani bir atakla ulaştığımız bugünkü noktada bazıları çok gelişmiş yazılı çizili yüzlerce dil ortaya çıkmıştır. İşitsel veya görsel deneyimlemekte olduğumuz bütün dillere ve arkeolojik bulgulara bakarak dil olgusunun da kendi deneyimlerinden yararlanmak sureti ile büyük bir hızla geliştiği sonucunu çıkartabiliriz. Tarihin doğrusal hattında insanın uygarlığının evrimi önce milyonlar, sonra binler ve yüzyıllar ve yakın zamanda ise de onlu yıllar ile gösterilebilir hale gelmiştir. Gerek zamanın derinliğindeki ani ve hızlı exponential gelişim gerekse de farklı coğrafyalarda görülen uygarlık çeşitliklerinin temelinde dili üretken, doğru ve esnek kurgulayarak sağlıklı, verimli ve güçlü bir iletişim aracı olarak kullanmak yatar.

Kendini üretmeden tükenen ama üreyen bilgi

Uygarlığın bugün gelmiş olduğu nokta 'Bilgi ve İletişim' çağı olarak adlandırılmaktadır. Çağımız artık uygarlığı tanımlayan elle tutulur taş, demir, plastik, silikon gibi metalürjik maddelerden ziyade bilgi ve onun çoğaltılma süreci gibi soyut kavramlarla isimlendiriliyor. Fakat bilgi, niceliği açısından ulaşmış olduğu seviyesi ile çağımızı adlandırmaktadır. Uygarlıkta ulaştığımız dönem, bilginin sadece bol olduğu, zamanın ve mekânın bütün boyut ve derinliklerine ulaştırılarak küresel mesafelerde yaygınlaştırıldığı bir dönemdir. Oysa bilginin sağlıklı üretilip, verimli kullanılıp üretken bir sonla tüketildiği bir koşul uygarlık adına daha ideal olabilecektir. Ne yazık ki çok aniden hızlanan bir değişimle gelen bu noktada geriye bakarak ileriye dönük gerçekçi öngörülerde bulunabilmek artık çok zordur. Sağlıklı bilginin üretilmesini ve yaygınlaştırılmasının koşulu olan özyineleme süreci kırılmıştır. Günümüz uygarlık sahnesinde yaşananlar, teknoloji ve bilgi alanında üretilenler henüz küresel boyutlarda eşitlikçi seviyelerde yaygınlaşıp, içselleştirilemeden ve yenilerini üretmeden geride kalmaktadır. Yaşama dair çok değerli bilimsel veriler ve ürünler tam kapasiteleri ile içselleştirilemeden tüketilmektedir. Dahası onların yerlerini alan yeni üretilen bilgiler ise tarihsel gelişimden ziyade günden güne değişen ihtiyaçlar ile belirlenmektedir. Bilgiler öğrenmeden geldikleri gibi öğretmeden ve belirsizlikten geldikleri gibi bilinmeze gitmektedirler. Kaynak, materyal, enerji ve bilgi israfı sadece görünen sonuçlardır. Uygarlığın binlerce yıllık tarihsel gelişiminin doğasına aykırı, hafızasız bir gelişim süreci yaşanmaktadır. Geleceğe ve ileriye dönük gelişme olasılıklarına karşı tehlikeli bir güvensizliğe sebep olabilecek bu durumun sorumlusu doyumsuz gücünü ve hızını tatminsiz bir küresel ekonomiden alan teknolojik gelişimdir.

Eğitim

Eğitim, insana dair bilimsel ve sanatsal yaşama ait bütün deneyimlerin aktarıldığı ve aynı süreçte verilerin derinlemesine araştırılıp, üretilip, sorgulandığı sosyal ve kültürel bir enstitüdür. Eğitim, sözel veya görsel dilin iletişim olanaklarını sonuna kadar kullanır; onların da gelişmelerini sağlayarak kıymetlendirir. Topluların birlikteliklerinin sürekliliği, deneyimlerin paylaşılması esasına dayanır ki eğitim bunu sağlayan önemli bir insan olgusudur. Bu noktada, profesyonel eğitim büyük bir önem kazanır. Profesyonel eğitim özellikle günümüzden yaklaşık iki yüzyıl kadar önce başlayan endüstri devrimi diye adlandırılan döneme ait yaşam tarzının beyin gücü ihtiyacını karşılamak üzere doğal sürecin sonucu olarak ortaya çıkıp gelişmiştir. Endüstrileşme ve teknolojik ürünlerden fayda sağlama hali bütün

dünya toplumlarını bu yeni küresel yaşam tarzının içine çekerken profesyonel eğitim de aynı kanalları kullanarak kendi dilini de üreterek küreselleşmektedir. Sanattan hukuka, sağlıktan mühendisliğe, bilgi çağını besleyen bütün sektörler tarihsel derinlikte yaşanmışlıkları, aşılan engebeleri unutarak her gün yeniden doğmak sureti ile kendi eğitim programlarını yazar hale geldiler. Artık sadece başat sektörlerin güne dair normları yerküre üzerindeki eşzamanlı fakat farklı seviyelerdeki yaşamları tek bir yönde yönlendiriyor. Bu da iletişimin gücünün büyük bir kanıtıdır.

Tasarım eğitimi

Mekân, eşya ve obje tasarımları ile yaşam alanlarının sosyal ve fiziksel planlarını üreten meslek disiplinlerinin sanatın neresinde durduğu uzun zamandır ve yaygınlıkla tartışılan yakın zamanda da sonuç alınması beklenmeyen bir konudur. Tasarım ürünlerinin yaşama doğrudan etkilerle mutlak ve zorunlu ihtiyaçları karşılıyor olması bunun yanında estetik ölçüt ve kriterlerin, ürünler ve yaşam kaliteleri üzerinde direk etkilerinin olması tartışmanın merkezinde yer alır. Planlama ve tasarım disiplinlerinin bilimsel çalışmalarla sanatsal ürünler verdiği dolayısı ile de hem bilim hem de sanat uğraşları olduğu kanısı en yaygınlıkla kabul gören görüş olsa da özellikle sanatçılar bunu kolay kabul etmezler. Ancak, bu meslek pratiklerinin sanattan yoksun bir şekilde, salt bir bilim dalı olarak öğretilmeleri de asla düşünülemez.

Yukarıda açıklandığı üzere eğitimde iletişimin önemi çok büyüktür. İletişimin net, sağlıklı ve pozitif olmasının yanında kullanılan dilin esnek ve kendini üretme kapasitesine sahip olması gerekir. Tasarım eğitiminde ise sağlıklı, verimli ve pozitif bir iletişim için sanat eğitiminin yöntem ve araçları büyük önem taşır. Mekân ve obje tasarım eğitiminin dili, doğası gereği görsel ve imgeseldir. Salt metinler, sayılar ve hesaplamalara dayalı yazılı veya sözlü bir dil, fikirlerin üretimi ve paylaşımında yetersiz kalabilecektir. Bir mekânın barındırdığı yaşamı veya bir objenin evrensel estetik değerlere uygunluğunu kelimelerle anlatmak sayfalar dolusu yazı gerektirecektir. Teknik özelliklerin yanı sıra algıya dayalı, yaşamsal kaliteler ve estetik özelliklerin de içselleştirilebilmesini aynı şekilde de aktarılabilmesini sağlayan elle tutulabilip, gözle görülebilen, hacimli ve grafik iletişim araçları bu tür disiplinlerin evrensel ortak dili olagelmıştır. Bu noktada bu dilin de sağlıklı, pozitif, esnek ve üretken olabilmesi için en uygun vizyon sanatsal bakışlar ile sağlanır.

Mekân ve obje tasarımı disiplinlerinin dışındaki hemen bütün diğer disiplinler gündelik yaşantıda kullanılmakta oldukları dilleri vasıtasıyla ilk günden itibaren iletişimlerini sağlayarak mesleki profesyonel eğitimlerini vermeye başlayabilirler. Oysa söz konusu tasarım disiplinleri meslek adaylarına yeni bir dünyaya adım attıkları andan itibaren yeni bir dilin gerekliliğini anlatmak ve bu yol ile iletişim kurmanın yollarını eğitim programlarına katmak durumundadır. Bu zorunluluk hali esasen ayrıcalıklı olduğu kadar çok heyecan verici bir olanaktır. Girdikleri yeni dünyanın görsel dili zorunlu olduğu kadar öğrenciler için eğlenceli de olabilen bir boyut açar. Eğitim olgusunun kişiselleşmesine olanak sağlayarak tasarım eğitimi sürecini zenginleştirir. Soyut fikirlerin somutlaştırılması esasına dayalı, öznel, kavramsal duyguların evrensel estetik değerler çerçevesinde aktarılması öğrencilere yeni tanıştıkları profesyonel dünyada önce kendilerini keşfetme sonra da yer edinmelerine olanak sunar. Üstelik bu yeni dil ile önlerine açılan kapının ardındaki ufuk sınırsız bir kişisel gelişim sahasıdır.

Tasarım eğitimi görsel dili temelde iki amaç için kullanır. Birincisi amaç (explorative,) gözlem, keşif ve analiz çalışmalarını kapsar. Mekân, yapı obje gibi mevcutta var olan ürünlerin kayıt edilmesi, bu süreçte araştırılıp analiz edilip öğrenilmesi amaçlanır. İkinci amaç için üretilen çalışmalar ise (expressive)

dışavurum içindir. Mevcutta var olmayan, henüz tasarım aşamalarının çeşitli evrelerinden birisinde bulunarak sadece tasarımcı adayı olan öğrencinin hafızasında yer alan bir mekân, yapı veya objenin grafik dil aracılığı ile algılanabilir hale getirilmesi sağlanır.

Serbest El Çizim

Bu noktada ‘Serbest El Çizim’ çok özelleşmiş bir grafik araç ve bir sanat dalı olarak kendine has çok özel konumu ile karşımıza çıkar. Çizginin ve tonlamaların olabileceği en doğal ve en özgün halleri ile, kısa sürelerde basit araçlarla yukarıda açıklanan her iki amaç için çalışılabildiği çok güçlü bir iletişim aracıdır. Mekân, obje, figür ve aksiyon gibi unsurların kayıt edilip, analiz edilip algılanabilmeleri veya dışavurumlarının kolaylıkla ve açık bir dille aktarılabilmesini sağlar. Serbest el çizimi pratiktir, elin serbest ve rahat kullanılması esası ile tasarımcının kendisini en özgür hali ile ifade etmesini sağlar. Serbest bir el, serbest bir dimağ ve sonuç olarak da akışkan bir tasarım süreci doğurur. Herkes tarafından üretilebildiği gibi herkes tarafından algılanıp okunabilecek evrensel bir dildir. Katı teknikler, mekanik kurallar ve enstrümanlara bağımlı değildir. Uzun ve zorlu eğitim gerektirmez. Sanat eğitimi yöntemlerini çok verimli kullanabiliyor olmasına rağmen ürün çizimlerin birer sanat eseri olmaları beklenmez. Genellikle sanat eserleri, üretim süreci açısından, sanatçısının durduğu yerde durmaya mahkûmdur haliyle statiktir. Oysa serbest el çizim hiç sonlanmayabilecek bir tasarım sürecinin ilk aşaması olabilecek şekilde esnekler. Tasarım öznel bir yaratım sürecidir, serbest el çizim de o kadar öznel ve kişisel olabilir. Bu yönleri ile son derece güçlü bir tasarım ve iletişim aracı olarak karşımıza çıkar. Serbest el çizimler sayesinde mekân, obje aksiyon gibi fikirler tespit edilip, kayıt edilip aktarılabilir ve herkes tarafından algılanarak gelişmeye açık bir şekilde üzerlerinde tartışılabilir.

Tasarım eğitiminin görsel dili bir iletişim amacı olarak kullanım amaçlarından birisi olan dışavurum (expressive) boyutunu serbest el çizim çerçevesinde irdelediğimizde önemli iki amaç ile uygulandığı görülür. Birincisi, tasarımcının tasarım ürününü başlangıç anından itibaren sürekli olarak sorguladığı eylemler silsilesine dâirdir. Serbest el çizim tasarımın sağlıklılığı ve üretkenliği açısından çok önemli olan bu sürecin en güçlü dilidir. Bu süreçte tasarımcı kendi tasarım fikirleri hakkında kendisi ile çok değerli bir iletişim yaşar ki bunun en pratik, ifade gücünün en yüksek olmasının beklendiği aynı zamanda esnek ve tasarımın geliştirilmeye açık olmasının sağlandığı haldir. İkincisi uygulama alanında ise serbest el çizim, tasarımcı adayının veya tasarımcının, ürüne dair erken fikirlerini veya ürününü eğitmenine veya müşteri konumundaki diğer şahıslara aktarmak üzere çok güçlü, yalın ve esnek bir iletişim dili olarak kullanır.

Serbest el çizim eşit öneme sahip ‘bakmak ve palet’ diye adlandırılacak iki temel zeminde gerçekleşir. Birisi bakma yetisidir. Görülebilen veya zihinde canlandırılan imgeye hangi açı ile ve nasıl bakılarak, hangi şekilsel karakteristiklerinin ön planda sunularak konunun bütününe dair en gerçekçi bilginin aktarılabilceğini öngörebilmek yetisidir. İkincisi de güçlü, akıcı, zengin bir palettir. Buna serbest el çizimin alfabetesi de denilebilir. Zengin bir çizgi ve tonlama çeşitliği iletişimin her iki amacına yönelik boyutlarında güçlü ifade kabiliyetleri sunacaktır. Görülen ve görüldüğü düşünülen imge ile aktarılan imge arasındaki farklılık tasarımcının yorumunun ürünüdür ki serbest el çizimin en öznel olduğu ve kıymet kazandığı yerdir. Bu eylemin verimliliği zengin bir palette çok bağımlıdır. Zengin ve ifade gücü yüksek bir alfabe de kıvrak ve akışkan bir el ile olur. Elin kıvraklık ve akışkanlığı da başta beyin olmak üzere tüm beden ile güçlü bir koordinasyon halinde olmasına bağlıdır.

Sonuç

Özellikle bilgi ve iletişim çağımızda, küreselleşen, genişleyen ve çeşitlenen yaşamda tasarım sürecinin girdileri de nicelik ve nitelikler açısından çok büyük çeşitlilik kazanmıştır. Aynı süreç tasarım ürünlerindeki çıktıları da çeşitlendirmektedir. Bunun yanında çok hızlı ve doyumsuz ancak sürdürülebilirlikten uzak bir tasarım üretim ve tüketim süreci de yaşanmaktadır. Tatminsiz, küresel ekonominin hız verdiği teknolojik gelişim, tasarım alanında dijital tasarım araçları ve onların ürünleri ile temsil edilmektedir. Tasarım eyleminde özyineleme devriminin kırılganlığının büyük sebeplerinden olan bu araçlar tasarımcının kendisi ile olan iletişimin kısıtlanmasına sebep olmaktadır. Özellikle tasarım ürünlerinin aktarılma ve sunulması gibi tasarımın sonlandırma aşamalarda dijital araçların sağladığı pratik iletişim olanakları yadsınamaz ve vazgeçilemez imkanlardır. Ancak, serbest el çizim deneyiminin sağlayacağı özgür ve akışkan bir öz iletişim ile serbest bir dimağ ve yaratım olanaklarının öne açılmış bir tasarımcı dijital tasarım araçlarının sağlayacağı olanakları da yüksek kapasitelerle kullanabilecek bu sayede akışkan sürdürülebilir zengin ifade gücüne sahip iletişimlerle tasarım eyleminin her boyutunda yetkin çalışmalar gerçekleştirebilecektir.

