

MÜZE SERGİLEME TASARIMINDA BİR BÜTÜNCÜL YÖNTEM OLARAK

HİZMET TASARIMI

PTT PUL MÜZESİ VE ERİMTAN ARKEOLOJİ VE SANAT MÜZESİ ÖRNEĞİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TOBB EKONOMİ VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ

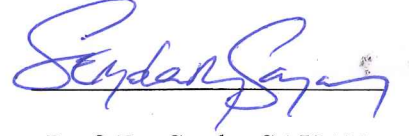
BURCU MELİKE SUBAŞI

TASARIM ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEMMUZ 2019

Bu tezin Yüksek Lisans derecesi için gereken tüm koşulları yerine getirdiğini onaylarım.



Prof. Dr. Serdar SAYAN

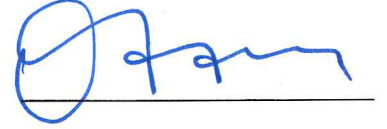
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Müdürü

Bu çalışmayı okuduğumu ve çalışmanın kapsam ve içerik olarak Sosyal Bilimler Enstitüsü Tasarım Ana Bilim Dalı'nda bir Yüksek Lisans tezi olabilecek yeterlilikte olduğuna kanaat getirdiğimi onaylıyorum.

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Meryem YALÇIN  
(TOBB ETÜ, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı)



Tez Jürisi Üyeleri

Prof. Ayşe Müge BOZDAYI  
(TOBB ETÜ, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı)



Dr. Öğr. Üyesi Halime TÜRKKAN  
(Başkent Üniversitesi, Grafik Tasarımı)



Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.



Burcu Melike SUBAŞI

# ÖZ

## MÜZE SERGİLEME TASARIMINDA BİR BÜTÜNCÜL YÖNTEM OLARAK HİZMET TASARIMI

Ptt Pul Müzesi Ve Erimtan Arkeoloji Ve Sanat Müzesi Örneği

BURCU MELİKE SUBAŞI

Yüksek Lisans, Tasarım

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Meryem YALÇIN

“Hizmet Tasarımı” son on yıldan itibaren iş hizmetleri, iletişim, inşaat ve mühendislik, dağıtım, eğitim, çevre, finans, sağlık, turizm, eğlence, ulaşım olmak üzere tüm alanlarda oldukça güncel ve gelişmekte olan multi-disipliner bir yaklaşımdır (Shanker, 2008). Bu çalışmanın amacı soyut ve somut yönleriyle kapsamlı bir kavram olan hizmet tasarımının tasarım boyutunu ele almaktadır. Müzelerde sergileme tasarımı incelendiğinde mekânın cephesinden iç mekanına, basılı tasarım öğeleri, sergileme tasarımı, web tasarımı, hareketli görsel tasarımı, yönlendirme ve bilgilendirme tasarımı gibi tasarım kimliğini oluşturan hizmet tasarımı ile olan ilişkisi görülmektedir. Müzelerde sergileme tasarımı kimliği ziyaretçi tarafından algılanması gerektiği için de tasarımın her boyutu ile iş birliği içinde olan sergileme tasarımı kavramı hizmet tasarımı bağlamında ele alınmıştır.

Bu bağlamda, çalışmanın birinci bölümünde hizmet tasarımının farklı disiplinlerden çeşitli metot ve araçları bir araya getiren disiplinler arası bir yaklaşım olduğu anlatılmıştır. İkinci bölümde, hizmet tasarımı müze ilişkisi kurularak müze ve müzeciliğin zamanla gösterdiği değişimler ele alınmış ve müzelerin sergileme işlevlerinden sergileme tasarımının bütüncül ilişkisi *konum, cephe, logo tasarımı, afiş, broşür, müze rehberi, katalog tasarımları, yönlendirme ve bilgilendirme tasarımı, mekânsal, fotografik, illüstratif, tipografik ve dijital uygulamalar* olarak ayrı başlıklar altında ele alınmıştır.

Bu araştırmada tasarım yüksek lisans disiplinleri arası bakış açısıyla hizmet tasarımının müzelerdeki sergileme tasarımı kimliği bütüncül bir yaklaşım ile ele alınmıştır. Hizmet tasarımı bütüncül yaklaşımı Ankara PTT Pul Müzesi ve ERİMTAN Arkeoloji ve Sanat Müzesi örnekleri *hizmet tasarımı, müzelerin*

*sergileme yaklaşıımı, müze sergileme tasarımı kimliği bağlamıı üzerinden hizmet tasarımıının ve sergileme tasarımıının fiziksel içeriği bağlamında alt bileşenleri karşılaştırmalı olarak irdelenecektir.*

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet Tasarımı, Sergileme Tasarımı, Bütüncül Tasarım



# ABSTRACT

## THE HOLISTIC METHOD OF SERVICE DESIGN IN MUSEUM EXHIBITION

The Cases Of Ptt Stamp Museum And Erimtan Archeological Museum

BURCU MELİKE SUBAŞI

Postgraduate, Design

Thesis Advisor: Dr. Meryem YALÇIN

“Service Design” is a developing multi-disciplinary approach on every domain such as professional services, communication, construction and engineering, distribution, education, environment, finance, health, tourism, entertainment, transportation (Shanker, 2008). The goal of the present study is to discuss the physical dimension of service design which is a holistic (tangible and intangible) and extensive notion and its relation to design. When we analyze the exhibition design, we can see the relation of the facade, the interior, brochure design, exhibition units, web design, sound design, orientation, information etc. to service design. As the exhibition design of museums should directly completed and detected with any size of design by the visitor.

Within this context, in the first part of the study, it is explained that service design is an approach bringing together various methods and tools from different disciplines. In the second part, by establishing the relationship between service design and museums, the evolution of museology is tackled, along with the integrated relation of the exhibition functions of museums with exhibition design within these different topics: *location, façade, logo design, poster, museum guide, orientation and information design, spatial, photographic, typographical and digital* applications.

In this investigation, the physical aspect of service design is tackled with holistic approach. Service design’s holistic approach will be analyzed comparatively through the contexts of Ankara PTT Stamp Museum and Erimtan Archeology and Art Museum’s *service design, exhibition approach*, integrated and service relationship and physical content of exhibition design.

**Keywords:** Service Design, Exhibition Design, Integrated Design



Kızım...

## TEŞEKKÜR SAYFASI

Bu tezin başlangıcından son Őeklini alıncaya kadar geĉen sũreĉte her zaman sevgisini desteğini ve varlığını yanımda hissettiğim sevgili eşim Gũray Subaşı'ya ve birtanecik kızım kalbimin en derin yeri Defnem'e sonsuz teŐekkũr ederim... Dostlukları, gũzel kalpleri ve destekleri paha biĉilemez olan Rabia Harmankaya, Beyza Gŕĉer ve Hande Yazıcı'ya ĉok teŐekkũr ederim...

Bu sũreĉte yanımda olup ihtiyaĉım olan her an desteğini benden esirgemeyen Dr. Őęretim Őyesi Halime Tũrkkan'a ĉok teŐekkũr ederim.





# İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iv
ABSTRACT .....	vi
TEŞEKKÜR SAYFASI .....	viii
İÇİNDEKİLER.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	xi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xii
GÖRSELLER LİSTESİ .....	xiii
BÖLÜM I KAVRAMSAL ÇERÇEVE .....	1
1.1. Araştırmanın Amacı .....	1
1.2. Araştırma Soruları .....	2
1.3. Problem Cümlesi .....	2
1.4. Tezin Kurgusu .....	4
BÖLÜM II HİZMET TASARIMI, MÜZE VE MÜZECİLİK GELİŞİMİ .....	5
2.1. Hizmet Tasarımı .....	5
2.1.a. Hizmet Tasarımı Kavramı .....	5
2.2. Müze ve Müzecilik Gelişimi .....	12
2.2.a. Müze Kavramı ve Gelişimi .....	12
2.2.b. Hizmet Tasarımı ve Değişen Müze Anlayışı .....	21
2.3. Sergileme Tasarımı .....	22
2.3.a. Sergileme Tasarımı Gelişimi .....	22
2.3.b. Sergileme Tasarımında Bütüncül Tasarım İlişkisi .....	28
2.3.b.i. Yönlendirme ve Bilgilendirme Tasarımı .....	38
2.3.b.ii. Mekansal İllüstratif Uygulamalar .....	41
2.3.b.iii. Mekansal Fotografik Uygulamalar .....	42
2.3.b.iv. Mekansal Tipografik Uygulamalar .....	43
2.3.b.v. Mekansal Dijital Uygulamalar .....	45
BÖLÜM III ARAŞTIRMA YÖNTEMİ .....	47
3.1. Araştırma Modeli .....	47
3.2. Veri Toplanması .....	47
3.2.a. Araştırma Evreni .....	48
3.2.b. Araştırma Sınırlılıkları .....	48
3.3. Veri Analizi .....	48

BÖLÜM IV PTT PUL MÜZESİ VE ERİMTAN ARKEOLOJİ VE SANAT MÜZELERİNİN HİZMET TASARIMI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ .....	50
4.1. Örnek Analizi: PTT Pul Müzesi.....	50
4.1.a. Hizmet Tasarımı Bağlamında PTT Pul Müzesi .....	53
4.1.b. Müzenin Sergileme Yaklaşımı .....	59
4.1.c. Müzenin Sergileme Tasarımında Bütüncül Tasarım İlişkisi.....	59
4.2. Örnek Analizi: ERİMTAN Arkeoloji ve Sanat Müzesi .....	78
4.2.a. Hizmet Tasarımı Bağlamında Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi .....	78
4.2.b. Müzenin Sergileme Yaklaşımı .....	82
4.2.c. Müzenin Sergileme Tasarımında Bütüncül Tasarım İlişkisi.....	83
BÖLÜM V BULGULAR VE SONUÇ.....	91
KAYNAKÇA .....	103

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 2.1.</b> Toplam tasarım spektrumu. Hizmet tasarımı, Müşteri deneyimi tasarımı, Kullanıcı Deneyimi tasarımı ve Kullanıcı Arayüzü tasarımı (UX Planet, 2017).....	5
<b>Şekil 2.2.</b> Hizmet Tasarımının CX (müşteri deneyimi) ve UX (kullanıcı deneyimi) Ortalarındaki İlerlemesi ( <a href="https://twitter.com/gotoresearch">https://twitter.com/gotoresearch</a> ).....	6
<b>Şekil 2.3.</b> Kullanıcı Deneyiminde Hizmet Tasarımı (Peter Fossick, 2019).....	8
<b>Şekil 2.4.</b> Hizmet Tasarım Süreci (SlideShare ,2019).....	10
<b>Şekil 2.5.</b> Hizmet Tasarımı Tasarım Bileşenleri (A Medium Corporation, 2019).....	11
<b>Şekil 2.6.</b> Müzeciliğin Evrimi – Mekân, İçerik Ve Kullanıcı Profili Bağlamında Dönemsel Analizi (İhtiyar, 2011).....	17
<b>Şekil 2.7.</b> Çağdaş Müzecilik İşlev ve Katılımcı İlişkisi (İhtiyar, 2011).....	18
<b>Şekil 2.8.</b> Ziyaretçi hizmet yolculuğu (Wang, Chu, 2017).....	21
<b>Şekil 2.9.</b> (Bayar, 2011) Sergileme Tasarımı Sürecinde Grafik Tasarımın Yeri.....	29
<b>Şekil 2.10.</b> Kurum Kimliği Kapsamı (Jessica Jones, 2019).....	30
<b>Şekil 5.1.</b> Ptt Pul Müzesi ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzeleri Karşılaştırması ..	96
<b>Şekil 5.2.</b> Ziyaretçi – Hizmet Tasarımı Deneyimi.....	102

## KISALTMALAR LİSTESİ

ICOM : International Council of Museum (Milletlerarası Müzeler Konseyi)

SEGD : Society for Environmental Graphic Design

MoMA : New York Modern Sanat Müzesi



## GÖRSELLER LİSTESİ

<b>Görsel 2.1.</b> Louvre Museum (History of Art Daily, 2019).....	13
<b>Görsel 2.2.</b> Vincent van Gogh The Starry Night MoMA Museum (Moma Museum, 2019) .....	15
<b>Görsel 2.3.</b> Johns Hopkins Arkeoloji Müzesi Koleksiyon Sergileme Ünitesi ( Archaeological Museum, 2019) .....	19
<b>Görsel 2.4.</b> Müze Evliyagil Özel Müze (Artful Living, 2019) .....	19
<b>Görsel 2.5.</b> Biggin Hill Memorial Museum (Redman Design,2019).....	24
<b>Görsel 2.6.</b> Tsukuba Expo Center Sergileme Tasarımı (Murayama, 2019) .....	25
<b>Görsel 2.7.</b> Dubai Expo (Thinc, 2019) .....	25
<b>Görsel 2.8.</b> Mori Building Digital Art Museum (The Telegraph, 2019).....	26
<b>Görsel 2.9.</b> Damien Hirst 57. Venedik Bienali (BrandLife, 2019) .....	27
<b>Görsel 2.10.</b> Bülent Erkmn Remix, Sergileme Tasarımı (Bülent Erkmn, 2018) ..	28
<b>Görsel 2.11.</b> Güzel Sanatlar Müzesi (Museum of Fine Arts ) Kurumsal Kimlik Tasarımı (Onlab, 2019).....	31
<b>Görsel 2.12.</b> Frans Hals Müzesi Afiş Tasarımı (Under Consideration, 2019) .....	32
<b>Görsel 2.13.</b> New York Whitney Müzesi Müze Rehberi Tasarımı (Design Taxi, 2019) .....	34
<b>Görsel 2.14.</b> Noyes Müzesi Kataloğu (GraphicUS Design, 2019) .....	34
<b>Görsel 2.15.</b> Louis Barragan Müzesi Broşür Tasarımı (Jayce-O-Yesta, 2012).....	35
<b>Görsel 2.16.</b> New Hello Museum Websitesi Tasarımı ( New Hello Museum, 2019)	36
<b>Görsel 2.17.</b> Louvre Müzesi Sanal Müze .....	36
<b>Görsel 2.18.</b> Urban Art Museum Mobil Uygulama Tasarımı (Northshorecdc, 2019) .....	37
<b>Görsel 2.19.</b> Powerhouse Müzesi Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımları (SEGD, 2019) .....	39
<b>Görsel 2.20.</b> Wellington Müzesi Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımları (Best Awards, 2019) .....	40
<b>Görsel 2.21.</b> Koers + Mulder Sergisi Sergileme Tasarımı İllüstratif Uygulamaları (DesignBoom, 2015).....	41
<b>Görsel 2.22.</b> Shanghai Cam Müzesi Sergileme Tasarımı İllüstratif Uygulamaları (Coordination, 2019).....	41

<b>Görsel 2.23.</b> El Paso Tarih Müzesi Fotoğrafik Uygulamaları (C&G Partners, 2019)	42
<b>Görsel 2.24.</b> London Metropolitan Polis ve Suç Müzesi Fotoğrafik Uygulamaları (Behance, 2019)	43
<b>Görsel 2.25.</b> Hirshhorn Müzesi Tipografik Uygulamaları (CollabCubed, 2013)	44
<b>Görsel 2.26.</b> Cooper-Hewitt Smithsonian Tasarım Müzesi Dijital Uygulamaları (Digital Trends, 2019)	45
<b>Görsel 4.1.</b> Black Penny Pul ve Üzerinde Black Penny Pulu Olan Bir Mektup (Postal Museum, 2019)	51
<b>Görsel 4.2.</b> Ptt Pul Müzesi Pul Baskı Makinası (Arkiv, 2019)	52
<b>Görsel 4.3.</b> PTT Pul Müzesi Dış Cephe Görünümü (Arkiv, 2019)	53
<b>Görsel 4.4.</b> PTT Pul Müzesi Konum Haritası (Kişisel arşiv)	54
<b>Görsel 4.5.</b> PTT Pul Müzesi Bodrum Kat Planı	55
<b>Görsel 4.6.</b> PTT Pul Müzesi Zemin Kat Planı	55
<b>Görsel 4.7.</b> PTT Pul Müzesi 1. Kat Planı	56
<b>Görsel 4.8.</b> PTT Pul Müzesi 2. Kat Planı	56
<b>Görsel 4.9.</b> PTT Pul Müzesi 3. Kat Planı	56
<b>Görsel 4.10.</b> PTT Pul Müzesi Bilgilendirme Panosu (Arkiv, 2019)	57
<b>Görsel 4.11.</b> PTT Pul Müzesi Müze Dükkanı (Arkiv, 2019)	58
<b>Görsel 4.12.</b> PTT Pul Müzesi Logo Tasarımı (Behance, 2013)	60
<b>Görsel 4.13.</b> PTT Pul Müzesi Kurumsal Kimlik Tasarımı (Behance, 2013)	60
<b>Görsel 4.14.</b> PTT Pul Müzesi Kurumsal Kimlik Tasarımı (Behance, 2013)	61
<b>Görsel 4.15.</b> PTT Pul Müzesi Haberleşme ve Posta Tarihi Sergi Alanı (Arkiv, 2019)	62
<b>Görsel 4.16.</b> PTT Pul Müzesi Haberleşme ve Posta Tarihi Sergi Alanı (Arkiv, 2019)	62
<b>Görsel 4.17.</b> PTT Pul Müzesi Posta ve Haberleşme Tarihi Obje Sergi Alanı (Arkiv, 2019)	63
<b>Görsel 4.18.</b> PTT Pul Müzesi Günümüzde PTT ve Kostüm Sergi Alanı (Kişisel Arşiv)	64
<b>Görsel 4.19.</b> PTT Pul Müzesi Eski Pullarla Yüzyıl Dijital Sergi Alanı (Arkiv, 2019)	65
<b>Görsel 4.20.</b> PTT Pul Müzesi Eski Pullarla Yüzyıl Dijital Sergi Alanı (Arkiv, 2019)	65

<b>Görsel 4.21.</b> PTT Pul Müzesi Pul Arşivleri Sergi Alanı (Arkiv, 2019) .....	66
<b>Görsel 4.22.</b> PTT Pul Müzesi Osmanlı DönemiSergi Alanı (Arkiv, 2019) .....	67
<b>Görsel 4.23.</b> PTT Pul Müzesi Osmanlı DönemiSergi Alanı (Arkiv, 2019) .....	67
<b>Görsel 4.24.</b> PTT Pul Müzesi Cumhuriyet Dönemi Sergi Alanı (Arkiv, 2019) .....	68
<b>Görsel 4.25.</b> PTT Pul Müzesi İstiklal Harbinde PTT Sergi Alanı (Kişisel Arşiv).....	69
<b>Görsel 4.26.</b> PTT Pul Müzesi Nostaljik PTT Sergi Alanı (Kişisel Arşiv) .....	69
<b>Görsel 4.27.</b> PTT Pul Müzesi Nostaljik PTT Sergi (Arkiv, 2019) .....	70
<b>Görsel 4.28.</b> PTT Pul Müzesi Nostaljik PTT Sergi Alanı (PTT Pul Müzesi,2019)...	71
<b>Görsel 4.29.</b> PTT Pul Müzesi Tematik Pullar Sergi Alanı (Kişisel Arşiv) .....	71
<b>Görsel 4.30.</b> PTT Pul Müzesi Atatürk Temalı Pullar Sergi Alanı (Kişisel Arşiv) ....	72
<b>Görsel 4.31.</b> PTT Pul Müzesi Dünya Pulları Koleksiyonu Sergi Alanı (Arkiv, 2019) .....	73
<b>Görsel 4.32.</b> PTT Pul Müzesi Çocuk Pulları ve Çocuk Kulübü Sergi Alanı (Arkiv, 2019).....	73
<b>Görsel 4.33.</b> PTT Pul Müzesi Çocuk Pulları ve Çocuk Kulübü Sergi Alanı (Kişisel Arşiv) .....	74
<b>Görsel 4.34.</b> PTT Pul Müzesi Zemin Yönlendirme Tasarımları (Kişisel Arşiv) .....	75
<b>Görsel 4.35.</b> PTT Pul Müzesi Pictogram Tasarımları (Kişisel Arşiv) .....	76
<b>Görsel 4.36.</b> PTT Pul Müzesi Pictogram Tasarımları (Kişisel Arşiv) .....	76
<b>Görsel 4.37.</b> PTT Pul Müzesi Sirkülasyon Alanları Fotğrafik Uygulamaları (Arkiv, 2019).....	77
<b>Görsel 4.38.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Dış Cephe Görünümü (Arkiv, 2019).....	79
<b>Görsel 4.39.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi AA Kesiti.....	79
<b>Görsel 4.40.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi BB Kesiti .....	79
<b>Görsel 4.41.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Asma Kat Genel Görünüm (Arkiv, 2019) .....	80
<b>Görsel 4.42.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Zemin Kat Planı .....	81
<b>Görsel 4.43.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi 1. Bodrum Kat Planı .....	81
<b>Görsel 4.44.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi 2. Bodrum Kat Planı .....	81
<b>Görsel 4.45.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Logo Tasarımı (SANAT.BURADA.COM.TR, 2019) .....	84
<b>Görsel 4.46.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Kurumsal Kimlik Tasarımı (Kişisel Arşiv) .....	84

<b>Görsel 4.47.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Asma Kat Sergi Alanı (Arkiv, 2019) .....	85
<b>Görsel 4.48.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Ana Sergi Alanı (Arkiv, 2019) ....	86
<b>Görsel 4.49.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Roma Dönemi Sikkelerin Sergilenme Ünitesi (Kişisel Arşiv) .....	86
<b>Görsel 4.50.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Fresk Uygulama Alanı (Kişisel Arşiv) .....	87
<b>Görsel 4.51.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Sergileme Ünitesi Uygulamaları (Kişisel Arşiv) .....	87
<b>Görsel 4.52.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Sergileme Ünitesi Uygulamaları (Kişisel Arşiv) .....	88
<b>Görsel 4.53.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Geçici Sergi Alanı (Arkiv, 2019).89	
<b>Görsel 4.54.</b> Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Bilgilendirme Tasarımı Uygulamaları (Kişisel Arşiv) .....	90



# BÖLÜM I

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Araştırmanın Amacı

Hizmet tasarımı, farklı disiplinlerin kendilerine ait yöntemlerini birleştirerek en faydalı biçimde birlikte çalışmayı hedefler ve kullanıcıya sunar. Özellikle son on yıldan itibaren başta iş hizmetleri, iletişim, inşaat ve mühendislik, dağıtım, eğitim, çevre, finans, sağlık, turizm, eğlence, ulaşım olmak üzere birçok alanda oldukça güncel ve gelişmekte olan hizmet tasarımının fiziksel boyutu çalışma kapsamında önemli bulunmuştur (Holmild, 2005). Yani, hizmetin içeriği yer alan bu iş ortaklarının; tasarımcılar, yöneticiler, pazarlamacılar, mühendisler, ön/arka plan çalışanları ve tüketiciler oluşturmaktadır ve bütüncül (*holistic*) olarak çalışmaktadır. Bu bakımdan hizmet tasarımı yöntemlerini hayata geçirmek için kullanılan uygulama araçları geniş bir yelpazede yer almaktadır (Saco ve Goncalves, 2008). Bu sistematik içerisinde mekân tasarımından görsel ve yapısal ürünlere kadar hizmet tasarımını oluşturan tasarım bileşenleri içerisindeki yeri ve ilişkisi çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Çalışma alanı olarak tasarımın hizmet tasarımı ve kullanıcı ilişkisini ortaya koyması için iyi bir örnek teşkil etmesi sebebiyle müzelerde sergileme tasarımı kimliği ele alınmaktadır.

Hizmet tasarımı, fikirleri, tüketici deneyimleri vasıtasıyla, soyut ve somut (tangible, intangible) ortamları bir arada kullanarak tasarlayan bütüncül bir alandır. Bir uygulama olarak hizmet tasarımı süreci, işletmelerde tüketiciye bütüncül bir hizmet sunmayı amaçlayan sistemlerin ve süreçlerin tasarımıyla sonuçlanır (İlisulu, 2015). Hizmet tasarımı kullanıcının tüm görsel, mekânsal, duyuşsal ve bilişsel algısını tasarım disiplini içerisinde ele alınması gereken konudur. Dolayısıyla, hizmet tasarımı farklı disiplinlerden çeşitli metot ve araçları bir araya getiren disiplinler arası bir yaklaşımdır. Bu disiplinler arası yaklaşım, tasarım, yönetim ve gelişim mühendisliği becerilerini birleştirmektedir (Stickdorn ve Schneider, 2011). Hizmet tasarımı, hizmet kalitesini artırmak için hem tüketicilere hem de hizmet sağlayıcılarına yönelik kullanılan çok yönlü bir yöntemdir. Hizmet tasarımı, *etnografya, sistem tasarımı, etkileşim tasarımı, ürün tasarımı, endüstriyel tasarım, grafik tasarım, hizmet pazarlaması, yenilikçi yönetimi ve sosyal psikoloji* gibi çeşitli

disiplinleri bir araya getirmektedir (SDT, 2014). Dolayısıyla, sergileme tasarımı kimliği ve hizmet tasarımı ilişkisini kurgulamak bu çalışmaya yön vermiştir.

Sergileme tasarımının kullanıcı algısı üzerindeki etkisi; mekân, görsel iletişim, endüstriyel tasarım, hareketli grafik tasarımı, web tasarımı, yönlendirme tasarımı, organizasyon tasarımı gibi tasarım kimliğinin bütüncül olarak ifade bulmuş halidir. Bu mekanlarda kullanıcı sadece sergilenen ürünlerin kendisini değil, tasarımın bütüncül olarak algılamaktadır. Bu noktada müzelerde sergileme tasarımı ele alındığında hizmet tasarımıyla olan ilişkisi görülmektedir. Bu bağlamda, hizmet tasarımının bu yönü ziyaretçilerin bütüncül algısını oluşturan tasarım kimliğine ışık tutmaktadır. Hizmet tasarımının müze sergileme tasarımı kimliğinin ele alınması açıklayıcı olmuştur.

Tüm bu bilgiler ışığında tez çalışması müzelerde 'hizmet tasarımı'nın bütüncül ilişkisi bağlamında sergileme tasarımı kimliği üzerindeki etkisini ele almaktadır. Müze mekanlarında sergileme elemanlarının ilişkisi ve kapsayıcı yaklaşımı bu bağlamda yol gösterici olması beklenmektedir.

## **1.2. Araştırma Soruları**

- Müzelerde sergileme tasarımı soyut ve somut boyutlarıyla hizmet tasarımı ile nasıl ilişkilenebilir?
- Müzelerde sergileme tasarımı - hizmet tasarımı ilişkisi nasıl ele alınmalıdır?
- Müze sergileme tasarımı kimliği nasıl uygulanmaktadır?
- Hizmet tasarımı müzelerdeki sergileme tasarımı kimliğinde bütüncül olarak ele alınmalıdır?
- Müze sergileme tasarımı kimliği nasıl uygulanmaktadır?

## **1.3. Problem Cümlesi**

Sergileme tasarımının kullanıcı algısı üzerindeki etkisi; mekân, görsel iletişim, endüstriyel tasarım, hareketli grafik tasarımı, web tasarımı, yönlendirme tasarımı, organizasyon gibi tasarım kimliğini oluşturan öğeler ile bütüncül ve tamamlayıcı olarak ele alınmalıdır. Müzelerde kullanıcı sadece sergilenen obje değil, tüm tasarım elemanlarını bir bütün olarak algılamaktadır.

Sergileme tasarımı sergilenen objeler, fotoğraflar, dijital, aydınlatma, yönlendirme uygulamaları, tipografik uygulamalar, renk, bilgilendirme ve mekân öğeleri ile birlikte bütüncül tasarımıdır. Bu kadar çok etkeni olan bir alanda tasarımcıya düşen görev geniş kapsamlıdır. Dolayısıyla tasarımın tek çatı altında ortak bir dil etrafında ele alınması gerektiği anlaşılmıştır. Sergileme tasarımı ziyaretçi algısını sadece sergilenen ürünlerden ibaret olmadığı doğrudan ve/veya dolaylı olarak tüm tasarım yönleriyle etkilemektedir. Bu nedenle bu mekanlar hizmet tasarımı kapsamında ele alınmalıdır.



## 1.4. Tezin Kurgusu

Bölüm 1	Giriş <i>Kavramsal Çerçeve</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tezin İçeriği</li><li>• Çalışmanın Amacı ve Kapsamı</li><li>• Çalışmanın İçeriği</li><li>• Çalışmanın Kurgusu</li></ul>
Bölüm 2	Literatür Taraması <i>Hizmet Tasarımı, Müze Ve Müzecilik Gelişimi</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hizmet Tasarımı</li><li>• Müze ve Müzecilik Gelişimi</li><li>• Sergileme Tasarımında Bütüncül Tasarım İlişkisi</li><li>• Hizmet Tasarımı ve Sergileme Tasarımında Bütüncül Tasarım</li></ul>
Bölüm 3	Araştırma Yöntemi	<ul style="list-style-type: none"><li>• Araştırma Modeli</li><li>• Veri Toplanması</li><li>• Araştırma Evreni</li><li>• Araştırma Sınırlılıkları</li><li>• Veri Analizi</li></ul>
Bölüm 4	Ptt Pul Müzesi Ve Erimtan Arkeoloji Ve Sanat Müzelerinin Hizmet Tasarımı Bağlamında İncelenmesi	<ul style="list-style-type: none"><li>• Literatür Araştırması</li><li>• Müzelerdeki tasarım disiplinlerinin bir arada hizmet tasarımı kapsamında bütüncül bir şekilde ele alınması</li><li>• Erimtan Arkeoloji Müzesi ve Ankara Ptt Pul Müzesi örneklemleri üzerinden irdelenmesi</li><li>• Bu iki mekanda hizmet tasarımının ve sergileme tasarımının fiziksel içeriği bağlamında alt bileşenleri ortaya konulması</li></ul>
Bölüm 5	Sonuç	<ul style="list-style-type: none"><li>• Erimtan ve PTT Pul Müzelerinin Sergileme ve Hizmet Tasarımı Bağlamında Karşılaştırılması</li><li>• Bulgular ve Değerlendirme</li><li>• İleriye Yönelik Çalışma Önerileri</li></ul>

## BÖLÜM II

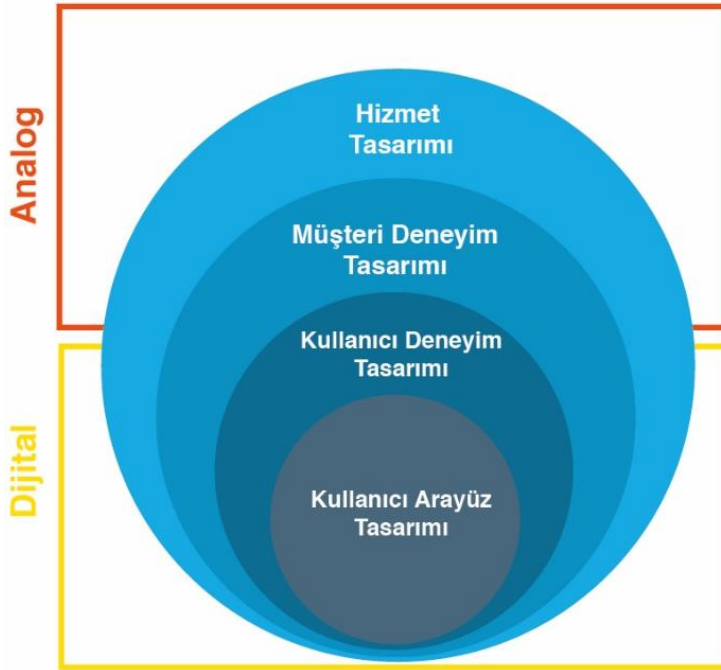
### HİZMET TASARIMI, MÜZE VE MÜZECİLİK GELİŞİMİ

#### 2.1. Hizmet Tasarımı

##### 2.1.a. Hizmet Tasarımı Kavramı

Hizmet tasarımı, sanayi devrimi sonrası geleneksel tasarım alanında yeni bir tasarım kavramının insanları, davranışları ve çevreyi içeren kapsamlı bir disiplindir (Wang, Chu, 2017). 1990'lı yıllardan itibaren hizmet tasarımının gelişiminde hizmetle ilgili sektör ve akademik çevrelerdeki gelişmeler ve genel tasarım teorisindeki gelişmeler olarak iki etkenden söz etmek mümkündür (Gürel, 2010). Özünde bütünsel, analog veya dijital olmasına bakılmaksızın bir şirket ile kullanıcı arasındaki her temas noktasını göz önünde bulundurmakta ve hizmeti bir bütün olarak ele almaktadır. Hizmet tasarımı, yeni tanımlanan bir kavram olmasına rağmen pazarlama ve bankacılık gibi diğer alanlarda da araştırılan disiplinler arası bir yaklaşımdır. Hizmet tasarımı tüketiciye bütüncül hizmet sunmayı amaçlayan bir sistemdir.

**Şekil 2.1.** Toplam tasarım spektrumu. Hizmet tasarımı, Müşteri deneyimi tasarımı, Kullanıcı Deneyimi tasarımı ve Kullanıcı Arayüzü tasarımı (UX Planet, 2017)



Hizmet tasarımı, hizmetlerin geliştirilme yeteneği ve bir tasarım süreci uygulamasıdır. Hizmet tasarımı bu mevcut hizmetleri iyileştirmek ve yenilerini yaratmanın pratik bir yoludur. Bu tamamen yeni hizmet teklifleri, müşteri seyahatleri veya hizmet planları tasarlamayı içermektedir. İç içe çemberin ardından (Şekil 2.1), CX (müşteri deneyimi), UX (kullanıcı deneyimi) ve UI (kullanıcı arayüzü), bir hizmet tasarımı spektrumunun tamamı içinde daha spesifik alanlardır (Burgmans, 2017). Hizmet tasarımı; süreç tasarımı ve hizmeti sunma odaklı bir disiplindir. Müşteri deneyimi ve tüketim sonrası kullanıcı deneyimi gibi temas noktaları üzerinden uygulanan bir alandır. Hizmet tasarımında bilişim teknolojilerinden yararlanmak kaçınılmazdır ve bu uygulamaların arayüz tasarımları hizmet tasarımı deneyimi sağlamaktadır.

