

Çağdaş Sanat Müzelerinde İç Mekân Deneyimi Üzerine Nicel Bir Araştırma¹

Gamze KARAYILANOĞLU^{2*}, Burçin Cem ARABACIOĞLU²

Öz

21. Yüzyıl'ın dijital sunum teknikleriyle hem mimari mekânlar hem de sanat eserleri daha önce deneyimlediklerimizden farklı ürünler haline gelmektedir. Mimari üretimin en esnek oyun alanlarından biri olan çağdaş sanat müzeleri bu dönüşümün mekân deneyimine etkilerini irdelemek için önemli kaynaklardır.

Bu çalışmada çağdaş sanat müzelerinde iç mekân deneyimini irdelemek amacıyla mekân deneyimi kavramı ve deneyimi etkileyen faktörlerin literatür taraması yapılmış, kapsamlı çağdaş sanat müzelerinden Centre Pompidou ve Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi ziyaretçilerine beşli likert tipi ölçek kullanılarak, kullanım sonrası deneyim anketi uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS istatistik analiz programı aracılığıyla incelenmiştir. Betimsel analiz metodu kullanılarak değerlendirilen veriler sonucunda mekân atmosferi ve deneyim üzerinde en etkili girdilerin "keşif ve etkilenme hissi" ve "çoklu duyulara hitap eden" girdiler olduğu tespit edilmiştir. Müzelerin tercih edilmesindeki en önemli girdinin "estetik" değer olduğu görülürken, etkileşimli teknolojilerin geleneksel rehberli tur uygulamalarından daha fazla tercih edildiği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Çağdaş sanat müzeleri, Müzecilik, Müze deneyimi, İç mekân deneyimi.

A Quantitative Research on Spatial Experience in Contemporary Art Museums

Abstract

With the digital presentation techniques of the 21st century, both architectural spaces and works of art have become different products from what we have experienced before. As one of the most flexible playgrounds of architectural production, contemporary art museums are critical resources for examining the effects of this transformation on spatial experience.

Through a comprehensive literature review, spatial experience in contemporary art museums, the concept of experience, and the factors affecting spatial experience were examined. A post-experience questionnaire using a five-point Likert-type scale was created and conducted on visitors of the Centre Pompidou and the Kiasma Contemporary Art Museum. The data obtained were analyzed through the SPSS statistical analysis program. The result of the data obtained with the descriptive analysis method shows that the inputs that create a "sense of discovery and influence" and "appeal to multiple senses" are highly effective in triggering the spatial atmosphere and experience. On the other hand, according to the data obtained, the biggest reason

¹ Bu çalışma, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık Doktora Programı'nda tamamlanan, danışmanlığını Prof. Dr. Burçin Cem Arabacıoğlu'nun yaptığı, "Çağdaş Sanat Müzelerinde Dijital Etkileşimli Teknolojilerin İç Mekân Deneyimine Etkileri" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

² Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü

* İlgili yazar/Corresponding author: gamze.karayilanoglu@msgsu.edu.tr

Gönderim Tarihi: 23.09.2020

Kabul Tarihi: 11.12.2020

for choosing a museum for a visit is its "aesthetic" value. And interactive technologies are preferred more than traditional guided tour applications.

Keywords: Contemporary art museums, Museology, Museum experience, Spatial experience.

1. GİRİŞ

Çağdaş müzeler, çoğu zaman, içerisinde sergilenen yapıtların önüne geçerek mimari temsil değeri taşıyan mimarlık ürünleri olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Müzelerin geniş ölçekli, ikonik, etkileyici/çarpıcı, etkileşim ve deneyim odaklı yapılara dönüşümünü 21. Yüzyıl'da gerçekleşen bir dizi yeniliğin etkisine bağlamak mümkündür. Tıpkı sanat eserlerindeki üretim ve temsil yöntemlerindeki yenilikler gibi mimari mekânlar da çağın getirdiği yeni teknolojilere uyum sağlamaktadır. İçerisinde bulunduğumuz dijital çağda (Negroponte, 1995, s. 80), dijital teknolojiler günlük yaşantımızı domine ettiği gibi, müze deneyimi de dönüştürmektedir.

Üretim yöntemleri ve malzeme teknolojilerindeki gelişmeler heykelsi yapılar üretilmesine imkân tanımakla birlikte, bu devasa ölçekli heykeller içerisine girilebilen, strüktürel, işlevli mekânlar oluşturmaktadır (Pallasmaa, 2011). Benzer bir durum sergilenen sanat eserlerinde de görülmektedir. Guggenheim Bilbao, Louis Vuitton Müzesi gibi pek çok ikonik çağdaş sanat müzesinin mimarı olan Frank Gehry'nin Barcelona'daki "El Peix" heykeli gibi sanat eserleri de büyük ölçeklerde, deneyimlenebilen, kentsel dokuya dâhil olan strüktürler olarak üretilebilmektedir. Sanat eserlerinin mekansallaştığı, mekanınsa sanatlaştığı çağımızda çağdaş müzeler çok katmanlı, iç içe geçmiş, sınırları silikleşmiş bir deneyim alanı haline gelmektedir.

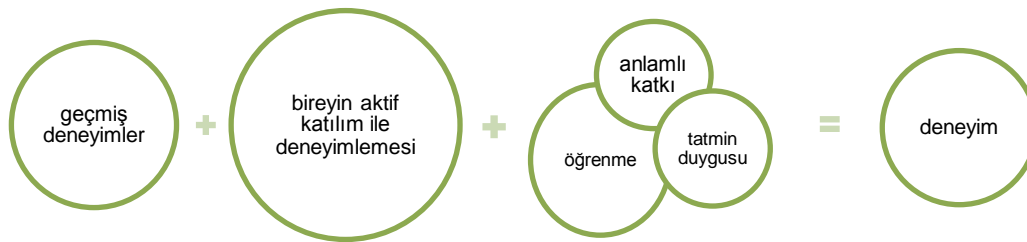
Çağdaş kültür endüstrisi yeniye, bir başka deyişle popüler olanı dayatmaktadır. 'Yeni'nin ortaya çıkış anından itibaren eskimeye başladığı öngörüsüne rağmen (Huysen 1999, s. 28), teknolojinin getirileri kültür mekânlarını, sanat eserlerinin niteliğini, üretim ve sergileme şekillerini kaçınılmaz olarak değiştirmektedir. Deneyim kavramının bilgi edinme ve yeni şeyler öğrenme ile doğrudan ilişkili olduğu düşünülürse, müzelerde değişen sergileme ve öğrenme şekilleri, müze deneyimini değiştirip dönüştürmektedir. Dijital etkileşimin mekân deneyimine dahil olmasıyla birlikte, mekânın algılanmasına olan etkisini sorgulamak adına çağdaş sanat müzelerinde mekân deneyimi ve deneyimi etkileyen faktörler tespit edilmelidir.

2. DENEYİM KAVRAMI VE ÇAĞDAŞ SANAT MÜZELERİNDE DENEYİMİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Müzeler kurumsal bilgiyi üreten ve aktaran, kültürel öğeleri koruyan, sergileyen ve bu bağlamda çeşitli eğitici/öğretici uygulamaları içerisinde bulunduran mekânlardır. Müze ziyaretçilerinin bu uygulamalarla olan etkileşimi müze deneyimi üzerinde etken role sahiptir. Eğitici bir sosyal ortam sunan müzeler, duylara hitap eden, çok katmanlı pek çok olgunun eşzamanlı deneyimlenebildiği mekânlar olarak işlemektedir. Sanat müzeleri özelinde bakıldığında ise, bu eğitici rolün sanatın ve müze mekânının sunduğu estetik deneyimle birleştiği görülmektedir. 21. Yüzyıl müzeciliğini eğitim teorisi ve uygulamaları alanında önemli ölçüde etkileyen John Dewey, 1934 tarihli "Deneyim Olarak Sanat" (Art as Experience) adlı kitabında, sanatsal ve estetik deneyime yönelik kapsamlı teoriler sunmaktadır. Dewey'e göre estetik deneyim yalnızca müzelerde değil, günlük yaşamda da gerçekleşebilen bir deneyimi ifade etmektedir. Kişinin tümüyle tatmin olduğu, geçmiş anılarla geleceğe dönük beklentilerini bir araya getiren duygular

ortaya çıkaran her eylem bir “deneyim”dir ve bu deneyimin kişide farkındalığının oluşması onu “estetik” kılar (Bedford, 2014, s.16).

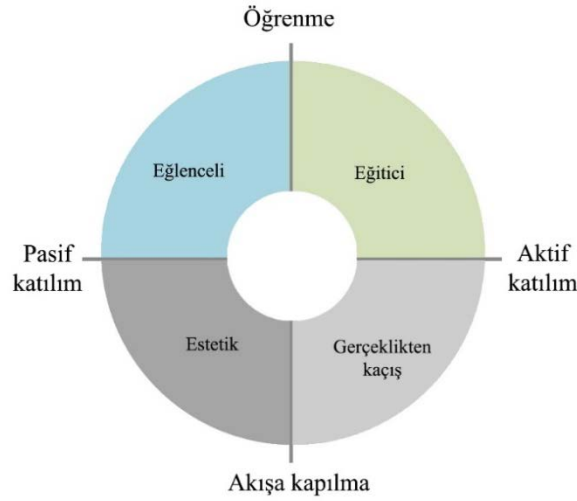
Dewey “estetik deneyim” tanımı yerine yalnızca “deneyim” (an experience) tanımını kullanmaktadır. Dewey’e göre bir eylemin deneyim olarak adlandırılması için eğitici olması ve kişinin eylemin uygulanmasında aktif katılımcı olması gerekmektedir (Glass, 1997, s.95). Dewey, geçmiş deneyimlerin estetik deneyim üzerinde yönlendirici etkisi olduğunu söyler (Kaminsky, 1957, s. 318). Bu bağlamda Dewey’in estetik deneyimini bireyin aktif katılımıyla gerçekleşen eylem sonucunda tam anlamıyla tatmin oluş hali ve geçmiş deneyimlerin üzerine eklenen ve olumlu şekilde algılanan katkı olarak tanımlamak yerinde olacaktır (Çizelge 1).



