

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANA SANAT DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ASKERİ MÜZELERDE GRAFİK TASARIM
VE
FOÇA DENİZ MÜZESİ ÖRNEĞİ**

İsmail OKAY

Danışman
Prof. Dr. Ahmet SİPAHİOĞLU

İZMİR 2007

Yemin Metni

Yüksek Lisans Tezi / Doktora Tezi / Tezsiz Yüksek Lisans Projesi olarak sunduğum “Foça Deniz Müzesi Teşhir ve Tanziminde Grafik Tasarım” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

31/08/2007

ADI SOYADI

İsmail OKAY

İmza

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü' nün/...../..... tarih vesayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisanüstü Öğretim Yönetmeliği'ninmaddesine göreAnabilim Dalıöğrencisi' ninkonulu tezi/projesi incelenmiş ve aday/...../..... tarihinde, saat da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini/projesini savunmasından sonra dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin/projeninolduğuna oy.....ile karar verildi.

BAŞKAN

ÜYE

ÜYE

ÖZET

“Askeri Müzelerde Grafik Tasarım ve Foça Deniz Müzesi Örneği” adlı bu tez, dört ana bölümden oluşmaktadır. Konuya giriş niteliği taşıyan birinci bölümde, müze kavramı açıklanmış ve müzecilik çeşitleri hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Klasik ve çağdaş müzecilik anlayışları arasındaki farklar irdelenmiş ve aralarındaki farklardan kısaca bahsedilmiştir.

Grafik tasarımcı olarak, müze grafikleri tasarlamamanın temel unsurlarının açıklandığı ikinci bölümde, ayrıca dikkat edilmesi gerekli olan unsurlar da belirtilmiştir. Açıklanan unsurlar, grafik tasarımcı açısından kimi zaman özgürlük kaynağı olabildiği gibi, kimi zaman da sınırlayıcı olduğundan, tezin üçüncü bölümü müze grafikleri tasarlamak amacı güden tasarımcılar için açıklayıcı bilgiler içermektedir.

Üçüncü bölümde Türk Silahlı Kuvvetleri bünyesinde bulunan askeri müzeler hakkında sınıflandırma yapıları incelenmiştir. Bu bölümde Türkiye’deki askeri müzeler araştırılmış ve müzeler hakkında açıklayıcı bilgiler içermesi nedeniyle bu bölüm daha geniş tutulmuştur.

Tezin konusunun temel unsurunun ele alındığı dördüncü bölümde Foça Deniz Müzesi hakkında bilgi verilmiş ve ilgili müze için hazırlanan grafiksel öğeler açıklanmaya çalışılmıştır. Bunun yanında söz konusu sergi alanların yapısı mimari şekil aktarılmıştır.

Araştırma konusu “Askeri Müzelerde Grafik Tasarım ve Foça Deniz Müzesi Örneği” olduğu için inceleme ve çözümlenmeler elden geldiğince sade bir dille aktarılmaya çalışılmıştır.

ABSTRACT

The thesis called “Graphic design in military museums and Foça Naval Museum Example” includes four main chapters. First chapter, which is the introduction chapter, the concep of the museum and museum classes are explained. The differences between classical and modern museums are shortly discussed.

In second chapter, the main rules of graphic design of the museums and the important points are explained. Sometimes, these explained points could supply freedom to the graphical designer. On the other hand, these explained points could supply limit the grafical designer. As a result of these, there are informations in third chapter for the designers, who wanted to work in a museum design.

In third chapter, the classes of the museums of Turkish Armed Forces are analysed. The military museums in Turkey are searched and because of the informations about these museums, this chapter is longer than the others.

In fourth chapter, the main subject of the thesis is discussed. Information about Foça Naval Museum is given and the grafical items in the museum are explained. What is more, the structure of the galleries are showed with the help of figures .

Because the subject under investigation is “Graphic design in military museums and Foça Naval Museum Example”, the inspections and the analyses try to be defined with clear language.

ÖNSÖZ

“Askeri Müzelerde Grafik Tasarımı ve Foça Deniz Müzesi Örneği” konulu yüksek lisans tezimi hazırlamamdaki amaç, geleneksel müzecilik anlayışı ve çağdaş müzecilik anlayışları arasındaki farkları irdelemek, aralarındaki farktan yola çıkarak grafik tasarımın bir müze için önemini ortaya koyabilmek, askeri müzelerdeki grafiksel anlatım sorunları ve eksiklerini tespit ederek ve konuya ilgi duyan kişilerin başvurabilecekleri bir kaynak sunabilmektir.

Çalışmalarım ve eğitimim sırasında desteğini başından beri sürdüren başta danışmanım ve hocam Sn. Prof. Dr. Ahmet Sipahioğlu olmak üzere tüm hocalarıma sonsuz şükranlarımı sunmak istiyorum. Bunun yanında araştırmalarımda bana tüm olanakları sunan ve desteğini her zaman yanımda hissettiğim için güç aldığım, Foça DTSY Merkezi' ni kendi çocuğu gibi sahiplenmiş olan ve bizlere böyle bir yapıtı armağan eden, Amfibi Deniz Piyade Tugay Komutanlığı' ndan Dz.Kur.Kd. Albay Mücahit Erakyol' a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Gecesini gündüzüne katarak destek olan hiçbir fedakarlıktan kaçınmayan Çıkarma Filosu Komutanlığı'ndan Üsteğmen Nadire Çerezci, bu çalışmanın hazırlanmasında bitmez tükenmez gayreti ile takdir edilmesi gereken isimlerin başında yer almaktadır. Amfibi Deniz Piyadeleri Osman Noyan Kılıcı, Altan Çolak, Kerimcan Apak ve Erim Gürdal' a, Deniz Piyade Onbaşı Salih ve Ayhan' a, desteği ile bana güç veren Sinem Güntav ve Orhan Okay' a ve tabii ki aileme bu çalışmanın hazırlanmasındaki katkılarından ve desteklerinden dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

Okul hayatımda eğitim ve öğretimimde üzerimde büyük emekleri bulunan başta rahmetli Sn. Bilal Erdoğan hocam olmak üzere, bu çalışmada hiçbir yardımdan kaçınmayıp, emeğini asla ödeyemeyeceğim Sn. Prof. Ulufer Teker hocama, Doç.Dr. Yakup Öztuna, Prof.Dr. Şefik Güngör, Yard.Doç.Dr. Mehmet Koştumoğlu ve Prof. Gören Bulut hocalarıma, Güzel Sanatlar Enstitüsü Sekteri Sn. Hanife Erbulak ve tüm Öğrenci İşleri çalışanlarına yardımlarından ve desteklerinden dolayı sonsuz şükranlarımı sunarım.

İÇİNDEKİLER

ASKERİ MÜZELERDE GRAFİK TASARIM VE FOÇA DENİZ MÜZESİ ÖRNEĞİ

	<u>Sayfa</u>
YEMİN METNİ	i
TUTANAK	ii
Y.Ö.K. DÖKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ VERİ FORMU	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	x
EKLER LİSTESİ	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM MÜZE NEDİR?

1.1 Müze Kavramı ve Tarihçesi	4
1.1.1 Dünya' daki Gelişimi	7
1.1.2 Türkiye' deki Gelişimi	8
1.2 Müzecilik Nedir?	9
1.3 Müze Çeşitleri	11
1.4 Klasik Müzecilik Anlayışı ve Çağdaş Müzecilik Anlayışı	12
1.5 Yeni Bir Müze Kavramı: Sanal Müzeler	16

İKİNCİ BÖLÜM GRAFİK TASARIMIN MÜZECİLİKTEKİ YERİ

2.1 Grafik Tasarım Kavramı	19
2.2 Görsel Algılama ve Grafik Tasarımın Önemi	22

2.3	Algıda Renk Olgusu	23
2.4	Renklerin Psikolojik Etkileri ve Grafik Tasarımda Kullanımı	25
2.5	Müzelerde Grafik Tasarım	26
2.6	Müze Tasarımında Önerilen Grafikselsel Unsurlar	29
2.6.1	Kurumsal Kimlik Çalışması	29
2.6.1.1	Layout (Raster)	30
2.6.1.2	Kurum Rengi	31
2.6.1.3	Kurum Tipografisi	32
2.6.1.4	Çevre Tasarımı	33
2.6.1.5	Kurum Kimliği Kitabı	34
2.7	Müze Tanıtımında Önerilen Grafikselsel Unsurlar	36
2.7.1	T.S.K. Basılı Reklam Araçları	36
2.7.1.1	Gazete İlanları	37
2.7.1.2	Dergi İlanları	37
2.7.1.3	El İlanları	38
2.7.1.4	Kataloglar	39
2.7.1.5	Broşürler	39
2.7.1.6	Afişler	40
2.7.2	Diğer Reklam Araçları	40
2.7.3	Yönlendirmeler, Uyarı İşaret ve Levhaları	40

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ASKERİ MÜZELERİN İNCELENMESİ

3.1.	Birinci Sınıf Askeri Müzeler	43
3.1.1	Genel Kurmay Başkanlığı Bünyesinde Bulunan Askeri Müzeler	43
3.1.1.1	Türkiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi – Harbiye / İstanbul	44
3.1.2	Türk Deniz Kuvvetleri Bünyesindeki Deniz Müzeleri	46
3.1.2.1	İstanbul Deniz Müzesi Komutanlığı – Beşiktaş/İstanbul ..	46
3.1.2.2	Çanakkale Deniz Müzesi Komutanlığı – Çanakkale	47
3.1.3	Hava Kuvvetleri Bünyesinde Bulunan Hava Müzeleri	48

3.1.3.1	Yeşilköy / İstanbul Hava Müzesi	48
3.1.3.2	Etimesgut / Ankara Hava Müzesi	50
3.1.4	Anıtkabir Müzesi	52
3.2	İkinci Sınıf Askeri Müzeler	53
3.3	T.S.K. Kuvvet Komutanlıkları Bünyesindeki Askeri Müzeler	54
3.3.1	Müze Gemiler Müdürlüğü	54
3.3.2	TCG GAYRET Müzesi – Kocaeli	55
3.3.3	TCG Ege Müzesi	57
3.3.4	TCG Piri Reis Müzesi	57
3.3.5	Kıbrıs Barış Harekatı Müzesi	57
3.3.6	Deniz Tarihi Arşivi – Gölcük	57
3.4	Yurt Dışındaki Askeri Müze Örnekleri	58
3.4.1	Amerikan Deniz Piyade Müzesi	58
3.4.2	Jamestown – Yorktown	59
3.4.3	Pergamon Müzesi (Almanya)	59

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

FOÇA DENİZ MÜZESİ

4.1	Foça ve Foça Deniz Müzesi Binası' nın Tarihçesi	61
4.2	Foça Deniz Müzesi Sergi Planı	61
4.2.1	Askeri İçerikli Bölüm	62
4.2.2	Sivil İçerikli Bölüm	63
4.3	Foça Deniz Müzesi' nde Kullanılan Grafikselsel Unsurlar	64
4.3.1	Askeri İçerikli Binada Kullanılmakta Olan Grafikselsel Unsurlar	64
4.3.2	Sivil İçerikli Binada Kullanılmakta Olan Grafikselsel Unsurlar	65
SONUÇ		67
EKLER		70
KAYNAKLAR		101
ÖZGEÇMİŞ		106

KISALTMALAR

T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
T.S.K.	: Türk Silahlı Kuvvetleri
çev.	: Çeviren
S	: Sayfa
www	: World Wide Web
http	: Hyper Text Transfer Protocol
.com	: Commercial (Ticari) uzantılı domain uzantısı
.gov	: Government (Hükümet-idari) domain uzantısı
.mil	: Military (Askeri) domain uzantısı
.edu	: Education (Eğitim Kurumu) domain uzantısı
.org	: Organization (Organizasyon) domain uzantısı
NASA	: National Aeronautics and Space Administration
Dz.K.K.	: Deniz Kuvvetleri Komutanlığı
Hv.K.K.	: Hava Kuvvetleri Komutanlığı
DTSY	: Denizciliği Tanıtma, Sevdirme ve Yaygınlaştırma Merkezi
D.E.Ü.	: Dokuz Eylül Üniversitesi
Sn.	: Sayın
Prof.	: Profesör
Dr.	: Doktor
ICOM	: Uluslararası Müzeler Komitesi

EKLER LİSTESİ

EK 1. Türkiye'deki Askeri Müzelerden Örnekler	70
EK 2. Yurt Dışındaki Askeri Müzelerden Örnekler	80

GİRİŞ

Müze; *“toplumun bilimsel ve kültürel geçmişini yansıtan ve geleceğini biçimleyecek öğeleri araştıran, toplayan, koruyan, sergileyen, belgeleyen, yaşatan ve yönlendiren yaygın bir eğitim kurumudur.”*¹

Askeri müzelere bakıldığında, durumun farklı olmadığını görürüz. Ancak sivil müzelerde olduğu gibi geleneksel müzecilik anlayışı askeri müzelerde de yaygındır. Sivil müzelerde görev yapan çalışanların benzer sorunları askeri müzelerde de mevcuttur. Bunun yanında bizleri en çok ilgilendiren kısım olan askeri müzelerdeki grafik tasarım öğeleri ve çağdaş grafiksel unsurlar, maalesef özellikle Türkiye'deki askeri müzelerde yok denecek kadar azdır.

Bu çalışma kapsamında incelenmiş olan birçok askeri müzede karşılan durum aynıdır. Birçok askeri müzeyi incelediğimizde, ne yazık ki tecrübesiz veya grafik tasarımcı olmayan kişilerin hazırladığı müze sergileri ile karşılaşmaktayız. Müzelerde objeler eski tip dolaplarda sergilenmekte, bilgi panoları birbirinden kopuk, tipografik olarak tamamen hatalı, hiçbir tasarım değeri içermeyen nesnelere karşımıza çıkmaktadır. Müze tasarımı, grafik tasarımın ve grafik tasarımcının hemen hemen hiç girmediği bir alan olarak önümüzde durmaktadır.

Son yıllarda tüm dünyada görülen ve ekonomik-sosyal çalkantılara uğrayan toplumlara, müzelerin nasıl faydalı olacağı sorusu, müzecileri yakından ilgilendirmektedir. Müzelerin geleneksel yapısıyla bilgi çağına uyum sağlanmasının mümkün olmadığı ve bu nedenle yenilik ve değişiklik gerektiği savunulmaktadır.²

Bu bağlamda müzeler ve müzeciler kendi kimliklerini yeniden sorgulama yoluna gitmişler, çağa uyum sağlamak ve geleneksel yapılarından kurtulmak için yeni yapılanmaların ve düzenlemelerin içerisine girmişlerdir. Askeri müzeler de, yeni

1 Tomur Atagök, **Çağdaş Müzeciliğin Anlamı, İstanbul, Lami Sanat Dergisi**, Cihan Matbaacılık, 1990, s.131-132,138.

2 Tülay Erdoğan, **Türkiyedeki Arkeoloji Müzelerinde Yapılan Eğitsel Faaliyetler**, Ankara, 2003, s.1.

kurulan müzelerinde ve mevcut müze yapılarında değişiklik yapmak istemekte ve çağdaş müzecilik sistemine geçiş yapmak istemektedirler.

Yurt dışında bulunan bazı askeri müzelerin, çağdaş müzecilik anlayışı ile kurulup ve yönetiliyor olması, bu müzelere olan ilginin ve ziyaretçi sayısının fazlalığı ile hemen anlaşılabilir. Müzelerin temel işlevleri olan eğitim, bilgilendirme ve tarihi aktarma görevleri bu sayede çok daha kolaylıkla yapılabilmekte ve daha büyük kitlelere ulaşma imkanı sağlanabilmektedir. Bunun yanı sıra çağdaş müzecilik anlayışını benimsemiş ve sergi salonları çağdaş formlar ve günümüz grafik tasarım anlayışı ile düzenlenmiş olan askeri veya sivil müzeler, bu mekanları ziyaretçiler tarafından çok daha rahat gezilebilir kılmakta, müzeleri sıkıcı ortamlar olmaktan uzaklaştırmaktadırlar.

Bu çalışma; Türkiye'de var olan askeri müzelerdeki geleneksel müzecilik anlayışını inceleyip, elde edilen sonuçları günümüz çağdaş müzecilik kavramları ile karşılaştırmak, eski sistemin yerini çağdaş müzecilik anlayışının almasının bir gereklilik olarak adlandırıldığı çağımızda, Türk Silahlı Kuvvetleri' nin hazırlamakta olduğu bir deniz müzesini, yeni normlara uygun hale getirmek, sivil halk ile bütünleştirmek ve bir grafik tasarımcı gözüyle baştan tasarlamak amacıyla yapılmıştır. Bunu yaparken halkın ve özellikle öğrencilerin askeri kaynaklardan daha etkin bir şekilde bilgi edinebilmeleri, müzeyi bir eğitim kurumu gibi kullanabilmelerini amaç edinilmiştir. Müzedeki bilgileri insanlara grafiksel öğelerle anlatmayı hedeflemektedir.

Askeri müzelerdeki grafiksel anlatım yetersizliklerini ve geleneksel müzecilik anlayışının getirdiği problemler, amaçlar çerçevesinde, bilgisayar ve fotoğraf teknolojileri kullanılarak, modern grafiksel öğeler ve renk faktörlerinden faydalanılarak, amaca ulaşacak farklı bir askeri müze kimliği elde etmeyi hedeflenmektedir.

Bu çalışma için kullanılan bilgisayar programlarının yanı sıra, konu ile ilgili diğer müzeler ile bilgileri, imkanlar dahilinde tek tek dolaşarak yerinde

incelenmiştir. Ulaşma olanağının bulunmadığı askeri müzeler ise, elde edinilen kaynaklardan ve internet üzerinden incelenmiştir. Farklı kaynaklardan elde edilen doneler birbirleri karşılaştırarak analiz edilip bu şekilde elde edilmek istenilen sonuca ulaşmak amaç edinilmiştir.

Konu içeriği Türkiye'deki askeri müzeler ile sınırlandırılmıştır. Ancak örneklendirme yapabilmek ve bir karşılaştırma imkanı olabilmesi için yurt dışında yer alan birkaç askeri müzeye de araştırma içerisinde yer verilmiştir. Grafikselle sunumlarda kullanılacak olan bilgilendirme panolarının ölçü ve karakteristiklerini müze binaları ile sınırlandırılmıştır.. Çünkü bu öğeler hazırlanırken, çalışmaların sınırlarını belirleyen en önemli unsurdan birisi de müze binaları olmuştur.

Müze için hazırlanan panoların ve diğer görsellerin alt yapısının oluşturulabilmesi için modern grafikselle anlatımları incelenmiştir. Bu anlatımların uygulanabileceği bilgisayar teknolojileri geniş bir şekilde araştırıldı ve bu teknolojilerin yapılan çalışmalarda etkin bir şekilde kullanılmasına özen gösterilmiştir.

Foça Deniz Müzesi için, bu çalışma kapsamında hazırlanmış olan Sanal Müze Sistemi, çağdaş müzeciliğin getirdiği yeniliklerden birisi olan bilgisayar teknolojisi ve internet aracılığı ile yeni teknolojiler kullanılarak müzenin daha geniş toplulukların erişimine sunulması açısından faydalı olmuştur.

Sanal Müze yapımı için yeni fotoğraflama teknikleri ve bilgisayar programları kullanılmıştır. Foça Deniz Müzesi için hazırlanan Sanal Müze, tüm müze çalışmasının bütünü tamamlayan bir parçası olduğu için, görsel olarak da Foça Deniz Müzesi kurumsal kimliğini taşımaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

MÜZE NEDİR?

1.1. Müze Kavramı ve Tarihçesi

“Müze” kelimesi eski Yunanca’dan alınmış bir kelime olup bilimler tapınağı anlamına gelmektedir. Bu anlamda ilk müze Hellenistik devri kültür merkezlerinden M.Ö. 300 yılında İskenderiye’de I. Ptolemaios zamanında meydana getirilmiştir. Bu devirde sanata, bilime önem veren okullar bir araya gelerek müzeleri meydana getiriyordu. Dolayısıyla bu yerlerde bugün olduğu gibi eski çağlara ait sanat eserleri bulunmazdı. Bu gün bildiğimiz müzelerse insanların fikren gelişmeleri sanat eserlerine karşı ilgilerin uyanması sonunda meydana gelmiştir. Bilhassa orta çağın skolastik zihniyetlerinden kurtulan insanlar, daha hızlı ulaşım imkanı veren taşıtlar sayesinde daha sık seyahat ederek eski dünyanın kültür varlıklarıyla yakından temas etme imkanı bulmuşlardır.³

İlk medeni müze 1683 yılında İngiltere’de Oxford Üniversitesinde kurulmuştur. Elias Ashmole’nin koleksiyonlarından faydalanarak kurulan bu müzeye “ Ashmole Müzesi “ adı verilmiştir. Bir üniversite bünyesinde kurulan müzeler XVII. yüzyılda bütün vatandaşların faydalanabileceği birer müessese haline getirilmiştir.⁴

Uluslararası Müzeler Komitesi (ICOM) “*Müze, kültürel değer taşıyan unsurlardan oluşan bir bütünü türlü biçimlerde korumak, incelemek, değerlendirmek ve özellikle halkın beğenisininin yükselmesi ve eğitimi için sergilemek amacıyla toplum yararına, sürekli yönetilen kurum*” diye tanımlamaktadır.⁵

3 Tülay Erdoğan, *Türkiyedeki Arkeoloji Müzelerinde Yapılan Eğitsel Faaliyetler*, Ankara, 2003, s.1.

4 Erdoğan, *y.a.g.e.*, s.2.

5 Tomur Atagök, *Çağdaş Müzeciliğin Anlamı, İstanbul, Lami Sanat Dergisi*, Cihan Matbaacılık, 1990, s.131-132,138.

Müzeler oluştuğu yıllardan bu yana, kültürel değerleri toplum yararına korumayı ve değerlendirmeyi hedeflerken, sonraları bu amaçlar, toplumun öğrenim ve eğitiminin arttırılması, güzel duyu görgüsünün yerleşmesi, bulunduğumuz anın, geçmişin ve giderek geleceğin açıklanması, yorumlanması, toplumsal değişimlerin desteklenmesi ve halkın eğlenerek zamanını değerlendirmesine ve eğitimine dönüştürmüştür. 20. yüzyıl ortalarında müzecilikte asil amaç kültür ve bilimin toplumun tüm kesimine aktarılması olarak gelişmiş, bu nedenle müzecilikte “eğitim” toplama, koruma, araştırma, değerlendirme ve sergilemeyi yönlendiren bir işlev olarak önem kazanmıştır. Günümüzde müzeler birer yaygın eğitim kurumu olarak halkı eğitmeyi, kültür ve bilimi topluma aktarmayı hedefleyerek, iletişim ve halkla ilişkileri başlıca yöntemler olarak kullanmaya yönlenmişlerdir. Müze belgeleri toplayıp, sınıflar, fakat bir kütüphane ya da arşiv değildir; müze eğitir, fakat bir okul değildir. Günümüz müzeleri üstlendikleri görevleri nedeniyle, birer araştırma merkezi, birer açık üniversite, herhangi bir ailenin tüm fertlerinin eğlenerek öğrenebileceği, öğrenmenin bir zevk olabileceği bir eğitim ve kültür kurumlarıdır.⁶

Kültürün, sanatın, bilimin dili ancak eğitimin katkısıyla açıklık kazanır. Yoksa kültür elit bir tabakanın, güçlü ya da aydın bir kesimin malı olma tehlikesi ile karşı karşıyadır. Yüzyıllarca, kültür ve sanat, din adamları ile devlet yöneticilerinin himayesinde oluşurken 17.yüzyıl dan itibaren, burjuva sınıfının aracılığıyla, diğer kesimlere geçmiş, toplumcu ve ulusçu tavırla bu birikimlerin halka açılması mümkün olmuştur. Ancak Fransa’da Louvre (1793); İngiltere’de The British Museum (1753); The National Gallery (1814); İtalya’da Uffizi (1789); İspanya’da Prado (1819); Almanya’da Dresden Müze (1836) lerinin halka açılışları bu birikimleri yine de topluma mal etmemiştir. Müzeler o yıllarda “Muse”lerin 1 ilham perilerinin tapınaklarıydı. Binaların neo klasik mimarisi halktan birisinin girmesini, görkemliliği ile bir anlamda ürkütüp engellerken, müzeciler de kendilerini geçmişin onurlu nöbetçileri olarak görüyor, özenle halkla olan mesafeyi koruyorlardı.⁷

Müzeler için, meslekleri ya da aydın kişilikleri nedeniyle ilişki içinde

6 Atagök, **a.g.e.** , s.131-132,138.

7 Atagök, **a.g.e.** , s.131-132,138.

olabildiği bir kesim en doğal çevreyi oluşturur. Diğer taraftan yaşam biçimi nedeniyle salt fiziki ihtiyaçlarını karşılama durumunda bulunan düşük gelirli, az okumuş kişilerin oluşturduğu kesim müzelerin en az ulaşabildiği gruptur. Çağdaş müzecilikte müzelerin yaptıkları etkinlikleri topluma duyurmak ve toplumun ilgisini çekmek toplumla bütünleşmesinin ilk koşuludur. Etki alanını genişletmek, müzeye gelen sanatçı, bilim ve kültür adamı, sanatsever ve öğrencilerden oluşan dar çevreyi aşmak için müzeler bilinçli programlar yapıp, iletişim organları ile halkla ilişki kurmak zorundadır. Kısa ve informal yazılı ve sözsel duyurularla birlikte uzun ayrıntılı bilgilerin, basın, radyo ve televizyonda halka aktarma halkla ilişkilerin dolaysız yöntemleridir. Müze programlarının afiş ve pankartlarla halkın ve trafiğin yoğun olduğu bölgelerde el el broşürlerinin dağıtımı yine bu yöntemler arasındadır.

