

AHMET YAKUPOĞLU ANISINA
3. ULUSLARARASI SANAT VE TASARIM SEMPOZYUMU

BİLDİRİ KİTABI

CİLT: 2



3RD INTERNATIONAL ART AND DESIGN SYMPOSIUM
IN THE MEMORY OF AHMET YAKUPOĞLU
PROCEEDINGS BOOK

VOLUME: 2

AHMET YAKUPOĞLU ANISINA
3. ULUSLARARASI SANAT VE TASARIM SEMPOZYUMU

BİLDİRİ KİTABI

3RD INTERNATIONAL ART AND DESIGN SYMPOSIUM
IN THE MEMORY OF AHMET YAKUPOĞLU

PROCEEDINGS BOOK

CİLT/VOLUME: 2

Ahmet Yakupoğlu



Editörler / Editors

Dr. Öğr. Üyesi Eren Evin KILIÇKAYA
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Gül ÇETİN
Dr. Öğr. Üyesi Mine KÜÇÜK

**Bildiri Kitabı Tasarımı /
Proceedings Book Design**

Arş. Gör. Dr. Resul AY

**Kitap Kapak Görseli Tasarımı /
Book Cover Image Design**

Öğr. Gör. Âdem DÖNMEZ

Baskı Tarihi / Printed on

Mayıs 2021

Baskı Adedi / Copies

1000

ISBN:

978-975-7120-27-8



İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Rektörün Mesajı	Rector's Message
Dekanın Mesajı	Dean's Message
Sempozyum Onursal Başkanları	Symposium Honorary Presidents
Bilim / Sanat Danışma Kurulu	Scientific /Artistic Advisory Committee
Sempozyum Başkanı	Symposium President
Sempozyum Organizatörü	Symposium Organiser
Düzenleme ve Yürütme Kurulu	Regulatory and Executive Committee
Sergi Seçici Kurulu	Exhibition Selection Committee
Sergi Düzenleme Kurulu	Exhibition Organisation Committee
Tasarım ve Tanıtım Kurulu	Design and Publicity Committee
Yayın Kurulu	Editorial Committee
Sekreteryä	Secretariat
Fotoğraf	Photography

COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNİN SANAT ORTAMLARI: ÇEVİRİM İÇİ SERGİLER ART ENVIRONMENTS OF THE COVID-19 PANDEMIC PROCESS: ONLINE EXHIBITIONS Burak Erhan TARLAKAZAN.....	01
---	-----------

KENT MÜZELERİNDEKİ BİLGİLENDİRME VE YÖNLENDİRME TASARIMLARININ İNCELENMESİ INVESTIGATION OF INFORMATION AND GUIDANCE IN CITY MUSEUMS Betül GÜZEL.....	10
--	-----------

SEMBOİK MOTİFLERİN EVRENSEL BELLEK VE DUYUM BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ EVALUATION OF SYMBOLIC MOTIFS IN THE CONTEXT OF UNIVERSAL MEMORY AND SENSORY Meral AKAN.....	25
--	-----------

SERAMİK KARO YÜZEYLER ÜZERİNE ENDÜSTRİYEL DİJİTAL BASKI TEKNOLOJİSİ İLE İKİ BOYUTLU TASARIM UYGULAMA ÖRNEĞİ TWO DIMENSIONAL DESIGN APPLICATION EXAMPLE WITH INDUSTRIAL DIGITAL PRINTING TECHNOLOGY ON CERAMIC TILE SURFACES Nurettin GÜLAÇTI, Funda ERKÖYLÜ.....	34
---	-----------

KAMU PEDAGOJİSİ OLUŞTURMA SÜRECİNDE İLLÜSTRASYON VE GÖRSEL OKURYAZARLIK ILLUSTRATION AND VISUAL LITERACY IN THE PROCESS OF BUILDING PUBLIC PEDAGOGY Mine KÜÇÜK.....	50
--	-----------

AHMED KARAHİSÂRÎ MUSHAFİ'NDA YER ALAN ÖRNEKLER BAĞLAMINDA KOLTUK TEZHİBİ EVALUATION OF SYMBOLIC MOTIFS IN THE CONTEXT OF UNIVERSAL MEMORY AND SENSORY Nihal Aracı.....	59
POSTA MÜZELERİNİN TİPOGRAFİK DÜZENLEME BAKIMINDAN İNCELENMESİ (ANKARA, İSVEÇ, JAPONYA, ABD ÖRNEKLERİ) AN INVESTIGATION OF MAIL MUSEUMS FROM TYPOGRAPHIC ARRANGEMENT (ANKARA, SWEDEN, JAPAN, USA SAMPLES) Müjgan Sıkkaş.....	71
RESİM SANATINDA ESKİZ HAZIRLANMASINDA 3D PROGRAMLARIN	

YARDIMCI TEKNİK OLARAK KULLANILMASI USE OF 3D PROGRAMS AS AUXILIARY TECHNIQUES FOR PREPARATION OF PICTURE IN PAINTING ART Ercan GÜLER.....	83
--	-----------

TÜRK İSLÂM EL YAZMALARININ MODERN SANAT / TASARIM SAYFA DÜZENİ ANLAYIŞINA ETKİSİ THE EFFECT OF TURKISH ISLAMIC WRITING ON THE MODERN ART / DESIGN PAGE LAYOUT UNDERSTANDING Aziz İNCE , Yusuf KEŞ.....	91
---	-----------

TASARIM ÜSLUBUNDA KİMLİK YANSIMALARI, PLAKATSTİL IDENTITY REFLECTIONS IN DESIGN STYLE, POSTERSTYLE Yaşar USLU.....	106
---	------------

ÜLKER FİRMASININ KURUMSAL VE GÖRSEL KİMLİKLE YAPMIŞ OLDUĞU REKLAMLARDA İMAJ VE KÜLTÜR IMAGE AND CULTURE IN THE ADVERTISEMENTS THAT WITH CORPORATE AND VISUAL IDENTITY MADE BY THE ÜLKER COMPANY Elif GÜLER.....	123
--	------------

BİR KOLEKSİYONER DOKUMACI VE ESERLERİ A COLLECTIONER WEAVER AND HIS WORKS Hafize Melek HİDAYETOĞLU, Şaziye ÖZKETEN.....	143
--	------------

SANAL MÜZE ARAYÜZ TASARIMLARININ TASARIM İLKELERİNE GÖRE TASARLANMASI DESIGN OF VIRTUAL MUSEUM INTERFACES BASED ON DESIGN PRINCIPLES Ömer Zahid KUBAT.....	151
---	------------

HÜSEYİN YÜCE'NİN SANATI VE ESERLERİNİN PLASTİK AÇIDAN İNCELENMESİ EXAMINATION OF ART AND WORKS OF HÜSEYİN YÜCE FROM A PLASTIC POINT OF VIEW Anıl ALTINDAŞ, Selda MANT MENAY.....	164
---	------------

BİLGİSAYAR OYUNLARINDA ETKİLEŞİMLİ SENARYO TASARIMLARININ OYUNCU DENEYİMİNE OLAN ETKİSİ INTERACTIVE SCENARIO IN COMPUTER GAMES THE IMPACT OF THEIR DESIGNS ON PLAYER EXPERIENCE Murat ÇALIŞ, Mustafa Uygur ÇEVİK.....	174
--	------------

TASARIM ÜRETİM VE KULLANIM SÜRECİNDE MODÜLER DONATI TASARIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME A REVIEW ON MODULAR FURNITURE IN THE DESIGN, PRODUCTION AND USAGE PROCESS Mehmet Lütfi HİDAYETOĞLU, Kübra AKSOY.....	188
SANAT MÜZELERİNDE BİLGİLENDİRME TASARIMLARININ ÖNEMİ: TÜRKİYE VE AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDEKİ MÜZE ÖRNEKLERİNİN İNCELENMESİ THE IMPORTANCE OF INFORMATION DESIGNS IN ART MUSEUMS: INVESTIGATION OF TURKEY AND EUROPEAN MUSEUMS OF COUNTRY EXAMPLES Deniz BABİLİK	203

MÜZE ve SERGİLERDE QR KOD UYGULAMASININ İNCELENMESİ INVESTIGATION OF QR CODE APPLICATION IN MUSEUMS AND EXHIBITIONS Cemre ASLAN	218
--	------------





REKTÖRÜN MESAJI

Öncelikle Kütahya Dumlupınar Üniversitesi olarak Ahmet Yakupoğlu Anısına 3. Uluslararası Sanat ve Tasarım Sempozyumu düzenlemekten son derece mutlu olduğumu ifade etmek istiyorum. Bu sempozyumu düzenleyen başta Güzel Sanatlar Fakültemiz dekanı sayın Prof. Dr. Levent Mercin hocam olmak üzere tüm mesai arkadaşlarıma ve destek veren herkese teşekkür ediyorum.

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi çok başarılı işler yapıyor. Ulusal ve uluslararası birçok önemli etkinliğe imza atıyor. Üniversitemizin, ilimizin hatta ülkemizin tanıtılmasına ciddi katkıda bulunuyor. Bana göre fakültemizin en önemli başarılarından birisi de Kütahyalı kültür ve sanat insanlarına sahip çıkmasıdır. Onlar adına birçok etkinlik düzenlemesidir. İşte onlardan birisi de ilimizde yetişmiş ve dünyaya mal olmuş eşsiz ressam Ahmet Yakupoğlu'dur. 3. Sanat ve Tasarım sempozyumunun rahmetli Ahmet Yakupoğlu adına düzenleniyor olması da tebrike şayandır. Emeği geçenlere minnettarız ve teşekkür ediyoruz.