Kaynaklar

Corballis C., Michael. 2014. Kendini Yenileyen Zihin: İnsan Dilinin, Düşüncesinin ve Uygarlıkların Kökenleri. Çeviri Ahmet Birsen. Alfa Bilim. İstanbul

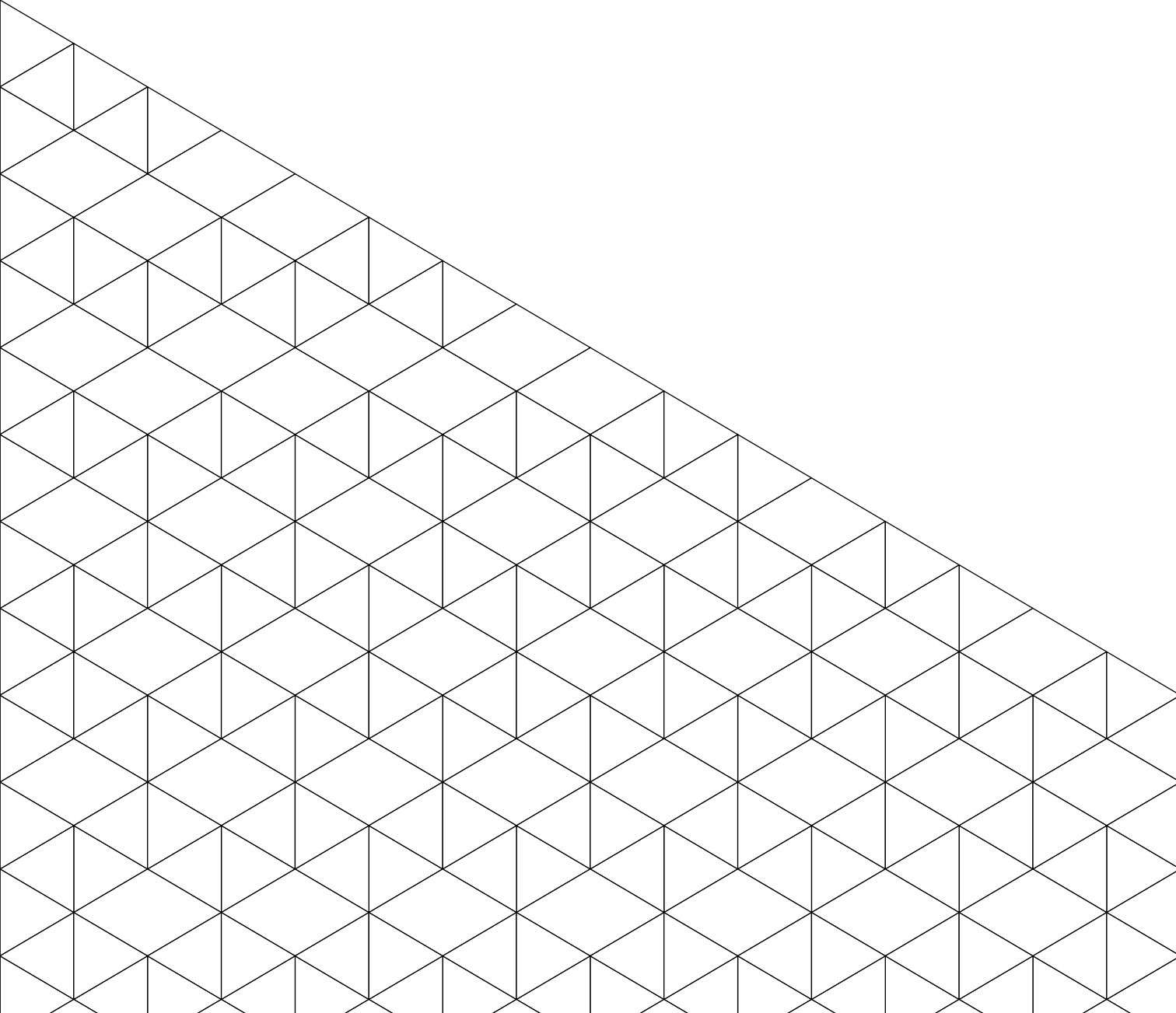
Ege, Göknur. 2004. Enformasyon-İletişim Çağında Eğitim ve Bilgisayar. Ege Eğitim Dergisi (5):45-51

Jackendoff, Ray. How did language begin? Linguistic Society of America. Washington, DC. Web accessed December, 2018/ <https://www.linguisticsociety.org/resource/faq-how-did-language-begin>.

MacWhinney, Brian. 2005. Evolutionary Psychology and Child Development: In Bjorklund, D. and Pellegrini, A. (Eds.). Origins of the Social Mind. New York: Guilford Press, (pp 383-410).

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ
3. SANAT VE TASARIM EĞİTİMİ SEMPOZYUMU
BİLDİRİLER KİTABI

MODA VE TEKSTİL TASARIMI



Mağaza Çalışanlarının Görüşlerine Göre Sofra Seramiklerinde Tüketici Tercihini ve Gereksinim

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Gül ÇETİN // aysegul.cetin@dpu.edu.tr

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik ve Cam Bölümü

ÖZET

Sanayi öncesi toplumdaki günümüz bilim ve teknoloji çağına gelme sürecinde üretim, tüketim ve yaşam biçimlerinde değişimler olmuştur. Kentlerde yaşayan birey; daha yoğun çalışmakta ve hızlı bir yaşam temposu içerisinde yer almaktadır. Bu tempoda hem tüm ihtiyaçlarını karşılayabileceği hem de boş zamanını en etkili şekilde geçireceği mekanları tercih etmektedir. Bu mekanlar ise tüketimin en yoğun olduğu alışveriş merkezleri olmaktadır. Alışveriş merkezlerinde gıda, giyim, kozmetik, ev gereçleri gibi gereksinimler karşılanmakta, iş dışında arkadaş ya da çocuklar ile vakit geçirilecek mekanlar bulunmakta, düzenlenen kültürel ve sanatsal aktiviteler ile birey için cazibe merkezi olmaktadır. İhtiyaç duyduğu ya da duymadığı bir çok ürünü aynı anda gören birey bu mekanlarda tüketime yönelmektedir. Çünkü tüketimden alınan haz yalnızlaşan bireyin mutluluk kaynağı haline gelmiş ve daha çok tüketerek daha mutlu olacağına inanan bireyler çoğalmıştır.

Alınıp satılabilen her şeyin metalaşarak tüketim nesnesi haline geldiği günümüzde sofraya seramikleri de metalaşmış, üretim ve tüketim ağı içerisindeki yerini almış, her türlü ihtiyacın karşılandığı alışveriş merkezlerinde yer alan mağazalarda satışa sunulmuştur. Kütahya ilinde bulunan alışveriş merkezindeki

iki seramik mağazası ile sınırlandırılan araştırmanın verilerine mağaza çalışanları ile yapılan görüşmeler ile ulaşılmıştır. Tüketici ile doğrudan ilişki içerisinde olan mağaza çalışanlarından alınan bilgiler doğrultusunda tüketicinin tercih ettiği ürünler ve bunların gereksinim ile olan ilişkisi açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sofra seramikleri, üretim, gereksinim, tüketim

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnsanlık tarihinin başlamasıyla birlikte kap gereksiniminden ortaya çıkan seramik, estetik değeri ile sanat dalı olarak sanat tarihi içerisinde yerini almıştır. “İnsanın, kili çarkta kısa sürede biçimlendirip üretim aracı olarak geliştirmesi seramik sanatının da sanayileşmesini sağlamıştır” (Yücel Ayık, 2016, 11). Seramiğin işlevsel değerinin anlaşılması ve sanayi devriminin de etkisi ile gelişerek endüstriyel anlamda günümüze kadar varlığını sürdürmüş, bir çok disiplin için önemli bir malzeme olmuştur.

Sanayi devrimi ile hız kazanan seri üretim, küçük atölyelerin yerine fabrikaların kurulması ve bant üretimine geçilmesi seramiğin endüstriyel anlamda gelişmesine katkı sağlamıştır. Endüstriyel seramik ürünler ihtiyaçlar doğrultusunda gelişmiş, tasarım fikri ve estetik unsurların öneminin anlaşılması ayrıca teknik ve teknolojikteki gelişmelerle de üretimler artmış ve ürün çeşitliliği oluşmuştur. Endüstriyel seramik ürünler; vitrifiye ürünler, seramik sağlık gereçleri ve sofras seramikleri gibi gruplara ayrılmaktadır.

Araştırmanın konusu olan sofras seramikleri pazarda, en sık porselenden üretilen sofras seramikleri ve seramikten üretilen sofras seramikleri gruplaması ile yer almaktadır. “Porselen ve seramik aynı grubun iki unsuru olarak birbirine benzermiş gibi görünmelerine karşın gerek harman yapıları gerekse üretim teknikleri açısından önemli farklılıklar göstermektedir” (Ozan Dündar, 2005, s.12). Seramikten üretilen sofras seramiklerinin pişirim sıcaklığı porselene göre daha düşüktür ve su geçirgen bir yapıya sahiptir. Zamanla su emmesinden dolayı seramik ürünlerde çatlaklar olabilmekte ve düşük derecede pişirildiği için yüzeyde bulunan sır, sert bir darbe ile çatlayabilmektedir. Aralarındaki estetik farklar da göz önünde bulundurulduğunda porselen ürünler, yüksek derece de pişirilmiş, ışık geçirgen bir özelliğe sahip ve çok ince yapıdadır. Seramik ürünlerin ise ışık geçirgenliği yoktur ve daha kalındır. Son dönemlerde artan hammadde fiyatı her iki grubu da etkilemiştir fakat iki grup karşılaştırıldığında seramik ürün maliyeti porselen göre daha düşüktür.

Günümüz teknolojilerinin katkısı, üretim biçimlerindeki değişimler, form ve dekor özellikleri göz önünde bulundurulduğunda her iki grup sofras seramiğinin de üretimi yapılmaktan ve tüketicilerin tercihine sunulmaktadır. Sunulan her iki grubun belli bir kitlesi ve tercih edilirliliği vardır. İnsanlar ihtiyaçları doğrultusunda seçimini yapmaktadır ve endüstriyel biri ürün olan sofras seramikleri metalaşarak pazarda yer almaktadır. Seramiğin gelişmesinde ve üretiminin çeşitlenmesinde insanların yaşam biçimlerindeki değişiklik ve ihtiyaç etkili olmuştur.

Gençaydın (1986)’ın da belirttiği gibi “her çağ, kendi yapısına uygun insan tipini; o insan da kendi yapısına uygun kültürünü yaratacaktır” (s.60). İçinde bulunduğumuz çağ, insanların tüketime yoğunlaştığı ve tüketimden haz aldığı bir çağ olmuştur. “19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hızla gelişen teknoloji, geniş halk gruplarını endüstri merkezlerinde toplayarak onlara yeni yaşam olanakları sunar-

ken, tüketim toplumu olarak adlandırılan yeni bir toplum biçiminin ortaya çıkmasına neden olmuştur” (Satar, 2015, s. 15). Takas usulü ile gereksinimden dolayı başlayan alışveriş, yeni toplum biçiminde tüketmek ve daha çok tüketmek mantığına dönüşmüştür.

Tüketimin olabilmesi için tüketicinin pazarda var olması gerekmektedir. Tüketici “mal ve hizmetlerden yararlanan, satın alıp kullanan, tüketen kimse”dir (TDK, 2018). “Satın alma davranışı, bireylerin ürün ve hizmetleri satın almalarını ve kullanmalarını kapsayan karar verme süreci ve davranış biçimi toplamı olarak kabul edilmektedir. Tüketici satın alma davranışı ise, bireylerin ürünleri veya hizmetleri iş amacı güdülmeyen, kişisel kullanımı için veya hane halkının kullanımı için satın alınması olarak tanımlanmaktadır” (Pride ve Ferrell, 1997, s.195 aktaran Yarangümelioğlu & Büyüker İşler, 2014, s.92).

Tüketimin bireyin hayatında yer edinmesi ile birlikte tüketilen mekanlarda değişmiştir. Bütün ihtiyaçların karşılandığı, şehir merkezinde bulunan alışveriş mekanları tek bir çatı altında, alışveriş merkezlerinde toplanmıştır. “Alışveriş merkezlerinin hedefi, modern kentli için çekim merkezi olmaktır. Çok sayıda insanın bir şey satın alması da orda bulunması, ortama canlılık ve heyecan katarak, orayı hareketlendirerek dışarıdaki insanların ilgisini çekmesini sağlamaktadır” (Şentürk, 2012, s. 72).

Alışveriş merkezleri giyim, kişisel bakım, market, oyun alanları, sinema ve tiyatro salonları, yiyecek içecek reyonları, otopark gibi insanların bütün ihtiyaçlarını karşılayacağı mekanlardır. Bir yandan bütün ihtiyaçların karşılanacağı bir alan olarak hayatı kolaylaştırırken bir yandan da yapılan kampanyalar, gösterişli vitrin tasarımları, yeni ürün tanıtımları ile insanları tüketime yönlendirmektedir. “Bu kalabalık, hareketli ve büyümlü ortamı çekim merkezine dönüştüren başka bir olgu ise buradaki “eğlence”dir. Alışverişin, bir eğlence formatında gerçekleştirilmesi; insanların meta karşısında direncini kırmakta ve çoğu zaman değişim değerinin kullanım değerini gölgelemesine neden olmaktadır. Zira, günümüzde alışveriş yapmak, çoğu modern kentlinin en çok tercih ettiği eğlenme ve rahatlatma yollarından biridir” (Şentürk, 2012, s. 72). İnsanların eğlenmek ve rahatlamak için maruz kaldığı meta karşısında direncin kırılmasının nedenlerinden biride değişen yaşam biçimi ve yoğun çalışma temposu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yoğun çalışma temposunda olan günümüzde insanı yalnızlaşmaktadır. Bu yalnızlığı gidermenin yolunu hızlı tüketmede bulan insan kapitalist sistemin kışkırtıcısından çıkamamaktadır. “Kapitalist sistem metaların tüketimi için bunları “ihtiyaç” olarak sunma stratejisi güttüğünden birey, sunumu yapılan onca malın gerçekte, ihtiyaç olup olmadığını anlamakta güçlük çeker” (Aytaç, 2006, s. 34). Birey ihtiyaç olup olmadığına bakmaksızın tüketimi tercih etmektedir.

TDK’da ihtiyacın anlamını gereksinimdir. Gereksinimin anlamına baktığımızda ise “karşılandığında haz, karşılanmadığında acı ve hüznü veren; karşılandıkça şiddetini kaybeden; zaman içinde kendini tekrarlayan; alışkanlık haline gelebilen; sınırsız ve öznel olan duygu”dur. İhtiyaçın ikinci anlamı ise “güçlü istek”tir (TDK, 2018). Tanımlardan da anlaşıldığı gibi tüketici güçlü istek duyduğu meta karşından tüketimin cazibesine kapılarak sahip olmak istemekte ve sahip olmak duygusu tekrarlanmaktadır.

Tüketmek ile ilgili değişen algı da birey, daha çok metaya sahip olduğunda çevresindeki diğer insanlarla benzer bir yaşam süreceği yanılgısı ve tüketerek mutlu olunacağı algısı ile ihtiyacın gerçekte var olup olmadığına bakmaksızın tüketime yönelmektedir. Bireyin sahip olmak istediği metaya ne kadar ihtiyaç duyulduğunun göz ardı edilmesi ile ihtiyacın anlamı tüketmek olarak dönüşmüştür.

YÖNTEM

Mağaza çalışanın görüşlerine göre sofrta seramiklerinde tüketicinin tercih ettiği ürünleri ve tercihin gereksinim ile olan ilişkisini açıklamaya yönelik yapılan bu araştırma nitel verilere dayalı betimsel bir çalışmadır. Araştırmada nitel araştırma desenlerinden olgu bilimden (fenomonoloji) yararlanılmıştır.

Sera Avm Kütahya'nın tek alışveriş merkezidir ve alışveriş merkezi ziyaretçi sayısı göz önünde bulundurulduğunda şehirde yaşayan insanlar sıklıkla bu merkezde vakit geçirmektedir. Alışveriş merkezleri ve tüketim kültürüne yönelik çok sayıda çalışma olduğu ve alışveriş merkezlerinin insanları tüketime yönlendirmesi bilgileri ışığında Sera Avm araştırmanın yapılacağı merkez seçilmiştir. Sera Avm içerisinde üç seramik mağazası bulunmaktadır. Bu seramik mağazalarından bir tanesi hem üretimde olan ürünleri hem de outlet ürünleri satmaktadır. Diğer iki seramik mağazasında ise sadece üretimde olan birinci kalite ürünler satılmaktadır. Outlet ürünler satan seramik mağazasında seri sonu yada tek tek alınabilecek sofrta seramikleri olduğu için bu mağaza araştırma dışında yer almaktadır. Belirtilen mağaza özelliklerinden dolayı yapılan çalışma Sera Avm'de yer alan iki seramik mağazası ile sınırlandırılmıştır. Araştırma katılımcıları amaçlı örneklem çeşitlerinden ölçüt örneklem yöntemi ile belirlenmiştir. Katılımcı belirlemedeki ölçütler; alışveriş merkezindeki mağazada çalışıyor olması, sektör ve çalıştığı mağazada deneyimi olması, outlet olmayan mağazada çalışıyor olmasıdır. Araştırma verilerine araştırmacı tarafından geliştirilen, her iki mağazanın birer çalışanı ile yapılan, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile ulaşılmış, veriler betimsel analiz yöntemi kullanılarak yorumlanmıştır. Mağazaların isimleri A ve B olarak kodlanmıştır.