Müzedede estetik ve bilimsel algılama hangi noktada biter, eğitim hangi noktada başlar, ayırt etmek zordur. Diyebiliriz ki müzedede sergileme ile eğitim iç içedir. Yapıtların anlamını açmak için yazılan yazılar, sergileme biçimi, sergi ve müze gezme alışkanlığı edinmiş kişiler için dolaysız ve yeterli bir eğitim biçimidir. Ancak bu alışkanlıkları edinmemiş kişilerin daha ısrarlı ve yöntemli bir eğitime ihtiyacı bulunmaktadır. Bu kişiler için yapıtların ya da nesnelere anlamını açmak üzere “eğitim” adı altında toplayabileceğimiz ek etkinlikler yapmak gerekir. Ziyaretçilerin sergileri gezerken bir amacı olması için bir rehber tarafından bir tür yorumlama ve bilgilendirme yapılır. Onların ne ile ilgilenmeleri belirtildiğinde, izleyicilerin kendileri sergilenenlerle daha aktif bir ilişkiye gireceklerdir. Nesne ve yapıtları “akıl yoluyla tanımak” ziyaretçiye yetmeyecektir. Fazla olarak, onu daha büyük bir gayret göstermeye teşvik etmek, eşyanın özelliği ve yaşanmış tecrübe kazanmayı ona öğretmek de gerekecektir.⁸

Müzelerin, toplum için var oldukları gerçeğinden hareket ederek, toplumu oluşturan her kesim ile iletişim kurma çabasını göstermek zorundadırlar.⁹

8 Atagök, a.g.e. , s.131-132,138.

9 Demir , A., **Sınırlar Ötesi Müze. Müzecilikte Yeni Yaklaşımlar, Küreselleşme Yerelleşme**, İstanbul, Tarih Vakfı, 2000, s.114.

Müze; “toplumun bilimsel ve kültürel geçmişini yansıtan ve geleceğini biçimleyecek öğeleri araştıran, toplayan koruyan, sergileyen, belgeleyen, yaşatan ve yönlendiren yaygın bir eğitim kurumudur.”¹⁰

1.1.1. Dünyadaki Gelişimi

Tarih süreci içerisinde doğa nesnelерinin ve sanat yapıtlarının bir araya getirilmesi ilk kez Paleolitik çağ mezarlarında (M.Ö. 100.000 – 40.000) görülmüştür. Ardından Eski Mısır ile Mezopotamya’da değerli eşyaların mabetlerde, mezarlarda, kutsal alanlarda ve saraylarda bir arada sergilendikleri görülmüştür. Eski Çağ’da savaşlarda ele geçen, savaş galiplerinin getirdikleri eserler koleksiyonculuğun başlamasına neden olmuştur.¹¹

Orta Çağ Avrupa’sında bugünkü anlamda bir müze kurma ve eser sergileme düşüncesi bulunmuyordu. Yalnızca kilise ve manastırlarda dinsel eşyalardan oluşmuş, her geçen gün biraz daha çoğalan koleksiyonlar vardı. Gün geçtikçe her türlü sanat değeri olan eserlere ilgi artmış ve Rönesans’la birlikte daha da hız kazanmıştır. Böylece ileride kurulacak olan Avrupa müzelerinin de temelleri atılmıştır.¹²

Kenneth Hudson’a (1992) göre, Avrupa müzelerinin bu güne kadar dört evreden geçtikleri söylenebilir. 17. ve 18. Yüzyıllardaki birinci evrede aristokrasi, dinsel kuruluşlar, tarihsel ve arkeolojik malzemeleri, ender bulunan nesneleri ve sanat eserlerini toplamaya başlamışlardı. Ancak bu koleksiyonlardan sadece ayrıcalıklı kişiler yararlanabiliyordu. 18. Yüzyılın son on yılından günümüze kadar olan ikinci evrede halka açık müzelerin oluşturulduğu görülmektedir. Bu evrede koleksiyonları depolama, sergileme, koruma ve bakım düşüncesi egemendi, müzenin eğitsel bir rolü olduğu düşünölmüyordu; yine de okulların öğrencileri müzelere getirmeleri ya da yetişkinlere müzede konferanslar düzenlenmesi için desteklendiği

10 Atagök, a.g.e. , s.131-132,138.

11 Yücel, E., **Türkiye’de Müzecilik**, İstanbul, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 1999.

12 E., y.a.g.e.

görülmekteydi. 1920–1930 yıllarında başlayan üçüncü devrede bazı müzeler nesnelere sahip olmanın, onları korumanın ve sergilemenin yetmediğini anlamaya başladılar. Müzede eğitim görevinin özel bir uzmanlık gerektirdiği ve büyük müzelerde eğitim bölümlerinin kurulmasının kaçınılmaz olduğu fark edildi. Bu gelişme Avrupa’dan önce Amerika’da ortaya çıktı. 1950 yılından itibaren başlayan dördüncü evrede Avrupa’da Müzeolojik ortam tamamen değişti. 1960 – 1970 yıllarında özel kuruluşlar, vakıflar müzelerle ilgilenmeye başladılar.

Hudson, “ Bütün Avrupa Ülkelerinde müzeler izleyiciler karşısında 100 yıl hatta 50 yıl önce ortaya koydukları kayıtsızlığı yavaş yavaş ve bazen de güçlüklerle terk etmektedirler.” demektedir. Günümüzde müzeler artık ziyaretçilerini kendi hallerine bırakmıyor; onlarla iletişim kurmak, onları eğitmek istiyorlar. Eski ve yeni müzeler arasındaki en büyük tutum farklılığı budur.¹³

1.1.2. Türkiye’deki Gelişimi

Anadolu Selçukluları Konya Alaeddin Tepesi’ndeki surları yaparken taşların arasına yer, yer antik kalıntıları, heykelleri, kabartmaları yerleştirmişleridir. Belki de orada ilk müze denemesini yapmışlardır. Antik kalıntıların çoğunun sur duvarlarının dış yüzeyine konulmuş olması bu yerleştirmenin bilinçli olduğunu göstermektedir. (1839 - 1861) zamanında Tophane-i Amire Müşiri Ahmet Fethi Paşa’nın (1801 – 1858) çabalarıyla 1846’da gerçek anlamda başlamıştır.¹⁴

İlk müzecimiz Orhan Hamdi Bey (1842 – 1910) , ilk müzemiz ise İstanbul Arkeoloji Müzesidir. Bu müzenin temelini atan (1847) Ahmet Fethi Paşa müzeciliği kurumlaştırmış ve çeşitli vilayetlere genelgeler göndererek, Aya İrini Kilisesi’nde Mecmea-i Esleha-i Atika ve Mecmea-i Asar-ı Atika bölümlerinde müze materyali depolanmasını istemiş, 1869 yılında maarif nazırı Saffet Paşa tarafından Müze-i Hümayun adı ile açılmıştır. İlk yıllarda bilimsel müzecilikten uzak bir depo durumunda olan Müze-i Hümayun kapsamına 1873’de Çinili Köşkü de katmış,

13 Onur B., **İletişim ve Eğitim Ortamı Olarak Müzeler**, 1999 yılı Anadolu Medeniyetleri Müzesi Konferansları, 2000, s.47-57.

14 E.,a.g.e.

1880’de ise halka açılmıştır. ¹⁵

“Batı eğitim tarihinde gelişen reformist eğitim akımları, doğal olarak Tanzimat’la birlikte Osmanlı Devleti’nin Batı ile başlayan yakın teması sonucunda yenileşme anlayışları içinde yer almıştır. Bu doğrultuda Satı Bey 1909 yılında Maarif Nezaretine sunduğu raporunda öneriler sunmuştur. Bunlar içinde dikkati çeken bir konu da müzelerin önemini gündeme getirmesidir. Bu çalışma sonucunda “ okul müzesi “ kavramı da eğitime girmiş olmaktadır. Satı Bey’in müze raporunda ele aldığı müze kavramının geleneksel müze yaklaşımında oldukça farklı amaca yönlendirildiğini görmekteyiz. Müzede sadece obje sergileme anlayışından farklı olarak, eski eserlerin eğitim alanında görerek öğrenme, inceleme üzerine kurulacak bilginin nesnel tarafını da öğrenme olgusuna dahil etme anlayışına uzanmaktadır. Bu yöntemin okulda kullanılması örneklerle anlatılmaya çalışılmıştır. Diğer bir konu okul müzesi uygulamasının yaygınlaştırılmak istenmesidir. Öğretimde kullanılan materyallerin, eşyanın, nesnenin, bilginin, objeleri koleksiyon olarak okullarda toplanması, bu şekilde okul müzelerinin oluşturulması düşüncesi Satı Bey’in önem verdiği bir konuydu. Eğitim tarihimizde resmi olmayan ilkokul müzesi açan da Satı Bey olmuştur.” ¹⁶

Tek partili dönemde Atatürk’ün Türk kimliğinin güçlenmesi için başlattığı kültürel kalkınma programı hızını sürdürememiş, 1960’larda artan müze sayısına ve UNESCO’nun gelişmekte olan ülkelere önerilerine rağmen eğitim amaçlı müze programları gerçekleşmemiştir. ¹⁷

1.2. Müzecilik Nedir ?

Müzecilik ilk olarak müzelerin batıda, soyluların kişisel zevk için çeşitli sanat eserlerini ya da kumandanların ganimetlerini bir araya toplamaları sonucunda ortaya çıkmıştır.

Müzeciliğin ilk ortaya çıktığı tarihlerde biriktirme toplama dışında hiçbir amaca hizmet etmediği görülmektedir. İnsanların kendi evlerinde, tapınaklarda, kiliselerde toplanan eserlerin zamanla halka sunulmaya başlanması ile müzeciliğin amaçlarında çok boyutluluğun ilk adımları atılmıştır. ¹⁸

15 Cantay, G., **Müzeciliğimiz ve Eğitimi**, İstanbul, 1. Müzecilik Sempozyumu, Deniz Müzesi, 1993.

16 Öztürk Adıgüzel, **Türk Eğitim Düşüncesinde Okul Müzesinden Müze Pedagojisine Değişim, Eğitim ve Bilim**, Cilt : 14 Say : 114, Ekim, 1999, s.73-81.

17 Atagök, T., **Yaşayan Müze ve Eğitim.Sanat Dünyamız**, Sayı, 71, s.223 -227, 1999.

18 Tülay Erdoğan, **Türkiyedeki Arkeoloji Müzelerinde Yapılan Eğitsel Faaliyetler**, Ankara,2003, s.1.

“ Doğa bilimlerinden güzel sanatlara kadar çok geniş bir alana yayılan koleksiyonculuk çabaları, bugün artık tasnif etme, kataloglama, yerleştirme, tanıtma ve eğitici işlevlere açık tutma gibi, yalnız müzeciliği ilgilendiren uzmanlık düzeyindeki bilgilere dönüşmüştür. Bu bilgiler, genellikle geçen yüzyılda hızlanan endüstri devriminin ortaya çıkardığı yeni uzmanlık alanlarıyla da yakından ilgilidir. Böylece müzecilik birtakım eşsiz parçaları toplamaktan ibaret olan geleneksel dar ölçülerin dışına taşmış, yeni ve çağdaş bir müzecilik kavramı, bu yüzyılın başlarından itibaren ortaya çıkmıştır. ”¹⁹

Geleneksel müzecilik daha çok arama, toplama, koruma, bakımını yapma ve sergileme anlayışıyla sınırlıydı. Buna karşılık çağdaş müzecilik iletişim kurma ve eğitme işlevlerini vurgulamaktadır. Böylece edilgen bir müzecilik anlayışından etkin, dinamik, etkileşimli ve katılımcı bir müzecilik anlayışına geçilmiştir. Temel amacı müzenin koleksiyonları ile kitlelerin gereksinimleri ve ilgileri arasında ilişki kurmaktır. Vurgu nesnelerin üzerinden insanların üzerine kaymıştır. İnsanlara yaşantı olanağı sunmak önem kazanmıştır.²⁰

Çağdaş Müzecilik anlayışının temelinde ise, her tür müzenin kendi konusu içinde, olabildiğince çok eseri toplayıp, korunmasını sağlamak ve bunları halkın yararına sunmak amacı vardır. Böylece günümüzde müzeler, tarih, sanat ve kültür yuvaları olma çabası içinde bunun gerektirdiği görevleri en iyi biçimde yerine getirme amacını gütmektedirler.²¹

“20. yy ortalarında müzecilikte asıl amaç kültür ve bilimin toplumun tüm kesimine aktarılması olarak gelişmiş, bu nedenle eğitim, toplama, koruma, inceleme, değerlendirme ve sergilemenin önünde yönlendirici etkinlik olarak biçimlenmiştir. Günümüzde müzeler birer yaygın eğitim kurumu olarak halkı eğitmeyi, kültür ve bilimi topluma aktarmayı hedefleyerek iletişim ve halkla ilişkileri başlıca yöntemler olarak kullanmaya yönelmişlerdir. Müze sadece bir bina ve koleksiyon değildir; müze toplar, fakat bir depo değildir; müze korur, fakat bir buzluk değildir; müze belgeleri oluşturur, fakat bir kütüphane değildir; müze eğitir, fakat bir okul değildir. Müzeler üstlendikleri görevleri nedeniyle, birer açık üniversite, her hangi bir ailenin tüm fertlerinin eğlenerek öğrenebileceği öğrenmenin bir zevk olabileceği kültür merkezidir.”²²

İlk ortaya çıktığından bu yana toplumsal hareketlilikten etkilenen müzeciliğin amaç ve görevlerinde değişiklikler olmuştur. Önemli olan, bu değişikliklere çabuk uyum sağlamak ve böylece çocuklara yetişkinlere, uzmanlara sunulacak bilgi ve

19 Kaya, Özsezgin, **Çağdaş Müzecilik ve Bazı Öneriler**, Ankara. T.C. K. ve T. Bak.San. Gn. Md. Yay. 1985 .

20 Bekir, Onur, **Anadolu Medeniyetleri Müzesi Konferansları**, Ankara, 2000.

21 Atagök, **a.g.e.**

22 Atagök, **y.a.g.e.**

sergilemede günün amacına uygun hareket edebilmektir. ²³

1.3. Müze Çeşitleri

Gerek koleksiyonların içerikleri veya nitelikleri gerekse bağlı oldukları birimler doğrultusunda müzeler çeşitli gruplara ayrılmıştır. “ Milletlerarası Müzeler Komitesi (ICOM) tüm müzelerin koleksiyon içeriğine göre, aşağıdaki sıralamayı yapmıştır:

- 1- Sanat Tarihi Müzeleri,
- 2- Modern Sanat Müzeleri,
- 3- Arkeoloji ve Tarih Müzeleri,
- 4- Etnografya ve Folklor Müzeleri,
- 5- Tabii Tarih Müzeleri,
- 6- Bölge Müzeleri,
- 7- İlim ve Fen Müzeleri,
- 8- İhtisas Müzeleri,
- 9- Üniversite Müzeleri,

Koleksiyonların içeriğine göre ise müzeleri şöyle sıralayabiliriz:

- Arkeoloji Müzeleri: Arkeolojik zenginlikleri içine alan, binlerce yıllık tarihin maddi kültür belgelerini sergileyen müzelerdir. Ankara, İstanbul, İzmir, Konya, Antalya, Adana, Bursa Arkeoloji Müzelerimiz bu tür müzelere örnektir.

- Tarih ve Etnografya Müzeleri: Bir ülkenin, yörenin, insan topluluğunun ya da kurumun gelişimini sistemli olarak inceleme ve açıklamasını yazılı, görsel ve tarihsel belgelerle kronolojik olarak koleksiyonlarında toplamış olan müzelerdir.

- Sanat Tarihi, Sanat Müzeleri: 20.yy kadar olan tüm sanat birikimlerini toplamış olan müzelerdir.

- Bilim ve Endüstri Müzeleri: Doğa ve Fizik bilimlerinin araştırıldığı ve

23 Atagök, y.a.g.e.

uygulandığı müzelerdir.

Koleksiyonların dışında müzeler, buldukları ülkenin yapısı ve bağlı buldukları kuruluşlar bakımından da çeşitli gruplara ayrılmaktadırlar: “ Müzeler Amerika’da olduğu gibi üniversitelere bağlı bulunmakta, Avrupa devletlerinden bazılarında olduğu gibi Federal şehirlere bağlı olmaktadır. Fakat bunların yanında Belediyelere bağlı müzeler de vardır ”²⁴

1. Klasik Müzecilik Anlayışı ve Günümüzdeki Müzecilik Anlayışı

“20. yüzyılın ikinci yarısında iletişim teknolojileri gelişmiş; televizyon, bilgisayar gibi araçlar günlük hayata girmiş, bilgi akışını hızlandırmış ve ekonomik, kültürel, sosyal yaşamı etki altına almıştır. Sanatla gündelik yaşam arasındaki sınırlar kalkmaya, popüler kültür yaygınlaşmaya başlamıştır. 20. yüzyılın ilk yarısında halkı kendine çekmek için çalışmaya başlayan müzeler, 20. yüzyılın ikinci yarısında bu çalışmalarını hızlandırarak devam ettirmiş, farklı kültür ve kimliklerden ziyaretçileri müzeye çekmeyi amaçlamıştır. Koruma, araştırma, eğitim gibi işlevleri geri planda kalmaya başlayan müzeler kitle iletişim araçlarına dönüşmüştür. Kalıcı koleksiyonlar yerlerini sürekli uzun mesafelere nakledilen geçici koleksiyonlara bırakmıştır. Müze, gündelik yaşamda daha geniş kitlelerin ilgisini çekmeye başlamış; eski kent merkezlerinin geçmişin özgün verilerine uygun restorasyonu, müzeye dönüştürülmüş köyler, müzelere konu olabilecek her türlü obje veya mekanın dijital ortama aktarılması ile oluşturulan sergi nesnelere, müze kurumunun tanımının net olarak yapılamamasını beraberinde getirmiştir. Kültürel eğitimde olması beklenen ciddiyet ve titizlik, yerini nostaljik canlandırmalara, çarpıcı gösterilere, abartılı deneyimlere bırakmış ve müzeler tüketim merkezlerine dönüşmüştür.”²⁵

Önceden sanat eserlerinin toplanıp muhafaza edildiği bir yer olan müzeler bugün genel öğretimin, her yaşta insanın düzenli olarak bilgi aldıkları bir program dahilinde bilgi aldıkları birer kültür müessesesidir. Bu amaca hizmet etmek için müzeler her zaman koleksiyonlarını artırmakta ve bunları halkın en iyi bir şekilde istifadesine sunmaktadır. Bu bakımdan müzeler tek bir ifade ile birer kültür müesseseleridir.

Son yıllarda tüm dünyada görülen ve ekonomik-sosyal çalkantılara uğrayan toplumlara, müzelerin nasıl faydalı olacağı sorusu, müzecileri yakından

24 Hikmet Gürçay, **Müze Çeşitleri**, İstanbul, Önasya Dergisi, 1968.

25 Andreas Huyssen , **Alacakaranlık Anıları** , 1999, s. 27

ilgilendirmektedir. Müzelerin geleneksel yapısıyla bilgi çağına uyum sağlanmasının mümkün olmadığı ve bu nedenle yenilik ve değişiklik gerektiği savunulmaktadır.

En önemli değişiklik müzelerin organizasyon yapısında görülür. Yeni müzelerde görev yapan uzman, konservatör, eğitimci, yönetici gibi elemanlara ait bölümler ortadan kaldırılacaktır. Bölümler arasında yer alan duvarlar yıkılacak, hiçbir çalışma kapalı kapılar ardında yapılmayacaktır.²⁶

Bugünkü müzeler, uzmanların mesleklerini ilerletmeleri için var olan kurumlardır ve halka ilgi ikinci plandadır. Oysa yeni anlayışa göre uzmanlar, dikkatlerini eserlerden insan ilişkilerine çevrilecek ve ofislerinden çıkıp, halkı tanıyacaklardır.

Chapin ve Klein' ın iddiasına göre müzeler, mevcut düzenin kültür değerlerini öğretirler. Bu değerlere göre bir çerçeve çizer ve dünyayı o çerçeve içinden sunarlar. Bu nedenle müzeler, daha değişik daha liberal değerleri anlatmaya başlamışlardır.

Müze sergilerinde üç grup yer alır. Eserleri yapanlar, bu eserleri sergileyenler ve ziyaretçiler. Bu gruplar eser ile etiket arasında bir yerde karşılaşmalı ve sonuç ziyaretçiye bırakılmalıdır. Eserlerin sınıflandırılması, esere tekrar para yatırmak için kullanılan bir metodudur. Müzenin etkisi altında her eser bir değer kazanır ve bir “sanat eseri” olarak sergilenir. Oysa değer, sosyal bir karardır ve değişebilir, insanların yanıtılmaması gerekir.

Etiket yazımında, eserlerin özel tarihi ihmal edilir. Etiket, uzman tarafından yazılıp, ziyaretçiye sunulan tek taraflı bir iletişim olmamalıdır.

Müzelerde, yüksek teknolojiye sahip medya kullanılmalıdır. Toplumun okumak yerine, görsel metotlardan hoşlandığını dikkate alarak, ziyaretçilerin bilgi, eğitim ve eğlence için medyadan büyük fayda sağlayacağını unutmamak

26 Tülay Erdoğan, **Türkiyedeki Arkeoloji Müzelerinde Yapılan Eğitsel Faaliyetler**, Ankara, 2003, s.1.

gerekmektedir.²⁷

Yeni Müzecilik Anlayışı'nı ortaya atanların özet olarak 3 ana konu üzerinde durduklarını söyleyebiliriz:

1. Müzenin ana kaynağı olarak bilgi olarak kabul edilir. Bilginin değeri, anlamı ve yönetimi tartışılmaktadır.
2. Halkla ilişkiler konusunda müzenin dar ve otoriter tavrı değişmelidir.
3. Müzelerin birbirinden ayrı yönetilen sosyal çalışmaları birleştirilmelidir. Müzenin başarısı için bu birleşme gereklidir.²⁸

Son yıllarda müzenin her metre karesinin iyi değerlendirilip, kullanılabilirliğini artırma amacı güdülmektedir. Bu amaçla değişebilen duvarlar, havada asılı üniteler, sergiler yapılmıştır.

Müzelerdeki değişimlerden birisi de görsel sunuş biçimlerinde olmuştur. Standart cam bölmeler ve kabinler yerlerini estetik görünümde düzenlenmiş renkli ve kullanışlı vitrinlere bıraktı. Müze salonlarında amaca uygun aynı anda yer, duvar ve tavana asılı vitrinler kullanılmaya başlanılmıştır.

Aynı şekilde depolardaki eserlerin korunması da gündeme gelerek, sabit ve hareketli raflar, asma fileler, kutular ve dolapların tasarımları da gelişti. Sanat galerileri, kafeteryalar, satış dükkanları gibi mekanlardan sağlanacak gelir getirici aktivitelerin önem kazanması ile buraların düzenlenmesiyle ilgili yeni tasarımların da yapılma zorunluluğunu yaratmıştır.

Yapıtların yanlarında; maket, şekil, fotoğraf gibi tamamlayıcı malzemelere yer verilmiştir. Ziyaretçilere bilgilerin aktarılmasında, grafik düzenlemeler, etiket, bilgi panosu, katalog, broşür gibi sergilenen eserler hakkında detaylı bilgi almaları için değişik grafik düzenlemeler yapılmıştır.