Çizelge 1. Deneyim konsepti, John Dewey. Gamze Karayılanoğlu tarafından düzenlenmiştir.

Dewey’nin bir etkinliğin anlamlı bir deneyim olması için gerekli gördüğü eğitici olma koşulu, müzelerin eğitici rolünü müze deneyiminde odak alan çalışmaların süregelişyle desteklenmektedir. Müze deneyimi alanında yapılan pek çok çalışma bulunmaktadır (Falk & Dierking, 2003; Black & Hein, 2003; Falk & Dierking, 1992, 2000, 2012; Hooper-Greenhill, 1999, Black, 2012). Yapılan bu çalışmalarda müze deneyiminin herkeste standart şekilde sonuçlanmadığı, sıklıkla bireye özgü deneyimler olarak gerçekleştiği görülmüştür (Chang, 2006, s.170). Müze ziyaretçisinin karakteristik özelliklerindeki değişim deneyimlerine de etki etmektedir. Bu bağlamda “Öğrenmenin Bağlamsal Modeli” adını verdikleri müze deneyimi modelinde Falk ve Dierking (2012), ziyaretçi odaklı müze deneyimini tanımlarken 3 ana başlıkta ele almıştır. Bunlar; kişisel, sosyo-kültürel ve fiziksel bağlamdır. Kişisel bağlam, müze ziyaretçisinin eğitim düzeyi, ilgi alanları gibi bireysel niteliklerini tanımlamaktadır. Sosyo-kültürel bağlam, müze ziyaretçisinin içerisinde yetiştiği toplumun ortak paylaşımları, dili gibi düşünce sistemi üzerinde etkili olan faktörlerdir. Fiziksel bağlam ise, müzenin fiziksel atmosferini ve mimarisini tanımlamaktadır. Falk ve Dierking, bu üç bağlamsal faktöre ek olarak “zaman” faktörünü de modelin tamamlayıcı bir parçası olarak tanımlamıştır. Bağlamsal Model, müze ziyaretçisi tarafından devamlı yeniden üretilerek zamanla ziyaretçinin deneyimi haline gelen, dinamik ve duruma özgü bir müze deneyimi modelidir (Falk & Dierking, 2012).

Pine ve Gilmore (1998) ise deneyim ekonomisi üzerine yaptıkları çalışmalarında deneyimi iki boyutlu olarak ele almışlardır. Birinci boyut, katılımının deneyime aktif ya da pasif katılımını tanımlarken, ikinci boyut ile katılımının çevresiyle olan etkileşimi ve yapılan etkinliğin akışına kapılması ifade edilmektedir. Bu iki boyutta konumlandıkları noktaya göre deneyimi sınıflandırmışlardır (Çizelge 2).



Çizelge 2. Pine ve Gilmore'un "Deneyimin Dört Alanı" tablosu üzerinden Gamze Karayılıanoğlu tarafından yeniden düzenlenmiştir (Pine & Gilmore, 1998).

Buna göre dört ana kategoride sınıflandırılan deneyimler eğlenceli, eğitici, estetik ve gerçeklikten kaçış başlıkları altında ele alınmaktadır. Konser, opera izlemek gibi daha çok pasif katılımlı deneyimler eğlence başlığı altında yer almaktayken, bir derse katılım göstermek kişinin aktif katılımı ile gerçekleşirken öğrenme eyleminin baskın olması sebebiyle eğitici başlığında yer almaktadır. Aynı anda hem aktif katılım gerektiren hem de katılımcının akışa daha yoğun şekilde dâhil olduğu deneyimler (Örneğin, bir oyunda oyuncu olarak yer almak gibi) akışa kapılma kategorisine dâhil olmaktadır. Bir sergide sanat eserini gözlemlemek gibi pasif katılımlı fakat çevresel etkilerin kullanıcıyı içine çektiği estetik deneyimler de akışa kapılma etkisi yapabilmektedir.

Yapılan bir başka deneyim analizi çalışmasında Zhang (2008), deneyimsel değer alt ölçeklerini sınıflandırmıştır. Zhang bu analizi otellerde marka deneyimi üzerine yapmasına karşın çalışmasında mekân deneyimi üzerine etkin sonuçlara ulaşmıştır. Buna göre deneyimsel değer alt ölçekleri estetik, eğlence ve eğitim, gerçeklikten kaçış, etkililik, kalite, ekonomik değer ve sosyal etkileşimdir. Buna göre, Pine ve Gilmore'un deneyimi dört alana ayıran tablosuyla oldukça kesişen bir sonuç görülmektedir.

Packer (2006), müzelerde eğlence için öğrenme deneyimlerini "keşif hissi, çoklu duylara hitap etme, erişim kolaylığı ve alternatif seçim imkânı" olarak sınıflandırmıştır. Kaplan (1987) ise yaptığı çalışmalarda "kapsamlılık, gizem, okunaklılık, uyum" kavramlarını insanların buldukları çevreye değer biçme ve anlamlandırmasında belirleyici kavramlar olarak tanımlamıştır (akt. Forrest, 2014, s. 47). Literatürdeki bu çalışmalar ışığında araştırmada kullanılacak anket çalışmasına temel oluşturan veriler elde edilmiştir.

Bu çalışmada, literatürdeki çalışmalardan elde edilen veriler ışığında mekân deneyimini etkileyen faktörler 3 ana başlık altında sınıflandırılmıştır. Bunlar; atmosfer ve deneyim, tercih ve bağlılık ve etkileşimdir. Literatür taraması ve saha araştırmaları sonucunda hem ikonik mimari özellikleri hem de yeni müzecilik olanaklarına sahip olmaları ile belirlenen Fransa, Paris'te Centre Pompidou ve Finlandiya, Helsinki'de Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi'nde ziyaretçilere uygulanan beşli likert tipi ölçekli kullanım sonrası değerlendirme anketi ile müze deneyimine etki eden faktörler ölçülmüştür. Bu amaçla öncelikle atmosfer ve deneyim soruları sorulmuştur. Daha sonra tercih ve bağlılık soruları sorularak bu müzelerin ziyaret/tercih edilme sebepleri sorgulanmıştır.

Dijitalleşmenin müze iç mekân deneyimine olan etkisini sorgulamak adına ise etkileşim soruları sorulmuştur.

Literatürdeki mekân deneyimi ve kullanıcı etkileşimi ölçüm çalışmalarının bir araya getirilmesi ile mekân atmosferinin deneyime olan etkisi, mekân deneyimine etki eden alt değerlerin kullanıcı için önemi, kullanım sıklığı ve mekân-kullanıcı etkileşiminin ağırlıklı olarak hangi kaynaklarla gerçekleştiği ölçülmüştür. Bulgular betimsel analiz yoluyla incelenmiştir.

3. İNCELENEN MÜZELER

Anketin uygulanması için belirlenen müzeler Centre Pompidou ve Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi'dir. Araştırmada örneklem seçimini klasik sergileme yöntemlerinin yanı sıra, dijital etkileşimli teknolojileri de barındıran kapsamlı müzeler olmaları ve mekânsal özellikleri bakımından farklılık göstermeleri belirlemiştir. Centre Pompidou'ya Haziran 2018 ve Temmuz 2019'da, Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi'ne ise Mayıs 2017 ve Ağustos 2019'da olmak üzere ikişer defa araştırma gezisi düzenlenmiştir. Yapılan ilk araştırma gezileri müzelerin kapsamının ve araştırmaya katkısının gözlemlenmesi yönünde etkili olmuştur.

2017 yılında The Art Newspaper'da yayınlanan araştırmaya göre Centre Pompidou 3,335,509 ziyaretçi tarafından ziyaret edilmiştir. 2018 yılında ise ziyaretçi sayısı 3,551,544'tir. Bunların 1,469,987'si koleksiyon sergisini, 2,081,557'si ise geçici sergileri ziyaret etmiştir. Müze, günlük ortalama 11,383 kişi tarafından ziyaret edilmiştir. (Url-1). Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi ise 2016 yılında 315,967 kişi tarafından ziyaret edilirken, 2018 yılında ziyaretçi sayısı 295,387'dir (Url-2). Centre Pompidou'da galeri mekânları geçici ve kalıcı sergiler için ikiye ayrılmaktadır. Dört ana galeri mekânından ikisinde modern sanat eserleri ve geleneksel sergileme yöntemleri ağırlıklı, kalıcı müze koleksiyonu sergilenmektedir. Diğer iki galeride yeni medya sanatı ve dijital etkileşimli teknolojilerin yoğun olarak sergilendiği geçici sergi düzeni bulunmaktadır.

Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi ise hem mekânsal özellikleri bakımından Centre Pompidou'ya göre farklılıklar göstermekte hem de sergi içeriği bakımında daha az sayıda dijital etkileşimli teknolojik ürün barındırmaktadır. Bununla birlikte, çağdaş sanat müzelerindeki sergi içeriklerinin dönemselsel olarak değişim göstermesi sebebiyle seçilen müzede ölçülen dijital etkileşimi o müzenin genel bir özelliği olarak tanımlamak mümkün değildir. Ancak anketin uygulandığı sergi döneminde yer alan dijital etkileşimli teknolojiler düşünülerek bir değerlendirme yapmak mümkün olacaktır. Bu bağlamda anket soruları herhangi bir çağdaş sanat müzesinde deneyim ölçmeye uygun içerikte kurgulanmıştır ve seçilen örneklerin çeşitlendirilmesi mümkündür.

3.1. Centre Pompidou

Müzecilik ve mimarlık tarihi açısından önemli bir binaya sahip olan Centre Pompidou Paris, Fransa'da bulunmaktadır. 1969 yılında Fransa Cumhurbaşkanı Georges Pompidou'nun Plato Beaubourg'daki boş alana bir kültür merkezi inşa edilmesi kararı üzerine Fransa'da ilk kez uluslararası bir mimari yarışma düzenlenmesi kararlaştırılmıştır. 681 öneri arasından İngiliz mimar Richard Rogers ve İtalyan mimarlar Renzo Piano ve Gianfranco Franchini'nin projesi seçilmiştir. Daha sonra Piano ve Rogers projenin yönetimini birlikte denetlemişlerdir. Yapı 2 Şubat 1977'de açılmıştır. Açılışından bu yana Fransa'nın en çok ziyaret edilen yapılarından biri olarak işlemeye devam etmekte olan yapı, aynı zamanda endüstri devriminin sembollerinden biridir (Url-3).

Bir fabrika binasını andıran çelik strüktürü, cam malzeme kullanımı ve ön cephesinde akışkan bir grafik çizerek katlara sirkülasyonu sağlayan, tünelvari, cam merdiveni ile daha önce müze binalarında görülmemiş şekilde strüktürü açıkta bırakan öncü tasarımıyla 20. Yüzyıl'da tartışma konusu haline gelmiştir (Şekil 1).



Şekil 1. Centre Pompidou, cephe görünüşü. (Fotoğraf: Gamze Karayılanoğlu).

Bina, her biri 7500 m² olan 10 kata yayılmaktadır. Ana giriş kapısından serbest planlı fuaye alanına girildikten sonra danışma ve bilet satış bankosu ile karşılaşılmaktadır. Solda koleksiyon sergisine yürüyen merdivenlerle erişimi sağlayan birinci ve ikinci galerilere yönlendirme yapılmaktadır. Aynı aksta girişin sağında ise üçüncü ve dördüncü galeriler ile geçici sergiler ziyaret edilebilmektedir. Katlara yayılan koleksiyon sergisine erişim cephede devam eden cam tüpte ilerleyen yürüyen merdivenden geçerek sağlanmaktadır. Bina içerisinde iki adet sinema salonu, bir konferans salonu ve bir performans alanı bulunmaktadır. 10.400 m²lik alana yayılan ortak okuma alanları olan geniş bir kütüphanenin yanı sıra 2600 m²lik bir araştırma kütüphanesi de ziyaretçiler tarafından kullanılabilir (Url-3).

Galeri alanlarında beyaz renk hâkimdir (Şekil 2). Giriş katı tavanında devam eden mavi havalandırma boruları, çelik strüktür ve cam cephe dikkati çekmektedir. Cephede de devam eden mavi, yeşil, kırmızı ve sarı renkteki borular işlevlerine göre renklendirilmiştir. Mavi renkli borular havalandırma, sarı renk elektrik tesisatı, yeşil renk su sirkülasyonu ve kırmızı renk insan sirkülasyonu (merdiven ve asansörler) için tanımlanmıştır (Url-3).



Şekil 2. Koleksiyon sergisi, (Fotoğraf: Gamze Karayılanoğlu).

Geçici sergileme alanı dönemsel olarak, sergilerin içeriğine göre dönüştürülmektedir. Çağdaş sanat eserleri ağırlıklı sergilerin düzenlendiği geçici sergileme alanında projeksiyon haritalama, dijital ve dokunmatik ekranlar, hareket algılayıcı sensörler, ses sistemleri gibi pek çok dijital etkileşimli teknoloji kullanılmaktadır. İki 3D yazıcılar üzerine yapılan "Printing the World" adlı serginin devamı olan ve 2018 yılında düzenlenen dijital kodlamanın tarihçesini ve sanatçıların bilgisayarın icadından bu yana dijital teknolojiden nasıl yararlandığını ele alan "Coding the World- Mutations Creations" adlı sergi buna bir örnektir. Sergide dijital kültür zaman çizelgeleri ve çeşitli dijital eserler aracılığıyla anlatılmaktadır. Çok sayıda projeksiyon cihazı ve dijital ekran ile bilgi aktarımı yapılmaktadır (Şekil 3).



Şekil 3. Geçici sergi alanı "Coding the World" adlı sergi, (Fotoğraf: Gamze Karayılanoğlu).

Elektronik müzik sanatçısı Ryoji Ikeda'nın "Mutations / Creations 2" adlı sergi kapsamında hazırladığı "Continuum" adlı çalışması, karanlık bir oda ile beyaz ve aydınlık bir odanın mekânı iki karşıt ve tamamlayıcı dünyaya böldüğü bir sergi düzeni ile sunulmuştur. Karanlık olan odada sanatçının tasarladığı dijital görüntüler geniş bir duvarı kaplayan perde üzerine yansıtılarak görsel ve işitsel bir kurulum oluşturulmuştur. Caddenin aydınlık odada ise ziyaretçi sokaktan geçen insanlarla görsel etkileşime girerken aynı zamanda dev hoparlörlerden oluşan bir ses sistemi ile özgürce hareket ederek hoparlörlerin yarattığı titreşimle mekânda farklı bir dinleme performansı deneyimlenebilmektedir. Ziyaretçilerden her iki alana girerken ayakkabılarını çıkarmaları beklenmektedir. Böylece mekânla etkileşim artırılmakta, kullanıcının yerde yatarak, dans ederek, oturarak mekânla etkileşime girmesi ve çoklu duyarlarla deneyimleyebilmesi sağlanmaktadır (Şekil 4).



Şekil 4. Ryoji Ikeda'nın Continuum Mutations / Créations 2 adlı sergisinden ses sistemleri ile işitsel bir deneyim, (Fotoğraf: Gamze Karayılanoğlu).

Centre Pompidou'da, günümüzde artık pek çok çağdaş sanat müzesinde olduğu gibi bir dijital medya birimi bulunmaktadır. Bu idari birim sosyal medya, internet sayfası yönetimi ve dokümantasyonu, kaynak merkezi ve grafik tasarım alanlarında işlevi sağlamaktadır. Görsel ve işitsel üretimler ve bilgi teknolojileri üzerine uzman ekiplerle çalışılmaktadır. Müze resmi web sitesinin yanı sıra, anlık olarak güncellenen sosyal medya hesapları ile ziyaretçilerini dijital olarak bilgilendirmektedir.

3.2. Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi

Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi (Kiasma Museum of Contemporary Art), Finlandiya'nın başkenti Helsinki'de kurulmuştur (Şekil 5). Müze, 1993 yılında düzenlenen mimari yarışmayı Amerikalı mimar Steven Holl'un kazanması ile 1996 tarihinde inşa edilmeye başlanmış, 1998 yılında ise açılmıştır. Fince kökenli bir kelime olan Kiasma (chiasma), anatomide 'sinirlerin veya tendonların kesişmesi' ya da 'bir kromozomun iplik benzeri lifleri olan iki kromatidinin iç içe geçmesi' anlamı taşımaktadır. Çağdaş sanat müzelerinin karşılaşılan, fikir alışverişi yapılan, sanat ve kültürün yeniden tanımlandığı alanlar olması bu ismi anlamlı kılmaktadır (Url-4). Steven Holl, Fransız fenomenolojist Maurice Merleau-Ponty'nin yazılarından esinlendiği "chiasm" kavramıyla yapıda spiral bir form kullanarak ziyaretçileri birbiriyle kesişen iki kanat arasında gidip gelmeye yönlendirmektedir (Drake, 2005).

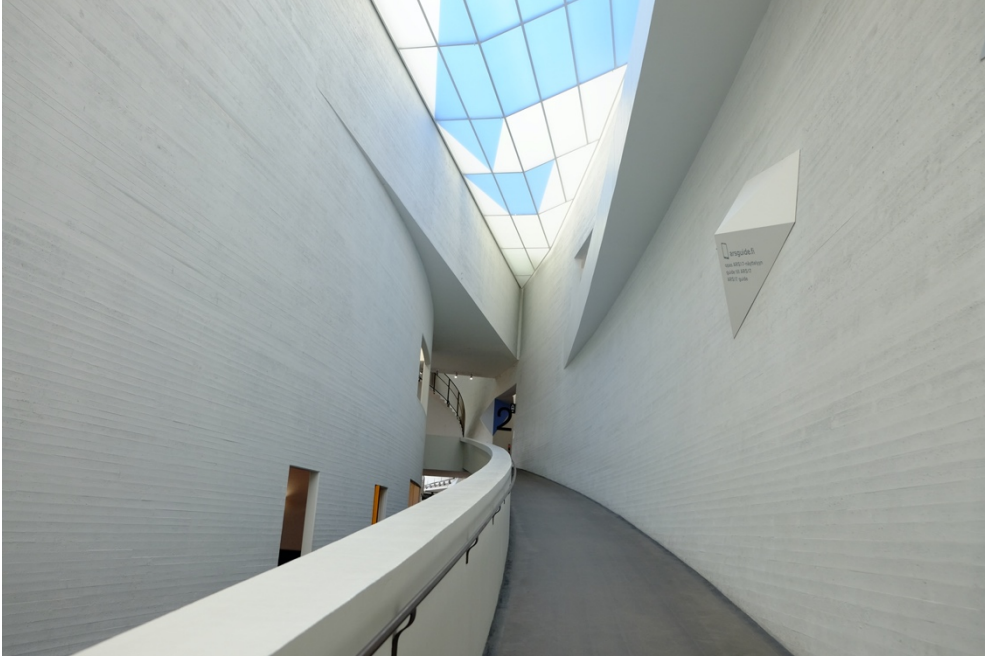


Şekil 5. Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi cephe görünüşü, (Fotoğraf: Gamze Karayılanoğlu).