BULGULAR VE YORUMLAR

“Mağaza çalışanlarının görüşlerine göre sofrta seramiklerinde tüketici tercihi ve gereksinim” başlıklı bu çalışmada iki seramik mağazasının birer çalışanı ile görüşme yapılmış, araştırma verileri mağaza çalışanlarının görüşleri doğrultusunda analiz edilmiştir. Analizi yapılan görüşme soruları; deneyim, alışveriş yapılan günler, müşteri profili, müşterilerin tercih ettiği ürünler ve tercih-gereksinim kategorisinde incelenmiştir.

Deneyim

Mağaza çalışanlarının çalışma deneyimleri incelendiğinde; A mağazası çalışanı seramik sektöründe dört, mağazada bir; B mağazası çalışanı seramik sektöründe 13, mağazada ise yedi yıldır çalışmaktadır. Her iki mağaza çalışanınında sektör ve mağaza deneyimlerinin olduğu çalışma yıllarından görülmektedir.

Candemir, Zalluhoğlu ve Yücel (2015, s. 62) çalışmalarının sonuç bölümünde ifade ettikleri gibi “mesleki deneyim satış temsilcisinin müşteri istek ve beklentilerini daha kolay algılamasını ve işyeri performansını olumlu yönde etkilemektedir”. A mağazası çalışanı da bu görüşü destekler nitelikte kararsız müşterileri satın almaya ikna etmek için deneyimin önemli olduğunu belirtmiştir.

Alışveriş Yapılan Günler

Her iki mağaza çalışanıda tüketicilerin alışveriş yaptığı en yoğun günlerin hafta sonları olduğunu belirtmiştir. Hafta içi ise mesai saatleri sonrası alışveriş merkezi içerisinde genel bir yoğunluk olduğunu, bu yoğunluğu genellikle gıda vb. alışveriş için gelen ziyaretçilerin oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Her iki mağazanın da yaz ve kış aylarında müşteri sayılarında farklılıklar olmakta ve yaz aylarında daha fazla alışveriş yapılmaktadır.

Değişen yaşam biçimi ile birlikte insanlar yoğun iş temposunun içerisinde hayatlarını kolaylaştıracak üretimleri ve mekanları tercih etmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde alışveriş merkezleri insanların bir çok ihtiyacını aynı anda karşılayabileceği, eğlenceli vakit geçirebileceği ve ailenin her bir üyesinin bireysel yada birlikte vakit geçirebileceği mekanlar halini alması ile hem tüketimi hızlandırmakta hem de boş zaman geçirme alanı olmaktadır. Kütahya Sera Avm'nin hafta içi ve hafta sonu ziyaretçi giriş raporu 2017 yılı bazında incelendiğinde; hafta sonu ziyaretçi sayısı hafta içine kıyasla iki katından daha fazladır. Alışveriş merkezinin ziyaretçi sayısına ilişkin bir değerlendirme yapıldığında içeride bir yoğunluk olmasına rağmen seramik mağazalarına tüketicilerin genellikle yeni ürünlere bakmak için geldiği katılımcı görüşlerinden anlaşılmaktadır. Alışveriş merkezi içerisinde vakit geçiren müşteriler seramik mağazalarında uğramakta fakat gereksinim duymadı sürece alışveriş yapmamaktadır.

Müşteri Profili

Mağazalara alışveriş için gelen müşteri profilleri incelendiğinde; A mağazasının müşterileri 25-70 yaş aralığındadır. Belirtilen yaş aralığına göre geniş bir tüketici yelpazesi olduğunu görülen mağazanın müşterileri genellikle kadınlardır. B mağazası çalışanı ise her yaşa hitap ettiklerini fakat yaz aylarında evlilik nedeniyle alışverişe gelen müşterilerinin özellikle gençler olduğu belirtmiştir.

A mağazası çalışanı, müşteri profillerinin kış ve yaz aylarında farklılık gösterdiğini belirtmiştir. A mağazasına kış aylarında genellikle aynı müşteriler gelmekte iken yaz sezonunda farklı müşterilerde gelebilmektedir. B mağazası çalışanı kış aylarında hep aynı müşterilerin geldiğini fakat yaz aylarında ağırlıklı olarak farklı müşterilerin geldiğini ifade etmiştir. Bir seramik merkezi olan Kütahya aynı zamanda konumundan dolayı birçok ilin ya bağlantı noktasında yada yakınındadır. Hem üretimin merkezi olması hem de konumu nedeniyle yaz aylarında çok fazla ziyaretçisi olan bir şehirdir. Bu ziyaretçiler ile de yaz aylarında alışveriş merkezinde yer alan mağazalarda seramik satışının arttığı mağaza çalışanlarının görüşleri ile belirlenmiştir.

Müşterilerin mağaza içerisinde geçirdikleri süreler incelendiğinde; A mağazasında müşteri eğer satın almakta kararlı ise 15-30 dakika arasında kalmakta ve satın alacağı ürün hakkında tercih yapmaktadır. Sadece yeni ürünlere bakmak için gelen müşteri ise 10-15 dakika mağazada kalmaktadır. B mağazasında müşterinin geçirdiği süre ise 15-30 dakikadır ve kararlı müşteri hemen alışverişini yapıp gitmektedir. Her iki mağaza çalışanı da geçirilen sürenin satın almaya etkisinin olmadığını, satın almada önemli faktörün müşteri kararlılığı olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda müşterinin satın almadaki kararlılığı satışı doğrudan etkilemektedir. Bunun için seramik alışverişinde müşterinin kararlılığı önemlidir.

Alışveriş merkezi içerisinde yer alan mağazalar belirli aralıklar ile vitrinleri yenilenmekte ve satışta olan yeni ürünlerini sergilemektedir. Seramik mağazaların vitrinleri ya anneler günü, sevgililer günü, yılbaşı gibi özel günler için düzenlenmekte yada vitrinde satışta olan yeni ürünler yer almaktadır. Her iki mağaza çalışanıda ürünlerini tanıtmak ve satışı artırmak için vitrin tasarımlarının son derece

önemli olduğunu belirtmiştir. A mağazası çalışanı vitrinlerinin gösterişli olmasından dolayı müşteride içeride satılan ürünlerin pahalı olduğu algısı oluştuğunu ifade ederken bu durumun müşteri açısından yanıltıcı olduğunu, müşterinin içeriye girdiğinde algısının değiştiğini belirtmiştir. B mağazası çalışanı müşteriyi mağazanın içine çekebilmek için öncelikle vitrin ile etkilemek gerektiğini, bunun için de vitrin düzenlemesine önem verdiklerini, mağaza iç dizaynı ve vitrinin yakın zamanda yenilendiğini belirtmiştir. B mağazası çalışanı müşterilerinin, vitrini beğenerek içeriye girdiklerini ve bu durumda satışı doğrudan etkilediğini ifade etmiştir.

Müşterilerin Tercih Ettiği Ürünler

A mağazasında porselen sofa seramikleri, B mağazasında ise seramik sofa seramikleri satışı yapılmaktadır. Her iki mağazada da üretimde olan sofa seramikleri sezon modası olan renkleri, dekorları ve formları yansıtır niteliktedir.

A mağazası çalışanı müşterilerinin mağazaya sıklıkla yeni gelen ürünleri görmek ve incelemek için geldiğini, alışveriş tercihinde ise genellikle çok parçalı takımlar yerine fiyatı daha ekonomik olan ürünleri tercih ettiğini belirtmiştir. Mağaza müşterileri, hediyelik ürünler almak için alışverişe geldiklerinde tercihleri genellikle kahve fincanları olmaktadır. Mağazanın en çok tercih edilen ürünleri ise indirimde olanlar ya da kampanyalı ürünlerdir. A mağazası çalışanı müşterinin alışveriş için kararlı olmasının satın almayı etkilediğini ifade etmiştir. Mağazanın kararlı müşterileri genellikle 6 ya da 12 kişilik hazır takımları tercih etmektedir. A mağazası çalışanı kararsız müşterilerinin olduğunu, bunların alışveriş esnasındaki kararsızlıklarını tavırları ile belli ettiklerini ve kararsızlığın genellikle ürün tercihi yönünde olduğunu belirtmiştir. Satın almak için kararlı olan müşteri farklı mağazalardan fiyat araştırması yaptıktan sonra A mağazasına geldiğinde mağaza çalışanının yönlendirmesi ile gereksinim duyduğu ürünü satın almaktadır. A mağazası çalışanı bu durumun mağaza çalışanının ikna kabiliyeti ve deneyimi ile doğrudan ilişkili olduğunu belirtmiştir.

B mağazası çalışanı müşterilerinin; Türkiye’de ilk defa kendilerinin dijital baskı teknolojisi ile ürettikleri ürünleri tercih ettiklerini ifade etmiştir. Firmanın dijital baskı teknoloji ile ürettiği ürünler incelendiğinde, ürünlerin form ve dekor açısından birbirini tamamlayacak nitelikte olduğu görülmektedir. B mağazası çalışanı müşterilerinin genellikle hazır bir yemek takımı almak yerine form, desen ve renklerini kendilerinin seçerek oluşturdukları takımları tercih ettiklerini belirtmiştir. B mağazası müşterileri, satın aldıkları tek tek ürünler ile estetik beğenileri doğrultusunda takımlarını yapmaktadır. B mağazası çalışanı kararsız müşterilerinin olduğunu, bunun en önemli nedeninde ürün çeşitliliğinin fazla olmasından kaynaklandığını ifade etmiştir. Satın almakta kararlı olan B mağazası müşterileri, ürünler arasından tercih yapamama noktasında kararsızlık yaşamakta, fiyat araştırması yaparak mağazayı tercih etmektedir.

Tüketicinin ürün satın almada kararlı olması seramik sektörü için son derece önemli bir konudur. Besemer (2006, s.29)’in de ifade ettiği gibi “satın alma kararı alıcının kişiliğinden ve başka psikolojik etmenlerden ailesiyle, içinde bulunduğu toplumsal grup, iktisadi sınıf ve kültürel kimlik gibi pek çok toplumsal koşullardan kaynaklanı değişkenlerden etkilenir”. Sofra seramikleri, günlük hayatta çok kullanılan ve bir çok insanın evinde tasarım ve renk anlamında çokça seçeneği bulunan ayakkabı, çanta ya da kazak kadar hızlı tüketilen bir ürün değildir. Satın alınacak ürün sofa seramikleri olduğunda tüketici ekonomik alım gücünü düşünerek hareket etmektedir. Sofra seramiklerinin fiyatlarının pahalı olmasına da bağlı olarak satın alma periyodunda daha uzun bir zaman aralığı bulunmaktadır.

Tercih-Gereksinim

Her iki mağazanın da ürünlerini takip eden bir müşteri kitlesi vardır. Bu müşteriler belirli aralıklarla mağazaları ziyaret etmekte, yeni çıkan ürünleri incelemektedir. Her iki mağazanın da alışveriş merkezi içerisinde olmasının, alışveriş merkezi mantığı için avantajlı bir durum olması beklenen bir sonuçtur. A mağazası çalışanı alışveriş merkezi içerisinde olmanın mağazasının satışlarını olumsuz etkilediğini belirtmiş, bunun nedenini de müşterilerdeki alışveriş merkezi mağazalarının pahalı olduğu algısı ile açıklamıştır, yapılacak alışverişin gereksinim ile ilgili olduğunu vurgulamıştır. B mağazası çalışanı ise bu durumun hem avantajlı hem de dezavantajlı sonuçlarının olduğunu ifade etmiş, alışveriş merkezi içerisinde olmanın kış ayları için avantajlı bir durum olduğunu, insanların kışın alışveriş merkezlerinde daha çok vakit geçirdiğini belirtmiştir. B mağazası çalışanı insanların alışveriş merkezi içerisinde gezinirken mağazanın vitrininden etkilendiğini ve mağazaya daha fazla girdiğini bu durumda satışı etkilediğini belirtmiş fakat yaz aylarında insanların şehir dışına daha çok çıktığı ve alışveriş merkezinin ziyaretçi yoğunluğunun daha az olduğunu ifade etmiştir. Aynı zamanda yaz aylarında evlilik için ve şehir dışından gelenlerin daha yoğun alışveriş yaptığını belirtmiştir.

Seramik mağazalarının alışveriş merkezi içerisinde olması müşterilerin alışveriş yapma yoğunluğunu yani tüketimi doğrudan etkilememektedir. Sofra seramiklerinin fiyatları günlük tüketim nesnelere ile karşılaştırıldığında daha pahalı olduğu görülmektedir. Hammaddenin pahalı olması, üretimin yeni teknolojiler gerektirmesi ve satışta olan ürünlerin tasarım ürünler olması sofras seramiklerinin pahalı olmasının nedenleri arasında sayılabilmektedir. Her iki mağaza çalışanı da tüketicinin sofras seramikleri alışverişinin ihtiyaçtan olduğu kanısında birleşmişler, önceki yıllarda yapılan satışlarda, alışverişten alınan hazzın da etkili olduğunu fakat son dönemlerde seramiğin pahalı bir tüketim nesnesi olmasından dolayı gereksinim duyan müşterinin alışveriş için geldiğini belirtmiştir. Bulgulardan da anlaşıldığı gibi sofras seramikleri diğer tüketim nesnelere kıyasla tüketici için pahalı bir ihtiyaçtır ve satın almada en önemli faktör gereksinimdir.

SONUÇ

Bütün endüstriyel üretimler gibi seramikte pazar içerisinde yer alarak metalaşmıştır. Tüketici sofras seramiklerini genellikle ihtiyaç duyduğu zaman satın almaktadır. Bunun en önemli nedeni sofras seramiklerinin tüketici için pahalı bir ihtiyaç olmasıdır ve bundan dolayı gereksinim duyulduğu zaman tüketilmektedir.

Baudrillard (2012, s.44)'ın ifade ettiği şekliyle "tüketim toplumu var olmak için nesnelere ihtiyaç duyar, daha doğrusu onları yok etmeye ihtiyaç duyar". Tüketmek için ihtiyaç duyulan metaların bulunabileceği çeşitli alanlar varken günümüz insanı en çok alışveriş merkezlerine yönelmektedir. Yapılan bir çok araştırmada alışveriş merkezlerinin bireyi tüketime yönlendirdiği görülmektedir.

Alışveriş merkezlerinin gösterişli yapısının cezbediciliğinde alışveriş yapmak; eğlenceli, rahatlatıcı ve yeni ürünlere maruz kalınmasından dolayı ihtiyaç dışı ürünlerin satın alındığı, boş zaman geçirme aktivitesi olduğu günümüzde durum alışveriş merkezlerinde ki seramik mağazalarından yapılan alışveriş için geçerli değildir. Araştırma sonuçlarından da görüldüğü gibi sofras seramikleri gereksinimden dolayı satın alınmaktadır. Müşteri ihtiyacı olan ürünü en ekonomik alabileceği mağazaları tercih etmekte, ihtiyacı doğrultusunda alışveriş yapmaktadır. Alışveriş merkezi ve tüketim ilişkisini, genelleme yapılmadan mağaza ve satılan ürün bazında değerlendirmek gerekmektedir. Bu değerlendirme, tüketimin amacını ve gereksinim ile olan ilişkisini açıklamakta daha doğru bir yol gösterici olacaktır.

KAYNAKÇA

- Baudrillard, J. (2012). Tüketim Toplumu. (H. Deliceçaylı, F. Keskin Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Besemer, S. (2006). Tarz Çağında Ürünler Yaratma. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Candemir, A. & Zalluhoğlu, A. E. & Yücel, E. (2015). Perakende Sektöründe Satış Elemanlarının Eğitimlerinin ve Kişisel Niteliklerinin Satış Başarısı Üzerindeki Etkisi: İzmir Örneği, Akü İİBF Dergisi, XVII(2), 49-65.
- Gençaydın, Z. (1986). Beğeni ve Kültür Yozlaşması Üstüne, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları I. 4(1), 51-60.
- Ozan Dündar, S. (2005). Sektörel Araştırmalar Seramik Sofra ve Süs Eşyası, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Matbaası.
- Ömer A. (2006). Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskaçında Boş Zaman, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(1), 27-53.
- Satar, B. (2015). Popüler Kültür ve Tekrarlanan İmajlar. İstanbul: Kozmos Yayınları.
- Şentürk, Ü. (2012). Tüketim Toplumu Bağlamında Boş Zamanların Kurumsallaştırdığı Bir Mekân: Alışveriş Merkezleri (Avm), Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 13, Sayfa 63 -77, s. 72
- Türk Dil Kurumu (2018). İhtiyaç, <http://www.tdk.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.
- Türk Dil Kurumu (2018). Gereksinim, <http://www.tdk.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.
- Türk Dil Kurumu (2018). Tüketici, <http://www.tdk.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.
- Yarangümelioglu, D. & Büyüker İşler, D. (2014). Marka Bağlılığı ve Etnosentrizm Çerçevesinde Tüketici Satın Alma Davranışları, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 39, 91-109.
- Yücel Ayık, F. (2016). Türk Sanatları “Seramik”, İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları.