**Şekil 2.2.** Hizmet Tasarımının CX (müşteri deneyimi) ve UX (kullanıcı deneyimi) Ortalarındaki İlerlemesi (<https://twitter.com/gotoresearch>)



Bu şemada, kullanıcı ve müşteri deneyimi alanlarında hizmet tasarımının ilerlemesi gösterilmektedir. UX kişinin ürünü kullanım deneyimlemesi, CX ise

ürünün pazarlanması yönünde olma eğilimini göstermektedir. Hizmet tasarımı, diyagramın tamamını kapsayan başından sonuna kadar bütüncül bir deneyim olduğu görülmektedir (Goto, 2018). Tüm boyutları ile kullanıcı deneyimi mekân, sistem, iletişim, dijital, grafik, kurumsal kimlik, pazarlama ve marka gibi tasarımların tümü ile hizmet tasarımı ile ilişkili olup bütüncül bir biçimde ele alınması gerekmektedir.

Hizmet tasarımı, sadece kullanıcı ara yüz tabanlı değil tasarım boyutlarıyla bütüncül ve kapsamlı bir alandır. Bir diğer hizmet tasarımı yaklaşımı, bireylerin zaman içindeki deneyimini ana hatlarıyla ortaya koyarken, süreç içindeki sorunları çözmek ve ihtiyaçları karşılamak için ön araştırma ve yolculuk haritaları oluşturan bir yaklaşımdır. Moritz'e göre ise hizmet tasarımı bir deneyim sağlamaktır. Hizmetin sürecini tasarlarırken değil, aynı zamanda bu hizmeti sağlayan stratejileri de tasarlamaktır (Moritz, 2005). Hizmet tasarımı bir ürün tasarımı gibi ele alınıp deneyimlenebilen bir süreç değildir, aynı zamanda somut olarak deneyimlenen bir tasarımıdır.

Hizmet tasarımı, fikirleri ve tüketici deneyimlerini bir arada kullanarak tasarlayan yeni bir alandır. Bir uygulama olarak hizmet tasarımı süreci, genellikle tüketiciye bütüncül bir hizmet sunmayı amaçlayan süreçlerin tasarımıyla sonuçlanmaktadır. Hizmet tasarımı farklı disiplinlerden uygulamaları bir araya getiren multidisipliner bir yaklaşımdır. Bu disiplinler arası uygulama, tasarım, yönetim ve gelişim mühendisliği becerilerini bir arada tutar (Stickdorn ve Schneider, 2011).

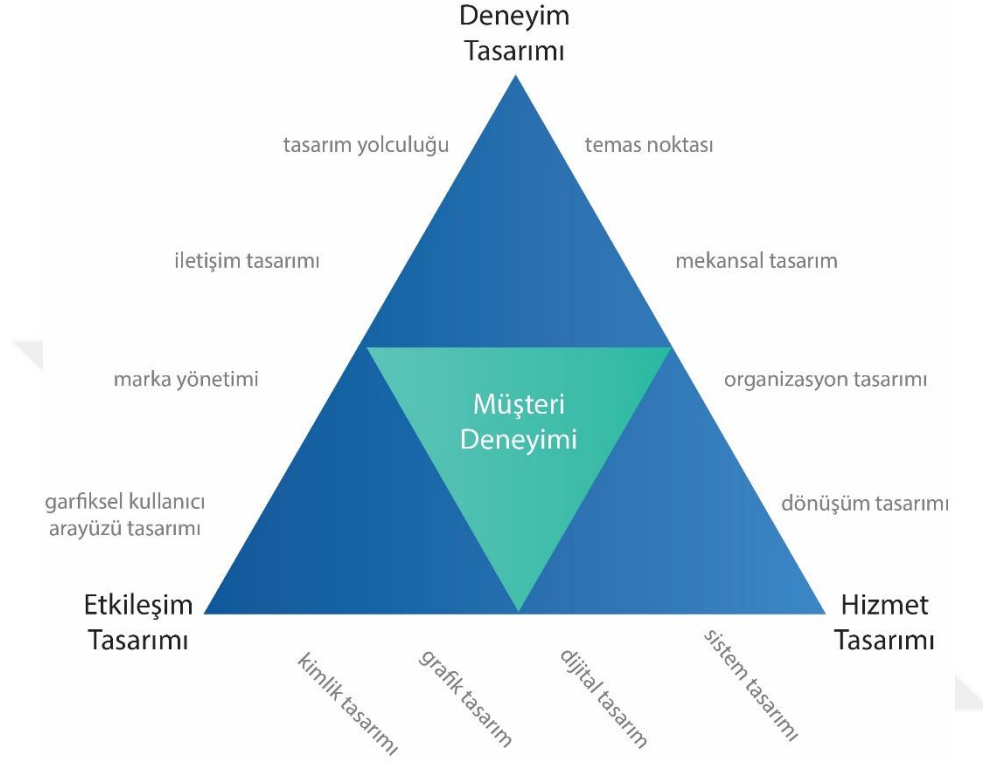
Koln Uluslararası Tasarım Okulu 1991 yılında hizmet tasarımı eğitim ve araştırma alanlarından biri olarak ilan etti ve Fışgın (2014) okulun tanımını şu şekilde açıklamıştır;

“Hizmet tasarımının kullanışlı, kullanılabilir, arzu edilen, etkili ve verimli hizmetler yaratmayı amaçladığına değinir. İnsan ve kullanıcı deneyimi odaklı bir yaklaşım olduğundan bahseder. Bütüncül bir yaklaşım olduğunu ve stratejik, sistem, süreç ve temas noktası (touch point) tasarım kararlarını iç içe düşündüğünü iddia eder.”

Hizmet tasarımı, gerçekte tüketici deneyimlerinin yaratılmasıdır. Bu bir ürünün tasarlanmasından çok farklıdır ve insan etkileşimi (interaction) ön plandadır (İlisulu,2015). Hizmet tasarımı insan odaklıdır. Tüketici, ziyaretçi ve kullanıcı

hizmet için çok önemlidir. Hizmeti sağlayan için kişinin deneyimi hizmet tasarım sürecini belirlemektedir. Hizmet tasarımı ürün tasarımı, mekan tasarımı, grafik tasarım, pazarlama, psikoloji ve yazılım gibi birçok disiplini bir araya getirmektedir.

Şekil 2.3. Kullanıcı Deneyiminde Hizmet Tasarımı (Peter Fossick, 2019)



Hizmet tasarımı, müşteri için hizmetlerin oluşturulması ya da rafine edilmiş davranışları anlamak için bütünsel, birlikte yaratıcı ve kullanıcı merkezli bir yaklaşımdır (Marquez ve Downey, 2015). Hizmet tasarımı süreci tasarım teorisi ile başlamaktadır. ‘Tasarım’ bu kavramın hareket noktasıdır ve içerisinde iletişim tasarımı, arayüz tasarımı, kimlik tasarımı, grafik tasarım, dijital tasarım, sistem tasarımı, dönüşüm tasarımı, organizasyon tasarımı ve mekansal tasarım gibi birçok tasarım disiplinini barındırmaktadır. Hizmet tasarımı bütüncül bir bakış açısı gerektirir. Disiplinler-arası yaklaşım, tasarımcının ‘yalnız bekçi’ olarak hizmet tasarımında ayrıcalıklı bir yere sahip olmasını mümkün kılmaz (Saco ve Goncalves, 2008). Hizmet tasarımı uygulama alanları birbirinden ayrılamaz, çünkü hizmet tasarımı bir orkestra gibi eser bitene kadar orkestrayı oluşturan bütün öğeler beraber



çalışır. Her ne kadar hizmet tasarımı bazı alanlar tarafından pazarlama olarak görünse de tasarım süreci birçok farklı bir disiplini kapsamaktadır.

Fışgın (2014) hizmet tasarımının bütüncül bir yaklaşım olduğunu Stickdorn (2013)'e göre şu şekilde anlatıyor;

“Hizmet iş fikirlerinin oldukça karmaşık ve birçok detay içerdiğinden bahseder. Ne kadar zor olsa da hizmeti tasarlarırken bütüncül düşünmenin gerektiğine değinir. Her temas noktası ayrı bir şekilde, birden fazla müşteri yolculuğu ve deneyimi ile birlikte düşünülmelidir. Hizmeti sağlayan gözüyle ise organizasyonun hizmet kültürü, değerler ve normları, organizasyon planları ve süreçleri kadar önem taşımaktadır.”

Hizmet tasarımı sadece somut öğelerin tasarımından uzaklaşıp bütüncül yaratılan bir değer tasarımına dönüşmektedir (Ramirez ve Mannervik 2008). Bir hizmet tasarımcısı, başkalarının göremediklerini görselleştirebilir, ifade edebilir ve koruyabilir, henüz mevcut olmayan çözümleri öngörebilir, ihtiyaçları ve davranışları gözlemleyebilir ve yorumlayabilir, bunları olası hizmet öğelerine dönüştürebilir ve tasarım kalitesini deneyimleyerek açıklayabilir ve değerlendirebilir (Holmild, 2005).

Hizmet tasarımının da her tasarım süreci gibi çeşitli metodolojileri vardır. Hizmet tasarımının metodolojileri analiz etme, tasarımın yaratım süreci, geliştirme ve sunma ve test etme olarak sıralanabilir (Fışgın,2014).

**Analiz Etme:** Bu aşamada çeşitli kaynaklar kullanılarak ve market araştırmaları yapılarak bilgiler toplanır. İhtiyaçlara göre belirli tekniklerle video ve ses kayıtları yapılır. Elde edilen veriler bütün olarak süreç içerisinde nasıl kullanılır planı yapılır. Tasarım ekibinin bakış açıları ve deneyimlerinden de bu süreçte yararlanılabilir.

**Yaratım Süreci:** Bu süreçte elde edilen bilgiler ve deneyimler doğrultusunda yaratıcı ve yenilikçi fikirler belirlenir. Fikirler görselleştirmeye başlanır ve beyin fırtınası yapılır.

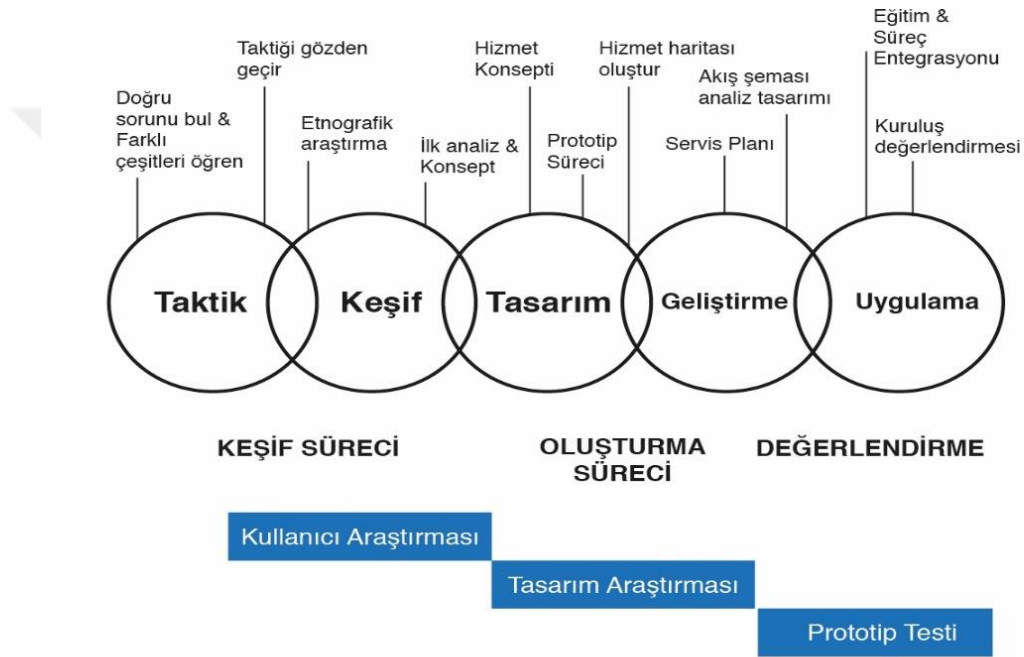
**Geliştirme Süreci:** Bu aşamada yaratım sürecindeki fikirler geliştirmeye başlanır. Beyin fırtınası sürecinin ilk kez kağıda dökülmeye ve somutlaşmaya başladığı noktadır. Fikirler sunulmadan önce gerekli düzenlemeler ve tasarımlar yapılır. Ayrıca

sunum öncesi yapılması gerekenleri anlamak adına prototipler oluşturulur ve hizmet planı çıkarılır. Ve böylece fikirler sunulacak hale getirilir.

Sunma ve Test Etme: Bir hizmet tasarımı geliştirilirken tasarım sürecinin ve fikirlerin ayrıntılı bir şekilde anlatılması ve sunulması hizmetin rolü biter. Tasarımın hayata geçebilmesi için oluşturulan ve tasarlanan bütün öğeler görsel olarak sunulur.

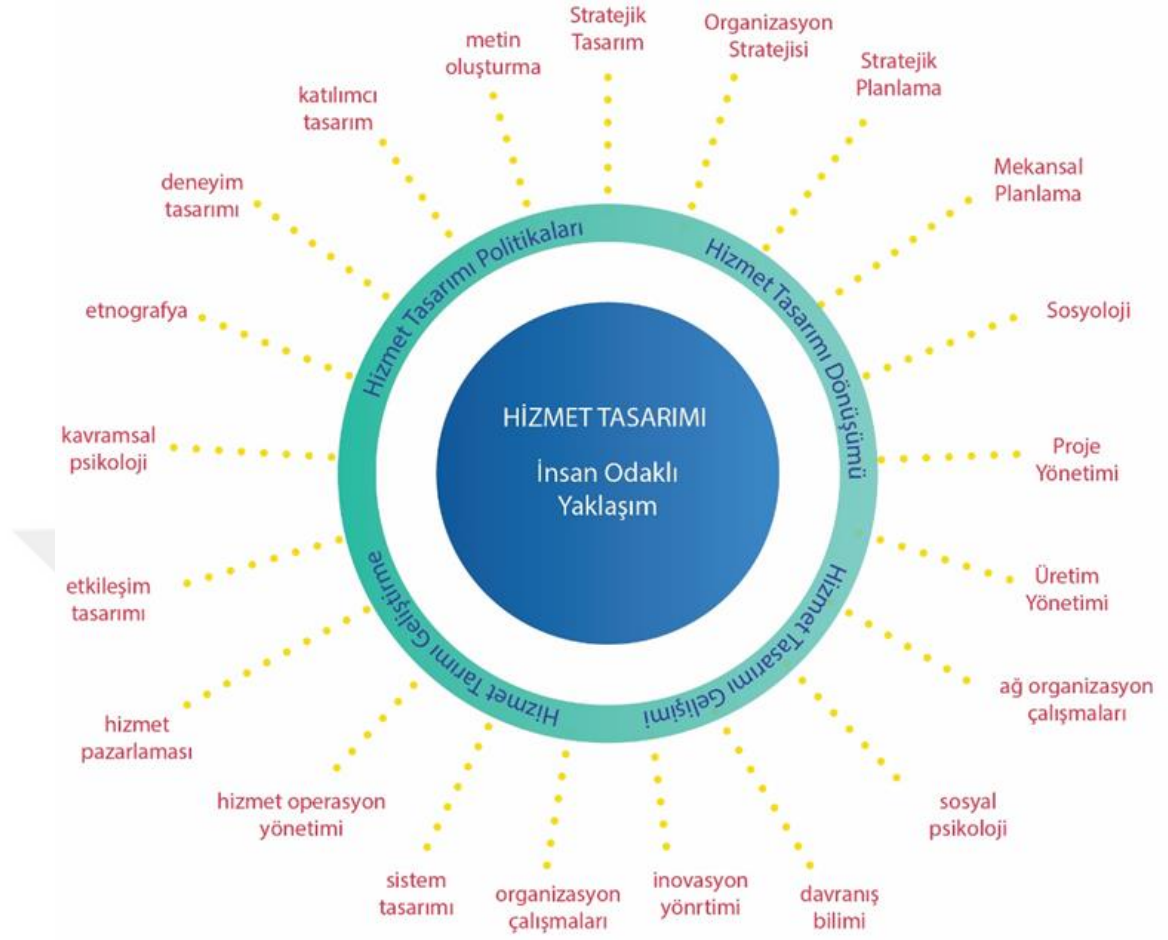
Şekil 2.4. Hizmet Tasarım Süreci (SlideShare ,2019)

## Hizmet Tasarım Süreci



Çağdaş hizmet yönetimi anlayışının gerektirdiği hizmet odaklılık çerçevesinde, hizmet yöneticilerinin daha çok hizmet üretim sürecini bütüncül olarak ele alacak hizmet tasarımı gerçekleştirilmeleri önem kazanmaktadır. Burada bütüncül kavramıyla, bazı soyut ve somut bileşenlerin yanı sıra, hizmet ortamında yer alan çalışanlar ve müşterilerin, üretimin ön hazırlıkları ile hep birlikte ele alındığı hizmet süreci ifade edilmektedir. Hizmet süreci bu şekilde ele alındığında, hizmet çıktısının bu yönde değerlendirilmesi de daha doğru olacaktır. Bu yaklaşım, çağdaş hizmet tasarımının temel dayanağıdır (Gürel, 2010). Bu bağlamda, hizmet tasarım öğeleri daha farklı disiplinleri de içerisinde bulundurmaktadır. Bunlar; mimarlık, insan kaynakları, pazarlama, psikoloji, sistem mühendisliği, yazılım, sosyoloji, organizasyon gibi hizmet tasarımını sağlayıcı faktörlerdir.

Şekil 2.5. Hizmet Tasarımı Tasarım Bileşenleri (A Medium Corporation, 2019)



Hizmet tasarımı; marka yada hizmete değer katarak, farkındalık yaratmak amacıyla, tamamen tüketici odaklı, yenilikçi, tüketici memnuniyetini üst düzeye çıkarmayı hedefleyen, altyapı, iletişim, teknoloji ve malzeme gibi unsurların görselleştirilmesi yoluyla tüm “sürecin” tasarlanması ve yönetilmesidir (İlisulu, 2015) Hizmet tasarımının tüm boyutlarıyla ele alınması sonucunda bu disiplinin gelişim sürecinde kendi prensiplerini oluşturduğu söylenebilmektedir (Fışgın,2014). Tasarım anlayışı olarak diğer tasarım alanlarıyla örtüşse de hizmet tasarımı metodolojisini kendi tasarım kriterleri sayesinde yeniliğe açık bir kavram olduğunu göstermektedir. Ayrıca, kullanıcı deneyimi ve tasarımcı ilişkisinin ayrılmaz bir bütün olduğu yapılan araştırma da ortaya çıkmaktadır. Hizmet tasarımı öğelerinin zengin ve geliştirilebilir olması bu tasarım kavramının disiplinlerarası bütünlüğünü desteklemektedir (Moritz, 2005).

Hizmetin tasarım olarak sunulduğu mekanlardan biri de müzelerdir. Müzeler hizmet tasarımı için önemli mekanlardan biridir. Ziyaretçilerine içeriğini doğru biçimde sunması bilgi aktarımında önemli bir etkiye sahiptir. Bunun yolu da doğru planlanmış, tasarlanmış ve uygulanmış bir hizmet tasarımından geçmektedir. Bu tasarımın bileşenlerinden biri de sergileme tasarımıdır. Müzelerde sergileme tasarımına kimliğini oluşturan bütüncül fiziksel bileşenlerdir. Hizmet tasarımının fiziksel bağlamının bu kısmını da bütüncül tasarımı vurgulamaktadır. Dolayısıyla, hizmet tasarımı farklı disiplinlerden çeşitli metot ve araçları bir araya getiren disiplinler arası bir yaklaşımdır ve ziyaretçiye tasarlanan bir hizmeti sunmaktadır.

Tasarım yaklaşımında fikirlerin geliştirilmesi, sergilenen eserlerin hikâyeyi anlatmaya başlaması ya da bu amaçla mekâna dönüştürülmesi aşamasında, müze mekanının tasarımına yön vereceği için sergileme tasarımı birçok disiplini içinde barındırmaktadır. Bu sebeple sergileme kavramı, genel sergileme çeşitleri ve tarihsel sürecinden bahsedilerek genel bir çerçeve çizilecek, bu çerçeve içerisinde müzelerde bütüncül tasarım ilişkisi sergileme ve hizmet tasarımı bağlamında incelenecektir.

## **2.2. Müze ve Müzecilik Gelişimi**

### **2.2.a. Müze Kavramı ve Gelişimi**

Müze kelimesi latince “muse, musa” kelimesinden gelmektedir. Müzenin bir mekan olarak adlandırılması ise eski Yunancadan gelmektedir. Mitolojideki “Mouseion” kelimesinden türetilmiştir. Mouseion müzelerin yaşadığı alan anlamına gelmektedir. Antik Yunan’da tapınak, bilimler tapınağı anlamına da gelmektedir (Öztekin, 2014).

Uysal (2013) Bucraw (1997)’nin sözlük anlamını şöyle tanımlamıştır;

“Müze sözlük anlamıyla “bir araya getirme” anlamına gelir. Bir araya getirilmiş nesnelere oluşan bir bütünü koleksiyon olarak nitelenebilmesi ise toplamının belirli bir amaca yönelik olması ve sınıflandırılmasıyla ilişkilidir. Bu doğrultuda koleksiyonlar; insanların doğal, tarihsel, bilimsel, sanatsal ve kültürel değerlerinin belirli amaçlarla toplanması ve sınıflandırılmasıyla oluşturulmuş nesnelere bütünü olarak tanımlanabilir. Müze koleksiyonları ise “örnek veya başvuru materyali olarak taşıdığı

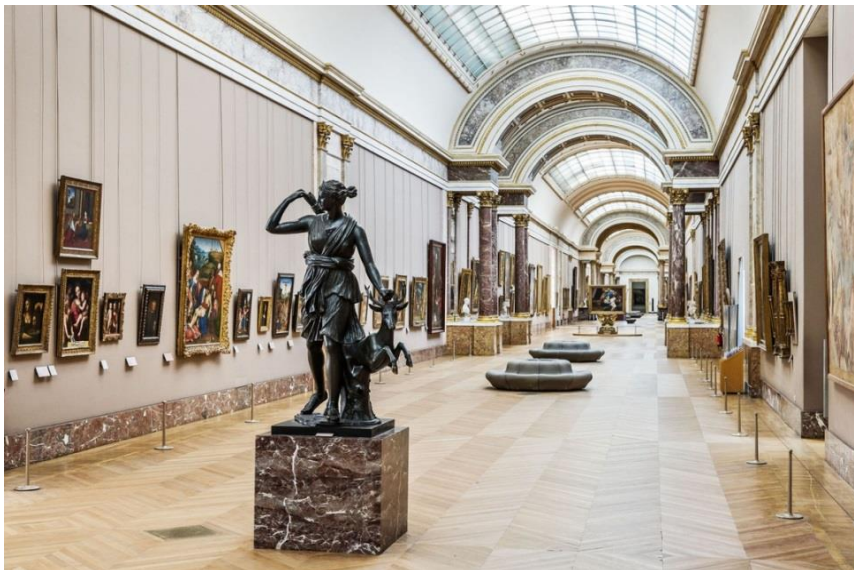
potansiyel değer ya da estetik veya eğitsel önemleri nedeniyle toplanmış ve korunmakta olan nesnelere bütünü” olarak tanımlanır.”

Tarihi, antik çağlara uzanan ilham evleri müzeler, daha çok dinsel bağlamlarda ele alınmaktadır. Önceleri mezar, tapınak ya da saraylarda sergilenen değerli eşyalar, sonraları daha çok güç ve iktidar olarak oluşturulan koleksiyonlara dönüşmüştür (İhtiyar,2011). Koleksiyonculuğa dönüşen müzecilik 17. ve 18. yüzyıllarda üst tabaka ailelerin ve devlet himayesinin altında düzenlenmeye başlanarak güç ve itibar göstergesi olarak sergilenmiştir. Müzelerin ilk örnekleri bu dönemlerin sonlarına doğru sergilenmeye başlamıştır. Saray koleksiyonlarının halka açılması müzelerin kamulaşması için bir adım olmuştur (Öztekin, 2014). 19. yüzyıl da müzeler; koleksiyonların sergilenmesi yerine toplanması ve sıralanmasına önem vermeye başlamıştır. Bu durum müzelerin disiplinlerarası bir çalışmaya yönelmesine sebep olmuştur. Bu dönemde görsel düzenlemeleriyle ünlü Louvre ve British Müzeleri gibi müzeler öne çıkmıştır.

19. yüzyıl müze gelişimiyle ilgili Şener ve Yener (2008);

“19. yüzyılda saydam ve esnek planlı sergi yapılarına öncülük eden Joseph Paxton tarafından tasarlanan Kristal Saray’ın yapımından sonra müze mimarisi değişime uğrayarak geometrik biçimli, saydam ve esnek kullanım alanlarına sahip yapılar yeni bir tip olarak yerini aldı.” ifadelerini kullanmışlardır.

**Görsel 2.1.** Louvre Museum (History of Art Daily, 2019)



20. yüzyılın başlarında müzeler yeterli sayıda eser toplayamamaya başlamıştır. Bu durum müzelerde sergilemenin daha çok önem kazanmasına sebep olmuştur. Ayrıca müzelerde eğitim ve araştırma çalışmaları da göz önünde bulunmaya başlamıştır. Modernizmle birlikte gelişen bu dönemde resim düzleminin merkezileşmesi, perspektif, oran-orantı gibi biçimleme öğelerinin reddi ve sınırlandırılmış figüratif bir betimleme yerine; renk, hareket ve ritim gibi öğelerin öne çıkması sanat yapıtının farklılaşması sergileme mekanının yapısına da etki etmektedir. Böylece modern sanat kavramında önemli bir yeri olan New York Modern Sanat Müzesi (MoMA) sergileme mekanlarının başlıca simgesi haline gelmektedir (Çolak,2011). 20. yüzyılda tüm dünyada müze sayısının artmasıyla 1926 yılında Milletlerarası Müzeler Konseyi ICOM 1946'da kurulmuştur ve müzelerin işlevleri, çalışanları ve etkinlikleri hakkında yeni düzenlemeler yapılmaya başlamıştır.

İhtiyar (2011) 20. Yüzyıl müzecilik anlayışıyla ilgili şunları söylemiştir;

“20. yüzyılın ortalarından itibaren, kısmen geçirgen bir politikayla dönüşen müzecilik anlayışı, ayrıca dönüştürme gücünü keşfetmiş, bir yandan da kültür endüstrisinin yeni araçları olarak kullanıma açılmıştır. Yeni referans yapıların ev sahipliği yaptığı müzeler, buldukları kentleri dönüştürmeye başlamış ve yeni bir pazar oluşturmuştur.”

1970'lerde tartışılmaya başlayan 'yeni müzeoloji' ifadesinin, 'eski müzeoloji'nin yerine geçerek toplama, gözlemlene, koruma, sergileme ve objeleri yorumlama işlevlerini gerektiren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. 'Yeni müzeoloji' müzenin sadece eserler yerine eserlerin konusu ve tarihi üzerine giden ve ziyaretçilerin ihtiyaçlarını odak noktası haline getirmektedir. Pek çok müze bilimcisi terimi, gelişmekte olan bir bilim olan müzeolojinin çalışmalarından elde edilen tekniklerin pratikteki uygulamasını ifade eden *uygulamalı müzeoloji* olarak kullanılmaktadır (Kandemir, Uçar, 2012). Müzeoloji ifadesi müzenin ziyaretçi ile iletişim kurmasını ve kişinin mekânı deneyimlemesini hedeflemektedir. Bu yeni bakış açısı sayesinde müzelerde 'museography' ye ihtiyaç duyulduğu açıktır.

**Görsel 2.2.** Vincent van Gogh The Starry Night MoMA Museum (Moma Museum, 2019)



Yeni' müze anlayışında, sanat didaktik bir araç ya da saygı gösterilen uzak bir nesne yapmak yerine, yaşamın yeniden canlı bir parçası olma ve güçlü estetik deneyim oluşturma girişimindedir. Bunu deneyen yirminci yüzyıl mimarlarından Frederick Kiesler, kariyerinin başından beri Duchamp'la iş birliği yapmıştır. İkisi de insan algısı ve bunun sanatla ilişkisi üzerine çalışmış, sonuçta, resimleri yapanın aslında izleyici olduğuna karar vermiştir (Balık,2009).

21. yüzyılda ise teknolojinin de gelişimiyle müzelere erişim daha kolay bir hal almıştır. Müzeler ziyaretçiye sadece sergileme hizmeti vermenin dışında sosyalleşme alanları da sağlamaya başlayarak yeni müzecilik anlayışını sunmaya başlamıştır. Ayrıca 21. yüzyılda müzelerin işlevleri ICOM'un bakış açısına göre koleksiyon oluşturmak, bunları korumak, incelemek, değerlendirmek, sergilemek, halkın beğenisini yükseltmek ve ziyaretçiyi eğitmeyi amaçlamaktadır.

Schubert (2004) “müzenin geçmişinden çıkarılacak bir ders varsa, o da şimdinin gelecekle ilgili değişmez kural oluşturmasının hiç doğru olmadığıdır” yorumunu yapmaktadır. Bu ifade geçmişteki müze anlayışında değişmeyen kuralların ve günümüz müzecilik kavramının değiştiğini vurgulamaktadır. Çağdaş müzecilik anlayışında müzeler 'yeni' ye uyarlamaya çok açık, çok yönlü, saydam ve sürekli değişime uygun kültürel alanlar olarak tasarlanmaktadır.



Ziyaretçi, neden hoşlandığını bilen, yönlendirildiğinde bunun farkına varan ve gerektiğinde uzakta durmaya oldukça istekli bir kitledir. Son yirmi yılda ziyaretçi sayısındaki artış, müzenin ne kadar narin bir yapı olduğunu anlayan, çok bilgili, yeni bir tür izleyici yaratmıştır. Ziyaretçi, zorla katlanılan, davetsiz konuk durumundan, müze gibi bir kültürel yapının merkezinde yer alma noktasına kadar ilerlemiştir (Kandemir, Uçar, 2012). Müzecilik anlayışında gelinen bu noktada ‘hizmet tasarımı’nın kullanıcı odaklı bir disiplin olması ve farklı disiplinleri tasarım sürecine dahil etmesi ‘yeni müze’ kavramında ‘müze – hizmet tasarımı’ bağlamını ortaya çıkarmaktadır.

Greenberg (2005) çağdaş müzelerin ziyaretçilerin kendi deneyimlerini oluşturmalarını şu şekilde ifade etmiştir;

“Yaratıcı mekânlar kaçınılmaz bir biçimde anıtsal ya da statik olmaktan ziyade daha dinamik, deneyime dayalı, değişken ve de teatral hale gelmektedir. Müzelerdeki yaratıcı mekân, temelde “kullanıcının mekânı”dır. Bu mekân onlarla ve onların yaşamlarıyla yankılanmaktadır. Bu mekân, kullanıcıların öğrendiği, keşfettiği ve ilham aldığı bir ortam olup, kullanıcının zihninde fiziksel olarak var olmaktadır. Bu noktada müze kullanıcı ile obje arasında ara buluculuk görevi üstlenmektedir. Oysaki 19.yy bağlamında bu tür de bir ara buluculuk hayal bile edilememektedir. Müzeler obje binaları olup, objelerle doldurulmakta, yerleştirmelere ve gösterimlere yer verilirken, temel eğilim objenin, ara bulucu olmadan bir biçimde kendisini ifade etmesidir. Erişim, ilişkilendirme ve iletişim menüye dâhil değildir.”

Değişen müzecilik anlayışında müzeleri bir zamanlar diğer eğlence ve eğitim kurumlarından ayıran sınırlar bulanıklaşmakta ya da bozulmaktadır. Giderek sayıları artan müzeler, siber alanlar, restoranlar, spor alanları ve ayrıca koleksiyon ve sergiler sunan alışveriş merkezlerinin, tarih ve bilim merkezlerinin de sayılarının artması ile rekabete girmek konusunda endişelenmektedirler (Wineman& Peponis, 2010). Müze dünyasının en güzel klasik binalarından biri olan Cleveland Sanat Müzesi, her yıl müze binasını çevreleyen kaldırımlar üzerinde renkli bir tebeşir yarışması düzenlemektedir. Bu uygulama çocukların ve ailelerin kaldırımları tebeşirle çizerek yaratıcılıklarını ifade etmeleri teşvik edilerek ziyaret esnasında ailelerin aidiyet



hissini arttırmalarını sağlamaktadır. Bu nedenle, diğer müzeler, odaklarını komşularına köprü kurmaya ve kendilerini toplum yaşamının hayati bir parçası haline getirmeye yoğunlaştırmaktadır (Kotler ve Kotler, 2000).

Uluslararası Müzeler Konseyi (ICOM, 2018) Müze’yi şu şekilde tanımlamaktadır;

“Müze, insanoğlunun ve çevresinin kesin kanıtlarını, eğitim, çalışma ve insanlığın estetik hazzı için toplayan, koruyan, araştıran, ileten ve sergileyen, halka açık, toplumun ve toplumun gelişiminin hizmetinde olan kâr amacı gütmeyen kalıcı bir kuruluştur.”

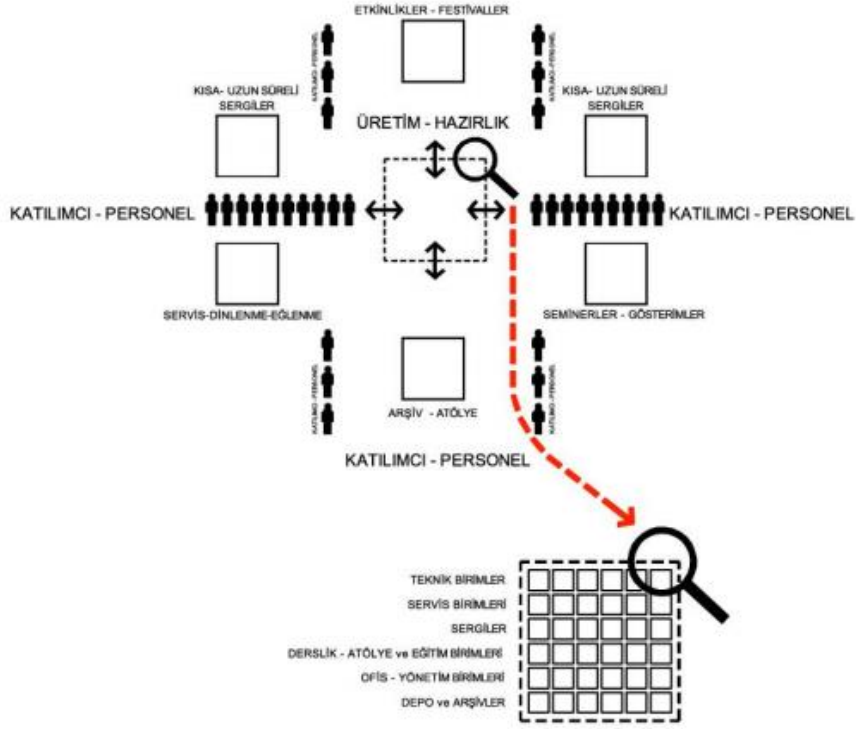
Müzelerin hızla gelişimi her bir birey için farklı anlamlar ifade etmektedir. Bundan yola çıkarak ICOM Mayıs 2019 tarihinde açık çağrı yaparak herkesin yeni müze tanımına katkı sağlamasına olanak vermiştir. Bu yaklaşım artık ziyaretçinin yönlendirdiği bir müze anlayışı olduğunu göstermektedir. Ayrıca, müze dünyasındaki hedefler, birbirleriyle bağlantılı ve birbirine bağlı olmasına rağmen, analitik olarak, izleyici, organizasyon ve rekabetçi hedefler olarak ayrıştırılabilir. Hedefler belirlendikten sonra, hedefleri önceliklere göre sıralamak, zaman içinde düzenlemek ve son olarak hedeflere ulaşmak için stratejik bir plan oluşturulabilir (Kotler ve Kotler, 2000).