27 Sümer Atasoy, **Yeni Müzecilik Anlayışı : Eğitimde Bilgi Veren Müze**, İstanbul

28 Erdoğan, a.g.e.

Müzenin sergi mekanlarında yapıtlar hakkında sözel nitelikli açıklayıcı bilgilerin yanı sıra, işitsel ve görsel algılama yoluyla izleyiciler açısından daha etkili olan audio visual teknikler kullanılmıştır. Bilgimatik, bilgisayarlar, megafonlu dinleme aletleri, dahili telefona bağlı telefon sistemleri ile, sergilenen eserler hakkında bilgiler sunulmuştur. Dokunmatik bilgisayarlı sistemlerle bir düğmeye basmakla müzelerde sergilenen eserler ile ya da çeşitli konularla ilgili bilgiler de izleyiciye aktarılmaktadır. Müzenin elverdiği ölçüde ses ve ışık oyunları ile sergilenen yapıtlara dikkat çekmesi, izleyicilerin bu yapıtları daha iyi anlaması ve algılamasını sağlamaktadır.²⁹

Geleneksel müzecilikte, müzeler geçmişe önem vermiş, bu gerekçe ile izledikleri politika, geçmişten kalan eserlere odaklanmalarını gerektirmiştir. Müzelerin bu dönemde en önemli misyonları nesne toplamak, korumak, araştırmak ve sergilemek olmuştur. Bundan dolayı da toplum tarafından çok ziyaret edilen ve ilgi gösterilen kurumlar olamamışlardır. Günümüze baktığımızda ise, artık müzeler ellerindeki koleksiyonları ve bilgileri sadece kendilerine saklamayı değil, toplumla paylaşmayı daha doğru bularak, topluma doğru açılmaya başlamışlardır.³⁰

Böylece müzeler yüzünü topluma döndükçe, insanlara mümkün olduğunca çok ulaşabilmek önemli hale gelmiştir. Toplumun müzelere sıklıkla gitmesi, yaptığı gezi sonucunda bilgi anlamında kazanımlar elde etmesi müzelerin amaçları haline gelmiştir. Ayrıca müzeye gelen insanların, müzede geçirdikleri zaman ve bu sürede kazanacakları tecrübe önem kazanmıştır. Eğitim açısından düşünüldüğünde müze, sahip olduğu eserlerle ve kadroyla birlikte her zaman dinamik, yenilikçi, insanları sıkmayan, yeni şeyler öğretmeye çalışan, günümüzle bağlantı kurabilen sergiler, kurslar ve eğitim programları hazırlayan bir kurum olarak karşımıza çıkmıştır.³¹

20. yüzyılın sonlarına doğru, müze kurumu küçük bir kasabanın

29 Fethiye Erbay, **Müzelerin Teknolojiye Bağımlı Gelişmeleri**, Genel Kurmay Başkanlığı Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı, Kuruluşunun 150. Yılında Türk Müzeciliği Sempozyumu III , Genel Kurmay Basımevi., 1996 , İstanbul

30 MacDonald, G.F. , S. Alford, **Museums as Information Utility. *Museum Management and Curatorship***, 1991, 10, 305-311.

31 Atagök, **a.g.e.**

koleksiyonundan ulusal müzeye, eğitim kurumlarından turizme kadar, önemli olmaları ve her an karsımıza çıkmalarından dolayı hayatımızın bir parçası haline gelmiştir. Dolayısıyla müzesiz bir dünya düşünülemez hale gelmiştir.³²

Toplumun kültür mirasını koruyan ve onu tekrar topluma sunan kurumlar olan müzeler, her zaman o toplumun bireyleri ile kültürel bir bağ içerisinde.

Geçmişten günümüze, genellikle toplumun kültürlü ve okumuş kesimine daha yakın olan müzeler, düşük gelirli ve az okumuş insanların oluşturduğu gruba uzak kalmıştır. Çağdaş müzecilik anlayışı ile halka daha fazla yaklaşmayı önemseyen müzeler için, toplumun her kesimine ulaşabilmek ve onların müzelere gelmesini sağlamak birincil görev olmuştur. Bunu da birçok ilgi çekici sergi, eğitim programları ve etkinliklerle sağlamaya çalışmaktadırlar. Yapılan programlarda ve geçici sergilerde esas, toplumun eğitilmesi ve aynı zamanda iyi zaman geçirmesidir. Çünkü müzede iyi zaman geçiren, kendisini mutlu ve rahat hissedenden kisi müzeye tekrar tekrar gelecektir ki bu da hedeflenen amaçlardan birisidir.³³

Son yıllarda dünyadaki müzeler birer eğitim merkezlerine dönüşmeye başlamış ve bununla birlikte teknolojinin müzelerdeki kullanım oranı da giderek artmaya başlamıştır. Artık dünyadaki birçok müze koleksiyonlarını sunarken teknolojinin olanaklarını daha fazla kullanmaya gayret etmektedir.

1.5. Yeni Bir Müze Kavramı: Sanal Müzeler

“Sanal ortamlarla ilgili olarak yapılan tanımlamalar incelendiğinde sanal mekanın fiziksel mekandan farklı bir mekan olduğundan, farklı elemanlarla oluşturulduğundan ve tıpkı fiziksel mekanda olduğu gibi, kendine ait algısı olduğundan bahsedilir. Sanal mekanlar bu anlamı ile gerçek mekanların simüle edilmiş durumu, kısacası gerçek fiziksel mekanın bir benzeridir. Bu şekilde görsel modelleme dili ve simülasyon teknikleri kullanılarak oluşturulmuş sanal ortamların gerçek mekan algısına yaklaşmaya çalışıldığı söylenebilir. Bu doğrultuda çalışmanın araştırma alanını da sanal ortamların, gerçek mekan algısı psikolojisi ile “mekan” olarak algılanıp algılanamayacağı oluşturmaktadır. Bu şekilde sanal mekanların gerçek mekan algısı kavramına ne denli yaklaştığını karşılaştırmak mümkün olabilmektedir.”³⁴

32 Crane, S. A.. *Museums and Memory*, California Stanford University Press,2000

33 Atagök, a.g.e.

34 Özen, A., *Sanal Ortamlarda Mekansal Okuma Parametreleri ve Sanal Müzeler*, Y. Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2004

Bilişim teknolojilerinin gelişmesi ve toplumun geneline yayılması ile birlikte diğer tüm kurumlar gibi müzelerde sayısallaşmaya başlamışlar ve sanal müze olarak adlandırılan yeni bir müze türü ortaya çıkmıştır. Her ne kadar teknolojik gelişme ile paralellik gösterse de sanal müze tartışmaları 20. yüzyılın ilk yarısından itibaren başlamıştır. Sanal müzelerin geleneksel müze yapısına ve kavramına, sanat yapıtına, daha geniş anlamda sergilenen nesnelere ve ziyaretçiye olan etkileri tartışılan konuların basında gelmektedir. Yurt dışında uygulama ile kavramın tartışılmasındaki paralellik sanal müze işlevlerinin yerli yerine oturmasını sağladığı söylenebilir. Benzer bir paralelliğin ülkemizde de kurulması gerekmektedir.

Sanal müzeler içeriklerine göre broşür sanal müzeler, içeriksel sanal müzeler, eğitsel sanal müzeler ve sanal müzeler olmak üzere dört başlıkta gruplandırılabilir. “Broşür sanal müzeler”; var olan bir müzeye ait genel bilgilerinin bulunduğu internet uygulamalarıdır. Müze koleksiyonu ile ilgili kısıtlı bilgi vermelerinden ötürü, sanal müzeden çok tanıtım amaçlı internet sayfası niteliğindedirler. “İçeriksel sanal müzeler”; koleksiyonları çevirim içi sunan ve ziyaretçinin koleksiyondaki nesnelere keşfetmesini amaçlayan sanal müze uygulamalarıdır. Bu uygulamada nesne merkezli bir yol izlenir ve koleksiyon bilgi bankaları ile benzerlik görülür. İçeriğin eğitici ve öğretici olmaması nedeniyle, konunun uzmanları tarafından kullanımı daha uygundur. Müze koleksiyonunun tanımlamada ayrıntılı bilgi vermesi bu uygulamaların en önemli özelliğidir. “Eğitsel sanal müzeler”; ziyaretçilerinin yaş, deneyim ve bilgi seviyelerine göre giriş olanağı sunan sanal müzelerdir. Bilginin sunumu nesne yerine içerik merkezlidir. Öğretici olma amacıyla tasarlanan bu tür sanal müzelerde, ziyaretçinin ilgilendiği konuda daha fazla bilgi alması ve siteyi yeniden ziyaret etmesini sağlayacak bağlantılar bulunur. Buradaki asıl amaç, ziyaretçinin müzeye gelip nesnelere yerinde görmesini sağlamaktır. “Sanal müzeler” ise; öğretici sanal müzelerin bir sonraki adımı olarak düşünülebilir. Sadece müzenin koleksiyonunu sunmanın yanında diğer sayısal koleksiyonlara da bağlantılar bulunmaktadır. Bu yolla, sayısal koleksiyonlar gerçek dünyanın kopyaları olmaktan çıkarlar.³⁵

35 inet-tr.org.tr/inetconf11/bildiri/47.pdf

Üç boyutlu sanal ortamların oluşturulabilmesi için kullanılan bilgisayar programları ve programlama dilleri diğerlerine göre oldukça farklıdır. Burada hem gerçek mekanların üç boyutlu modellerinden, hem de içerisinde kurulan gerçek ilişkilerden söz edebilmek mümkündür. Bu ilişkiler hareket olgusu ile anlaşılabilir kılınır. Bu dil sayesinde ziyaretçinin ziyaretçinin klavye veya fare yardımı ile görüntüye yaklaşıp uzaklaşmasına, eğilmesine, dönmesine, hareket etmesine ve görüntü içerisinde yürümesine izin verilir. Oluşturulan üç boyutlu modeller içerisinde ziyaretçi mekanı hem görsel hem de hareket üzerinden algılayabilmektedir. Bu program genellikle içerisinde yürünebilen sanal ortamlar veya üç boyutlu mekan hakkında gerçek keşif izlenimi veren aktif bir ortamdır. Ek özel yazılımlar sayesinde ortam içerisinde bulunan aktif ziyaretçilerin karşılıklı etkileşimini sağlanabilir.

İnternet ve bilgisayar ile hayatımıza giren hız ve buna bağlı olarak sanal mekan kavramı; mekanların algılanmasını ve içinde yaşama durumumuzu değiştirmiştir. Mekan artık fiziksel olarak değil; kısa süreli görsel ve işitsel duyumlarla ve zihinsel olarak, ekrandaki simülasyonlar yardımı ile dünyanın her yerinden algılanabilir hale gelmiştir.³⁶

36 Özen, A., **Sanal Ortamlarda Mekansal Okuma Parametreleri ve Sanal Müzeler**, Y.LisansTezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2004

İKİNCİ BÖLÜM

GRAFİK TASARIMIN MÜZECİLİKTEKİ YERİ

2.1. Grafik Tasarım Kavramı

Yunanca “yazmak”, kazımak” kökünden türetilmiş bir sözcük olan “grafik” kavramı, önceleri tek renkli, daha sonraları çok renkli olacak şekilde, tahta, metal veya taş gibi sert malzemelerin oyularak, üzerine boya sürülmek suretiyle deri veya kağıt gibi malzemelerin üzerine basılması ile elde edilen şekilleri ifade etmek için kullanılmıştır. Grafik sözcüğü çoğu kez, “baskı sanatı” olarak ta isimlendirilmiştir. İlk grafik eserler olarak, insan yaşamıyla ilgili yeryüzündeki en eski kalıntı örnekleri olan taş ve kemiklere kazınmış şekiller gösterilebilir. Grafik sanatı, insanlığın medeniyet ve kültürel gelişmesinde de çok önemli katkı sağlamıştır. Zira, ancak resimle daha kesin ve anlaşılır olarak ifade edilmesi mümkün olan çoğu bilgi ve tecrübe, örneğin ayrıntılı teknik konstrüksiyonlar, anatomik özellikler, bitki ve hayvan şekilleri yüzyıllar boyunca grafik baskı sanatı sayesinde bir kuşaktan diğerine aktarılabilmiştir. Bilginin kuşaktan kuşağa aktarılabilmesi, özellikle aynı bilginin aynı anda çok sayıda insana ulaştırılarak yaygınlaştırılabilmesi ancak baskı tekniklerinin gelişmesi ve birbirinin aynı resimlerin çok sayıda üretilmesi ile mümkün olabilmiştir. Grafik baskı teknikleri zaman içerisinde ortaya çıkan tecrübe ve denemelerin geniş kitlelere yayılmasına yardımcı olduğu gibi, yeni fikir ve görüşlerin ortaya çıkmasına da imkan sağlamıştır.³⁷

Grafik tasarım, görsel bir iletişim sanatıdır. Birinci işlevi de, bir mesaj iletmek ya da bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktır. Grafik tasarım terimi ilk kez 20. yüzyılın ilk yarısında metal kalıplara oyularak yazılan ve çizilen ve daha sonra da çoğaltılmak üzere basılan görsel malzemeler için kullanılmıştır. Teknoloji geliştikçe, sadece basılı malzemeler değil; film aracılığıyla perdeye yansıtılan, video ile ekrana gönderilen ve bilgisayarlar yardımıyla üretilen görsel malzemeler de grafik tasarım kapsamı içine girmiş ve bu terimin anlamı oldukça genişlemiştir.

Tasarım, bir problemin çözümü demektir. Grafik tasarım problemleri genellikle iki boyutlu yüzeyler üzerinde çözülür. Genel olarak bütün görsel sanatlar, özel olarak ise iki boyut içinde var olan görüntü sanatları hemen hemen aynı dili kullanırlar. Ressamlar, fotoğrafçılar, heykeltıraşlar, seramikçi ve diğer birçok meslek grubunun oluşturduğu sanat profesyonellerinin yeni bir üyesi olan grafik tasarımcı da birçok tasarım problemini çözerken, bu ortak dilden yararlanır.

37 Ulufer Teker, **Grafik Sanatlarının Doğuşundan Günümüze Gelişim Aşamaları ve Kullanım Alanları**, İzmir 1998, S.263-271

Bir grafik tasarım problemi daima iletişim ile ilgilidir. Tasarımcı; uygulama yöntemlerinin yanı sıra görsel algılamanın doğasını, görsel yanılmanın rolünü ve sözel ile görsel iletişim arasındaki ilişkileri de bilmek ve göz önüne almak zorundadır. İletişim, grafik tasarımın hayati unsurudur. Zaten, grafik tasarımı bu denli ilginç, dinamik ve çağdaş kılan şey de iletişime yönelik olmasıdır. Tasarımcı; güncel bir bilgiyi, çağdaş bir beğeni anlayışı için de ve yine çağdaş araç ve malzemelerle sunmak zorundadır. Bu nedenle de eğilimleri, teknolojik buluşları ve yaşadığı dönem için de tartışılan sanatsal, felsefi, politik, sosyoloji ve bunun gibi sorunları yakından izlemelidir.

Grafik tasarım sürecinin kavramsal yapısı, toplumda tasarımcının yaptığı iş konusunda genellikle bir yanlış anlamaya yol açmaktadır. Grafik tasarımcı, sözcükleri ve görüntü unsurlarını görsel bir iletişim oluşturacak biçimde bir araya getiren kişidir. Bu unsurlar, izleyicinin çözebileceği sözel-görsel bir denklem içinde sunulur. Grafik tasarımcı hem bir mesaj aktarıcı, hem de biçim düzenleyicisidir. Grafik tasarım ise iletişim sağlayıcı mesajı doğru ve yalın bir biçimde yansıtma işlevidir.

Tasarımcının bir görevi de içeriği, yankı uyandıran bir dil yapısı içinde aktarmaktır. Bir müzik terimi olan yankı (echo), ses tonundaki incelikli ve zengin kaliteyi ifade eder. Yankılanan müzikal seslerde dışa vurumcu özellikler artar. Grafik tasarımcı da aynı bir müzisyen gibi, görsel iletişime yankılanan bir kitle kazandırır ve bu yankıyı oluştururken; ton dizilerini, kontrastları, kadrajlama tekniklerini, renkleri ve tipografiyi kullanır.

Hemen hemen bütün grafik biçimlen iki anlamda var olurlar: Bu biçimler; görsel özelliklere sahip optik fenomenler oldukları kadar, aynı zamanda bir mesaja görsel yapı kazandırmada diğer göstergelerle birlikte var olan iletişim sinyalleridir.

Grafik biçimler, optik özelliklerinin ve algılamaya dayalı anlamlarının yanı sıra, izleyiciye mesaj aktaran işaretlerdir. Kültürel bir birikimin sonucunda oluşan bu işaretler, bilgiyi önceden belirlenmiş bir sistem ya da kodlamaya uygun olarak

iletirler. Grafik tasarımcı, bu bilgiyi iletmede her türlü görsel iletişim aracından yararlanır.³⁸

“19. ve 20 yüzyıl başlarında ortaya çıkan teknolojik gelişmeler, baskı tekniklerinde de önemli gelişmelere neden olmuştur. Aynı şekilde, teknik ve sosyal alanlardaki hızlı gelişmeler de grafik sanatlarının modern yaşamdaki kullanım alanlarının giderek yaygınlaşmasına yol açmıştır.”³⁹

Görsel iletişimde kullanılan grafik sanat yapıtlarını, diğer güzel sanat yapıtlarından ayıran en belirgin özellik, grafik sanat yapıtlarının belli bir tasarım sonucu ortaya çıkmasıdır. Bir başka ifade ile, grafik sanat yapıtları, diğer güzel sanatlar dallarında olduğu gibi, belli bir “içten geliş” “improvizasyon” (doğaçlama) yolu ile, ya da ani bir yaratma isteği sonunda birden bire ortaya çıkmaz. Bir grafik sanatçısı yapıtını ortaya çıkartırken, konu seçiminde ya da amacını belirlerken müşterisinin, ya da işverenin önerisini dikkate almak zorundadır. Her grafik eseri, belli bir tasarım (planlama), arama, karar verme ve uygulama süreci sonunda ortaya çıkar. Bu nedenle, her grafik tasarımını, belli düşünsel fikirlerin görsel iletişime dönüştüğü bir “yaratıcılık süreci” olarak değerlendirmek mümkündür.⁴⁰

“Bilgi tasarımının önemi giderek artmaktadır. İyi bir planlama ise her tasarımın temel koşuludur. Amaca uygun olarak derlenmiş bir bilgi, doğru düzenlenir, iyi sınıflandırılır ve etkili şekilde sunulursa alıcısı tarafından kolayca algılanır. Düzensiz yerleştirilen yazı ve görüntü öğeleri algılamayı, iletişimi güçleştirir ve yanlış anlaşılmalara neden olur. Yazı ve görüntüler arası görsel denge iyi kurulmalıdır. Renkler, biçimler ve bunların yerleşimi dengeli olmalı, ilgi çekmelidir. Göz, bilgi akışına göre zorlanmadan sayfadaki hareketi takip edebilmelidir. Unutulmamalıdır ki, yazı, iletişimsel anlamını kaybettiği an amacından da uzaklaşmış olur.”⁴¹

“Bir grafik sanatçısı, eserini yaratırken, bir yandan aklın süzgecinden geçirmek ve belirli bir biçime uydurmak, diğer taraftan da, vermek istediği mesajı ne kadar açıklıkta ve ne kadar farklı bir grafik anlatım dili kullanarak vermek isteyeceğine kendi kişisel tercihlerine göre karar vermek zorundadır. Kuşkusuz, bazı durumlarda mesajın açıklığı ve kesinliği, sanatçının kişisel görüşünden ön

38 Emre Becer, **İletişim ve Grafik Tasarım**, s. 14,19, 22, 30–31, 33–34, 36–37, 40, 42

39 Ulufer Teker, **Grafik Tasarım ve Reklam**, (Birinci basım), Dokuz Eylül Yayınları, İzmir 2002, 91s.

40 Ulufer Teker, **Grafik Sanatlarının Doğuşundan Günümüze Gelişim Aşamaları ve Kullanım Alanları**, İzmir 1998, 268 s.

41 Hasip Pektaş, **İnternette Görsel Kirlenme**, H. Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi

plana çıkabilir. Bu gibi durumlarda da sanatçı yaratıcılığının sınırlarını kendisi belirlemek zorundadır. Diğer taraftan, bir grafik tasarımcısı grafik tekniklerinin yanı sıra, görsel algılamanın doğasını, görsel yanılmanın rolünü ve sözel ile görsel iletişim arasındaki ilişkileri de bilmek ve göz önüne almak zorundadır.”⁴²

2.2. Görsel Algılama ve Grafik Tasarımın Önemi

“Algılama bireyin çevresine bir anlam verdiği süreçtir. Bir başka ifade ile, algılama duyu organlarımız tarafından kaydedilen uyarıcıların beynimiz tarafından örgütlenip, yorumlanarak anlamlı şekle dönüştürülmesi olarak tanımlanabilir. Kısaca ifade etmek gerekirse, duyum uyarıcıların duyu organlarımız üzerinde bıraktığı etki, algı ise bu etkiye verdiğimiz anlamdır.”⁴³

Birey dış dünyaya ilişkin bilgilerinin büyük bir bölümünü görme duyası ile sağlar. Görme duyası bireyin tüm duyu sistemi içinde gerek zenginlik ve gerekse etkinlik açısından ayrıcalıklı bir yer ve öneme sahiptir. Görsel algılar, bireyin davranışlarında diğer duyu organlarına oranla daha büyük bir etkiye sahiptir.

Biyolojik olarak görme olgusu, dış etken ışık olmadan gerçekleşemez. Bu süreçte, ışığın fiziksel uyarıları, gözün optik yapısı aracılığı ile göz içinde bulunan sinirlerin uyarılmaları sonucu beyine iletilir. Görme olayının biyolojik süreç olarak tamamlanmasından sonra, görme sürecinin psikolojik yönü işlemeye başlar. Algılanan nesne ya da olay duyar sistemini harekete geçirir. Bu süreçte, biyolojik ve psikolojik etkiler birbirini etkileyerek ve tamamlayarak bütünlerler.

Duyu organlarımız tarafından kaydedilen uyarıcıların beynimiz tarafından anlamlı algısal yaşantılar şekline dönüştürülmesi, gelişmiş güzel değil, belirli ilkeler çerçevesinde gerçekleşir. Bu ilkelere, algılama özellikleri denmektedir. Bu özellikler, içinde yaşadığımız çevreyi belirli bir yapı, süreklilik ve anlamı olan bir çevre olarak algılamamızı sağlar.

Algılama sürecinin en önemli özelliklerinde biri, algılamanın seçici olmasıdır.

42 Becer., a.g.e., 34 s.

43 E.Özkalp,F.Kocacık, **Davranış Bilimlerine Giriş**, Anadolu Üniversitesi, Yay.No.173, Eskişehir 1991

Bu özellik sayesinde belirli bir anda çok sayıda uyarı ile karşı karşıya kalırsa da, beynimiz ancak bu uyarılardan kendisi için önemli olan uyarıcıları dikkate alır. Eğer algılamamız seçici olmasa idi gün içerisinde karşılaşılan çok sayıda uyarıcı nedeni ile beynimiz bir değerlendirme yapamayacak ve bu uyarıcılardan hiç birine uygun davranışta bulunamayacaktır.

Belirli bir anda duyu organlarımızı etkileyen uyarıcılar arasından hangilerini seçerek algılayacağımızı belirleyen sürece, dikkat denir. Dikkatin hangi uyarıcılar üzerine yoğunlaşacağını ise, kısmen uyarıcıların yapısal özellikleri, kısmen de algılayan kişinin özellikleri belirler.

Algılamamanın diğer önemli bir özelliği de bütünselliğidir. Bu özellik sayesinde, birey çevresinden aldığı uyarımları belirli bir düzen ve bütünlük içinde algılar. Algılamamanın bu özelliği ile yakından ilişkili olan bir başka özellik de, algılamamanın tamamlayıcılık özelliğidir. Bu sayede, duyu organlarımızı etkileyen uyarıcılar arasında boşluklar bulunması halinde de, anlamsız bir dizi uyarıcı yerine, belirli anlamı olan bütünü şekil ya da nesne olarak daha kolay algılama mümkün olur.⁴⁴

Grafik tasarımda verilecek mesajı içeren kodlamayı hazırlarken, görsel algı süreci ve iletişimdeki önemi göz önünde bulundurulursa, mesajın birey tarafından algılanması kolaylaşacaktır.