Geleneksel Türk İşlemelerinin Teknolojik Ortamda Endüstriyel Nakış Makinelerinde Uygulanması

Dr. Öğretim Üyesi Huriye TURGUT ÇIRAKOĞLU // *tcirakog@gmail.com*
Ankara Hacı Bayram Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi

Emine ODABAŞI // *eminemineodabasi@gmail.com*
Ankara Hacı Bayram Üniversitesi / Sanat ve Tasarım Fakültesi

ÖZET

Türk kültür varlıklarının ve el sanatlarının en önemli yapı taşlarından biri olan işlemler, Türk insanının zerafetini, iç güzelliğini, güç ve yeteneklerini yansıttığı bir el sanatı çeşididir. Türk işleme sanatı insanlığın çok eski tarihlerine dayanmaktadır. İşleme, insanın giydiği, kullandığı eşyayı süsleme arzusu ile doğmuştur.

Günümüzde teknolojinin ilerlemesi ve gelişmesi nakış alanını da etkilemiş ve bunun sonucunda nakışlar teknolojik ortama taşıyarak bilgisayar destekli endüstriyel sanayi makinelerinde işlenmeye başlamıştır. El işlemlerinin değeri bilinmesinde rağmen endüstriyel nakış makinelerinde yapılan işlemler, kadının iş hayatına başlaması ile hızlı ve kolay sonuçlanması, ekonomik olması nedenleriyle tercih edilmektedir.

Bu araştırmada, geleneksel motifler ve geleneksel iğne tekniklerinden olan hesap işi, Türk işi ve dival işi teknikleri birlikte değerlendirilmiş, bu tekniklerin karakteristik özellikleri dikkate alınarak tekniklere uygun biçimde EOS-Compucon Nakış Desen sisteminde desen kalıbı hazırlayarak endüstriyel nakış makinelerinde işlemeye hazır hale getirmek amaçlanmıştır.

Çalışma, Türk işi, hesap işi, ve dival işi işleme teknikleri belirlenen özelliklerine göre teknolojiye uygun olarak günümüze kazandırılması, işlemelerimizin gelecek kuşaklara aktarılması ve daha sonra yapılacak çalışmalara rehber olması açısından önemlidir. Çalışmada öncelikle araştırmaya kaynak oluşturacak verilerin toplanması amacıyla konuyla ilgili yazılı ve basılı kaynaklar taraması yapılmıştır. Ayrıca EOS-Compucon Nakış Desen sisteminin kullanımı ile ilgili uzmanlara başvurulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İşleme, Türk İşi, Hesap İşi, Dival İşi, Endüstriyel Nakış Makineleri,

GİRİŞ

Çok zengin el sanatları potansiyeline sahip olan Türk milleti, asırlar öncesinden yaratıcı gücünü kullanarak madenlerden, taşlardan, bitkilerden ve hayvanlardan elde edilen ham maddeleri değerlendirerek çeşitli ihtiyaç maddelerini yaptıkları görülmüştür. Orta Asya'dan Anadolu'ya kadar uzanan göç yolunda karşılaştıkları kültürlerden de etkilenerek günümüze kadar uzanan zengin el sanatlarını oluşturmuştur. Bu el sanatları içinde önemli bir yeri olan işleme; bireyin duygusunu, düşüncesini ve ruh halini aktardığı, bir ulusun gelenek görenek ve yaşam tarzını yansıtan anlamlı ve kalıcı kültürel bir mirastır.

Süslenme ve süsleme arzusunun insanoğlunun yaradılışı ile başlamış ve onları süslemeli dikişler bulmaya yöneltmiştir. İnsanda var olan bu istek yaşadığı döneme göre çeşitlilik göstermiş böylece işleme sanatı ortaya çıkmıştır (Odabaşı ve Özdemir, 2018: 33). İnsanlık tarihi kadar eski olan işleme; çeşitli dokumalar, deri ve keçe üzerine elde veya makinede iğne, tığ ile çeşitli iplikler kullanılarak farklı uygulama biçimleri ile yapılan süslemedir.

İşlemeler yapılma şekline göre elde yapılan ve makinede yapılan işlemler olarak ikiye ayrılır. Ayrıca dokumanın atkı ve çözümlü iplikleri üzerinde yapılan işlemler doğrultusunda beş ana grup altında toplanmaktadır. Dokumanın iplikleri üzerinde yürütülen iğneler, dokumanın iplikleri çekilerek yapılan iğneler, dokumanın iplikleri kesilerek yapılan iğneler, dokumanın üzeri kapatılarak yapılan iğneler ve dokumanın iplikleri bağlanarak yapılan iğneler şeklinde sıralanmaktadır. Bu ana tekniklerin kapsamında zengin çeşitlemeler yer almaktadır. İğneye takılı ipliğin dokumanın üzerinde ve altında yönlendirilmesi ile yapılan iğne hareketleri tekniklerin oluşmasını sağlamaktadır (Barışta, 1995: 1,2).

Türk işlemlerinin ilk örneklerinin M.Ö.3. yüzyıl'da yaşamış Hun Türklerinden günümüze ulaşmış örneklerin olduğu bilinmektedir. Altay dağlarında yaşayan Hunlara ait kurganların (mezarların) içine dolan ve daha sonra donan kar suları, yüzyıllar boyunca erimeden işlemlerin, keçelerin, halıların bozulmadan kalmasını mümkün kılmıştır. Bu kurganlardan ele geçirilen koşum takımları, eyerler ve çeşitli eşyalardan süslemeye çok önem gösterdikleri anlaşılmıştır. Ele geçen örneklerde aplike, metal plaka aplike, kordon tutturma, zincir işi tekniklerinin uygulandığı görülmektedir (Barışta, 1995: 6-10).



Fotoğraf 1: Hunlar Dönemine Ait Aplike Tekniği İle Yapılmış Eyer Örtüsü (Demirkan ve Batur, 2009: 122)

Uygur dönemine ait duvar resimlerindeki figürlerdeki giysiler incelendiğinde uygurların işlemleri hakkında bize bilgi vermektedir. İslamiyetin kabulü süsleme unsuru olarak kullanılan insan figürü yerini hayvan figürlerine ilerleyen zamanda da bitkisel ve geometrik bezemlere bırakmıştır (Sürür, 1976: 12-13). Bu bezemeler sarma iğne tekniği ile yapıldığı anlaşılmıştır (Barışta, 1995: 10). Orta Asya'da yapılan kazılarda Göktürkler'e ait kemerler üzerinde metal plaka applike örneklerine rastlanmıştır (Ögel, 2003: 156). Ayrıca elbiselerin dikiş yerlerinde bulunan kapatmalarda kordon tutturma tekniğinin de uygulandığını ortaya koymaktadır (Barışta, 1995a, s.9). Selçuklular dönemine ait çok fazla işlemeli ürün olmamasına rağmen bazı kaynak ve dünya müzelerinde bu döneme ait örneklerle rastlandığı bilinmektedir. (Barışta, 1995b: 157), Selçuklu çadır minyatürlerinde işleme sanatı ile ilgili unsurlar oldukça fazladır. Selçuklu çadırlarında görülen yapılandırma keçe tekniği Hunlardan Selçuklulara kadar applike kalıplarının geçmiş olduğunu göstermektedir (Berker, 1981: 6).

İşlemeli ürünler asırlar boyu, Anadolu'da köyden kente, fakirden zengine bölge özelliklerine göre her kadının evinde farklı biçimlenmiş, Türk kadınının duygu ve düşüncelerinin dışı vurmada aracı olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu döneminde ise işleme sanatına büyük önem verildiği, sayılamayacak kadar çok kullanım alanı bulduğu günümüze kalan örneklerden anlaşılmaktadır. Padişahların ve vezirlerin ihtişamlı ve zengin süslemeli kıyafetleri, kadın ve gelinlerin giyimlerinde kullandıkları işlemeli ürünler, aynı zamanda peşkir, mendil, bohça, yorgan, yastık v.b. gibi eşya üzerine de bulunan süslemeler bunun bir kanıtıdır.

Türk işlemleri Osmanlı döneminden en parlak dönemini yaşamış, 16 ve 19. yüzyıldan günümüze kalan örnekler bunun kanıtı olarak gösterilebilir. Bu dönemlerde saray ve saray dışı işlemler olarak iki çevrede üretildiği bilinmektedir. Saray işlemleri genellikle saray atölyelerinde profesyonel erkek işleyiciler tarafında, genellikle altın ve gümüş teller ile yapılırdı (Barışta, 1984: 17). Saray dışı işlemler köylerde genelde kadınlar tarafından yapıldı saray işlemlerinin tersine altın ve gümüş teller kullanılmadan, gelenek, görenek ve yaşayış tarzını ifade eden işlemlerdir.

16. yüzyıl işlemler en görkemli zamanını yaşamıştır. Zemininde ince keten, ipek atlas, düz ince ipek, kadife gibi kumaşlar; işleminde doğal boyalı ipek iplikler, çok ince çekilmiş altın gümüş metal iplikler, metal plakalar üzerine kakılmış zümrüt ve yakut inci gibi değerli gereçler kullanılmıştır. Daha çok yüzeysel pesent, pesent, hesap iğnesi, slav iğnesi gibi iğneler, sarma gibi yuvarlak hatlı iğneler ise daha az kullanılmıştır. Tek ve birden çok rengin bir arada kullanıldığı renk düzenleri yer almakla birlikte beyaz ve sarı, gümüş ve altın iplikler kullanılmıştır (Barışta, 1999: 21). Buda'nın üç gözünü simgeleyen

Çintemani deseni işlemlerde en çok kullanılan desen olduğu bilinmektedir. İşlemlerin desenlerinde genel anlamda abartılı ve büyük geometrik şekillerin kullanıldığı görülmektedir (Barışta, 2001: 42). Kompozisyonlar büyük motiflerle bezenmiş, motifler köşelere dağılmıştır. Simetri ağırlıktadır.

17 yüzyılda 16. yüzyılda kullanılan kumaşların yanı sıra deri de kullanıma eklenmiş, bunların üzerine kalın bükümlü ipek iplikler, ipek ve metal bükümlü ipliklerle işlemlerin uygulandığı gözlenmiştir. Buhara atması, Maraş işi, balıksırtı, civankaşı iğnelerinin giderek yaygınlaştığı gözlenmektedir. Bu yüzyılda mercan rengi, domates kırmızısı, yakut rengi, pembe, açık mercan rengi, kırmızı, güvez, mavi, boncuk mavisi, yeşil, sarı, yavruağzı, altın sarısı, gümüş beyazı, krem, kahverengi, taba ve siyah renklerinin kullanıldığı gözlenmiştir (Barışta, 1995: 36,37). Bu yüzyılda genel olarak desenlerin abartısını yitirdiği ve Çintemani deseninin de tamamen kaybolduğu bilinmektedir (Barışta, 2001: 42). Çiçekler, meyveler, rumi motiflerle karma kompozisyonlar düzenlenmiştir. (Barışta, 1995: 43).

18. yüzyılda kullanılan kumaşlara diğer yüzyıllara ek olarak çuha eklenmiş, önceki yüzyıllardaki iplikler kullanılmaya devam edilmiştir. Süsleyici olarak harç, kordon yakut, zümrüt, inci gibi gereçlere rastlanmaktadır (Barışta, 1995: 52). Bu yüzyılda gölgeli pesent, sap işi, çin iğnesi, muşabak, sarma, tel kırma, zincir işi ve tanbur işi (buldan işi) gibi iğneler görülür (Sözen, 1998: 200-207; Barışta, 1995: 52). Kimyasal boyaların elde edilmesiyle birlikte ipliklerde renk ve ton zenginliği sağlanmış, işlemler daha canlı bir görünüm kazanmıştır. Bu yüzyılın en önemli özelliği renk tonlarının kullanılmış olmasıdır. İşlemlerde bitkisel motiflerin arttığı, geometrik motiflerin azaldığı ve yazıya önem verilmeye başlandığı bir dönemdir. Avrupa'nın Türk'ler üzerindeki etkileri bu yüzyılda işlemler üzerinde de fark edilmiş, işlemlerde çok pırıltılı, gösterişli bir üslup oluşturmuş, sanatsal ve geleneksel yaklaşımdan uzaklaştırmıştır (Barışta, 2001: 43).

19. yüzyılda işlemlerin Osmanlı ordusunun üniformalarına kadar yayılmasıyla yeni bir adım atılmıştır. Bu dönem geleneksel iğnelere pul-boncuk işi, astragan iğnesi, tohum işi, goblen gibi yeni nakış iğnelerinin eklendiği görülür (Sözen, 1998: 200-207). önceki dönemlere ek olarak pul, boncuk, mercan, tırtıl gibi işleme gereçleri işlemlere ilave edilmiştir.

20. yüzyılda makineleşmenin hızla ilerlemesiyle birlikte giderek makine işlemlerinin tercih edildiği görülmektedir. Günümüzde insanlar yaşadıkları ortamı süsleme isteği ile evlerinde işlemeli ürünlere yer vermektedir. Ayrıca doğum, sünnet, evlenme merasimleri ve çeyizlerde kullanılan işlemeli ürünler yaygın olarak kullanılmaktadır.

Günümüzde hayat şartları, kadını aile bütçesine katkıda bulunmak zorunda bırakmıştır. Ev hanımları ve genç kızlar makineleşmenin aile ve memleketin ekonomik ve sosyal kalkınmasına getireceği hizmeti benimsemiş, böylece makine ile işlemler giderek daha önem kazanmıştır. Böylece ekonomik açıdan fayda sağlayan kısa sürede ürün elde edilebilmesi makinede yapılan işlemlere ilgiyi artırmıştır (Ergün, 1991: 3). Böylece insan gücü ve zamandan tasarruf sağlanmıştır. Kısa zamanda fazla iş çıkarabilme olanağı doğmuştur. İnsanların süsleme ve süslenme gereksinimlerini pratik ve ekonomik bir şekilde karşılayan makinede işlemin ön plana çıkmasına neden olmuş (Çırakoğlu, 1994: 2), bilgisayar destekli nakış makinelerinde işlemler yapılarak yalnızca sanat olarak değil endüstri kolu olarak da yaşamımıza girmiştir (Köklü ve Koçak, 2008: 310).

Bilimsel çalışmalar teknolojiyi, teknolojide endüstride kullanılan üretim yöntemlerini, araç ve gereçlerini değiştirmektedir. Bilgisayar teknolojisinin son yıllarda hızlı bir yayılma sürecine girmesi, pek çok alanda bilgisayar destekli tasarımları artırmıştır.

Türkiye'de nakış sektöründe % 80 de Tajima nakış makineleriyle üretim yapılmaktadır. Tajima maki-

nelerinin yanı sıra ZSK, Happy Borudan, Paff, Melco markalı elektronik nakış makineleri sanayide kullanılan belli başlı makinelerdir (Karakaş, 2006: 72). . Bu makinelerde nakış desenlerini işlemeye elverişli hale getiren desen programları bulunmaktadır. Piyasada punch, EOS compucun, punto, accurate, millennium III, tajima v.b. programlar bulunmaktadır. Bu programlarda aplike, Çin iğnesi, Antep işi, süzeni, pul boncuk tutturma, kordon tutturma gibi bütün nakış tekniklerinin üretimi gerçekleştirilmekle birlikte Türk işi, hesap işi, dival işi (Maraş işi) teknikleri de karakteristik özelliği bozulmadan, aslına uygun tasarlanıp endüstriyel nakış makinelerinde işlenmektedir.

Türk İşi

Geleneksel el işlemlerimizin eşsiz bir türü olan Türk işi desene göre dokuma iplikleri sayılarak veya çizilerek yapılan bir işleme tekniğidir. Mürver iğne tekniği dışında tersi yüzü aynı görünüşte olan işleme çeşididir (Sain, 1994: 17).