İhtiyar (2011) ‘Çağdaş Müzecilik ve Kent Müzeciliği Yeni Bir Program Önerisi’ tezinde müzeciliğin evrimi – mekân, içerik ve kullanıcı profili bağlamında dönemsel analizi ve çağdaş müzecilik yaklaşımına işlev ve katılımcı ilişkisi açısından yaklaşımını şu şekilde şemalandırmıştır;

**Şekil 2.6.** Müzeciliğin Evrimi – Mekân, İçerik Ve Kullanıcı Profili Bağlamında Dönemsel Analizi (İhtiyar, 2011)

	Antik Çağlar	...-15. Yüzyıl	15. -17.Yüzyıl	18. -19.Yüzyıl	20. -...Yüzyıl
Müze Mekamı					
İçerik	Dinsel İçerik	Ganimetler Hazinelere	Ganimetler Özel Koleksiyon Sanat Eserleri	Koleksiyonlar Sanat Eserleri	Her Türü; Kültürel Sanatsal Doğal Değer
Kullanıcı	Hükümdarlar - Krallar Tapınan Halk	Hükümdarlar - Krallar	Hükümdarlar - Krallar Seçkin Tabaka	Seçkin Tabaka Halk	Her Sınıf ve Kültürden Halk

Şekil 2.7. Çağdaş Müzecilik İşlev ve Katılımcı İlişkisi (İhtiyar, 2011)



Müzenin çağdaşlaşma ve kurumsallaşma sürecinde Türkiye’de müzecilik uygulamalarında da yeni bir biçimleniş gözlemlenmektedir. Kültürel mirasın korunması ve çağdaş bir kurum olma yönündeki çalışmaları bu dönemde Türkiye’de de başlamaktadır. Osmanlı İmparatorluğunda müzecilik hareketleri 19. yüzyıl sonlarında kurumsallaşmaya başlamıştır ve Cumhuriyet’in ilanından sonraki süreçte müzecilik anlayışında yeni yaklaşımlar oluşmaya başlamaktadır. Günümüzde müzeler Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı bulunmaktadır. Ülkemizde Kültür ve Turizm Bakanlığının idaresi dışında kalan müzeler ise çağdaş müzecilik anlayışında kendi kadrosu altında idare edilmektedir (Ögel, Özkasım, 2011).

Müzelerin konu aldığı geniş kapsam müze türlerini sınıflandırılırken farklı özelliklere göre farklı dallara ayrılmıştır. Müze türleri koleksiyon, bağlı oldukları yönetim birimleri, hizmet ettikleri bölge, hitap ettikleri kitleye, koleksiyonlarını sergiledikleri mekanlar ve işlevlerine göre ayrılmıştır (Buyurgan, Mercin, 2005). Müzeler kurum olarak farklı başlıklarda kurulsada kurumsal olarak her müze aynı müze sayılabilmesi için her bir işlevi yerine getirmekle yükümlüdür. Bununla

beraber müzeler bu işlevleri kendi yaklaşımına göre öncelik vermektedir. Müzeler için tasarım yapılırken yine bu başlıklar tasarımcıya müzeye dair bilgi vermektedir.

**Koleksiyon Odaklı Müzeler:** Eğitim, yarar sağlama ve sosyal keyif ama amaçlı bir araya getirilen müzelerdir. Kendi içinde şu şekilde sıralanabilirler; genel müzeler, arkeoloji müzeleri, sanat müzeleri, tarih müzeler, etnografya müzeleri, doğa tarihi ve jeoloji müzeleri, bilim müzeleri, planeteryumlar, endüstri müzeleri ve ekonomiler.

**Görsel 2.3.** Johns Hopkins Arkeoloji Müzesi Koleksiyon Sergileme Ünitesi ( Archaeological Museum, 2019)



**Kurum Odaklı Müzeler:** Devlet müzeleri, yerel yönetim müzeleri, üniversite müzeleri, askeri müzeler, bağımsız ya da özel müzeler ve ticari amaçlı kurulmuş müzeler bu müze türleri içerisinde incelenmektedir.

**Görsel 2.4.** Müze Evliyagil Özel Müze (Artful Living, 2019)



Hizmet Odaklı Müzeler: Bu tür altında incelenen müzeler ulusal, bölgesel ve yerel müzeler olarak sınıflandırılmaktadırlar.

Hedef Kitle Odaklı: Bu müze türleri eğitici, uzmanlaşmış ve genel toplum müzeleri dahil edilerek sınıflandırılmaktadır.

Sergilenen Mekan Odaklı: Geleneksel, açık hava ve anıt müzeleri bu müze türü içerisinde yer almaktadır.

Müzeler gelişen ve farklı disiplinlerle birlikte çalışmayı gerektiren bir alana dönüşmüştür. Bu sebeple işlevleri çok olan kurumlardır. Çağdaş müzecilikte müzelerin işlevleri; toplama, koruma, belgeleme, eğitim ve sergileme olarak sınıflandırılmıştır.

Toplama İşlevi: Müzelerin koleksiyon oluşturması için eserleri toplamasıdır. Müzelerin en önemli görevlerinden biridir. Sürekli koleksiyona yeni eserler eklemek ve geliştirmek gerekmektedir. Eserleri toplama satın alma, bağış ve değişim yoluyla gerçekleştirilir. Müzeler koleksiyonlarını oluştururken toparlanan eserlerin müzenin amaçlarını, mevcut koleksiyonu bütünleme potansiyelini, müzenin koruma ve erişim sağlama olanaklarını ön planda tutması gerekir. Bunu yanında toplama işlevi için araştırma yapmak çok önemlidir (Öztekin, 2014).

Koruma İşlevi: Müze koleksiyonlarını koruma işlevi en zorudur. Eserlerin doğanın ya da insan faktörünün sebep olacağı hasarlara karşı korunmasını sağlamaktır. Müze binası ve mimarisi korumada dikkate alınması gereken faktörlerin en başında gelmektedir. Koruma işlevi konservasyon, restorasyon ve depolama olarak üç bölümden oluşmaktadır. Bu işlev sadece fiziksel olarak koruma olarak düşünülmez ayrıca eserlerin bilgisinin bozulmadan gelecek kuşaklara aktarılması da bilginin korunmasını sağlamaktadır.

Belgeleme İşlevi: Eserleri belgeleme, arşivleme, araştırma, kaydetme ve sıralama sistemidir.

Eğitim İşlevi: Müzeler, ziyaretçilere özgür ve gözlemci bir öğrenme ortamı sağlar. Ayrıca akademik bir disiplin olarak müze eğitimi de okullarda verilmektedir.

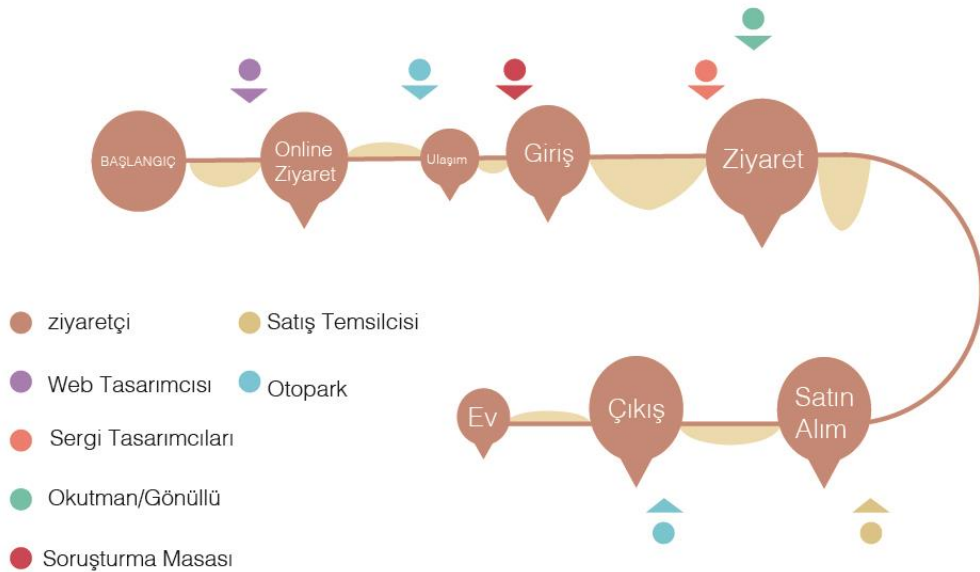
Bu tanımlardan yola çıkarak en genel olarak müze işlevlerinin ziyaretçinin beğenisini yükseltmek, eğitmek ve sosyalleşmek gibi amaçlarının olması sürekli

hizmet tasarımı anlayışı ile daha bütüncül bir amaca ulaşmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda hizmet tasarımı, değişen müze ve sergileme anlayışı aşağıdaki gibi ele alınmıştır.

### 2.2.b. Hizmet Tasarımı ve Değişen Müze Anlayışı

Müze kurumu, yeni değişen yapısıyla çok çeşitli ve sürekli dönüşen ziyaretçi kimliklerini kabul ederek bünyesine katmaya çalışmaktadır. Müze deneyimini, kişisel, sosyal ve fiziksel bağlamların etkileşimini değiştirebilmektedir. Müşteri mekânının ısı, ışık, ses, koku, renk, estetik gibi özellikler müşterilerin duygu ve düşüncelerini etkileyerek hizmete deneyimine verecekleri tepkileri belirler. Sergileme mekanlarında ziyaretçi mekânının atmosferi ile ilgili aslında uç değerlere ulaştığında dikkati çeker (Zeithaml ve Bitner, 2003).

Şekil 2.8. Ziyaretçi hizmet yolculuğu (Wang, Chu, 2017)



Hizmetin tasarım olarak sunulduğu mekanlardan biri de müzelerdir. Müzeler hizmet tasarımı için önemli mekanlardan biridir. Ziyaretçilerine içeriğini doğru biçimde sunması bilgi aktarımında önemli bir etkiye sahiptir. Bunun yolu da doğru planlanmış, doğru tasarlanmış ve doğru uygulanmış bir hizmet tasarımından geçmektedir. Bu tasarımın bileşenlerinden biri de sergileme tasarımıdır. Müzelerde sergileme tasarımına ele alındığında tüm boyutlarıyla verilen hizmetin yanında cephe tasarımından, ışık, renk, doku, dijital tasarım, grafik tasarım, mekânsal tasarım,

yönlendirme tasarımı, metin geliştirme, gibi tüm detaylarıyla ziyaretçinin algısı etkilemekte ve sergileme biçimini tamamlamaktadır. Tüm bu fiziksel öğeler sergileme tasarımında ziyaretçilerin algısını etkilemektedir. Ziyaretçi deneyimine odaklanan kullanıcı merkezli bir yaklaşımdır ve hizmet tasarımının kalitesi müzedeki başarının anahtarıdır.

### **2.3. Sergileme Tasarımı**

Sergileme var olan eserleri sunma eylemi olarak tanımlanmıştır. Sergilemede sunumun ortak gayesi; ürünü tanıtmak ve ürün hakkında bilgi vermektir. Bir şeyi bilmek ona aşinalık oluşturur ve kişi kendiyle bağdaştırdığı nesneye karşı aidiyet hissetmeye başlar (Wang, Chu, 2017).

Sergileme tasarımı ise sunma eyleminin birçok disiplinin interaktif bir şekilde bütüncül olarak çalışmasıdır. Çoğu zaman sergilenen objelerin gerisinde kalarak varlığını fark ettirmediyse de, günümüz tasarım ve sergileme disiplinine duyulan ihtiyaçla birlikte kitleler tarafından daha görünür bir hale gelmiştir. Müzelerde sergileme tasarımının bir bütün olarak algılanması, mekânında kullanılan tüm tasarım öğelerinin birbirini tamamlaması ve sergileme eylemine yansıdığı görülmektedir. Müzelerdeki sergileme uygulamaları ele alınacak olunursa mekân içerisinde tüm yönleriyle hizmet tasarımıyla olan bağlamsallığı görülmektedir. Hizmet tasarımı yaklaşımı bu bağlamda müzelerdeki sergileme tasarımı okutan bütüncül bileşenleri bir araya getirmektedir. Hizmet tasarımının sergileme mekanlarındaki bağlamsal içeriğini de birbiriyle ilişkili ve bağlantılı olarak bütüncül tasarımı vurgulamaktadır.

#### **2.3.a. Sergileme Tasarımı Gelişimi**

Sergileme eylemi insanların sahip oldukları eşyalarını saklamak, biriktirmek ve başkalarına göstermek isteği ile ortaya çıkmıştır. Bu istek günümüz sergileme anlayışına kadar gelen ve ortaya çıktığı andan itibaren değişime uğrayan bir disiplin haline gelmiştir. Orta Çağ'da sergi kavramı dini mekanlarda bulunan değerli objelerden oluşurken 17. ve 18. yüzyıl ile birlikte, zengin kesimin sahip olduğu çekici eserleri gösterme isteği haline gelmiştir (Duyar, 2011). 19. yüzyıl sonlarında fuarların ortaya çıkması ile sergileme tasarımında yeni oluşumlar ortaya çıkmaktadır. 20. yüzyılda grafik tasarımcıların gösterim şekillerine olan katkılarıyla sergileme alanlarında renk, hareket, ritim gibi biçimsel öğelerin öne çıkması yeni yaklaşımlara

yönelmeye sebep olmaktadır (Çolak, 2011). Sergi kavramı; eserleri gösteren ve sergileme alanında uygun bir biçimde yerleştirilerek sunmaktır. Sergilemenin müzecilik ile aynı dürtüden ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Müze artık sadece kültür birikimini sergileyen bir mekân değil, sergilenen öğelerin hikayelerini anlatan ve estetik haz sağlayan, topluma hizmet etmeyi hedeflemekte olan bir kurumdur (Harmankaya, 2018). Araştırmalar, müze ortamının (sergileme ve sergileme mimarisinin düzenlenmesi) ziyaretçilerin ilgisini etkilediğini göstermektedir. Bitgood (2002) Sergileme tasarım faktörleri arasında izolasyon, boyut, arka plan ayarı ile kontrast, duyuşal özellikler (ses, koku veya dokunma), aydınlatma ve görüş hattı yerleşiminin yer aldığını vurgulamaktadır.

Sergileme tasarımcısının ziyaretçi ile iletişim mekanı yaratmak sergileme alanındaki görevlerinden biridir (Locker, 2013). Sergileme tasarımı; binanın cephesinden, mekan, görsel iletişim, sergileme birimleri diline kadar sunumun bir parçası ve tamamlayıcısı olmalıdır. Sergileme tasarımcısı, pek çok alanda eğitim almış ve iş tecrübesine sahip olan kişiler olmasından yola çıkarak bir müzede, grafikerler, iç mimarlar, desinatörler, arkeologlar, endüstriyel tasarımcılar, şehir plancıları, psikologlar ve alan planlamacılar gibi pek çok tasarımcı sergileme tasarım çalışmalarında yer almaktadırlar (Erbay, 2011).

Ziyaretçilerin bir sergiden geçmeye teşvik edilme biçimleri, açıkça tanımlanmış bir yol boyunca veya kendi kendine yönetilen bir yolu daha serbest bir şekilde dokuma, serginin genel izlenimini yapılandırmaktadır. Sergi alanı üzerinden erişilebilirlik mekan veya sergi öğeleri arasındaki bağlantılar veya ayrılıklar, öğelerin sıralanması ve gruplandırılması algılarımızı oluşturmakta ve anlayışımızı şekillendirmektedir (Wineman& Peponis, 2010). Sergileme tasarımının kullanıcı algısı üzerindeki etkisi; tüm tasarım bileşenlerinin bütüncül olarak ifade bulmuş halidir. Bu mekanlarda kullanıcı sadece sergilenen ürünlerin kendisini değil, tasarımın bütüncül olarak tüm fiziksel öğeleri algılamaktadır. Kandemir ve Uçar, (2012) ziyaretçilerin deneyimlerini yaşamak üzere, farklı ön bilgiler, kişisel hikâyeler, farklı bakış açıları ve beklentiler ile müzeye geldiğini ve bu deneyim ile ziyaretçilerin ilgi alanlarının da çeşitlilik gösterdiğini ve müzelerde bu farklı ilgi alanlarına yönelik deneyim türlerini aradıklarını ifade etmektedirler. Çağdaş müze izleyici değil katılımcı olmaya, deneyim ve bu yolla eğitime, bilgiyi depolamaya değil bilgi üretmeye ve bilgiyi evirmeye yöneliktir (Harmankaya, 2018).



Bayar (2014) Bitgood'un görüşleri üzerinden müzelerde ziyaretçi deneyimlerine ilişkin olasılıkları arttırmak üzere sergileme tasarımı yaklaşımlarını sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırmaya göre sergileme mekânının tasarımına yön veren yaklaşımlar konu odaklı, estetik odaklı, haz odaklı, gerçekçi, aktif katılımlı ve sosyal etkileşimli başlıkları altında incelenmiştir.

Konu Odaklı Yaklaşım: Ziyaretçinin aktarılmak istenen konuyu nasıl anladığı önemlidir. Tasarım yaklaşımının, fikirlerin geliştirilmesi, bir araya gelerek yapının parçalarını oluşturan tasarım öğelerinin hikâyeyi anlatmaya başlaması ya da mekâna dönüştürülmesi aşamasında, mekânın tasarımına yön vereceği için çalışmanın en başında belirlenmesi gerekir (Aykut,2017).

**Görsel 2.5.** Biggin Hill Memorial Museum (Redman Design,2019)



Sosyal etkileşimli yaklaşım : Birçok insanı bir araya getiren müzeler sosyal ve fiziksel iletişimin gerçekleştiği mekanlardır. Ziyaretçilere, görsellik sunma dışında ziyaretçiyi mekân tasarımı ile iletişime geçirmek ve sosyalleştirme amaçlıdır.

Estetik odaklı yaklaşım : Sergileme tasarımının görsel algısı önemlidir. Estetik, mesaj ve izleyici üzerinde baskın rol üstlenmiştir. Tasarımcının mekânı nasıl görmek istediğinden, mekân içindeki tasarım öğelerinin yerlerinin belirlenmesine kadar birçok konuya ışık tutmaktadır (Locker, 2013). Sergileme tasarımı eserleri serginin amacına uygun estetik yerleştirmeler ile sunmayı amaçlamaktadır. Ziyaretçiyi kendisine çekerek keyif alacak tasarımlar uygulayarak mekân ile arasında bağ kurabilmesini sağlamaktadır.



**Görsel 2.6.** Tsukuba Expo Center Sergileme Tasarımı (Murayama, 2019)



Haz odaklı (hedonistik) yaklaşım : Yeni müze anlayışında ziyaret süreci içerisinde kişilerin içeride geçirdikleri kaliteli zaman büyük bir önem taşımaktadır. Bu yaklaşımda, amaç ziyaretçinin sergileme mekanında keyifli vakit geçirmesidir.

Gerçekçi (realistik) yaklaşım : Sergileme alanında ziyaretçiye gerçeğe yakın bir tasarımla o konuya olan aidiyet duygusunu iletmek amaçlıdır.

**Görsel 2.7.** Dubai Expo (Thinc, 2019)



Aktif katılımlı yaklaşım : Ziyaretçiye interaktif bir sergileme alanı sunmak önemlidir. Bu yaklaşım için sergileme tasarımında dijital uygulamalar en iyi örnektir.

**Görsel 2.8.** Mori Building Digital Art Museum (The Telegraph, 2019)



Bu yaklaşım sınıflandırması müzede hizmet tasarımı sürecinde tasarımcıya araç olmakta ve yön vermektedir. Sergileme alanlarındaki uygulamalar incelendiğinde mekan içerisinde tüm yönleriyle hizmet tasarımıyla olan ilişkisini görebiliriz. Hizmet tasarımı müzelerdeki sergileme tasarımı kimliğini oluşturan bir disiplindir.

Sergilenen eserin türü ne olursa olsun her geçen gün sergileme türlerinin arasındaki fark azalmakta ve sergileme biçimlerinin birbirinden ayrışması zorlaşmaktadır (Çetin, 2015). Bu durumda sürekli sergileme ya da geçici sergileme olarak işlev ve içeriklerine göre sınıflandırılabilir. Bazı kaynaklar bu sınıflandırmaları kısa süreli, uzun süreli, ticari -ticari olmayan ya da kültürel, ticari, geçici, sürekli, müze, sanat galerileri olarak ayrıştırmaktadır. Tıpkı müze çeşitlerinin farklı sınıflandırmalara tabi tutulduğu gibi sergileme çeşitleri de konunun uzmanları ve teorisyenleri tarafından çeşitli başlıklara ayrılarak incelenmiştir.

Lorenc, Skolnick ve Berger (2007) bu sınıflandırmaları, daha da ayrıştırarak; Kültürel Sosyal İçerikli Sergilemeler, Ticari Fuar Sergilemeleri, Sanat Galerisi Sergilemeleri ve Müze Sergilemeleri olarak tanımlamaktadır.



Kültürel Sosyal İçerikli Sergilemeler : Bu sergilemeler, açık havada (outdoor), sokakta ya da kapalı bir mekanda (indoor) ya da tarihi bir yapı içerisinde sergilenmektedir (Demir,2009). Daha çok sergilemenin fikri savunduğu manifesto önemlidir. Ayrıca bienaller de kültürel sergilemelerdir. Asıl amacı iki yılda bir düzenlenmek olan bienaller çok tanınmamış sanatçıları tanımak ve görülmemiş eserleri görmek için olanak sağlamaktadır.

**Görsel 2.9.** Damien Hirst 57. Venedik Bienali (BrandLife, 2019)



Ticari Fuar Sergilemeleri: Ürün tanıtmak, satış sağlamak ve insanların ilgisini çekmek için kurulan planlı sergileme tipidir. Fuarlar da sergileme tasarımının en yaygın uygulama alanlarından biridir. Fuarlar günümüzde ticari ürünlerin belirli bir alanda bir arada sergilenmesinin geldiği en son noktadır (Turgut , 2002).

Sanat Galerisi Sergilemeleri : Bu sergileme türünde iki boyutlu, üç boyutlu, çoklu ortam ve enstelasyon gibi sergileme ile eserler belirli sürelerle yer alarak mekanda fiziksel müdahalelerle sergilemeler dönüştürebilir alanlar haline gelmektedir (Demir,2009).

Müze Sergilemeleri: Müzelerde sergileme tasarımı koleksiyon yapmayı, korumayı ve sergilenen eserlerin hikayesini sunmayı amaçlamaktadır. Müze sergilemesini diğer sergilemelerden ayıran özelliklerinden biri hem geçici hem kalıcı sergileme yapılmasıdır. Bir diğer özellik ise sergilenen ürünlerin bazılarının ortamın

şartlarından korunması gerektiğidir. Önceleri sergileri sadece küratörler tasarlarken bugün birçok müze bünyesinde tasarım ekibi barındırmaktadır (Taxén, 2004).

**Görsel 2.10.** Bülent Erkmen Remix, Sergileme Tasarımı (Bülent Erkmen, 2018)



Sergileme mekânlarında, mekânı oluşturan birçok bileşen ve tasarım öğeleri vardır. Sergilemenin karakterini oluşturan ve bütünü sağlayan bu fiziki öğelerin belirlenmesiyle sergi alanı oluşmaya başlamaktadır. Burada önemli olan sergi türü ne olursa olsun, mesajın ziyaretçiye ulaşabilmesinde etkili olan öğelerin, mekân içindeki yerleşiminin ve birbirleri ile uyumunun sergileme tasarım unsurları dikkate alınarak tespit edilmesidir. Sergileme alanının anlatılacak hikâyeye uygun ve öğelerin ziyaretçiyi mekân tasarımı ile etkileşime geçirecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir (Aykut, 2017). Bu bağlamda sergileme eyleminin ziyaretçinin algısını tüm boyutlarıyla bütüncül olarak tamamlaması gerekmektedir.

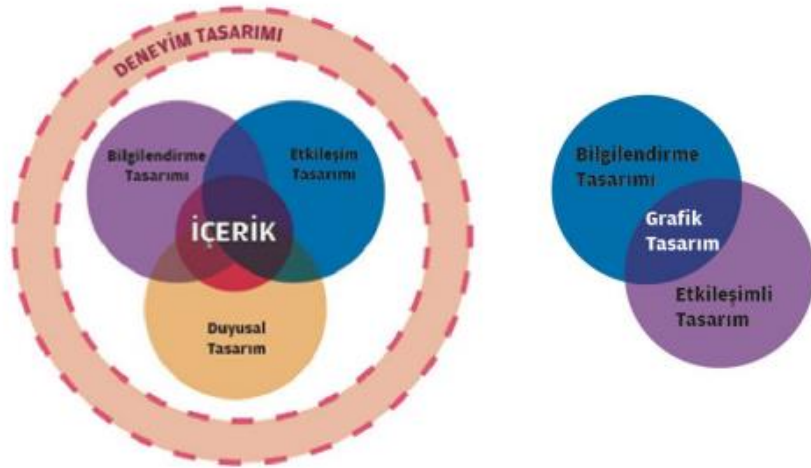
### 2.3.b. Sergileme Tasarımında Bütüncül Tasarım İlişkisi

Çağdaş yeni ya da kullanım değişikliğiyle dönüştürülmüş fiziksel bir çevrede müze sergi mekânlarının oluşturulmasında, nötrlükleri ortadan kaldıran açıklıkların önem kazandığı görülmektedir. Bu açıklıklar yapının içerisindeki mekânsal ilişkilerin kurgulanmasında aynı zamanda da yapının cephesinde var olan açıklıklardan algılanan yakın çevresiyle kurduğu ilişkinin kurguya dâhil edilmesinde önemli öğeler olarak değerlendirilmektedir (Kandemir, Uçar, 2012). Sergileme mekanlarında fiziksel çevrenin, ziyaretçilerin ihtiyaçlarına pek çok kanaldan cevap vermesi gerekmektedir. Mekânın görsel öğelerini kapsayan bütüncül tasarımda algıyı etkileyen her öğe ile ziyaretçiler karşılaştırmakta ve mekan içerisindeki algısını etkilemektedir. Sergileme tasarımı sergilenen objeler, fotoğraflar, görsel, işitsel, aydınlatma, yönlendirme, tipografik uygulamalar, renk, bilgilendirme, dijital tasarımlar ve mekan öğeleri ile birlikte düşünülmelidir. Bu nedenle sergileme tasarımı bütüncül olarak hizmet tasarımı kapsamında ele alınmaktadır.

Sergileme tasarımı multidisipliner tasarım yöntemlerini uygulayarak mekan ve ziyaretçi arasındaki iletişimi sağlamak, kullanılabilir araçları ve platformları biçimlendirerek katılımcılığı desteklemektedir. Sergileme tasarımı, tasarım önerilerine multidisipliner bir yaklaşım getirmektedir. Sergileme mekânları artık ziyaretçilere, görsellik sunulan mekânlar olmanın dışında, ziyaretçilerin meraklanmasına ve daha fazla öğrenme isteği yaratmasına olanak sağlayan dinamik ve interaktif mekânlar haline gelmiştir (Çalışkan,2016). Sergileme tasarımının bütüncül olması ve hizmet tasarımını da içerisinde barındırması sebebiyle sergileme mekanları doğrudan dışa dönük, çok katımlı bir çerçeveye teşkil etmektedir.

Sergileme tasarımının bütüncül tasarım ilişkisini ele alan bir tasarım disiplini olan grafik tasarım, görsel bir iletişim aracıdır. Bir mesaj iletmek ya da bir ürün veya hizmeti tanıtmaktır. Sergileme mekanlarında grafik tasarımın amacı, hayal gücünü uyarmak bilgiyi ziyaretçiye duysal olarak ulaştırmaktır. Ayrıca görsellerin anlattığı hikayeleri ve bilgileri insanların mekan içerisinde algılamasını sağlamaktadır. Sergileme alanlarındaki grafik tasarım öğeleri güçlü uyarıcılardır.

Şekil 2.9. (Bayar, 2011) Sergileme Tasarımı Sürecinde Grafik Tasarımın Yeri

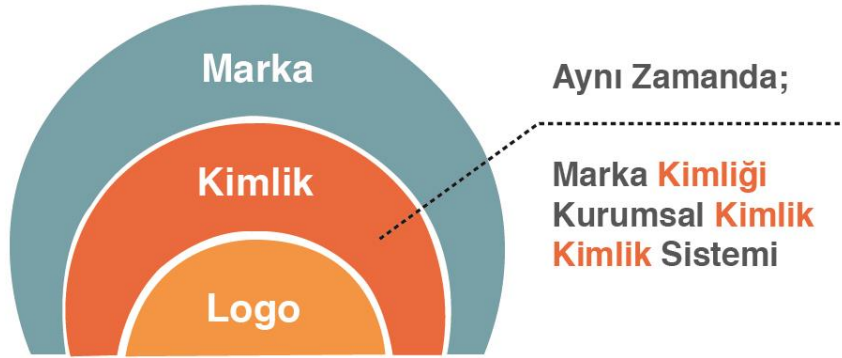


Müzenin tüm iletişim araçları, kurumun renginden tipografisine kadar görsel iletişimde kolaylık sağlayarak grafik tasarımcılar tarafından tasarlanmaktadır (Okay, 2007). Müzenin düzenlemiş olduğu sergi alanları dışında kurumsal kimlik tasarımı ve basılı tasarım öğeleri, yönlendirme ve işaretleme tasarımı, mekânsal illüstratif, fotoğrafik, tipografik ve dijital uygulamalardan oluşan bir iletişim tasarımına ihtiyaç duymaktadır. Bu konuyla ilgili literatüre bakıldığında genel olarak bu başlıkların

incelendiği görülmektedir. Ayrıca sergileme tasarımı tüm boyutları ile kullanıcı deneyimi mekân içerisinde grafik tasarım uygulamalarının tümü ile hizmet tasarımı ile ilişki olup bütüncül bir biçimde ele alınması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Bir işletmenin “kurumsal kimliğe” ihtiyaç duymasının başlıca nedeni mekan tasarımı ile bütüncül olmasını ve diğer kuruluşlardan ayırt edilmesini sağlamaktır. Kurumsal kimlik tasarlanırken tasarımda kullanılan renk ve tipografi çok önemlidir. Kurumsal kimlik tasarımında renk, kurumun özelliklerini ve kimliğini belirginleştirmekte, güçlendirmektedir. Tasarımın hafızada kalmasına ve çağrışım yapılmasına kolaylık sağlamaktadır. Kurumsal kimlik tasarımında kullanılan tipografi ise harflerin taşıdığı mesajları iletmektedir. Zarif, estetik, güçlü, el yazısı gibi özellikleri bir yazı türleri tipografinin dilini oluşturmaktadır. Bu sayede tipografi de mekanın kimliğine uygun tasarlanmaktadır.

Şekil 2.10. Kurum Kimliği Kapsamı (Jessica Jones, 2019)



Codur (2010) Bir mekanın kurumsal kimliğini şu şekilde tanımlamıştır;

“Mekanın renk, şekil, nesne ve yanı sıra tasarlanmış tüm parçalarıyla yansıttığı görsel bütünlük aynı zamanda mekanın kimliğini de oluşturmaktadır. Bir başka deyişle, mekânsal imge tasarımı kişiye ya da kuruma ait kimliğin vitrinini oluşturmaktadır.”

Mekannın kurumsal kimliği; işlev, kullanım biçimi ve tasarımının oluşturduğu bütüncül karakterdir. Bireylerin zihninde mekânsal kimliğin oluşumunu anlamak ve tüm davranışsal süreçlerini önceden tahmin ederek tasarıma yön vermelidir. Ayrıca, mekanın logosu, kurumsal renkleri, amblemi ve basılı tasarım öğeleri (antetli kağıt,

zarf, fatura, kartvizit, broşür, katalog, el ilanları, web sitesi, mobil uygulama tasarımı..vb.) müzelerde ziyaretçinin algısı kurum kimliğini tamamlayan öğelerdir. Kurumsal kimlik tasarım öğeleri ses, dijital, bilgilendirme, web, mekan, yapı, cephe, metin vs... gibi ziyaretçi algısını doğrudan ve direk etkileyen ve sergileme tasarımı ile ilişkisinin bütüncül yaklaşım ile düşünülmesi gerekmektedir. Kutlu'ya göre bu multi-disipliner çalışma kurum kimliğini de olumlu yönde etkilemektedir (Kutlu,2015).

Müzelerde de kurum kimliğini destekleyen logo tasarımları diğer öğeler ile aynı dilde tasarlanması gerekmektedir. Logoda kullanılan renkler ve tipografi devam eden bütün tasarımlarda da kullanılmaktadır. Kurumsal kimlik tasarımı; antetli kağıt, kartvizit, zarf, fatura, afiş, broşür, katalog, el ilanları, web sitesi, mobil uygulama ve sosyal medya tasarımları ile tamamlanmaktadır.

**Görsel 2.11.** Güzel Sanatlar Müzesi (Museum of Fine Arts ) Kurumsal Kimlik Tasarımı (Onlab, 2019)



Müzelerde sergilenen eserlerin bilgilerinin aktarılacağı basılı ve görsel tasarımların hazırlanması sürecinde bilgiyi ziyaretçiye doğru aktarmak için grafik tasarım öğeleri devreye girmektedir. Müzelerin girişlerinde bulunan karşıla bankolarında müze bilgilendirmesi için hazırlanan basılı kurumsal kimlik öğeleri bulunmaktadır. Girişte elde edilen bu bilgiler bir müzede ziyaretçi için kurgulanan hizmet tasarımı sürecinin başlangıcında eşlik etmektedir.