Ahmet Yakupoğlu, çok yönlü bir insandır. Her ne kadar resim sanatında öne çıksa da o aynı zamanda iyi bir neyzenidir. Manevi yönü çok kuvvetli bir yol göstericidir yani mürşittir. Bundan önce anısına düzenlediğimiz etkinliklerde ve bu etkinlikte Ahmet Yakupoğlu çok yönleri ile ele alınmıştır. Farklı sahalardaki bilim insanları Ahmet Yakupoğlu'nu ele almışlar, hakkında birçok tebliğiler sunmuşlar ve makaleler yazmışlardır. O, artık dünyaya mal olmuş medar-ı iftiharımız bir şahsiyettir. Bu sempozyumda da kendisiyle ilgili özel oturumda bildiriler sunulacaktır.

Öncekilerde olduğu gibi bu sempozyumda da eminim Yakupoğlu'na ilişkin çok sayıda ayrıntıyı öğreneceğiz ve çok güzelliklere şahitlik edeceğiz. Sempozyumun verimli geçmesini temenni ediyorum.

Değerli misafirler, konuşmamın başında da belirttiğim gibi Ahmet Yakupoğlu çok yönlü bir insandır. Bu kısa zamanda bana çok orijinal gelen ve ilgimi çeken bir husustan söz etmek istiyorum. O da Ahmet Yakupoğlu'nun mürşitlik yönüdür. O, kendini tanıyan insanlara sadece konuşması ile değil davranışları ile hali ve duruşu ile sanatı ile ders vermiş ve etki etmiştir. Onu tanıyanlar ona gönülden bağlanmışlar ve sevmişlerdir. İnsanlar için ona yakın olmak huzur ve saadet vesilesi olmuştur. Çünkü o bir ayna görevi görmüştür. Kendinde görülen sanatın ve güzelliklerin asıl kaynağının yaratıcı olduğunu nazara vermiştir. İnsanlar ona yaklaşırken yaratıcıya vasil olmuştur. Şurası çok önemli; O, insanları kendine değil yaratıcıya (Allah'a) bağlamıştır. Sanatta ve insani değerlerde büyüdükçe hem kendi Allah'a yaklaşmış hem de dost ve arkadaşlarını yaklaştırmıştır. Bazı insanlar ise meziyeti kendinden bilir. Böyle insanlar kibir ve gurur hastalığına yakalanır. Kibirli ve gururlu insanlar ise sevilmezler. Ahmet Yakupoğlu'nun en hoşuma giden sevdiğim yönü budur. Çok büyüktür, ancak gurur ve kibrin zerresi yoktur. Tevazu ve mahviyetin zirvesindedir.

Sevgili misafirler, ben de resim eğitimi aldım ve çizimler yaptım. Ben kendime kendi yaptığım resimlere bakıyorum, Ahmet Yakupoğlu'nun büyüklüğünü anlıyorum. Ahmet Yakupoğlu'na ve onun yaptığı resimlere bakıyorum Allah'ın büyüklüğünü anlıyorum. Ah-



met Yakupoğlu da zaten bunu nazara vermiştir. Eşsiz resimlerinden dolayı gurura ve kibre kapılmaması da zaten bundandı. Kendi yaptığı resimlerle asıllarını karşılaştırıyor ve yaratıcının sonsuz ilmini, kudretini ve sanatkârlığını anlıyordu. Resim yaptıkça Allah'a bağlılığı artıyordu. Kendi yaptıkları ile ilahi kudretin yaptıklarını karşılaştırıyor, idrak terazisi ile tartıyor ve Allah'ı daha çok seviyordu. Rabbinin sanatını daha çok takdir ediyordu. Bu duygularını ve bakış açısını da dostlarına ve talebelerine uygulamalı olarak naklediyordu. Bundan dolayı Ahmet Yakupoğlu'nun talebeleri içinde yaratıcıyı sevmeyen hele hele inkâr eden hiç yoktur.

Ben Yakupoğlu'nun tevazuuna hayranım. Kendisine fahri doktora unvanı verildiğinde 'Ben buna layık değilim ki' demişti. Herkesin ulaşmak istediği hedefe karşı bir mahcubiyet hissetmişti. İşte rahmetli Ahmet Yakupoğlu'ndaki bu eşsiz tevazu Allah'ın sanatı yanında kendi sanatının, Allah'ın ilmi yanında kendi ilminin hiçliğini anlamış olmasındandır. Günümüzde azıcık bulanların, bulduğunu kendinden bilenlerin hallerini görüyoruz. Nasıl kibir abidesi haline geldiklerini biliyoruz. İşte Yakupoğlu, gerçek sanatkârı, ilahi kudreti bulan bir şahsiyetti. Sahip olduğu meziyetleri kendinden bilmedi. Bundan dolayı da bizim anlamakta zorlandığımız bir tevazua sahip oldu. Bu özelliğinden dolayı da insanlar onu sevdi. Yakupoğlu'nun ölümünün üstünden 4 yıl geçmesine karşın kendisini anmak için çok sayıda insanın buraya gelmiş olması da onun sevildiğinin en büyük şahididir.

Saygıdeğer misafirler; Yakupoğlu, tüm malvarlığını Üniversitemize bağışlamıştır. O, milletin menfaatini her zaman kendi menfaatinden üstün tut-

muştur. Bu özelliği ile de Yakupoğlu gerçek bir yol göstericidir yani mürşittir. Kütahya'nın ağaçlandırılmasına ciddi katkılar sunmuştur. Tüm eserlerini gençliğin istifadesi için bağışlamıştır. Üniversitemizin ve Kütahyamızın Ahmet Yakupoğlu gibi bir değere sahip olmasının iftihar vesilesi olduğunu düşünüyorum. Üniversitemiz ve ilimiz için paha biçilemez bir değer olduğunu değerlendiriyorum.

Sevgili misafirler; sanat, bir milletin hayat damarıdır. Millete, milletin bekasına can veren bir hayat damarıdır. Tüm medeniyetler mensubu olan insanların ürettiği özgün sanat eserleri üzerine kurulur ve devam eder. Sanat eserleri üretemeyen, sanatkârıya değer vermeyen medeniyetler yozlaşır ve belli bir zaman sonra değersizleşir. Diğer güçlü medeniyetlerin taklitçisi olur. Gelecek nesillerimizin şanlı ecdadımıza benzemesini istiyorsak, gençlerimizin Türk-İslam medeniyeti ile şekillenmesini diliyorsak Ahmet Yakupoğlu'nun çok iyi bir model olduğunu düşünüyorum. Bundan dolayı Ahmet Yakupoğlu'na değer veriyor ve sahipleniyorum. İnşallah Ahmet Yakupoğlu başta olmak üzere ilimizin tüm değerli şahsiyetlerine sahip çıkmaya ve gençlere tanıtmaya çalışacağız. Bu sahiplenmeyi hem bir vefa borcumuz olduğunu bildiğimizden hem de eğitim açısından çok önemli gördüğümüzden yapıyoruz.

Ahmet Yakupoğlu anısına düzenlenen sempozyum ve resim sergisinden dolayı Güzel Sanatlar Fakültemiz Dekanı Prof. Dr. Levent Mercin'e ve çalışma arkadaşlarına ve ayrıca sponsorlarımıza ve tüm katılımcılara tekrar çok teşekkür ediyorum. Sempozyumun hayırlara vesile olmasını niyaz ediyor selamlarımı sunuyorum.



DEKANIN MESAJI

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, kurulduğu günden bugüne, yani 20 yıldır, diğer üniversitelerimizin yaptığı gibi akademik, bilimsel/sanatsal ve sosyal faaliyetlerini Kütahya’da ve Türkiye’de yaygınlaştırmasının yanı sıra, Dünya genelinde de sürdürme çabasıdadır. Bunu yaparken birçok kamu kurumu, kuruluş, üniversite ve sivil toplum kuruluşları ile iletişimini ve iş birliğini sürekli geliştirmiş ve geliştirmeye devam etmektedir. Bu amaçla ulusal ve uluslararası düzeyde pek çok etkinlik gerçekleştiren Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, 2020 yılı Ekim ayında, ulusal ve uluslararası düzeyde farklı disiplinlerden akademisyen ve sanatçıları, geleneksel eser üreten ustaları, öğrencileri, araştırmacı ve düşünürleri bir araya getirmeyi planladı ve uzun bir süreç sonrası hedeflediği amaca ulaştı.

Üniversitemiz GSF’si bugüne kadar Ahmet Yakupoğlu adına ve anısına iki sempozyum, 4 resim yarışması gerçekleştirdi. 2020 yılı Ressam Yakupoğlu’nun doğumunun 100 yılı idi. Bu yüzden Ahmet Yakupoğlu’nu unutturmamak ve hatırlatmak amacıyla 2020 yılı itibarıyla sanat ve tasarım başlığı altında tüm görsel, teorik ve uygulamalı bilim/sanat alanlarını, bir araya getirerek sanat ve tasarım kavramlarını tartışmaya açtı; akademik, bilimsel, sanatsal ve tasarım üzerine deneyim-

lerin, uluslararası düzeyde paylaşımında köprü oluşturan ve gelecek için nitelikli tasarım ve sanat eserlerinin üretimine katkı sağlayan sempozyumların üçüncüsü gerçekleştirilmiş oldu. Düzenlediğimiz bu sempozyuma 90 bildiri gönderildi. Toplam 22 oturumda sunulan bildirilerin 32 tanesi Ulakbilge, Kalemîşi ve Sanat Eğitimi Dergilerinde makale olarak yayımlandı. Yazarların talebine göre sunulan bildirilerin geri kalan kısmı (40 adet) ise, bildiri kitabında yayımlanarak, sempozyumun akademik anlamda hedeflediği amaç yerine getirilmiş oldu. Bu anlamda bildirileri ile sempozyuma değer üreten ve katan tüm katılımcılara en içten duygularla teşekkür ediyoruz. Ayrıca Sempozyumun gerçekleştirilmesine destek olan Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Rektörümüz Sn. Prof. Dr. Kazım UYSAL’a, Sempozyum Düzenleme Kurulunda görev alan Dr. Öğr. Üyeleri Eren Evin KILIÇKAYA, Ayşe Gül ÇETİN ile Mine KÜÇÜK’e, ayrıca görünürlük ve sergi tasarımında görev alan Öğr. Gör. Dr. A. Aycan GÜRBÜZ, Öğr. Gör. Âdem DÖNMEZ ile Öğr. Gör. Fatih KARA’ya teşekkür ederim. Bunun yanı sıra bu bildiri kitabının hazırlanmasında emeği geçen editör kuruluna ve bildiri kitabının tasarımının oluşturulmasında emeği geçen Arş. Gör. Dr. Resul AY ile sempozyum sürecinde DPÜ GSF’de emeği geçen tüm akademik ve idari personelimize de teşekkür ederim.