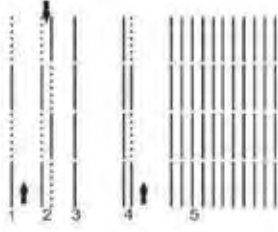
Yüzyıllar boyunca yaygın olarak uygulanan teknikler arasında görülen Türk işi tekniği; kullanılan iğne teknikleri olarak belirleyici özelliğe sahiptir. Bu teknikler; düz, verev gölgeli, tahrirli ve dönerek pesentler, muşabak, mürverin yanında yardımcı iğne teknikleri olarak; antika, tel kırma, sarma, balıksırtı, çiğerdeldi, susma, hasır iğne, civankaşı, gözeme, iğneleridir. Türk kültürünün yaşam biçimi, düşünüş ve estetik beğenisini ortaya koyduğu en güzel tekniklerden biridir.

Türk işi tekniğinde desen için genel olarak doğadan yararlanıldığı görülmektedir. İşlemlerde bitkisel bezemelerden; gül, krizantem, lale, papatya, yıldız, mine, karanfil, sümbül, yasemin, şeftali ve narçiçeği, kır çiçekleri, çiçek motifleri ve tomurcuklar, nar, üzüm ve iğde taneleri, armut, karpuz gibi meyve motifleri, hançer yaprağı, gül yaprağı, dallar 's' kıvrımlı dallar, 'c' kıvrımlı dallar, minik ağaçlar, çam iğde, selvi, çınar, söğüt gibi ağaç motifleri ve çimler yer almaktadır. Nesneli bezemelerden; evde kullanılan bazı araçlar, hançer, fiyonk, kurdele, saksı gibi motifler yer almaktadır. Mimari bezemelerden; çadır, cami, minare, şadırvan, köşk, saray, kuyu, çıkırık gibi motifler kullanılmaktadır. Geometrik bezemeler; zikzak ve fisto motifleri ile çeşitli susmaların kullanıldığı görülmektedir. Yazılı bezemelerden; çoğunlukla 'maşallah' yazısının kullanıldığı görülmekle birlikte yapan kişinin adının işlendiği ya da farklı anlamları bulunan yazıların yer aldığı bezemelerde bulunmaktadır (Köklü, 2002, s.85).

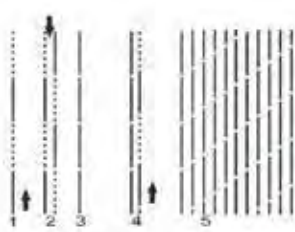
Türk işlemlerinden elde bulunan en eski kaynaklar 16. Yüzyıl örnekleridir. Bu yüzyıl işlemlerinde, motifler çok sade, iddiasız ve doğadaki görünümünden oldukça farklı stilize edilmiştir (Alyüz 2007: 2). Bu yüzyılda dokumacılığın çok ilerlediği ve işlemlerde kalın bükümlü, doğal boyalı ipek iplikler, çok ince çekilmiş altın, gümüş ve metal iplikler vb. gereçlerin kullanıldığı günümüze ulaşan örneklerden anlaşılmaktadır. 17. yüzyıl işlemleri incelendiğinde, kaliteli keten dokumaların ve metal bükümlü ipek ipliklerin giderek yaygınlaştığı dikkati çekmektedir. Bu dönemde 16. yy. 'a göre; pesent ve hesap iğnelerinin artış gösterdiği bu iğne teknikleri ile birlikte hasır iğne, sarma balıksırtı, civankaşı iğne tekniklerinin de kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bu dönemde çiçek motifleri ile birlikte lale motifi azalmış, karanfil, nar, enginar motifleri yaygın olarak kullanılmıştır. 18. yüzyılda Pesent, hesap iğnesi, muşabak, sarma, gölgeli pesent, hasır iğne, balıksırtı iğne teknikleri yoğun olarak görülmektedir. Bu yüzyılda kimyasal boyaaların keşfi ile Türk iş tekniği ile yapılan ürünlerde de çok renklilik göze çarpmaktadır. 19. yüzyıl pesent, hesap işi, muşabak, sarma, balıksırtı, hasır iğne, çiğerdeldi, susma, tel kırma en çok kullanılan iğne teknikleridir (Köklü, 2002: 75-79). Diğer yüzyılla benzerlik göstermekte fakat Batıya açılmanın etkisi işlemlere de yansımaları ile motif ve renklerde değişiklik gösterilmektedir.

Türk işinde uygulanan teknikler;

Pesentler



Şekil 1. Düz Pesent



Şekil 2. Verev Pesent



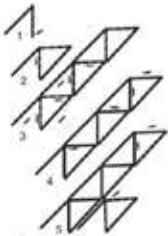
Şekil 3. Tabrilli Pesent



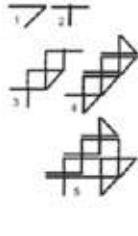
Şekil 4. Dönerek Pesent

Tahrilli Pesent: Sözlük anlamı çizgili, renkli bölümü çizgi çizgi olandır. Farklı renkteki ipliklerin tonlarının ya da simlerin kullanılması ile işlenir. İşlemede açık ve koyu kısım birbirinden belirgin biçimde ayrılır (Köklü, 2002:110).

Muşabak, Mürver, Civan Kaşı



Şekil 5. Muşabak Yapım



Şekil 6. Mürver Yapım



Şekil 7. Civan Kaşı



Şekil 8. Civan Kaşı

Balıksırtı, Hasır İğne



Şekil 9. Balıksırtının Tek Sırasının Yapılış



Şekil 10. Balıksırtının Bitmiş Hali



Şekil 11. Hasır İğnenin Tek Sırasının Yapılış



Şekil 12. Hasır İğnenin Bitmiş Hali

Sarma



Şekil 13. Düz Sarma Bitmiş Hali



Şekil 14. Verev Sarma Bitmiş Hali

Türk işinde sarma tekniği genellikle alt dolgusu yapılarak uygulanır. Alt dolgusu yapılmadan verev olarak işlenir.

Susma



Şekil 15. Üçgen Susma



Şekil 16. Kare Susma



Şekil 17. Dikdörtgen Susma

Gözeme

Şekil 18. Gözemenin Yapılış

Şekil 19. Gözemenin Bitmiş Hali

Günümüzde de hala sevilerek uygulanan bu teknik teknolojik şartlar gereği dijital ortama aktararak bilgisayarlı nakış makinelerinde karakteristik özelliklerine uygun biçimde büyük bir zevkle işlenmektedir.

Bu çalışmanın amacı; geleneksel Türk işlemlerinden olan dival işi (Maraş işi), hesap işi, Türk işinin özellikleri bozulmadan günümüz teknolojisi ile dijital ortama geçişini sağlayıp endüstriyel nakış makinesine uyarlayarak gelecek nesillere aktarmak, bu konuda yapılacak çalışmalara yardımcı kaynak oluşturmaktır. Ayrıca bu iğne tekniklerinden bilgisayarlı nakış makinesinde işlenmiş örneklerine yer verilmiş araştırmanın sonunda fotoğrafları sunulmuştur.

Hesap İşi

Türk işlemleri arasında önemli bir yere sahip olan hesap işi; zengin ve detaylı işleme tekniklerine sahiptir. Dokuma iplikleri üzerinden yürütülerek yapılan iğne tekniklerinden sayılarak yapılan iğne grupları içerisinde yer almaktadır. Kumaşın en ve boy iplikleri sayılarak yapılan ve tersi düz aynı görünüşte olan geleneksel bir işlemdir (Ortaç ve Odabaşı, 2018:244). Yalnız başına, pesent ya da başka iğne bileşimleriyle uygulanan bu iğne tekniği eskiden örtü, uçkur, yağlık, çevre, mendil ve elbise gibi eşyalar üzerine uygulanmış, günümüzde ise ev eşyalarının, giysilerin ve aksesuarların süslemelerinde kullanılmaktadır (Çırakoğlu, Çetinkaya, 2008: 88).

Halk arasında “sıçratma” ismiyle bazı bölgelerde yaygın olarak kullanılan hesap işinin düz ve verev iplikler üzerinde uygulanan iki türü vardır. Bu iğne teknikleri “düz hesap” ve “verev hesap” işi ismiyle uygulanır (Barışta, 1997: 73). Hesap işi iğne teknikleri, işlem olarak çok basit görünmekte ancak şekil oluşturmak için, iplikler sayılarak defalarca sağa-sola, yukarı-aşağı doğru işlenerek, oldukça uzun zaman ve dikkat gerektirmektedir (Özcan,1994: 87). Hesap işinde; düz hesap iğnesi, verev hesap iğnesi, çiğerdeldi, antika ve yardımcı iğne teknikleri olarak; gözeme, kesme ajur, balıksırtı, civankaşı, hasır iğne, susma, sarma, muşabak, mürver ve pesentler kullanılmaktadır (Ortaç ve Odabaşı, 2018:245).

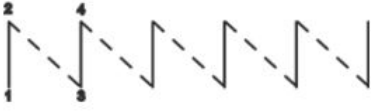
Bu tekniğin deseni işleme tekniğine uygun biçimde sayılarak milimetrik kâğıda çizilir. Kâğıt üzerine sayılar çok dikkatli hesaplanarak çizilmelidir (Özcan, 1994: 19). Aksi takdirde desende bozulmalar olabilir.

Hesap işinde; bitkisel bezeme olarak gül, krizantem, lale, sümbül, papatya, yıldız, mine, karanfil, yase-min, seftali, narçiçeği, kır çiçekleri vb. çiçek motifleri ile tomurcuklar, nar, üzüm, iğde taneleri, armut, karpuz, vb. meyve motifleri, haçer yaprak, gül yaprağı vb. yaprak motifleri, dallar, “s” kıvrımlı dallar, “c” kıvrımlı dallar, minik ağaçlar, çam, iğde, selvi, çınar, söğüt vb. ağaç motifler ile çimler yer almaktadır. Geometrik bezemelerden; zikzak ve fisto motifler ile çeşitli susmaların kullanıldığı görülmektedir. Nesneli bezemeler; Evde kullanılan bazı araçlar, haçer, fıyonk, kurdele, saksı vb. motifler ile, (Köklü, 2002: 85). Figürlü bezemelerden; çeşitli hayvan motifleri kullanılmaktadır.

Çeşitli kaynaklarda başlangıcı 16. yüzyıl olarak gösterilmektedir. Örtü, uçkur, yağlık, çevre, mendil ve elbise gibi eşyalar üzerine uygulanmıştır (Çırakoğlu, Çetinkaya, 2008: 88). Bu yüzyılda yüzeysel pesent, pesent, hesap iğnesi, slav iğnesi gibi sayılrak yapılan, sert, keskin, basit geometrik çizgilere uyum sağlayan iğneler yoğun olarak kullanılmıştır. 17. yüzyılda hesap işi tekniği uygulanmaya devam edilmiş ve hesap işi-sarma bileşimleri de uygulanmaya başlanmıştır (Barişta, 1995: 22,38). 18 ve 19. yüzyıllarda da hesap işi tekniğine pesent, muşabak ve applike teknikler eklenerek devam edilmiştir. Günümüzde de bilgisayarlı nakış makinelerinde hesap işi tekniği her türlü ürün üzerine usta kişiler tarafından tekniği bozulmadan yapılmaktadır.

Hesap işinde uygulanan teknikler;

Düz Hesap İğnesi, Verve Hesap İğnesi



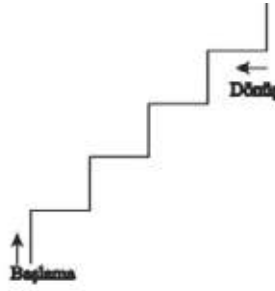
Şekil 20. Düz Hesap İğnesinin Yapılışı



Şekil 21. Düz Hesap İğnesinin Bitmiş Hali

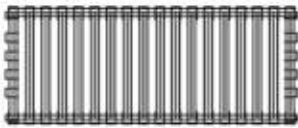


Şekil 22. Verve Hesap İğnesinin Yapılışı

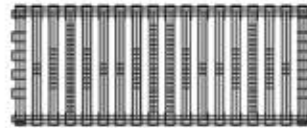


Şekil 23. Verve Hesap İğnesinin Bitmiş Hali

Antika, Kesme Ajur

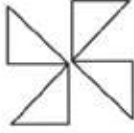


Şekil 9. Hesap Antikasının Yapılışı
İpliğinin Çekilmiş Hali

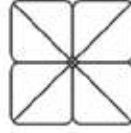


Şekil 10. Kesme Ajurun Bitmiş Hali

Ciğerdeldi



Şekil 11. Ciğerdeldi Tekniğinin Yapılışı



Şekil 12. Ciğerdeldi Tekniğinin Bitmiş Hali

Bu tekniklere ek olarak civan kaşı (Bak. Şekil 6, 7), balıksırtı (Bak. Şekil 9, 10), hasır iğne (Bak. Şekil 11, 12), sarma (Bak. Şekil 13, 14), susma (Bak. Şekil 15, 16, 17) gözeme (Bak. Şekil 18,19) teknikleri de kullanılmaktadır.

Dival işi

Dokuma iplikleri kapatılarak yapılan iğneler içerisinde yer alan Anadolu'da yapılan dival (Maraş) işi tekniğinin halk arasında “mukavva işi” veya “basdırma” adları ile anıldığı belirtilmektedir. Daha eski işlemlerin altında karton kalıplardan çok pamuklardan yapılan örneklerin çokluğu dikkati çekmektedir (Ögel, 1991: 64). Bu teknik Kahramanmaraş ilinde fazla uygulanması nedeniyle Maraş işi adını aldığı ve bazı kaynaklarda da “Bursa işi”, “zerduz işi” olarak isimlendirildiği belirtilmektedir (Sürür, 1976: 41).

Dival işinde düz sarma, verev sarma, balıksırtı, hasır iğne gibi çeşitli teknikleri de bulunmaktadır. Sim, sırma vb. gibi parlak ipliklerle yapılıp üzeri tırtıl, kurt, pul, boncuk gibi materyallerle süslenerek zenginleştirildiğinde ortaya oldukça görkemli ve pırıltılı bir işleme tekniği çıkmaktadır.

Türk işlemecilik sanatının bir dalı olan dival işi yüzyıllar boyu Osmanlı saraylarında padişah ve sultanların kıyafet ve eşyalarını süslemiştir (Diker, 1973: 74). Osmanlı sarayına Çelebi Mehmed'e 1403 yılında gelin giden Dulkadir Prensesi Emine Hatun'un çeyizleri ve Fatih Sultan Mehmed'e 1449 yılında gelin giden ve çeyizleri arasında 40 katır yükü kadar dival işi bulunan Dulkadirli prenseslerinden Sitti Hatun'un çok beğenilen çeyizi sayesinde ünlendiği bilinmektedir (Meriç, 1991: 23-24). Önceleri saraçlar tarafından yapılan bu teknik daha sonra başlı başına bir sanat dalı haline gelmiştir. Saray koleksiyonunda yoğun olarak kullanılmış olan bu teknik kordon tutturma ve sarma iğneleri ile zenginleştirilmiştir (Demirli, 2006: 170).

Dival işinin Anadolu kaynaklı tarihine baktığımızda, çeşitli kaynaklara ve ulaşılan eski örneklerle dayanarak Anadolu'da Selçuklular döneminde ilk defa uygulanmaya başlandığı görülmektedir (Meriç, 1991: 23). 14. yüzyılda yaşamış gezginlerden İbn Batuta seyahatnamesinde Ladik'te altınla işlemeli pamuklu elbiselerin yapıldığından bahsetmiştir 15. yüzyılda Fatih devrinde, erkeklerin, üzerine sarık sardıkları külah biçimi başlığın aynısını, kadınların, özellikle de gelinlerin giydiği görülmektedir. 16. Yüzyılda Şehzade Mehmet'in olduğu düşünülen, kaftanlarda ve bir grup kitap kabında “zerduz işi” olarak bilinen dival işi çeşitlemeleri görülmektedir (Barışta, 1999: 30). Bu yüzyılda daha gelişmiş olarak yaygınlaşan sırma işçiliği ve işlemecilik, Osmanlı kadınlarının saray ve konaklarında giderek günlük uğraşları arasında yer almıştır (Yetimoğlu, 1992: 72). Ayrıca bu yüzyılda altın ve gümüş sim yoğun olarak kullanılmıştır (Özcan, 1994: 4). 17. ve 18. yüzyılda Dival işinin iyice arttığı, 19. Yüzyılda halk arasında “mıhlama” denilen dival işi ürünlerinin zenginliği gözden kaçmamakta, işlemler ev, saray, çarşı, okul, ordu, tekke gibi merkezlerde yapılmaktadır. Önceden aşına kadınlarca yaygın eğitim biçiminde öğretilen iğnelerin giderek okullarda örgün eğitime kapsamina alındığı görülmektedir (Barışta, 1999: 109). II. Mahmut devrinde, işlemlerde, tırtıl ve pulla süslemeler yapılarak abartılı bir süsleme dönemine

girilmiştir (Yakar ve Yakar, 2011: 17). Bu teknik; Türk işlemlerinde her yüzyılda uygulanmış ancak 19 yy.dan sonra daha yaygınlaşmıştır (Barışta, 1997: 54).