Sergileme mekanlarının tanıtımında kullanılacak basılı kurumsal kimlik tasarımları; afiş, müze rehberi, katalog ve broşür tasarımları olarak sınıflandırılmaktadır.

#### Müzeler İçin Afiş Tasarımı:

Afiş, bir ürünün, mekânın ya da hizmetin tanıtımı için tasarlanan ilk yüzü niteliğindeki reklam araçlarından birisidir. Afişte anlatılan hikaye, kullanılan tipografi, görseller ve kurum logo ve amblemi ile birleştiğinde, hedef kitle üzerinde son derece etkileyici olur. Bir sergileme mekanının afişi o mekanın içerisinde sergilenen öğeler hakkında bilgi edinilmesi için hazırlanır. Genelde mekan dışında yer alır ve içeri girmeden önce ziyaretçiye ön bilgiyi iletir. Müzeye giriş yapmadan ziyaretçiye bilgilendirerek hizmet tasarımı deneyim sürecini başlatmaktadır.

Ertep (2007) afiş tasarımı için şunları söylemiştir;

“Basit bir bilgilendirme aracı olmasının ötesinde afiş, insanlara farklı ve yeni birşeyler söyleyebilen, zaman zaman güldüren, eğlendiren, zaman zaman da uyaran, rahatsız hatta tehdit eden ve etmesi gereken bir iletişim aracıdır.”

**Görsel 2.12.** Frans Hals Müzesi Afiş Tasarımı (Under Consideration, 2019)



Frans Hals Müzesi afiş tasarımı kullanılan renkler, görsel ve tipografi açısından güçlü bir tasarımıdır. Tasarımda pastel renklere bir geçiş uygulanarak serifsiz bir



fon kullanılmıştır. Geçişte yukarıdaki tasarımı ters çevirerek uygulanması dil bütünlüğü açısından tasarımı vurgulamaktadır. Açık renk zemin üzerine siyah tipografi ile tasarımı öne çıkarmaktadır. Müzeye girmeden önce ziyaretçiyi etkileyen ve içeri girdiğinde de tasarımın devamıyla hikaye içine alan bir müze afişi olarak tasarlanmıştır.

Bir afişi oluşturan her bir öge, afişin doğru aktarımında önemli yer tutmaktadır. Doğru bir sloganla desteklenmeyen görsel, doğru bir renkle desteklenmeyen tipografi veya resim, imge veya tipografi ile desteklenmeyen renk başarısız bir tasarım oluşturmaktadır (Gümüştekin,2013). Afiş tasarımı bir mesajı, bir görseli veya bir düşünceyi iletmek amacıyla iki boyutlu olarak uygulanan ve tasarım temel ilkeleri (hizalama, denge, karşıtlık, oran, yakınlık, tekrarlama, ritim, ve birlik) doğrultusunda tasarlanarak başarılı bir çalışma olmayı hedeflemektedir.

#### Müze Rehberi Tasarımı:

Müze rehberi mekan içerisindeki sergileme düzeni hakkında bilgi almak için tasarlanır. Müze içerisinde dolaşım sorununu çözmesi ve sergileme tasarımındaki düzeni bozmadan gezilmesi için planlanan bir tasarım ögesidir. Daha çok görsellerle tasarlanmış bir mekan planlaması ve dolaşımından alınan verilerin görselleştirilmesiyle iki boyutlu ifade edilmiş halidir. Ziyaretçilerin müze içerisinde daha rahat gezmeleri ve sergilenen her ürünü görmeleri hedeflenerek tasarlanan bilgilendirme yöntemidir. Kalıcı sergiler için aynı kalırken süreli sergiler için sergi içeriğine göre kimliğe uygun olarak değişmektedir. Ayrıca günümüz müzelerinde teknolojik uygulamaların çoğalması ile ‘mobil müze rehberi’ uygulamaları da kullanılmaktadır. Ziyaretçilerin akıllı telefonları aracılığı ile müze rehberi uygulamasına girerek edinmek istediği bilgiye kolaylıkla ulaşmasını sağlaması bir uygulama olarak hizmet tasarımına bağlanmaktadır.

Çelik (2016) bir yazısında akıllı müze rehberleri ile ilgili şunları söylemiştir;

“Akıllı Mobil Müze Rehberi ile ziyaretçilerin müze içindeki davranışları takip edilerek, en çok ilgi gören eser, ziyaretçilerin gezi rotası, ortalama geçen süre gibi önemli istatistikler tutulabiliyor. Ayrıca uygulama içinde anket özelliği ile ziyaretçilerden kolay şekilde geri bildirim alınabiliyor.”

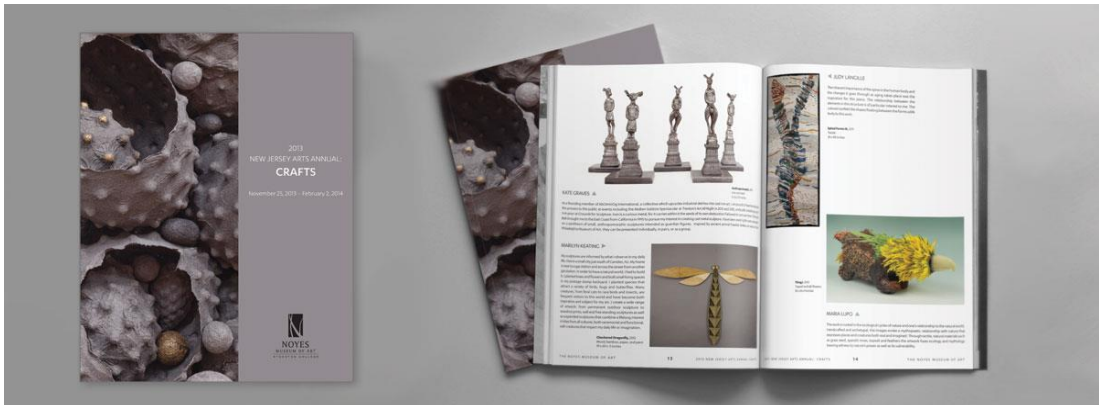
**Görsel 2.13.** New York Whitney Müzesi Müze Rehberi Tasarımı (Design Taxi, 2019)



### Müzeler İçin Katalog Tasarımı:

Katalog tasarımı bir kurumun ürün çeşitleri hakkında bilgi veren basılı ögedir. Kataloglarda yazılı bilgi yerine daha çok görsel öğelere yer verilmektedir. Müze kataloglarında ziyaretçi eserlerin görsellerine ve bilgilerine kolaylıkla erişebilirler. Bir kurumun tanıtımı için tasarlanan öğelerin en önemli çalışmalarından biridir. Müze ziyareti sonrası gözlemediği eserler hakkında bilgilendirme kolaylığı sağlamaktadır. Müzeler için tasarlanan kataloglar fiyat bilgileri gibi ticari amaç içermedikleri için, müze koleksiyonlarını içermektedirler ve özel durumlar dışında içerik değişmemektedir (Okay,2007).

**Görsel 2.14.** Noyes Müzesi Kataloğu (GraphicUS Design, 2019)



## Müzeler İçin Broşür Tasarımı:

Broşürler, bir markanın ya da kurumun hakkında kapsamlı bilgi vermek amacı ile hazırlanır. Broşürler, tasarlanırken kullanılan görseller ve broşürün baskı kalitesi iletilmesi amaçlanan hikayeyi hedef kitleye etkileyici şekilde sunmakta önemli rol oynamaktadır.

**Görsel 2.15.** Louis Barragan Müzesi Broşür Tasarımı (Jayce-O-Yesta, 2012)



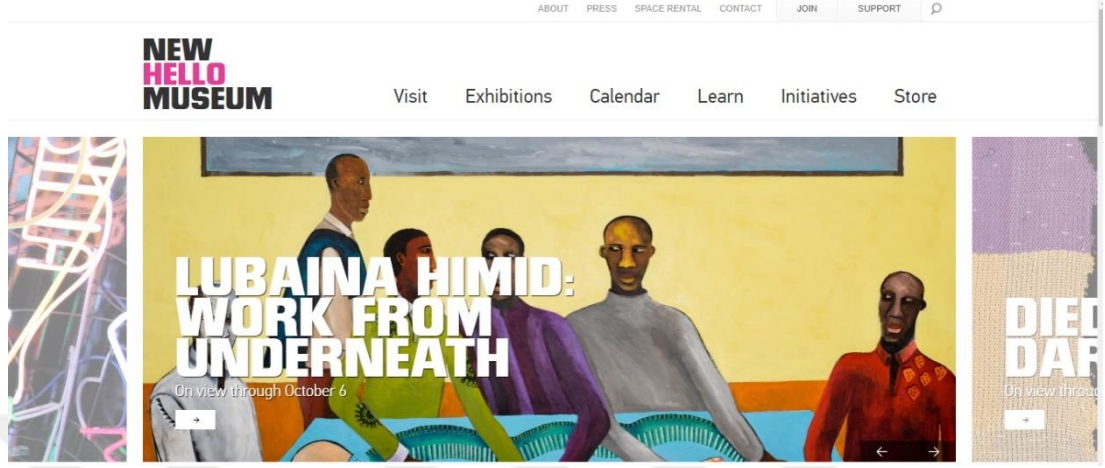
Sergileme mekanlarında broşürler girişte yer almaktadır. Broşür ön tanıtım amaçlı hazırlandığı için sergilenen koleksiyon hakkında ön bilgiyi ve içeride bulunan ürünlerin fotoğraflarını açıklamalarını ziyaretçilere afiştan daha detaylı bir şekilde iletmektedir. Broşürü müze kataloğu ve rehberinden ayıran özelliği diğerlerine göre daha az alanda daha öz bilgi ve tanıtım içermesidir. Bu sebeple tasarım süreci detaylı düşünme gerektirmektedir.

Ayrıca müzelerin basılı kurumsal kimlik tasarımları dışında çevrimiçi uygulamaları da mevcuttur. Bütüncüllüğü sağlayan bu öğeler grafik tasarımı bir araç olarak kullanarak bir hizmet oluşturmaya başlamaktadır. Günümüzde bir kurumun kurumsal kimliği grafik tasarım ekibi tarafından tasarlanırken logo ve basılı öğeler dışında web sitesi, mobil uygulama ve sosyal medya tasarımları da hazırlanmaktadır.

İletişim alt yapısının kurulması, internet desteği ve kablosuz ağ uygulamaları olarak sıralayabileceğimiz uygulamalarla, ziyaretçilerin sergi ve müze ile iletişim kurması hızlı ve pratik bir hale gelmiştir (Boyras,2011). Web sitesi tasarımı grafik tasarımcılar tarafından tasarlanan müzelerin çevrimiçi kurumsal kimliğini oluşturan bir tanıtım ve iletişim aracıdır. Ziyaretçinin müzeye gelmeden önce sergilenen koleksiyondan düzenlenen etkinliklere kadar bilgi edinmesini sağlamaktadır.

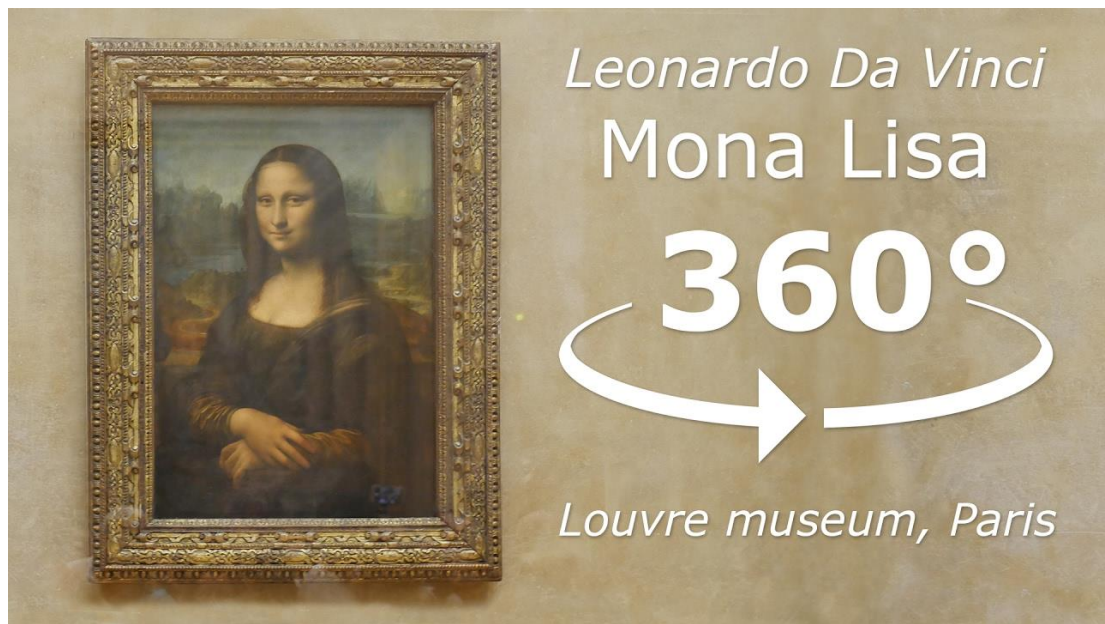
Websitesi tasarımı kurumun tüm yazılı ve görsel materyalleri ile uyumlu bir bütünlük sağlamalıdır.

**Görsel 2.16.** New Hello Museum Websitesi Tasarımı ( New Hello Museum, 2019)



Ayrıca müzeler web sitelerinden ‘sanal müze’ uygulaması hizmeti sunmaktadır. Bu uygulama sayesinde ziyaretçi bilgisayar başında çevrimiçi bir şekilde müze ziyaretini gerçekleştirmektedir. Web tabanlı sanal müzeler düşük maliyetlidirler, tanınmayan kültürlerin tanıtılmasını ve araştırmacılar için de kolaylık sağlamaktadırlar. Görsel tekniklerin gelişmesi ve sanal gerçeklik uygulamasının yaygınlaşmasıyla, web tabanlı sanal müzeler gerçekçi deneyimler sunabilmektedirler (Sürücü, Başar, 2016).

**Görsel 2.17.** Louvre Müzesi Sanal Müze





Görsel iletişim teknolojilerinde yaşanan ilerleme ve yaygın internet kullanımı, müzelerin kendi hedef kitlelerine ulaşmasında kolaylık sağlamaktadır. Müzeler, iletişim teknolojilerinden yararlanarak, koleksiyonunun anlaşılabilirliğini arttırmaktadır. Müze mobil uygulamaları müzenin ya da serginin tanıtımı ve mekan içerisinde rehberlik etmek için tasarlanmaktadır. Günümüz insanın hayatının bir parçası haline gelen akıllı telefonlar ve tabletler aracılığı ile indirilen mobil uygulamalar sayesinde binlerce kişiye ulaşılmaktadır.

**Görsel 2.18.** Urban Art Museum Mobil Uygulama Tasarımı (Northshorecdc, 2019)



Günümüzde birçok kişi bir yere gitmeden önce o mekanın sosyal medya hesaplarını inceleyerek gitmeyi tercih etmektedirler. Sosyal medya da müzelerin kullandığı kurumsal iletişim araçlarından biridir. Bu ağlar kişilerin kendi hesaplarını oluşturarak kullandıkları uygulamalar olduğu için doğrudan iletişim araçları olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya aracılığı ile oluşturulan tanıtım amaçlı müze hesapları güncel duyurularını paylaşarak ziyaretçilerin sergiler ve etkinliklerle ilgili olarak daha fazla bilgi edinmesini sağlamaktadır. Müzelerde istenilen başarıya ulaşmada hedef kitlelerle kurumsal iletişim yöntemleri çerçevesinde etkili ve doğru bir iletişim kurmanın rolü büyüktür. Çoğunlukla kurum faaliyetleri konusunda hedef kitleyi bilgilendiren iletişim uygulamaları, müzenin kurumsal kimliğini, türünü, amacını ve hedefini gösteren uygulamalardır. Bu nedenle müzelerin kamuya en açık olan alanları olarak tanımlanabilecek sergiler için doğru iletişim biçimlerini seçmek ve bunları hedef kitlelere uygun biçimde sunmak ya da kullanmak başarılı olmak için gereklidir(Boyras,2011).

Müzelerde hizmet tasarımının çevresel grafik tasarım ile kesiştiği en önemli uygulamalardan biri de yönlendirme ve bilgilendirme tasarımıdır. Ziyaretçi mekan içerisinde kendini daha rahat hissedebilmesi ve dolaşımının en etkili şekilde biçimlendirilebilmesi için yönlendirmeyi ve bilgilendirme tasarımını kullanmaktadır. Ayrıca sergilenen ürünlerin hikayelerinin ziyaretçi tarafından algılanabilmesi doğru bir yönlendirme ve bilgilendirme ile sağlanmaktadır.

### 2.3.b.i. Yönlendirme ve Bilgilendirme Tasarımı

Yönlendirme tasarımı, yani çevresel grafik tasarım, kelimeler, semboller, çizimler ve görüntüler yolu ile anlamlı bir biçimde iletişim kuran, mekana göre değişkenlik gösteren üç boyutlu düşünülerek oluşturulan bir tasarım dalıdır. Bu hızlı iletişim işlevi nedeni ile yönlendirme dizgeleri çevresel anlamda önemli ve de giderek daha da önemsenen bir role sahip olmaya başlamıştır (Fişenk,2012). Yönlendirme ve işaretleme tasarımı insanların mekan içerisinde yönlerini kolaylıkla bulmaları ve istenilen yere doğru şekilde yönlendirme amaçlı tasarlanan grafik tasarım çalışmasıdır. Bu grafik çalışmalarda piktogramlar, oklar ve tipografik öğeler kullanılmaktadır.

Yönlendirme tasarımında kullanılan işaretler, bir ürün, hizmet ya da nesneyi göstermeye yarayan işaretlerdir. İnsan sirkülasyonu yoğun olan çeşitli mekanlarda, tren istasyonları, metrolar, alışveriş merkezleri, otogarlar ve hastaneler gibi birçok insanın bulunabileceği yerlerde “evrensel bir dil” oluşturma amacıyla tasarlanır. Yönlendirme için yapılacak tasarım planları belli bir tipografik sistem ve yazı alanı oluşturarak modüler düzen ve ölçüler içerisinde işaret ve piktogramlar renk kodlamaları ile bölümler, katlar ve odalar için tasarlanan bir sistemdir (Dur, 2011).

Yönlendirme tasarımı, kelimeler, semboller, çizimler ve görüntüler yolu ile iletişim kuran ve çevresel anlamda önemi giderek daha da artan bir role sahip olmaya başlamıştır (Fişenk,2012). Yönlendirme ve işaretleme tasarımları uygulandığı yerin kimliğini yansıtabilmelidir. Yönlendirme ve bilgilendirme tasarımı elemanlarından tabelalar da, insanların dikkatini çekmek, gerekli bilgiyi kullanıcıya vermek, iç veya dış ortamda kitlelerin yönlendirilmesini sağlamak amacı ile tercih edilen, yardımcı görsel elemanlar olarak tanımlanabilmektedir (Bulut, Uslu, 2017). Sergileme mekanları içerisinde yönlendirme ve işaretleme tasarımı mekan içerisindeki dolaşımı kolaylaştırmak ve istenilen noktaya kolaylıkla ulaşmak için tasarlanmaktadır.

Müzelere yönelik araştırmalar göstermektedir ki, müzeye ilk defa gelen ile sıklıkla gelen ziyaretçinin davranışı ve öğrenmesi birbirinden oldukça farklıdır. Müzeye ilk defa gelen ziyaretçinin dikkatinin çoğu yönelim, yol bulma, davranış modellemesi ve yenilikle baş etmeye yönelik genel çaba içinde absorbe edilmektedir (Kandemir, Uçar, 2012). Müzeler genelde büyük ve çok fazla sergileme ünitesi içinde barındıran mekanlardır. Ziyaretçilerine deneyim yaşatan müzelerde yön bulma son derece dikkat edilmesi gereken hususlardan biridir. Koleksiyonu görmek için gelinen mekanda bunun yanında eserlerin konumlandıkları noktalar, sayıları, sergileniş biçimleri, müzenin kendi plan kurgusu, mekanların sıralanışı gibi birçok etken devreye girebilmektedir (Akgün,2011).

**Görsel 2.19.** Powerhouse Müzesi Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımları (SEGD, 2019)

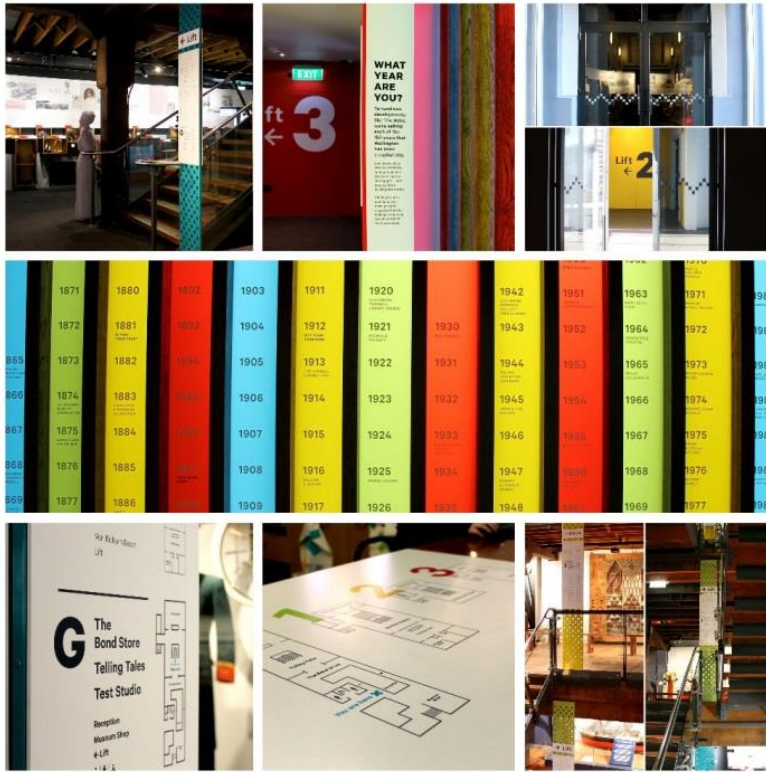


Powerhouse Müzesinin yönlendirme tasarımında grafikler ve tipografiler büyük, kalın ve görsel olarak güçlü bir tasarımla tüm ziyaretçilere hitap edecek şekilde tasarlanmıştır. Basamaklarda, doğrudan duvarlarda ve merdiven altlarında uygulanan büyük ölçekli, canlı renkli ve kalın sözcükler ve sayılar kullanılarak ziyaretçiyi hem eğlenceli hem de kolay anlaşılır bir dille yönlendirmektedir. Bu yönlendirme tasarımında ziyaretçi Wang ve Chu (2017)'nin “sergileme alanlarında hizmet

tasarımı problemlerinden biri de ziyaretçiler ilgi duydukları koleksiyonu hızla ve kolaylıkla bulamıyor ve büyük salonlarda kaybolabiliyor olmasıdır” ifadesindeki gibi müze içerisinde problem yaşamamaktadır.

Yönlendirmeler, tipografi ve grafik öğeler ile, görsel olarak bilgiyi aktarırken, mimariyi ve altyapıyı anlamamıza yardımcı olarak yapının kimlik iletişimini de yürütmektedir. (Aydın,Taşçıoğlu, 2015).

**Görsel 2.20.** Wellington Müzesi Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımları (Best Awards, 2019)



Wellington Müzesi yönlendirme sistemi, mekânın bütününde aynı grafik dile sahiptir. Duvarlarda ve basamaklarda canlı renkli kalın ve ince tipografiyi bir arada kullanılarak tasarlanmıştır. Renkler sayesinde bir yönlendirme kodu uygulanarak katları renklere ayırmıştır. Yönlendirme ve bilgilendirme tasarımında kullanılan renk kodları ziyaretçiyi ulaşmak istediği noktaya hızla ve kolaylıkla yönlendirmektedir.

Görsel iletişim sistemlerini doğru kullanmak ve ziyaretçi gerektiği şekilde yönlendirmek müzelerin başarısı ve mekana merak uyandırması açısından önemli bir unsurdur. Sergileme tasarımında koleksiyon içerikleriyle kurum hakkında bilgi veren müzeler, ziyaretçi çekmek ve süreklilik sağlamak için görsel iletişimin tasarımına da hakim olmalıdır (Boyras,2011).



### 2.3.b.ii. Mekansal İllüstratif Uygulamalar

Tarihte mağara resimlerinden şu ana kadar anlatılmak istenen fikirleri ve hikayeleri görselleştirmek için kullanılan illüstrasyon uluslararası bir dile sahiptir. Her dilden, dinden ve kültürden olan insanların sözlü bir anlatım kullanmadan anlayabileceği bir tür görsel iletişim aracıdır. Sürekli ilerleyen teknoloji ile mekan içerisindeki yüzeylerde kullanılacak malzemelerin çeşitliliği mekan da grafik tasarımı daha çok kullanılabilmesine olanak sağlamaktadır (Atamaz,2015).

Farklı tekniklerle yapılan illüstrasyonlar iç mekanda güçlü bir görsel anlatım aracıdır. Mekan içerisinde insanlara bir çok öğeden daha kolay ulaşabilen sanatsal bir anlatımdır. İllüstrasyon tasarımcılar tarafından mekân içerisinde bulunduğu konuma göre hikâyeyi el çizimi ya da bilgisayar çizimi ile resim olarak anlatmak ve görsel bir dil olarak iç mekâna uygulanmaktadır. Sergileme mekanlarında illüstrasyon uygulamaları ile desteklenen mekân kimliği çalışmaları ayrıca tipografik ve fotoğrafik tasarımlarla da desteklenebilir.

**Görsel 2.21.** Koers + Mulder Sergisi Sergileme Tasarımı İllüstratif Uygulamaları (DesignBoom, 2015)



**Görsel 2.22.** Shanghai Cam Müzesi Sergileme Tasarımı İllüstratif Uygulamaları (Coordination, 2019)



Müzelerde illüstratif uygulamaların amaçlarından biri hayal gücünü uyarmaktır. Mekânı sanatsal ve estetik açıdan zenginleştirerek ona ayrı bir değer kazandıran imgelerin anlattığı öyküler ziyaretçiler tarafından hayal güçleri ile birlikte algılanır. Sergilenen koleksiyonun dönemine görsel bir yolculuk yaparak kişinin aidiyet algısı illüstrasyonların sayesinde ziyaretçilerin zaman yolculuğu yapması hedeflenmektedir. Sergileme tasarımını hizmet tasarımına bağlayan önemli kriterlerden biri de ziyaretçiye sunulan soyut bir deneyim yaşatarak müzenin içine almaktır.

### 2.3.b.iii. Mekansal Fotografik Uygulamalar

Fotoğraf sanatı grafik tasarımın mekan içerisindeki uygulama alanları içerisinde gösterilmek isteneni en iyi şekilde ileten izleyici tarafından kolaylıkla anlaşılabilen görsel uygulamadır. Resimleme hikayeyi sanatçının hayal gücüne bağlı kalarak anlatırken fotoğraf olanı tamamen reel olarak yansıtmaktadır. Bu sebeple iç mekan tasarımında fotografik uygulamalar yaygın olarak kullanılmaktadır.

Doğru bir kompozisyonla oluşturulmuş fotoğraf, iç mekân yüzeylerinde bilgisayar teknikleri ile müdahale edilip foto-manipülasyona gerek duymadan fotografik öğe olarak iç mekanda konumlandırılabilir (Andarood,2014).

Fotoğrafın mekân yüzeylerinde uygulanmasının sebebi hikayesi ve yarattığı görsel algı sebebiyle mekân içerisinde interaktif bir kurgu yaratmasıdır.

**Görsel 2.23.** El Paso Tarih Müzesi Fotografik Uygulamaları (C&G Partners, 2019)



Fotoğraf bir sanatçının eseri iken tasarımcılar tarafından teknolojik düzenlemeler yapılarak yeni bir tasarım ögesi yaratmaktadır ve mekanın ruhunu kişiye daha açık bir dille yansıtmaktadır (Tavakkoli,2014).

**Görsel 2.24.** London Metropolitan Polis ve Suç Müzesi Fotoğrafik Uygulamaları (Behance, 2019)



Bir görsel iletişim tasarımı ögesi olarak fotoğrafı değerlendirecek olursak sadece görüneni yansıtan fotoğraflar üzerinde dijital programlar kullanılarak oynanabilir ve reelde olduğundan daha farklı bir tasarım haline gelebilir. Bu uygulama sergileme mekanlarında grafik tasarımcılar tarafından mekan içerisinde oldukça kullanılan bir uygulamadır. Mekan içerisinde gerçeği hayal gücüyle beraber birleştirerek anlatma sergilemede bütüncül tasarımı tamamlayan bir öge olmaktadır. Aynı ilustratif uygulamalarda olduğu gibi fotoğrafik uygulamaların da ziyaretçiye sunduğu deneyim ile hizmet tasarımının bütüncül algısını sunmaktadır.

### 2.3.b.iv. Mekansal Tipografik Uygulamalar

Harfler ve çizgilerle şekillenen tipografiler iki ya da üç boyutlu olarak mekan uygulamalarında kullanılarak grafik tasarım öğeleri önemli bir uygulama ögesidir (Akyol, 2018). Tipografi, yazılı olan bir hikayeyi ya da fikri görselleştirme tasarımıdır. Bir tasarımda görsel öğeleri ve sözcükleri beraber kullanarak uygulamanın iletişim dilini güçlendirmek ve anlaşılabilirliğini arttırmak için tipografik tasarım uygulanır.

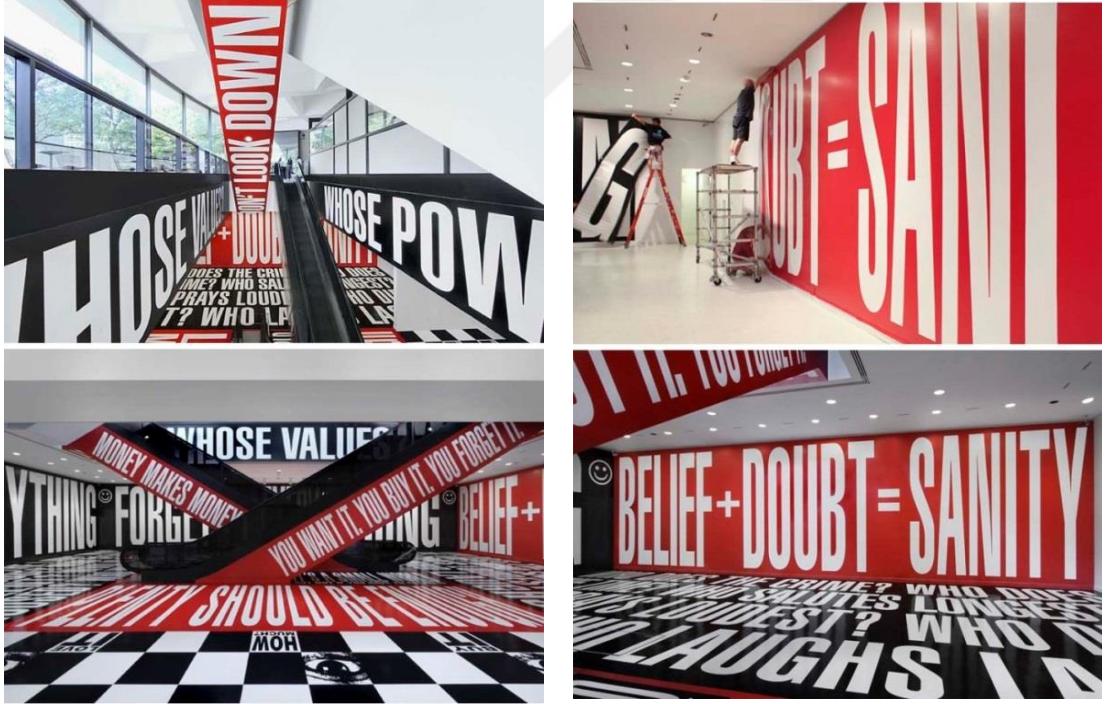
Tipografiyi oluşturan harf, rakam, işaretler ve noktalama işareti unsurları ile farklı renk, biçim, satır ve harf aralığı kullanılarak iç mekân tasarımında farkındalık yaratacak tasarım unsurları oluşturulmaya çalışılır. Tipografik unsurlar, tipografinin kullanılma amacına göre farklılık gösterir. Yönlendirme tabelalarında kullanılan tipografilerde aktarılan bilginin istenen mesafeden okunabilir olması, yazının uygulandığı yüzey ve yazı arasındaki ilişki, büyüklük, harf arası mesafeler ve renk



tasarımda belirleyici unsurlardır. İç mekân grafik tasarımlarında, mekân yüzeylerinin birbirleriyle olan ilişkisi tipografik çözümlerle daha da güçlendirilebilir veya belirginleştirilebilir. Bu çözümler, mekâna derinlik duygusu vermek dışında, kullanılan yazının anlamı veya tipografik düzenlemeleri sayesinde mekân içi iletişimi de artırabilir (Ergün,2012).

Grafik tasarımda görsel iletişimi sağlamak adına kullanılan görseller ve sözcükleri bir arada kullanan tasarımcı, aktarılmak istenen mesajı sade ve istenen şekilde sunarken görsel elemanlar ve tipografiden faydalanır (Becer, 1997). Tipografi, sözlü bilgileri taşıyan ve aktaran harf, rakam ve işaretler bütünü iken fotoğraf ve illüstrasyonlar görsel elemanları oluşturmaktadır (Yücebaş, 2006). Tipografi mekân içerisinde ve uygulandığı farklı yüzeylerde farklı işlevlerde rol alabilmektedir. Sergileme alanlarında mekânsal kimlik oluşturmak için kullanılan çevresel grafik tasarım öğelerinin en önemli öğelerinden birisi de tipografidir.

**Görsel 2.25.** Hirshhorn Müzesi Tipografik Uygulamaları (Collabcubed, 2013)



Hirshhorn Müzesi içerisindeki tipografik öğeler bazı yerlerde büyük ölçülerde kullanılarak, bazı yüzeylerde perspektif oluşturularak mekânın kimliğini güçlü bir şekilde ifade etmektedir.