Beş katlı bir yapı olan Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi, giriş katında lobi, kafe, müze mağazası, seminer odası, tiyatro salonu ve vestiyer alanını bulundurmaktadır. Her kata asansörle erişim mümkün olmakla birlikte, giriş kattan itibaren katlar arası geçişlerde rampa kullanımı ile müze engelli erişimine uygun olarak tasarlanmıştır. İkinci, üçüncü ve dördüncü katlarda çeşitli boyutlarda galeriler yer almaktadır. Beşinci ve en üst katta ise geniş, serbest planlı bir galeri alanı ile birlikte müze kütüphanesi bulunmaktadır.

Kiasma, Steven Holl'un mekânda doğal ışığın etkisi ve gölge oyunları üzerine fikirlerini yansıtan önemli bir örnektir. Yapı, ziyaretçisini henüz müze iç mekânına adım atmadan içeriyle ilgili fikir sahibi yaparak çevresiyle etkileşim içerisinde olan, iç mekânda çeşitli ışık/gölge oyunları ve beklenmedik açılarla şaşırtan, heykelsi merdivenleriyle çarpıcı bir etkiye sahiptir (Şekil 6). Bu bağlamda dijital teknolojilerin mekânsal algıyı değiştirmeye yönelik etkilerinden önce mekânın kendisinin başrol oyuncusu olduğunu söylemek yerinde olacaktır.

Yapıda beton, çelik ve cam malzeme baskın olarak kullanılmıştır. Müze iç mekânında duvarlarda ağırlıklı olarak beyaz rengin ve beton malzemenin hâkim olduğu görülmektedir. Sergi mekânları ve dolaşım alanları total mekân yaklaşımı gözetilerek tasarlanmıştır. Yapı içerisinde grafik dil ve kurum kimliği bakımından bir uyum bulunmaktadır. Galeri mekânlarında doğal ve yapay aydınlatma bir arada kullanılmaktadır. Çatı ve ara katlarda açılan yırtıklarla galeri mekânları ve sirkülasyon alanlarında karşılaşılan doğal ışık, mekânın geometrisi ile oynayan gölge oyunlarına sebep olmaktadır. Bu da mekânın günün farklı saatlerinde başka şekillerde algılanabilmesini sağlamaktadır. Böylece mekân deneyimi her ziyaret sırasında farklılık gösterebilmektedir.



Şekil 6. Müze girişinde galerilere sirkülasyonu sağlayan rampa, (Fotoğraf: Gamze Karayılıanoğlu).

Kiasma, diğer pek çok çağdaş sanat müzesi gibi geçici sergi odaklı işlemektedir. Dönemsel sergilerin içeriğine göre dijital etkileşimli teknolojilerin sergi mekânlarında kullanımı değişiklik göstermektedir. Araştırma sürecince 2017 ve 2019 yıllarında müzeye iki defa ziyaret düzenlenmiştir. 2017 Mayıs ayında gerçekleştirilen ziyarette müzede kullanılan dijital etkileşimli teknolojilerin 2019 Ağustos'una oranla daha etkin olduğu sergiler görülmüştür. İlk ziyarette VR gözlüğü ile her yaşta müze ziyaretçisine dijital etkileşimli deneyim sunan bir uygulama (Şekil 7), sersör ve kameralar ile etkileşime geçilebilen bir başka uygulama ve çok sayıda projeksiyon cihazları ile görüntü yansıtma, video ve ses uygulamaları görülmüştür.



Şekil 7. Kiasma'da bir VR uygulaması, (Fotoğraf: Gamze Karayılıanoğlu).

Ağustos 2019'da gerçekleştirilen ikinci müze ziyaretinde müzenin dördüncü katındaki sergi alanları gelecek sergi hazırlıkları sebebiyle kapatılmış, iki, üç ve beşinci katlarda iki farklı serginin yer aldığı görülmüştür. Sergilerde buluntu nesnelere, resim, heykel, video ve enstalasyonlar bulunmaktadır. Bu sebeple dijital etkileşimli teknolojiler bağlamında ancak projeksiyon cihazları ve dijital ekranları dâhil etmek mümkün olmaktadır. Kiasma'nın etkileşimli bir mobil uygulaması olmadığı görülmüştür. Ancak müzenin sosyal medya ekibi web sitesi ve sosyal medya hesaplarını aktif olarak güncellemekte, ziyaretçilerini etkinlik ve sergiler hakkında etkin şekilde bilgilendirmektedir.

4. ANKET ÇALIŞMASI

Centre Pompidou ve Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi'nde toplam 202 katılımcı üzerinde kullanım sonrası değerlendirme anketi yapılmıştır. Örneklem büyüklüğü zaman faktörü dikkate alınarak belirlenmiştir. Her iki müzeye düzenlenen araştırma gezilerinde üçer gün anket yapılması mümkün olmuştur. Günlük ortalama 30-40 kişi aralığında anket uygulanabildiği görülmüştür. Centre Pompidou'da alan araştırması 01 Haziran 2019 ile 03 Haziran 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve 102 ziyaretçiye anket uygulanmıştır. Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi'nde ise 31 Ağustos 2019 ile 03 Eylül 2019 tarihleri arasında 100 ziyaretçiye anket uygulanmıştır. Anketi oluşturan bölümlerdeki sorulara karşılık gelen ifadeler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Anket çalışması bölümleri.

Atmosfer ve Deneyim (Packer, 2006; Kaplan, 1987; Forrest, 2014)	Tercih ve Bağlılık (Zhang, 2008)	Etkileşim (Taheri, Jafari ve O'Gorman, 2014)
<ul style="list-style-type: none"> • Keşif Hissi • Çoklu Duyulara Hitap Etme • Erişim Kolaylığı • Alternatif Seçim İmkânı • Kapsamlılık • Gizem • Okunaklılık • Uyum 	<ul style="list-style-type: none"> • Estetik • Eğlence • Eğitim • Gerçeklikten Kaçış • Etkililik • Kalite • Ekonomik Değer • Sosyal Etkileşim 	<ul style="list-style-type: none"> • İnteraktif Teknolojilerle Etkileşim • Rehberli Tura Katılım / Eğitici • Video ve Ses Sistemleri İle Etkileşim • Sosyal Etkileşim Alanını Kullanma • Kaynak Kitap Kullanma • Çeşitli Materyallerle Etkileşim • Personelle Etkileşim • Çevrimiçi Kaynakları Kullanma

Anketin birinci bölümünde uygulanan atmosfer ve deneyim soruları Forrest'ın (2014) "Müze Ziyaretçisi Deneyiminde Tasarım Faktörleri" adlı çalışmasından alınmıştır. Forrest, çalışmasında atmosfer ve deneyim sorularının temelini bilişsel etkileşim kavramı üzerine kurmuştur. Kavram, çevresel biliş teorisi (Kaplan, 1988) ve "eğlence için öğrenme" kavramı çerçevesinde türetilmiş bir dizi ifadeye dayanmaktadır (Packer, 2006). Sergi içeriği ile etkileşimi test etmek yerine, ziyaretçilerin kendi bilişsel etkileşim deneyimlerini ölçmektedir (Forrest, 2014, s. 47). Packer'ın müzelerde "eğlence için öğrenme" deneyimleri olarak tanımladığı "keşif hissi, çoklu duyulara hitap etme, erişim kolaylığı ve alternatif seçim imkânı" sınıflandırması ve Kaplan'ın (1987) insanların buldukları çevreye değer biçme ve anlamlandırması üzerine yaptığı sınıflandırmaya göre belirlediği "kapsamlılık, gizem, okunaklılık, uyum" kavramları müze ziyaretçisi deneyiminde incelenecek faktörlerin belirleyicisi olmuştur.

İkinci bölümde deneyimsel alt değer ölçekleri olarak tanımlanan (Zhang, 2008) ve estetik, eğlence, eğitim, gerçeklikten kaçış, etkililik, kalite, ekonomik değer ve sosyal etkileşimi ölçmeyi amaçlayan sorular sorulmuştur.

Üçüncü bölümde Taheri, Jafari ve O'Gorman'ın (2014) ziyaretçilerin müzedeki etkileşimli teknolojileri ve mekânları ne sıklıkta kullandıklarını ölçen katılım biçimlendirici göstergelerin kullanım sıklığı sorulmuştur. Bunlar; interaktif teknolojilerle etkileşim, rehberli tura katılım/eğitcilik, video ve ses sistemleri ile etkileşim, sosyal etkileşim alanını kullanma, kaynak kitap kullanma, çeşitli materyallerle etkileşim, personelle etkileşim, çevrimiçi kaynakları kullanma ifadeleridir. Anketin son bölümünde ise katılımcıların demografik özellikleri çoktan seçmeli olarak sorulmuştur.