20. yüzyılın ilk çeyreğinde çarşı işlemlerine bakıldığında İstanbul, İzmir, Selanik gibi merkezlerde hazır giyim eşyalarında, bindallı olarak isimlendirilen gelinlik giysilerde, misafir odası için sedir örtülerinde, yastıklar ve perdelerde, beşik takımlarında dival işi tekniğiyle ürünler üretildiği gözlenmektedir (Barışta, 1999: 166).

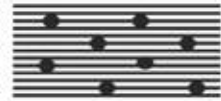
Dival (Maraş) işi tekniği elde işlenirken desen özel yöntemlerle çok aşamalı işlemlerden geçerek hazırlanır. İşlenecek olan desen ince bir kağıda çizilerek, çirilenmiş karton üzerine yapıştırılır ve oyularak çıkan desen kumaşa yapıştırılır. Zahmetli aşamaları olan bu tekniğin işlenmesinde çok zaman ve emek istemektedir.

Günümüzdeki teknolojilerin gelişimi ile etkilenen nakış, geliştirilen endüstriyel nakış makinelerinin kullanımını yoğunlaşmıştır. Böylece daha kısa zamanda, daha ucuza, daha az insan gücü ile üretim sağlanmıştır. Dival işi endüstriyel nakış makinelerinden işlenirken eva maddesi çirilenmiş karton görevini görerek desenin işlenecek yerine konulur. Evanın üzerine desen işlenir dival işindeki kabarıklık sağlanmış olunur. Böylece kendine özgü estetik çizgisi ve teknik özellikleri bulunan dival işi tekniğinin bilgisayar destekli nakış programlarında tekniğine uygun bir şekilde üretilmektedir (Odabaşı ve Özdemir, 2018: 36).

Dival (Maraş) işinde uygulanan teknikler;

Sarmalar

Düz Sarma, Vev Sarma, Yarma sarma, Delikli sarma



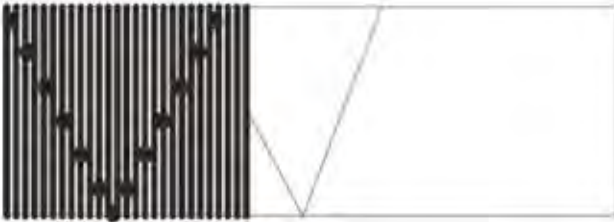
Şekil 1. Düz Sarma Yapılışı

Şekil 2. Vev Sarma Yapılışı

Şekil 4. Delikli Sarma Yapılışı

Şekil 3. Yarma Sarma

Pesent



Şekil 4. Pesent Yapılışı

Bu tekniklere ek olarak hasır iğne (Bak. Şekil 11, 12) yapılmaktadır. Teknik aynı şekilde işlenmekte fakat dival işinde tek fark altına karton ya da eva konulmaktadır.

SONUÇ

Teknolojinin hızla ilerlediği günümüzde, bilgisayar yaşadığımız çağın bir parçası olmuş kullanımı giderek yaygınlaşmıştır. Çok eski çağlardan beri basit araçlar ile yapılan el işlemleri, günümüzde teknolojik bir aşamaya girerek üretimde çağdaş bir boyut kazanmıştır. Teknolojik gelişim ile nakış bilgisayar destekli nakış makinelerinde üretim başlamış ve geniş bir yelpazede uygulanmıştır.

Bilgisayarlı nakış makinelerinde el işlemlerinde olduğu gibi desen, motif ve teknik özelliklere dikkat edilerek uygulanan tekniğin karakteristik özellikleri bozulmadan işlenmektedir. Bu makineler ileri düzeyde teknik özelliklere sahip, tek başlı ve çok başlı seri üretim yapabilen makinelerdir. Değişik boyut ve desenlerde her türlü ürün üzerine aplike, Çin iğnesi, Antep işi, beyaz iş, suzeni, kordon tutturma, pul-boncuk tutturma, Türk işi, hesap işi, dival işi (Maraş işi) gibi tekniklerden üretim yapılmaktadır.

İşlemenin esasını oluşturan desen bilgisayar destekli desen tasarımı alanında sağlanan yenilikler sayesinde tekniğe uygun biçimde desen programında hazırlanan desen makine formatında çeşitli kaydedicilere yazdırılarak işlenmektedir. Ayrıca desen programı ürünün tasarlanmasına, desen üzerinde istenilen değişikliklerin yapılmasına, çeşitli kompozisyonların kısa sürede oluşturulmasına imkan vermektedir.

Elde Türk işi ve hesap işi kumaşın iplikleri sayılarak yapılmasına karşın endüstriyel nakış makinelerinde desen çizim programında desen tasarlandıktan sonra otomatik olarak desen kumaşa işlenmektedir. Ayrıca endüstriyel nakış makinelerinin desen programları hesap işinin ve dival işinin desen hazırlama aşamasındaki zahmetli ve çok aşamalı olan sürecini oradan kaldırmıştır. Çağın gereksinimine paralel olarak modernleşme sonucu ortaya çıkan bilgisayarlı nakış makineleri kısa zamanda, düşük maliyette ve kaliteli işlerin üretilmesine yardımcı olduğu için tercih edilmektedir. Böylece daha kısa zamanda, daha ucuza, daha az insan gücü ile üretim olası kılınmıştır.

Değişen toplum koşullarının ve gelişen teknolojinin işlemeye yeni bir bakış açısı kazandırması gerektirmektedir. Bu araştırma sürecinde, el işlemlerinin büyük bir değere sahip olduğu bilinci ile geleneksel işleme teknikleri ile teknoloji birlikte değerlendirilmeye çalışılmıştır. Günümüz makine nakış sektöründe geleneksel işlerimizden olan Türk işi, hesap işi, dival (Maraş) işi teknikerinden nitelikli ve özgün ürünlerin oluşturulmasının ancak bu tekniklerin özelliklerinin iyi bilinmesi, bu bilgilerin teknoloji ile bir araya getirilmesi ile mümkündür.

GELENEKSEL TÜRK İŞLEMELERİNDEN TÜRK İŞİ, HESAP İŞİ, DİVAL (MARAŞ) İŞİ TEKNİKLERİNİN TEKNOLOJİK ORTAMDA ENDÜSTRİYEL NAKİŞ MAKİNELERİNDE YAPILAN UYGULAMALARI

TÜRK İŞİ TEKNİĞİ İLE YAPILMIŞ ÜRÜNLER



Fotoğraf 1: Türk İşi Pano



Fotoğraf 2: Türk İşi Pano



Fotoğraf 3: Türk İşi Keseler

HESAP İŞİ TEKNİĞİ İLE YAPILMIŞ ÜRÜNLER



Fotoğraf 4: Hesap İşi Örtü



Fotoğraf 5: Hesap İşi Keseler

DİVAL İŞİ TEKNİĞİ İLE YAPILMIŞ ÜRÜNLER



Fotoğraf 6: Dival İşi Bobça



Fotoğraf 7: Dival İşi Bobça



Fotoğraf 8: Dival İşi Keseler

KAYNAKÇA

ALYÜZ, A. (2007). Geleneksel Türk İşlemelerinden Türk İşinin Bilgisayar Destekli Nakış Makinelerinde Çin İğnesi Desen Kalıbı Hazırlanması ve Öğretim Programı Önerisi. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi.

ASLANAPA, O.(1990). Türk Sanatı. Ankara: Yükseköğretim Kurulu Matbaası.

BARIŞTA, H.Ö. (1984). Türk İşleme Sanatı Tarihi. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları No:45, Gazi Eğitim Fakültesi Yayın No:5.

BARIŞTA, H.Ö. (1995). Türk İşleme Sanatı Tarihi. (İkinci Baskı) Ankara: Gazi Üniversitesi Mesleki Yaygın Eğitim Fakültesi Yayın No: 1

BARIŞTA, H.Ö. (1997). Türk İşlemelerinden Teknikler. Ankara: Gazi Üniversitesi Mesleki Yaygın Eğitim Fakültesi Yayın No: 2

BARIŞTA, Ö. H. (1999). Osmanlı İmparatorluğu Dönemi Türk İşlemeleri. (1. Baskı). T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları /2342. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

BARIŞTA, Ö. H. (1984). Cumhuriyet Dönemi Türk İşlemeleri Desen Ve Terminolojisinden Örnekler. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları. 55. Maddi Kültür Dizisi. 2. Ankara: 2.Baskı. 2001.

ÇIRAKOĞLU, H. (1994). Makine Nakışları. Ankara: Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi Yayınları.

ÇIRAKOĞLU, H. ve ÇETİNKAYA, Z. (24-26 Nisan, 2008). Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi Prof. Ülker Muncuk Müzesinde Bulunan Hesap İşlemeli Ürünler ve Özellikleri. Ankara: Gazi Üniversitesi I. Ulusal El Sanatları Sempozyumu.

DEMİRKAN, S. Ö. ve BATUR, G. (2009). Zanaattan Sanata Keçe. Uluslararası Katılımlı Güzel Sanatlar ve Tasarım Sempozyumu Bildiri Kitabı, Eskişehir: 121-126.

DEMİRLİ, A. (2006). Sandıklarda Saklı Saray Yaşamı. İstanbul: TBMM Milli Saraylar Yayınları.

DİKER, B. (1973). Türk İşleme Motifleri ve Tekniği. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.

ERGÜN, Afet, V.D. (1991). Makine Nakışları. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.

KARAKAŞ, M. G. (2006). Geleneksel Türk İşlemelerinden Dival İşini Araştırma ve Eos Compucon Nakış Desen Programı İle Eva (Dival) İşi Desen Kalıbı Hazırlama Öğretim Programı Önerisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. El Sanatları Eğitimi Bilim Dalı.

KÖKLÜ, H. (2002). El İşlemeleri. İstanbul: Ya-Pa Yay. Paz. San. ve Tic. A.Ş.

KÖKLÜ, H. ve Koçak, E. (24-26 Nisan 2008). Bilgisayar Destekli Nakış Eğitimi. Ankara: Gazi Üniversitesi Ulusal El Sanatları Sempozyumu.

MERİÇ, A. (1991). Kahramanmaraş Altın-Gümüş Sırmalar İçinde Kültür ve Sanat Dergisi. 10. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

ODABAŞI, E . ve ÖZDEMİR, M. (2018). Deri Yüzey Süslemede Kullanılan Dival İşi Tekniği İle Yapılmış Bazı Deri Ürünler. Vocational Education, Cilt.13, Sayı.3, Sayfa.32-51.

ORTAÇ, H. S. ve ODABAŞI, E. (2018). Keçiören Belediyesi Estergon Kalesi Türk Kültür Müzesinde Bulunan Hesap İşi Çevre Ürünleri. 244 2018, C.: 11, S.: 23, 243-261.

ÖGEL, B. (1991). Türk Kültür Tarihine Giriş. V.Cilt. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.

ÖZCAN (Tuğtaş), F. (1994). Türk Nakışları Öğretim Yaprakları. Ankara: Önder Matbaacılık.

SAİN, B. (1994). Türk İşi. Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi Lisans Tamamlama Programı. Ders Notları. Ankara.

SÖZEN, M. (1998), Geleneksel Türk El Sanatları. İstanbul: Hürriyet Gazete ve Matbaacılık.

SÜRÜR, A. (1976). Türk İşleme Sanatı. İstanbul: Akbank.

YAKAR, E. ve YAKAR, E.B. (2011). Maraş İşi Sim Sırma Ve Bindallılar. Kahramanmaraş Belediyesi Yayınları. Halim Ofset. Kahramanmaraş.

YETİMOĞLU, P. (1992). Beypazarı'nda Sırma İşçiliği. Ankara: Kültür Sanat Dergisi Kahramanmaraş Özel Sayısı. S:72-74.

Süleymaniye Camii'nin Sayısal Ortamda Yapılan Halı Tasarımları

Emine Pınar DOĞU // *epinardogu@gmail.com.tr*

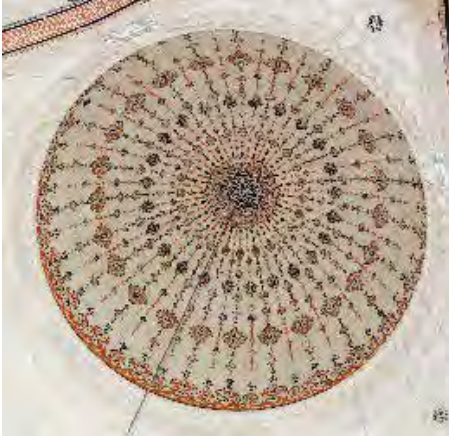
*Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi,
Geleneksel Türk Sanatları Bölümü*

Süleymaniye Camii ve Külliyesi, 1550–1557 yılları arasında, dönemin padişahı Kanuni Sultan Süleyman (1520–1566)'ın Mimar Koca Sinan' a inşa ettirdiği yapılar topluluğudur. 2007-2010 tarihleri arasında kapsamlı bir restorasyona girmiştir¹. Caminin yenilenmesi sonrasında halılarının da değiştirilip yeniden tasarlanması gündeme gelmiş ve İstanbul 1. Bölge Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün gözlem ve izni ile bu görev tarafıma verilmiştir.

Halı tasarımlarında uygulanacak formlar ve motifler, caminin mevcut kalem işlerinden esinlenilerek yapılmıştır. Motif dağılımı ve kompozisyon kurgusu hünkar mahfili² olarak bilinen bölümün tavan süslemelerinin ve bu mekanın pencere kenarlarında bulunan geleneksel Türk süsleme sanatlarında zencerek olarak tabir edilen bazı paftaları içermektedir (Resim 1-2-3). Kullanılan desenlerin analizleri ve çizimleri öncelikle el çizimi olarak gerçekleştirilmiştir. Motifler tasarıma uygun hale getirilip daha sonra Autodesk - AutoCAD yazılımı ile çizilmiştir.

¹ Olgun, Nilgün, *Restorasyon Yılığ*, 111

² Tanman, M.Baba, *TDV İslam Ansiklopedisi*, 331-332



Süleymaniye Camii Hüsnkar Mahfili (Doğu, 2016)
Resim 1- Kubbe Süslemeleri, Resim

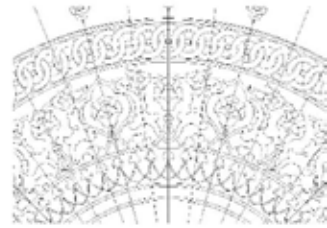
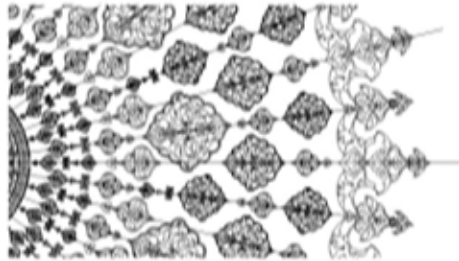
2- Tavan Süslemeleri,

Resim 3- Pencere Süslemeleri

Türk süsleme desenlerinin vazgeçilmez elemanları olan rumi, hatai, penç ve yaprak gibi isimlerle anılan motifler Arc, Circle, Line gibi çizgi komutları, Copy, Move, Array, Offset, Mirror, Rotate, Scale, Trim gibi düzenleme komutları, Group-Ungroup gibi bloklar, Regen gibi yardımcı komutlar kullanılarak biçimlendirilmiştir.

Halı daire formda tasarlanmıştır. Kubbenin hemen altına denk gelecek şekilde yerleştirilen halının çapı 10 metredir. Tasarım merkezden dışa doğru genişleyen paftalarla oluşturulmuştur. Bu durum kubbenin bir iz düşümü olarak nitelendirilebilir. Ancak kullanılan motifler kubbe bezemeleriyle örtüşmemektedir. Yapılan çalışma 16.yy. klasik dönem süslemelerini yansıtmaktadır.