SEMPOZYUM ONURSAL BAŞKANLARI

Ali ÇELİK	Kütahya Valisi
Prof. Dr. Alim IŞIK	Kütahya Belediye Başkanı
Prof. Dr. Kazım UYSAL	Rektör-Kütahya Dumlupınar Üniversitesi

BİLİM / SANAT DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Abdulgani ARIKAN	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah AYAYDIN	Trabzon Üniversitesi
Prof. Dr. Abdülhamit TÜFEKÇİOĞLU	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Adnan TEPECİK	Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet ÇAYCI	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Şinasi İŞLER	Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Alev Fatoş PARSA	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Alev ÇAKMAKOĞLU KURU	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Ali TOMAK	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Prof. Dr. Ali SEYLAN	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Osman ALAKUŞ	Dicle Üniversitesi
Prof. Dr. Aysu AKALIN	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Basri ERDEM	Işık Üniversitesi
Prof. Dr. Bilal SEZER	Uşak Üniversitesi
Prof. Byong IL Sun	Namseoul University, Kuzey Kore
Prof. Dr. Canan DELİDUMAN	Karatay Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet SÖĞÜTLÜ	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Çağatay İnam KARAHAN	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Prof. Dr. Duriye KOZLU İSMAİLOĞLU	Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Emine NAS	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Erdoğan KÖSE	Cerrahpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih BAŞBUĞ	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Fikri SALMAN	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Hülya İz BÖLÜKOĞLU	TOBB Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin ELMAS	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. İpek FİTOZ	Mimar Sinan Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail AYTAÇ	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal YILDIRIM	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Levent MERCİN	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Lütfi HİDAYETOĞLU	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut ÖZTÜRK	Bolu İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Melek GÖKAY	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Meliha YILMAZ	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Melihat TÜZÜN	Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Metin EKER	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Prof. Mezahir Ertuğ AVŞAR	Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Mutluhan TAŞ	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Namık Kemal SARIKAVAK	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Neslihan KIYAR	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Nurgül KILINÇ	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz DİLMAÇ	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Önder KÜÇÜKERMEN	Haliç Üniversitesi
Prof. Rıdvan COŞKUN	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Serap BUYURGAN	Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Sevim SELAMET	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. S. Duygu Bedir ERİŞTİ	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar TUNA	Mehmet Akif Üniversitesi
Prof. Dr. Seval YAVUZ	Mustafa Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Uğur ATAN	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Vedat ÖZSOY	TOBB Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf KEŞ	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel GÖĞEBAKAN	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Zühal ARDA	Gaziantep Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Fuat BAYSAL	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Arafat Al-Naim	American University in the Emirates, Dubai
Doç. Dr. Asuman AYPEK ARSLAN	Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Aydın ZOR	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Ayşen ÖZKAN	Hacettepe üniversitesi
Doç. Dr. Fatih ÖZKAFA	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Dalida Karić-Hadžiahmetović	The Academy of Fine Arts in Sarajevo- Bosnia
Doç. Dr. Didem ÇATAL	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Doğan ARSLAN	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Doç. Fethi KABA	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Feryal BEYKAL	Pamukkale Üniversitesi
Doç. Dr. H. Melek HİDAYETOĞLU	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Hikmet ŞAHİN	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Irwan Harnoko	Pradita Institute, Indonesia
Doç. Dr. Mehmet Ali EROĞLU	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet MEMİŞ	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Meral AKAN	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Michael HEDWIG	Akademie Der BildendenKünste Wien, Avusturya
Doç. Dr. Mustafa DİĞLER	Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa GENÇ	Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa KINIK	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Necla COŞKUN	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Nilay ÖZSAVAŞ	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Nuray MAMUR	Pamukkale Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz YURT'TADUR	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Özge MAZLUM	Başkent Üniversitesi
Doç. Dr. Raif KALYONCU	Trabzon Üniversitesi



Doç. Dr. Rikke HANSEN	The University of Southern Denmark, Danimarka
Doç. Dr. Rukiye DİLLİ	TÜBİTAK
Doç. Dr. Semih BÜYÜKKOL	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Serkan İLDEN	Kastamonu Üniversitesi
Doç. Dr. Seyhan YILMAZ	Kastamonu Üniversitesi
Doç. Dr. Zuhal TÜRKTAS	Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğrt. Üye. Ahmet AYTAÇ	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Dr. Öğrt. Üye. Ahmet GEDİK	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğrt. Üye. Elif AVCI	Osmangazi Üniversitesi
Doc. Dr. Öğrt. Üye. Fehmi Soner MAZLUM	Başkent Üniversitesi
Dr. Öğrt. Üye. Hüseyin ÖKSÜZ	Karatay Üniversitesi
Dr. Öğrt. Üye. Li Xu	Beijing institute of graphic communication, Çin
Dr. Öğrt. Üye. Mehmet SAĞ	Akdeniz Üniversitesi
Dr. Öğrt. Üye. Pınar TOKTAŞ	Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğrt. Üye. Selçuk GÜRIŞİK	Nişantaşı Üniversitesi
Dr. Öğrt. Üye. Elmira GYUL	Sanat Enstitüsü, Özbekistan
Dr. Hatice ESEDOVA	Azerbaycan Milli İnce Sanat Müzesi
Dr. Karim MIRZAEE	İslam Sanatları Üniversitesi, İran
Büşra ÇELİKÇİ	Utrecht University, İngiltere
Semih ÇELİKÇİ	Utrecht University, İngiltere

SEMPOZYUM BAŞKANI

Prof. Dr. Levent MERCİN	Dekan-Güzel Sanatlar Fakültesi
-------------------------	--------------------------------

SEMPOZYUM ORGANİZATÖRÜ

Prof. Dr. Uğur ATAN	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
---------------------	---------------------------------

DÜZENLEME VE YÜRÜTME KURULU

Prof.Dr. Levent MERCİN
Prof.Dr. Uğur ATAN
Doç. Dr. Selda MANT MENAY
Dr. Öğr. Üyesi Eren Evin KILIÇKAYA
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Gül ÇETİN
Dr. Öğr. Üyesi Mine KÜÇÜK

SERĞİ SEÇİCİ KURULU

Prof. Dr. İpek FİTÖZ
Prof. Dr. Lütfi HİDAYETOĞLU
Prof. Mustafa AĞATEKİN
Prof. Dr. Mustafa BULAT
Prof. Dr. Nurgül KILINÇ



Prof. Dr. Uğur ATAN
Doç. Dr. Hatice HARMANKAYA
Doç. İsmet YÜKSEL
Doç. Dr. Fatih ÖZKAFA
Doç. Dr. Selda MANT MENAY
Doç. Selma ŞAHİN
Doç. Dr. Zuhal TÜRKTAS
Dr. Öğr. Üyesi Haldun ŞEKERCİ
Dr. Öğr. Üyesi Haluk Arda OSKAY
Dr. Öğr. Üyesi Hami Onur BİNGÖL
Doç. Dr. Nazik ÇELİK YILMAZ
Dr. Öğr. Üyesi Orhan DİKENER

SERĞİ DÜZENLEME KURULU

Dr. Öğr. Üyesi Eren Evin KILIÇKAYA
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Gül ÇETİN
Öğr. Gör. Dr. Aycan GÜRBÜZ (Sergi Tasarım)
Öğr. Gör. Fatih KARA (Sergi Tasarım)

TASARIM VE TANITIM KURULU

Prof. Dr. Levent MERCİN
Prof. Dr. Uğur ATAN
Öğr. Gör. Ümit Fatih ÖZKAN (Web Tasarım)
Arş. Gör. Resul AY (Görsel Kimlik)
Öğr. Gör. Adem DÖNMEZ (Görsel Kimlik)
Öğrenci Turhan EŞİT (Web Tasarım)

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Levent MERCİN
Prof. Dr. Uğur ATAN
Arş. Gör. Resul AY

SEKRETERYA

Öğr. Gör. Mustafa Bilge KOÇER
Arş. Gör. Gökhan AKÇA
Öğr. Gör. Fiğen YAVUZ
Arş. Gör. Sercan KEHRİBAR
Arş. Gör. Burak YİĞİT

FOTOĞRAF

Öğr. Gör. Fatih KARA
Arş. Gör. Sercan KEHRİBAR



SYMPOSIUM HONORARY PRESIDENTS

Ali ÇELİK	Governor of Kütahya
Prof. Dr. Alim IŞIK	Mayor of Kütahya
Prof. Dr. Kazım UYSAL	Rector-Kütahya Dumlupınar University