5. BULGULAR

Hazırlanan 5'li likert tipi anket sorularındaki ölçeklerin Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı: Centre Pompidou'da $\alpha=0,709$ (Çizelge 3) ve Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi'nde $\alpha=0,770$ (Çizelge 4) olarak tespit edilmiştir. Anketin geçerliliği için güvenilirlik katsayısının 0,7 ve üzerinde olması gerekmektedir. Güvenilirlik düzeylerinin kabul edilir seviyede olması ile veri toplama aşamasına geçilmiştir. Anket sonuçları SPSS istatistik analiz programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Veriler üzerinde karşılaştırma yapabilmek ve değişkenleri değerlendirebilmek amacıyla çalışmanın bulguları Centre Pompidou ve Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi için ayrı başlıklar altında ele alınmıştır.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,709	,693	25

Çizelge 3. Centre Pompidou, Güvenilirlik Analizi, Cronbach's Alpha değeri.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,770	,771	25

Çizelge 4. Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi Güvenilirlik Analizi, Cronbach's Alpha değeri.

5.1. Centre Pompidou anket bulguları

Centre Pompidou'da uygulanan anket çalışmasına 102 kişi katılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine ait veriler cinsiyet, yaş ve eğitim durumlarına ilişkin sorular ile edinilmiştir. Deneklerin 59'u kadın 43'ü erkek ziyaretçilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların %42,2'sinin 21-30 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Bu oranı %27,5 ile 21 yaş altı ve %12,7 ile 31-40 yaş aralığı takip etmektedir. Araştırmaya katılanların %25,5'i lise mezunlarından oluşturmaktadır. Ağırlıklı yaş ortalaması dikkate alındığında bu kişilerin üniversite öğrencisi olması muhtemeldir. Bu veriyi %24,5 ile yüksek lisans mezunları ve %22,5 ile lisans mezunları takip etmektedir. Bu bağlamda çağdaş sanat müzesi ziyareti ile yüksek eğitim düzeyinin doğru orantılı olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcıların yalnızca %12,7'si müzeyi yalnız ziyaret ettiğini söylemiştir. En yüksek oran %53,9 ile müzeyi arkadaşlarıyla ziyaret edenlerden oluşmaktadır. Buna göre ziyaretçilerin müzeyi %87,3'lük oranla sosyal bir etkinlik alanı olarak değerlendirdiği söylenebilmektedir. Deneklerin %48'i Centre Pompidou'yu ilk kez ziyaret ettiğini söylerken, iki ve ikiden fazla kez ziyaret etme oranı toplamda %52'dir. Buna göre Centre Pompidou'nun ilk ziyarette ziyaretçiler üzerinde olumlu bir etki oluştuğu görülmektedir.

Centre Pompidou'yu nereden öğrendikleri sorulduğunda katılımcıların %31,4'ü 'geçmiş deneyimler' üzerinden müzeyi bildiklerini söylemişlerdir. Bu oranı %26,5 ile 'arkadaş tavsiyesi' ve %23,5 ile 'internet üzerinden' cevabı takip etmektedir. Bu ifadelerle göre insanların daha önceden ziyaret ettikleri ve deneyimlerinden memnun kaldıkları müzeleri tekrar tercih ettikleri görülmektedir. Bu veriyi, arkadaş çevrelerinin müze

deneyiminden memnun olması bilgisi üzerine deneyimleme isteği takip etmektedir. Burada dikkat çeken oran %4,9'luk oranla 'ziyaretçi merkezi broşürleri' üzerinden müze hakkında bilgi sahibi olanların oranının oldukça düşük olmasıdır. Müzeyle ilgili bilgi erişiminin basılı yayınlardan çok çevrimiçi internet kaynakları üzerinden gerçekleştirildiği görülmektedir.

Anketin birinci bölümündeki eğlenerek öğrenme, değer biçme ve anlamlandırma sorularında negatif anlam içeren 5, 8 ve 9'uncu sorular hariç ortalama cevabın 'kararsızım' ile 'katılıyorum' arasında olduğu görülmektedir. Ortalama cevap 3,68'lik oranla 'katılıyorum' ifadesine yakındır. Düşük oranlı cevabın pozitif anlam içerdiği 5,8 ve 9'uncu sorularda ise ortalama yanıt 2,05 ile 'katılmıyorum' olmuştur. Buna göre katılımcılar Centre Pompidou'da; keşif hissi, çoklu duyulara hitap etme, erişim kolaylığı, alternatif seçim imkânı, kapsamlılık, gizem, okunaklılık ve uyumu sorgulayan ifadelere olumlu yanıt vermiştir.

Anketin ikinci bölümünde, 'Ziyaret etmek için bu müzeyi seçme kararınızda aşağıdaki özelliklerin önemini değerlendirin' ifadesi ile Zhang (2008)'in tanımladığı deneyimsel değer alt ölçekleri olan estetik, eğlence ve eğitim, gerçeklikten kaçış, etkililik, kalite, ekonomik değer ve sosyal etkileşimin ziyaretçi için önemini ölçen ifadelerle müze ziyaretçilerinin ortalama cevabı 'önemli' olmuştur. Bu bağlamda birinci bölüm ile ikinci bölüme verilen cevapların paralellik gösterdiği görülmektedir. Bu bölümde dikkat çeken veri 'Benzer insanlarla etkileşime geçme fırsatı sunması' ifadesine verilen ortalama cevabın diğerlerine oranla daha az önemli çıkmış olmasıdır. Buna göre ziyaretçiler müzeyi ağırlıklı olarak arkadaşları veya aileleri ile ziyaret etmekte ve müzede diğer insanlarla etkileşime geçmeyi önemli bulmamaktadır.

Anketin üçüncü bölümünde Taheri, Jafari ve O'Gorman'ın (2014) ziyaretçilerin müzedeki etkileşimli teknolojileri ve mekânları hangi sıklıkta kullandıklarını ölçen soruları, dijital teknolojilerin kullanım sıklığını ölçmesi bağlamında önemlidir. "Lütfen bugünkü ziyaretinizde aşağıdaki öğelerin her birini ne sıklıkta kullandığınızı en iyi temsil eden sayıyı daire içine alın." ifadesine verilen yanıtlarda dikkat çeken %64,7 oranında "hiç" cevabı alan "rehberli turlara katılmak" ifadesi olmuştur. Bu ifade ziyaretçilerin müzeyi arkadaşları ve aileleri ile gerçekleştirdikleri verisi ile paralellik göstermektedir. Katılımcıların %26,5'i "(Etkileşimli) panelleri kullanmak" ifadesine "çok" yanıtını vermiştir. Katılımcıların %24,5'inin "hiç" cevabını verdiği ifade, etkileşimli panellerin %75,5 oranında kullandığı görülmektedir. Katılımcıların %77,5'i video ve ses uygulamalarını kullanırken, bunların %31,4'ü "kısmen" yanıtı vererek bu ifadenin ağırlıklı ortalamasını oluşturmaktadır. Buna göre video ve ses uygulamaları kullanılmasına karşın, kullanım sıklığının düşük olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %39,2'si sosyal etkileşim alanını kullanmadıklarını ifade etmiştir. Verilere bakıldığında ortalama yanıtın 2,26 ile "çok az" olduğu görülmektedir. Bu da ikinci bölümde "Benzer insanlarla etkileşime geçme fırsatı sunması" ifadesine verilen yanıtlarla paralellik göstermektedir. Katılımcıların %43,1'i müze gezisi sırasında kendi rehber kitabını kullanmadığını ifade etmiştir. Bu ifade ortalama cevap 2,21 olup katılımcıların müze gezileri sırasında kendi rehber kitaplarından "çok az" faydalandıkları verisine ulaşılmıştır. "Oyuncak, yapboz ve test gibi materyallerle oynamak" ifadesinde katılımcıların dengeli bir dağılım gösterdiği görülmektedir. Buna göre katılımcıların %76,5'i müzede oyuncak, yapboz ve test gibi materyallerle etkileşime girmektedir.

Katılımcıların %63'ü ziyaretleri sırasında müze personelinden çok az ya da hiç yardım istemediklerini belirtmiştir. "Personelden yardım istemek" ifadesinde ortalama cevap 2,14 ile "çok az" olmuştur. Bu da müze mekânının ziyaretçileri yönlendirme konusunda etkili bir tasarıma sahip olduğunu göstermektedir. "Yerinde çevrimiçi kaynakları kullanmak" ifadesine katılımcıların %46'sı "hiç" yanıtını vermiştir. Bu ifadeye verilen cevaplar 2,2 ortalamasıyla "çok az" ile ifade edilebilir. Bulgulara ait betimsel istatistiklerin ortalama değerleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Centre Pompidou anket çalışmasına ait 5'li likert ölçeğinde, betimsel istatistik ortalamaları.