Tasarımın dış çemberi, ayırma rumi, ortabağ ve tepelik motifleri kullanılarak Polar Array komutuyla 24 kez tekrarlanarak oluşturulmuştur (Çizim 1). Çember içindeki şemse formlu kapalı alanlarda yine rumi motifleri kullanılmış olup, merkeze doğru farklı büyüklüklerde dizilmiştir. Dörderli gruplar halinde yanyana sıralanarak Polar Array komutuyla 12 tekrarla bütüne ulaşılmıştır (Çizim 2). Ortadaki daire ise ayırma rumi motifleri içinde çiçek ve yapraklarla tasarlanmıştır. Polar Array komutuyla 12 tekrarla tamamlanmıştır. Bu kompozisyonun hemen altında tepelikli dilimlerde Polar Array komutuyla 68 kez tekrarlanmıştır (Çizim 3).



Çizim 1- Dış Çember Rumi Çizimi, (Doğu, 2016)

Çizim 2- Göbek, Şemse Tekrarları, (Doğu, 2016)

Çizim 3- Merkezde yer alan daire form Tasarımı, (Doğu, 2016)

Halı üzerindeki 40 cm lik saflar³, çizim 3 deki tasarımın düz eksende uygulanmış biçimidir (Çizim 4 ve Resim 4). Her bir saf düzenin aralığı ise 130 cm'dir.



Çizim 4- Karelenmiş Saf Desenleri



Resim 4- Dokunmuş Saf Desenleri

Kemer ve sütunlarla bölümlenerek oluşturulmuş yan galerilerdeki halılar, iç içe geçmiş rumillerle tasarlanmış zencerek desenli bordürle sınırlandırılmıştır (Çizim 5 ve Resim 5). Bu bordürlü halıların üzerinde ise yine saflar ve merkezdeki göbekli tasarımın bir benzeri uygulanmıştır. Çapı 350 cm olarak belirlenen bu küçük göbekler, koridorlardaki üç kez tekrarlanmıştır. Cami ana giriş kapılarına ve mihrabın önüne denk gelecek şekilde tekrarlanan bu göbekli tasarımlar mekanın içindeki genel görünümü destekler niteliktedir. Mevcut dört payanda aralıkları ise düz dokuma olarak bırakılmıştır.



Çizim 5- Karelenmiş Bordür



Resim 5- Dokunmuş Bordür

Renklendirme işlemleri ise “Adobe Illustrator” yazılımı ile yapılmıştır. Veri kaybı olmaması için her iki yazılım vektör tabanlı seçilmiştir. Dokuma tezgahlarında en fazla 5 renkle işlem yapılması nedeniyle tasarım da azami renk kullanılmıştır. Bunlar kırmızının iki tonu, turkuaz mavi, açık kahve ve bej rengidir. Ağırlıklı olarak kullanılan kırmızı, mekanın ana rengi olarak belirlenmiştir (Resim 6).

Günümüzde bilgisayar sadece bir görselleştirme aracı olarak değil, sayısal tabanlı bir tasarım ortamı olarak ele alınmaktadır. Sayısal tabanlı tasarım ortamı geleneksel tasarım ortamından farklılıklar gösterir ve yeni olanaklar sunar. Örneğin; çizim kalitesini yükseltmek, üretkenliği arttırmak, teknik hataları en aza indirmek ve tasarımları görselleştirmek gibi yararlar sağlamaktadır. Bu olanaklardan faydalanılarak tasarladığım halılar, DWG ve DXF formatında kaydedilen çalışmalar, Serko Halı ve İplik ve Tic.Ltd.Şti. tarafından Booria Carpet Designer yazılımında karelenmiş ve üretilmiştir. Saf yün olarak dokunan halılar 2018 Mayıs ayında da camiye döşenmiştir.



KAYNAKÇA

BİROL, A. İnci-DERMAN, Çiçek (1991), Türk Tezini San' atlarında Motifler, Kubbealtı Akademisi Kültür ve Sanat Vakfı, İstanbul

ERSEN, Ahmet, OLGUN, Nilgün, AKBULUT, S. Savaş, YILDIRIM, Büşra Şenyurt, (2011) "Süleymaniye Camii 2007-2010 Yılları Restorasyonu ve Restorasyon Kararları." Restorasyon Yıllığı Dergisi, 3, İstanbul, s.7-27

OLGUN, Nilgün (2011), "Süleymaniye Camii 2007-2010 Yılları Restorasyonuna Dair." Vakıf Restorasyon Yıllığı Dergisi, 2 , İstanbul, s.111

ÖĞÜT, Salim (2008), "Saf", TDVİA, Cilt:35, Ankara, s. 435-436

TANMAN, M. Baha (2003), "Mahfil", TDVİA, Cilt: 27, Ankara, s.331-332

Tekstil ve Modanın Yeni Tüketicileri ve Lovemark Kavramı

Arş.Gör. Pınar YILMAZ // pinaryilmaz@msgsu.edu.tr

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü

Özet

Tekstil ve Modanın Yeni Tüketicileri ve Lovemark Kavramı başlıklı çalışmada 21. yüzyılda meydana gelen başta teknolojik, ekonomik ve kültürel gelişmelerin şemsiyesi altında yeniden şekillenen tüketicinin kimliğini ortaya koymak, tüketicinin tüketim/kullanım alışkanlıklarından bahsederek yeni kullanıcının tasarım ürünlerine bakışı ve beklentisini yorumlamak, günümüz ve muhtemel gelecekteki tasarım kültürünün genel çerçevesi üzerine Lovemark kavramı örneği ile bir yorum getirebilmek amaçlanmaktadır. Çalışmada, yeni tüketiciyi saran teknolojik, ekonomik ve kültürel çevre karşısında tüketicinin değişen yeni talepleri ile 4. sanayi devrimi olarak kabul edilen 21. yüzyılın tekstil ve moda tasarımı üretim endüstrinin elindeki dijital yazıcı ve tasarım sistemleri, CAD-CAM sistemleri, sanal gerçekliğin kullanımları, sosyal medya platformları ve e-ticaret gibi en son araçlar ile bu arz-talep ilişkisini nasıl kurabileceği ve bir adım atarak nasıl talep yaratan konuma geçebileceği sorusuna dair bir cevap olarak Lovemark kavramı ele alınmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde yeni tüketici profilini şekillendiren faktörler ve tekstil-moda tasarımı endüstrisini şekillendiren teknolojik gelişmeler, ilgili kaynaklardan analiz edilerek neden sonuç ilişkisi içinde açıklanmaktadır. İkinci bölümde ise açıklanan teknolojik, ekonomik ve sosyolojik gelişme-

lerin ışığında ortaya sürülen Lovemark kavramı tanımlanmakta ve açıklanmakta, anallizleri, bulguları ile tekstil ve moda alanındaki güncel örnekleriyle ortaya konulmaktadır. 21. yüzyılı şekillendiren 4. sanayi devrimi gelişmeleri altında, tekstil ve moda tasarımı alanında tüketicilerin davranışları, iletişim biçimleri ve tüketim alışkanlıkları değişmektedir. Eş zamanlı olarak tekstil ve moda tasarım endüstrisinin, tüketicinin bu yeni gereksinimlerini karşılayabilmek için farklı üretim, tasarlama ve pazarlama ve markalaşma yaklaşımları oluşturduğu görülmektedir. Bu gelişmeler paralelinde Lovemark kavramı ise ortaya çıkan yeni tüketici profili, tüketim alışkanlıkları ve buna bağlı olarak ürün, tasarım ve markalaşma konularında meydana gelen bir tespit-çözüm olarak öne çıkmaktadır.

Anahtar kelimeler: Tekstil ve Moda Tasarımı, Tasarım, Tüketici, Pazarlama, Tüketim Kültürü

Giriş

21. yüzyılı her alanda, büyük bir hızla şekillendiren başta teknolojik, sosyolojik ve ekonomik gelişmelerin altında, endüstrinin önemli bir oyuncusu olan tekstil ve moda, onu oluşturan tüm unsurlarıyla yeni bir konum ve anlam kazanmaktadır.

Tekstil endüstrisinde önde gelen markalar ve perakendeciler, hızla gelişen bölgesel ve küresel pazarlar ile hiper-rekabetçi bir ortam oluşturmaktadır. Markalar, perakendeciler ve üreticiler için, oyunda kalabilmek ve rekabet edebilmek amacıyla hızlı ve etkin kararlar almak, hedefi bulan hizmet ve üretimler sunmak neredeyse bir zorunluluk halini almıştır. Bilhassa tekstil ve moda endüstrisinin belirleyici bir unsuru olarak, markaların bir sezondan diğerine giderek daha yüksek hızla koleksiyon üretmek durumunda kalması ile süratli ve esnek bir sistematisationonun; üretim ve yönetim sistemlerinin gerekliliği öne çıkmaktadır.

Zamanla bu gibi taleplerin birikimiyle doğan ve günümüzde adımları atılan 4. Sanayi Devrimi ile; muhtemel gelecekte tüm tekstil ürün üretim sistemlerinin, üretim bantlarının birbirlerine tam entegre olduğu, büyük bir veri bulutuna bağlı olarak, telefon, tablet ve bilgisayarlardan kontrol edilebilen, yapay zeka ile kendi kendine öğrenebilen ve problem çözebilen, hızlı ve akıllı fabrikalara dönüşmesi öngörülmektedir.

Textile World dergisinin konuyla ilgili raporuna göre, tekstil endüstrisinin arzulan geleceğinde, tüm üretim sistemi, ürünlere daha fazla ve gelişmiş teknolojik nitelikler kazandırabilmek için dijital olarak tasarlanıp farklı departmanlara kolaylıkla aktarılabilir bir yapıya dönüştürülecektir. Oluşturulan bu dijital tasarım prototipleri, bağlantılı tedarik zincirleri ile dijital olarak veya kimi ürün için çok az insan müdahalesi gerektirecek şekilde, istenilen talimatlarla çalışabilen endüstriyel robotlar tarafından üretilmektedir. Daha sonra ürünler dijital olarak söz konusu alıcılara elektronik olarak gönderilecek, takip edilecek, dağıtılacak ve pazarlanabilecektir.

Görünen bu resimden hareketle tekstil sektörünün hızla dijital bir sektöre dönüştüğünü söylemek mümkündür; büyük hacimdeki veriler, dijital işbirlikleri ve ortaklıklar, çevrimiçi sosyal etkileşimler,

dijital pazarlama ve e-ticaret gibi dijital yöntem ve sistemlerle tüm elemanlar, somut bir ürün oluşturmak ve satmak için bir araya getirilmektedir. Rapora göre ayrıca final ürünün kendisinin önemli olduğu gibi çok yakın bir gelecekte de, dijital ortamdaki döngüsünün ve değerinin de en az kendisi kadar önem taşıyacağı tahmin edilmektedir.¹

Tekstil ve moda endüstrisinin geçmişte emek yoğun bir endüstri olduğu düşünüldüğünde bugün, tekstilin artık daha çok teknoloji odaklı bir süreç haline geldiği söylenebilir. Stefan Weisenberger, IndustryWeek’deki yazısında, analitik tahmin sistemleri, IoT, yapay zeka ve sanal/arttırılmış gerçeklik gibi gelişmelere değinerek, bunların sayesinde tekstil ve moda endüstrisi rekabetçileri için Endüstri 4.0 ışığında tasarım ve desenlendirmeden fiber konstrüksiyona, kumaş oluşturmada son işlem ve teslimat yöntemlerine kadar tüm bir tekstil üretim süreci üzerinde otomatik kontrol sağlayabilmek için sınırsız fırsatların bulunduğu bahsetmektedir.²

İlk sanayi devriminden bu yana teknolojik imkanlar çarpıcı bir biçimde artmış; üretim hızı, otomatizasyon, hassasiyet, kalite ve tedarik zinciri unsurlarında önemli gelişmeler sağlamıştır. Bu dijital dönüşüm, giyim ve aksesuarların üç boyutlu yazıcılar ile oluşturulmasından, veri toplayıp analiz eden otomatize fabrikalara kadar olağanüstü bir ilerleme biçiminde gerçekleştirilmektedir.³ Şimdilik, 4. sanayi devriminin başlangıcı olarak kabul edilen günümüzde, ürünlerin üretim sürecindeki değişimi ifade eden dijitalleşme, markaların ve perakendecilerin ürün üretme biçimindeki nispeten küçük ve algılanabilir bir değişiklik gibi görülmeye başlanmıştır. Bunun yalnızca buzdaiğının görünen kısmı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Yeni Tüketici ve Tüketim Alışkanlıkları

Buz dağıcı oluşturan bir diğer önemli faktör ise tüketicinin ve tüketim alışkanlıklarının radikal biçimdeki değişimidir. İlk sanayi devriminden bu yana endüstriyel üretimin sosyo-ekonomik açıdan amacı; tüketicinin fazla miktarda üretilen temel ürünleri tüketmesi ve bu ürünlere ulaşabilmek için daha fazla kazanmaları biçimindeki bir döngüyü yaratmak olmuştur. Günümüzde ise ürünlerin nicelik, nitelik ve işlev gibi temel maddi unsurları, artık kurum ve kuruluşlarca sağlanması zorunlu standartlar haline getirilmektedir. Bununla beraber Ö.Torlak.-R.Altunışık-Ş.Özdemir’ in kaynaklarında da yer verdiği gibi, maddi ihtiyaçları bir seviyede doyurulmuş tüketicinin taleplerinde ortaya çıkan belirgin nokta ise bireylerin maddi ihtiyaçları kadar duygusal ve düşünsel gereksinimlerinin de olduğu ve bunların da karşılanması gerektiği konusudur.⁴ Kısaca, rasyonel üretim ve tüketim döngüsü içinde yaratılmış standart ürün ve hizmetlere doyan ve hatta sıkılan tüketici, bugünün gelişmiş teknolojisinin sunduğu fırsatlardan motive olarak daha özgür ve sıra dışı davranmak istemektedir. Bu tutum, burada yeni tüketici olarak adlandırabileceğimiz farklı bir tüketici profilini ortaya koymaktadır.

Tekstil ve moda alanının yeni tüketicileri bugün kişiselleştirilmiş, işlevselliği arttırılmış tekstil ürünlerinden, sanal ve arttırılmış gerçeklik gözlüklerine, sosyal medya ile yönlendirebildiği yeni perakendecilik ve e-ticaret deneyimlerine kadar pek çok unsur ile endüstriyel üretim ve tüketim eylemlerini hızla yönlendirecek, değiştirecek ve dönüştürebilecek avantajları eline geçirmiştir. Üstelik bu dramatik dönüşümü yaratabilecek potansiyele sahip söz konusu araçlar, akıllı cep telefonları, tablet ve bilgisayarlar gibi küçük ve taşınabilir cihazlar olup kullanıcısı ile her yere giderek onu 24 saat “online” kılabilir.

1-TEXTILE WORLD MAGAZINE, “How Fashion Became A Digital Industry”, erişim: 07.10.2018

2-WEISENBERGER, S., “Sewing Digital Transformation into the Fabric”, erişim: 07.10.2018

3-A.g.k., erişim: 07.10.2018

4-TORLAK, Ö.-ALTUNIŞIK, R.-ÖZDEMİR, Ş., Yeni Müşteri, S:23.

Tekstilin, bireylerin yalnızca örtünme ve korunma gereksinimlerini karşıladığı zamanlardan bu yana, teknolojik, sosyolojik ve ekonomik açılardan bir hayli yol kat eden endüstri, bugün hız kesmeyerek, 21. yüzyıl toplumunun tekstil ürünlerinden beklentisini bir üst seviyeye taşımakta, tüketim ve alışveriş alışkanlıklarını “güncellemekte”, ve devamında ise bireylerin tekstil üzerinden kimliklerini ifade edebilme özelliğine bir de “sanal” varoluş olgusunu ekleyerek tüketim kavramını başka bir boyuta taşımaktadır.