SCIENTIFIC /ARTISTIC ADVISORY COMMITTEE

Prof. Dr. Abdulgani ARIKAN	Selçuk University
Prof. Dr. Abdullah AYAYDIN	Trabzon University
Prof. Dr. Abdülhamit TÜFEKÇİOĞLU	Marmara University
Prof. Dr. Adnan TEPECİK	Başkent University
Prof. Dr. Ahmet ÇAYCI	Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Ahmet Şinasi İŞLER	Uludağ University
Prof. Dr. Alev Fatoş PARSA	Ege University
Prof. Dr. Alev ÇAKMAKOĞLU KURU	Gazi University
Prof. Dr. Ali TOMAK	Ondokuz Mayıs University
Prof. Dr. Ali SEYLAN	Ondokuz Mayıs University
Prof. Dr. Ali Osman ALAKUŞ	Dicle University
Prof. Dr. Aysu AKALIN	Gazi University
Prof. Dr. Basri ERDEM	Işık University
Prof. Dr. Bilal SEZER	Uşak University
Prof. Byong IL Sun	Namseoul University, Kuzey Kore
Prof. Dr. Canan DELİDUMAN	Karatay University
Prof. Dr. Cevdet SÖĞÜTLÜ	Gazi University
Prof. Dr. Çağatay İnam KARAHAN	Ondokuz Mayıs University
Prof. Dr. Duriye KOZLU İSMAİLOĞLU	Osmangazi University
Prof. Dr. Emine NAS	Selçuk University
Prof. Dr. Erdoğan KÖSE	Cerrahpaşa University
Prof. Dr. Fatih BAŞBUĞ	Akdeniz University
Prof. Dr. Fikri SALMAN	İzmir Katip Çelebi University
Prof. Dr. Hülya İz BÖLÜKOĞLU	TOBB University
Prof. Dr. Hüseyin ELMAS	Gazi University
Prof. Dr. İpek FİTOZ	Mimar Sinan University
Prof. Dr. İsmail AYTAÇ	Fırat University
Prof. Dr. Kemal YILDIRIM	Gazi University
Prof. Dr. Levent MERCİN	Kütahya Dumlupınar University
Prof. Dr. Mehmet Lütfi HİDAYETOĞLU	Selçuk University
Prof. Dr. Mahmut ÖZTÜRK	Bolu İzzet Baysal University
Prof. Dr. Melek GÖKAY	Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Meliha YILMAZ	Gazi University
Prof. Dr. Melihat TÜZÜN	Tekirdağ Namık Kemal University
Prof. Dr. Metin EKER	Ondokuz Mayıs University
Prof. Mezahir Ertuğ AVŞAR	Akdeniz University



Prof. Dr. Mutluhan TAŞ	Selçuk University
Prof. Dr. Namık Kemal SARIKAVAK	Hacettepe University
Prof. Dr. Neslihan KIYAR	Kocaeli University
Prof. Dr. Nurgül KILINÇ	Selçuk University
Prof. Dr. Oğuz DİLMAÇ	İzmir Kâtip Çelebi University
Prof. Dr. Önder KÜÇÜKERMEN	Haliç University
Prof. Rıdvan COŞKUN	Anadolu University
Prof. Dr. Serap BUYURGAN	Başkent University
Prof. Dr. Sevim SELAMET	Anadolu University
Prof. Dr. S. Duygu Bedir ERİŞTİ	Anadolu University
Prof. Dr. Serdar TUNA	Mehmet Akif University
Prof. Dr. Seval YAVUZ	Mustafa Kemal University
Prof. Dr. Uğur ATAN	Kütahya Dumlupınar University
Prof. Dr. Vedat ÖZSOY	TOBB University
Prof. Dr. Yusuf KEŞ	Süleyman Demirel University
Prof. Dr. Yüksel GÖĞEBAKAN	İnönü University
Prof. Dr. Zühal ARDA	Gaziantep University
Assoc. Prof. Dr. Ali Fuat BAYSAL	Necmettin Erbakan University
Assoc. Prof. Dr. Arafat Al-Naim	American University in the Emirates, Dubai
Assoc. Prof. Dr. Asuman AYPEK ARSLAN	Hacı Bayram Veli University
Assoc. Prof. Dr. Aydın ZOR	Akdeniz University
Assoc. Prof. Dr. Ayşen ÖZKAN	Hacettepe University
Assoc. Prof. Dr. Fatih ÖZKAFA	Marmara University
Assoc. Prof. Dr. Dalida Karić-Hadžiahmetović	The Academy of Fine Arts in Sarajevo- Bosnia
Assoc. Prof. Dr. Didem ÇATAL	Çanakkale Onsekiz Mart University
Assoc. Prof. Dr. Doğan ARSLAN	İstanbul Medeniyet University
Assoc. Prof. Fethi KABA	Anadolu University
Assoc. Prof. Dr. Feryal BEYKAL	Pamukkale University
Assoc. Prof. Dr. H. Melek HİDAYETOĞLU	Selçuk University
Assoc. Prof. Dr. Hikmet ŞAHİN	Selçuk University
Assoc. Prof. Dr. Irwan Harnoko	Pradita Institute, Indonesia
Assoc. Prof. Dr. Mehmet Ali EROĞLU	Akdeniz University
Assoc. Prof. Dr. Mehmet MEMİŞ	Sakarya University
Assoc. Prof. Dr. Meral AKAN	Selçuk University
Assoc. Prof. Dr. Michael HEDWIG	Akademie Der BildendenKünste Wien, Avusturya
Assoc. Prof. Dr. Mustafa DİĞLER	Karamanoğlu Mehmet Bey University
Assoc. Prof. Dr. Mustafa GENÇ	Isparta Süleyman Demirel University
Assoc. Prof. Dr. Mustafa KINIK	Necmettin Erbakan University
Assoc. Prof. Dr. Necla COŞKUN	Anadolu University
Assoc. Prof. Dr. Nilay ÖZSAVAŞ	Muğla Sıtkı Koçman University
Assoc. Prof. Dr. Nuray MAMUR	Pamukkale University
Assoc. Prof. Dr. Oğuz YURTTADUR	Selçuk University
Assoc. Prof. Dr. Özge MAZLUM	Başkent University
Assoc. Prof. Dr. Raif KALYONCU	Trabzon University



Assoc. Prof. Dr. Rikke HANSEN	The University of Southern Denmark, Danimarka
Assoc. Prof. Dr. Rukiye DİLLİ	TÜBİTAK
Assoc. Prof. Dr. Semih BÜYÜKKOL	Akdeniz University
Assoc. Prof. Dr. Serkan İLDEN	Kastamonu University
Assoc. Prof. Dr. Seyhan YILMAZ	Kastamonu University
Assoc. Prof. Dr. Zuhâl TÜRKTÂŞ	Selçuk University
Asst. Prof. Ahmet AYTAÇ	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Asst. Prof. Ahmet GEDİK	Kastamonu University
Asst. Prof. Elif AVCI	Osmangazi University
Assoc. Prof. Dr. Fehmi Soner MAZLUM	Başkent University
Asst. Prof. Hüseyin ÖKSÜZ	Karatay University
Asst. Prof. Li Xu	Beijing institute of graphic communication, Çin
Asst. Prof. Mehmet SAĞ	Akdeniz University
Asst. Prof. Pınar TOKTAŞ	Hacı Bayram Veli University
Asst. Prof. Selçuk GÜRİŞİK	Nişantaşı University
Asst. Prof. Elmira GYUL	Sanat Enstitüsü, Özbekistan
Dr. Hatice ESEDOVA	Azerbaycan Milli İnce Sanat Müzesi
Dr. Karim MIRZAEE	İslam Arts University, İran
Büşra ÇELİKÇİ	Utrecht University, England
Semih ÇELİKÇİ	Utrecht University, England

SYMPOSIUM PRESIDENT

Prof. Dr. Levent MERCİN	Dean of Faculty of Fine Arts
-------------------------	------------------------------

SYMPOSIUM ORGANISER

Prof. Dr. Uğur ATAN	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
---------------------	---------------------------------

REGULATORY AND EXECUTIVE COMMITTEE

Prof.Dr. Levent MERCİN
Prof.Dr. Uğur ATAN
Assoc. Prof. Dr. Selda MANT MENAY
Asst. Prof. Eren Evin KILIÇKAYA
Asst. Prof. Üyesi Ayşe Gül ÇETİN
Asst. Prof. Mine KÜÇÜK

EXHIBITION SELECTION COMMITTEE

Prof. Dr. İpek FİTÖZ
Prof. Dr. Lütfi HİDAYETOĞLU
Prof. Mustafa AĞATEKİN
Prof. Dr. Mustafa BULAT
Prof. Dr. Nurgül KILINÇ



Prof. Dr. Uğur ATAN
Assoc. Prof. Dr. Hatice HARMANKAYA
Assoc. Prof. İsmet YÜKSEL
Assoc. Prof. Dr. Fatih ÖZKAFA
Assoc. Prof. Dr. Selda MANT MENAY
Assoc. Prof. Selma ŞAHİN
Assoc. Prof. Dr. Zuhâl TÜRKTÂŞ
Asst. Prof. Haldun ŞEKERCİ
Asst. Prof. Haluk Arda OSKAY
Asst. Prof. Hami Onur BİNGÖL
Asst. Prof. Nazik ÇELİK YILMAZ
Asst. Prof. Orhan DİKENER

EXHIBITION ORGANISATION COMMITTEE

Asst. Prof. Eren Evin KILIÇKAYA
Asst. Prof. Ayşe Gül ÇETİN
Lec. Dr. Aycan GÜRBÜZ (Exhibition Design)
Lec. Fatih KARA (Exhibition Design)

DESIGN AND PUBLICITY COMMITTEE

Prof. Dr. Levent MERCİN
Prof. Dr. Uğur ATAN
Lec. Ümit Fatih ÖZKAN (Web Design)
Ress. Asst. Dr. Resul AY (Concept Design)
Lec. Adem DÖNMEZ (Concept Design)
Student Turhan EŞİT (Web Design)

EDITORIAL COMMITTEE

Prof. Dr. Levent MERCİN
Prof. Dr. Uğur ATAN
Ress. Asst. Dr. Resul AY

SECRETARIAT

Lec. Mustafa Bilge KOÇER
Ress. Asst. Gökhan AKÇA
Lec. Figen YAVUZ
Ress. Asst. Sercan KEHRİBAR
Ress. Asst. Burak YİĞİT

PHOTOGRAPHY

Lec. Fatih KARA
Ress. Asst. Sercan KEHRİBAR



KATILIMCILAR PARTICIPANTS



COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNİN SANAT ORTAMLARI: ÇEVİRİM İÇİ SERGİLER

*ART ENVIRONMENTS OF THE COVID-19 PANDEMIC
PROCESS: ONLINE EXHIBITIONS*

Burak Erhan TARLAKAZAN

Giriş

2020 yılının en önemli gündem maddesi, Covid-19 pandemisi olmuştur. Yılın ilk aylarında ortaya çıkan salgın küresel anlamda, başta sağlık olmak üzere insan yaşamını önemli ölçüde etkilemiş, ekonomiden eğitime, uluslararası ilişkilerden, sosyal yaşama, alışverişten toplu organizasyon ve kültür-sanat etkinliklerine kadar birçok alanda insanlık tarihinde yer alacak çeşitli değişimlere yol açmıştır.