### 2.3.b.v. Mekansal Dijital Uygulamalar

Teknolojinin gelişimi hayatın neredeyse bütün alanlarında dijital uygulamaları kullanmaya başlamasına sebep olmaktadır. Bu sayede insanlar dijital dünyanın tüm faydalarından yararlanmaya başlamıştır. Dijital teknolojilerin gelişimiyle etkileşimli mekanlar için yeni tasarım uygulamaları da gelişmektedir. Yeni gelişen bu uygulamalar sergileme mekânı içerisinde gösterilmek ve anlatılmak isteneni dijital dünyanın içerisine almaktadır. Dijital teknikler içeren sergileme üniteleri ve teknolojik bilgilendirmelerin yer aldığı dijital hizmet tasarımı uygulamaları müzelerde almaktadır. Teknolojik gelişmeler sayesinde hizmet tasarımı, işletme ve teknoloji geliştirmede etkili yenilikçilik süreçleri olan bir disiplin olarak karşımıza çıkmaktadır (Moritz, 2005). Dijital teknikler sayesinde oluşturulan ışıklı ve hareketli grafikler ile algısal açıdan daha dikkat çekici hale getirilen mekânsal tasarımlar sergilenen ürünlerin etkisini aktarabilme açısından başarılı olabilmektedir.

**Görsel 2.26.** Cooper-Hewitt Smithsonian Tasarım Müzesi Dijital Uygulamaları (Digital Trends, 2019)



Cooper-Hewitt Smithsonian Tasarım Müzesinde konumlandırılmış olan bu dijital uygulamada ziyaretçiler eserleri incelerken aynı anda o eser hakkındaki bilgiye kolaylıkla ulaşabilmektedir. Bu sayede ziyaretçiye bir rehber ihtiyacı duymadan eser hakkındaki bilgiye ulaşarak dijital bir hizmet sunulmaktadır.

Müzelerdeki kiosk cihazlarını ele aldığımızda bu cihazların tıpkı bilgiye ulaşma ihtiyacına cevap vermek amacıyla kullanılan teknolojilerin gün geçtikçe gelişmekte,

değişmekte ve yenilenmekte olduğunu (Boyraz,2011). Bir bilim merkezi gibi etkileşimli bir deneyim, ziyaretçilerin çevrelerine duydukları ilgiyi veya öğrenmeyi etkileyen faktörlerin farkındalığını motive edebilmektedir. Sergilemenin gerçekliğine olan güvene dayalı bu dijital uygulamaların her birinde, etkili öğrenme ancak müze ziyaretçileri gerçekten etkileşime geçebiliyorsa gerçekleşebilmektedir.

Müzelerin, toplum hizmetlerinde bilgi teknolojilerini kullanması, bilgi hizmeti veren uzmanların ya da küratörlerin de kendilerini çok yönlü olarak yetiştirmelerini zorunlu kılmıştır. Müze sergilemelerinde bilgi hizmetinin işlevselliği, bilgi hizmeti veren kişinin sergi ya da etkinlikle ilgili konuya hakimiyeti, koleksiyon bilgisi, iletişim bilgisi ve bilgisayar - teknoloji bilgisi ile doğru orantılıdır (Boyraz, 2011).

Müzeler gittikçe daha popüler hale geldiğinden, görsel-işitsel gösteriler, multimedya programları, simülasyon ve diğer deneyimler dahil olmak üzere diğer birçok yetenek tekniğinin uyarlanması müze sergilerini bir eğlence tarzı olarak görmüştür. Sergileme mekânlarındaki görsel iletişim tasarımı uygulamalarında dijital yeniliklerin de kullanımıyla birlikte dikkat çekici ve görsel olarak etkileyici tasarımlar ortaya konulmuştur. Dijital teknikler ile tasarlanan hareketli grafikler ve interaktif uygulamalar ile mekânsal tasarımlar müzelerde ve sergileme alanlarında mekânın hikayesini aktarabilme açısından başarılı olmaktadır. Son otuz yılı aşkın bir süredir teknolojinin gelişimi, özellikle doğa ve fizik bilimlerinin sergilenmesinde, tarih ve sanat müzelerinde etkileşimli sergileme tasarımını çok daha yaygın ve yaratıcı bir hale getirmektedir.

Sergileme tasarımının önemli bir parçası olan ‘hikaye anlatma’ süreci, dört ana elemandan oluşmaktadır. Bunlar; anlatı, anlatıcı, yol ve bağlamdır. Müzenin vermek istediği mesaj, başlangıç, gelişim ve sonu olan ‘anlatı hikaye haline gelmektedir. Grafik tasarım (tipografi, fotoğraf, illüstrasyon, kurumsal kimlik..), teknoloji desteği gibi pek çok araç, bu hikayeyi izleyicilere aktaran ‘anlatıcılar’dır. Sergilerin mekanda anlam oluşturacak belli bir düzende kurulması, anlatıyı üç boyutlu mekana taşıyan her izleyici için onu canlandıran ‘yol’dur. ‘Bağlam’ ise izleyicinin sergiye hazırlanması için, serginin, içinde bulunduğu yapıyla ve çevreyle bütünleşmesidir (Lorenc, Skolnick ve Berger, 2007).

## BÖLÜM III

### ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

#### 3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Konuyla ilgili müze örnekleri seçilerek dökümantasyon yapılmıştır. Bu tez kapsamında hizmet tasarımı bağlamında sergileme tasarımı müze mekanında incelenecektir. İncelenecek müzeleri seçim kriterlerini belirlemek için sergileme tasarımı, hizmet tasarımı ve müze kavramlarıyla ilgili literatür taraması yapılmıştır. Dökümantasyon incelemesi yapılırken seçilen müzelerin ziyaret sıklığını artırıp daha fazla gözlem yapılabilmesi için müzeler Ankara'da bulunmaktadır. Müzeler sergileme tasarımı ile hizmet tasarımı yaklaşımına uygun kriterlerde olmakla birlikte bazı alanlarda farklılık göstermektedir. Bu sebeple farklı örnekler üzerinden hizmet tasarımı ve sergileme ilişkisinin çeşitlenmesi de gözlemlenmiştir. PTT Pul Müzesi devlet yönetiminde bir müzedir. Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi koleksiyoner Yüksel Erimtan'a ait özel bir müzedir. Tasarım disiplinlerinin bir arada hizmet tasarımı kapsamında bütüncül bir şekilde ele alınması Ankara Ptt Pul Müzesi ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi örneklemleri üzerinden irdelenecektir. Bu mekanlarda hizmet tasarımının ve sergileme tasarımının fiziksel içeriği bağlamında alt bileşenleri ortaya konulacaktır. Hizmet tasarımının bu ölçütleri tüm bu bileşenler kapsamında belgelendirme çalışmaları yapılmıştır. Dolayısıyla, ana çalışma yöntemi örneklemin dökümantasyonu olacaktır. Bu müzeler ele alınarak sergileme alanları sergileme tasarımı ve hizmet tasarımı bakımından irdelenip tasarım disiplinleri ortak paydasında kriterler, veriler ortaya konulacaktır. Bu mekanlarda yapılan gözlem çalışması sonucunda toplanan veriler ve sergileme mekanlarında yer alan görseller hakkındaki bilgiler ilerleyen kısımlarda ayrıntılı şekilde ele alınmıştır.

#### 3.2. Veri Toplanması

Sergileme tasarımının hizmet tasarımı bağlamında veri toplanması aşamasında birincil kaynaklardan faydalanılmıştır. Ankara'da birçok müze ziyaret edilmiştir. Sergileme ve hizmet tasarımının yeni yaklaşımına en uygun müzelere karar verilmiştir. Daha sonra söz konusu iki müze gözlemlenmiştir. Müze yöneticileri ve çalışanları ile görüşülmüştür gerekli izinler alınmıştır. Müzeye yapılan ziyaretlerden elde edilen bilgiler kullanılmış ve bu bağlamda Google arama motoru, akademik

yayımlar, ebsco, ulusal tez merkezi kullanılarak “sergileme tasarımı”, “hizmet tasarımı”, exhibition design” , “service design” anahtar kelimeleri aratılmıştır. Araştırma sonucu belli sayıda makaleler, kitaplar ve tezler okunmuştur. İncelenen müzelerin sosyal medya sitelerinde hesapları incelenmiştir. Müzelerin sergileri, basılı dokümanları, yönlendirme elemanları, iki boyutlu grafikleri çalışmaları, üç boyutlu sergileme ürünleri ve buldukları yapı özellikleri gözlemlenmiş, fotoğraflanmış ve dökümanite edilmiştir.

### 3.2.a. Araştırma Evreni

2018-2019 akademik yılında Ankara’da bulunan PTT Pul ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi mesai saatleri içerisinde tüm ziyaretçiler ile birlikte gözlem, fotoğraf ve belgelendirme çalışması yapılmıştır.

### 3.2.b. Araştırma Sınırlılıkları

Hizmet Tasarımı kavramı tüm boyutlarıyla tasarımı ele alan az çalışılmış bir konu olması sebebiyle hizmet tasarımı bağlamında örnek çalışma alanı bulmak çalışmanın kısıdını oluşturmuştur. Dolayısıyla, hizmet tasarımı yaklaşımıyla örneklem bulunamamıştır. Araştırma örneklemini olarak ele alınan PTT Pul ve Erimtan Müzeleri hizmet tasarımı bağlamında incelenmiştir. PTT Pul Müzesine yapılan toplam dört ziyaretin ikisinde müzenin dijital uygulamalarının kapalı olması koleksiyonlara ve uygulama yöntemlerinin araştırılmasına erişimi kısıtlamıştır. Bunların dışında PTT Pul Müzesi’nin restorasyon ve sergileme tasarımı projesinin uygulamasını yürüten ‘Tasarımhane’ firmasının kapanmış olması bu süreç hakkında bilgi alınmasını kısıtlamıştır.

Bu çalışma, müzelerde sergileme tasarımını hizmet tasarımı bağlamında değerlendirmek ve bu bağlamı mekansal ve görsel kriterler doğrultusunda inceleyerek gelecek çalışmalar için rehberlik etmek amacıyla faydalıdır. Sergileme mekanlarında hizmet tasarımı kriterlerini inceleyen yeterli sayıda kaynak olmaması bu çalışmanın başlıca sebeplerinden biridir.

## **3.3. Veri Analizi**

Yapılan literatür taraması ile incelenen müzelerde toplanan verilerin sonucunda ortaya çıkan kriterler doğrultusunda Ankara Ptt Pul Müzesi ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi değerlendirilmiştir. Hizmet tasarımı kriterleri, sergileme tasarımı



kriterleri biraraya getirilmiş ve bu iki başlığın altındaki birbiriyle eşleşen kriterler ile beraber bütüncül olarak müze incelenmiştir. Müzelerdeki görseller ve yönlendirme ve işaretleme tasarımı ile mekan tasarımını biraraya getiren ortak bağlamın hizmet tasarımı olduğu gözlemlenmiştir. Mekan ilişkisi, mekanın sergileme üniteleriyle ilişkisi, mekanın fiziksel kriterleri ve mekanın görsel kriterleri başlıkları altında sergileme ve hizmet tasarımı kriterleri analiz edilmiştir. Söz konusu iki müzedeki uygulamalar tek tek incelenip daha sonra benzerlikler ve farklılıklar karşılaştırılmıştır. Bu veriler biraraya getirilip sınıflandırılması sonucunda müzelerde sergileme tasarımının hizmet tasarımı ile ilişkisi mekansal ve grafik tasarım uygulamaları doğrultusunda tartişılmıştır.



## BÖLÜM IV

### PTT PUL MÜZESİ VE ERİMTAN ARKEOLOJİ VE SANAT

### MÜZELERİNİN HİZMET TASARIMI BAĞLAMINDA

### İNCELENMESİ

Bu bölümde veri analizi sonucu ortaya çıkan müzelerdeki tasarım disiplinlerinin bir arada hizmet tasarımı kapsamında bütüncül bir şekilde ele alınacak ve bu bulgular sonucu elde edilen bilgi birikimi belirli kriterler doğrultusunda değerlendirilecektir. Ankara Ptt Pul Müzesi ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi yönetiminden gerekli, izinler alınmıştır.

#### 4.1. Örnek Analizi: PTT Pul Müzesi

Pul Tasarımı Kavramı:

Tarлакazan (2018)'e göre pul;

“Zarfların üzerinde yer alan bir hizmet bedeli olarak hayat bulmuş, daha sonra farklı tema ve görsel uygulamalarla zenginleşen bir iletişim ve tasarım aracı olmuş bu anlamda koleksiyonu yapılan değerli bir kâğıt olarak günümüze ulaşmıştır.”

Tarihte ilk posta pulu Rowland Hill tarafından başlatılan çalışmalar sayesinde kullanılmaya başlamaktadır. Önceleri postayı alan kişi ücret öderken posta pulu kullanımı başlamasıyla gönderen kişinin ücret ödediğini göstermek amaçlı zarfların üzerine posta pulu yapıştırılmaya başlamıştır. İlk posta pulu 1 Mayıs 1840 tarihinde “Penny Black” uygulama ile satılmaya başlamıştır (Bezaz, 2005).

İlk önce siyah olarak basılan pul daha sonra kırmızı renkte bir ve iki penilik olarak basılmıştır. Bu pulların üzerine Kraliçe Viktorya'nın portresi bulunmaktaydı. İlk pul tasarımlarında devlet büyüklerinin portreleri ve pulun ücretini belirten rakamlar ve tek renk kullanılmaktaydı.

Yapıldığı ülkenin kültürünü taşıyan ve işlevi büyük olan pul tasarımı bir grafik tasarımcı tarafından titizlikle çalışmayı gerektirmektedir (Düzenli,1998).

**Görsel 4.1.** Black Penny Pul ve Üzerinde Black Penny Pulu Olan Bir Mektup (Postal Museum,2019)



Türkiye’de eski posta hizmetleri ve posta pullarının kullanımı Prefilatelik dönem (1863 ve daha öncesi) ve Filatelik dönem (1863 sonrası ve günümüz) olarak iki döneme ayrılarak incelenmektedir (Düzenli,Kavuran, 2004).

Bu iki dönemi Düzenli ve Kavuran (2004) şu şekilde anlatmıştır;

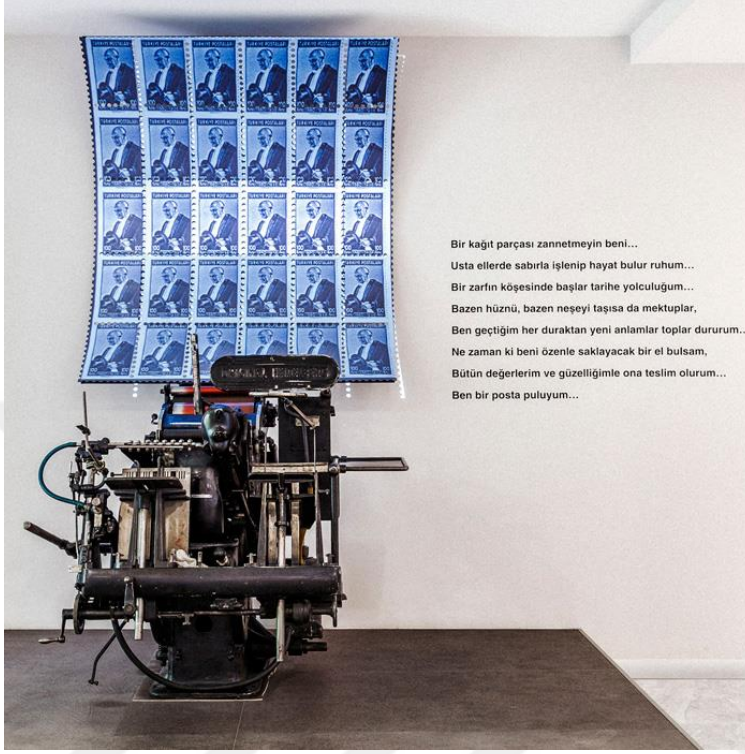
“Türkiye’de posta pulunun kullanılmasından önceki döneme prefilatelik dönem denir. Osmanlı imparatorluğunun kuruluşundan 1840 yılı sonuna kadar birinci dönem, 1840 yılı sonundan 13 ocak 1863 tarihine kadar ikinci dönem ve ecnebi postaları, olmak üzere üçe ayrılarak incelenmektedir.

Türkiye’de 13 ocak 1864 tarihinde ilk posta pulunun çıkarılışından sonraki dönem filatelik dönem adı ile anılır. Bu dönem tuğralı pullarla başlamıştır. M. Müfahham Akoba’nın Türkiye’de pul ve pulculuk isimli kitabına göre filatelik devir posta hizmetleri; Osmanlı Postaları (1863-1920), İmtiyazlı Ecnebi postaları, Anadolu postaları, Türkiye Cumhuriyeti Postaları (1923 ve sonrası) olmak üzere beşe ayrılarak incelenmektedir.”

Tasarım boyutu küçük olan pul; illüstrasyon, fotoğraf ve tipografi kullanılarak grafik tasarım ilkeleri ile beraber tasarlanmaktadır. Pul tasarlarken grafik tasarımcının dikkat etmesi gereken nitelikler; Pul’un konusu, türü, ebatları, tipografik düzenlemesi görsel sembol ve resimleri, hedef kitlesi, kompozisyonu, pulun üzerinde zorunlu olması gereken öğeler ve tasarım ilkeleri olarak sıralanabilir (Düzenli,Kavuran, 2004). Grafik tasarımda anlamlı bir bütünlük oluşturan bu

tasarım aşamaları doğru ve işlevsel bir pul tasarımı ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır.

**Görsel 4.2.** Ptt Pul Müzesi Pul Baskı Makinası (Arkiv, 2019)



4404 orijinal puldan oluşan ülke koleksiyonuna ve 1500 parçadan oluşan dünya pulları koleksiyonunun bulunduğu Ankara PTT Pul Müzesi "Tarihe Tanıklık Eden Koleksiyonlar" sloganı ile açılan müze, araştırma geliştirme çalışmaları ve arşivlerden çıkarılan çok büyük bir koleksiyonun toparlanıp birleştirilmesi ile kurgulanan ve çağdaş müzecilik anlayışına dayanarak restorasyon ve sergileme tasarımı uygulanmaktadır. Kültürel ve sembolik bağlamı bu kadar güçlü ve kapsamlı olan 'Pul'un Hizmet Tasarımı ve Sergileme Tasarım ilişkisi incelemek açısından zengin bir kaynak oluşturmuştur. 'Pul', 'Pulculuk' ve 'Posta' kavramları üzerine bilgilendirme hizmeti sunan müze ziyaret edilmiş, fotoğraflar çekilmiş ve gözlemler yapılmıştır.

PTT Pul Müzesi literatür araştırması sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda üç başlık altında incelenecektir. Öncelikle bütüncül bir yaklaşım olan hizmet tasarımı ve müzenin kurum olarak sunduğu hizmet, kurumun sergileme yaklaşımı ve bu sergileme sonucu oluşan grafik tasarım, mekan ve hizmet tasarımı bütünlüğü açısından incelenecektir.

#### 4.1.a. Hizmet Tasarımı Bağlamında PTT Pul Müzesi

Atatürk'ün talimatları doğrultusunda 3 Haziran 1926'da Ankara'da kurulan 'Emlak ve Eytam Bankası' olarak hizmet vermiş olan bu tarihi bina ve 2013 yılında modern bir müzeye dönüştürülmüştür. Dışarıdan incelendiğinde Holzmeister yapılarının benzer özelliklerini gösteren yapıda, neo-klâsik mimarlığın gerektirdiği kurallara uygun biçimci bir yaklaşım görülür.

**Görsel 4.3.** PTT Pul Müzesi Dış Cephe Görünümü (Arkiv, 2019)



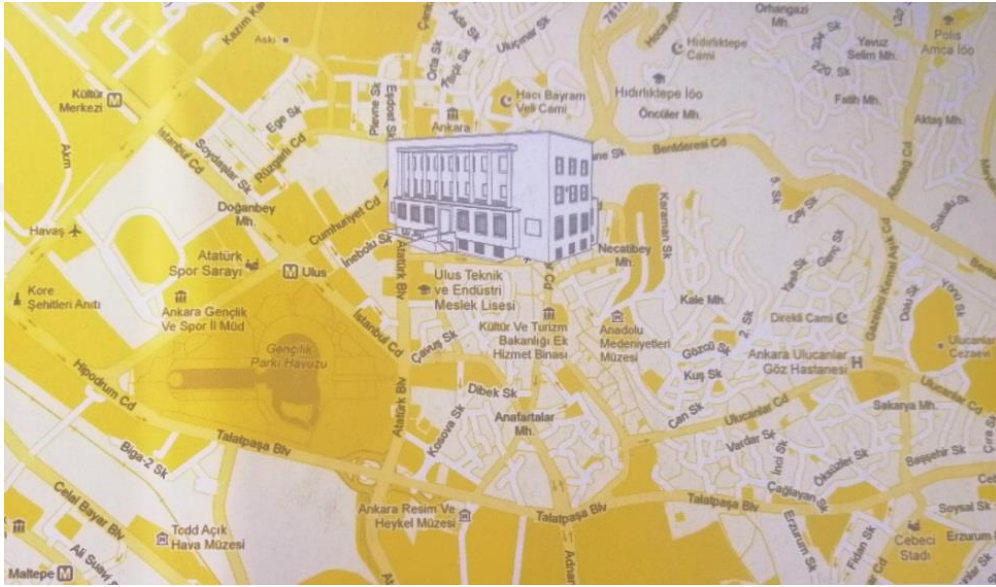
PTT Pul Müzesi uluslararası bir kültür merkezi olma özelliğini taşımaktadır. Modern müzecilik anlayışı ile tasarlanan müzede Osmanlı Devleti Pulları, Anadolu Hükümeti Pulları, Türkiye Cumhuriyeti Pulları, Dünya Pulları ve Tematik Pullar sergileme alanlarından oluşmaktadır. Bunların dışında Geçmişten Günümüze Posta, İstiklal Harbinde PTT ve Nostaljik PTT alanları da mekanda görülecek sergileme bölümleridir. Müze ziyaretçiye pula dair her dönemi ve aşamayı kapsayan bütüncül bir bilgi paketi sunmaktadır.

Hizmet tasarımı literatürde bahsedildiği gibi hizmet verilen mekânın girişinden çıkıp elde edilen deneyimin kişide bıraktığı algı, izlenim, oluşturduğu haz, hissettirdiği aidiyet duygusuna kadar bir bütündür. Bu bütünlüğün içerisinde mekân bir araçtır. Müzedeki hizmet tasarımı analizinde mekânın katkısı bu düzeyde incelenecektir.



Uzun süre boş kalan bina PTT tarafından restore edilip, tüm Türk Pul Koleksiyonunu sergileyen modern bir müze haline getirilmiştir. 6500m2 alana ve 5 kat üzerine yayılan müze Ankara'nın tarihi merkezinde, Ulus'ta bulunmaktadır. Konum olarak Ankara'nın her yerinden ulaşımı kolay olan müze, henüz mekana girmeden ziyaretçiyi konumu, yapısı ve çevresiyle sergilemede hizmet tasarımına dahil etmektedir.

**Görsel 4.4.** PTT Pul Müzesi Konum Haritası (Kişisel arşiv)



Ankara'nın en işlek ve insan sirkülasyonunun yoğun olduğu Ulus'a giden bulvar üzerinde olmasına ek olarak girişteki sarı renkli totem sayesinde dikkat çekerek ziyaretçi çekmeyi amaçlamaktadır.

Yüksek tavanın oluşturduğu genişlik ve aydınlık girişten itibaren ziyaretçide konfor hissi uyandırırken sergilenen ürünlerin ziyaretçiler açısından görünür kılmaktadır. Sergileme salonları, sergi içinde doğru konumlandırılmış dijital ekranlar, Türkçe ve İngilizce menü seçeneğine sahip interaktif uygulamalar ve 150 yılı aşkın PTT ve pul tarihine ilişkin bilgileri ile müze ziyaretçiyi gezerken oluşturduğu dünyanın içine almayı başarmaktadır. Dijital tasarım örneklerini teşkil eden bu öğeler ziyaretçinin bütünlük algısını tamamlamaktadır.

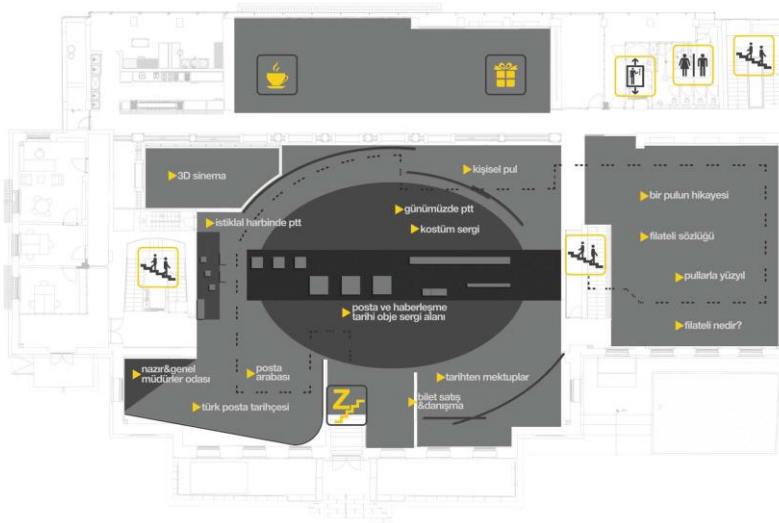
Müze zemine katından giriş yapılmaktadır. Giriş için üç kapı bulunmaktadır. Engelli yaklaşımı için ayrı bir giriş kullanılmaktadır. Ayrıca engelli ziyaretçiler için müzede 2 adet tekerlekli sandalye bulunmaktadır. Müze girişinde ziyaretçiyi bir banko karşılamaktadır. Müze giriş ücretsizdir ve bu uygulama ile ziyaretçide

bütünsel bir hizmet algısı oluşturmaktadır. Sergileme alanlarına girmeden önce karşılama bankosundan verilen bir bilet ile turnikeden geçiş yapılmaktadır. Ayrıca banko tarafından müze dokümanları verilmektedir. Bu dokümanlar içerisinde sergileme konseptiyle bütünleşen bir mektup kağıdı ve bir kartpostal verilmektedir. Ziyaretçiler için bir vestiyer alanı tasarlanmamıştır. Bu durum gelen ziyaretçinin 5 katlı bir binayı eşyaları ile gezmesine sebep olmaktadır. Sunulan hizmet tasarlanırken ziyaretçiye vestiyer hizmeti sunulmaması kişiye ve kuruma sorun yaratabilmektedir. İnteraktif sergilemelerde elinde eşyası olan ziyaretçi etkin katılım sağlayamamaktadır. Dolaşım esnasında sergileme üniteleri ve eserlere çarpma tehlikesi de bulunmaktadır.

**Görsel 4.5.** PTT Pul Müzesi Bodrum Kat Planı

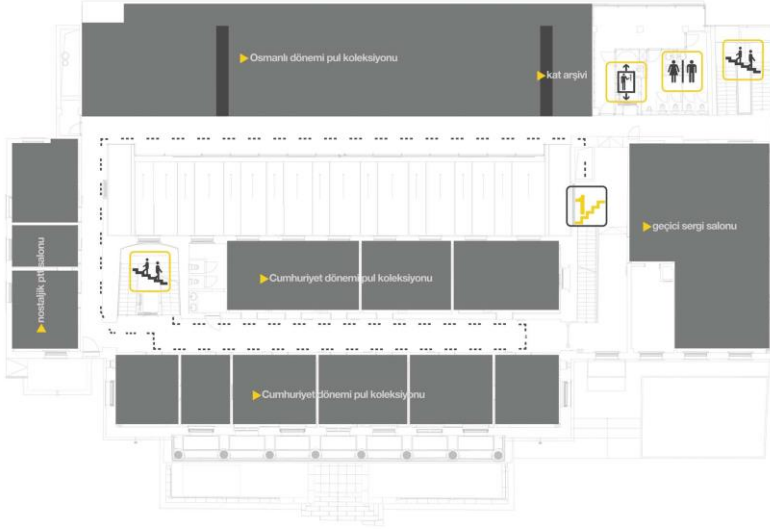


**Görsel 4.6.** PTT Pul Müzesi Zemin Kat Planı

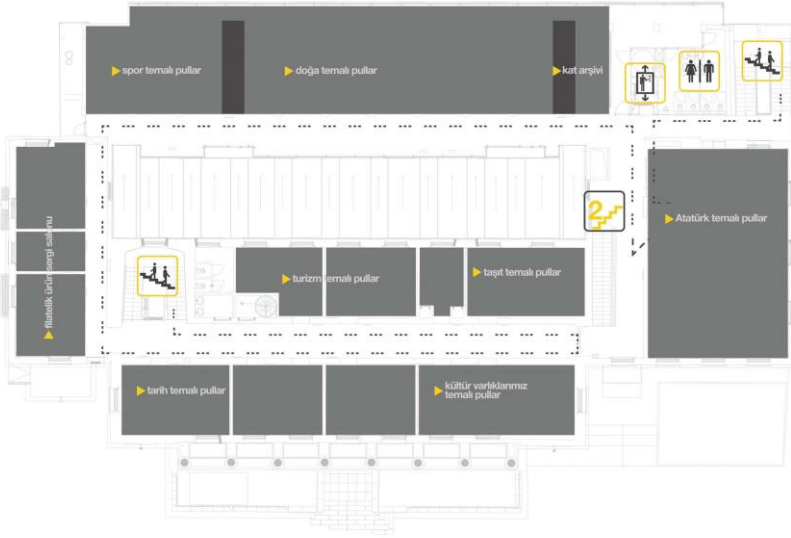




**Görsel 4.7.** PTT Pul Müzesi 1. Kat Planı



**Görsel 4.8.** PTT Pul Müzesi 2. Kat Planı



**Görsel 4.9.** PTT Pul Müzesi 3. Kat Planı



Müze sergilemesinde kronolojik sıralama tercih edilmiş sergi alanları buna göre tasarlanmıştır. Ziyaretçi giriş yaptıktan sonra yapı içerisinde nerede hangi sergiyi

bulacağı bilgisine ulaşabilmektedir (Görsel 4.10). Bu bilgiye sahip olmasına rağmen sergi alanlarına nereden başlayacağı ve nasıl yönleneceği konusunda karışıklık yaşamaktadır. Binanın tarihi bir yapı olması ve yapılış işlevinden farklı kullanılması yönlendirme ve dolaşım tasarlanırken olumsuz etkilemiştir. Bu durum yönlendirmenin sadece çevresel grafik tasarımı ile değil mekânın kendisi bir bütün olarak çözümlenmesi gerektiğini göstermektedir.

**Görsel 4.10.** PTT Pul Müzesi Bilgilendirme Panosu (Arkiv, 2019)



Müzedeki ziyaret sırasında burada geçirilen sürenin uzatılması, haz algısının artırılması ve sunulan hizmetin tatminini artırmak amacıyla müze kafesi ve mağazası bulunmaktadır. Modern müzecilik anlayışında gelen ziyaretçinin mekânda sosyalleşmesi ve iyi vakit geçirmesi önemli bir kriterdir. Müze içerisinde bir hizmeti tasarlarlarken ziyaretçinin içeride aldığı hizmetten memnun kalması ve kişiye özel tasarlanmış hissi yaratması sergileme tasarımında hizmet tasarımı bağlamını ortaya koymaktadır. Bu sayede ziyaretçide aidiyet duygusu uyanmaktadır.

**Görsel 4.11.** PTT Pul Müzesi Müze Dükkanı (Arkiv, 2019)



Birçok insanı bir araya getiren müzeler, sosyal iletişimin gerçekleştiği ve ziyaretçilerin meraklanmasına ve daha fazla öğrenme isteği duymasına imkan sağlayan mekanlar olarak tasarlanmaya başlanmıştır (Çalışkan,2016).

Müzenin her katında tuvalet bulunmaktadır. Bu sayede sergi sıralaması bozulmadan farklı katlara gitmeye gerek kalmadan ziyaretçinin ihtiyacı giderilmektedir. Müzede etkinlik alanları olarak atölye ve çocuk kulübü bulunmaktadır ancak bu alanlar aktif olarak kullanılmamaktadır. Bunlara ek olarak bir hologram kütüphane ve 3D sinema salonu bulunmaktadır. Hizmet tasarımı kapsamında yapılan bu etkinlik alanları aktif olarak kullanılmaması sebebiyle tasarımın bütün olarak algılanmasını olumsuz etkilemektedir. Ziyaretçinin daha aktif katılım sağlayacağı bu alanların müze ziyaretçinin tekrarını sağlayacakken bu durumda etkisizleştirilmiş.

Müzede sergilenen koleksiyonun tümüne, kiosklar da yer alan dijital arşiv sayesinde müzenin her yerinden rahatlıkla ulaşım sağlanmaktadır. Dokunmatik ekranlar müzenin savunduğu ‘Tarihe Dokunan Koleksiyonlar’ sloganına atıfta bulunmaktadır.

Yapı tarihi bir mekan olduğu için iç mekanlarda esneklik sağlamamaktadır. Bu sebepten dolayı mekana uyarlanmış bir sergileme tasarımı uygulanmıştır. Yapı koruma altında olduğundan duvarlar ve açıklıklarla oynamalar yapılmamış katlarda

sergileme alanları mekanlara ayrılarak tasarlanmıştır. Bu durum kronolojik sergileme için müzeye bir avantaj sağlamıştır. Her oda için ayrı bir konsept oluşturulmuştur.

#### 4.1.b. Müzenin Sergileme Yaklaşımı

Bu konu başlığı ile ilgili PTT Pul Müzesi yerinde gözlem yapılmıştır. Müze tematik bir müze olup koleksiyonu konu odaklıdır. Pul ve pula dair bütün objeler, bilgiler, postacılık tarihi ve günümüze kadar süreci müze koleksiyonu içerisine dahil edilmektedir.

Türkiye'deki en geniş kapsamlı pul koleksiyonuna sahip olan müzede etkili bilgi aktarımı sergileme tasarımı yapılırken öncül kriter olmuştur. Bu sebeple sergileme teknikleri seçilirken interaktif, bilgi aktarımını destekleyen, akılda kalıcılığı arttıran uygulamalar tercih edilmiştir.

Müzenin genel konsepti, hikayesi, koleksiyon ve içerik stratejilerinin kurgulanması, sergi alanlarının projelendirilmesi ve uygulaması Tasarımhane ekibi tarafından Güniz Erkan önderliğinde gerçekleştirilmiştir. Ayrıca genel konsept ile aynı bütünlüğü devam ettiren grafik öğeler, kurumsal kimlik çalışması, görsel işitsel prodüksiyonlar, dokunmatik ve dijital sunumlar, web sitesi tasarımı ve uygulanması da yine Tasarımhane ekibine aittir (Arkiv,2013).