2.3. Algıda Renk Olgusu

Görsel algılama sürecinde duysal süreç açısından birincil öneme sahip renklerin algılanması olgusu henüz tam olarak açıklanabilmiş değildir. Ünlü ressam Albrecht Dürer, insanın en asil duyusunun görme duyusu olduğunu belirtirken, büyük bir olasılıkla, doğadaki renk coşkusu ancak görme duyumuz aracılığı ile algılayabileceğimizi ifade etmek istemiştir. Gerçekten de renk olgusu, coşkusal yönü ile düşünüldüğünde, algılama süreci içinde ayrı bir algılama şekli olarak düşünülebilir.

44 Teker., a.g.e., 73-74 s.

Işığın cisimlere çarptıktan sonra yansıyarak gözümüzde bıraktığı etkiye renk denir. Görme olgusu, biyolojik olarak göz içi sinir uçlarının ışık tarafından uyarılması ile gerçekleşmektedir. Ne var ki, bu süreçte renklerin nasıl farklı algılandığını tam olarak açıklamak mümkün değildir. Bu konu ile ilgili en yaygın ve geçerli açıklama, göz sinir uçlarının bir elektromanyetik dalga olan ışığın değişik dalga uzunluklarında, renkleri algıladığı, değişik ışık güçlerinde de açıklık-koyuluk farklarını algıladığı şeklindedir.

Böylece, renkler birey tarafından bir tayf (spectrum) olarak algılanmaktadır. Işık tayfında üç temel renk bulunmaktadır. Bunlar: kırmızı, sarı ve mavidir. Diğer renklerin ise, bu üç ana rengin farklı karışımlarından elde edildiği varsayılmaktadır. Fiziksel olarak her renk, ışığın belli bir elektromanyetik dalga uzunluğunda ortaya çıkmaktadır. Fizik biliminde elektromanyetik dalga uzunluğunun ölçüğü nanometre olup, (nm) olarak tanımlanır. 1 nm=10⁻⁹ m'dir.

İnsan gözü yaklaşık 400 nm ile 800 nm arası dalga boyu uzunluğundaki ışığı ve bu dalga boyları arasındaki renkleri açıklık ve koyulukları algılayabilmektedir. Buna karşın mor ötesi (ultraviyole) ışınlar göz tarafından algılanamamakla beraber, varlığı beden üzerinde yarattığı kahverengileştirici özelliği nedeniyle bilinmekte olup, fotokimyasal olarak belirlenebilmektedir.⁴⁵

Renk spektrumunun kırmızı ucunda yer alan renkler retinanın hemen arkasında, mavi ucundaki renkler ise önünde odaklanır. Bu nedenle kırmızı rengin bize yaklaştığını mavi rengin ise uzaklaştığını hissederiz.

Işığın ve renklerin gösterdiği fiziksel özelliklerin yanı sıra, biyofizyolojik ve psikolojik etkileri de bulunmaktadır. Bu bağlamda, örneğin kırmızı rengin uyarıcı, sinir gerici bir özelliğinin bulunduğu, mavi rengin ise yatıştırıcı ve dinlendirici bir etki yaptığı genellikle kabul edilmektedir.⁴⁶

45 T., Kaynak, **Organizasyonel Davranış ve Yönlendirilmesi**, Gözden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 2.

Baskı, Alfa Basım Yayın Dağıtım, İstanbul 1995

46 Kaynak., **y.a.g.e.**, 70-90 s.

Günümüze kadar devam eden süreç içerisinde renk olgusu ve renksel algılama insanların ilgisini her zaman çekmiştir. Renk konusunu inceleme, doğayı incelemekle başlar. Çevresindeki doğal olayları ve nesnelere mantık çerçevesinde inceleyen insan, her şeyin renkli olduğunu görerek, renk olgusunu hayal gücü doğrultusunda açıklamaya çalışmıştır. Gökkuşuğu gibi renkle ilgili doğal olaylar hakkında öyküler anlatılmıştır. Renk konusunda ileri sürülen ilk düşünceler, Galileo Galilei, Johann Kepler, Descartes, Franciscus Maria Grimaldi, Robert Boyle, İsaak Newton gibi bilim adamlarının çalışma ve teorileri ile devam etmiştir. Günümüzde, “renk bilim” adı altında özel bir çalışma alanı oluşmasına karşın, renk olgusu, fizik, kimya, psikoloji, fizyoloji, teknik ve sanat gibi çok çeşitli alanların da konusuna girmekte ve bu bilim dalları da renk olgusunu kendi inceleme alanlarına göre incelemektedir.⁴⁷

2.4. Renklerin Psikolojik Etkileri ve Grafik Tasarımda Kullanımı

Renkler insan psikolojisi üzerinde duygusal etki yaparak, insanın zihinsel aktivitesini, fiziksel performansını, sosyal davranışını etkiler. Örneğin parlak renkler, kullanıldıkları ortamlarda neşe ve heyecan artırıcı bir etki yaparken, pastel renkler dinlendirici etki yapar. Görsel algılamada da renk kodları, anlam üretme, anlamın algılanması ve bilinçaltını etkilemede önemli rol oynamaktadır.

Nesneler ile renkleri arasında organik bir bağ bulunur. Örnek olarak bir nesnenin rengi, içinde bulunduğu ortamın aydınlığına göre değişse bile, o nesnenin rengiyle olan ilişkisi değişmez. Nesnelere görsel olarak daima renk ve biçim bütünlüğü ile tanımlanır. Biçim renkten daha etkin bir iletişim aracı olarak önde görülse de, renk biçimi tamamlayan, ona görsel kimlik kazandıran vazgeçilmez bir unsurdur.

Renkler birey üzerinde soğukluk ve sıcaklık duygusu da uyandırabilir. Sıcak renkler, dalga boyu yüksek olan sarı, kırmızı ve turuncudan oluşur. Bunun yanı sıra dalga boyu daha düşük olan soğuk renkler ise mavi, mor ve yeşildir. Sıcak renkler

47 A.Uğurlu, **Dokuma ve Estetik Renklendirme**, Tekstil ve Makine, Yıl 4, S.21 Haz.1990,130-137s.

abuk algılanabilir ve görünebilir olduğu için yakınlık, soğuk renkler ise uzaklık duygusu uyandırır. Sıcak renkler, izleyeni uyarır, neşelendirir, metabolizmayı hızlandırarak güç ve dinamizm kazandırır; fazlası ise heyecan, yorgunluk, şiddet ve konsantrasyon güçlüğü yaratabilir. Soğuk renkler ise yatıştırıcı ve dinlendiricidir; güven, huzur, sorumluluk, düzen, ferahlık, özgürlük gibi duygular uyandırır. Soğuk renkler aşırı dozda kullanıldıklarında ise kasvetli, hatta moral bozucu, tembellik, ağırkanlılık, hayalperestlik gibi bir etki yaratabilir.

Grafik tasarım uygulamalarında renk bir tasarım elemanı olarak önem taşır. Görsel hiyerarşiyi organize etmek aşamasında önemli bir etmendir. Renk; çizimleri, tipografiyi görünür hale getirebileceği gibi, etkisiyle onların önüne de geçebilmektedir. Renk ve ton değerlerinin bilinçli olarak kullanımı, tipografiyi kolay okunur hale getirilir, biçimleri ön ve arka planda algılatıp farklı uzaklık, yakınlık ve derinlik duyguları yaratırlar.⁴⁸

2.5. Müzelerde Grafik Tasarım

Müzelerde grafiksel tasarımın amaçlarından biri, düş gücünü uyarmak ve onun duysal uyanıklılığını geliştirmektir. Grafiklerin anlattığı, yansıttığı öyküler, bilgiler insanların farklı deneyimler yaşaması için bir kaynak oluştururlar. Dolayısıyla müze grafik tasarımları en yüksek ölçekli uyarıcılardır. Grafik tasarım olanı vurgulamayı istenileni ön plana çıkarmayı ya da tam tersi arka planda bırakmayı sağlar. Grafikler insanların algılama gücünü geliştirir. Müzelerde kullanılan grafiksel ögeler insanları sergilenen olayın içine çekmeye yardımcı olur. Grafik tasarım yaratıcılık gerektiren bir iş olmasından dolayı kişisel büyümede, değişme ve gelişme arayışında, alışkanlığı, rutini ve ön yargıyı engeller. Gartenhaus, yaratıcılığı, “alışkanlık ve kanaat işlevlerinin ötesinde, kişisel keşif, değişim ve yüksek düzeyde anlayışa götüren fikirleri ve olasılıkları oluşturma becerisi” olarak tanımlamıştır. Müze sergileri, bireysel ilgilere hitap edecek şekilde düzenlenmelidir. Sanat müzeleri, tarih müzeleri, arkeoloji müzeleri gibi müze türleri ziyaretçiyi yaratıcı düşünceye itmeli, düş gücünü harekete geçirmelidir. Bu sebeple yaratıcı

48 Teker., a.g.e., 79-80 s.

düşüncelerin ortaya çıkardığı grafik tasarımlarının daha yumuşak çizgilerle sunulması gerekmektedir.

Müze kendi uzmanlık alanı olan koleksiyonunu sergilemek yoluyla halka kapılarını açarken, bu etkinliğini duyurmak için bazı çalışmalar gerçekleştirmektedir. İletişim kanallarında (medya) sürdürülen bu çalışmalarda grafik ürünler görsel malzemeyi oluştururlar. Müzenin düzenlemiş olduğu sergi alanı içinde etiketler, bilgi panoları, bölüm ayrımları vb. ürünlerin yanı sıra sergi alanı dışında da katalog, broşür, kitapçık, afiş, ilanlar vb. ürünlerden oluşan bir iletişim sistemine gereksinim doğmaktadır. Bu ürünlerin nitelikleri etkinliğin türü ve hedefleri ile saptanacaktır. Sergilenen nesnelere ve konu hakkındaki bilginin aktarılacağı yazılı ve görsel ürünlerin hazırlanması sırasında bilginin doğru kodlanması ile bilgiyi alacak bireyin bu kodlamayı çözümlemesi ve alması sürecinde iki uzmanlık dalı; eğitim ve grafik tasarım devreye girer. Bizde genellikle yapılan uygulama, müze uzmanlarının kendi uzmanlık alanlarında hazırladıkları bilginin bu ürünler için kullanılması şeklinde gerçekleşmektedir. Ancak batı ülkelerinde genellikle uygulanan farklı bir yöntem; halkın avukatı gözü ile bakılan müze eğitimcisi tarafından bu uzman metinlerinin belirlenmiş hedef kitlenin eğitim düzeyine uygun bir dilde hazırlanmasında katkıda bulunmakta, böylelikle sözel bilgi, alıcı kesim tarafından anlaşılabilir kılınmaktadır. Müzenin profesyonel kadrosunda bulunan bir eğitimci, müzeyi ziyarete gelenler için bir anlamda ‘Şifre çözücü’ rolünü üstlenmektedir. Böylece çağdaş müze, toplumsal kültür mirasını toplum adına korumakta uzmanlaşmakla kalmayıp, topluma bu mirası tanıtmakta ve kültürel eğitimde de uzman kurum konumundadır.

Müze için hazırlanacak olan görsellerde ileti hatalarının olmaması ve iletiyi alacak olan bireye doğru ve anlaşılır (alıcı tarafından çözümlenebilir) ve eğitici bir dilde olması için müze eğitimcisinin devreye girmesi gereği ortaya çıkmaktadır.

Hazırlanan ürünlerin taslak çalışmalarının uygulama aşamasında devreye girecek grafik tasarımcısının müzeye vereceği hizmetin nitelikleri;

- Alıcıda görsel bir yorgunluğa neden olmadan iletilmek istenen

bilginin aktarılması,

- Hakkında bilgiyi ilettiği nesne ile görsel ilişkisinde bu nesnenin önüne geçmemesi,
- Müzenin etkinlik için ayırdığı bütçeyi zorlamadan ve bunu yaparken de müzenin kurum kimliğini de saptırmadan tasarlanması olmalıdır.⁴⁹

Amaç kültürel eğitim içerisinde müzenin uzman kurum olarak işlevini gerçekleştirmesi olduğuna göre katalog çalışmaları ile de sınırlı bir kitle hedeflenebildiğinden, müzenin, etkinliklerinin tanıtımında daha düşük üretim maliyetine karşın daha geniş kitlelerin hedeflenmesini sağlayacak ürünlere yönelmesi gereksinimi doğmaktadır. Ürünlerin saptanılmasında öncelikle hedeflenen kitle ya da kitlelerin nitelikleri, gereksinim, alışkanlık ve eğitim düzeyleri birinci aşamayı; müze eğitimcisinin devreye girmesiyle müze uzmanları tarafından hazırlanmış metinlerin hedeflenen kitleye yönelik iletilere dönüştürülmesi ikinci aşamayı oluştururlar. Üçüncü aşamada ise oluşturulan yazılı ve görsel malzemenin grafik ürün olarak uygulanması için grafik tasarımcı tarafından tasarlanması gelmektedir. Hazırlanacak tüm ürünler için yazılı ve görsel malzemenin birlikte kullanımına önem verilmesi hem ürünün ve etkinliğin çekiciliğini arttırmakta hem de sözel yöntemlerle uzun uzun anlatılması gereken bazı konular, çekici sorularıyla birlikte az zaman ve alanda çok iletide bulunmayı sağlamaktadırlar. Ancak gerek grafik ürünlerde gerekse sergi alanının içinde olsun görsel malzemenin çekiciliği ile sergilenen nesne ile görsel ilişkisi de müzeci tarafından dikkat edilmesi gereken konulardan biri, görsel malzeme hiçbir zaman nesnenin kendisi değildir ve onun önüne geçmemelidir. Görsel malzeme, ancak nesneyi işaret eden bir yönlendirme olmalıdır. Nesneye doğru çekiciliği olmalı ama sergilenen nesne olmamalıdır. Tasarımcının burada müze uzmanı tarafından yönlendirilmesi ile ortaya her yönüyle uzman ellerde hazırlanmış ve hedeflerine ulaşan bir çalışma çıkabilmektedir.

Bütün bu ürünlerin hazırlanması sırasında müze kendi bütçesini zorlayan ürünlere yönelmek zorunda da değildir. Görsel malzeme ile desteklenmiş ve dili ile

49 Zehra,Erkon, **Toplum Müze İlişkisini Pekiştirecek Grafik Ürünleri**, Yıldız Teknik Üniversitesi

hedeflenen kitleye ulaşmak üzere hazırlanmış olması, ziyaretçinin gereksindiği bilgiyi bu yolla sağlayabilmesi müzenin kurum kimliğine de katkıda bulunmaktadır.⁵⁰

2.6. Müze Tasarımında Önerilen Grafikselle Unsurlar

Grafik tasarıma ihtiyaç duyan diğer sektörlerde olduğu gibi, müzelerdeki grafik tasarım çalışmalarında temel ilkeler pratiklik, estetiklik ve sembolikliklerdir. Pratiklik ilkesi objelerin uygulamada kullanım kolaylığı ve yararlılığına yöneliktir. Pratikte bir ürünün kullanım kolaylığına sahip olması gerekmektedir. Estetik olma ilkesi, bir objenin sadece kullanım kolaylığına sahip olması değil, aynı zamanda o nesnenin estetik duyguları tatmin ederek bireyin sübjektif olarak o nesneden hoşlanmasına yöneliktir. Sembolik olma ilkesi ise ,o nesnenin ifade gücünü açıklar, bireyin o nesneye karşı duyduğu kültürel ve sosyal bağlantılarını güçlendirir.⁵¹

Müzenin tüm iletişim araçları, bu kurum için hazırlanacak grafik unsurları belirleyen grafiker tarafından tasarlanmalıdır. Bunlar kurumun renginden, logosunun tipografisine ve antetli kağıtlarının tasarımına kadar uzanır. Müze grafikleri tasarlayan grafik tasarımcısının amacı, kurumun ilişki içinde bulunduğu hedef kitle ile yaptığı görsel iletişimde kolaylık sağlayarak, müzenin tercih edilirliliğini sağlamaktır. İletişim tasarımında temel ilke, bir kurumun iletişim tasarımını oluşturan tüm unsurların birbirleriyle uyum içerisinde olmasıdır.

2.6.1. Kurumsal Kimlik Çalışması

Müze için hazırlanacak görsellerde öncelikle müzenin kurumsal kimliğinin oluşturulması ve hazırlanan tüm diğer çalışmalarda bu kurum kimliğine bağlı kalınması gerekmektedir.

“Kurum kimliği, bir işletmenin kişiliğini ifade eder. Bu kimlik kuruluşta çalışanların davranışları, kuruluşun iletişim biçimleri, kuruluşun felsefesi ve görsel unsurlardan oluşur.”⁵²

50 Erkon, a.g.e.

51 Teker., a.g.e., 213 s.

52 Teker., a.g.e., 207 s.

Bir işletmenin “kurumsal kimliğe” ihtiyaç duymasının başlıca nedeni kurum içerisinde çalışanların kuruluş ile bütünleşmesini sağlamak, kurum dışında ise, diğer kuruluşlardan, rakiplerinden ayırt edilmesini sağlamak ve tüketicilerin ve diğer alıcıların tercih nedeni olmasını hedeflemektir.⁵³

Kurum kimliği bir işletmenin ne olduğunu, ne yaptığını ve nasıl yaptığını belirlemeye yöneliktir. “Kurum Kimliği” denildiğinde ilk akla gelen unsurlar; kuruluşun logosu, kullandığı renkler ve amblemi gibi öğeler olmaktadır. Ancak saydığımız unsurlar kurum kimliğini belirlemede yeterli değildir. Kurum kimliği yukarıda sayılan görsel unsurları da içine alan “kurumsal dizaynın” yanı sıra, “kurumsal iletişim”, “kurumsal davranış” ve “kurum felsefesi” unsurlarını da içerir.⁵⁴

Kiessling ve Spannagl kurum kimliğini, kurum çekirdeği olarak kurum felsefesine dayandırmışlardır. (Kiessling, W.P.Spannagl, 1996). Onlara göre, kurumsal davranış (corporate behaviour), içe ve dışa yönelik kurumsal iletişim (corporate communications) ve görünümün, yani kurumsal dizaynın (corporate design) kesin, dengeli ve karşılıklı etkileşimidir. Bu araştırmacıların anlayışına göre, kurum kimliği hem bir strateji, hem de bir hedeftir.⁵⁵

“Kurum kimliği, kimlik oluşturma amacı için planlı, bilinçli olarak kullanılan, arzulanan imajın oluşturulmasını hedefleyen ve belirlenmiş bir kurum felsefesi üzerine yapılan bir yönetim aracıdır.”⁵⁶

Bu kurum kimliğinin somutlaştırılmasında kullanılacak olan önemli grafiksel unsurlar:

2.6.1.1. Layout (Raster)

Kurum kimliği oluşturmada en önemli unsurlardan birisi layout düzenidir. Layout’un temel görevi metin ve şekillerin belli bir düzen içerisinde yer almasını

53 A.Okay, **Kurum Kimliği**, Media Cat Yay., İkinci Baskı, Ankara 2000, 38 s.

54 Teker., **y.a.g.e.**

55 Okay., **a.g.e.**, 60 s.

56 Thomas, GLÖCKLER, **Strategische Erfolgspotentiale durch Corporate Identity: Aufbau und Nutzung**, Wiesbaden: Dt. Univ.Verl., Gabler.Aktaran Ayla OKAY, **Kurum Kimliği**, Ank: MediaCat Kitapları, 2000

sağlamaktır. Layout düzeni, basılı evrakların sistematik düzenlemesinde bütünlük sağladığı gibi tasarımcı için yaratıcılığını kolaylıkla kullanma olanağı sağlar. Başlık, metin, resim, amblem, slogan gibi elemanların reklamın neresine ne büyüklükte yerleştirilmesi gerektiğinin tayini demek olan layout, sistematik bir iştir. Layout, reklamın prova baskısı gibidir, metin yazarına reklam basıldıktan sonra yazıların ne şekilde görüneceği hakkında fikir verir. Layout, reklam şirketlerinin uygulama bölümlerinde çalışan kişilere rehberlik eder. Layout'a bazen başka isimler de verilir. Madison Avenue civarında "Preliminary Sketch (başlangıç krokisi)", televizyon ve sinema dünyasında ise "Story Board (hikaye levhası). Kitap, P.O.P. malzemesi, broşür, katalog çalışmalarında "Dummy" (manken,maket) diye adlandırılır. Ülkemizde genellikle "Eskiz" diye anılmaktadır.⁵⁷

Kurum iletişimi daha önce saptanmış Layout düzeni çerçevesinde gerçekleştirildiğinde hedef gurubu tarafından daha kolay hatırlanır ve algılanır. Layout ölçüleri basılacak iletişim malzemesinin özelliğine ve reklam araçlarına (media) ya göre ayarlanmalıdır.⁵⁸

2.6.1.2. Kurum Rengi

*"Renk, görsel kimliğin en önemli unsurlarından birisidir. Bir kurum kendi felsefesini seçtiği renkle yansıtabilir, rekabet ortamında farklılık ve kalıcılık sağlar (Coca-Cola'nın kırmızısı, Kodak'ın sarısı, Fuji ve Bayer Aspirin'in yeşili). Bu nedenle kurum aşırıya kaçmadan bir, ya da iki rengi kendisine kurum rengi olarak belirlemelidir. Renk seçiminde, kurum hedef kitlede yaratmak istediği etkiyi göz önüne almalıdır. Renkler değişik toplumlarda farklı algılanırlar. Renkler moda bakımından da zaman zaman değişikliğe uğrayabilmektedir. Bir kurum renk seçiminde, rakip kurumlardan farklı olmayı amaçlamalıdır. Ancak renklerin değişik kültürlerde farklı anlamlara sahip oldukları da gözden kaçırılmamalıdır."*⁵⁹

"Renklerin insanlar üzerinde yarattığı çağrışımlar genellenebileceği gibi, kimi zaman kültürel ve toplumsal olarak farklılıklar da gösterebilmektedir. Renkler, geçmiş yaşantı ve deneyimler sonucu kişisel bazda bile farklı bir anlama sahip olabilmektedir. Örneğin, beyaz temizliğin, saflığın, masumiyetin rengiyken, Japonlar için anlamı ölümlü ve yaşla eşdeğerdir. Siyah Türklerde ve batıda matemi temsil ederken, Japonya'da mutluluğu temsil etmektedir".⁶⁰

57 Y.Ünsal, **Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri**, İ.Ü.B.Y.Y.O., İstanbul 1984

58 Teker., **a.g.e.**, 217 s.

59 Teker., **a.g.e.**, 217 s.

60 Arzu Kuşakçioğlu, "Marka Kimliği, Kurum Kimliği ve Aralarındaki Bağını", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003), 68 s.

Renk faktörünün kullanımı, diğer unsurların kullanımından biraz daha farklıdır. İnsanlar renklerin kendilerine yapacağı etkinin farkında olmamaları nedeniyle, savunma mekanizması oluşturamazlar. Tüketiciler rengi sadece görmezler, gördüklerini aynı zamanda hissederek beyinlerinde bilinçsel bir süreçten geçirirler. Bir rengin insanda yarattığı duygular ve bireyin bu duygulara karşı tepkisi (reaksiyonu), farklı renklerin satın alma davranışları üzerindeki etkileri incelenerek tespit edilebilir. Renk bireyi harekete geçirici bir ögedir. Her renk farklı harekete geçirme etkisi yapar. Bu etki duygusal, sembolik veya konuşmaya benzetilebilir.

Görsel kimlik tasarımı oluşturulmasında kurum rengi kullanımının yararları:

- Kurumun özelliklerini ve kimliğini belirginleştirir, güçlendirir.
- Kurum içerisinde, yön bulma aracı olarak anlam kazanır.
- Reklamda parçaların arasında bir bütünlük sağlanmasını mümkün kılarak, mesajın etkinliğini güçlendirir.
- Dikkati çekerek kurumun özelliklerini ve gerçek değerini vurgular.
- Hayal gücünü harekete geçirerek mukayese imkanı sağlar.
- Mesajın hafızada kalmasına ve çağrışım yapılmasına kolaylık sağlar.⁶¹

2.6.1.3. Kurum Tipografisi

Tipografi yazı aracılığı ile gerçekleştirilen grafik iletişimdir. Bu kavram herhangi bir yerdeki yazının harflerinin biçiminin, tüketiciye ilettiği mesajı kapsamaktadır. Harflerin de ilettiği mesajlar bulunmaktadır. Zarif, estetik, güçlü, baştan savma gibi özellikleri bir yazı biçimi içinde barındırabilmektedir. Tipografi de kurum kimliğine uygun tasarlanmaktadır. Tipografi türleri de aynı renklerde olduğu gibi, kurumun kimliğine kalıcı bir etkide bulunmaktadırlar. Zarif, çağdaş, doğal, bilimsel, sanatsal, gelişigüzel, güçlü ve sportif gibi pek çok kişisel özelliği içinde barındırabilen tipografik yazı türleri, kurumun kimliğine tüketici nezdinde anlam katmakta ve kurumun kimliğini bütünlemektedir.⁶²

Kurum yazı türünü belirlerken kendi felsefesine en uygun düşen karakteri

61 Teker., y.a.g.e., 218s.

62 Kuşakçıoğlu, a.g.e., 72 s.

seçmeli ve sürekli aynı karakterleri kullanmalıdır. Seçilen yazı karakteri kurumun kendisi için amaçladığı kimliği kolayca iletmeli ve yansıtmak istediği imaja kolayca ulaşmasını sağlamalıdır.