Salgın süreci tüm dünyayı olduğu gibi ülkemizi de etkilemiştir. Salgını önlemek adına bir dizi önlemler alınmıştır. Öncelikle uluslararası seyahatler durdurulmuş, ulusal seyahatler kısıtlanmış ve çeşitli yaş gruplarına yönelik özel önlemler alınmış ve bazı kısıtlamalar getirilmiştir. Dahası yüz yüze eğitim sonlandırılarak, uzaktan eğitime geçilmiş, birçok kişisel ya da toplu katılımlı kültürel-bilimsel-sanatsal etkinlik ertelenmiş ya da iptal edilme durumunda kalmıştır.

Alınan tedbirler doğrultusunda alışveriş merkezleri, sinema ve tiyatro sa-

lonları kapatılmıştır. Kapatılan önemli mekânlar arasında müzeler ve sergi salonları da yer almıştır.

Bu durum teknolojinin ve teknolojik alt yapının günümüz dünyasında nedenli önemli olduğunu göstermiştir. Sanal uygulamaların önemi bir kat daha artmıştır.

Bu bağlamda salgın kısıtlamalarının yaşandığı günümüzde sanatsal etkinliklerin paylaşılmasında yeni yoğun bir uygulama olarak sanal etkinlikler ön plana çıkmıştır.

Salgın, teknolojiyi kullanarak sanal ortamlar, uygulama ve yazılımlar ile beraberinde çevrim içi (online) sergilerin hazırlanmasına ve izleyici kitleyle buluşmasına yol açmış ve süreç içerisinde artan bir etkinlik ivmesi ile gelişim göstermesine sebep olmuştur.

Sanat Kavramı ve Sanat Ortamları

Sanat kavramı insanlığın var oluşu ile beraber hayat bulmuş, insan geliş-



mine paralel olarak gelişerek varlığını sürdürmüştür.

Tarihsel süreç içerisinde her toplumun kendine özgü sanatı olmuştur. Nerede bir insan topluluğu varsa, orada yaşamı gerekli kılan maddi hayatın yanı sıra sezginin, bilinçaltının, içgüdüsellüğün bir etkisi olarak sanat etkinlik olarak kendini gösterir (Artut, 2001: 12).

Sanat nedir sorusu yerine, sanatın ne için olduğu, neye benzediği ya da neyi gösterdiğine ilişkin verilecek cevaplar, sanatı anlamaya ve kavramaya daha çok katkı sağlar (Uçar vd. 2019: 394)

Tarih boyunca pek çok tartışmaya konu olan sanatın, farklı yaklaşımlarla tanımlamaları yapılmıştır. Önemli düşünür ve sanat insanları tarafından yapılan bu tanımlamaların kimi birbirini destekler ve benzer anlamları içerirken, bir kısmı farklı bakış açıları geliştirerek yaşadıkları dönem temelinde ifade edilerek literatüre kazandırılmıştır.

Sanat; ortaya çıkışı, oluşumu, çeşitliliği, işlevi, sınırlarının belirsizliği, döneme ve çağa göre değişkenliği, amacındaki farklılıklar nedeniyle oldukça karmaşık ve tanımlaması zor bir kavramdır. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültelerinin sanatçı yetiştirme misyonuna bağlı olarak bu kurumlarda öğrenim süreci içerisinde öğrencilerin aldıkları ve almakta oldukları sanat eğitimi sonucunda “sanat” kavramına ilişkin bireysel kazanım geliştirmeleri beklenir (Uçar vd. 2019: 408).

Artık eskimiş bir formülleştirmeyele

sanat; insanoğlunun yarattığı yapıtlarda güzellik ülküsünün ifadesi biçiminde tanımlanır. Oysa güzellik ülküsünün sanat için bir zorunluluk olmadığı, çağdaş sanat düşüncesi evreninde bir yeri kalmadığı kesin gibidir. Dolayısıyla sanatı bugün Thomas Munro’nun tanımıyla “doyurucu estetik yaşantılar oluşturmak amacıyla dürtüler yaratma becerisi” diye nitelemek olanaklıdır (Sözen ve Tanyeli, 1992: 208).

Yaratma arzusu yeni bir fenomen değildir. Bu tarihin en erken dönemlere kadar izlenebilecek temel bir heves gibi görünüyor. Bizim tarih öncesi atalarımız karanlık mağaraların dar galerilerinden sürünerek, titreyen bir fenerin ışığında muhteşem bizon, at resimleri yaratıp boynuzların üzerine kazımalar yapıp yuvarlak hatlı figürler oydular. Neden erişimi bu denli sınırlı mağaraların çıkıntılı kayalıklarında çalıştılar? Bu resimler başkalarıyla bir paylaşım amacını taşıyor muydu? Bunlar başarılı bir av geçirmek, bizon ve atların ruhlarına ibadet etmek veya doğurganlık ve kabile devamını sağlamak için bir şaman ritüeli parçası mıydı? Onların amaçları hakkında çeşitli tahminler yürütebilecek olmamıza rağmen, bu ilk resimler insanlığın kendisi kadar eski bir şey ortaya çıkarıyor-yaratmaya dair büyüsel bir dürtü ve ihtiyaç (Ocvirk vd. 2015: 4).

Bilinen en eski mağara resimleri M.Ö.30.000 yılına uzanır. Bu resimlerin anlamları gizemini korusa da, dinsel ve büyüsel amaçlarla yapıldıkları tahmin edilmektedir. Bu resimlerde, sanatçılar, etraflarında gördükleri dün-

yayı, hayvanları, nadiren insan benzeri ve ruhanî anlamlara sahip olduğu düşünülen soyut işaretleri betimlemeyi seçmişlerdir (Farthing 2012: 16).

Sanat nerede ve ne zaman ortaya çıkmış ise, o daima insan varlığını veya hut insanın varlığı ile doğrudan veya dolaylı ilgisi olan bir şeyi ifade etmiş ve ona şekil kazandırmıştır (Mengüşoğlu, 1988: 204).

Dilin nasıl doğduğunu bilmediğimiz gibi; sanatın da nasıl doğduğunu bilmiyoruz. Eğer tapınak ve ev yapımı, resim ve heykel yaratımı veya dokuma gibi etkinlikleri sanat sayarsak, dünyada sanatçının bulunmadığı tek bir topluluk yoktur. Yok, sanat deyince, müze ve sergilerde tadılan veya seçkin salonların güzel süslemelerinde kullanılan, az rastlanır, nefis bir şey anlıyorsak; sözcüğün bu özel anlamının pek yakınlarda akıllarından bile geçirmediklerini bilmek zorundayız. Mimariyi ele alırsak, bu ayrımı daha iyi anlarız. Bilindiği gibi çok güzel yapılar vardır ve bunlardan bazıları, gerçek anlamda birer sanat eseridir. Ne var ki, dünyada belirli bir amaçla dikilmemiş tek bir yapı gösteremezsiniz (Gombrich, 1980: 19).

Ülkemiz coğrafyasında sanat çok geniş bir yelpazede hayat bulmuştur. Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde mimari alanda ve daha geleneksel diyebileceğimiz el işçilikleri ve süsleme ağırlıklı sanat ürünleri ortaya konurken, Cumhuriyetin ilanı ile birlikte ve Atatürk’ün özellikle üzerinde durmasıyla daha modern anlayışla ve

çağdaş eserlerle resimden müziğe operadan sinemaya vb. hemen her dalda sanat çalışmaları yapılmıştır.

“İnsanlar olgunlaşmak için bazı şeylere muhtaçtır. Bir millet ki, resim yapmaz, bir millet ki, heykel yapmaz, bir millet ki tekniğin getirdiği şeyleri yapmaz; itiraf etmeli ki o milletin ilerleme yolunda yeri yoktur. Hâlbuki bizim milletimiz, gerçek nitelikleriyle medeni ve ileri olmaya lâyıktır ve olacaktır”.

“Bir millet sanat ve sanatkârdan mahrumsa tam bir hayata malik olamaz. Böyle bir millet bir ayağı topal, bir kolu çolak, sakat ve alil bir kimse gibidir. Hatta kast ettiğim manayı bu söz de ifadeye kâfi değildir. Sanatsız kalan bir milletin hayat damarlarından biri kopmuş olur”. (1923) sözleriyle Atatürk bir yandan sanata olan bakış açısını ifade ederken diğer yandan, küllerinden doğan bir ülkenin büyümesi, gelişebilmesi ve varlığını sürdürebilmesi için gerekli ve önemli adımlardan birinin de sanat olgusu olduğunu tarihe not düşmüştür.

Türkiye Cumhuriyeti’nin yaratılması ve bütün kurumların oluşturulması gibi, kültür ve sanat kumrallarının temelleri de Atatürk tarafından atılmıştır. Bu temellerin atılmasındaki etken düşünce; Cumhuriyet Türkiye’sinin çağdaşlaşması ve gelişmiş ülkeler seviyesine ulaşması için kat edilecek yolların, sanat olgusundan geçtiği ve bu kavramın, toplum üzerinde bir yaşam biçimi oluşturmayı amaçlayan kültür kuramlarının oluşturulmasıyla mümkün olacağı anlayışdır (Tarlakazan, 2003: 30).