#### 4.1.c. Müzenin Sergileme Tasarımında Bütüncül Tasarım İlişkisi

PTT Pul Müzesinin logosunda amblem kullanılmamıştır. Logo tasarımı serifli bir font yerine serifsiz ve yuvarlak bir font kullanılmıştır. Logo arka fonu dikdörtgen bir çerçeve içerisine alınmıştır. Logo da gri ve sarı renk beraber kullanılmıştır. Kurumsal renkleri olan gri ve sarı renk müze içerisin de kullanılmıştır. Kurumun logosu büyüdüğüde/küçüldüğünde, siyah/beyaz kullanıldığında değer kaybetmeyen ve baskı tekniğine uygun bir şekilde tasarlanmıştır. Logo tasarımında; sadelik, anlaşılabilirlik, okunurluk, özgünlük, renk ilişkisi ve modern tasarım kavramına uygun kriterler yer almaktadır.

**Görsel 4.12.** PTT Pul Müzesi Logo Tasarımı (Behance, 2013)



Kurumsal logo tasarımları, kurumun ihtiyaçları doğrultusunda tüm çevresel grafik tasarım sistemlerinden, broşürlere, kartvizitlerden ambalajlara, üniformalara kadar kapsamlı uygulama alanlarına sahiptir (Gedik, 2018). Tüm bu öğelerin bütünlüğü kurum kimliğinin ziyaretçiler tarafından algılanması ve hizmet tasarımının amaç ve kapsamıyla örtüşmektedir.

PTT Pul Müzesi'nin diğer kurumsal kimliğini oluşturan grafik tasarım öğeleri incelendiğinde logo da kullanılan renkler devam eden bütün uygulamalarda devam etmiştir. Kurumsal kimlik tasarımını oluşturan tüm unsurlar birbirleriyle uyum içerisinde tasarlanmıştır. Kurum kimliği için oluşturulan bu görsel bütünlük müze içerisinde de devam ederek mekânın kimliğini oluşturmaktadır.

**Görsel 4.13.** PTT Pul Müzesi Kurumsal Kimlik Tasarımı (Behance, 2013)



**Görsel 4.14.** PTT Pul Müzesi Kurumsal Kimlik Tasarımı (Behance, 2013)



PTT Pul Müzesi grafik tasarımı ve iletişim tasarımı ürünleri açısından ele alındığında sergileme tasarımı ve bilgi aktarmayı amaçlayan görsel iletişim tasarımı ürünleri açısından zengin bir müze olduğu saptanmıştır. Sergi alanları, müzenin kurgusuna göre geniş alanlar ya da küçük küçük odalar şeklinde sergilenmektedir. Kurumsal kimliğin mekan kimliğine dönüşümünün uygulamalara yansması sergi alanlarında sergileme tasarımı ve hizmet tasarımı kriterlerine göre incelenecektir.

#### Haberleşme ve Posta Tarihi Sergi Alanı:

Müzenin giriş katında dijital panellerin geçmişte tercüman olduğu “Haberleşme ve Posta Tarihi” bölümü bulunmaktadır. Bu alanda dijital sergileme uygulamaları kullanılmıştır. Sergileme yüzeyi grid sistemine göre tanımlanarak panellere ayrılmıştır. Grid sistem ekran ve metin olmak üzere kaydırmalı bir düzende yerleştirilmiştir. Ekran yüzeylerinde hareketli grafikler ve görseller sergileme öğesi olarak ziyaretçiyi bilgilendirme amaçlı tasarlanmıştır. Mekânın dolaşım alanlarında genel aydınlatma kullanılmıştır. Aynı yerde sergilenen büyük ve eski bir posta arabası yer almaktadır. Posta arabası sergileme alanına nostaljik bir hava vermektedir. Ziyaretçiler panellerdeki eski fotoğraflara bakarken eski posta arabasının da mekân içerisinde konumlanması ziyaretçilerde zamanda yolculuk algısı uyandırmaktadır.



**Görsel 4.15.** PTT Pul Müzesi Haberleşme ve Posta Tarihi Sergi Alanı (Arkiv, 2019)



**Görsel 4.16.** PTT Pul Müzesi Haberleşme ve Posta Tarihi Sergi Alanı (Arkiv, 2019)



#### Posta ve Haberleşme Tarihi Obje Sergi Alanı:

Giriş katında eliptik bir geometriye sahip olan bu alanda posta tarihi haberleşme araçları sergilenmektedir. Sergi farklı boyutlardaki objelerden oluştuğu için birbirinden bağımsız camekan ünitelerde sergilenmektedir. Üniteler mekanın zemininden kot farkıyla ayrılmış bir platformda tanımlanmıştır. Ayrıca bu camekan sergileme alanları buldukları yere sabit bir şekilde yerleştirilmiştir. Postacı ekipmanlarının sergilendiği vitrinlerde telgraf cihazlarını, telefon makineleri, damga



ve mühürleri, hassas tartıları, güvenlik silahları ve **postacı** çantaları sergilenmektedir. Camekan üniteler yukarıdan beyaz porselen güvercin figürleri tarafından taşınıyormuş gibi gösterilmektedir. Bu sergileme tasarımının sebebi teknolojik araçlardan önce postaların güvercin yoluyla taşınması olmasına gönderme yapmaktır. Bunlara ek olarak bu alanın sağ tarafındaki ahşap bölücü elemanların üzerinde illüstratif uygulamalar konumlandırılmaktadır. Ayrıca sergileme alanı genel aydınlatma ile aydınlatılmaktadır.

**Görsel 4.17.** PTT Pul Müzesi Posta ve Haberleşme Tarihi Obje Sergi Alanı (Arkiv, 2019)



Günümüzde PTT ve Kostüm Sergi Alanı:

Giriş katında Posta ve Haberleşme Tarihi Sergi alanının yanında bulunan kostüm sergi alanının da posta tatarlarından günümüze posta görevlilerinin kıyafetlerinin cansız mankenler üzerinde sergilendiği alan bulunmaktadır. Geçmişten günümüze postacıların kullandığı 8 adet kostüm, modellere giydirilmiş halde kronolojik bir şekilde sergilenmektedir. Mankenlerin buldukları alan kot farkıyla ayrılmış bir platformda sergilenmektedir. Bu alanda grafik tasarımı ve iletişim tasarımı öğeleri daha geri planda üç boyutlu öğeler daha ön planda uygulanmaktadır. Söz konusu alanda genel aydınlatma kullanılmaktadır.

**Görsel 4.18.** PTT Pul Müzesi Günümüzde PTT ve Kostüm Sergi Alanı (Kişisel Arşiv)



#### Eski Pullarla Yüzyıl Dijital Sergileme Ünitesi:

Giriş katında konumlandırılmış Pullarla 100 yıl olarak adlandırılan bölümde son yüz yılda yaşanan olayların resmedildiği pullar ekranlı masalar sayesinde incelenebilmektedir. Müze koleksiyonlarına ait bilgi ve içeriklerin bu dijital ekranlar aracılığıyla erişime sunulmuş bir hizmet olması gelen ziyaretçilerin istedikleri yıla ve olaya kolaylıkla ulaşmasını sağlamaktadır. Bu alanın yanındaki ayaklı afişlerde Türk pullarının nasıl oluşturulduğu anlatılmaktadır. Burada ziyaretçi yıl içerisinde dünyayı ve Türkiye'yi haber alan olayların, sanat ve spor organizasyonlarının ve ünlülerin PTT'nin görevlendirdiği bir komite tarafından seçildiğini ve seçilen olayların tasarlanıp baskıya alınma sürecini öğrenmektedir.

Pul müzesine gelen bir ziyaretçinin kurumsal renklerle tasarlanmış ve dikkat çekici bir sergileme alanında bu süreci öğrenerek akılda kalıcı bir hizmet tasarımı ve sergileme tasarımıyla karşılaşmış oluyor. Nesnenin kendinden çok dijital ve interaktif sergilemeler ön plandadır. Bunun sebebi sergilenen öge üzerindeki

görseller küçük boyutta olduğu için bilgi aktarımı interaktif ve dijital ekranlarla desteklenmektedir. Böylelikle ziyaretçi sürece dahil edilmiştir.

Yapılan gözlemlere göre, tasarımların dikkat çektiği, daha fazla zaman geçirdiği, dijital uygulamaların da etkisiyle anlatılmak istenen bilginin daha kolay algılandığı bir tasarım uygulaması kullanıldığı söylenebilir.

**Görsel 4.19.** PTT Pul Müzesi Eski Pullarla Yüzyıl Dijital Sergi Alanı (Arkiv, 2019)



**Görsel 4.20.** PTT Pul Müzesi Eski Pullarla Yüzyıl Dijital Sergi Alanı (Arkiv, 2019)





### Pul Arşivleri Sergi Alanı:

Bu alanda pullar çekmeceli panolar içerisinde sergileniyor. Bu sergileme yöntemi ziyaretçinin sayısal olarak geniş olan koleksiyona erişimini kolaylaştırmaktadır. Panolarda pulları yaratan sanatçıların eskizleri tasarımı uygulamaları ve sonrasındaki matbaa sürecindeki renk çalışmalarıyla devam eden görseller sergilenmektedir. Ziyaretçi bu alanda tasarımın hikayesine tanık olmaktadır. Ayrıca bu alanda teşhir edilen pullar altı ayda bir değiştirilmektedir.

**Görsel 4.21.** PTT Pul Müzesi Pul Arşivleri Sergi Alanı (Arkiv, 2019)



### Osmanlı Dönemi Sergi Alanı:

Bu alanlarda koleksiyon yerden kopuk taşıyıcı bağlantıları tavadan verilmiş yüzeylerde sergilenmektedir. Her yüzeyde 3 ayrı önlü arkalı sergileme alanı niş içerisinde tanımlanmıştır. Koleksiyon ünitelerdeki lokal aydınlatma yoluyla aydınlatılmakta ve tavadaki ray spot aydınlatma ile desteklenmektedir. Yüzeylerde tipografik uygulamalar ile sergilenen koleksiyonla ilgili bilgiler verilmektedir. Bu tasarım, negatif (koyu bir renk) bir fon üzerine açık renk tipografi ile düzenlenmiş bir uygulama sergilenmektedir. Bu bilgilendirme, sergilenen pullar hakkında daha detaylı bilgi edinilmesine imkân vermektedir. Bu yönüyle tasarımın müzenin hizmet tasarımı amaçlarından bir olan eğitim işlevini ve bilgilendirmeyi sağlamaktadır.

Görsel 4.22. PTT Pul Müzesi Osmanlı DönemiSergi Alanı (Arkiv, 2019)



Görsel 4.23. PTT Pul Müzesi Osmanlı DönemiSergi Alanı (Arkiv, 2019)



### Cumhuriyet Dönemi Sergi Alanı:

Bu alan müzenin birinci kat koridorunda kronolojik olarak ayrı ayrı mekanlarda sergilenmiştir. Koridorda Cumhuriyet dönemi postacıların fotoğraflarından oluşan grafik uygulamalar konumlandırılmıştır. Odalardaki sergileme ünitelerinde eser teşhir edilirken, ürün hakkında hem görsel hem de yazılı verilen bilgi verilmektedir. Verilen bu bilgiler ziyaret eden kişinin merakını gidermek amacı ile tasarlanmıştır.

**Görsel 4.24.** PTT Pul Müzesi Cumhuriyet Dönemi Sergi Alanı (Arkiv, 2019)



### İstiklal Harbinde PTT Sergi Alanı:

Ziyaretçinin o döneme olan aidiyet duygusunu arttıran bir kurgulama ile sergileme tasarımı uygulaması karşımıza çıkmaktadır. Bir savaş meydanı hissi oluşturmak, cepheymiş hissi uyandırmak için zeminde taş uygulaması kullanılmış ve interaktif anlatımın kullanıldığı ekranlar da bu zeminden yükselmektedir. Bu alanda kullanılan sergileme yöntemi ziyaretçilerin dikkatlerini üzerine çeken ilginç ve özgün bir tasarım ürününe dönüşmektedir. Özellikle günümüz teknolojilerinden olan dijital ekranlardan yararlanılarak hareketli ve sesli görüntüye dönüştürülmesi durağan olan sergilemenin görsel etkisini hareketlendirerek arttırmaktadır.



**Görsel 4.25.** PTT Pul Müzesi İstiklal Harbinde PTT Sergi Alanı (Kişisel Arşiv)



**Nostaljik PTT Salonu Sergi Alanı:**

Üç oda olarak sergilenen nostaljik PTT sergi alanı ziyaretçiyi o yıllara götürmeyi amaçlanarak tasarlanmıştır. İlk odada eski PTT santralinde baştan sona neler yaşandığını canlandırma amaçlı fotoğrafik öğeler ve illüstrasyonlarla tasarlanmıştır. Duvarda santral memurelerinden telefon santrali ve mektup bağlama makinası fotoğraflarına her aşama görselleştirilmiştir. Ayrıca eski telgraf santrali makinası yer almaktadır.

**Görsel 4.26.** PTT Pul Müzesi Nostaljik PTT Sergi Alanı (Kişisel Arşiv)





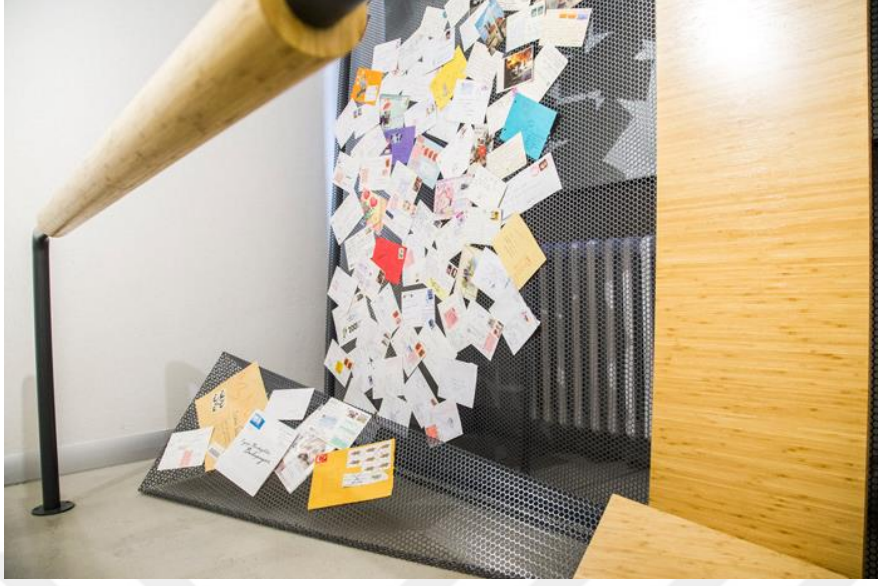
İkinci oda da ise duvarda yine fotoğraflık öğeler ve illüstrasyonlarla tasarlanmış PTT at arabaları görsel sergilenmektedir. Ayrıca bu duvarın yanında duvar içerisine nişle yerleştirilmiş ve önü camla kapanmış bir posta treni ve o döneme ait postacı kıyafetleri de sergilenmektedir. Bunların dışında yine o döneme ait bir pul verme makinesi de bu oda da sergilenmektedir.

**Görsel 4.27.** PTT Pul Müzesi Nostaljik PTT Sergi (Arkiv, 2019)



Üçüncü oda da teslim edilemeyen, yanlış adres yazılan ya da benzer bir durum sonucu kişilere ulaşamayan mektup ve kartpostallardan oluşan bu sergileme alanı renkleri ve sergilemesiyle dikkat çekmektedir. Sergileme mekanları genellikle sergilenen nesnelere ve hikayelerin yanı sıra sergileme tasarımının fiziksel içeriğinin ziyaretçi üzerindeki etkisi için de ziyaret edilir. PTT Pul Müzesi'nin sergileme tasarımındaki bu tarz dokunuşlar ziyaretçide tüm duyuların harekete geçmesini sağlayarak o dönemdeki algısı yaratmaktadır. Sergileme tasarımını bir hizmete dönüştürmek hem fiziksel öğelerin hem de duyuşal öğelerin bütünleşmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu alanda dijital alanlardaki interaktif yaklaşım yerine ziyaretçi katılımcı değil seyirci olarak konumlandırılmıştır

**Görsel 4.28.** PTT Pul Müzesi Nostaljik PTT Sergi Alanı (PTT Pul Müzesi,2019)



#### Tematik Pullar Koleksiyonu Sergi Alanı:

Müzenin ikinci katında turizm, taşıt, doğa, spor, tarih ve kültür varlıklarımız temalı pullar koleksiyonu yer alıyor. Her bir sergi alanındaki üniteler temaya uyumlu illüstrasyonlar ile tasarlanmıştır.

**Görsel 4.29.** PTT Pul Müzesi Tematik Pullar Sergi Alanı (Kişisel Arşiv)



Ayrıca Atatürk temalı sergileme alanı için ayrı bir oda düzenlenmiştir. Bu oda da Mustafa Kemal Atatürk'ün bir fotoğrafı üzerinden grafik tasarım programlarıyla oynama yapılarak bir illüstrasyon oluşturularak sergileme üniteleri üzerinde konumlandırılmıştır.

**Görsel 4.30.** PTT Pul Müzesi Atatürk Temalı Pullar Sergi Alanı (Kişisel Arşiv)



#### Dünya Pulları Koleksiyonu Sergi Alanı:

Bu alandaki koleksiyon Dünya Posta Birliği'ne (Universal Poster Union) üye olan 192 ülkeye ait pullar sergileniyor. Sergileme ünitelerinde ülkelerin simgesi haline gelmiş öğelerden platformlar hazırlanmış ve bu ünitelerde pullar sergilenmiştir. Burada amaç ziyaretçi bu alanı gezerken pulları incelemenin yanında dünya turuna çıkmış algısı sunmaktır.



**Görsel 4.31.** PTT Pul Müzesi Dünya Pulları Koleksiyonu Sergi Alanı (Arkiv, 2019)



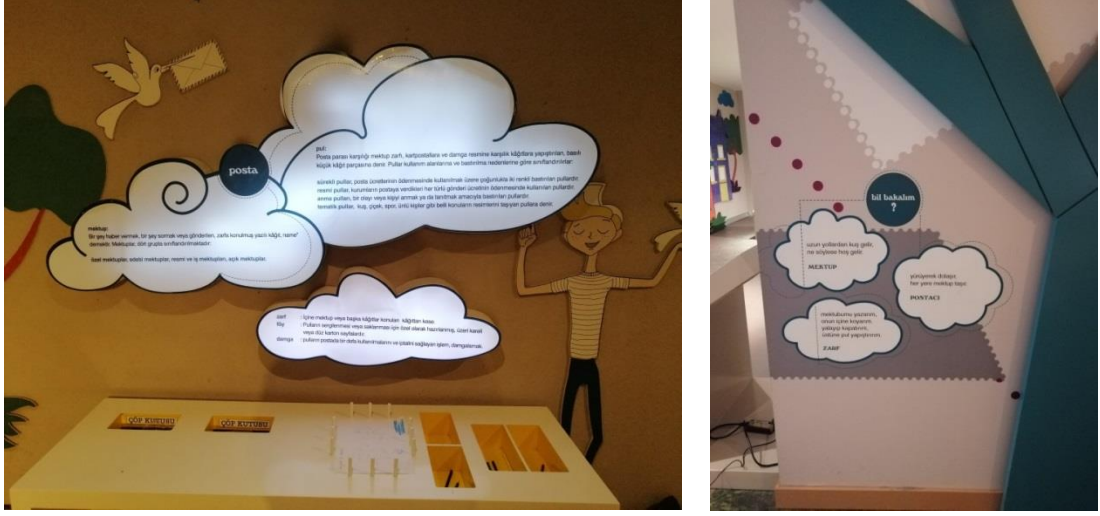
#### Çocuk Pulları ve Çocuk Kulübü Alanı:

Müzenin bodrum katında yer alan bu alan ebeveynlerin müzeyi gezerken çocukların vakit geçirmesi amacı ile tasarlanmıştır. Burada mektup ve filateliyi tanıtmak için filateli kitabına, eğlence kitabına, dokunmatik oyunlara ve çizgi filme yer verilmektedir. Duvarlarda çocukların ilgisini pula ve postaya çekmek amaçlı illüstrasyonlar bulunmaktadır. Ayrıca bilgilendirme amaçlı küçük notlar da bu illüstrasyonların arasında konumlandırılmaktadır. Tercih edilen renkler ve uygulamalar çocuk eğitimi açısından etkili anlatımı desteklemektedir.

**Görsel 4.32.** PTT Pul Müzesi Çocuk Pulları ve Çocuk Kulübü Sergi Alanı (Arkiv, 2019)



**Görsel 4.33.** PTT Pul Müzesi Çocuk Pulları ve Çocuk Kulübü Sergi Alanı (Kişisel Arşiv)



Burada her ne kadar çocukların eğitimci eşliğinde oyalanabileceği bir kulüp tasaransa da aktif bir şekilde hizmet veren bir alan olarak kullanılmamaktadır.

#### Sirkülasyon Alanları:

Sirkülasyon alanları; müze mekanı içerisinde farklı amaçla kullanılan bölümleri ve sergi alanlarını birbirine bağlayan, merdiven, asansör ya da bağlayıcı bölmeler gibi bileşenlerden oluşan alanlardır (Matthews, Lawsen, 1991). Bu alanlar bilgilendirme ve yönlendirme tasarımı kullanılarak ve görsel bütünlük sağlayarak mekân içerisinde yön bulma eylemini gerçekleştiren ziyaretçi üzerinde bütüncül bir algı sağlamaktadır.

#### Yönlendirme ve Bilgilendirme Tasarımları:

PTT Pul müzesi yönlendirme tasarımı basit şekiller ile zeminde ya da duvarda oklarla tanımlanmaktadır. Zeminde uygulanan oklar müzenin genelinde kullanılmakta ve yönlendirmeler yapının eski olmasından kaynaklanan sıkıntılardan dolayı yetersiz kalabilmektedir Bu sebeple zeminde bulunan okların hangi sergileme alanına yönlendirme yaptığı anlaşılmamaktadır. Kullanılan renkler mekânın kurumsal kimliği ile bir bütündür.

**Görsel 4.34.** PTT Pul Müzesi Zemin Yönlendirme Tasarımları (Kişisel Arşiv)



Müzenin bilgilendirme tasarımı ise duvarlara asılan panolarla tasarlanmıştır. Müzenin girişinde yer alan katların yerleşim planını gösteren pano bulunmaktadır.(Görsel 4.5) Bilgilendirme tasarımı öğeleri okunabilir ve anlaşılabilir bir bakış açısıyla tasarlanmıştır. Burada da kurumsal renkler kullanılmıştır. Genel olarak yönlendirme ve bilgilendirme tasarımında bir bütünlük gözlemlense de mimari yapının üzerine oynama yapılamayacağı için yeterli ve ilgi çekici bir uygulama yapılamamıştır.

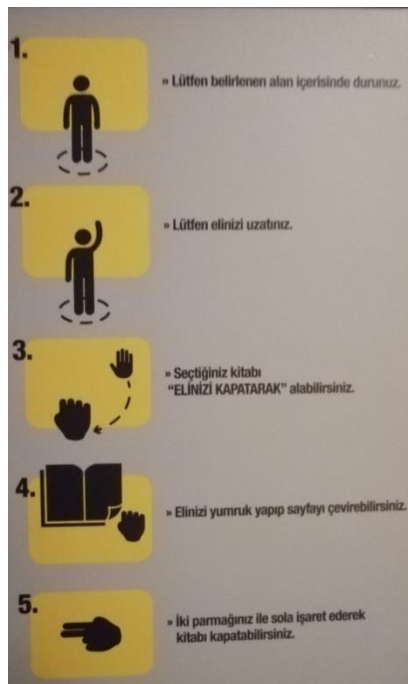
Piktogramlar tuvalet ve engelli asansörlerini göstermek için kullanılmaktadır. Mekânda konumlandırılan diğer tasarım elemanlarında kullanılan renkler ile tasarlandığı görülmektedir.

**Görsel 4.35.** PTT Pul Müzesi Pictogram Tasarımları (Kişisel Arşiv)



Ayrıca müzenin hologram kütüphanesinin kullanımı da piktogramlar kullanılarak bilgilendirmesi sağlanmaktadır. Bu tasarımda da kurum kimliğinin renklerinin ve tasarım dilinin devam ettiği görülmektedir. Müze içerisinde farklı yüzeylere uygulanan piktogramların genel olarak mekân kimliği ile görsel bütünlük sağladığı görülmektedir.

**Görsel 4.36.** PTT Pul Müzesi Pictogram Tasarımları (Kişisel Arşiv)





Müzedeki tipografik uygulamalar yönlendirme, bilgilendirme ve dekoratif amaçla kullanılmıştır. Bu tasarımlar sade ve anlaşılabilir bir tasarım diline sahiptirler. Sirkülasyon alanlarında konumlandırılan fotoğrafik öğeler Cumhuriyet Dönemi Postacılarını Sergi Alanı koridorunda konumlandırıldıkları için o dönemi vurgulayacak şekilde kurgulanmıştır.

**Görsel 4.37.** PTT Pul Müzesi Sirkülasyon Alanları Fotoğrafik Uygulamaları (Arkiv, 2019)



PTT Pul Müzesi sergileme tasarımı ve hizmet tasarımı kriterleri (iç mekan tasarımı, grafik tasarımı, dijital tasarımları, hareketli görsel iletişim tasarımları, bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları) hizmet tasarımının bütüncül yaklaşımı bağlamından incelenmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde bu kriterler detaylandırılarak anlatılacaktır.

## 4.2. Örnek Analizi: ERİMTAN Arkeoloji ve Sanat Müzesi

Koleksiyoner işadami Yüksel Erimtan'ın biriktirdiği arkeolojik eserlerin bir araya gelmesi ile Mart 2015 de müze kurulmuştur. Ankara Kalesi'nde yer alan Erimtan Müzesi üç eski Ankara evinin yapısal olarak birleştirilip sadece dış kabuğu korunarak iç hacmi bütüncül bir sergi alanı olarak kurgulanmıştır.

Çağdaş müzecilik anlayışı ile biçimlendirilen Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi kültürün tüketime sunulmasını ve farklı disiplinlerin bir bütün olarak çalışmasını estetikleştirilerek sunmaktadır. Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi literatür araştırması sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda üç başlık altında incelenecektir. Öncelikle bütüncül bir yaklaşım olan hizmet tasarımı ve müzenin kurum olarak sunduğu hizmet, kurumun sergileme yaklaşımı ve daha sonra bu sergileme sonucu oluşan grafik tasarım, mekan ve hizmet tasarımı bütünlüğü açısından incelenecektir.

### 4.2.a. Hizmet Tasarımı Bağlamında Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi

Ankara'nın en eski yerleşim yerlerinden biri olan Ankara Kalesinde yer alan müze, konumu sebebi ile yerli yabancı turist sirkülasyonunun yoğun olduğu bir bölgede yer almaktadır. Müzenin bulunduğu konum Ankara'nın birçok yerinden araç ve toplu taşıma kullanılarak kolay ulaşım sağlamaktadır.

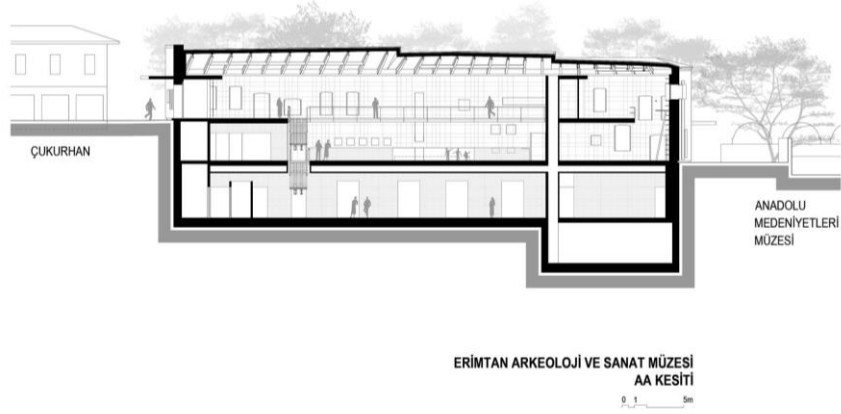
Ankara'ya özgü doğal Ankara taşı ile kaplanmış bir dış cepheye sahiptir. Müzenin girişinde kabartmalı tipografiyle tasarlanmış bakır kaplı bir kapı yer almaktadır. Müze koleksiyonu Roma, Urartu, Hitit ve Bizans'tan dönemlerine ait eserlerden oluşmaktadır. Fayrum portreleri, takılar, Roma döneminden kalan mutfak eşyası, testiler, kaplar, cam kadehler ve kaşıklar sergilenmektedir.

Günümüz sergileme tasarımına uygun olarak biçimlendirilen müze yaşayan bir kültür merkezi olarak işlev görmeyi hedeflemektedir. Arkeolojik eserlerin bulunduğu çağdaş müze anlayışıyla tasarlanan sergi alanları dışında geçici sergilere de yer veren çok amaçlı bir sergi alanı bulunmaktadır.

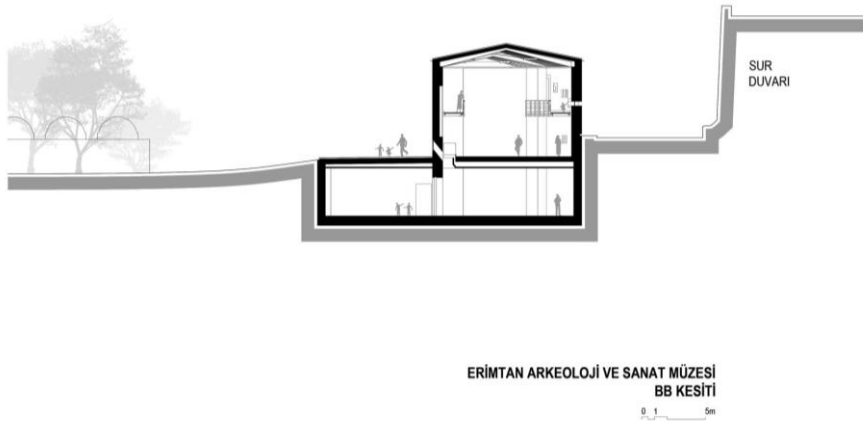
**Görsel 4.38.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Dış Cephe Görünümü (Arkiv, 2019)



**Görsel 4.39.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi AA Kesiti



**Görsel 4.40.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi BB Kesiti



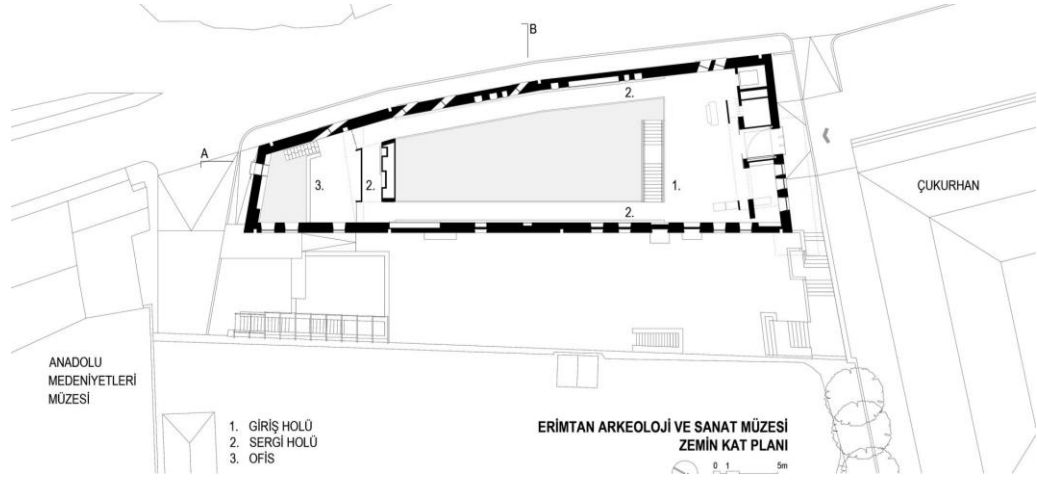
Müzenin ana girişinde, hediyeye dükkanı, vestiyer ve asansörün bulunduğu asma katta koleksiyondan belirli eserler de sergilenmektedir. Müze girişindeki asma kattan görülen galeri boşluğu sayesinde tüm eserler ve sergileme üniteleri görülmektedir. Bu sayede ziyaretçi müzede dolaşım esnasında bir yönlendirmeye ihtiyaç duymamaktadır. Ziyaretçi mekana dair bilgiye daha girişten sahip olmaktadır.

**Görsel 4.41.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Asma Kat Genel Görünüm (Arkiv, 2019)

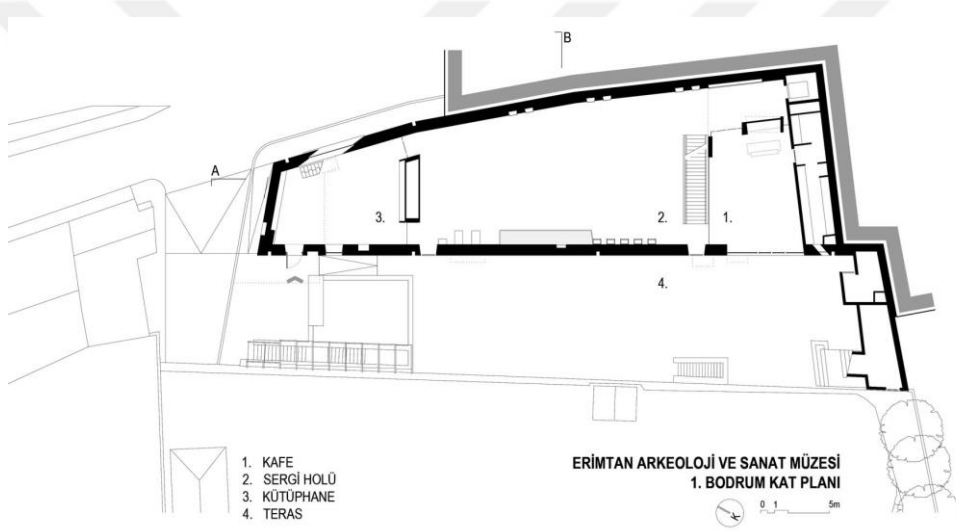


Yeni teknolojilerin kullanıldığı sergilemeye sahip olan müzede, akıllı mobil müze rehberi uygulaması kullanılmaktadır. Bunların dışında konserleri, atölyeler ve bahçe kullanımını sağlayacak yoga meditasyon gibi grup etkinlikleri gerçekleştirilmektedir. Bu yönleriyle hizmet tasarımı yaklaşımını tüm yönleriyle yansıtan Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi multi-disipliner özelliklerini de yansıtmaktadır.