Tipografinin birinci işlevi “okunmaktır”. Tasarımcı tipografi dilini iyi tanımak ve kullanmak durumundadır. Kurum için sayısız yazı türleri arasından metin, başlık ve sloganlar için en uygun yazı karakterleri özenle seçilmelidir. Daha sonra basılacak malzemeye göre yazı büyüklükleri ayarlanmalıdır. Temel metin için en okunaklı ve modası çabuk geçmeyen “Helvetica”, “Univers”, “Garamond”, “Futura”, “Arial” gibi fontlar seçilmelidir. Ayrıca aktarılmak istenen bilgi önem sırasına göre bölümlere ayrılmalıdır. Bölümler ve alt bölümlerden oluşan biçimsel bloklamalar, simge ve renkler ile yapılandırılarak yazı bloklarının okuyucu tarafından daha kolay algılayıp süratli okuması sağlanmalıdır.⁶³

2.6.1.4. Çevre Tasarımı

Çevre tasarımı bir kurumda etkinliğin ve verimliliğin artmasında önemli rol oynar. Uygulama alanları arasında kurum mimarisi, iç mimari, sergi alanlarının düzenlenmesi, satış ve servis yerlerinin işlevselliği, çalışma koşullarına ilişkin ergonomik (ısı, aydınlatma vs. gibi) düzenlemeler sayılabilir. İyi düzenlenmiş bir çalışma çevresi çalışanların motivasyonunu ve kendilerine olan güvenlerini artırır.

Doğru renk ve aydınlatma araçlarının kullanımı ile çalışanların algılaması, motivasyonu ve verimliliği yükseltilebilir, monotonluk ve yorgunluk duygusu azaltılabilir. Aynı şekilde ziyaretçi ve müşteriler açısından da çevre tasarımı o kurumun imajını olumlu etkiler.⁶⁴

63 Teker., a.g.e., 219 s.

64 Teker., a.g.e., 220 s.

2.6.1.5. Kurum Kimliği Kitabı

Bir kurumun felsefesi ve kùltürüne uygun olarak üretilmiş kurumsal tasarımı ile ilgili kurallarını içeren kitapçıktır.

Kurum kimliği el kitabı, kurumun kimliğinin uygulanmasında önemli bir rol oynar. Bu kitapçık bir yandan kurumun reklam ajansı tarafından tasarlanan kurumsal dizayn sistemlerini, diğer yandan da kurum tarafından bu konuyla ilgili belirlenmiş olan kuralları kapsayarak, kullanıcılara kalıcı bilgiler sunar.⁶⁵

Kurum kimliği el kitabı görsel kimliği oluşturan tüm tasarım öğelerinin kullanım biçimini açık ve net biçimde açıklayan bir kılavuzdur. Kitapçıkta amblem, logo, tipografinin kullanım özellikleri (yazı karakteri, punto, renk) gösterilir. Amblem, logo, tipografinin antetli kağıt, fatura, irsaliye gibi standart kağıtlarda, ürün etiketlerinde, flama, tabela, taşıt aracı gibi farklı malzemelerdeki uygulama kuralları belirtilir. Ayrıca basın reklamlarında layout düzeni (başlık, resim, metin, slogan) oranları ve birbirlerine göre konumunu gösterilir. Zamanla tasarımda olabilecek değişikliklerde yenilerinin yerine ilave edilebilmesi için için klasörde kullanılan delikli sayfalardan oluşmaktadır. Kurumun gelecekteki ihtiyaçlarına cevap verebilecek kapasitede net, açık bilgiler ile hazırlanan kurumsal kimlik el kitabında amblem veya logotype çoğaltıma hazır bir şekilde yer almaktadır.⁶⁶

Kurumsal kimlik el kitabında yer alması gereken bölümler :

- Amblem veya logotype tasarımını oluşturan grafik unsurların anlamı (fiziksel tanımı) ve oranları,
- Amblem veya logotype kullanımında uyulması gereken boşluk oranları,
- Amblem veya logotype tasarımında siyah ve yarımton (siyah, beyaz, gri) kullanımı,
- Amblem veya logotype tasarımının negatif kullanımı (fon ve fotoğraf üzerinde),

65 A.Okay, **Kurum Kimliği**, Media Cat Yay, İkinci Baskı, Ankara 2000, 165s.

66 Teker., **y.a.g.e.**, 221 s.

- Amblem veya logotype tasarımının minimum kullanım boyutları,
- Amblem veya logotype tasarımının tipografi ile birlikte kullanımı (Kurum kimlik açılışının hizalama ve büyüklük oranları),
- Amblem veya logotype tasarımına kurum renklerinin uygulanması,

(Renklerin dört renkli baskı tekniğine uyacak kod, formül ve yüzdeleri belirtilmelidir)

- Farklı kağıtlarda aynı pantone numarasının değişik sonuçlar vermesi nedeniyle renklerin parlak ve mat materyaller için uyulması gereken değerleri,
- Amblem veya logotype tasarımının zemin rengi ile kullanılabilir örnekleri,
- Amblem veya logotype tasarımının yanlış kullanımının gösterilmesi ve yapılmaması gerekenler,
- Amblem veya logo parçalarının tasarım malzemesi olarak kullanılmama yasakları örnekleri,
- Amblem veya logotype tasarımının slogan ile kullanımı,
- Tipografi, kurumun bütün belgelerinde kullanılacak tipografik karakterlerin değişik punto, büyüklük, still, espas, renk ve metin blok alanları uygulamaları,
- Kurumsal metinlerde kullanılacak kısaltmalar ve imla uygulamaları,
- Antetli kağıt, zarf, kartvizit, fatura, sevk irsaliyesi, tebrik kartı, vb. gibi dökümanların tasarımı

(Amblem veya logotype ile adres ve metin kısımlarının yerleşim kılavuz çizgileri oran veya ölçüleri),

- Etiket uygulamaları,
- Dosya, klasör uygulamaları,
- Reklam uygulamalarında (basın, televizyon, sinema) amblem veya logotype yerleşimleri,
- Basılı reklam ürünleri sayfa düzeninde, başlık, metin, resim, amblem ve logotype uygulama oranları ile birbirlerine göre konumları (layout düzeni),
- Amblem, logotype ve yönlendirme sistemlerinin dahili ve harici kullanımı,
- Amblem veya logotype tasarımı araç üstü uygulamaları,
- Amblem veya logotype tasarımının iş kıyafetleri, fuar ve sergiler üzerindeki uygulamaları,
- Açık hava reklam uygulamaları,

- E-Posta yazışma formatı,
- Web sitesi formatı ⁶⁷

2.7. Müze Tanıtımında Önerilen Grafiksels Unsur lar

Müze tasarımı için grafik tasarımcının yukarıda değinilen grafiksels unsur ları kullanılması gibi, müzenin tanıtımında da kullanacağı grafik tasarım unsur ları mevcuttur. Öncelikle müzenin tasarımı gibi müze tanıtımı da müze kurumsal kimliği çerçevesinde düzenlenmelidir. Tıpkı ticari amaç güden firmalar gibi, müzeler de kendi tanıtımlarını yapmak için çeşitli reklam stratejileri belirlemelidirler. Ancak müzelerin finansal kaynakları kısıtlı olduğundan seçecekleri reklam araçları daha sınırlı olacaktır. Büyük kitlelere ulaşma imkanı sağlayan televizyon yayınlarından yararlanabilme imkanına ancak finansal kaynakları yeterli olan müzeler erişebilmektedirler. Ayrıca teknolojinin gelişimi ile birlikte internet üzerinde yapılabilecek reklamlar ile de daha küçük bütçeler ile hedef kitleye ulaşma imkanı sağlanabilmektedir. Müze tanıtımında reklam amaçlı grafik unsur larının kullanımı yanında, grafik tasarımın yönlendirme amaçlı olarak da kullanımından yararlanılabilir.

2.7.1. Basılı Reklam Araçları

Müze tanıtımında kullanılabilcek basılı reklam araçları; gazete ilanları, dergi ilanları, afişler, el ilanları, kataloglar ve broşürler olarak sınıflandırılabilir.

Bahsedilen her bir reklam aracının hedef kitleye ulaşmasında olumlu yönleri olduğu kadar olumsuz yönleri de vardır. Bu yüzden doğru iletişim aracının seçimi, reklam bütçesinin doğru kullanımı açısından son derece önemlidir.

67 Teker., y.a.g.e., 221 s.

2.7.1.1. Gazete İlanları

Basılı yayın araçları arasında gazeteler reklam aracı olarak önemli bir yer tutar. Günlük gazeteleri, basıldıkları ve dağıtıldıkları alanların çeşitliliğine ve büyüklüğüne göre yerel, ulusal ve uluslar arası gazeteler olarak sınıflandırmak mümkündür.⁶⁸

Diğer reklam araçlarına göre günlük gazetelerin avantajı genellikle farklı konulara ilgi duyan ekonomik seviyesi yüksek, geniş okuyucu kitlesine hitap etmeleridir. Günümüzde televizyon izleyici kitlesi parçalanırken gazete iletişim mecrası olarak güçlenmektedir. Ancak okuyucu kitleleri kesin çizgilerle belirlemediğinden reklam verenler hedef kitlelerine daha çabuk ulaşabilmek için değişik gazete türlerini kullanmaktadırlar. Gazete okuyan kişinin bakışını yakalamayı başaran basın ilanlarının da, detaylı enformasyon vermesi nedeni ile inandırıcılığı yüksektir. Gazetelerin diğer reklam araçlarına göre önemli diğer bir avantajı da esnek olmasıdır. Bunun anlamı, bir reklamın ne kadar süre yayınlanacağı, ya da yayınlanan bir reklamın günlük olarak değiştirilmesi ve güncellenmesinin mümkün olmasıdır. Günümüzde farklı reklam araçlarının gelişmesine rağmen, gazete ilanları reklam veren kuruluşların reklam bütçelerinin ortalama olarak üçte birini oluşturmaktadır. Gittikçe artan tirajları nedeni ile gazete reklamları reklam verenler açısından gelecekte de önemini koruyacaktır. Gazetelerin diğer reklam araçlarına göre sakıncalı yönleri ise, yaşam süresinin bir gün gibi kısa olması, baskı kalitesinin düşüklüğü, hedef kitle ilgi gurubu seçilememesi, özellikle genç hedef kitlesinin çok sınırlı olmasıdır.⁶⁹

2.7.1.2. Dergi İlanları

Dergilerde yayınlanacak ilanlarının, için, tam sayfa, yarım sayfa ya da çeyrek sayfa olarak yer satın alınır. Arka kapak ile ön ve arka kapak içleri için özel tarifeler uygulanır.

68 F.Elden Kocabaş, M.Yurdakul, N., **Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle**, İletişim Yay., İstanbul 1999, 29s.

69 Teker., **a.g.e.**, 154 s.

Dergi ilanlarının yararları şöyle özetlenebilir :

- Alıcı ve okuyucu kitleleri daha belirgin olduğu için doğru dergide reklam verilmesi halinde, hedef kitleye ulaşma olasılığı, gazetelere göre daha fazladır.
- Kullanılan baskı tekniği gazetelere göre daha yüksek kalitededir, bu nedenle basılacak resimler daha iyi görüntü verir.
- Yeni sayıları çıkıncaya kadar güncelliklerini korudukları ve uzun süre okudukları için reklamın kalıcılığı daha uzun sürelidir.
- Okuyucuları homojen bir grup olarak reklamlara karşı daha duyarlıdır.

Dergi ilanlarının sakıncaları ise şöyle özetlenebilir :

- Reklamın yerleri çok önceden ayrılarak basımları uzun sürdüğü için reklam kampanyası planında ani değişiklikler yapmak mümkün değildir.
- Yayın dönemlerinin uzun olması nedeniyle, güncel konularla ilgili reklam mesajlarının verilmesi için uygun değildir.⁷⁰

Arkeoloji dergileri ve tarihsel içerikli süreli yayınlar, müze reklamları vermek için doğru tercihler olabilirler. Ancak her müzenin içeriği farklı olacağından reklam aracının seçiminde dikkatli olunmalıdır.

2.7.1.3. El İlanları

“El ilanları genellikle tek yapraktan oluşan ve bir yeniliği duyurmak ya da başlatılan reklam kampanyasını desteklemek amacıyla oluşturulan küçük ilanlardır.”⁷¹

El ilanlarının etkinliğini belirleyen en önemli faktör, el ilanlarının hedef kitleyi yakalayacak şekilde dağıtımının gerçekleştirilmesidir. El ilanlarının grafiksel düzenlemesinde ilanın hızlı algılanmasını sağlayıcı spot başlıkların seçilmesi,

70 Teker., a.g.e., 158 s.

71 Elden, a.g.e., 29s.

tasarımının sade anlaşılır ve içeriğine hizmet edecek şekilde olması önem taşır.⁷²

2.7.1.4. Kataloglar

Kataloglar, ürün çeşitleri, rengi, büyüklüğü ve fiyatları hakkında detaylı bilgi vermek amacıyla hazırlanır. Yazılı mesajların fazla yer almadığı kataloglarda daha çok satış öncesi teknik bilgi verilmektedir. Kataloglarda amaç doğrudan satış mesajı iletmekten daha çok ürün türleri, ürünlerin özellikleri, kod numaraları, fiyatlar hakkında tanıtıcı bilgilere yer vermektir. Bir katalogda yer alan bilgilerin ne kadar süre geçerli olacağı, kataloğun geçerlik süresinde belirtilmelidir. Katalogların grafiksel tasarımında, reklam etkinliğinin artırılması amacı ile kullanılacak resimlerin seçiminde uyulması gereken genel kurallar dikkate alınmalıdır.⁷³

Bunun yanında müzeler için tasarlanan kataloglar fiyat bilgileri gibi ticari firmalara özgü unsurları içermedikleri için, ticari amaçlı tasarlanan kataloglardan biraz farklıdır. Genellikle müze koleksiyonları da özel durumlar dışında sıklıkla değişmediğinden, geçerlilik süresi gibi bilgiler de içermezler.

2.7.1.5. Broşürler

Broşürler, ürün ya da hizmet hakkında kapsamlı bilgi vermek amacı ile hazırlanır. Broşürler, hazırlanışlarındaki özen ve baskı kalitesi ile reklam mesajını hedef kitleye etkileyici şekilde sunmakta önemli rol oynarlar. Ne var ki, broşürün maliyeti diğer basılı reklam araçlarına göre daha yüksektir. Broşürün kurum kimliği açısından önemi ise, kurumun ciddiyetini ve güvenilirliğini müşterinin gözünde arttırmaktır. Doğrudan satışa dönük tepki alınması olasılığı yüksek olan yerlerde dağıtılmasında yarar vardır. Broşürlerin hazırlanmasında, resim ve metinlerin düzenlenmesi için uyulması gereken layout kuralları dikkate alınmalıdır.⁷⁴

72 Teker., a.g.e., 160s.

73 Teker., y.a.g.e., 160s.

74 Teker., y.a.g.e., 160s.

2.7.1.6. Afişler

Afiş, bir ürün ya da hizmetin tanıtımı için caddelerde, açık mekanlarda yer alan en önemli dış mekan reklam araçlarından birisidir. Afiş, aynı zamanda TV, radyo ve basın ilanlarını da desteklemesi bakımından vazgeçilmez bir yere sahiptir. Günümüzde dijital baskı teknolojisinin gelişmesi ile birlikte afiş dış mekanlarda hava şartlarına daha uzun süre dayanır hale gelmiştir.

Ülkemizdeki uygulamalardan kaynaklanan sakıncası ise, panolara yapıştırılan reklam afişlerinin üzerine yeni afişlerin yapıştırılma olasılığıdır. Afişte yer alan kısa özlü reklam mesajı, kullanılan yalın tipografi, resim ve firma işaretleri (marka, logo ve amblem) ile birleştiğinde, hedef kitle üzerinde son derece etkileyici olur. Ülkemizde kullanılan kağıt formatları nedeniyle, afişler 70x100 boyutlarında hazırlanmaktadır. Konuları itibarı ile afişler, reklam, kültürel ya da sosyal amaçlı hazırlanabilir.⁷⁵

2.7.2. Diğer Reklam Araçları

Belirtilen reklam araçları dışında basın yayın alanında bir çok farklı reklam aracı kullanılmaktadır. Ancak televizyon reklamları, radyo reklamları, ışıklı reklamlar, nakil araçlarına konulan reklamlar, durak reklamları, duvar ve çatı reklamları gibi pek çok diğer reklam araçları müzenin reklam bütçesinin müze tanıtımı yapmak amacıyla kullanımında çok doğru seçimler olmayacağı için bu çalışmada bunlara değinilmemiştir.

2.7.3. Yönlendirmeler, Uyarı İşaret ve Levhaları

İnsanların yapı ve mekan içerisinde yönlerini kolaylıkla bulmaları ve kitleleri istenilen yere doğru şekilde yöneltme amacı ile hazırlanan grafik çalışmalardır. Bu grafik çalışmalar pek çok grafik unsurları bünyesinde barındırabildiği gibi temel olarak piktogramlar, oklar ve tipografik unsurlardan yararlanılır.

75 Teker., a.g.e., 170s.

Yönlendirme grafiklerinde kullanılan simgesel işaretler, bir ürün, hizmet ya da nesneyi göstermeye yarayan işaretlerdir. Topluma yaygın şekilde hizmet veren çeşitli mekanlarda, tren istasyonları, metrolar, çarşı ve eğlence yerleri, otogarlar ve hava meydanları gibi farklı uluslara mensup insanların da toplu bulunabileceği yerlerde “evrensel bir dil” oluşturma amacıyla kullanılır.⁷⁶

Yönlendirme grafiklerinde sıklıkla kullanılan işaretlerden birisi oklardır. Okun bu değişkesinin (yalnızca ucunun kullanılmasının) enformasyon ya da bilgi yitimine yol açmadığı, hedef alıcıda amaçlanan davranış/tepkinin alınmasına dönük olarak yeğlenen kullanımsal tercihe göre tasarlandığı, bir başka deyişle bu daraltılı yapının iletişimsel gereksinimler doğrultusunda ortaya çıktığı göz ardı edilmemelidir. Yönlendirmede amaçlanan bu kesinlik olgusu okun bulunduğu ya da konumlandırıldığı diğer uzamlar için de geçerli bir yan anlam niteliğindedir. Örneğin bir saatin kadrana yerleştirilen akrep ve yelkovan okları, ölçümlemeye eklenilen bir kesinlik sunarlar. Okun *gösterici işlevinin* saatte olduğu gibi özellikle pusula ve rüzgar gülünde de gerçekleştiği görülür. Ok, çeşitli araçlarda bu işlevi yerine getirirken zaman zaman da alıcının gözünü, eklenildiği nesneye odaklamak amacı güder. Bu özelliğiyle *vurgulayıcı bir işlev* üstlenir; ‘işte bu’ ya da ‘buna/ona dikkat et’ biçiminde okunabilecek buyruk içerikli bir ileti aktarır. Aktarılan ileti, bağlama göre derleyici, özetleyici ya da bir dizi bilgiyi toparlayıcı içerik de kazanabilir. Ancak okların tersine yönlendirilmesi durumunda bir odaktan ayrılma ya da dağılma/parçalanma söz konusu olur.⁷⁷

Simgesel işaretler “imgeye” bağımlı göstergeler olup, konu aldıkları nesnelere doğrudan göstererek, gösterdikleri nesnelere herkes tarafından kolayca algılanmasını ve öğrenilmesini sağlarlar. Simgesel işaretler, nesnelere yalınlaştırılmış silüetlerine benzerler ve yazısız resim işlevi görerek, doğrudan iletişim gerçekleştirirler.

⁷⁶ Becer., a.g.e., 194 s.

⁷⁷ Mete Çamdereli, İletişimsel Bir Gösterge Olarak Oklar Ya da Okların İletişimsel Değeri, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, 193-194 s.

Piktogram sözcüğü latince “pictus” ve “gram” sözcüklerinden türetilmiş bir sözcük olup, yazısız resim anlamı ifade eder. Piktogram, yazılı ifadenin kolaylaştırılması amacı ile, resimsel anlatım olan simgesel işaretlerin bir sistem içinde toplanmasıdır. Yukarıda da belirtildiği gibi, özellikle topluma yaygın hizmet veren alanlarda evrensel bir dil oluşturmak amacı ile kullanılır. Uluslararası düzeyde anlaşılabilir bir gösterge sistemi olup, oryantasyon ve yön bildirme amaçlı olarak yaygın şekilde kullanılmaktadır. İlk kez 1964 Tokyo ve 1972 Münih Olimpiyat Oyunları’nın oryantasyon ve yer bulma işaretleri piktogram şeklinde, metotlu olarak tek bir sistem içinde, görselleştirilmiş ve kullanılmıştır.⁷⁸

Piktogramlarda bulunması gereken özellikler :

- Evrensel olarak anlaşılabilmesi,
- Farklı yaş ve sosyal gruba ait insanlar tarafından aynı şekilde algılanmalı ve anlaşılmalı,
- Hiçbir tabuyu zedelememeli,
- Yalın grafiksel çizim ile tasarlanmalı,
- İllüstrasyon tarzında tasarlanmamalı,
- Tek bir grafik sisteme göre düzenlemeli,
- Simgesel işaretler sistemi olarak geliştirilebilmeye uygun olmalı.
- Uluslararası düzeyde anlaşılır olmak için, standart renkler kullanılmalı.
- Tasarım öğeleri, (çizgi, form-fon ilişkisi, bütünsellik, kontur, kesişmeler, geçişler, boyutlar, bölmeler, renk ve diğer biçimsel özellikler) estetik kurallara uygun olmalı.
- Farklı mekanlarda, farklı boyutlarda ya da farklı iletişim araçlarında kullanıma uygun olmalı,
- Tek renk basıldıklarında da özelliklerini yitirmemelidir.⁷⁹

78 E.D.,Stiebner,D.Urban, **Zeichen+Signets**,Bruckmann Verlag Frankfurt,1982, 17 s.

79 Teker., **a.g.e.**, 170s.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ASKERİ MÜZELERİN İNCELENMESİ

3.1. Birinci Sınıf Askeri Müzeler

Türk Silahlı Kuvvetleri'nin tarihini, dönemlere göre yansıtan Silâhlı Kuvvetlerimize ait her türlü askerî kültür varlığını bünyesinde bulunduran ve uluslararası niteliğe sahip müzeler, birinci sınıf askerî müzelerdir.

Bu Müzeler :

1 - Genelkurmay Başkanlığı bünyesinde bulunan Türkiye Askerî Müze ve Kültür Sitesi (Harbiye-İSTANBUL).

2 - Deniz Kuvvetleri Komutanlığı bünyesinde bulunan Deniz Müzesi (Beşiktaş-İstanbul) ve Çanakkale Deniz Müzesi.

3 - Hava Kuvvetleri Komutanlığı bünyesinde bulunan Yeşilköy-İstanbul Hava Müzesi ve Etimesgut-Ankara Hava Müzesi.

4 - Anıtkabir Müzesi'dir.⁸⁰

3.1.1. Genel Kurmay Başkanlığı Bünyesinde Bulunan Askeri Müzeler

Kuvvet Komutanlıkları' nın bünyelerinde bulunan diğer tüm 1. ve 2. sınıf Askeri Müzelere kıyasla çok daha geniş imkanlara ve içeriğe sahiplerdir. Tasnif, idare ve sorumluluk doğrudan Genel Kurmay Başkanlığı' na bağlıdır.