Sanat ortamları

Sanat ortamları; sanat eserinin icra edildiği, sergilendiği izleyici ile bulunduğu yer olarak ifade edilebilir. Her sanat alanı kendine özgü niteliklerle donatılmış mekânlarda daha fark edilebilir, izlenebilir, amacına uygun, etkili, etkileyici vb. bir şekilde sunulur. Sanat ortamları ile ilgili olan; ses, akustik, ışık, hacim, mimari yapı ve özellikler, ulaşım, ergonomi, ekonomi gibi özellikler, icra edilen ya da sunulan sergi ya da etkinliği daha cazip hale getiren ve izleyici ile etkileşime sokan unsurlardır.

20. YY. itibariyle, teknoloji ile birlikte dijital ve sanal mekanları da kapsayan sanat ortamları; konser salonları, müzeler, sinema, tiyatro, opera ve bale salonları, sanat evleri, sanat galerileri, müzayede evleri, fuar ve fuaye mekânları, sokaklar, restore edilmiş sanayi binaları, sanal uygulama, ortam ve galeriler, atölyeler, dijital sanat ortamları olarak kategorize edilebilir.

21. yüzyılla birlikte gelişen teknoloji, tüm dünya ülkelerinde; müzecilik, galericilik, sanat ortamı pazar, sanatçı, alıcı ve sanat anlayışının da değişimine sebep olmuştur. Küreselleşmenin etkisiyle; ülkeler arası kültürel ve ekonomik etkileşimin artması, ticaret sınırlarının azalması, bilişim olanaklarının bir iletişim aracına dönüşmesi, çağdaş sanatın alım/satımını kolaylaştırmıştır (Sevim ve Ateş, 2020: 1458).

Günümüzde; en basit anlamda bir sokak ya da koridor sanat mekânı ola-

bilmekte, dijital ortamda yapılan sanat eserlerinin tanımı ve hatta ticareti yapılabilmekte ve nihayetinde dijital sergi ortamları ile yapılan sergiler, evrensel anlamda çok sayıda izleyiciye ulaşabilecek şekilde hayatımızın bir parçası haline gelmiştir.

Sergi, Çevrim içi (online) Sergi

Sergi: taşınabilir boyuttaki sanat yapıtlarının bir mekânda topluca kamuya sunulmasıdır (Sözen ve Tanyeli, 1992: 212). Bir başka tanıma göre sergi; sanat eserlerinin sergilenmesidir. Sergi eğer birçok sanatçının eserlerini içine alıyorsa buna toplu sergi yada kolektif sergi, bir sanatçının hayat boyunca yaptıklarını içine alıyorsa buna da retrospektif sergi denir (Turani, 2004: 126).

Çevrim içi (online) sergi ise; internet ağına bağlı olarak zaman ve mekandan bağımsız bir şekilde erişilebilen, sanal ortamda hazırlanarak izlenime sunulmuş dijital ortam sergisi diye tanımlanabilir.

1980’lerde başlayan dijital dönüşüm küreselleşen dünyanın sınırlarını ortadan kaldırmaya başlamış, internet altyapılarının ve ağlarının iyileştirilmesiyle birlikte yenedünya kısa sürede muazzam şekilde gelişmelere tanık olmuştur.

Yaşadığımız çağda iletişim teknolojileri hayatımızdaki yerini belirgin bir biçimde almaya başlamıştır. Kullanıcı sayısı gün geçtikçe artan ve günlük yaşamı devam ettirebilmekte neredeyse

zorunluluk haline gelen internet, çok önemli bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir. İnternet yaygın kullanımıyla sınırların ortadan kalkmasını ve dünya üzerindeki bütün insanların uzak mesafeler ötesinden birbirleriyle kolayca iletişim kurmasını sağlamıştır (Tarla-kazan ve Canbolat 2017: 110).

Artık tek bir hareketle dünyanın diğer ucuyla iletişim kurulabilmekte, bu da hemen her alanda başta zaman –süre olmak üzere pek çok avantajı beraberinde getirmektedir. İnternetin yaygınlaşması; ticaretten eğitime, sanayiden tarıma, teknolojiden kültürel yaşama, zanaattan sanata vb. birçok konuda getirilen yenilik ve yaklaşımların tüm dünyada aynı zamanda bilinmesine yol açmıştır.

Günümüzde internet ve bilgisayar kullanımı, mobil teknoloji ürünlerinin gelişmesiyle birlikte farklı bir boyut kazanmış, bu ürünlerin kolay ulaşılabilir ve taşınabilir olması yaşamın vazgeçilmez unsurları arasında yerini almasını sağlamıştır (Tarlakazan ve Yavuz, 2018: 149)

İnternet; bilgi ve iletişimin yanı sıra kurumsal uygulamalara olanak sağlayan önemli bir araçtır. İnternetin sağladığı olanaklardan biri de web siteleridir. Web siteleri bilgi vermek ve hizmet sunmak amacıyla kullanılırlar. Birçok kurum ve kuruluş web sitelerinden yararlanırlar (Tarlakazan ve Canbolat 2017: 109).

2020 yılının başlarında ortaya çıkan covid-19 pandemisiyle birlikte web

sitelerinin önemi daha fazla anlam kazanmıştır. Salgının getirdiği kısıtlamalar ve evde kalma süreçlerinde internet, dijital olanaklar ve web siteleri insan yaşamının en önemli paydaları haline gelmiştir.

Başta uzaktan eğitim uygulamaları olmak üzere, kapatılan müze ve sanat kurumlarının imdadına da yine internet ve web uygulamaları yetişmiştir. Eğitim uzaktan devam etmiş, ertelenen ve iptal edilen kültür sanat etkinlikleri yine bu yolla evlerden erişime açık hale gelmiştir.

1990’larda gerçekleşen bilgisayar devrimi 20.yüzyılın bu son çeyreğine damgasını vurmuştur. Bilgisayar teknolojisi sadece sanatın geleneksel kalıplarını değiştirmekle kalmamış, aynı zamanda bio art, yazılım sanatı, sanal gerçeklik gibi yepyeni sanat alanlarının üretim ve erişilebilirliğine olanak sağlamıştır. Sanat ve teknolojinin birbirine yaklaşma oranı artmış, sanal sergileme imkânları ile eserlerin erişimi hız ve kolaylık kazanmıştır (Winegard 2019: 30)

Sanat eserinin görselliğinden çok kavramına eğilen Marcel Duchamp’ın çabalarıyla ortaya çıkan kavramsal sanat anlayışı farklı ve buluntu malzemelerle ve süreç içerisinde gelişen görsel ve işitsel teknolojilerle zenginleşerek artan sanat denemeleri 19.yüzyıla kadar uzanır.

Pop art ile birlikte, sanatçılar; hazır nesne, fotoğraf, sinema ve video, ses, radyo, televizyon, bilgisayar yazılım ve uygulamaları ile ve interneti sanatsal



deneyimlerinde kullanmaya başlamıştır. Bu deneyimin son aşaması bugün yaşadığımız pandemi süreci ile birlikte son noktaya ulaşmıştır. Bu da; kısıtlamaların ortaya çıkardığı ve teknolojinin geldiği son noktayı gösteren yeni sergileme biçimlerini içeren sanatsal çevrim içi uygulamalardır.

Salgınla beraber sayısız müze ve galeri sergilerini ve arşivlerini çevrimiçi platformlarda çeşitli şekillerde açtı ya da çevrim içi etkinlik takvimleri oluşturmaya başladı. Bu zamana kadar sanal dünyaya adım atmamış yerler bile sürdürülebilirlik ve etkileşimin devam edebilmesi adına dijital içerik üretim sürecine girdiler. Aslında yavaş yavaş sanat kurumlarının hayatına giren fakat salgınla beraber büyük bir ivmeyle artan dijital dünya varlığının salgından sonraki çalışma yöntemlerine de büyük etkisi olacağını ön görebiliriz. Ne var ki dijital ortamda etkili bir varlık gösteren kurumların ayakta kalması daha kolay olacak gibi görünüyor (Yedikardeş, 2020: 14).

Pandemi süreciyle birlikte, önceden sanal müze uygulamalarında görebildiğimiz türden birçok yazılım geliştirilerek ve daha sergi düzeni ve formatı içeren görsellerle bezenerek, çevrim içi uygulamalar olarak tüm kullanıcılara açık hale getirilmiştir.

Hazırlanan yazılımlar hazır şablonlarla kurgulanabildiği gibi; sergi planlayan kullanıcının istediği şekilde düzenleyebileceği, gerekirse ses, müzik, video ve aksesuarlar (duvar, sehpa-masa, çiçek, izleyici vb.) da ek-

leyebileceği hazır çevrim içi uygulamalardır.

3D mimari görselleştirme programlarının neredeyse sınırsız olanakları ile sanatçıların eserlerinin hissine uygun mekânlar oluşturulabiliyor. Sergi kaç kişi tarafından gezilmiş, kaç dakika vakit geçirilmiş gibi veriler ile sanal sergi deneyimini daha da geliştirilmesi hedefleniyor (Akt. Özer: 2020).

Tartışma Sonuç ve Öneriler

Covid-19 pandemi süreci pek çok bilinmeyen ve kısıtlamalar ile birlikte, insanlık tarihinde yeni bir yaşam düzenini de beraberinde getirmiştir.

Sosyal yaşamda köklü değişiklikler olmuş, bireyler arası fiziksel temas sınırlanmış, sosyal mesafe, maske, el hijyeni, dezenfektan gibi yeni kavramlar yaşamımızla iç içe geçmiştir.