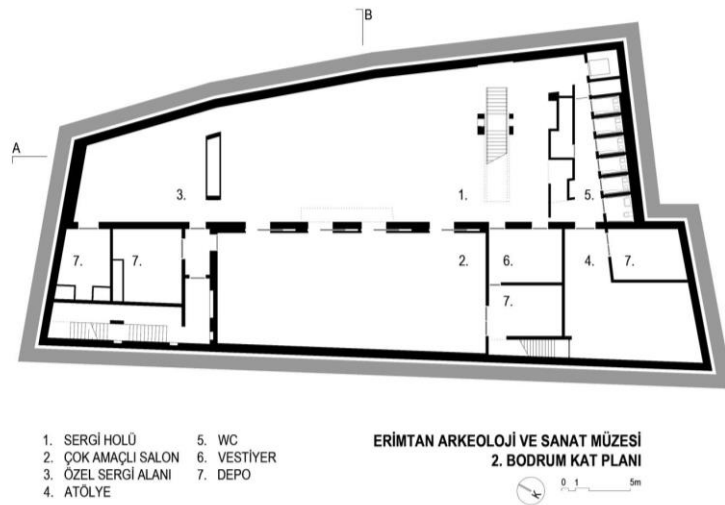
**Görsel 4.42.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Zemin Kat Planı



**Görsel 4.43.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi 1. Bodrum Kat Planı



**Görsel 4.44.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi 2. Bodrum Kat Planı



Müze ziyareti esnasında geçirilen sürenin uzatılması, haz algısının artırılması ve sunulan hizmetin tatminini artırmak amacıyla müze kafesi ve müze dükkanı bulunmaktadır. Müzenin yaklaşımı olan çağdaş müzecilik anlayışında gelen ziyaretçinin sosyalleşmesi ve iyi vakit geçirmesi önemli bir kriterdir. Müze içerisinde bir hizmeti tasarlarken ziyaretçinin içeride aldığı hizmetten memnun kalması ve kişiye özel tasarlanmış hissi yaratması sergileme tasarımında hizmet tasarımı bağlamını ortaya koymaktadır.

Müzenin üstlendiği en önemli hizmetlerden bir tanesi eğitim işlevini yerine getirmek olmuştur. Açılıştan itibaren güçlü bir eğitim programına başlanmıştır. Bu eğitimler müzenin web sitesinden ve sosyal medya hesaplarından aktif bir şekilde duyurulmaktadır. İlkokul çağında bir çocuktan, lise öğrencilerine, engelli bireylere ve yetişkinlere yönelik eğitim programları hazırlamayı amaçlamakta ve gerçekleştirmektedir.

#### 4.2.b. Müzenin Sergileme Yaklaşımı

Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi'nin sergileme yaklaşımı anlatılırken müzenin resmi "youtube" kanalında yayınladığı tanıtım videosu ve müze çalışanları ile gerçekleştirilen görüşmeler ele alınmaktadır.

Müzenin yapı işlemi ve sergileme tasarımı biçimlenirken mekanın müzecilik yaklaşımı da aynı anda kurgulanmıştır. Söz konusu mekanın mimari yaklaşımı üç temel kavram çerçevesi içerisinde hayata geçirilmiştir. Bunlardan birincisi çevresel değerlerin izlerinin koruması ikincisi tarihi görünür kılmak ve üçüncüsü ise nispette değer yaratabilecek yeni bir mimari ürü geliştirmek olarak belirlenmiştir. Kurguda, alan dolaşım şemasından duvar grafiklerine kadar tüm sergileme senaryosu ele alınmıştır. Geleneksel malzemeler özgün haliyle bırakılmaya çalışılmıştır. 20. yy. malzemesi olan beton, çelik ve masif ahşap malzemelerin kullanımına dikkat edilmiştir.

Müzenin sergileme yaklaşımı dolaşım şemasından, duvar grafiklerine kadar tasarlanırken ilk günden itibaren bir ziyafet sofrasının temsil edeceğine karar verilmiştir. Bunun sebebi müzede sergilenen eserlerin çoğu Roma dönemi mutfak eşyalarından oluşmasıdır.



Ünitelerin içerisine yerleştirilen eserlerin toplu bir öyküsünün olmaması sebebi ile bu bir aradalgı sergilemek için güçlü mimari elemanlar kullanılarak yıllar içerisinde kendi öyküsünü bulması hedeflenmiştir. Bu sebeple müzede kronolojik bir sergileme biçimi tercih edilmemiştir. Konu ve kavram içerisine oturtulmaya çalışılmıştır.

Müzenin mobil uygulaması ‘mobil müze rehberi’ sayesinde müze hakkında genel bilgilere (konum ve iletişim bilgileri, açılış-kapanış saatleri, giriş ücretleri, müze planı, etkinlik duyuruları) ulaşım sağlanmaktadır.

Müzenin genel konsepti, hikayesi, koleksiyon ve içerik stratejilerinin kurgulanması, mimari düzenlenmesi, sergi alanlarının projelendirilmesi ve uygulaması küratörleri Adrien Saunders ve Gül Pulhan, müzenin mimarları Can Aker, Aysen Savas ve Onur Yüncü tarafından gerçekleştirilmiştir.

#### 4.2.c. Müzenin Sergileme Tasarımında Bütüncül Tasarım İlişkisi

Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesinin logosunda amblem kullanılmamıştır. Logo tipi de serifli bir font kullanılmıştır. Logo tipi altında çizgisel bir grafik öge yerleştirilmiştir. Müzenin adı büyük ve kalın ifade edilirken müzenin türü daha minimal ve serifsiz bir font kullanılarak vurgulanmıştır. Logo da kahverengi kullanılmıştır. Kahverengi müzenin koleksiyonuna ve tarihi özelliğine yapılan vurguyu ve algıyı ortaya çıkarmaktadır. Kurun logosu büyüdüğünde/küçüldüğünde, siyah/beyaz kullanıldığında değer kaybetmeyen ve baskı tekniğine uygun bir şekilde tasarlanmıştır. Logo tasarımında; sadelik, anlaşılabilirlik, okunurluk, özgünlük, klasik ve modern bakış açısını yansıtan bir tasarım yer almaktadır. Tüm bu özellikler mekanın dilinde de okunmaktadır.

**Görsel 4.45.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Logo Tasarımı (SANAT.BURADA.COM.TR, 2019)

# Erimtan

ARKEOLOJİ VE SANAT  
MÜZESİ

Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi'nin diğer kurumsal kimlik öğeleri incelendiğinde logo da kullanılan renkler devam eden bütün öğelerde kullanılmaktadır. Kurumsal kimlik tasarımı oluşturan tüm unsurlar birbirleriyle uyum içerisinde tasarlanmıştır. Kurum kimliği için oluşturulan bu görsel bütünlük müze içerisinde de devam ederek mekanın kurumsal kimlik vitrinini oluşturmaktadır.

**Görsel 4.46.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Kurumsal Kimlik Tasarımı (Kişisel Arşiv)



Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi grafik tasarımı ve iletişim tasarımı ürünleri açısından ele alındığında sergileme tasarımı ve bilgi aktarmayı amaçlayan görsel iletişim tasarımı ürünleri açısından zengin bir müze olduğu saptanmıştır. Sergi alanları, müzenin konu ve kavramına göre sergilenmektedir. Kurumsal kimliğin mekan kimliğine dönüşümünün uygulamalara yansımaları müzenin sergi alanlarında sergileme tasarımı ve hizmet tasarımı kriterlerine göre incelenecektir.

#### Asma kat Sergi Alanı:

Giriş kattaki asma kat galeri boşluğu müzeye giren ziyaretçiyi iki yana yönlendirmektedir. Asma katın iki yanında, nişler içerisinde sergilenen eserler yer almaktadır. Sergileme ünitelerinde lokal aydınlatmanın yoğun olması objeyi ve sergileme ünitesini ön plana çıkarmaktadır.

**Görsel 4.47.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Asma Kat Sergi Alanı (Arkiv, 2019)



#### Ana Sergi Alanı:

Koleksiyonun çoğu bu alanda sergilenmektedir. Sergileme ünitelerinin renkleri, malzemeleri kullanılan lokal aydınlatmaları alanı gezerken bütüncül bir etki yaratmaktadır. Sergileme ünitelerinin yanlarındaki dijital uygulamalar sayesinde sergilenen eserler hakkında bilgi almak ziyaretçinin etkileşimini arttırmaktadır. Eser sergilenirken iletilen dijital görsel ve yazılı bilgi, ziyaretçinin koleksiyon hakkında merak ettiklerini öğrenmesi amacıyla tasarlanmaktadır.

**Görsel 4.48.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Ana Sergi Alanı (Arkiv, 2019)



Ayrıca bu bölümde çok çeşitli sergileme ünitesi tasarlanarak esere özel bir sergileme yaklaşımı kurgulanmaktadır. Örneğin; eski Yunan ve Roma dönemlerine ait sikkelerin sergilenmesinde çekmece gibi tasarlanmış cam panellerde ve lokal aydınlatma kullanılarak her bir sikkenin iki yüzünü de görmekte kolaylık sağlamaktadır. Sergilenen üniteler aksiyel düzende birbirini takip eden bir mekan düzeni ile ziyaretçinin eserleri kolayca takip edebilmeleri sağlanmaktadır.

**Görsel 4.49.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Roma Dönemi Sikkelerin Sergilenme Ünitesi (Kişisel Arşiv)



Müzenin bu sergileme alanının girişinin karşı duvarına bir görsel iletişim ürünü olarak tasarlanmış bir fresk uygulanmaktadır. Bu illüstratif uygulama durağan bir

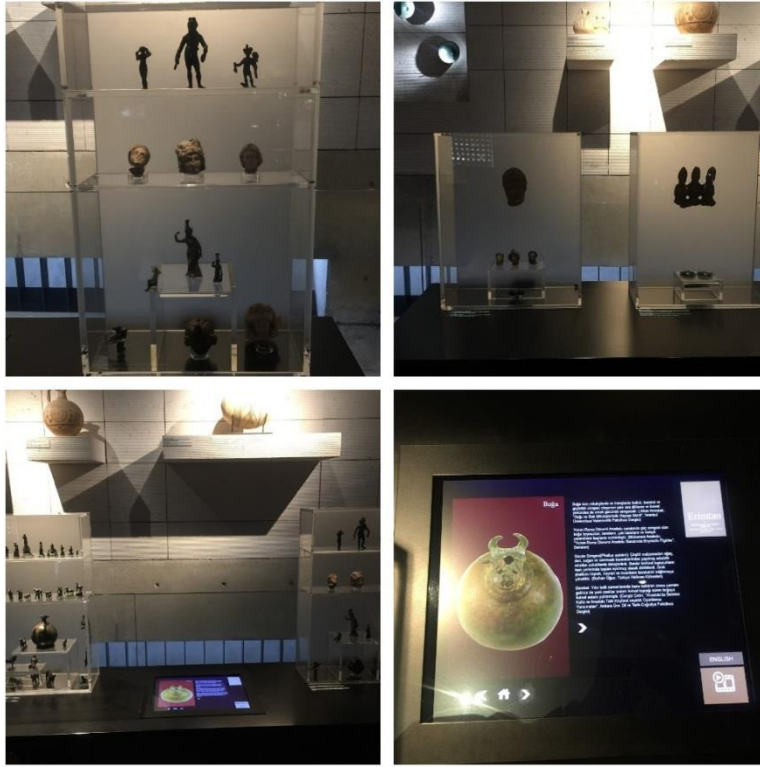


görselmiş gibi düşünülürken bir anda hareket ettiği görülmektedir. Freskin belirli yerlerinde bazı figürler hareket ederek ziyaretçiyi tasarımın içine almaktadır.

**Görsel 4.50.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Fresk Uygulama Alanı (Kişisel Arşiv)



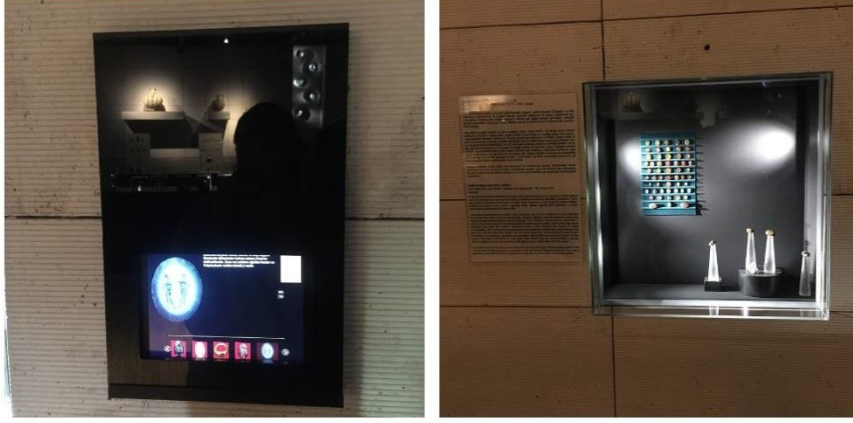
**Görsel 4.51.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Sergileme Ünitesi Uygulamaları (Kişisel Arşiv)



Ana sergi alanı ziyaretçiyi etkileyen ve yeni teknolojilerin kullanıldığı sergileme tekniklerine sahiptir. Görselde de görüldüğü gibi eser sergilenirken onun hakkında hem görsel hem de yazılı verilen dijital bilgi, ziyaretçilerin birçok merakını giderebilecek bir anlayış ile tasarlanmıştır. Bu ünite de sergilenen eserler boyut olarak

küçük oldukları için detaylar kolaylıkla anlaşılmamaktadır. Eserlerin sergilendiği iki ayrı camedandan oluşan vitrinlerin arasında konumlandırılmış olan ekran sayesinde eser hakkındaki bilgiye ulaşılırken görülmeyen detaylar da büyük resimler sayesinde anlaşılabilir.

**Görsel 4.52.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Sergileme Ünitesi Uygulamaları (Kişisel Arşiv)



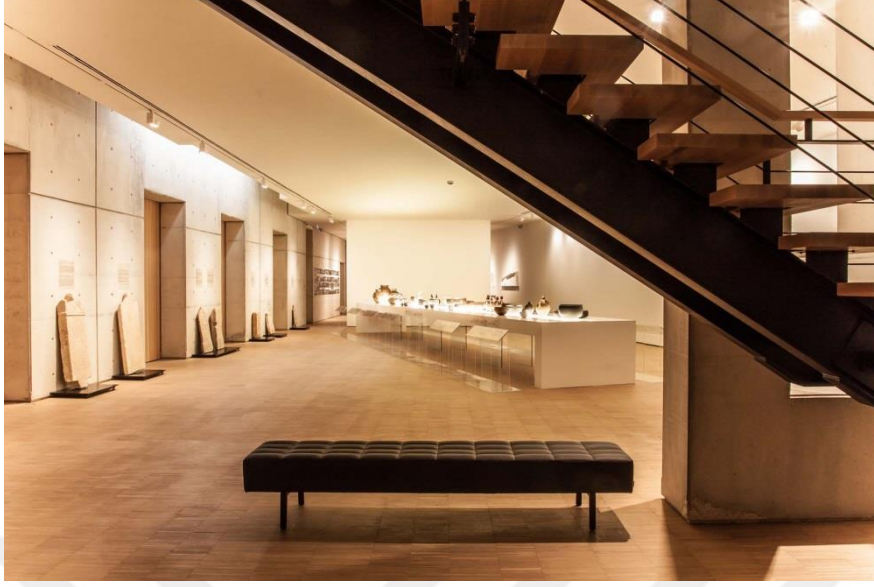
Görselde görülen sergileme ünitesi içerisinde Roma, Urartu, Hitit ve Bizans dönemlerine ait takılar sergilenmektedir. Takılar çok küçük eserler oldukları ve duvar içerisinde bir niş içerisinde küçük bir şekilde sergilendikleri için görülmesi ve anlaşılması ziyaretçi için zorluk oluşturmaktadır. Bu sergileme ünitesinin yanında da duvar içerisine yerleştirilmiş olan ekran sayesinde eserlerin detaylarına ve bilgilerine kolaylıkla ulaşılabilir. Bu dijital ekranlar müzenin sergileme yaklaşımındaki bilgi aktarma hizmetini ziyaretçiye sunarak hizmet tasarımının bir ayağını oluşturmaktadır.

Geçici Sergi Alanı:

Müzenin bu alanında geçici sergi alanı, konserler ve bu tarz etkinlikler için kullanılan çok amaçlı bir salon, atölye alanları, yapının mimari planının ve sergileme yaklaşımını anlatan bir alan, tuvaletler ve tarihi mezar taşlarının sergilendiği bölüm bulunmaktadır.



**Görsel 4.53.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Geçici Sergi Alanı (Arkiv, 2019)



#### Dolaşım Alanları

#### Yönlendirme ve Bilgilendirme Tasarımları

Erimtan Arkeoloji ve Sanat müzesinde yönlendirme sistemine ilişkin bir çalışma bulunmamaktadır. Ziyaretçi kendi yön bilgisi ile dolaşım hattını belirlemektedir. Yönlendirme sisteminin bulunmaması müzenin hizmeti açısından büyük bir eksiklik olsa da müzenin girişinde asma katı ve ana sergi alanının ve sirkülasyonun çok açık görülmesi bir yönlendirmeye ihtiyaç var mıdır sorusunu da akla getirmektedir.

Müzenin bilgilendirme sistemi incelendiğinde, sadece asansör girişlerinin yanında duvara asılı olan bilgilendirme panosu görülmektedir. Bu pano da müzenin kat planları tipografik bilgilendirme ile sağlanmaktadır. Ayrıca illüstratif görsellerle desteklenmektedir.

**Görsel 4.54.** Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Bilgilendirme Tasarımı Uygulamaları (Kişisel Arşiv)



Müze bilgilendirmesinde piktogramlar sadece tuvaletlerde kullanılmıştır. Koyu zemin üzerine açık renk ile tasarlanan piktogramların çizgisel olmasından dolayı uzaktan anlaşılmamaktadır.

Müzenin mobil müze rehberi sayesinde Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi'nin planı ile hangi katta hangi eserlerin sergilenmekte olduğu görülebilmektedir. Böylece ziyaretçi gezi rotasını kolaylıkla belirleyebilmektedir. Bu uygulama da müze içerisinde zayıf kalan yönlendirme ve bilgilendirme tasarımını olumlu yönde etkilemektedir.

Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi sergileme tasarımı ve hizmet tasarımı kriterleri (iç mekan tasarımı, grafik tasarımı, dijital tasarımları, hareketli görsel iletişim tasarımları, bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları) hizmet tasarımının bütüncül yaklaşımı bağlamından incelenmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde bu kriterler detaylandırılarak anlatılacaktır.

## BÖLÜM V

### BULGULAR VE SONUÇ

Çağdaş müze anlayışı ve tasarımına yönelik ilkelerin kavranabilmesi, uluslararası ölçekte açığa çıkan yaklaşımların farkına varılarak, bütüncül olarak ele alınması sayesinde gelişmektedir. Müze kavramı kültürel verileri değerlendirmek, tanımlamak ve çağdaş toplumun değişen taleplerine yönelik olarak kültürün değerini göstermek üzere hazırlanan bir yapı türü olarak algılansa da sadece sergileri çerçeveleyen bir olgu değil, aynı zamanda ziyaretçi deneyimine biçim veren çok yönlü etkileşim mekanlarına dönüşmüştür. Bu bakış açısı müzelerin birer hizmet tasarımı olarak algılanmasını da doğurduğu görülmektedir

Tezin ilk bölümünde, hizmet tasarımı ve sergileme tasarımının müzelerin ve müzecilik anlayışının gelişimi ile detaylı olarak ele alınmıştır. Bir uygulama olarak hizmet tasarımı süreci, çoğu uygulamada tüketiciye bütünsel bir hizmet sunmayı amaçlayan sistemlerin ve süreçlerin tasarımı içermektedir. Hizmet *tasarımı iş hizmetleri, iletişim, inşaat ve mühendislik, dağıtım, eğitim, çevre, finans, sağlık, turizm, eğlence, ulaşım* olmak üzere farklı disiplinlerden çeşitli metot ve araçları bir araya getiren disiplinler arası bir yaklaşımdır. Bu çalışma hizmet tasarımında fiziksel bileşenleri kapsayan tasarım disiplinleri yerini ve ilişkisini irdelemektedir. Müzelerde sergileme tasarımı tüm fiziksel bileşenleri doğrudan ve/veya direk ziyaretçi tarafından birbirini tamamlaması ve algılanması gerekmektedir. Yani müzenin *cephesinden iç mekanına, broşür tasarımı, sergileme üniteleri, web tasarımı, ses tasarımı, yönlendirme, bilgilendirme vs gibi* tasarım tüm türleri ile hizmet tasarımıyla olan ilişkisi görülmektedir.

Öte yandan Müzelerin günümüzde varoluş biçimi olarak deneyimi seçtiği ve deneyim ortamlarının yaratılması ve ziyaretçinin algısını değerlendirerek ziyaretçiye yönelik bakış açısı geliştirerek tüm kurgusunu bu doğrultuda biçimlendirdiği görülmektedir (Kandemir & Uçar, 2014). Bu doğrultuda dıştan-iç mekana, karşılama mekânından, sirkülasyon alanlarına, sergi mekânlarından çok amaçlı salonlara, atölyelerden laboratuvarlara, restoranlardan satış birimlerine tüm mekânlar, deneyime dayalı ortamların yaratılması hedefiyle, objenin, mekânın ve de en temelde ziyaretçinin bir araya getirildiği bütüncül bir yaklaşımın gelişmiştir. Bu da hizmet tasarımı ile bağlamını bir kez daha desteklemektedir.

Sergileme mekanlarında, mekânı oluşturan birçok fiziki öge vardır. Mekânı biçimlendiren ve bütüncüllüğü sağlayan bu öğeler belirlendiğinde sergileme alanı ve bir hizmet oluşmaya başlar. Bu noktada önemli olan bilginin bütüncül tasarım öğeleri sayesinde ziyaretçiye ulaşmasını sağlamaktır. Bu nedenle sergileme tasarımı gerçekleştirilirken mekân algısının ziyaretçiyle etkileşime geçirecek düzende tasarlanması önem kazanmaktadır. Bahsi geçen bilgiler ışığında çağdaş müzecilik, sergileme ve hizmet tasarım ile ilişkisi örneklerle üzerinden araştırmaya yönelik eski bir yapıdan dönüştürülerek müze olarak tasarlanan PTT Pul Müzesi ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi incelenmiştir.

PTT Pul Müzesi ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi sergileme yöntemlerinde hizmet tasarımının bütüncüllüğünü ele alarak çeşitli yöntemlerle elde edilen kaynak araştırmaları sonucunda dokümantasyon çalışması ile incelemeyi amaçlamıştır.

Bu araştırmada müzelerde sergileme tasarımı ve hizmet tasarımı kriterleri incelenerek PTT PUL Müzesi'nin giriş mekanından çıkışına kadar tasarlanan alanları incelenmiştir. Sergileme tasarımında uygulama süreci önemlidir. Müzenin içeriği, yön bilgisi, araştırma aşamaları, görsel ve mekânsal tasarımları konseptin oluşturulması tasarım sonucunu etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Sergileme tasarımını çok disiplinli çalışma olarak gören tez çalışmasında incelenen müzeye bakıldığında mekan kimliğinin baştan sona bütüncüllüğü gözlemlenmiştir. Kurum renkleri müzenin her bir tasarım ögesinde uyum içerisinde devam etmektedir. Bir orkestra gibi her bir enstrüman birbiriyle entegre olarak dengeli biçimde eseri ortaya koymaktadır. Tasarımcı ise orkestra şefi olarak enstrümanlarını kullanarak bu ahengi sağlamaktadır. Müzede grafik tasarım uygulamaları, özgün sergi tasarımları ve dijital kiosklar gibi pek çok farklı unsuru enstrüman olup eser sergileme hizmetinin bütünüdür. Mekan içerisinde uygulanan bilgilendirmeler ve yönlendirmeler yapının eski olmasından dolayı kısıtlansa da ziyaretçiye yön bulma için kolaylığı sağlamakta ve işlevini yerine getirmektedir. Mekan içerisinde konumlandırılan dijital uygulamalar kişinin koleksiyona rahat ulaşmasını sağlamaktadır. Müzenin sergileme tasarımına modern yaklaşımı ve müze içerisinde günümüz insanının kullanımına aşina olduğu teknolojik uygulamaların yaygın olarak konumlanmış olması mekana ziyaretçi için koleksiyonun her bir ögesine ulaşmasında kolaylık sağlamaktadır. Binanın müze kapsamında yeniden işlevlendirilmesi sonucu meydana gelen değişimler ziyaretçiyi olumlu yönde etkilemektedir.

Müzenin sergileme alanları incelendiğinde, sergilenen ögenin dönemine ve özelliklerine göre ayrı sergi alanları tasarlanmıştır. Her bir alan müzenin kurumsal kimliği ile aynı ifade dilini yansıtarak kendine özgü bir sergileme tasarımı uygulaması ile aktarılmıştır.

Sergi salonlarının dışında kafe ve müze dükkanı olması müze gezisinde sosyalleşmenin bir parçası haline dönüştürülmüştür. Müzenin kafeteryası küçük fakat mekan kimliğine uygun olarak tasarlanmıştır. Ziyaretçinin dinlenmesi ve sosyalleşmesi açısından keyifli bir mekan olan kafeteryanın menüsü de ziyaretçi için yeterli olacaktır. Kafeteryanın haftasonuna özel hazırladığı kahvaltı uygun fiyatlı menüsü de birçok ziyaretçi çekmektedir. Hizmet tasarımının önemli özelliklerinden biri de mekana gelen müşteriyi ya da ziyaretçiyi tekrar o mekana çekebilmektir. Kafeteryası sayesinde bunu başarabilen PTT PUL Müzesi günümüz müzecilik anlayışında var olan atölye etkinlikleri düzenlerse de ziyaretçi sirkülasyonunu arttırmış olur.

Müzenin satış alanında, hediyelik pul desenli yapbozlar, kartpostallar ve kupalar satılarak ziyaret bitiminde müzeden alınmış bir hizmet tasarımı ögesiyle kişi mekandan ayrılmış oluyor. Ayrıca başvuru formu, gerekli belgeler, üzerinde görmek istenilen görsel ve belli bir ücret karşılığında PTT'ye başvurulduğunda "Kişisel Pul" sahibi olabilmek aidiyet duygusunu arttırmaktadır.

PTT PUL Müzesi sergileme tasarımının gelişimi adına kültür mirasının korunması, var olan bilgi hazinesinin aktarılmasında 'Tasarımhane' ekibiyle birlikte tasarlanarak ziyaretçiye müze içerisinde sıkılmadan bilgi aktarımı hizmetini sağlamaktadır.

Bu araştırmada müzelerde sergileme tasarımı ve hizmet tasarımı kriterleri incelenerek Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi'ne karşılama mekanından, müzenin çıkışına kadar tasarlanan alanları incelenmiştir. Sergileme tasarımında uygulama süreci önemlidir. Müzenin içeriği, yön bilgisi, araştırma aşamaları, görsel ve mekânsal tasarımları konseptin oluşturulması tasarım sonucunu etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.

Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesinde ise müzenin sloganı olan 'eskiyle yeninin' 'tarihle bugünün' buluşma noktası olma amacı sergileme ve hizmet tasarımında

hayat bulmuştur. Bu zıtlıkları müze içinde dolaşırken tüm alanlarda gözlemlemeyi mümkün kılmıştır. Müze girişten itibaren ziyaretçiyi bütünlük içerisinde almaktadır. Koleksiyon bilgisini teknolojik uygulamalarla ziyaretçiye aktarmaktadır. Ziyaretçi, her bir eserin var oluş hikayesini, özelliklerini, bugüne kadarki serüvenini ve burada var oluş sebebini doğru kurgulanmış bir hizmet tasarımını aracı kılınarak gözlemlemektedir. Ayrıca mobil müze rehberi uygulaması sayesinde ziyaretçiler deneyimlerini sosyal medya uygulamalarından paylaşabilmekte ve ziyaretçilerin müze içerisindeki hareketleri takip edilebilmektedir. Bu sayede ziyaretçi tarafından en çok beğenilen sergileme ünitesi uygulama tarafından belirlenebilmektedir. Ayrıca uygulama içinde bulunan anket ile ziyaretçilerin aldıkları hizmeti değerlendirmeleri sağlanmaktadır.

Müzenin sergileme tasarımı yaklaşımı analiz bölümünde de bahsedildiği gibi dolaşım şemasından, duvar grafiklerine kadar tasarlanırken ilk günden itibaren bir ziyafet sofrasının temsil etme amacına ulaşmıştır. Sergileme biçimlenişi ise açık planlı kurgulanmıştır. Bu kurgu bütün eserleri ziyaretçinin görüş açısına almaktadır. Bu sebeple müze içerisinde yönlendirme ihtiyacı duyulmamaktadır. Sergileme teknikleri her duyuya hitap etmektedir. Bir eseri incelerken bilgi aktarımı bir çok tekniğin bir arada kullanılması sebebi ile anlatımı güçlendirmektedir. Bu da müzenin bıraktığı etkinin ziyaretçide daha uzun kalmasını sağlamaktadır.

Söz konusu mekanın geçici sergileme alanı farklı enstalasyonlara ev sahipliği yapmakta ve olanak sağlamaktadır. Bu alanda sergilenen eserlerin güncel olması yine müzenin 'eskiyle yeninin' bir arada tutulma kaygısını gidermektedir. Ayrıca geçici sergilerin tanıtımını müzenin sosyal medya hesapları, mobil uygulaması ve web sitesi kanalından duyurması modern insanın müzeye ziyaretini arttırmaktadır.

Müze kafesindeki Ankara manzarası ve tarihi yapı içerisindeki atmosfer ziyaretçiye tekrar gelme hissi oluşturmaktadır. Kafenin oluşturduğu bu algı müzenin hizmet unsurlarından biri olan ziyaretin tekrarlanması açısından önemlidir.

Müzenin üstlendiği en önemli işlevlerden biri olan 'müzedeki eğitim' programını önde tutan yönetim maddi durumdan dolayı faydalanamayan ziyaretçiler için 'askıda eğitim' programı uygulamaktadır. Bu uygulamada gönüllü bir kişi başkasının kullanması için alacağı eğitim hizmetinin ücretini karşılamaktadır. Bu sayede müze-insan ilişkisini güçlendirmektedir.



Müze mağazasında koleksiyon eserlerine gönderme yapılarak tasarlanan süs eşyaları ve takılar satılmaktadır. Ziyaretçi koleksiyonda gördüğü ve bilgisine sahip olduğu tarihi eseri buradan çıkarken eline alıp evine götürdüğünde müzeyle, tarihle, bugünle ve müzede aldığı hizmet ile bağımlı güçlendirmektedir.

Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesinde düzenlenen etkinliklere bakıldığında; düzenli olarak organize edilen klasik müzik dinletileri, sergi açılışları, söyleşiler, atölye çalışmaları hizmet tasarımı kurgusunun müzede başarılı bir şekilde uygulandığını göstermektedir.

Sergileme tasarımında uygulama süreci önemlidir. Müzenin içeriği, yön bilgisi, araştırma aşamaları, görsel ve mekânsal tasarımları konseptin oluşturulması tasarım sonucunu etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Hizmet tasarımını çok disiplinli çalışma olarak gören tez çalışmasında incelenen her iki müzeye bakıldığında mekanın tüm yönleriyle bütüncüllüğü gözlemlenmiştir.

Şekil 5.1. Ptt Pul Müzesi ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzeleri Karşılaştırması

Erimtan ARKEOLOJİ VE SANAT MÜZESİ	HİZMET TASARIMI	Ptt Pul Müzesi
ŞEHİR MERKEZİ	KONUM	ŞEHİR MERKEZİ
ÖZEL	YÖNETİM ŞEKLİ	DEVLET
ÇAĞDAŞ MÜZECİLİK	MÜZECİLİK YAKLAŞIMI	ÇAĞDAŞ MÜZECİLİK
MEVCUT	KURUMSAL KİMLİK TASARIMI	MEVCUT
MEVCUT	İLLÜSTRATİF UYGULAMALAR	YOK
YOK	FOTOĞRAFİK UYGULAMALAR	MEVCUT
MEVCUT	TİPOGRAFİK UYGULAMALAR	MEVCUT
MEVCUT	DİJİTAL UYGULAMALAR	MEVCUT
MEVCUT (YETERLİ DEĞİL)	YÖNLENDİRME VE İŞARETLEME TASARIMI	MEVCUT
MEVCUT	MAĞAZA	MEVCUT
MEVCUT	KAFE	MEVCUT
MEVCUT	ETKİNLİKLER	YOK

PTT Pul Müzesinde kurum renkleri müzenin her bir tasarım ögesinde ortak dili konuşmaktadır. Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesinde ise tipografi tasarımı ve renk uygulamaları ile ziyaretçiyi bütünlük içerisinde almaktadır. Diğer bir inceleme alanı olarak Ptt Pul Müzesinde, grafik tasarım uygulamaları, özgün sergi tasarımları ve dijital kiosklar gibi pek çok farklı unsuru ile beraber sergileme ve hizmet tasarımını birbirini tamamlamaktadır. Mekan içerisinde uygulanan bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları yapının yeniden işlevlendirilmesi nedeniyle kısıtlansa da ziyaretçinin yön bulmasını sağlamakta ve işlevini yerine getirmektedir. Mekan içerisinde konumlandırılan dijital uygulamalar kişinin koleksiyona rahat ulaşmasını sağlamaktadır. Müzenin çağdaş yaklaşımı ve müze içerisinde günümüz insanının kullanımına aşina olduğu teknolojik uygulamaların konumlanmış olması ziyaretçi

için koleksiyona ulaşma kolaylığı sağlamaktadır. Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi de koleksiyon bilgisini teknolojik uygulamalarla ziyaretçiye aktarmaktadır. Ziyaretçi, her bir eserin hikayesine bu dijital uygulamalar sayesinde ulaşmaktadır. Ayrıca mobil müze rehberi uygulaması sayesinde ziyaretçiler deneyimlerini sosyal medya uygulamalarından paylaşabilmekte ve ziyaretçilerin müze içerisindeki hareketleri takip edilebilmektedir.