⁸⁰ Askeri Müzeler Yönetmeliği, Resmi Gazete Tarihi :30.09.1984, Resmi Gazete Sayısı : 18531

3.1.1.1. Türkiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi – Harbiye / İstanbul

Koleksiyonlarının zenginliği ve çeşidi açısından dünyanın önde gelen müzelerinden birisi olan Askeri Müze'nin kuruluşu modern anlamda olmamakla beraber 15. yüzyıla kadar uzanmaktadır. 1453'de İstanbul'un Türkler tarafından fethinden sonra Aya İrini Kilisesi, değerli harp silah araç ve gereçlerinin toplandığı Cebehane olarak düzenlenmiştir. 1726 tarihinde Cebehane'deki tüm malzemeye yeni bir düzen verilerek Dar-ül Esliha adıyla yeni bir kuruluş gerçekleştirilmiştir.

Modern anlamda Türk müzeciliğinin temeli Tophane Müşiri Damat Ahmet Fethi Paşa'nın gayretleri ile 1846 yılında atılmış ve bu tarih Türk müzeciliğinin ve Askeri Müze'nin gerçek anlamda ilk kuruluşu olmuştur.

Aya İrini'deki revakların araları camekanlarla kapatılarak sergileme mekanları haline getirilmiştir. Bu mekanlardan bir bölümünde eski harp silah, araç ve gereçlerinden oluşan koleksiyonlar, diğer bölümlerde ise arkeolojik eser koleksiyonları sergilenmiştir.

Ahmet Fethi Paşa'dan sonra Aya İrini'deki bu koleksiyonlar kısa bir süre sonra ilk defa "Müze" adını alarak Müze-yi Hümayun olarak isimlendirilmiştir. Müze teşkilatının kurulmasından sonra özellikle arkeolojik eserlerin sayısının artması üzerine bu eserler Çinili Köşk'e taşınmış ve bugünkü İstanbul Arkeoloji müzelerinin temeli atılmıştır.

Ahmet Muhtar Paşa, silah koleksiyonlarını, ilanlar ve resmi yazışmalar ile zenginleştirmiştir. Kütüphanesi, sineması, atış poligonu, yayınları, kıyafethanesi ve meheri ile günümüz çağdaş müzecilik anlayışına uygun, nitelikli bir müze oluşturulmuştur.⁸¹

81 <http://www.tsk.mil.tr/askerimuze/tarihce.htm>

“Askeri Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı, Genelkurmay Askeri Tarih ve Stratejik Etüt (ATASE) Başkanlığına bağlı, İstanbul Harbiye semtinde konuşlandırılmış bir müzedir. Harbiye semti adını Askeri Müze'nin hizmet binalarının Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde Harp Okulu olarak kullanılmasından almakta olup, Cumhuriyetimizin kurucusu Ulu Önder Mustafa Kemal ATATÜRK de bu okuldan mezun olmuştur.

Askeri Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı, askeri kültür varlıkları kapsamına giren eserleri toplar, sınıflandırır, bu malzemelerin bakım ve restorasyonunu yapar, çağdaş yöntemlerle sergiler ve gelecek kuşaklara iletmek üzere depolar.

Askeri Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı, askeri kültür varlıkları kapsamında yaklaşık 55.000 objeye sahip olup, bu eserlerden 5.000 adedi müze sergi salonlarında sergilenmektedir.

Türk tarihini yaşayan nesillere görsel olarak aktarabilmek ve genç dimağlarda kalıcı etkiler bırakabilmek amacıyla iletişim ve bilgisayar teknolojisinden yararlanılmakta olup mehteri tanıtan Mehter Mültivizyonu, Çanakkale savaşlarını anlatan Çanakkale Diaraması ve sergi salonlarında yer alan ve müzeyi tanıtan dokunmatik bilgisayar sistemleri bu uygulamalardan bazılarıdır.

Askeri Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı, sahip olduğu tarihi eserleri çağdaş müzecilik tekniklerine göre sergi salonlarında sergilemek suretiyle şanlı tarihimize ait zenginliklerimizi yerli ve yabancı araştırmacılara açmaktadır.”⁸²

82 http://www.tsk.mil.tr/askerimuze/askeri_muze.htm

3.1.2. Türk Deniz Kuvvetleri Bünyesindeki Deniz Müzeleri

Geleneksel müzecilik anlayışına uygun bir yapıda olup, işletme ve idaresi, Askeri Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı' na bağlıdır. Cumhuriyet öncesi ve Cumhuriyet sonrası dönemlere ait objeler, bu bünyede yer alan müzelerde sergilenmektedir.

3.1.2.1. İstanbul Deniz Müzesi Komutanlığı - Beşiktaş/İstanbul

Türk Deniz Müzesi; 1897 yılında, dönemin Bahriye Nazırı Hasan Hüsni Paşa'nın emirleri, Miralay (Albay) Hikmet Bey ve Yüzbaşı Süleyman NUTKU' nun büyük gayret ve çabaları sonucu Tersane-i Amire (Osmanlı Devlet Tersanesi Kasımpaşa / İSTANBUL) 'de küçük bir binada "Müze ve Kütüphane idaresi" ismi ile kurulmuştur.

Önceleri tasnifi yapılmamış, müze deposu olarak sergiye açılmıştır. 1914 yılında Bahriye Nazırı olan Cemal Paşa, denizciliğin tüm kollarında olduğu gibi müzede de reform yapmış ve müdürlüğe Deniz Yüzbaşı Ressay Ali Sami BOYAR'ı getirerek, bilimsel anlamda yeniden düzenlenmesine olanak sağlamıştır. BOYAR, Türk gemilerinin tam ve yarım modellerinin yapılması için "gemi model atölyesi" ve mankenlerin yapıldığı "mulaj-manken atölyesini kurarak, müzeciliğin geliştirilmesine ve bugünkü halini almasına temel oluşturmuştur.

II. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla, eserler korunma amacıyla Anadolu'ya nakledilmiştir. Savaş sonunda 1946 yılında müzenin tekrar İstanbul'a taşınmasına karar verilmiş ve müze o günün koşullarında en uygun yer olan Dolmabahçe Camii Külliyesi'ne taşınmış, yeni müze müdürü Haluk ŞEHSUVAROĞLU idaresinde iki yıllık bir çalışmadan sonra 27 Eylül 1948 yılında ziyarete açılmıştır.⁸³

83 <http://www.dzkk.tsk.mil.tr/muze/turkish/Tarihce.htm>

3.1.2.2. Çanakkale Deniz Müzesi Komutanlığı - Çanakkale

Çanakkale Deniz Müzesi; Çanakkale il merkezinde 1915 Deniz ve Kara Savaşları'nın anlatımına yönelik bir bilgilendirme kompleksinin bulunmaması nedeniyle bu ihtiyacı karşılamaya yönelik çalışmalar sonucunda 18 Mart 1915 Deniz Zaferinin 67. yıl kutlama programı kapsamında kurulmuştur.

Çimenlik Kalesi'nde mevcut top koleksiyonuna ilave olarak, gönüllülerden oluşturulan bir ekip tarafından savaş alanlarında yüzey taraması yapılmış; komutanlık arşivleri ve envanterleri taranmış, özel kişi ve kuruluşlardan bağışlanan malzemelerin bir araya getirilmesiyle de bu koleksiyon zenginleştirilmiştir.

Çimenlik parkı içinde bulunan 1927 tarihli bina müze binasına dönüştürülmüş; 1954 tarihli binanın birinci katı boşaltılarak, Müze İdari Binası olarak düzenlenmiştir. 18 Mart 1915 Deniz Zaferi'nin kahramanı olan Nusrat Mayın Gemisi'nin İstanbul Tersane Komutanlığınca 1/1 ölçekli tıpkı yapımının park içinde özel olarak hazırlanan platformuna yerleştirilmesi ile müzenin mekansal yapılaşması tamamlanmıştır. Bu çalışmalar neticesinde 18 Mart 1982'de Çanakkale Boğaz Komutanlığı Müzesi ismi ile açılışı yapılmıştır.

Müze, 1991 yılına kadar Merkez Komutanlığının kontrolünde tek kadrolu devlet memuru ile faaliyetlerine devam etmiştir. Bu tarihten itibaren müzenin ismi Askeri Müze Müdürlüğü olarak değiştirilmiş ve kadrosuna ilk rütbeli personel atanmıştır.

Deniz Kuvvetleri Komutanlığının direktifleri ile 1995 yılında müze sergi düzeni yenilenmiş ve 1999 yılına kadar bu sergi düzeni korunmuştur. 1999 yılında mevcut sergi düzeni bozulmadan, modern müzecilik anlayışına uygun çalışmalar ile günümüz müzecilik uygulamalarına başlanmıştır. Bu kapsamda, bazı bölümlerde interaktif anlatıma geçilmiştir.

Müze sergi kurgusu 2000 yılında yeniden ele alınarak çağdaş müzecilik

kriterleri içinde kurgulanmıştır. Buna paralel olarak hazırlanan uygulama projeleri doğrultusunda çalışmalara devam edilmektedir.

Müze bünyesinde oluşturulan kitaplık 2002 yılında Çanakkale İhtisas Kütüphanesi olarak düzenlenmiş, 2003 yılında Deniz Kuvvetleri Komutanı emriyle ihtisas alanındaki tüm dokümanları toplayacak şekilde çalışmalara başlanmış ve doküman tedarikine devam edilmektedir.

Çanakkale Deniz Müzesi'nde müzenin bölümlerinden biri olan Resim ve Fotoğraf Galerisininin 1. katında Çanakkale Savaşları'na ait objeler, resim ve panolar ile desteklenerek sergilenmektedir.

Galerininin 2. katında ise, dördüncü dönem asker ressamlarımızdan Mehmet Ali LAGA'ya ait 97 adet kara kalem ve sulu boya tablo sergilenmektedir. Galeri yaklaşık olarak 30 dakikada gezilebilmektedir.⁸⁴

3.1.3. Hava Kuvvetleri Komutanlığı Bünyesinde Bulunan Hava Müzeleri

Hava Kuvvetlerimiz'in bünyesinde bulunan müzelerimiz kapalı alanları hariç, genellikle büyük hava alanları gibi mekanlarda sergilenen tarihi uçaklardan ibarettir. Bu sebeple bu çalışma kapsamında, bu sınıfa giren müzeler hakkında kısa bilgi verilmektedir.

3.1.3.1. Yeşilköy / İstanbul Hava Müzesi

Yeşilköy'de kurulmuş olan bu müze, Türk Hava Kuvvetleri'ne bağlı bir Komutanlık olarak Havacılık Müzesi adı altında hizmet vermektedir. Türkiye de Havacılık Müzesi kurulması fikri ilk defa 1960'lı yıllarda ortaya atılmış ve çok geçmeden 1963 yılında yapılan ön çalışmalarla, elde kalmış olan eski uçak ve malzemelerin envanteri çıkartılmaya başlanarak, 1966 yılında bu konuyla ilgili bir komisyon oluşturulmuştur. 15 Mayıs 1971 tarihinde İzmir'in Cumaovası sivil hava

84 <http://www.dzkk.tsk.mil.tr/TURKCE/DenizMuzeleri/CnkkaleDzMuzesi/tarihce.htm>

alanında, ilk Havacılık Müzesi nin açılışı gerçekleştirilmiştir. Ancak, müze alanının kısıtlı oluşu, modern bir müzecilik anlayışı için gerekli koşulların yetersizliği ve bulunduğu yerin ulaşım yönünden zorluklar içermesi nedeniyle Türkiye de yeni bir müze binasının inşası söz konusu olmuş; yapılan inceleme ve araştırmalardan sonra da, müzenin Türk Havacılığı'nın doğduğu yer olan Yeşilköy'de, tren istasyonunun hemen arkasındaki Türk Hava Kuvvetleri'ne ait 15.000 metre kare genişliğindeki alana yapılmasına karar verilmiş; yapılan çalışma ve düzenlemelerin ardından modern müzecilik anlayışı içinde inşa edilen Havacılık Müzesi 16 Ekim 1985 tarihinde ziyarete açılmıştır. Müzenin 3000 metre karelik kapalı alanında 8 sergileme salonu bulunmaktadır.

Müzedede havacılığa ait tatbikat ve gösteri filmlerinin sunulduğu 56 kişilik bir sinema-video salonu mevcuttur. Havacılık Müzesi' nin salonlarında, çok sayıda döküman, fotoğraf ve malzemeyle zenginleştirilmiş, dünyada ve Türkiye de günümüze dek havacılık tarihinin gelişimini gösteren vitrinler yer almaktadır. Bu vitrinlerde balondan zepline; ilk motorlu uçaklardan helikopterlere; süper tepkili savaş uçaklarından uzaya fırlatılan füzelere kadar çok zengin bir model-maket koleksiyonu mevcuttur. Ayrıca, Hezarfen Ahmed Çelebi'nin kendi yaptığı kanatlarla Galata Kulesi' nden Üsküdar Doğancılar' a uçuşunu ve gene Sultan IV. Murat döneminde yaşamış olan bilim adamı Lagari Hasan Çelebi nin, 64 kg barutla çalışan yedi kollu roketi ateşleyerek Sarayburnu açıklarında göğe doğru yükselişini gösteren maketlerin yer aldığı vitrinler müzenin ilgi çeken köşeleri arasındadır. Bunların yanı sıra, değişik vitrinlerde sergilenen, Selçuklular zamanında yapılmış ilk roket çalışmalarına ait plan ve krokiler; Kurtuluş Savaşı sırasında kullanılmış olan uçaklara ait maketler; 1914 yılında Bleriot ve Deperdussin uçaklarıyla gerçekleştirilmiş olan Türk pilotlarının ilk uzun menzilli uçuşları; İstanbul-Kahire-İskenderiye seferine ait görsel malzemeler; 1924 yılında ilk Türk uçağının yapımını gerçekleştiren Vecihi Hürkuş' a ait grafik ve resimler; Türk hava şehitlerine ait şahsî eşyaların sergilendiği Anılar Salonu; geçmişten günümüze Türk Hava Kuvvetleri' nde kullanılan üniforma, madalya ve bröveler; uzay uçuşlarıyla ilgili bilgiler ve Türk havacılık tarihinin değişik dönem ve önemli olaylarını yansıtan yağlı boya tablolar, müzenin koleksiyonlarında yer alan birbirinden değişik malzemelerin bazılarıdır. Bütün

bunların dışında, Havacılık Müzesi nin içinde ve bahçesinde sergilenen, Türk pilotları tarafından değişik tarihlerde kullanılmış kimi uçaklar da, gelen ziyaretçilerin ilgisini çeken bölümlerden biridir. Bunlar arasında, 1958-1977 yılları arasında Türk Hava Kuvvetleri' nde kullanılmış Sikorsky UH19B Chikasaw tipi helikopterden, 1936-1940 yılları arasında hizmet veren, Kayseri Tayyare Fabrikası nda yapılmış Polonya lisanslı PZL-XXIV tipi tek pervaneli uçağa ve Türk Hava Yolları'nın ilk kullandığı uçaklardan De Havilland DH-89 a kadar 43 adet uçak yer almaktadır. Sergilenen uçaklar arasında, 1914-1918 yılları arasında Rus ordusunda kullanılmış ve Birinci Dünya Savaşı sırasında esir alınmış Grigorovitch M-5 tipi bir deniz uçağı da vardır.⁸⁵

3.1.3.2. Etimesgut – Ankara Hava Müzesi

Havacılık sevgisini daha geniş kitlelere aşlamak, Türk Hava Kuvvetleri'nin geçmişini canlı tutmak ve genç nesillere sevdirmek amacıyla 21. Hava Kuvvetleri Komutanı E. Org. Ahmet ÇÖREKÇİ' nin direktifleri doğrultusunda, Hava Lojistik Komutanlığınca 1997 yılında Türkiye'nin ikinci Hava müzesinin kurulma çalışmalarına başlanmıştır. Bina inşaatı tamamlandıktan sonra Hava Lojistik Komutanlığı tarafından çevre düzenlemesi yapılmış, uçakların büyük bir bölümü taşınmış, arşiv çalışmaları ve objelerin temini sonucunda 1998 yılı içerisinde açılışa hazır hale getirilmiştir. 18 Eylül 1998 günü Atatürk'ün manevi kızı ve ilk kadın Türk pilotu bayan Sabiha GÖKÇEN, 20' nci Hv.K.K.E. Org. Halis BURHAN, 21 nci Hv.K.K.E. Org. Ahmet ÇÖREKÇİ ve dönemin MGK. Genel Sekreteri Org. Ergin CELASİN'in katılımı ile 22nci Hv.K.K.E. Org. İlhan KILIÇ tarafından açılışı yapılmıştır.

Ankara Hava Müzesi açık alanı 62.321 metre kare, kapalı alanı ise 2000 metre kare olan iki bölümden oluşmaktadır.

Açık gezi alanında Türk Hava sahasını uzun yıllar korumuş ve korumakta olan uçaklar ile ulaştırma ve eğitim görevlerini yapmış uçakların ve bir helikopterin

85 <http://tayyareci.com/yesilkoy.asp>

yanı sıra Macaristan Hava Kuvvetleri'nden bir adet MIG-21, Bulgaristan Hava Kuvvetleri'nden bir adet MIG-19, Pakistan Hava Kuvvetleri'nden bir adet MIG-17 uçağı ile birlikte TRT tarafından hazırlanan 'Altın Kanatlar' belgesel filmi için Kayseri Hava İkmal Bakım Merkez Komutanlığı'nda 2001 yılında imal edilmiş olan Bleriot Tipi 'Fethi Bey' adlı uçak da sergilenmektedir.

Kapalı alanda; Lagari Hasan Çelebi ve Hezarfen Ahmet Çelebi'nin ilk uçuş denemelerini anlatan mizansen maketler, 1911 yılında Türk Hava Kuvvetleri'nin kuruluşundan itibaren kullanılan uçakların maketleri, çeşitli fotoğraf ve belgelerin yer aldığı 'Türk ve Dünya Havacılık Tarihi Salonu', ilk yerli imalat olan Uğur ve Pezetel uçaklarının ½ ölçekli maketleri, hava birliklerine ait flamalar, her çeşit hava silah sistemlerinin maketleri, Türk Havacılığındaki İlkler, Hava Kuvvetleri Komutanlığı yapmış olan komutanlarının büstlerinin yer aldığı 'Büstler ve Flamalar Salonu', Osmanlı'dan günümüze kadar kullanılmış olan havacılık kıyafetleri, fors, beç, brövelerin sergilendiğı 'Kıyafetler Salonu' ve Aziz Hava Şehitlerimizin isim listelerinin bulunduğu ve komutanlarımıza ait anı eşyalarının sergilendiğı 'Anılar Salonu' ndan oluşmaktadır.

1999 yılında Hava Lojistik Komutanlığı tarafından yapılan çalışmalarla Cumhuriyet Dönemi İlk Bayan Uçmanı (pilotu) Sabiha GÖKÇEN adına bir köşe hazırlanmış olup bu köşeye Atatürk' ün kendisine armağan ettiği tabanca başta olmak üzere çok sayıda değerli obje ve fotoğraflar Sabiha GÖKÇEN Hanımefendi'nin kendisi tarafından bağışlanmıştır. Ayrıca ilk bayan havacılarla ilgili 'Bayan Havacılar' köşesi oluşturulmuştur. Yine 1999 yılı içerisinde gelen ziyaretçilerin pilot kabinlerini yakından görüp oturabilecekleri, içerisinde T -33 ve F-5 kokpitlerinin bulunduğu 'Mavi Dünya' adlı bina Hava Lojistik Komutanı tarafından hizmete açılmıştır.

2000 yılı içerisinde ise çeşitli uçak maketleri ile 72 fotoğrafın bulunduğu panonun yer aldığı 'Sivil Havacılıkta Dünya Uçakları' ve 1915-1949 yılları arasında görev yapmış, Pilot Astsubaylar'ımıza ait isim ve sicil listeleri ile çeşitli fotoğrafların yer aldığı pano oluşturulmuştur.

Anılar Salonunda ayrıca Kıbrıs Barış Harekatı'nda şehit düşen ilk pilotumuz Yzb. Cengiz TOPEL'e ait eşyalar, Türk Hava Kuvvetleri'nin ilk pilotu olan Fesa EVRENSEV'e ait '1 Nolu Bröve' ve 1940 yılında şehit olmuş Tğm. Sait BİNATLI'ya ait kaput sergilenmektedir.⁸⁶

3.1.4. Anıtkabir Müzesi

Anıtkabir Proje Yarışması şartlarına uygun olarak, Misak-ı Milli ve İnkılâp kuleleri arasındaki bölüm müze olarak belirlenmiştir. Bu amaçla 21 Haziran 1960'ta Anıtkabir Atatürk Müzesi açılmıştır. Burada Atatürk'ün kullandığı eşyalar ve kendisine hediye edilen armağanlar ve giysileri teşhir edilmektedir.⁸⁷

Müzedede ayrıca Atatürk'ün madalya ve nişanları ile manevi evlatlarından A. Afet İnan, Rukiye Erkin, Sabiha Gökçen'in müzeye armağan ettikleri Atatürk'e ait eşyalar sergilenmektedir.

Anıt Caddesi, Tandoğan'da bulunan Anıtkabir içerisinde yer almaktadır. Anıtkabir, Prof.Dr.Emin Onat ve Doç.Dr.Orhan Arden'in eseri olup, Türk Mimarlığında II. Ulusal Mimarlık akımı özelliklerini taşımaktadır. 1941 yılında düzenlenen Anıtkabir Serbest Proje Yarışması ile elde edilen projenin yapımına, 9 Ekim 1944 tarihinde başlanmış ve dokuz yılda tamamlanmıştır.

Anıtkabir, Anıt Bloku ve Barış Parkı olarak iki kısımda yapılmış, Anıt Bloku Aslanlı Yol, Tören meydanı ve Mozole bölümlerinden oluşmaktadır. Barış Parkı'nda ise Türkiye'nin çeşitli bölgelerinden ve yabancı ülkelere getirilen fidanlarla 104 ayrı türden yaklaşık 48.500 adet süs ağacı ve süs bitkisi bulunmaktadır.

Anıtkabir yapı topluluğu içerisinde, simetrik olarak yerleştirilmiş on adet kule bulunmaktadır. Bunlar; İstiklal, Hürriyet, Mehmetçik, Zafer, Barış, 23 Nisan, Misak-ı Milli, İnkılap, Cumhuriyet, Müdafa-i Hukuk kuleleridir.

⁸⁶ <http://www.hvkk.mil.tr/Turkce/muzelerimiz/AnkaraHavaMuzesi/tarihce.htm>

⁸⁷

<http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFAAAF6AA849816B2EFC112613E4DF20E8E>

Anıtkabir Proje Yarışması şartlarına uygun olarak, Misak-ı Milli ve İnkılap Kuleleri arasındaki bölüm müze olarak belirlenmiş ve 21 Haziran 1960'ta Anıtkabir Atatürk Müzesi açılmıştır. Müzede Atatürk'ün kullandığı eşyalar, kendisine armağan edilen eşyalar ve giysiler teşhir edilmektedir. Müzede ayrıca Atatürk'ün madalya ve nişanları ile manevi çocuklarından Afet İnan'ın, Rukiye Erkin, Sabiha Gökçen'in müzeye armağan ettikleri Atatürk'e ait eşyalar sergilenmektedir.

Anıtkabir Müzesi geleneksel müzecilik anlayışı çerçevesinde hizmet vermekte olan bir müze olup, Türkiye'deki diğer birçok askeri müze gibi çağdaş grafik unsurların birçoğunu barındırmamaktadır. Ancak bunun yanısıra Atatürk'ün balmumu bir heykeli müzede yer almakta olup, üç boyutlu anlatım ve canlandırma konusunda oldukça etkilidir.⁸⁸

3.2. İkinci Sınıf Askeri Müzeler

Türk Silâhlı Kuvvetlerinde Alay seviyesine kadar olan birliklerde kurulmuş ve yalnızca kendi konuları ile ilgili, eğitim amacına yönelik, dışa kapalı, dar kapsamlı müzeler, ikinci sınıf Askerî Müzelerdir. Bunlar :

1 - Kara, Hava ve Deniz Kuvvetleri ile Jandarma Genel Komutanlığı'nın bünyesindeki sınıf müzeleri,

2 - Kara, Hava ve Deniz Kuvvetleri ile Jandarma Genel Komutanlığı'nın bünyesindeki askerî okullar ve özel birlik müzeleridir.