2020 yılının küresel ölçekli önemli bir sağlık sorunu olarak gelişen Covid-19 pandemi sürecinde ülkemizde de bir takım önlemler alınmış, birçok mekân kapatılmış, sokağa çıkma kısıtlamalarıyla birlikte teknolojinin ve internet alt yapısının ne denli önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda eğitimden alışverişe, sosyal kültürel etkinliklerden iletişime, çalışma hayatından bilimsel sanatsal etkinliklere kadar tüm alanlarda önemli değişiklikler ve gelişmeler yaşanmıştır. Başta yüz yüze eğitim yerini uzaktan eğitime bırakmış eğitimin her kademesinde öğrenci ve eğiticiler bilgisayar teknolojilerini deneyimleyerek, öğrenerek, kullanarak, geliştirerek, sınamıştır.

Alınan tedbirler doğrultusunda kapatılan önemli mekânlar arasında müzeler ve sergi salonları da yer almıştır. Bu durum salgın kısıtlamalarının yaşandığı günümüzde sanatsal etkinliklerin paylaşılmasında yeni yoğun bir uygulama olarak çevrim içi (online) sergilerin hazırlanmasına ve izleyici kitleyle buluşmasına yol açmış ve süreç içerisinde artan bir etkinlik ivmesi ile gelişim göstermiştir. Çevrim içi (online) sergi internet ağına bağlı olarak zaman ve mekandan bağımsız bir şekilde erişilebilen, sanal ortamda hazırlanarak izlenime sunulmuş dijital ortam sergisi olarak tanımlanabilir.

Çevrim içi sergiler; sergi etkinliğinin fiziksel olarak hazırlanması mümkün olmayan durumlarda (*ki bu araştırmanın konusu olan salgın ve izolasyon dönemleri de bunlardan bir tanesidir*) düzenlenen, izleyici kitleleriyle zaman ve mekâna bağlı olmaksızın, internet bağlantısı yoluyla ve çeşitli medya araçlarıyla erişilebilen sergilerdir.

Sosyal izolasyona gerek durumlarda çevrim içi uygulamalar bir alternatif olarak kullanılabilir. Bu durum tiyatro, müzik etkinlikleri, dinletiler, sergiler, sertifika eğitimleri vb. birçok alanda sürdürülebilir bir durumdur.

Bu gün bir zorunluluktan hareketle ortaya çıkan çevrim içi sergiler, çeşitli sebep ve imkânsızlıklar nedeniyle gidilemeyecek olan etkinlikleri izleme fırsatı doğurabilir. Bu en çok sanat eğitimi alan bireyler için bir kolaylık olabilecektir.

İlk orta ve lise eğitiminde sanatı sevdirmek adına bu tip sanal sergi gezileri

yapılabilir, normal geziler için yaşanan prosedürler (veli izni, okul izni, servis vb.) dikkate alındığında bu düzeyde de kolaylaştırıcı bir unsur olacaktır.

Çevrim içi sergilerin artı yönleri şu şekilde sıralanabilir:

Sanata erişim kolaylığı sağlayabilir, Zaman ve mekân sınırı olmaksızın her yerden her an ulaşılabilir, *Ulusal uluslararası anlamda daha çok kişiye ulaşılabilir, Genç sanatçı ve sanatçı adayları için teşvik edici ve motivasyon sağlayıcı olabilir,* Kurumlar (eğitimin her kademesindeki okullar, halk eğitim merkezleri vb) için tanıtıcı ve teşvik edici olabilir, 360 derece gezme hem de VR gözlükler ile farklı bir deneyim yaşanabilir, Daha ekonomik olabilir.

Eksi yönleri ise:

Görüntü kalitesi düşük olabilir, Küçük boyutlu ve yazı içeren çalışmalarda (Exlibris gibi) okuma zorluğu yaşanabilir, İnternet bağlantı hızı, olası kopmalar etkili bir gezi imkânı sunmayabilir, Video vb. hareketli çalışmalarda kapasite sınırlamaları nedeniyle donmalar yaşanabilir, Fiziksel olarak sanatçı-izleyici-eser etkileşimleri olmamaktadır, Sitelerde mevcut hazır şablon kullanımında olumsuz tekrara düşmeler yaşanabilir, Eserin gerçek boyutuyla görememe

algılayamama durumları yaşanabilir.

Sanat sınırları olmayan bir eylemdir. Günümüz sanat anlayışı, sanat uygulamaları ve etkinlikleri iletişim kanalları sayesinde çok çabuk ve kolay ulaşılabilir niteliktedir. Ne zaman biteceği kesin belli olmayan covid-19 pandemisi nedeniyle insanlar bu çabuk ve kolay ulaşılabilir sanatsal etkinliklerle evde kalma sürecinde psikolojik olarak bir nebze de olsa rahatlayabilmektedir.

Çevrim içi sanatsal etkinlikler teknolojinin bir lütfudur. Bu gün ve gelecekte olağan dışı etkenler sebebiyle evde kalmak zorunda olacak insanlara psikolojik destek sağlayabileceği gibi, zamanı etkili bir şekilde değerlendirme fırsatı da sunabilmektedir. Aynı zamanda çocuklara, gençlere ve sanat eğitimi alan bireylere erişilemez konumda olacak birçok etkinliğe ulaşma şansı da verecektir.

KAYNAKLAR

ARTUT, K. (2001), Sanat Eğitimi, Kuramlar ve yöntemleri, 1. Basım, Anı Yayıncılık, Ankara.

FARTHING, S. (2012) (Genel Editör), Sanatın Tüm Öyküsü, Hayalperest Yayınları.

MENGÜŞOĞLU, T. (1988). İnsan Felsefesi, Remzi Yayınevi, İstanbul.

OCVİRK O. G., STINSON, R. E., WİGG P.R., BONE, R.O., CAYTON, D.L. (2015), Sanatın Temelleri, Teori ve Uy-

gulama, 12. Baskı, Karakalem Kitabevi Yayınları İzmir.

SEVİM, S. S., ve ATEŞ Y.Ö., (2020), Kültür, Sanat ve Pazar İlişkisinde; Günümüz Türk Sanatının Tanıtılmasında Yeni Öneriler, Turkish Studies - Social Sciences Volume 15 Issue 3, S.s.1457-1469, January 2020.

SÖZEN, M., ve TANYELİ, U., (1992), Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü) Remzi Kitabevi, İstanbul.

TARLAKAZAN, B. E. (2003), “Atatürk ve Sanat Kavramı Üzerine Düşünceler”, Bilge Dergisi, Cilt 10, S.38, (Güz) s.s.30-35, Atatürk Kültür Merkezi Yayınları, Ankara.

TARLAKAZAN E., CANBOLAT, C. (2017) Kahramankazan Belediyesi Web Sitesi Tasarımının İncelenmesi, V. Uluslararası Halk Kültürü ve Sanat Etkinlikleri Sempozyumu Bildiri Kitabı 2. Cilt, S.s, 108-118 Ankara.

TARLAKAZAN, E., YAVUZ, E. (2018), Üniversite Öğrencilerinin Mobil Oyun Profili Ve Oynama Alışkanlıkları, Artvin Çoruh Üniversitesi, Uluslararası Sosyal Bilimler, Dergisi Cilt: 4, Sayı: 2 S.s: 149-163.

TURANİ, A. (2004), Sanat Terimleri Sözlüğü, 10. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul.

UÇAR, M., CANBOLAT, C., İLHAN, S., (2019), Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi Öğrencilerinin “Sanat” Kavramına İlişkin Zihinsel İmgeleri Hacı Bayram

Veli Ü. Sanat ve Tasarım Dergisi, Sayı 23, Haziran, SS393-411, Ankara.

WİNEGARD, E. (2019), Dijital Medya Teknolojilerinin Sanatın Ve Tasarımın Yaygınlaşmasındaki Yeri Ve Önemi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Elektronik Kaynakça

ÖZER, I., (2020), Dijital sanat ortam-

larında yeni deneyimler, <https://www.gazeteduvar.com.tr/yazarlar/2020/05/30/dijital-sanat-ortamlarinda-yeni-deneyimler/> (Erişim 20 Ağustos 2020).

YEDİKARDEŞ, S. (2020) Fahrelnissa Zeid / “Üç Kişilik Oyun” Çevrim İçi Sergisi, Art Writing, Nisan 2020, <https://www.mixerarts.com/artwriting-turkey-online-exhibitions-and-arts-journalism-on-online-artworks/> (Erişim 24 Ağustos 2020).



KENT MÜZELERİNDEKİ BİLGİLENDİRME VE YÖNLENDİRME TASARIMLARININ İNCELENMESİ

INVESTIGATION OF INFORMATION AND GUIDANCE IN CITY MUSEUMS

Betül GÜZEL

Giriş

Müzeler, geçmiş yaşamlardan gelen bütün buluntuları ortaya çıkarıp günümüze kadar biriktirerek topluma ulaştırmayı hedefleyen kurumlardır. Toplumu bilinçlendirmeyi amaçlayan müzeler, biriktirdikleri bütün buluntuları koruyup iyileştirerek tarihi geçmişe de sahip çıkmaktadır. Ayrıca “müzeler düşünmek, yalnız kalmak ve kendini bulma anlayışına bir yandan da koleksiyondan yararlanma ve öğrenmenin bir arada olduğunu savunmaktadır (Çolak, 2016: 4).” Tarihsel yapı ve bulgularıyla zengin mekanlar olarak oluşum gösteren müzeler kendi konularınca birbirlerinden ayrılarak izleyicinin bilgiyi doğru yerde aramasını sağlamaktadır. Ayrıştırılan bu müzelerden birisi ise şehir yapısının eski yaşamını yansıtan kent müzeleridir. Kentin belleğine ışık tutan kent müzeleri, kentin özellikleri çerçevesinde geçmişe ait olan kent tarihini irdeleyip sunarken haritalar, fotoğraflar, yazılı belgeler, maketler, eğitim bölümleri, toplantı ve gösterim salonları, arkeo-