Çalışma kapsamında, ikinci örneklem olarak incelenen PTT Pul Müzesinde ise mobil müze rehberi uygulaması bulunmamaktadır. Sergileme alanları incelendiğinde, sergilenen öğenin dönemine ve özelliklerine göre ayrı sergi alanları tasarlanmıştır. Her bir alan müzenin kurumsal kimliği ile aynı ifade dilini yansıtarak kendine özgü bir sergileme tasarımı uygulaması ile aktarılmıştır. Erimtan Arkeoloji Ve Sanat Müzesinde ise sergileme tasarımı yaklaşımı analiz bölümünde de bahsedildiği gibi dolaşım şemasından, duvar grafiklerine kadar tasarlanırken ilk günden itibaren bir ziyafet sofrasının temsil etme amacına ulaşmıştır. Sergileme biçimlenişi ise açık planlı kurgulanmıştır ve bu sebeple müze içerisinde yönlendirme ihtiyacı duyulmamaktadır. Söz konusu mekanın geçici sergileme alanı farklı enstalasyonlara ev sahipliği yapmakta ve olanak sağlamaktadır. Ayrıca geçici sergilerin tanıtımını müzenin sosyal medya hesapları, mobil uygulaması ve web sitesi kanalından duyurması modern insanın müzeye ziyaretini arttırmaktadır. Ptt Pul Müzesinin sergi salonlarının dışında kafe ve müze dükkanı olması müze gezisinde sosyalleşmenin bir parçası haline dönüştürülmüştür. Ziyaretçinin dinlenmesi ve sosyalleşmesi açısından keyifli bir mekan olan kafede ziyaretçi için tekrar gelme arzusu oluşmaktadır. Hizmet tasarımının önemli özelliklerinden biri de mekana gelen müşteriye ya da ziyaretçiye tekrar o mekana çekebilmektir. Erimtan Arkeoloji Ve Sanat Müzesi için de benzer bağlamlardan söz edilebilir. Müze kafesindeki Ankara manzarası ziyaretçiye tekrar gelme hissi oluşturmaktadır. Kafenin oluşturduğu bu algı müzenin hizmet unsurlarından biri olan ziyaretin tekrarlanması açısından bu müze için de önemlidir. Yine, PTT Pul Müzesi müze dükkanında, hediyelik pul desenli yapbozlar, kartpostallar ve kupalar satılarak ziyaret bitiminde müzeden alınmış bir hizmet tasarımı öğesiyle kişi mekandan ayrılmış oluyor. Erimtan Arkeoloji Ve Sanat Müzesi müze mağazasında koleksiyon eserlerine gönderme yapılarak tasarlanan süs eşyaları ve takılar satılmaktadır. Buna ek olarak, Pt pul müzesinde eğitim ve atölyelere gereken önem verilmezken, Erimtan Arkeoloji Ve Sanat Müzesinde bunun tam tersi

bir uygulamayla karşılaşmaktayız. Müzenin üstlendiği en önemli işlevlerden biri olan ‘askıda eğitim’ programı uygulamaktadır. Bu uygulamada gönüllü bir kişi başkasının kullanması için alacağı eğitim hizmetinin ücretini karşılamaktadır. Bu sayede müze-insan ilişkisini güçlendirmektedir.

Bunlara ek olarak yine Ptt Pul Müzesinin pasif kaldığı bir konu olarak müze etkinlikleri konusunda Erimtan Arkeoloji Ve Sanat Müzesi oldukça aktiftir. Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesinde düzenlenen etkinliklere bakıldığında; düzenli olarak organize edilen klasik müzik dinletileri, sergi açılışları, söyleşiler, atölye çalışmaları hizmet tasarımı kurgusunun müzede başarılı bir şekilde uygulandığını göstermektedir. Ayrıca, Her iki müzeye bakıldığında kurumsal kimlik bütünlüğü, ulaşım kolaylığı, eserin bilgisine erişim kolaylığı, teknolojik sergileme tekniklerinin kullanılarak anlatımın güçlendirilmesi özelliklerinin benzediğini ve hizmet tasarımında öne çıktığını görmekteyiz. Bununla beraber Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesinde müze eğitimi, etkinliklerin ve sosyal medyanın ziyaretçiyle temasta etkin araç olarak kullanıldığı gözlemlenirken PTT Pul Müzesinin bu yönlerinin zayıf kaldığı gözlemlenmiştir. Her iki müze tarihi bir yapıdan dönüştürülmüştür. Bu duruma bakıldığında PTT Pul Müzesi restorasyonu sırasında yapıya müdahaleye izin verilmediği için Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi ise PTT Pul Müzesi’nin aksine dış kabuk korunarak yapının iç kısmına müze yaklaşımı doğrultusunda müdahale edebildiği için sergileme alanlarının düzenlenmesi, yönlendirme uygulamaları ve plan şeması iki müze arasında farklılık göstermektedir.

Erimtan müzesinin yapımından açılışına kadar her tasarım alanının tüm yönleriyle bir arada çalışmış olması daha bütüncül bir sonuç oluştururken; PTT pul müzesinin yeniden işlendirilen bir projenin sonraki aşamalarında Tasarımhane ekibinin dahil olması olan bir düzene giydirmeye ve uyarlamaya bir tasarıma olanak vermiştir. Bu iki örnek arasında hizmet tasarımını karşılaştırdığımızda disiplinlerarası çalışmanın eşzamanlı ve sürekli olmasının önemini kavramaktayız.

Çağdaş müzecilik gelişiminde müzenin sergileme şekli ve ziyaretçi üzerindeki mekan algısı etkileşimsel olması sebebiyle ziyaretçilerin farkındalıklarını arttırmaktadır. Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi ve PTT Pul Müzesi ziyaretçi üzerindeki deneyimini ‘yeni’ müze kavramı ile sağlamaktadır. Her iki müzenin de

içerisinde bulundurdıkları teknolojik uygulamalar ve çağdaş sergileme biçimleri ziyaretçinin eseri mekanla birlikte deneyimlesine olanak sağlamaktadır.

PTT PUL MÜZESİ'nin koleksiyon ürünü olan pul üzerinde taşıdığı görsel imgelerle bir kültür olup ayrıca iletişim aracı olan pulun önemli bir grafik tasarım ürünü olarak da incelendiği bu tezde geçmişten günümüze kadar uzanan 'pul koleksiyonculuğu' üzerine modern bir bakış açısıyla uygulama önerilerinde bulunulacaktır.

Günümüzde kullanımı artmış olan sosyal medya mecralarında PTT Pul Müzesi'nin bir marka olarak daha aktif bir şekilde tanımı yapılabilir. Bu tanıtımın amacı müze ziyaretçi sayısını arttırmak ve ziyaret öncesi ön bilgi sağlamaktır. Ayrıca müze içerisindeki etkinliklerin artması, duyurulması ve katılımın çoğalması açısından sosyal medya önemli bir araçtır. Buna ek olarak akıllı telefon kullanımının yaygın olduğu günümüz teknoloji çağında müzenin bir mobil uygulamasının olmaması hizmet tasarımının etkileşimini olumsuz etkilemektedir. Bu sebeple müze hizmetinin kişiyle daha temasta bulunması için ve eski nostaljik pul koleksiyonları atıfta bulunarak kişinin kendi çevrimiçi koleksiyonunu yapabildiği ve 'mobil müze rehberi' olarak kullanılmayı amaçlayan bir mobil uygulama tasarlanması önerilmektedir. Bu tarz uygulamalar ve yeni teknolojiler öğrenmede etkileşimi sağlaması ve aktarılmak istenilen bilgiye hızlı erişim sağlanması ayrıca mekan içerisindeki zaman problemini ortadan kaldırması açısından müze bilgilendirmesi ve tanıtımı için etkili bir yol olduğu önerilmektedir.

Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesinde ise genel olarak hizmet tasarımı ve sergileme tasarımı bütünlük içerisinde. Bazı malzeme tercihleri bu bütünlüğün korunması için tekrar gözden geçirilebilir. Duvar yüzeylerinde kullanılan dokulu yüzeyli travertenlerin üzerine uygulanan tipografik tasarımlarda taşın yapısından dolayı yer yer tutmayan harfler yazıların okunmasını zorlaştırmaktadır. Bu uygulama için müzenin bütününde kullanılan dijital uygulamalar referans alınarak aynı şekilde dijital yöntemler tercih edilebilir. Ayrıca müzenin 'askıda eğitim' uygulaması diğer müzelerde de uyarlandığında toplumun müze algısını olumlu yönde etki edecektir. Bu da müzenin bakış açısından yola çıkarak diğer müzeler için bir öneri oluşturmaktadır.

Bu araştırma iki müze örneği üzerinden sergileme ve hizmet tasarımı içerisinde tüm ‘tasarım’ bileşenleri incelenmiştir. Bu tezde hizmet tasarımı kapsamında PTT Pul Müzesi ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi incelenmiş olup, müzelerde hizmet tasarımı alanının uygulanması ve geliştirilmesi kanısına varılmıştır. Söz konusu müze için uygulanan ve uygulanması önerilen tasarım ölçütlerinin tamamlayıcılığı vurgulanmıştır. Bahsi geçen saptamaların diğer müzelerde de uygulanması ve o müzelerin ziyaretçi ile olan etkileşimini artırma, bilgi aktarımını destekleme, bilginin sürekliliğini sağlama, müzenin ömrünü uzatma, müzeyi güncel tutma ve ziyaretçisiyle birlikte yeni ve geleceğe dönük müze kültürü oluşturma ve aktarma faydaları sağlayacaktır.

Sonuç olarak; müzelerde hizmet tasarımını anlamak için o mekânı kullanan kişi açısından bakmak gerekmektedir. İnsanların müzeleri nasıl gezdikleri, mekânın işleyişini ne ölçüde çözebildikleri, mekân ile etkileşim sırasında ne hissettikleri, mekânın amaçlarına ne kadar uyduğu, gereksinimlerine ne boyutta cevap verebildiği müzelerde sergileme ve hizmet tasarımının nasıl beraber çalıştığını ortaya çıkarmaktadır.

Müze deneyimi, insanın müzeye gitmeyi düşündüğü ilk anda bağlayan ve gezi sonrası müze deneyiminin anılarda kalmasına dek süren dinamik bir zihinsel – algısal süreçtir. Ziyaretçi müze gezisini gerçekleştirmeden önce bir gezi planlaması yapmaktadır. Bu planlama müzenin websitesi, mobil uygulaması ve sosyal medya hesaplarını incelenerek gerçekleştirilmektedir. Bu incelemede ziyaretçi müzede sergilenen koleksiyon hakkında ön bilgiye, müze etkinlik duyurularına, müzenin konumuna, açılış kapanış saatlerine ve ulaşım bilgisine kolaylıkla ulaşabilmektedir. Bu noktada müzenin çevrimiçi uygulamaları ziyaretçiyi müzeye giriş yapmadan hizmet tasarımının müze ile olan ilişkisini sergileme tasarımı kimliği ile gözlemlemekteyiz. Çevrimiçi bilgiler sayesinde ziyaretçi müzeye nasıl gideceğine (metro, otobüs, dolmuş, kişisel araç vb.) karar vererek ulaşımını gerçekleştirmektedir. Ziyaretçi müzeye girişini gerçekleştirirken müzenin hizmet tasarımı kurgusunu fiziksel olarak deneyimlemeye devam etmektedir. Girişte uygulanan güvenlik kontrolü, bankoda verilen basılı kimlik tasarımı öğeleri (broşür, katalog, müze rehberi vb.) henüz müze gezisine başlamadan ziyaretçide bir aidiyet duygusu yaratarak başlangıç noktasında mekan deneyimine olanak sağlamaktadır.



Müzeye giriş yapan ziyaretçi öncelikle sosyal medya hesabından konumunu bildirerek sergilenen koleksiyonu görmeyi tercih etmektedir. Sergileme üniteleri içinde sergilenen eserleri incelemeye başlayan ziyaretçi, hizmet tasarımı – sergileme tasarımı bütüncüllüğü ile genel konseptte, hikayeye, koleksiyon ve içerik bilgilerine mekan içerisinde uygulanan yönlendirme tasarımı, mekansal fotoğrafik, illüstratif ve tipografik uygulamalar ile ulaşmaktadır. Bu tasarım bileşenleri ziyaretçinin algısını etkilemekte ve sergileme tasarımı kimliğini hizmet tasarımı ile tamamlamaktadır. Sergileme tasarımı ziyaretçi odaklı bir yaklaşımdır ve hizmet tasarımının kurgusu bu noktada çok önemlidir. Bu tasarım uygulamalarının dışında müzelerde kullanılan dijital uygulamalar, ziyaretçinin hikayeyi anlama, koleksiyon ve içerik bilgilerine ulaşma ihtiyacını gidermektedir. Bu uygulamalar ziyaretçiye etkileşimli bir deneyim sağlamaktadır.

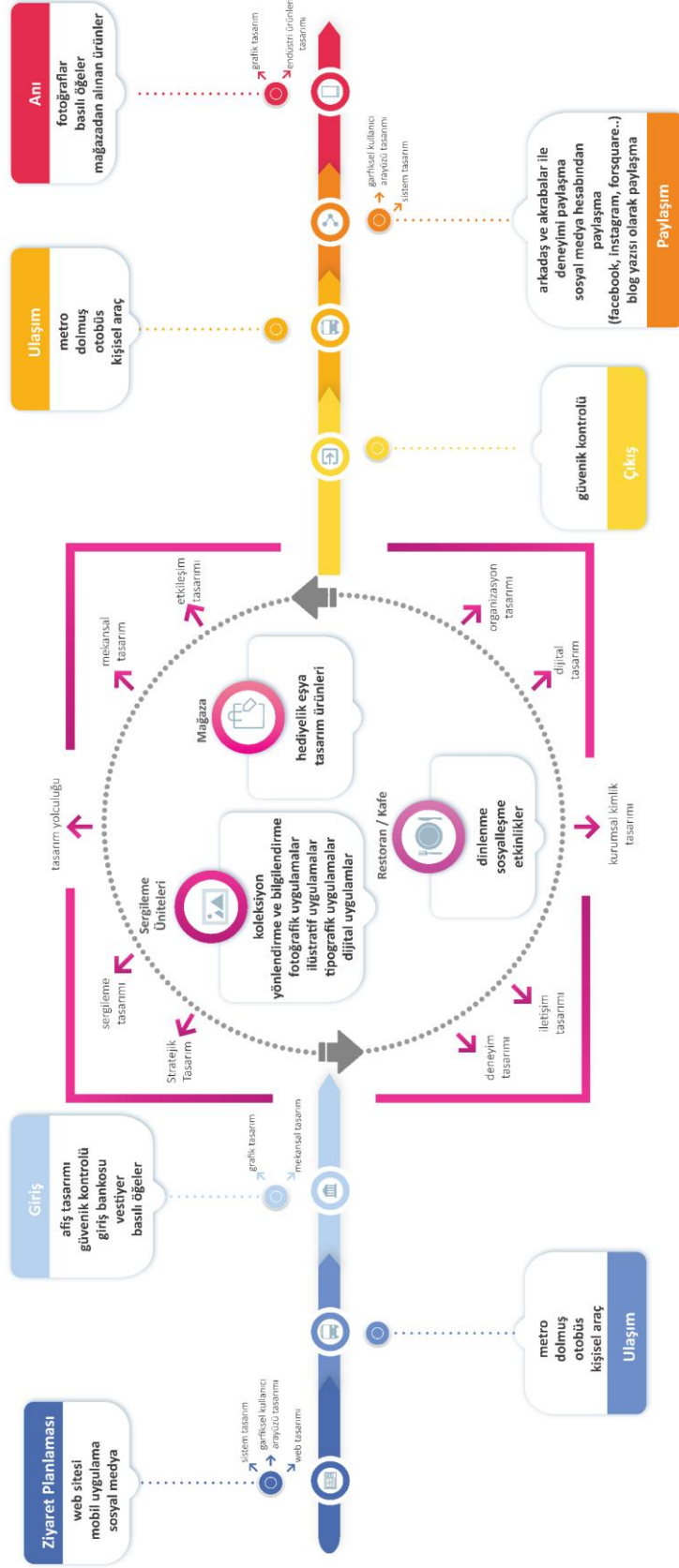
Birçok insanı bir araya getiren müzeler sosyal ve fiziksel iletişimin gerçekleştiği mekanlardır. Müzelerde bulunan kafe ve restoranlar ziyaretçiyi mekân tasarımı ile iletişime geçirecek ve sosyalleştirerek deneyimine devam etmesini amaçlamaktadır. Müze gezisinin sonunda ziyaretçi müze mağazasına uğrayarak müzenin hikayesi ve koleksiyonu ile ilgili ürünler satın alarak yaşadığı bu deneyimin gezi sonrası da anı da kalmasını sağlamaktadır.

Müze gezisinin sonunda ziyaretçi güvenlik kontrolünden geçerek çıkış yapmaktadır ve ulaşımını gitmek istediği yere gerçekleştirmektedir. Bu noktada ziyaretçide akıllı telefonlarda bulunan çevrimiçi uygulamalardan bu müze deneyimini paylaşma ihtiyacı doğmaktadır. Ziyaretçi çektiği fotoğrafları, yaşadığı deneyimi, memnuniyetini ve memnuniyetsizliğini bu uygulamalar sayesinde dış dünya ile paylaşarak ziyaretini sonlandırmaktadır.

Ziyaretçinin müze içerisindeki hizmet tasarımı deneyimi aşağıdaki görselde özetlenmiştir.

Şekil 5.2. Ziyaretçi – Hizmet Tasarımı Deneyimi

**MÜZE SERGİLEME YÖNTEMLERİNDE ‘HİZMET TASARIMI’NIN BÜTÜNCÜL YAKLAŞIMI**  
ziyaretçi hizmet tasarımı deneyimi



## KAYNAKÇA

A Medium Corporation “Designing the organization from service design perspective” Erişim tarihi: 7 Temmuz 2019  
<https://medium.com/@mariosakata/designing-the-organization-from-service-design-perspective-9f2bda1dcbbc#.j6jhd28zc>

Arkiv “Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019  
<http://www.arkiv.com.tr/proje/erimtan-arkeoloji-ve-sanat-muzesi/4385>

Arkiv “PTT pul Müzesi” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019  
<http://www.arkiv.com.tr/proje/ptt-pul-muzesi/2590>

Artful Living “Ankara’nın İlk Modern ve Çağdaş Sanat Koleksiyon Müzesi Açıldı!” Erişim tarihi: 2 Temmuz 2019  
<http://www.artfulliving.com.tr/gundem/ankaranin-ilk-modern-ve-cagdas-sanat-koleksiyon-muzesi-acildi-i-8768>

Balık, D. (2009). Çağdaş sanat müzelerinde “yeni” mekan deneyimi (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü).

Becer, E. (1997). Öğretim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Behance “PTT PUL MÜZESİ CORPORATE DESIGN” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019  
<https://www.behance.net/gallery/20331613/PTT-PUL-MUEZES-CORPORATE-DESIGN>

Behance “The Crime Museum Uncovered” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019  
<https://www.behance.net/gallery/30745171/The-Crime-Museum-Uncovered>

Berger, C., Lorenc, J., & Skolnick, L. H. (2007). What is exhibition design. Suıça: Rotovision.

Best Awards “Wellington Museum Wayfinding” Erişim tarihi: 20 Haziran  
<https://bestawards.co.nz/graphic/environmental-graphics/museums-wellington/wellington-museum-wayfinding>

Bezaz, Y. G. (2005). Geçmişten günümüze haberleşme ve PTT tarihi. Haber-İş.

Boyras, B. (2011). İletişim bağlamında müze teknolojileri ve müzelerde enformasyon. Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 1(2), 23-33.

Brand Life “Venedik Bienali nde Kaçırılmaması Gerekenler” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019 <http://www.brandlifemag.com/venedik-bienalinde-kacirilmamasi-gerekenler>

Bülent Erkmen “Sergileme Tasarımı” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019 <http://bek.com.tr>

Bulut, D. M., & Uslu, Ö. (2017). Mekan tasarımında bilgilendirme ve yönlendirme elemanlarının incelenmesi, Forum Mersin örneği. *İdil*. 6 (37): 2556-2579. DOI: 10.7816/idil-06-37, 11.

Buyurgan, S., & Mercin, L. (2005). Görsel Sanatlar Eğitiminde Müze Eğitimi ve Uygulamaları. 1. Baskı.

C&G Partners “Fresh Awards: El Paso Museum of History Wins AIGA” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019 <https://www.cgpartnersllc.com/fresh/post/fresh-project-el-paso-museum-of-history-wins-aiga-justified-award/>

Çalışkan, C. (2016) Sergileme Tasarımının Gelişimi Ve Müze İle Sanat Galerilerinin Karşılaştırılması. *Yıldız Journal Of Art And Design*, 3(1), 26-42.

ÇELİK, N.F. (2016). <http://www.arkeolojikhaber.com/haber-muzelerde-tarihi-eserleri-3-boyutlu-gorme-imbani-663/>.

Çetin, İ. (2015). “Sergi Mekânlarına Dönüştürülen, İşlevini Yitirmiş Olan Yapıların Çağdaş Sergileme Anlayışı Kapsamında İrdelenmesi” Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi.

Codur, M. B. (2010). “Tematik Mekân Düzenlemelerinde Grafik Tasarım Uygulamaları.” Sanatta Yeterlik Tezi, Hacettepe Üniversitesi.

Çolak, B. (2011). Tarihsel Süreç İçerisinde Müzelerle Birlikte Değişen Sergileme Mekanları; New York Modern Sanat Müzesi (Moma) Ve Frankfurt Modern Sanat Müzesi (Mmk) Örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(30), 37-45.

Collabcubed “Barbara Kruger’s Belief+Doubt” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019 <https://collabcubed.com/2013/09/04/barbara-kruger-beliefdoubt/>

Coordination “Shanghai Museum of Glass” Erişim tarihi: 20

Haziran <http://www.coordination.asia/portfolio/shanghai-museum-of-glass/#Text>

Demir, Ç. (2009). Günümüz Sergileme Tasarımı, Türleri ve Londra'dan Sergileme Tasarımı Örnekleri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(2).

Design Taxi “New York’s Whitney Museum Gets A New Graphic Identity” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019 <https://designtaxi.com/news/357912/New-York-s-Whitney-Museum-Gets-A-New-Graphic-Identity/>

DesignBoom “koers + mulder envision a pond full of ink for sieb posthuma exhibition” Erişim tarihi: 20 Haziran [https://www.designboom.com/design/ira-koers-roelof-mulder-a-pond-full-of-ink-sieb-posthuma-exhibition-letterkundig-museum-netherlands-01-01-2015/?utm\\_campaign=daily&utm\\_medium=e-mail&utm\\_source=subscribers](https://www.designboom.com/design/ira-koers-roelof-mulder-a-pond-full-of-ink-sieb-posthuma-exhibition-letterkundig-museum-netherlands-01-01-2015/?utm_campaign=daily&utm_medium=e-mail&utm_source=subscribers)

Digital Trends “Van Gogh vs. Candy Crush: How Museums Are Fighting Tech With Tech To Win Your Eyes” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019 <https://www.digitaltrends.com/cool-tech/how-museums-are-using-technology/>

Dur, B. İ. U. (2011). Çevresel Grafik Tasarım'ın Uygulama Alanları. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (7), 159–178. Retrieved from <http://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php?recid=12173&pdf=0012163>

Dur, B. İ. U. (2011). Çevresel Grafik Tasarım'ın Uygulama Alanları. *Sanat Ve Tasarım Dergisi*, 1(7), 159-178.

Duyar, H. (2011). “Sergileme Elemanlarının Türkiye’deki Endüstrileşme Düzeyi.” Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Düzenli, Ş., & Kavuran, T. (2004). Görsel İletişim Aracı Olan Pulun Tarihi Gelişimi Ve Grafik Ürün Olarak Önemi.

Erbay, M. (2011). Müzelerde Sergileme Ve Sunum Tekniklerinin Planlanması. Beta.

Ergün, E. (2012). Grafik Tasarımın Dış Mekan Yüzeylerde Kullanımı (Doctoral dissertation, Doctoral Thesis). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Ertep, H. (2007). Gündelik Yaşamımızın Ucundan Tutunan Bir Tasarım Nesnesi: Afiş. Grafik Tasarım: Görsel İletişim Kültürü Dergisi, 13, 80.

Fişenk, H. (2012). Yönlendirme Dizgelerinde Yerleşke Kimliğine Uygunluk ve Grafik Tasarım Sorunları:Ankara İli Çankaya İlçesi Kızılay Mahallesi İçin Yönlendirme Dizgesi Tasarımı. 49–58.

Fışgın, S. (2014). “Türkiye’de Endüstriyel Tasarımcıların Hizmet Tasarımı Alanındaki Konumu Üzerine Bir Araştırma.” Doktora Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Gedik, M. B., & Tascioglu, M. (2018). Grafik Tasarımda İllüstrasyonun Afiş Tasarımı Üzerinden İncelenmesi. Anadolu Üniversitesi Sanat & Tasarım Dergisi , 8(1), 104-124.

GraphicUS Design “Noyes Museum Annual Art Catalog” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019 <https://www.graphicusdesign.com/portfolio/noyes-art-catalog/>

Greenberg, S. (2005). The vital museum. Reshaping museum space. Architecture, design, exhibitions. (Ed: S. Macleod). London: Published by Routledge, pp. 226-237.

Güler, T. (2014). Dokuz Eylül Üniversitesi Uygulama ve Araştırma Hastanesi Örneğinde Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımında Stratejik Planlama. YEDİ, (12), 65-75.

Gümüştekin, N. (2013). Rengin Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Afişe Katkısı: Tarihsel Bir İnceleme. Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi, (9), 35–50. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/324839>

Gümüştekin, N. (2013). Rengin Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Afişe Katkısı: Tarihsel Bir İnceleme. YEDİ, (9), 35-50.

Gürel, D. (2010). ”Hizmet Tasarım Sürecinde Katılımcılık: Bir Otel İşletmesi Örneği” Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi

Harmankaya, R. (2018). “Bir Sosyal Ve Kültürel Bellek Oluşturmak: Tasarım Müzesi.” Yüksek Lisans Tezi, Tobb Ekonomi Ve Teknoloji Üniversitesi.

History of Art Daily “Louvre Museum” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019. <https://historyofartdaily.com/image/181256933041>



Holmlid, S., & Evenson, S. (2008). Bringing Service Design to Service Sciences, Management and Engineering. 341–345. [https://doi.org/10.1007/978-0-387-76578-5\\_50](https://doi.org/10.1007/978-0-387-76578-5_50)

Holmlid, S., & Evenson, S. (2008). Bringing service design to service sciences, management and engineering. In Service science, management and engineering education for the 21st century (pp. 341-345). Springer, Boston, MA.

İhtiyar, M. N. (2011).” Çağdaş Müzecilik Ve Kent Müzeciliği: Yeni Bir Program Önerisi.” Doktora Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

İlisulu, İ. (2015). Tasarımda Yeni Bir Boyut: Hizmet Tasarımı.

Jayce-O-Yesta “Louis Barragan MUSEUM BOOKLET designed by Kristina Brabec” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019 <http://jayce-o.blogspot.com/2012/12/exhibition-museum-brochure-design-ideas.html>

Jessica Jones” Branding, identity design, and logos: what’s the difference?” Erişim tarihi:5 Temmuz 2019. <https://www.jessicajonesdesign.com/brand-identity-design>.

Johns Hopkins Archaeological Museum “The Collection” Erişim tarihi: 2 Temmuz 2019 <http://archaeologicalmuseum.jhu.edu/the-collection/>

Kandemir, Ö. & Uçar, Ö. (2012) “Değişen Müze Kavramı ve Çağdaş Müze Mekanlarının Oluşturulmasına Yönelik Tasarım Girdileri” Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 18-47

Kenneth Hudson, ‘The Museum Refuses to Stand Still’, Museum International, No. 197, January -March, 1998, p. 43

Kotler, N. & Kotler, P. (2000) Can Museums be All Things to All People?: Missions, Goals, and Marketing's Role. Journal of Museum Management and Curatorship. 18:3, 271-287.

Kutlu, R. (2015). Tasarımda Disiplinlerarası Yaklaşım-Mekan Ve Grafik Tasarım İlişkisi.

Locker, P. (2013). Stant Tasarımı ve Sergileme. (Çev.: Sezen Haskatar). İstanbul: Literatür Yayınları.

Marquez, J., & Downey, A. (2015). Service Design: An Introduction to a Holistic Assessment Methodology of Library Services. Weave: Journal of Library User Experience, 1(2). <https://doi.org/10.3998/weave.12535642.0001.201>

Matthews, G. M.ve Lawsen F.(1991). Museums And Art Galleries - Oxford: Butterworth Architecture

Moma Museum “Vincent van Gogh The Starry Night”Erişim Tarihi: 20 Haziran 2019 <https://www.moma.org/collection/works/79802>

Moritz, S. (2005). Service Design - A Practical Guide to an Evolving Field. 244.

Murayama Tsukuba Expo Center Sergileme Alanı “Düşlere Meydan Okuyor”

Erişim tarihi: 7 Temmuz 2019

[http://www.murayama.co.jp/service/museum/tsukuba\\_expocenter.html](http://www.murayama.co.jp/service/museum/tsukuba_expocenter.html)

New Hello Museum Erişim tarihi: 2 Temmuz 2019 <https://www.newmuseum.org/>

Northshorecdc “Urban Art Museum Mobile App” Erişim tarihi: 2 Temmuz 2019

<http://northshorecdc.org/placemaking/punto-urban-art-museum-mobile-app/>

Okay, İ. (2007). “Askeri Müzelerde Grafik Tasarım Ve Foça Deniz Müzesi Örneği” Doktora Tezi, DEÜ Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Onlab “Museum of Fine Arts, Le Locle: Corporate Identity” Erişim tarihi:4 Temmuz 2019. <http://www.onlab.ch/projects/mbal>

ÖZKASIM, H., & Ögel, S. (2011). Türkiye'de müzeciliğin gelişimi. İTÜDERGİSİ/b, 2(1).

Öztekin, O. A. (2014). “Müze Kavramı Ve Müze Yapılarının İç Mekanlarının İstanbul'dan Örneklerle İncelenmesi.” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi.

Öztekin, O. A. (2014). Müze kavramı ve müze yapılarının iç mekanlarının İstanbul'dan örneklerle incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Haliç Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İç Mimarlık Anabilim Dalı.

Peter Fossick “Service Design” Erişim tarihi: 10 Haziran 2019.

<https://peterfossick.co/services/service-design>.

Postal Museum “The World's First Postage Stamps: The 1840 Penny Black” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019 <https://postalmuseum.si.edu/queen%27s/worldsfirststamps-list2.html>

PTT Pul Müzesi “PTT Pul Müzesi’nden Kareler” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019 <http://www.pttpulmuzesi.org.tr/galeri/galeri.aspx>

Ramirez, R., & Mannervik, U. (2008). Designing value-creating systems. Designing for Services-Multidisciplinary Perspectives, 35.

Redman Design “Biggin Hill Memorial Museum” Erişim tarihi: 8 Temmuz 2019 <https://www.redman-design.co.uk/new-gallery-1/y8852ax6v44pk9tste1p8flsuoqr1r>

Saco, R. M., & Goncalves, A. P. (2010). Service Design: An Appraisal. Design Management Review, 19(1), 10–19. <https://doi.org/10.1111/j.1948-7169.2008.tb00101.x>

Saco, R. M., & Goncalves, A. P. (2010). Service Design: An Appraisal. Design Management Review, 19(1), 10–19. <https://doi.org/10.1111/j.1948-7169.2008.tb00101.x>

SANAT.BURADA.COM.TR “ERİMTAN MÜZESİ - ANKARA” Erişim tarihi: 20 Haziran 2019 <http://sanat.burada.com.tr/rehber/ankara,altindag,kale-mahallesi/sanat-mekanlari,ozel-muzeler/muze/112/erimtan-arkeoloji-ve-sanat-muzesi>

Schubert, K. (2004). Küratörün yumurtası. ( ev: R. Simith). İstanbul: İstanbul Sanat Müzesi Vakfı Yayınları.

SEGD. “Powerhouse Museum Wayfinding and Graphics” Erişim tarihi: 20 Haziran <https://segd.org/content/powerhouse-museum-wayfinding-and-graphics>

Sürücü, O., & Başar, M. E. (2016). Kültürel Mirası Korumada Bir Farkındalık Aracı Olarak Sanal Gerçeklik. Artium, 4(1).

Şener, F., & Yener, A. K. (2008). Müzelerde Aydınlatma Kriterleri Ve İstanbul Deniz Müzesi  rneği.

SlideShare “Peter Jones A Service Design process Human Research Design Research Prototype Testing” Erişim tarihi:5 Temmuz 2019

<https://www.slideshare.net/designforcare/service-design-of-care-ocadu-workshop>

Stickdorn, M., Schneider, J., Andrews, K., & Lawrence, A. (2011). This is service design thinking: Basics, tools, cases (Vol. 1). Hoboken, NJ: Wiley.

Tarlakazan, B. E. (2018). Pul Tasarımlarında Osmanlıdan Günümüze Kadın Figürü. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 7(46), 711-727.

TAŞÇIOĞLU, M., & AYDIN, D. E. (2015). Grafik Tasarımın Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımındaki Rolü ve Londra-Eskişehir Örnekleri Üzerinden Bir İnceleme. *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(2), 227-245.

Tavakkoli, R. (2014). “İç Mimaride Grafik Tasarım.” Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi.

Taxén, G. (2004). Introducing participatory design in museums. 204.

<https://doi.org/10.1145/1011870.1011894>

The Telegraph “Mori Building Digital Art Museum” Erişim tarihi: 7 Temmuz 2019  
<https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/asia/japan/articles/tokyo-digital-art-museum-review/>

Thinc “Dubai Expo Tell Story of Human Relationship with Nature” Erişim tarihi: 7 Temmuz 2019 <http://www.thincdesign.com/project/sustainability-pavilion-expo-2020>

Turgut, E. (2000). Fuarlarda grafik tasarım sorunları üzerine. Her Yönüyle Pazarlama İletişimi, Media Cat Kitapları, Ankara.

Tzortzi, K. (2007). The interaction between building layout and display layout in museums (Doctoral dissertation, University of London).

Under Consideration “New Logo and Identity for Frans Hals Museum by KesselsKramer” Erişim tarihi: 20 Haziran

2019 [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_and\\_identity\\_for\\_frans\\_hals\\_museum\\_by\\_kesselskramer.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_frans_hals_museum_by_kesselskramer.php)

UX Planet “7 UX Principles by a Service Designer” Erişim tarihi: 9 Temmuz 2019  
<https://uxplanet.org/7-ux-principles-by-a-service-design-company-5a32da62f7e8>

Uysal, M. (2013). Mze Tasarımında Ortaya Çıkan Kriterler.” Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi.

Wang, Y., & Chu, J. (2017, July). Research on the Service Design of the Museum Visiting. In International Conference on Cross-Cultural Design (pp. 216-231). Springer, Cham.

Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2016). Services marketing: Integrating customer focus across the firm.

Ycebaş, Ç. (2006). Grafik tasarımıda görsel bütünlük oluşturmada tipografi ile görseller arasındaki ilişki ve sanat eğitimindeki yeri (Doctoral dissertation, DE Eğitim Bilimleri Enstitüsü).