“İkinci sınıf Askerî Müzeler niteliğinde olan özel Birlik Müzeleri ile Sınıf Müzeleri sadece kendi konularına ait malzemeleri teşhir ve muhafaza edebilirler. Bu müzeler, ellerindeki mevcut malzemeleri ilgili Birinci Sınıf Askerî Müze Komutanlığına bildirirler. Bu malzemelerden uygun görülenler Birinci Sınıf Askerî Müze Komutanlığına devredilir.”⁸⁹

88 <http://www.kenthaber.com/IIIDetay.aspx?ID=471>

89 Askerî Müzeler Yönetmeliği, Resmi Gazete Tarihi: 30.09.1984 Resmi Gazete Sayısı: 18531

Bu müzeler sivil halkın erişimine kapalıdır. Yalnızca er / erbaş, T.S.K. personel ve subay eğitiminde kullanılmaktadır. Bu nedenle bu müzeler hakkında detaylı bilgi ve fotoğraflar askeri alan dışına çıkartılamamaktadır.

3.3. T.S.K. Kuvvet Komutanlıkları Bünyesindeki Askeri Müzeler

T.S.K. dünyadaki diğer askeri çağdaş müzeleri örnek alarak, bünyesinde bulunan müzeleri çağdaş müzecilik anlayışına uygun bir hale getirmeye çalışmaktadır. Ancak mevcut müzelerin düzenleri geleneksel müzecilik anlayışına göre hazırlanmıştır.

T.S.K. yeni hazırladığı müzelerinde, halka daha rahat ulaşabilmek için, ilgili fakültelerin tasarım bölümlerinden destek almak istemektedir. Bu sayede yeni hazırlanacak olan müzelerde görsel ve işitsel unsurlardan daha fazla yararlanabilecek, sergilenmekte olan objelerin görsel öğelerle desteklendiği yeni müzecilik anlayışı sayesinde, müzeleri bir eğitim kurumu gibi halkın bilinçlendirilmesi konusunda kullanabilecektir.

3.3.1. Müze Gemiler Müdürlüğü

Deniz Kuvvetleri Komutanlığına ait bir muhrip ve bir denizaltı gemisindeki görev alanları ve yaşam şartlarını gemilerde mevcut orijinal cihazlar, maket, şilt ve büst gibi objelerle yerinde yansıtarak Türk Deniz Tarihi kültürünü ziyaretçilere aşılacaktır.

Kocaeli Bölgesindeki muhtelif kültürel maksatlı sergi faaliyetleri (resim, vitray, el işi, fotoğraf, maket, eski eser, v.b.) ile muhtelif fuar faaliyetlerinin (kitap, müzik, v.s.) icra edilmesi maksadıyla kurularak, 20 AĞUSTOS 1997 tarihinde TCG GAYRET' in, 29 EKİM 2004 tarihinde TCG HIZIRREİS' in kuruluşuna alınması ile 1 nci sınıf Askeri Müze Statüsünde faaliyetlerini sürdürmektedir.

Müze Gemiler, İzmit Tren İstasyonu karşısında ve İzmit Yelken Kulübü yanında sahilde konuşlu bulunmaktadır.

Ziyaretler, her 30 dakikada bir oluşturulan gruplar halinde ve rehberler eşliğinde yapılır.⁹⁰

3.3.2. TCG GAYRET Müzesi – Kocaeli

USS EVERSOLE (DD 789), İkinci Dünya Harbi MIDWAY Savaşı'nda ölen torpido tayyaresi pilotu John Thomas EVERSOLE'un adını taşıyan gemidir. USS EVERSOLE Seattle, Washington'daki Todd Pasific Shipyard'da inşa edilmiş ve 10 Mayıs 1946 tarihinde hizmete girmiştir.

USS EVERSOLE A.B.D. Bahriyesinde esas hizmetine Aralık 1946 tarihinde Batı Pasifik'te başlamıştır. Mayıs 1950-Şubat 1951 tarihleri arasında Kore savaşlarına iştirak etmiştir. ilk overholünü müteakip 1952 yılına kadar tekrar Doğu Kore sahillerinde çeşitli savaş görevlerinde bulunmuştur. 07 Mayıs 1962-Şubat 1963 tarihleri arasında FRAM I (Fleet Rehabilitation And Modernization) tadilatı geçirmiştir. Müteakiben 1965–1966 yıllarında Vietnam ve Tayvan sahilleri arasında savaş görevleri almıştır. 1968, 1970, 1971 ve 1972 yıllarında Vietnam savaşına iştirak eden gemi bu görevi sırasında deniz topçu ateş desteği kapsamında 17.000 adet 5/38'lik mermi atmıştır.

11 Temmuz 1973 tarihinde Long Beach / California'da Türk Deniz Kuvvetleri'ne transferi yapılan USS EVERSOLE Türk Sancağı çekilerek TCG GAYRET adı verilmiştir.

90

<http://www.dzkk.tsk.mil.tr/TURKCE/DenizMuzeleri/MuzeGemilerMdlugu/SAYFA%201%20M%DCZE%20GEM%DDLER%20M%DCD%DCRL%DC%D0%DC%20TAR%DDH%C7E.html>

A.B.D.'den 04 Ağustos 1973 tarihinde ayrılan TCG GAYRET; Panama, Portoriko, Ponta Delgada (Azor Adaları) ve Cartagena'ya uğrayarak 09 Eylül 1973 tarihinde TÜRKİYE'ye gelmiş ve 14 Kasım 1973 tarihinde Harp Filosu Komutanlığı'na katılmıştır. 1975 sonbahar döneminde Akdeniz Çağrı Kuvveti Komutanı olan II. Muhrip Filotillası Komodorunu hamilen ve 1979'da Türk Deniz Kuvvetlerini temsilen iki kez Akdeniz Çağrı Kuvveti Tatbikatı'na katılmıştır. Ayrıca 1974–1991 yılları arasında Display Determination ve Distant Hammer serisi NATO tatbikatları ile çeşitli Milli Tatbikatlara iştirak etmiştir. 1979 yılında Harp Filosu Komutanı'nı hamilen Sovyetler Birliği'nin Odessa limanını ve 1990 yılında Harp Filosu Komutanı emrinde II. Muhrip Filotillası Komodorunu hamilen TCG YAVUZ ile birlikte Sivastapol askeri limanına resmi ziyaretlerde bulunmuştur. Bu yönüyle Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'ne yapılan ziyaretler kapsamında dış politikamızda ilkleri oluşturmuştur.

1973 yılında ABD'den satın alınarak Donanmamıza katılan TCG GAYRET, uzun yıllar başarılı hizmetler yaparak 1995 yılında hizmet dışına ayrılmasına karar verilmiştir.

1996 yılı sonunda Deniz Kuvvetleri Komutanlığı, KOCAELİ Valiliği ve İzmit Büyükşehir Belediyesi ile Donanma Komutanlığı'nın ortak girişimleriyle oluşturulan “MÜZE GEMİ” projesi kapsamında GAYRET bir kez daha göreve çağırılmış, Müze gemi niteliğine uygun olarak özenle hazırlanmış ve 20 AĞUSTOS 1997 tarihinde İzmit Yelken Kulübü yanında kendisine ayrılan yerde Türkiye'nin ilk müze gemisi olarak hizmete açılmıştır. O kendi alanında bir ilk olarak halen her gün gerçek bir savaş gemisini merak edenlerle dolup taşmakta, Türk Donanması'na olan ilginin devamına katkı sağlamakta ve verilen bu onurlu görevi başarıyla yerine getirmeye devam etmektedir.⁹¹

91 <http://www.dzkk.tsk.mil.tr/gayretmuzesi/icerik.asp?Sayfa=tarihce>

3.3.3. TCG Ege Müzesi

EGE MÜZESİ'nin İZMİR sınırları içerisinde Balçova/İnciraltı İskelesine konuşlanması planlanmaktadır. İzmir Büyükşehir Başkanlığı'nca anılan iskelede onarım çalışmaları yapılmış ve halkımızın hizmetine açılmıştır.⁹²

3.3.4. TCG Pirireis Müzesi

PIRİREİS MÜZESİ'nin EGE MÜZESİ ile birlikte İZMİR sınırları içerisinde Balçova/İnciraltı İskelesine konuşlanması planlanmaktadır. İzmir Büyükşehir Başkanlığı'nca anılan iskelede onarım çalışmaları bitmiş ve hizmete girmiştir..⁹³

3.3.5. Kıbrıs Barış Harekatı Müzesi

Foça Amfibi Deniz Piyade Üs Komutanlığı bünyesinde bulunan Kıbrıs Barış Harekatı Müzesi Türk Silahlı Kuvvetleri' nin 1974 yılında Kıbrıs Adası' na düzenlemiş olduğu çıkartma ile ilgili görsel bilgi ve materyaller içermektedir. Müze tamamen geleneksel müzecilik anlayışı ile hazırlanmış olup T.S.K. bünyesindeki diğer pek çok askeri müze gibi çağdaş grafiksel unsurlar barındırmaz.

3.3.6. Deniz Tarihi Arşivi – Gölcük

Deniz Kuvvetlerimizin Cumhuriyet öncesinden itibaren geçmişindeki çeşitli olaylarla ilgili inceleme yapmak, tarihten dersler çıkarmak, Deniz Kuvvetlerimiz' in geçmişiyle ilgili genel veya sadece bir dönemini kapsayacak şekilde araştırma yapmak isteyecek personelin istifadesine sunabilmek ve arandığında başvurulacak bir bilgi kaynağına kavuşmak maksadıyla bir arşiv oluşturulması düşünülmüş ve bu kapsamda 26 Şubat 2002 tarihinde kurulan bir Çalışma Grubu ile Deniz Tarihi Arşivi'ni meydana getirmek için; Türk Deniz Kuvvetleri'ne ilişkin bilgi, hatıra,

92 http://www.dzkk.tsk.mil.tr/TURKCE/DenizMuzeleri/TCGEGEMUZESI_files/frame.htm

93 http://www.dzkk.tsk.mil.tr/TURKCE/DenizMuzeleri/TCGPİREİSMUZESI_files/frame.htm

fotoğraf, mektup, harita, anlaşma metni, makale, kitap vb. belgelerin toplanmasına karar verilmiştir.⁹⁴

3.4. Yurt Dışındaki Askeri Müze Örnekleri

3.4.1. Amerikan Deniz Piyade Müzesi

Orijinal ismi “National Museum of the Marine Corps.” dur. Amerikan Deniz Piyade Müzesi' nin açılışı 10 Kasım 2006 tarihinde, Amerikan Deniz Piyadeleri'nin kuruluşunun 231. yıl dönümünde yapılmıştır.

Bakış açısı olarak çağdaş müzecilik anlayışını benimseyen müzede, tanklar, uçaklar, çıkarma gemileri, silahlar ve üniformalar gibi eşyalar sergilenmektedir. Ancak diğer müzelere göre önemli bir anlayış farkı olarak, hikayenin bu araçlar tarafından anlatılması benimsenmiştir. Bunun için sergilenen bu objelerin hemen hemen tümü ile birlikte, son derece gerçekçi ve bal mumu ile yapılmış heykellerle savaş alanları ve yaşanan ortamlar dramatize edilmiştir. Bilgi panoları ile de ziyaretçilere konuyu destekleyici bilgiler aktarılmaktadır. Tüm ortam son derece etkileyici, görsel bir şölen niteliğindedir.

Bütün bunların yanında, çağdaş müzecilik ile birlikte kazanılan bir olgu olan, müzelerin eğitim ve öğretime katkıda bulunmaları kavramı, bu müzede son derece etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Öğrenciler için müzeye ait sınıflarda çeşitli düzeyleri olan Savaş Pilotu, Vietnam, İkinci Dünya Savaşı gibi konularda eğitimler verilmektedir.

Amerikan Deniz Piyade Müzesi' nin tasarımı Skene Design adlı bir grafik tasarım şirketi tarafından yapılmıştır.⁹⁵

Ayrıca Amerikan Deniz Piyade Müzesi için, müzeyi online olarak gezmek

94 http://www.dzkk.tsk.mil.tr/TURKCE/DenizMuzeleri/DenizTarihiArsiviGolcuk_files/frame.htm

95 www.skenedesign.net/nmmc.html

isteyen ziyaretçileri için www.marinecorpstimes.com/projects/museum/ adresinde çok başarılı bir sanal müzesi vardır.

Müzenin görsel ve sanatsal açıdan diğer örneklerinin yanında bu kadar başarılı olmasının arkasında, müze kadrosunda bir sanatçının da bulunmasından kaynaklanmaktadır.

3.4.2. Jamestown-Yorktown

Jamestown Yerleşkesi ve Yorktown Zafer Merkezi'nde başlayan Amerikan tarihini incelemeyi ve aktarmayı amaçlayan bir müzelerdir. Filmlerle, canlandırma galerileri ve dış mekan yaşayan alanları ile bu müzeler, İngiliz yerleşkelerinin 1607 tarihinden, 1781 yılında kazanılan savaşa kadar olan yaklaşık iki yüz yıllık geçmişini aktarılmaktadır. Jamestown yerleşkesinde 17 yy. Virginia-Powhatan Hintlileri, Avrupa ve Afrika göçmenleri, Yorktown Zafer Merkezi'nde ise Amerikan Devrimi ve oluşan yeni nesil hakkında bilgi verilmektedir.

Müze çok sayıda ziyaretçiye sahiptir. Finansal olarak son derece geniş imkanlara sahiptir. Bu nedenle tarihi aktarma işlevi çoğunluğunda bire bir ölçekli maketler ve canlandırmalar ile yapılmaktadır. Ziyaretçiler dönemin gemilerine ve savaş araçlarına binebilmekte, içlerinde dolaşabilmekte ve bilgi edinebilmekteler. Çağdaş müzecilik kavramının içerdiği unsurların tamamının kullanıldığı bu müzelerde dış mekanlarda yapılmış canlandırmalar oldukça etkili ve dönemin insanların yaşantılarının aktarılmasını sağlaması açısından son derece başarılıdır. Bu müzeler ayrıca www.historyisfun.org adresinde de gezilebilir.

3.4.3. Pergamon Müzesi (Almanya)

Pergamon Müzesi, bir enstitü olarak Alman arkeologların XVIII. yüzyılın sonunda elde ettikleri arkeolojik bulguları barındırmak için kurulmuştur. Müzeye ismini veren ve Bergama'dan alınan Zeus Altarı ile Babil'den getirilen Istar Kapısı burada yeniden inşa edilmiştir Berlin'deki Pergamon Müzesi'nde Zeus Sunağı,

Pergamon'dan Athena Tapınağı'nın kapısı, Priene Heykelleri ve Miletos'un Büyük Agora Kapısı bulunur. Uygarlıkların beşığı Anadolu'nun eşsiz tarih hazinelerinin en önemlilerinden olan Bergama Zeus Sunağı, anayurdundan binlerce kilometre uzakta, Almanya'nın Başkenti Berlin'deki Pergamon Müzesi'nde bulunmaktadır. Müzede, Anadolu başta olmak üzere, çeşitli bölgelerden toplanan parçalarla oluşturulan İslam Sanatları Müzesi de ilgi çeken bölümlerin başında gelmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

FOÇA DENİZ MÜZESİ

4.1. Foça Deniz Müzesi Binasının Tarihçesi

1923 yılında hizmete giren bina, ilk hizmetini Milli Savunma Bakanlığı'na vermiştir. Daha sonra 1950' li yıllarda Askere Alma Daire Başkanlığı' na bağlanarak Askerlik Şubesi olarak hizmet vermiştir. 1970' li yıllarda ise Foça Amfibi Merkez Komutanlığı bünyesine alınmıştır. 2006 yılında ise Foça Merkez Komutanlığı bünyesinden ayrılan bu bina müzeye devredilmiştir.⁹⁶

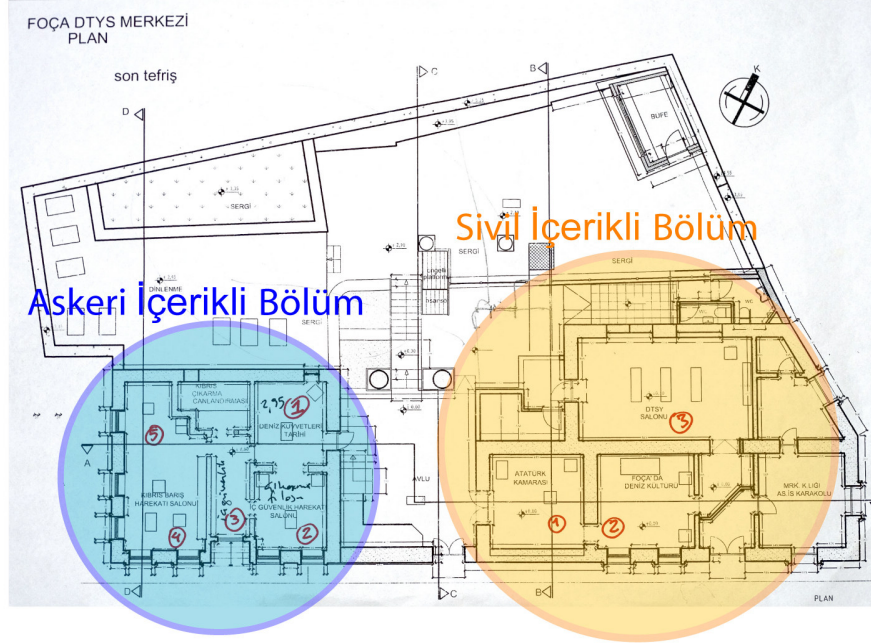
Temel olarak üç ana yapısı ve terası olan binanın restorasyonunda, Foça Amfibi Merkez Komutanlığı tarafından binanın temel unsurlarına zarar verilmemiş ve aslına olabildiğince sadık kalınmıştır.

Sivil halkın kullanımına açık olan müze, Türk Deniz Kuvvetleri ve Amfibi Deniz Piyade Tugayı'nın tanıtımının yanı sıra, halka denizciği tanıtmaya ve sevdirmeye amaçlıdır.

4.2. Foça Deniz Müzesi Sergi Planı

Binanın müze olarak kullanılacak iki ana binası vardır. Diğer üçüncü yapı ise kütüphane olarak hizmet verecektir. İki bina arasında yer alan kısım ise Açık Hava Sergi Alanı olarak değerlendirilmektedir.(Şekil 1)

96 Deniz K.K, **Türk Deniz Kuvvetleri Denizlerin Koruyucuları**, İstanbul, 2004



Kaynak: Dz.K.K. Foça Amfibi Üs Komutanlığı

Şekil 1: Foça Deniz Müzesi Mimari Planı

4.2.1. Askeri İçerikli Bölüm

Toplam 5 adet salon ve bir adet maket sergi salonundan oluşan bu bölüm Türk Deniz Kuvvetleri tarihini ziyaretçilere aktarmayı amaçlamaktadır. Birinci salon geçmişten günümüze değin deniz kuvvetlerinin tarihi yer almaktadır. Barbaros Hayrettin Paşa, Çaka Bey gibi Türk Büyükleri' nin bilgi panolarının yanı sıra, önemli tarihsel olaylara imza atmış olan Türk Gemileri olan Nusrat, Hamidiye gibi gemilerimizin bilgi panoları bu salonda yer almaktadır.

İkinci salon, Cumhuriyet' in ilanından sonra kurulmuş olan Türk Deniz Kuvvetleri ile ilgili bilgiler içeren bilgi panolarını barındırmaktadır.

Üçüncü salonda, 30 Aralık 1993 ve 31 Ağustos 2001 tarihleri arasında

Türkiye' nin iç güvenliğini sağlamak amacı ile İç Güvenlik Harekatı'na katılmış olan Amfibi Deniz Piyade Tugayı ile ilgili grafiksel bilgi panoları yer almaktadır.

Askeri içerikli bölümün dördüncü salonunda, Kıbrıs Barış Harekatı' na katılmış olan Amfibi Deniz Piyade Tugayı ile ilgili grafiksel bilgi panoları yer almaktadır. Bu bölümde ayrıca Kıbrıs'ın geçmişten günümüze kadar olan tarihi de yer almaktadır.

Askeri içerikli bölümü barındıracak olan sol binada, ayrıca Prof. Dr. Ahmet Sipahioğlu tarafından hazırlanmış olan “Kıbrıs Barış Harekatı Çıkartması “ konulu maket de sergilenmektedir.

4.2.2. Sivil İçerikli Bölüm

Müze binasına üstten baktığımızda sağ tarafta bulunan ve birinci binadan bir bahçe ile ayrılan sivil bölümün amacı, Foça halkı ve müze ziyaretçilerine deniz kültürünü tanıtmak ve sevdirmek, halkı denizcilik konusunda aydınlatmaktır. Müzenin bu sivil unsurlar taşıyan bölümünde yer alan grafik bilgi panolarında askeri bölüm ile kıyaslandığında çok daha özgür ve rahat çizgiler kullanılmıştır. Bu bina da kendi içerisinde çeşitli salonlardan oluşmaktadır.

Birinci salon “Atatürk Kamarası” olarak adlandırılmıştır. Bu salonda Atatürk ve Denizcilik ile ilgili fotoğraflardan ve Atatürk'le ilgili denizcilik objelerinden yararlanılmıştır. Ayrıca Atatürk'e ait olan denizcilik objelerinden bazılarının da bu salonda sergilenmesi planlanmaktadır. Konu Atatürk olduğundan ve buradaki bilgi panolarında çok daha özenli davranılmış, eldeki fotoğraflara ve diğer görsellere, T.S.K.' nin dışında fazlaca bir müdahalede bulunulmamış ve mümkün olduğunca sade olması hedeflenmiştir.

Sivil bölümdeki ikinci salonun düzenlenmesi ve içeriğinin oluşturulması sivil unsurlar tarafından desteklenmiş olup, ilgili materyaller T.S.K. dışında çeşitli kurum ve kuruluşlardan sağlanmıştır. Bu bölümde Foça' da Deniz Kültürü' nün aktarılması

hedeflenmiştir.

DTSY Salonu olarak adlandırılan 3. salonda amaç; Denizliğı tanıtmak, sevdirmek ve yaygınlaştırmaktır. Bu çerçevede hazırlanan bilgi panolarında, çeşitli deniz sporları ve aktivitelerinin yanı sıra, denizciliğı yaygınlaştırma amacı ile çeşitli denizcilik okullarının tanıtımının yapılması hedeflenmiştir.

4.3. Foça Deniz Müzesi'nde Kullanılan Grafiks el Unsurlar

Bu tez kapsamında ele alınmakta olan asıl grafiks el unsurlar Foça Deniz Müzesi' nde kullanılacak olan bilgi panolarıdır. Müzenin ihtiyacı doğrultusunda değış en sayıda bilgi panosuna ihtiyaç vardır. Foça Deniz Müzesi'nde yer alan diğ er unsur olan “Kıbrıs Barış Harekatı Çıkarması Konulu Ölçekli Maket”, D.E.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Ana Sanat Dalı Grafik Bölümü öğretim üyelerinden, Sn. Prof. Dr. Ahmet Sipahioğ lu tarafından hazırlanmıştır.

Bunun yanı sıra, sonraki yıllarda Foça Deniz Müzesi'nde gösterimi yapılmak amacı ile “Kıbrıs Barış Harekatı” konulu, üç boyutlu animasyon filmi üretilmesi düşüncesi vardır. Kıbrıs Barış Harekatı Çıkarması ile ilgili olarak Türk Silahlı Kuvvetlerinin elinde herhangi bir video kaydı bulunmadığından, yapılması planlanan bu animasyon filmi dünya tarihi açısından da görsel bir belge niteliğini taşıyacaktır. Söz konusu animasyon filmi ve maket, bu tez kapsamında ele alınmamaktadır.

4.3.1. Askeri İçerikli Binada Kullanılmakta Olan Grafiks el Unsurlar

Foça Deniz Müzesi' nin askeri içerikli binasının salonları için hazırlanan bilgi panolarında, her bir salon için ayrı konular saptanmış ve bu doğrultuda T.S.K. Dz.K.K. tarafından belirlenmiş olan temel alınarak ilgili bilgi panoları oluşturulmuştur. Bu bilgi panolarının konuları önceki maddelerde açıklanmıştır. Halkı askeri konularda bilgilendirmeyi amaçlayan bu bilgi panolarında kullanılan görsel örnekler ekte verilmiştir.

4.3.2. Sivil İçerikli Binada Kullanılmakta Olan Grafiksel Unsurlar

Foça Deniz Müzesi' nin sivil içerikli binasının salonları için hazırlanan bilgi panolarında, müzenin salonlarının konularının belirlenmesinden sonra, bu salonlara yerleştirilecek olan objeler saptanmış ve bu objelerin temin edilmesi doğrultusunda Dz.K.K tarafından gerekli çalışmalar yapılmıştır. Sergilenecek olan objelerin tanıtımının yapılması ve görselliğin desteklenmesi amacı ile bu salonlarda da bilgilendirme panolarına ihtiyaç vardır. Salonun ihtiyaı doğrultusunda çalışma bu yönde yapılmıştır.