Baudrillard’a göre bireyin ürünleri ve hizmetleri tüketirken, ona sahip olma şekli, deneyimi ve bu ürün ya da hizmette bulunan manevi anlamı önem kazanmaktadır. Tüketim toplumu, bireylerin kimliklerini bu ürün ve hizmetler üzerinden ortaya koyarak kabul görme ya da ayrışma üzerine konumlanmaktadır. Günümüzde ürün ve hizmetlerde bu anlamları arayan dijital bağlantılı yeni tüketicinin maddi değerler ile daha az motive olduğu, bunun yerine kişiselleştirilmiş, katma değerli hizmetler sunan, deneyim vadeden ürünlerin arayışında olduğu söylenebilmektedir. Bugün tasarım ürünlerinin sembolik anlamları ve toplumda ifade ettiği değerleri, kullanıcıya özgü olarak verdiği his, ürünün maddi değerinin önüne geçmektedir.⁵

Ürün ve hizmetlerle bu noktalarda temas kurmak isteyen yeni tüketici, ürünleri kişiselleştirmek istemekte, onların yaratılış süreçlerinde tam bir şeffaflık görmek ve ürünlerin üretim sürecine katılmak, müdahale etmek istemektedir. Yeni tüketici yenilikleri ve değişikliği kucaklayan, beğeni ya da eleştirilerini hızlıca geri bildirimler ile ortaya koyabilen esnek bir yapıdadır. Artık en temel ürünleri kullanırken bile farklı deneyimler yaşamak istemektedir.⁶

Bu bağlamda Pine ve Gilmore, The Design Experience kitabında, ürün ve hizmetlerle tüketicinin yaşayacağı manevi hisler ve deneyimler üzerine kurulu; deneyimsel bir pazarlama kavramını öne sürmektedir. Onlara göre günümüzdeki endüstri ve ekonomi, maddi ürünleri birer dekora ve bu ürünlerle aktarılmak istenen manevi değerleri ve hisleri yaşatan hizmetlerin sergilendiği bir sahneye dönüştürerek tüketiciyi bu tüketim deneyimini yaşamaya davet etmektedir. Aşağıdaki tabloda Pine ve Gilmore, deneyim ekonomisinin diğer ekonomilere kıyasla yükselişini ortaya koymaktadır.⁷

EKONOMİ	EKONOMİNİN SUNDUKLARI	TALEP FAKTÖRLERİ	EKONOMİK FONKSİYON	ABD YILLIK İSTİHDAM ARTIŞI(1959-96) (%)
DENEYİM	Deneyimler	Duygular	Salmak	5.3
HİZMET	Hizmetler	Fayda sağlamak	Hizmet etmek	2.7
ENDÜSTRİYEL	Ürünler	Ürün özellikleri	Üretmek	0.5
TARIM	Besin maddeleri	Karakteristik	Yetiştirmek	-0.7

Tablo-1: J.Pine ve J. H. Gilmore 'un 1999 yılında yayınladıkları Amerika'daki deneyim ekonomisinin gelişimini açıklayan tablo.

5-YILMAZ, P., *Günümüz Tekstil ve Moda Tasarımında Tasarım, Tasarımcı ve Tüketici Açısından Tasarım Kültürü*, S: 26

6-YILMAZ, P., *Günümüz Tekstil ve Moda Tasarımında Tasarım, Tasarımcı ve Tüketici Açısından Tasarım Kültürü*, S:26

7- M. PRESS-R. COOPER, *The Design Experience*, S:20.

Tabloda da özetlendiği gibi kısaca; geleneksel üretim, tüketim, hizmet ve pazarlama anlayışlarından yeni tüketicinin talep ettiği niteliklere sahip ürünlere ve bu ürünleri kullanırken yaşadığı deneyimlerin önem kazandığı bir endüstriyel sisteme geçildiği günümüzde daha da net görülebilmektedir.

Lovemark Kavramı

Yukarıda, tüm bu çerçevesi çizilmeye çalışılmış tablonun altında, Saatchi&Saatchi pazarlama ajansı CEO'su Kevin Roberts, Lovemarks-The Future Beyond Brands kitabında, günümüz tüketicisi ve onun tüketim alışkanlıklarını, markalardan beklentilerini tanımlayarak "Lovemark" kavramını ortaya sürmüştür.

Roberts, günümüz üretimi ve tüketicisi arasındaki karmaşık ilişkiyi çarpıcı bir örnek ile özetlemektedir: "Psikolog Dr. Aric Sigman, insanların artık bir günde, bir mağara adamının bütün hayatı boyunca yaptığı kadar seçim yapması gerektiğini söylüyor. Seçimlerden oluşan bu dağın gittikçe büyüyen gölgesinin, günlük hayatınızın özgürlüğü üstüne vurduğunu hissediyorsunuzdur. Sıradan bir iPod'da yaklaşık 6.500 şarkı, sıradan bir süpermarkette 50.000 civarında ürün, tipik bir Barnes&Noble mağazasında yaklaşık 100.000 kitap... Süpermarketin raflarında bulduğumuz 83 şampuan, 68 duş jeli veya 77 çamaşır tozu arasında seçim yapacak zamanımız var mı? Hayır, bunca kısa bir yaşam süresince yok. Ödül, tüketicilerle duygusal bağ kuran şampuan, duş jeli ya da çamaşır deterjanının olacak. Ve ondan sonra da rekabet sona erecek."⁸

Roberts'ın tespitlerine göre söz konusu tüketicinin satın alma davranışlarının yaklaşık yüzde 80'i duygusal, yüzde 20'si rasyoneldir ve tüketicinin ürünlerle ve markayla olan ilişkisindeki duygusal birleşenin satın alma kararlarının çok büyük bir kısmını oluşturduğunu söyler.

Şüphesiz ki yukarıda oluşturulan tespitler, yeni üretim ve tüketim anlayışlarında meydana gelen değişim karşısında tüketicisine cevap verebilen, piyasada rekabet edebilecek ve tercih edilebilecek yeni bir marka anlayışını doğurmaktadır. Aşağıdaki tabloda önceki ve değişen markalaşma kavramları karşılaştırılmaktadır.

MARKA	LOVEMARK
Bilgi	İlişki
Tüketiciler tarafından bilinen	İnsanlar tarafından sevilen
Genel	Kişisel
Anlatı sunan	Aşk hikayesi yaratan
Kalite vaadeden	Duyusalığa dokunan
Sembolik	İkonik
Tanımlanmış	Özümsemiş
Açıklama	Hikaye
Nitelikleri tanımlanmış	Gizem ile örtülü
Değerler	Ruh
Profesyonellik	Tutkulu yaratıcılık
Reklam ajansı	Fikir şirketi

Tablo-2:Geleneksel marka algısı ile Lovemark algısı arasındaki farkları açıklayan karşılaştırmalı tablo⁹

8-ROBERTS, K., "Lovemarks Etikisi", S:16.

9- <https://ivanhov5.wordpress.com/2014/03/29/marketing-branding-and-lovemarks/> erişim: 10.11.2018

Roberts'a göre bu nitelikleri ile tüketici ve çevresinden tam not almış, vazgeçemediği marka ve ürün arasında tutkulu, aşk ilişkisine benzeyen bir çekim, duygusal bir bağ bulunmaktadır. Başarıyla kurulan bu bağ o kadar güçlüdür ki bu markaların zamanlama ve fiyatlandırma politikalarındaki hatalarının ya da bazı pazarlama hamlelerindeki başarısızlıklarının, endüstrideki rekabetin çok güçlü ve acımasız olduğu günümüzde bile kimi zaman tüketicisi tarafından tolere edilebildiği, hatta söz konusu kusurlarının dahi avantaja çevrilip benimsenebildiği görülebilmektedir.

Roberts, "Lovemark" olan bir markayı tanımlarken aynı zamanda da onu oluşturan nitelikleri ortaya koymaktadır; "Şu üç niteliğin birleşimi Lovemarks'ı diğer markalardan ayırır; gizem, duyusallık ve yakınlık."¹⁰

Roberts'ın teorisine göre insanoğlunun merak güdüsü onda bilinmeyene karşı bir heyecan uyandırmaktadır. Bu durum karşısında gizem unsuru, hayalleri niteleyerek tüketicilerini semboller ve metaforlar ile uyurabilmektedir. Günümüz tüketicisi kendilerinde merak uyandıracak, şaşırtacak ve keyiflendirebilecek deneyimler vadedecek ürün ve hizmetleri tüketmeyi istemektedir ve bu noktada markaların ürünlerine ve pazarlama aktivitelerine katacakları gizem unsurunun tüketici ile ürün arasında tutkuya varan güçlü bir bağ oluşturabileceği göz ardı edilmemelidir.

Duyusallık unsuru ile insanoğlunun kendisini ve çevresini algıladığı tüm duyuları ile bu şekilde onda yarattığı hisler ve duygulardan bahsedilmektedir. Roberts, insanların kendilerine sunulan ürün ve hizmetlerde onların duyularına hitap eden ve aynı anda uyaran; görseller, müzik, dokular, koku ve hatta tat gibi duygusal unsurların bireylerin duygularına dokunarak onlarda yeni anılar yaratabildiğinden veya anılarını geri çağırabildiğinden bahseder. Bu şekilde markalar bireylerin belleklerinde kalıcı hale gelebilmektedir.

Roberts'ın vurguladığı bir diğer nokta ise yakınlık unsurudur. Önceki bölümlerde de bahsedildiği gibi yeni tüketici, ürünlerine sahip olmadan önce onların üretim süreçleri hakkında tam bir şeffaflık beklemekte ve hatta sürecin bir parçası olarak üretim aktivitesine katılmak istemektedir. Bu noktada markaların tüketicilerinin taleplerini göz ardı etmeden, onlar ile şeffaf ve samimi bir diyalog kurarak, tüketicisinin aldığı ürün ve hizmetin sahibi, bir parçası olduğunu hissedebilmesi ile marka ve tüketicisi arasında yakınlık ve sadakat bağı kurulabilmektedir.

Özetle bir Lovemark, tüketicinin rasyonel satın alma eylemini "bunu şu nedenle alıyorum" dan, "bunu alıyorum çünkü benim olmalı, bunu gerçekten seviyorum" a dönüştürebilen bir duygusal eylem olma niteliği kazanmaktadır. Roberts'a göre markalar ürün ve hizmetlerini tüketicileri için birer duygusal eyleme dönüştürebildiği noktada tüketicinin sadakatini kazanmaya başlayarak onu büyük ve hatta mega bir marka olma yoluna sokabilirler.

Bu noktada Roberts, Lovemark olmayı hedefleyen markalar için önemli olan unsurun altını çizmektedir; "...İşte size oyunun kaderini değiştiren duygusal bağ" diyen bir zihniyet dünyası yaratmaktır. Eğer gerçekten de hitap ettiğiniz kitleyle, ürününüz, iletişiminiz ya da diyalogunuz aracılığıyla var olan bağınızın gönülden olduğu kanaatindeyseniz farklı davranmanız gerekiyor. Önemli olan nasıl dinlediğiniz, nasıl karşılık verip, bağlantı kurduğunuz ve diyalogun diğer tarafındaki kişiye karşı ne hissettiğiniz..."¹¹

10- ROBERTS, K., "Lovemarks Etkisi", S:16.

11-A. g. k., S:15.

Sonuç

21. yüzyılı şekillendiren 4. sanayi devrimindeki tüm dijital ve teknolojik gelişmelerin altında, tekstil ve moda alanında tüketicilerin davranışları, iletişim biçimleri ve tüketim alışkanlıkları değişmektedir.

Günümüz toplumunda bireyler, beğenilerini ve tüketim tercihlerini onları saran çevresinin yönelimleri ve tepkilerine göre sınıflandırıp (hangi ürünü tercih ediyor, nasıl alışveriş ediyor, nasıl görünüyor vb..) değerlendirme eğilimi sergilemektedirler. Bu doğrultuda yeni tüketiciler için kimliklerini üzerlerinden ifade ettikleri markalar önem kazanmaktadır. Yeni tüketici, tecrübe ettiği bir marka ile deneyimini değerlendirip sosyal platformlarda çevresiyle paylaşmakta, onların yorumlarıyla beğenilerini şekillendirmektedir. Ve daha sonraki ürün tercihlerinde bu markalarla yaşadığı deneyimi ve görüşleri doğrultusunda tüketim aktivitesine yön vermektedir.

Bu noktada Roberts, “Lovemark” kavramı ile bir markanın, tüketicisinin içinde yaşadığı dijital çağın ve onun elinde tuttuğu dijital ve teknolojik kanalların, cihazların potansiyellerinin tam farkında olup markaların tüketicileri ile şeffaf ve samimi bir diyalog kurulmasının öneminden bahsederek, onları dinlemenin, üretim sürecine katmanın günümüz marka anlayışında öncelikle ele alınması gereken önemli bir nokta olduğunu altını çizmektedir.

Söz konusu güçlü bir diyalog ile beraber yeni tüketici, sanal uygulamalardan aplikasyonlara, giyilebilir teknoloji ürünlerinden işlevsel tekstillere kadar dijitalleşmenin ve teknolojinin sunduğu en son yeniliklere sahip olmak, onunla hayatını kolaylaştırmak, eğlenmek, sosyalleşmek ve deneyimler yaşamak istemektedir. Bu noktalarda bir Lovemark bugün, fiziksel olanın ve dijitalin aynı potada eridiği bir ürün, hizmet ve perakendecilik yaklaşımı benimseyebilmeli ve tüketicisini dijital ve teknolojik gelişmelerin en üst noktalarında şaşırtabilmeli, eğlendirebilmeli ve deneyimler sunabilmelidir.

Devamında Roberts, markalaşmada son bir nokta olarak gizem unsurunun altını çizmektedir ve tüketicinin taleplerini karşılamanın ötesinde risk alarak onu beklediğinin ötesinde şaşırtmak, ilham vermek, sürpriz unsurunu tetiklemek konularını öne çıkarmaktadır. Bu nedenden ötürü markaların endüstride meydana gelen en son teknolojik yazılım ve donanımları yakından takip etmesi, üretim sistemine dahil etmesi ve tüketicisine nasıl yansıtılabileceğini keşfetmesi ile tüketicisine düşünebildiğinin ötesinde ürün ve hizmetleri sunarak bir adım önde olması markanın endüstriyel rekabetinde oldukça önemli bir unsur olabilmektedir. Markaya katılan gizem unsuru, tüketici için markanın sıradaki şaşırtıcı ve ilham verici hamlesinin ne olacağının kestirilememesine neden olmakta, devamında söz konusu markaya karşı olan tutkuyu da besleyebilmektedir.

Tüm bunlarla beraber dijitalleşmenin ve teknolojinin çığır açan gelişmeleri doğurduğu günümüzde yine de her zaman insanlığının merkezde olduğu ve onun duygusal ve düşünsel gereksinimlerinin de karşılanması gerektiği gerçeği göz ardı edilmemelidir. Bugünün tekstil ve moda markaları, insanlığının en temel örtünme ve korunma ihtiyacını, en son teknolojik ürün ve hizmetlerle karşılayabilmektedir. Devamında ise tüketicisinin duygusal ve düşünsel ihtiyaçlarını da gözeterek bu amaca hizmet eden teknolojiyi kullanıp tüketicisi ile güçlü bir etkileşim içinde olabilen, ona yeni bir yol yaratan ve ilham veren markalar birer Lovemark’a dönüşebilecek ve 4. sanayi devriminin geleceğinde de oyunda kalmaya devam edebileceklerdir.

Kaynakça

TEXTILE WORLD MAGAZINE,(2018) “How Fashion Became A Digital Industry”, <https://www.textileworld.com/textile-world/features/2018/03/how-fashion-became-a-digital-industry/>, erişim: 07.10.2018

WEISENBERGER, S.,(2017) “Sewing Digital Transformation into the Fabric of the Textiles Industry”, IndustryWeek.

<https://www.industryweek.com/technology/sewing-digital-transformation-fabric-textiles-industry/>, erişim: 07.10.2018

TORLAK, Ö.-ALTUNIŞIK, R.-ÖZDEMİR, Ş.(2007), “Yeni Müşteri”, Bilge Matbaacılık,İstanbul.

YILMAZ, Pınar (2015) “Günümüz Tekstil ve Moda Tasarımında Tasarım, Tasarımcı ve Tüketici Açısından Tasarım Kültürü”, Y.Lisans tezi,MSGÜ.Sosyal Bilimler Enstitüsü,İstanbul.

PRESS, M. - COOPER, R.(2003) “The Design Experience:The Role of Design and Designers in the Twenty-First Century”, Ashgate Publishing Limited,UK

ROBERTS, Kevin.(2010) ”Lovemarks Etkisi”, Çev.Çiğdem Aksoy, Hümanist Kitap Yayıncılık,İstanbul.

Tablolar:

Tablo-1: PRESS, M. - COOPER, R.(2003) “The Design Experience:The Role of Design and Designers in the Twenty-First Century”, Sayfa: 20

Tablo-2: <https://fvanhov5.wordpress.com/2014/03/29/marketing-branding-and-lovemarks/> erişim: 10.11.2018