	Ortalama	Standart Sapma	N	
1. Bölüm				
1	Bu serginin ilgi çekici bir tasarımı var.	4,06	,854	102
2	Bu ortam tüm duyularıyla etkileşime giriyor.	3,52	,931	102
3	Zamanın nasıl geçtiğini anlamadım; bazen kendimi fazlasıyla dalmış halde buldum.	3,39	1,100	102
4	Sergide dikkatim yoğunlaşmıştı.	3,53	,864	102
5	Bu sergiye odaklanmak çok çaba gerektiriyor.	2,07	,633	102
6	Sergi, alternatifler arasından seçmek için yeterli imkânı sunuyor.	3,94	,942	102
7	Bu serginin tasarımı ve düzeni, serginin neyle ilgili olduğunu anlamama yardımcı oluyor.	3,83	,615	102
8	Belirli bir nesneye veya ekrana odaklanmak zor çünkü burada çok fazla şey var.	2,06	,657	102
9	Bu sergide etrafa bakarken, nereden başlayacağımdan ya da nereye gideceğimden emin olamadım.	2,04	,644	102
10	Bu sergi mantıklı bir şekilde sunulmuş.	3,52	,952	102
2. Bölüm				
1	Müzenin tasarımı	3,77	1,125	102
2	Gerçeklikten uzaklaşma hissi vermesi	2,86	1,186	102
3	Eğlence imkânı sağlaması	3,25	1,156	102
4	Servis kalitesi	3,22	1,087	102
5	Benzer insanlarla etkileşime geçme fırsatı sunması	2,55	1,224	102
6	Konum	3,23	1,151	102
7	Fiyat	3,22	1,166	102
3. Bölüm				
1	(Etkileşimli) panelleri kullanmak	2,82	1,375	102
2	Rehberli tura katılmak	1,68	1,055	102
3	Video ve ses uygulamalarını kullanmak	2,66	1,223	102
4	Sosyal etkileşim alanını kullanmak	2,26	1,210	102
5	Kendi rehber kitabımı kullanmak	2,21	1,285	102
6	Oyuncak, yapboz ve test gibi materyallerle oynamak	2,73	1,299	102
7	Personelden yardım istemek	2,14	1,275	102
8	Yerinde çevrimiçi kaynakları kullanmak	2,20	1,320	102

5.2. Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi anket bulguları

Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi'nde uygulanan anket çalışmasına 100 kişi katılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler cinsiyet, yaş ve eğitim durumlarına ilişkin sorular ile edinilmiştir. Deneklerin 60'ı kadın 40'ı erkek ziyaretçilerden oluşmaktadır. Ankete katılanların %70'ini 40 yaş ve altı oluşturmaktadır. Bunların %38'i 21-30 yaş, %18'i 31-40 yaş aralığında, %14'ü ise 21 yaş altındadır. Araştırmaya katılanların %36'sını lisans mezunları oluşturmaktadır. Bu veriyi %23 ile yüksek lisans mezunları ve %18 ile yükseköğretim mezunları takip etmektedir. Katılımcıların %16'sı ise lise mezunudur. Buna göre katılımcıların eğitim düzeyi %84 oranında yükseköğretim ve üzerindedir.

Katılımcıların %41'i müzeyi arkadaşlarıyla ziyaret ettiğini söylemektedir. Bu oranı %36 ile "ailemle" ve %23 ile "yalnız" cevabı takip etmektedir. Buna göre ziyaretçilerin %77'si müzeyi sosyal bir etkinlik olarak görmekte ve aileleriyle ya da arkadaşlarıyla ziyaret etmektedir. Katılımcıların %48'i Kiasma'yı ilk kez ziyaret ettiğini söylerken, ikinci kez ziyaret edenlerin oranı %4'te kalmıştır. İkidenden fazla kez ziyaret etme oranı ilk kez ziyaret edenlerle aynı değerdedir. Buna göre müzenin %52 oranında yeniden ziyaret edildiğini söylemek mümkündür. Araştırmaya katılanların %40'ı Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi ile ilgili bilgiyi internet üzerinden edindiğini belirtmiştir. Bu oranı %29 ile "geçmiş deneyimler" cevabı takip etmektedir. Buna göre ziyaretçilerin ilk kez ziyaret ettikleri bir müzeyle ilgili bilgiye çevrimiçi kaynaklardan eriştiği ve tekrar ziyaret etme durumunda geçmiş deneyimlerinden faydalandığı görülmektedir.

Anketin 1. bölümündeki eğlenerek öğrenme, değer biçme ve anlamlandırmayı ölçen ifadeler içerisinde, 5, 8 ve 9'uncu sorular hariç, ortalama cevabın "katılıyorum" olduğu görülmektedir. Düşük oranlı cevabın pozitif anlam içerdiği 5, 8 ve 9'uncu sorularda ise ortalama yanıt "katılmıyorum" olmuştur. Buna göre katılımcılar Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi'nde; keşif hissi, çoklu duyulara hitap etme, erişim kolaylığı, alternatif seçim imkânı, kapsamlılık, gizem, okunaklılık ve uyumu sorgulayan ifadelere olumlu yanıt vermiştir.

Anketin ikinci bölümünde, estetik, eğlence ve eğitim, gerçeklikten kaçış, etkililik, kalite, ekonomik değer ve sosyal etkileşimin ziyaretçi için önemini ölçen ifadeler müze ziyaretçilerinin ortalama cevabı "önemli" olmuştur. Buna karşın Centre Pompidou'daki sonuçlara paralel olarak Kiasma'da da "Benzer insanlarla etkileşime geçme fırsatı sunması" ifadesinin ziyaretçiler için en az önem taşıyan ifade olduğu görülmüştür.

Anketin 3. bölümünde ziyaretçilerin müzedeki etkileşimli teknolojileri ve mekânları ne sıklıkta kullandıklarını ölçen "(Etkileşimli) panelleri kullanmak" ifadesine katılımcıların %45'i "hiç" yanıtını vermiştir. Katılımcıların %21'i bu ifadeye "kısmen" cevabını verirken, %18 oranında "çok" yanıtı verilmiştir. "Rehberli tura katılmak" ifadesi bu bölümde en düşük etkileşim oranlı ifade olmuştur. Deneklerin %84'ü rehberli turlara katılmadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların yalnızca %6'sı "çok" ya da "pek çok" kez katıldıklarını belirtmiştir.

Etkileşim sıklığını ölçen sorular içerisinde en yüksek oranda etkileşime girilen ifade "Video ve ses uygulamalarını kullanmak" olmuştur. Katılımcıların %46'sı video ve ses uygulamalarını "çok" ve "pek çok" kez kullandıklarını söylerken, yalnızca %13'ü hiç kullanmadıklarını ifade etmiştir. Buna göre katılımcıların %87'si video ve ses uygulamaları ile etkileşime girmektedir. Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi'nde katılımcıların %53'ü sosyal etkileşim alanını hiç kullanmadıklarını ifade etmiştir. Verilere bakıldığında ortalama cevabın 1,94 ile "çok az" olduğu görülmektedir. Ankete katılanların %62'si müze ziyareti sırasında kendi rehber kitabından faydalanmadığını ifade etmiştir. Katılımcıların yalnızca %12'si kendi rehber kitabından "çok" ve ya "pek çok" kez faydalandığını ifade etmiştir. Deneklerin %60'ı oyuncak, yapboz ve test gibi materyallerle oynadığını ifade etmiştir. Ancak bunların %21'i "çok az" ve yine %21'i "kısmen" etkileşime girdiklerini ifade etmiştir. Bu ifadeye verilen ortalama yanıt 2,19 ile "çok az" olmuştur. Katılımcıların %68'i müze ziyaretleri sırasında personelden yardım istemediklerini ifade etmiştir. Personelden yardım isteme sıklığını "kısmen" ve "çok" olarak ifade edenlerin oranı %19'dur. Ankete katılan ziyaretçilerin %59'u "yerinde çevrimiçi kaynakları kullanmak" ifadesine "hiç" yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların müze içerisinde ortalama çevrimiçi kaynak kullanımının "çok az" olduğu

görülmektedir. Bulgulara ait betimsel istatistiklerin ortalama değerleri Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi anket çalışmasına ait 5'li likert ölçeğinde, betimsel istatistik ortalamaları.

	Ortalama	Standart Sapma	N	
1. Bölüm				
1	Bu serginin ilgi çekici bir tasarımı var.	3,91	,780	100
2	Bu ortam tüm duyularıyla etkileşime giriyor.	3,89	,984	100
3	Zamanın nasıl geçtiğini anlamadım; bazen kendimi fazlasıyla dalmış halde buldum.	3,38	1,204	100
4	Sergide dikkatim yoğunlaşmıştı.	3,71	,977	100
5	Bu sergiye odaklanmak çok çaba gerektiriyor.	2,81	1,143	100
6	Sergi, alternatifler arasından seçmek için yeterli imkânı sunuyor.	3,41	,975	100
7	Bu serginin tasarımı ve düzeni, serginin neyle ilgili olduğunu anlamama yardımcı oluyor.	3,74	,906	100
8	Belirli bir nesneye veya ekrana odaklanmak zor çünkü burada çok fazla şey var.	2,98	1,287	100
9	Bu sergide etrafa bakarken, nereden başlayacağımdan ya da nereye gideceğimden emin olamadım.	3,03	1,314	100
10	Bu sergi mantıklı bir şekilde sunulmuş.	3,56	,946	100
2. Bölüm				
1	Müzenin tasarımı	3,69	1,237	100
2	Gerçeklikten uzaklaşma hissi vermesi	3,46	1,184	100
3	Eğlence imkânı sağlaması	3,72	1,138	100
4	Servis kalitesi	3,45	1,201	100
5	Benzer insanlarla etkileşime geçme fırsatı sunması	2,32	1,213	100
6	Konum	3,51	1,087	100
7	Fiyat	3,28	1,248	100
3. Bölüm				
1	(Etkileşimli) panelleri kullanmak	2,30	1,360	100
2	Rehberli tura katılmak	1,34	,890	100
3	Video ve ses uygulamalarını kullanmak	3,26	1,276	100
4	Sosyal etkileşim alanını kullanmak	1,94	1,229	100
5	Kendi rehber kitabımı kullanmak	1,77	1,171	100
6	Oyuncak, yapboz ve test gibi materyallerle oynamak	2,19	1,187	100
7	Personelden yardım istemek	1,55	,892	100
8	Yerinde çevrimiçi kaynakları kullanmak	1,84	1,143	100

6. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Centre Pompidou ve Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi'nde yapılan anket çalışmalarında elde edilen bulgular sonucunda mekân atmosferinin deneyime olan etkisi, mekân deneyimine etki eden alt değerlerin kullanıcı için önemi ve kullanım sıklığı, mekân-kullanıcı etkileşiminin ağırlıklı olarak hangi kaynaklarla gerçekleştiği verilerini karşılaştırmak mümkündür. Buna göre Centre Pompidou ve Kiasma'dan elde edilen veriler ile hazırlanan tabloda anketteki ifadelerle verilen ortalama cevaplar karşılaştırılmaktadır (Tablo 4). Tabloda katılımcıların demografik özelliklerini tanımlamayan 4. bölümdeki sorular haricinde, atmosfer ve deneyim, tercih ve bağlılık ve etkileşim sorularının oluşturulmasında belirlenen deneyimi etkileyen temel kavramlar anketteki soru sıralamasına göre listelenmiştir. Atmosfer ve deneyim sorularında olumsuz cevabın olumlu anlam içerdiği "Bu sergiye odaklanmak çok çaba gerektiriyor." (Kolayca dâhil olma), "Belirli bir nesneye veya ekrana odaklanmak zor çünkü burada çok fazla şey var." (Okunaklılık/Uyum), "Bu sergide etrafa bakarken, nereden başlayacağımdan ya da nereye gideceğimden emin olamadım." (Okunaklılık/Uyum)

ifadelerine verilen ortalama yanıt 5’li likert ölçeğinde hazırlanan tabloya göre değer 2 ise 4, 1 ise 5 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 4’e göre; Centre Pompidou ve Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi’nde keşif/etkilenme hissi, çoklu duyulara hitap etme, kolayca dâhil olma, alternatif seçenekler sunma, okunaklılık/uyumu ölçen ifadelerle ortalama yanıt “katılıyorum” olmuştur. Buna göre her iki müzede de mekân atmosferinin ziyaretçi üzerinde olumlu etki yarattığı görülmektedir. Her iki müzede de atmosfer ve deneyim sorularına verilen ortalama yanıtlar benzerlik göstermektedir. Bu verilere göre her iki müzenin de keşif/etkilenme hissini destekleyen, çoklu duyulara hitap eden, ziyaretçiyi kolayca deneyime dâhil eden, alternatif etkinlik seçenekleri sunan, yön bulma ve sergi düzeninin algılanması bakımından etkili bir mekân deneyimi sunduğu görülmektedir.

Tablo 4. Centre Pompidou ve Kiasma Çağdaş Sanat Müzesi’nde ankette yer alan ifadelerle 5’li likert ölçeğinde verilen cevaplara ait ortalama istatistik değerlerin karşılaştırılması.

		Deneyim Ölçekleri	Centre Pompidou	Kiasma
Atmosfer ve Deneyim		Keşif/Etkilenme Hissi	4,06	3,91
		Çoklu Duyulara Hitap Etme	3,52	3,89
		Kolayca Dâhil Olma	3,39	3,38
		Keşif/Etkilenme Hissi	3,53	3,71
		Kolayca Dâhil Olma (Zitti)	2,07	2,81
		Alternatif Seçenekler Sunma	3,94	3,41
		Okunaklılık / Uyum	3,83	3,74
		Okunaklılık / Uyum (Zitti)	2,06	2,98
		Okunaklılık / Uyum (Zitti)	2,04	3,03
		Uyum	3,52	3,56
Tercih ve Bağlılık		Estetik	3,77	3,69
		Gerçeklikten Kaçış	2,86	3,46
		Eğlence ve Eğitim	3,25	3,72
		Kalite	3,22	3,45
		Sosyal Etkileşim	2,55	2,32
		Erişim Kolaylığı	3,23	3,51
Etkileşim		Ekonomik Değer	3,22	3,28
		İnteraktif teknolojilerle etkileşim	2,82	2,3
		Rehberli tura katılım / Eğitici	1,68	1,34
		Video ve ses sistemleri ile etkileşim	2,66	3,26
		Sosyal etkileşim alanını kullanma	2,26	1,94
		Kaynak kitap kullanma	2,21	1,77
		Çeşitli materyallerle etkileşim	2,73	2,19
		Personelle etkileşim	2,14	1,55
	Çevrimiçi kaynakları kullanma	2,2	1,84	

Müzenin tekrar ziyaret edilmesi orada geçirilen zamanla ve mekân deneyimiyle ilgili önemli bir veri sunmaktadır. Buna göre tercih ve bağlılığı ölçen sorular ile bu veriyi destekleyen temel öğeler sorgulanmıştır. Deneyimsel alt değer ölçekleri ile tercih ve bağlılığı ölçen ifadelerle verilen yanıtlar her iki müzede de benzerlik göstermektedir. Ziyaretçiler müzelerin tasarımının kendileri için önemli olduğunu ifade etmektedir. Verilere göre ziyaretçiler, müzelerin eğlenceli ve eğitici, hizmet kalitesi yüksek, kolay erişilebilen bir konumda ve uygun fiyatlı olması gerektiğini ifade etmektedir. Burada yalnızca “gerçeklikten kaçış” ifadesi Centre Pompidou’da Kiasma’ya oranla daha “az önemli” bulunmuştur. Ancak ortalama değer “önemli” ifadesine oldukça yakındır. Burada her iki müzede de en önemli etmenin müzenin tasarımı yani estetik değer olduğu görülmektedir.

Dijital etkileşimli teknolojilerin müze deneyimine olan etkisinin ölçülmesi amacıyla etkileşim soruları sorulmuştur. Her iki müzede etkileşimi ölçen ifadeler incelendiğinde

rakamsal değerlerin tablonun geneline göre düşük değerlerde oldukları görülmektedir. İfadelerde ortalama yanıt “az” ve “kısmen”dir. Bu bölümde her iki müzede de interaktif teknolojilerle etkileşim, video ve ses sistemleri ile etkileşim ve çeşitli materyallerle etkileşimi ölçen ifadeler etkileşim oranı en yüksek ifadeler olmuştur. Kiasma’da katılımcıların %87’sinin, Centre Pompidou’da ise %77,5’inin video ve ses uygulamalarını kullandıkları görülmektedir. Benzer şekilde etkileşimli panellerin kullanımı Kiasma’da %65, Centre Pompidou’da %75,5 oranındadır. Kullanım sıklığı düşük olmakla birlikte, ziyaretçilerin çoğunluğu dijital teknolojilerle etkileşime girmektedir.

Kiasma’ya oranla büyük ölçekli ve farklı alternatifler sunabilen sergi mekânlarına sahip Centre Pompidou’da dijital teknolojilerle desteklenen geçici sergi alanlarının yanı sıra, klasik sanat eserlerinin sergilendiği bir kalıcı sergi de bulunmaktadır. Centre Pompidou’da interaktif teknolojilerle etkileşimin kullanım sıklığına verilen ortalama cevap, Kiasma’ya oranla daha yüksektir. Bunun sebebi anketin gerçekleştirildiği tarihlerde Kiasma’da sergilenen sanat eserlerinin büyük oranda görme duygusu ile deneyimlenen, pasif etkileşimli eserler olmasıdır. Bu da Centre Pompidou’da elde edilen verilerle karşılaştırıldığında yalnızca “video ve ses sistemleri ile etkileşim”i ölçen ifadeye Kiasma’nın daha yüksek değerde sonuç vermesini açıklamaktadır.

Her iki müzede de en az kullanıldığı ifade edilen girdiler “rehberli turlara katılım”, “kaynak kitap kullanma”, “personelle etkileşim” olmuştur. Elde edilen verilere göre ziyaretçilerin eğitici kurumlar olma hedefi taşıyan müzelerde rehberli turlara katılım ve kaynak kitap kullanma oranının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Video ve ses sistemlerini kullanma oranı yüksek olan ve müze gezilerini yoğunlukla arkadaşları ya da aileleri ile sosyal bir etkinlik olarak planladıkları bulgusuna ulaşılan çalışma sonucunda, eğitici bilgilere erişimin rehberli turlar yerine çeşitli video ve ses uygulamaları ve interaktif teknolojik sistemler ile sağlanmasının deneyimi geliştireceği sonucuna varılmıştır. Bununla beraber; artırılmış gerçeklik (AR), karma gerçeklik (MR) gibi aktif etkileşimli dijital teknolojiler ile ziyaretçiler gerçek çevreyle bağlarını koparmadan, gerçek çevreye yansıtılan sanal görseller ile bilgiye erişebilmektedir. Bu da müzelerin eğlenceli ve eğitici olması yönünde etkili bir çözümdür. Benzer şekilde projeksiyon haritalama, AR, MR sistemleri ile mekânda yönlendirme ve bilgilendirme ile ilgili çözümler getirilebilmektedir. İncelenen her iki örnekte de anketlerin uygulandığı tarihlerde bu teknolojilerden faydalanılmamaktadır. Ancak ziyaretçilerin interaktif teknolojilerle etkileşime girme oranı düşünüldüğünde bu yönde artan bir ivme olduğu görülmektedir. Sosyal bir etkinlik olarak görülen müze ziyaretlerini pasif katılımdan interaktif ve etkileşimli bir katılım modeline dönüştürmek etkileşimin oranını arttıracaktır.