Müzenin sivil halka hitap edecek olmasının yanı sıra, her bilgi panosunun içeriğinin de farklı yaş ve eğitime sahip kesimlere yönelik olması nedeni ile, bilgi panoların grafik düzenlemeleri yapılırken, bu kriterler temel çıkış noktaları olmuştur.

Askeri bilgiler içeren diğer binada yer alan panoların aksine, bu bölümde kullanılan panolarda çok daha ağdaş ve rahat formlar kullanılmış, grafik tasarım unsuru ile bilgilendirmeyi daha rahat kılmak ve ilgi çekiciliği arttırmak hedeflenmiştir.

“Renklerin algılanması ışık kaynaklarına bağlı olduğundan, farklı mekanlar için eylem özelliklerine uygun renkler ve ışık kaynaklarının seçilmesi gerekmektedir. Uygun ışık kaynak rengi ve uygun renksel geriverim endeksinin belirlenmesiyle aydınlatma sistem tasarımındaki özelliklere dayalı projelendirme mümkün olur. Eylemler ve renk arasındaki ilişkilerin doğru kurulması sonucu görsel konforun sağlanması kolaylaşacak, kişilerin eylemleri daha kolay ve istekle yerine getirmeleri sağlanacaktır.”⁹⁷

Biçim renkten daha etkin bir iletişim aracı olarak öne ıkırsa da renk bu biçimi tamamlayan, onun ifade sel niteliklerini içeren bir öge olarak değerlendirilir.⁹⁸

97 Y.B zbudak,B. Gümüş, F.D. etin, **İç Mekan Aydınlatmasında Renk ve Aydınlatma Sistemi İlişkisi**, D.. II. Ulusal Aydınlatma Sempozyumu, 2003

98 M. Asatekin, **Endüstri Tasarımında rn-Kullanıcı İlişkileri**, ODTÜ, Ankara, 1997

Renk seçimlerinde ve tasarımlarda öncelikle konu ile ilgili kitlenin yaş aralığı ve eğitim seviyeleri göz önünde bulundurulsa da, müzenin temel bütünsel kimliği göz ardı edilmemiş, seçilen renklerin kurulan ışıklandırma sistemi ile istenilen sonucu vermesi, yanlış bir algılamaya yol açmaması ve bütün ile tezat oluşturmamasına önem gösterilmiştir.

Bu nedenle müzenin tüm salonlarında doğal ışığın içeriye ulaşması engellenmiş, tüm salonların aydınlatması her durumda aynı olması amacı ile yapay ve kontrollü ışıklandırma yapılmıştır. Böylelikle renklerin yanlış algılanmasının önüne geçilmesi ve müzenin görünümünün her koşul altında sabit kalması amaçlanmıştır .

SONUÇ

Askeri müzeler, diğer pek çok işleyişlerinde yapmaları gereken değişikliklerin yanı sıra, müze sergi salonlarının yeniden tasarımı, çağdaş müzecilik kavramlarının en azından askeri işleyişe uyarlanması, sergilenen objelerinin sunumlarının yeniden tasarlanması ve sivil hayatta ihtiyaç duyulan diğer çağdaş grafik unsurların yeni askeri müzelerde kullanımı ile, geleneksel anlayışlarından uzaklaşıp, sivil halkın doğrudan ulaşabileceği bilgi kaynakları ve birer eğitim kurumları haline geleceklerdir.

Bu çalışmaya yönelik araştırma kapsamında elde edilen bilgiler, hazırlanan plan çerçevesinde bir araya getirilip oluşturulmuştur. Kaynak taraması araştırmanın anlatım tarzını yönlendirmiştir. Araştırma bulguları, bilimsel düzeyi düşürmeden, konu hakkında bilgi sahibi olan profesyonel görüşe sahip kimselerin yanı sıra, konuya ilgi duyan herkesin anlayabileceği bir dille aktarılmaya çalışılmıştır.

Konu ile ilgili çalışma yapılırken en büyük sıkıntı, çalışma ile paralel zamanda ilerleyen, müzenin binalarının restorasyonu esnasında yaşanmıştır. Çizilen bilgisayar verilerinden alınan ölçüler doğrultusunda hazırlanan grafiklerin ebatları, müzenin restorasyonunda zaman zaman zorunlu olarak orijinal çizimlerin dışına çıkılması gerektiğinden birçok kez değişikliğe uğramış ve bazen de yenilenmek zorunda kalmıştır. Ancak bu bir problem teşkil etmemiş, yeni ölçüler doğrultusunda çalışmalar tekrar ele alınmıştır.

Belirlenen konu doğrultusundan yapılan araştırmalarda, Türkiye'deki askeri müzelerin büyük bir çoğunluğunda, bu müzelerin hazırlanma ve tanzimleri sırasında bünyelerinde grafik tasarımcı bulunmadığı için, görsel yönden ciddi eksikliklerin olduğu sonucuna varılmıştır. Bu problemini inceleyip çözüm arayan bu çalışma doğrultusunda hazırlanmış olan bu çalışma ile, Türk Deniz Kuvvetleri Foça Amfibi Üs Komutanlığı tarafından yaptırılan Foça Deniz Müzesi' ne, klasik müzecilik anlayışının dışında, çağdaş ve modern bir kimlik kazandırılmıştır. Bilindik müze yapısının dışında, çok daha modern, halkın ve öğrencilerin rahatlıkla ulaşabilecekleri

bir müze oluşturulmuştur.

Bugüne kadar toplumumuz tarafından genellikle kapalı kutu olarak görülen Türk Silahlı Kuvvetleri, yeniliğe açık , öncü ve halkla iç içe olduğunu bir kez daha göstermiştir. Müze için planlanan grafiksel öğelerin hiçbir aşamasında, Silahlı Kuvvetler tarafından hiçbir engelleyici bir müdahalede bulunulmamış, aksine çalışmaların özünü teşkil eden “özgürlük ve özgünlük” kavramları eldeki tüm imkanlar doğrultusunda kendileri tarafından sürekli olarak desteklenmiştir.

Yüksek olasılıkla, diğer askeri müzelerin aksine, bu çalışma doğrultusunda hazırlanmış olan “Foça Deniz Müzesi” ya da diğer adıyla “Foça Denizciliği Tanıtma, Sevdirme ve Yaygınlaştırma Merkezi”, çok daha büyük ilgi görecektir, öğrencilerin ihtiyaç duyduklarında başvuracakları bir kaynak olacak, etkin bir şekilde toplumu eğitime ve bilgilendirme işlevini üstlenecektir. Halkın çekinmeden, keyif alarak dolaşabileceği ve bunu yaparken de Foça Amfibi Üs Komutanlığı, bu komutanlığın etkinlikleri ve geçmişi, faaliyetleri, katıldığı operasyonlar gibi askeri bilgilerin yanı sıra, denizcilik, deniz sporları, askeri ve sivil deniz okulları gibi konularda birinci ağızdan bilgi edinebilecekleri bir merkez oluşturulmuş ve halkımızın hizmetine sunulmuştur.

Çağdaş müzeciğin gereksinimleri olan kafeterya, dinlenme ve gezi alanları, hediyelik eşya satış alanları gibi unsurlar da bu müze kapsamında çalışılmıştır ve müzeye dahil edilmiştir. Ancak bu tez konusunun içeriğinin dışında kaldıkları için, bu belgede bunlara değinilmemiştir.

Doğru görebilen, iyi tasarımlar üreten ve modern düşünceye sahip tasarımcılar için yeni ufuklar anlamına gelen müze tasarımı; bizlerin bambaşka dünyaları şekillendirmemize imkan sağlayabilecek, yeni ve çağdaş oluşumlara yeni ışıklar sunabilmemizi sağlayacaktır.

Türk geleneksel yaşantısının içerisine yeteri kadar girememiş olan askeri müze ziyareti kavramının yanında, bu tezin konusu kapsamında ele alınmış ve

savunulan düşünce doğrultusunda baştan oluşturulmaya çalışılmış olan “Foça Denizcilik Müzesi” ile, askeri müzeciliğin de , halkın her an bilgi alabildiği bir kaynak olabileceği, toplum ile iç içe olmasının yanı sıra tüm bunların da modern ve çağdaş grafiksel çizgiler ile sağlanabildiği bir askeri müze olması amaçlanmıştır.

Bugüne kadar bu proje kapsamında yapılanların yanı sıra, ileriye dönük olarak yapılacak çalışmalar da vardır. Foça Amfibi Komutanlığı tarafından 1974 yılında gerçekleştirilmiş olan “Kıbrıs Barış Harekatı Çıkarması” konulu bir animasyon filmi hazırlanması planları mevcuttur. Üç boyutlu bilgisayar programları kullanılarak ve tamamen bilgisayar teknolojisi ile hazırlanacak olan bu animasyon filminin, yine Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi tarafından hazırlanması düşünülmektedir. Prof. Dr. Ahmet Sipahioğlu tarafından hazırlanmış olan “Kıbrıs Barış Harekatı Çıkartması” maketini görsel olarak desteklemek, görsel öğelerin yanı sıra, görsel-işitsel öğelerin de müze kapsamına dahil edilmesini amaçlayan bu projenin, yakın gelecekte hayata geçirilmesi planlanmaktadır. Böylelikle çağdaş müzecilik kavramının amaç edinildiği Foça Deniz Müzesi'nde, müzenin görsel algısının ve ziyaretçileri ile etkileşiminin arttırılabileceği düşünülmektedir.

**EK 1. TÜRKiYE' DEKi ASKERİ MÜZELERDEN
ÖRNEKLER**

ANITKABİR ASKERİ MÜZESİ



HARBIYE ASKERİ MÜZESİ



İÇ GÜVENLİK HAREKATI MÜZESİ



KIBRIS BARIŞ HAREKATI MÜZESİ



KIBRIS BARIŞ HAREKATI MÜZESİ



KIBRIS BARIŞ HAREKATI MÜZESİ



KIBRIS BARIŞ HAREKATI MÜZESİ



KIBRIS BARIŞ HAREKATI MÜZESİ



KIBRIS BARIŞ HAREKATI MÜZESİ



**EK 2. YURT DIŞINDAKİ ASKERİ MÜZELERDEN
ÖRNEKLER**

AMERİKAN DENİZ PİYADE MÜZESİ



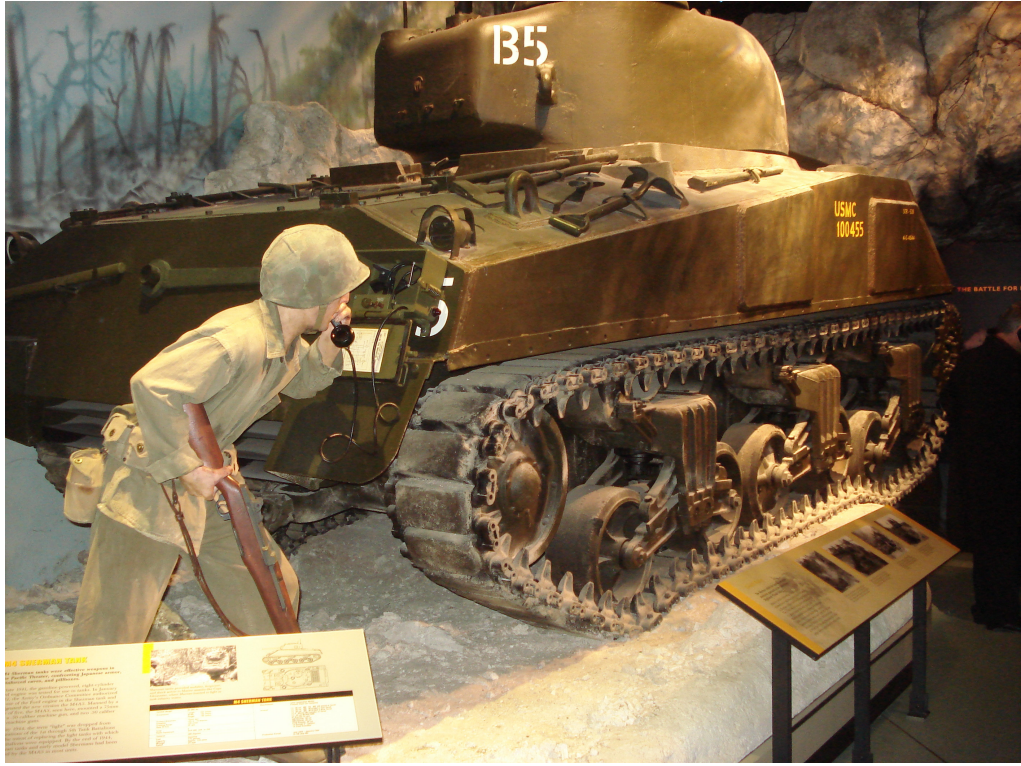
AMERİKAN DENİZ PİYADE MÜZESİ



AMERİKAN DENİZ PİYADE MÜZESİ



AMERİKAN DENİZ PİYADE MÜZESİ



AMERİKAN DENİZ PİYADE MÜZESİ



AMERİKAN DENİZ PİYADE MÜZESİ

MARINE AVIATION



Col Walter B. Ledbetter



Ground crew



Col William L. "Charlie" Carr

In 1967, Viet Cong guerrillas welcomed Col Walter B. Ledbetter to Vietnam by hitting his F-4 Phantom II with a crossbow bolt. Over the next eight weeks, he served three stints in Vietnam and flew over 200 combat missions, mostly reconnaissance. While commanding HMM 363, a Marine Helicopter Squadron (CH-46), Ledbetter carefully hoisted his helicopter in an enemy minefield under fire to rescue 10 wounded, trapped Marines. For this hazardous performance, he received the Navy Cross in 1970.

Marine ground crews in Vietnam during 1967-70 maintained, repaired, and refueled 23 different types of aircraft. In supporting these thousands of aviation technicians worked long hours to ensure that aircraft flew 1.5 missions per day—a high mission rate. In typical mission support, Cpl Richard G. Roadshaw (right) and Sgt Jerry H. Leske of Marine All-Weather Fighter Squadron 235 trained an F-4E Phantom II crew on the ground during Operation Shaver in April 1967.

Charlie Carr served three combat tours in Vietnam as a bombardier-navigator in the A-6 Intruder, the Marines' first true all-weather attack aircraft. Flying more than 600 combat missions, Carr supported ground Marines in the Ho Chi Minh Trail in Laos, and carried the jet war into North Vietnam during the intensive bombing campaigns Rolling Thunder and Linebacker and the aerial assault of Hanoi Harbor. A former enlisted Marine, Carr served the Corps for 41 years.



An F-4A Phantom II of VMFAW-122 bombed Vietnam positions. Major John Green set a 1077 nautical mile speed record in a Crusader.



Stridenter at 44,000 ft by Larry Zabel, a McDonnell F-4B Phantom pilot from VMFAW-122, impressed his landwork in the highlands surrounding Khe Sanh.



One of the jet's records: Marine Major John Green set a 1077 nautical mile speed record in a Crusader.



One of the jet's records: Marine Major John Green set a 1077 nautical mile speed record in a Crusader.

AMERİKAN DENİZ PİYADE MÜZESİ




PERGAMON MÜZESİ – ALMANYA



PERGAMON MÜZESİ – ALMANYA



PERGAMON MÜZESİ – ALMANYA



PERGAMON

Griechische Stadt an der kleinasiatischen Küste (heute Bergama, Türkei)

Besiedlung seit prähistorischer Zeit	
334 v. u. Z.	Eroberung durch Alexander den Großen
300 - 133 v. u. Z.	Dynastie der Attaliden: Entwicklung zum politischen und kulturellen Zentrum. Kämpfe gegen die Galater.
seit 133 v. u. Z.	Hauptstadt der römischen Provinz Asia: Erweiterung der Stadt. Ausbau des Asklepios-Heiligtums - bedeutender Kurort bis zum 3. Jh. u. Z.
8. Jh.	Byzantinische Festung
14. Jh.	Seldschukisches Kastell
seit 15. Jh.	Türkische Stadt.
1878 - 1886	Ausgrabungen der Berliner Museen (C. Humann, A. Conze, R. Bohn u. a.): Untersuchungen am Zeus-Altar, am oberen Markt, im Theaterbereich und am Dionysostempel, im Athenheiligtum, in den Königspalästen und am Trajaneum sowie an der Druckwasserleitung.
1900 - 1913	Grabung des Archiologischen Instituts (A. Conze, W. Dörpfeld): Untersuchungen im Bereich der unteren hellenistischen Stadt.
1927 - 1958	Letzte Grabung der Berliner Museen (Th. Wiegand, E. Boehringer): Untersuchungen an den Arsenalen, im Asklepios-Heiligtum und im Herrscherkult-Temenos.

6 9 2006

PERGAMON MÜZESİ – ALMANYA



PERGAMON MÜZESİ – ALMANYA



PERGAMON MÜZESİ – ALMANYA



PERGAMON MÜZESİ – ALMANYA



JAMESTOWN / YORKTOWN – A.B.D



JAMESTOWN / YORKTOWN – A.B.D



JAMESTOWN / YORKTOWN – A.B.D



JAMESTOWN / YORKTOWN – A.B.D



JAMESTOWN / YORKTOWN – A.B.D



KAYNAKLAR

Kitaplar

ADIGÜZEL, Öztürk.,**Türk Eğitim Düşüncesinde Okul Müzesinden Müze Pedagojisine Değişim, Eğitim ve Bilim**, Cilt : 14 Say : 114, Ekim, 1999

ASATEKİN,M., **Endüstri Tasarımında Ürün-Kullanıcı İlişkileri**, ODTÜ, Ankara, 1997

ATAGÖK, Tomur., **Çağdaş Müzeciliğin Anlamı, İstanbul**, Lami Sanat ,Cihan Matbaacılık, 1990

ATASOY, Sümer., **Yeni Müzecilik Anlayışı : Eğitimde Bilgi Veren Müze**, İstanbul

B.,Onur., **İletişim ve Eğitim Ortamı Olarak Müzeler**, 1999 yılı Anadolu Medeniyetleri Müzesi Konferansları, 2000, s.47-57.

BECER, Emre., **İletişim ve Grafik Tasarım**, Dost Kitabevi, Ankara, 1997

BERBAY,Fethiye., **Müzelerin Teknolojiye Bağımlı Gelişmeleri**, İstanbul

CANTAY, G., **Müzeciliğimiz ve Eğitimi**,İstanbul, 1. Müzecilik Sempozyumu, Deniz Müzesi, 1993.

CRANE, S.A., **Museums and Memory**, California Stanford University Press, 2000

DEMİR , A., **Sınırlar Ötesi Müze. Müzecilikte Yeni Yaklaşımlar, Küreselleşme Yerelleşme**, İstanbul, Tarih Vakfı, 2000

Deniz K.K, **Türk Deniz Kuvvetleri Denizlerin Koruyucuları**, İstanbul, 2004

ERDOĞAN, Tülay., **Türkiyedeki Arkeoloji Müzelerinde Yapılan Eğitsel Faaliyetler**, Ankara, 2003

ERKON, Zehra., **Toplum Müze İlişisini Pekiştirecek Grafik Ürünleri**, Yıldız Teknik Üniversitesi

GLÖCKLER, Thomas, **Strategische Erfolgspotentiale durch Corporate Identity: Aufbau und Nutzung**, Wiesbaden: Dt. Univ.Verl., Gabler.Aktaran Ayla OKAY, **Kurum Kimliği**, Ank: MediaCat Kitapları, 2000

GÜRÇAY, Hikmet., **Müze Çeşitleri**, İstanbul, Önasya Dergisi, 1968.

HUYSEN,Andreas., **Alacakaranlık Anıları** , 1999, s. 27

KAYNAK, T., **Organizasyonel Davranış ve Yönlendirilmesi**, Gözden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 2. Baskı, Alfa Basım Yayın Dağıtım, İstanbul 1995

KOCABAŞ, F.Elden, M.Yurdakul, N., **Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle**, İletişim Yay., İstanbul 1999, 29s.

MACDONALD, G.F., ALSFORD S. **Museums as Information Utility. Museum Management and Curatorship**. 1991, 10, 305-311

OKAY, A., **Kurum Kimliği**, Media Cat Yay., İkinci Baskı, Ankara 2000, 38 s

ONUR, Bekir., **Anadolu Medeniyetleri Müzesi Konferansları**, Ankara, 2000.

ORUÇOĞLU, Zehra, Erkün., **Müze Sergilemesinde Dil ve Etkileşim**, İstanbul

ÖZBUDAK, Y.B,GÜMÜŞ ,B., ÇETİN,F.D., **İç Mekan Aydınlatmasında Renk ve Aydınlatma Sistemi İlişkisi**, D.Ü. II. Ulusal Aydınlatma Sempozyumu, 2003

ÖZKALP, E., KOCACIK, F., **Davranış Bilimlerine Giriş**, Anadolu Üniversitesi, Yay.No.173, Eskişehir 1991

ÖZSEZGİN, Kaya., **Çağdaş Müzecilik ve Bazı Öneriler** , Ankara. T.C. K. ve T. Bak.San. Gn. Md. Yay. 1985 .

PEKTAŞ, Hasip, **İnternette Görsel Kirlenme**, H. Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi

STIEBNER, E.D., D.Urban, **Zeichen+Signets**,Bruckmann Verlag Frankfurt,1982, 17 s.

TEKER, Ulufer, **Grafik Sanatlarının Doğuşundan Günümüze Gelişim Aşamaları ve Kullanım Alanları** ,İzmir 1998, S.263-271

UĞURLU, A., **Dokuma ve Estetik Renklendirme**, Tekstil ve Makine, Yıl 4, S.21Haz.1990,130-137s

ÜNSAL, Y., **Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri**, İ.Ü.B.Y.Y.O., İstanbul 1984

YÜCEL, E., **Türkiye’de Müzecilik**, İstanbul, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 1999.

Makaleler

Askeri Müzeler Yönetmeliği, Resmi Gazete Tarihi :30.09.1984, Resmi Gazete Sayısı: 18531

ÇAMDERELİ, Mete, **İletişimsel Bir Gösterge Olarak Oklar Ya da Okların**

İletişimsel Değeri, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, 193-194 s.

Tezler

A., Özen, **Sanal Ortamlarda Mekansal Okuma Parametreleri ve Sanal Müzeler**,
Y. Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2004

KUŞAKÇIOĞLU, Arzu, **“Marka Kimliği, Kurum Kimliği ve Aralarındaki Bağntı”**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003), 68 s.

İnternet Siteleri

<http://www.tsk.mil.tr/askerimuze/tarihce.htm>

http://www.tsk.mil.tr/askerimuze/askeri_muze.htm

<http://www.dzkk.tsk.mil.tr/muze/turkish/Tarihce.htm>

<http://www.dzkk.tsk.mil.tr/TURKCE/DenizMuzeleri/CnkkaleDzMuzesi/tarihce.htm>

<http://tayyareci.com/yesilkoy.asp>

<http://www.hvkk.mil.tr/Turkce/muzelerimiz/AnkaraHavaMuzesi/tarihce.htm>

<http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFAAAF6AA849816B2EFC112613E4DF20E8E>

<http://www.kenthaber.com/IIIDetay.aspx?ID=471>

<http://www.dzkk.tsk.mil.tr/TURKCE/DenizMuzeleri/MuzeGemilerMdlugu/SAYFA%201%20M%DCZE%20GEM%DDLER%20M%DCD%DCRL%DC%D0%DC%20TAR%DDH%C7E.html>

<http://www.dzkk.tsk.mil.tr/gayretmuzesi/icerik.asp?Sayfa=tarihce>

http://www.dzkk.tsk.mil.tr/TURKCE/DenizMuzeleri/TCGEGEMUZESI_files/frame.htm

http://www.dzkk.tsk.mil.tr/TURKCE/DenizMuzeleri/TCGPIREISMUZESI_files/frame.htm

http://www.dzkk.tsk.mil.tr/TURKCE/DenizMuzeleri/DenizTarihiArsiviGolcuk_files/frame.htm

inet-tr.org.tr/inetconf11/bildiri/47.pdf

www.skenedesign.net/nmmc.html

ÖZGEÇMİŞ

Ad, Soyad: İsmail OKAY

Doğum yeri ve yılı: Bursa 1976

Yabancı Dil: İngilizce

Eğitim: Üniversite

Lisans: 2003, D.E.Ü., Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, Grafik Ana Sanat Dalı

Lise: 1995,Bursa Anadolu Lisesi

İş tecrübesi: 1 yıl, Gedik Net Internet Hizmetleri, İzmir

1 yıl , Turkine Internet Hizmetleri, İstanbul

1 yıl, Akçay Fotoğraf, İzmir

2 yıl, Graftan Internet Teknolojileri, İzmir