Anket sonucunda, ziyaretçilerin müzeleri sosyal bir etkinlik alanı olarak gördükleri ancak bu deneyimi benzer insanlarla tanışmak ve etkileşime girmek amacıyla gerçekleştirmedikleri ortaya çıkmıştır. Restoran, kafe, müze mağazası, kütüphane, sinema, atölyeler ve sergi mekânları gibi farklı aktiviteleri içerisinde barındıran çağdaş sanat müzeleri bütünüyle bir sosyal etkinlik alanı işlevi görmektedir. Bu bağlamda yapılan etkinliklerin toplumun her bireyine uygun seçenekler sunması, fiziksel engelleri ortadan kaldırmayı amaçlaması ve kapsayıcı olması amacıyla iletişimi kolaylaştıran güncel temsil tekniklerden faydalanılması gerekmektedir. Etkinliklerin duyurulması, sunumu ve sanat eserlerinin korunması amacıyla oluşan fiziksel engellerin en aza indirilmesi ve erişimin kolaylaşması bağlamında dijital teknolojik iletişim kaynakları ve dijital etkileşimli teknolojilerin olumlu etkisi ortadadır.

Anket sonucunda ziyaretçilerin yerinde çevrimiçi kaynakları “çok az” kullandıkları görülmektedir. Günümüzde akıllı telefonlarla internet erişiminin oldukça yaygın olması müzelerin sağladığı internet erişimine olan ihtiyacı düşürmektedir. Ancak kütüphane, atölye alanları gibi araştırma ve çalışma ortamları sunan müzelerde yerinde çevrimiçi kaynakların kullanımının sürmesi kaçınılmazdır.

Elde edilen veriler müze kullanıcısının tek taraflı bilgi aktarımıyla “alıcı” konumunda değil, karşılıklı etkileşimle katılımcı olduğu yeni müzecilik yaklaşımının müzelerde etkin kılınma yolunda olduğunu göstermektedir. Müze ziyaretçisi bilgiye erişim ve geri bildirim eşzamanlı olarak, dijital yöntemlerle gerçekleştirebilmektedir. Günümüzde gelişimini sürdürmekte olan ve son yıllarda müze mekânlarına dâhil olan dijital teknolojilerin açmış olduğu yeni temsil ve diyalog yöntemleri, ziyaretçilerin sanat eserleri ile olan etkileşimini çeşitlendirdiği gibi müze mekânıyla olan etkileşimi de dönüştürmektedir.

Mekân algısını değiştiren, yeni oyun alanları açan, etkileşim odaklı ve katılımcı sistemler ile müze deneyimi eski yöntemlere oranla dinamik ve etkileşimli hale gelmektedir. Müzelerin hem iç mekâna hem de sosyal medya gibi iletişim organları aracılığıyla müze deneyimine entegre olan, diyaloga açık, çok yönlü bilgi aktarımını destekleyen, sanat ve bilgi üretiminde etkileşimli yöntemler sunan dijital teknolojilerin kullanımı ile çağdaş hedeflerini gerçekleştirmesi mümkün görünmektedir. Gelişmekte olan bu teknolojilerin oldukça maliyetli olmaları ve kullanıcılar tarafından görece yeni tanınan teknolojiler olmaları sebebiyle henüz yeterli düzeyde kullanılmadıkları görülsede dijital etkileşimli teknolojilerin günlük yaşamda sıkça kullanılır hale gelerek yaygınlaşması ile müzelerde de kullanım sıklığının artması beklenmektedir. Rehberli turlar ve sergi broşürleri gibi, kullanıcılar tarafından artık tercih edilmeyen uygulamaların yerini etkileşimli, eğlenceli ve eğitici dijital uygulamaların almasının uzun vadede sürdürülebilir ve verimli bir sistem sağlayacağı görülmektedir.

Çalışma sonucunda atmosfer ve deneyimi etkileyen kavramların başında estetik değerlerin gelmesi, müze tasarımının önemini ortaya koymaktadır. Günümüzde müze yapıları ikonik ve ilgi çekici mimarlık ürünleri olarak tasarlanmakta; sergiler ve diğer etkinlikler kadar müze yapısının kendisi de ziyaret sebebi olmaktadır. Evrensel tasarım ilkelerine uygun, kapsayıcı bir mimari mekân oluşturmanın önemi kadar, müzelerin iç mekân organizasyonu ve temsil biçimlerindeki çeşitliliğin her geçici sergi döneminde dönüşüme açık olabilmesi de etkili bir iç mekân deneyimi sunabilmek adına önemlidir. Kişiyeye ve duruma göre ayarlanabilir olma özellikleri ile erişim kolaylığı sağlayan, sosyal etkileşimi destekleyen ve sürdürülebilirlik bağlamında uzun vadede ekonomik uygulamalar olan dijital teknolojilerin müze iç mekânlarına entegrasyonunun müzeleri estetik anlamda yeniliklere açık, kolayca değişip dönüşebilen, etkileşimli mekânlara dönüştürmek için oldukça kullanışlı oldukları görülmektedir.

KAYNAKLAR

- Bedford, Leslie, *The Art of Museum Exhibitions : How Story and Imagination Create Aesthetic Experiences*. Walnut Creek: Routledge 2014.
- Black, Graham, *The Engaging Museum : Developing Museums for Visitor Involvement*. Hoboken: Routledge 2012, s.n.y.
- Black, Meg & Hein, George, E. "You're Taking Us Where? Reaction and Response to a Guided Art Museum Fieldtrip", M. Xanthoudaki, L. Tickle & V. Sekules (Ed.) *Researching Visual Arts Education in Museums and Galleries*, Dordrecht: Kluwer Publishers, 2003, s. 117-133.
- Chang, EunJung, "Interactive Experiences and Contextual Learning in Museums", *Studies in Art Education: A Journal of Issues and Research*, 2006,47(2), s.170-186.
- Drake, Scott, "The Chiasm and the Experience of Space", *Journal of Architectural Education*, 59:2, 2005, s. 53-59, DOI: 10.1111/j.1531-314X.2005.00016.x.
- Falk, John H. & Dierking, Lynn D., *The Museum Experience*, Whalesback books, Washington 1992, s.113.
- Falk, John H. & Dierking, Lynn D., *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*, Altamira Press 2000, s.n.y.
- Falk, John H. & Dierking, Lynn D., *The Museum Experience Revisited*. Walnut Creek: Routledge, New York 2012, s.n.y.
- Forrest, Regan, *Design Factors in the Museum Visitor Experience*, Doktora Tezi, The University of Queensland, Avustralya 2014.
- Glass, Newman Robert, "Theory and Practice in the Experience of Art: John Dewey and the Barnes Foundation", *The Journal of Aesthetic Education*, Vol. 31, No. 3, , University of Illinois Press, Illinois 1997, s. 91-105.
- Huysen, Andreas, *Alacakaranlık Anıları: Bellek Yitimi Kültüründe Zamanı Belirlemek*. Metis Yayınları, İstanbul 1999.
- Hooper-Greenhill, Eilean, (Ed.), *The Educational Role of the Museum*, Routledge, Londra & New York 1999.
- Kaminsky, Jack, "Dewey's Concept of an Experience", *Philosophy and Phenomenological Research*, International Phenomenological Society, Vol. 17, No. 3, 1957, s. 316-330.
- Kaplan, Stephen, "Aesthetics, Affect, and Cognition: Environmental Preference From An Evolutionary Perspective", *Environment and Behavior*, 19(1), 1987, s. 3–32. Doi:10.1177/0013916587191001.
- Negroponte, Nicholas, *Being Digital*. New York: Alfred A. Knopf Inc, 1995.

Packer, Jan, "Learning For Fun: The Unique Contribution of Educational Leisure Experiences" Curator: The Museum Journal, 49(3), 2006, s. 329–344. Doi:10.1111/J.2151-6952.2006.Tb00227.X

Pallasmaa, Juhani, The Embodied Image Imagination and Imaginery in Architecture, John Wiley & Sons Ltd. Publication, West Sussex 2011.

Pine II, Joseph B. & Gilmore, James H, "Welcome to the Experience Economy" Harvard Business Review, 1998, 76. 176-+.

Taheri, Babak & Jafari, Aliakbar & O’Gorman, Kevin, "Keeping Your Audience: Presenting A Visitor Engagement Scale", Tourism Management 42, 2014, s. 321-329.

Zhang, Jian, Brand Experiential Value Scales for Limited Service Hotels, Doktora Tezi, Purdue University, Proquest Dissertations Publishing, 2008.

İnternet Kaynakları

Url-1 <https://bilan-activite-2018.centrepompidou.fr/?q=content/9-les-chiffres-cles-du-centre-pompidou>, Erişim tarihi: 08.11.2019.

Url-2 <http://www.helsinginkaupunginmuseo.fi/en/2019/02/15/city-museum-the-most-popular-museum-in-2018/>, Erişim tarihi: 08.11.2019.

Url-3 <https://www.centrepompidou.fr/en/The-Centre-Pompidou/The-history>, Erişim tarihi: 22.09.2019.

Url-4 <https://kiasma.fi/en/about-kiasma/architecture/kiasma-in-numbers/>, Erişim tarihi: 16.09.2019.