lojik ve geleneksel el sanatlarını barındırarak ayrıca ziyaretçilerle etkileşim sağlanabilmesi için uygulamalı öğretici dersler de vermektedir. Kent müzeleri, bulunduğu kentin tanıtılmasına ve kente yönelik olan faaliyetleriyle kentin gelenek ve görenek mirasının gün yüzüne çıkatarak yansıtılmasına destek olan kurumlardır (Okşak 2018: 67). Kentin tarihini anlatan kent müzeleri, kent ve kentli ile ilgili tüm araç gereçleri kullanarak bilgilerini aktarmaktadır. Kentin sosyal hayatına da bir bakış açısı sağlayan kent müzeleri, var olan koşullar doğrultusunda kentli çevrenin siyasal, ekonomik, dinsel ve etnik unsurlarının etkilerini ortaya çıkararak ziyaretçiyi kentin geçmişteki yaşamına bir kapı açmasına neden olmaktadır (Aytokmak, 2006: 24). Bu gerekçelerle yola çıkan kent müzeleri koleksiyon haline getirmiş oldukları eserlerini ve bünyesinde biriktirmiş olduğu araştırmalarını sergileyip sunmak için belli yöntemler kullanmışlardır. Sergilemeyi zenginleştiren yöntem olarak adlan-

dırılan faktörler ise; grafik tasarımın tanımlayıcı ürünlerinden olan toplum ile iletişim kurarak bilgi aktarımının en doğru ve yenilikçi bir şekilde farklı resmetme ve kompozisyon ile gerçekleştirilen bilgilendirme tasarımıdır. Bununla birlikte açık ya da kapalı alanlarda kullanıcıların gidecekleri noktayı bulabilmelerini amaçlayan bir bilgilendirme tasarımı alanı olan yönlendirme tasarımı da müzelerin kullanmış olduğu unsurlardan birisidir. Yönlendirme tasarımı, kullanıcıyı belli bir yöne doğru yönlendirme amaçlı görsel tasarımlardan oluşmaktadır (Dur, 2011: 161).

Grafik tasarım ürünlerinden bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarına bağlı olarak yapılan bu çalışmada, “Bursa Kent Müzesi”, “Çanakkale Kent Müzesi” ve “Samsun Kent Müzesi” ile ele alınarak sergileme ve iç mekan düzenlemesinde bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarına vermiş olduğu önem irdelenmiştir. Yapılan incelemelerde, kent müzelerinin hepsi birbirlerinden tamamen bağımsız bir tasarım anlayışıyla çalışmalarını estetik hale dönüştürmeye çalışmıştır. Bursa Kent Müzesi’nde, yazı tasarımlarının yanı sıra görsellere daha çok önem vererek ziyaretçiyi etkileme çabaları görülürken, Çanakkale Kent Müzesi’ndeki bilgilendirme ve yönlendirmelerde tipografi kullanılarak farklı bir tasarım algısının oluştuğu görülmektedir. Son olarak incelenen Samsun Kent Müzesi’nde ise oldukça yenilikçi yapıya sahip bir şekilde bilgilendirme ve yönlendir-

meler birden fazla çeşitlilik göstererek elektronik ve 3 boyutlu gibi grafiksel anlatımlarla başarılı tasarımlar elde etmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda kent algısını ifade eden görünüm yeterince yaratılmasa da grafik tasarım unsurlarına dikkat edilerek günümüze uygun tasarım yöntemleriyle yenilikçi bir görünüm elde edilmiştir.

METODOLOJİ

Araştırmanın Modeli

Müze kavramı ve geçmişten günümüze kent tarihini yansıtan kent müzelerinde kullanılan grafik tasarım unsurlarına bağlı olarak yapılan çalışmaların ve mekanda kullanılan bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları irdelenerek genel tarama modellerinden literatür taraması ve nitel araştırma yöntemi olan döküman incelemesi ile yapılan bu çalışmada ulaşılan verilerle etkili bir sonuç elde edilmeye çalışılmıştır. Meydana gelen bu durumun belirlenmesi için şu sorular üzerinde ilgili incelemelerin yapılması uygun görülmüştür: Müze Nedir, Müze Türleri, Kent Müzeleri, Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Nedir ve Kent Müzelerinde Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımlarının Kullanımı.

Verilerin Toplanması

Bu çalışmanın içerik kısmında bulunan araştırmalar; Müze Nedir, Müze Türleri, Kent Müzeleri, Bilgilendirme



ve Yönlendirme Tasarımı Nedir ve Kent Müzelerinde Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımlarının Kullanımı başlıkları adı altındaki konularla ilgili veriler; kitap, tez, makale ve internet kaynağının birleşimiyle birlikte ele alınmıştır.

Sınırlılıklar

Amaçlanmış olan çalışmanın sonuca ulaşabilmesi için kent müzeleri kapsamında bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarını incelemek adına bu araştırma; Bursa Kent Müzesi, Çanakkale Kent Müzesi ve Samsun Kent Müzesi ile sınırlandırılmıştır.

BULGULAR VE YORUM

Müze Nedir?

Müze, kâr amacı gütmeyen, halka açık bir şekilde toplumu soyut veya somut olarak edinilmiş miras hakkında bilgilendirip eğitim vermeyi amaçlayan, koruyan, araştıran, ileten, sergileyen ve toplumun gelişimi için hizmet veren bir kurumdur (ICOM Statutes, 2007). Müze, genel menfaat içinde, türlü me-totlarla koruma, araştırma ve geliştirme ile kültürel değerleri halka sunan kurumlar olarak sanatsal, tarihi, bilimsel, teknolojik koleksiyon, halk kütüphanesi ve arşivleme kurumları, botanik, zo-olojik bahçe ve akvaryum gibi alanlar da kalıcı sergi müzeleri olarak ele alınmaktadır (ICOM Tüzüğü, 1951). Böylece “müze karmaşık bir fenomendir.

Tarihi, değişen ideallerin yanında yer alan değişen amaçlardan biridir (McLean 1997: 1)”. Müze (museum) sözcüğü ilham perilerinin tapınağı anlamına gelen Yunanca’da “mouseion” olarak kullanılan sözcükten türetilmiştir. Bu sözcük Roma döneminde felsefi tartışmaların yapıldığı bölgeyi tasvir etmek ve 15. yy’da İtalya’da Medici ailesi üyesi Lorenzo’nun koleksiyonunu anlatmak için kullanılmıştır. (Onur, 2012: 20).

Kültürel tarihin farklı dönemlerinin fantastik temsili olan müzeler, ziyaretçilerin geçmişe dokunmalarını, hissetmelerini ve geçmişle ilgili her şeyi bütün bir hakikatle görmelerini sağlamaktadır (Bagherebadian, 2015: 21). Topluma, geçmişin izlerini taşıyan, o eski kokan tarihi yapıları ve eserleri sunan müzelerin tarihteki serüveni ise Eski Mısır dönemi ve Mezopotamya’nın değerli eşyalarının tapınakta sergilendiği, savaşlarda galip gelen kral-ların güçlü bir simge anlamına gelen ganimetlerini halka sunmasıyla başlamıştır (Keleş, 2003: 1). Tarihi eser-lerin sergilendiği yapıtlarla birlikte; hayal gücü, üstün yaratıcılık, duygularla oluşturulmuş olan ve estetik gü-zelliği barındıran tasarımların olduğu sanatsal ağırlıklı koleksiyonculuğa ise Eski Yunan’da rastlanmaktadır (Hacı-salihoğlu, 2013: 13-14). Geçmiş uygar-lıklardan günümüze kadar gelen müze kavramı, insanların tarihi eserlerle bir bağlantı kurarak, sorgulama, yorumla-ma, oyun ya da canlandırma ile o anı yaşama kavramlarını öğrenmesiyle

de eğitim ortamı sağlanabilmektedir. Böylece müzeler, eserleri sergilerken toplumun eğitimine de katkıda bulun-maktadır (Kuruoğlu Maccario, 2002: 276).

Müze Türleri

Müzeler, eserlerini izleyiciyle paylaşı-ken konu bütünlüğünün doğruluğunu sağlamak için eserleri veya bilgileri uyumlu olduğu mekanlarda bulundur-ması gereklidir. Bu nedenle koleksi-yonların sergilenmesi için konularına göre ayrılmış olan müze türleri ise şu şekildedir,

Koleksiyonlarına göre müzeler: Ku-rum tarafından bulunup koleksiyon haline getirilen malzeme veya eser-lerin; doğasına, menşesine, nitelik ve niceliğine, kronolojik bütünlüğüne vb. biçimlerle ilişkilendirilerek uygun gruplara ayrılmasıdır. Bu müzeler; Genel Müzeler, Etnografya Müzeleri, Tarih Müzeleri, Sanat Müzeleri, Doğa Tarihi Müzeler, Arkeoloji Müzeleri, Bilim Müzeleri, Endüstri Müzeleri, As-keri Müzeler ve Jeoloji Müzeleri olarak ayrılmaktadır.

Bağlı olduğu idari birime göre müze türleri: Müzenin, politika anlayışı, yönetim biçimi olarak ifade edilen yö-netim otoritesi idari birim olarak ad-landırılmaktadır. Bu yönetim biçimine sahip kurumlar, kar amacı gütmeyen, bakanlık kurumları, devlet tarafın-dan kurulan kent kurumları, vakıf ve

dernek olan bağımsız müzelerdir. Bu müzeler; Devlet Müzeleri, Belediye Müzeleri, Kent Müzeleri, Özel Müzeler ve Vakıf Müzeleri olarak çeşitlilik gös-termektedir.

Hizmet ettikleri bölgeye göre müze-ler: Coğrafi alan bakış açısından etki-lenerek kurulan bu müzeler yerel ve evrensel bir yapıya sahiptir. Bu müze-ler; Yerel müzeler, Bölgesel Müzeler ve Ulusal Müzelerdir.

Hitap ettikleri kitleye göre müzeler: Çocuk, genç, öğrenci, akademisyen ve özel koleksiyonerler gibi toplumun çe-şitli kesimini hedef alan eğitici ve uz-manlaşmış müzelerin yanı sıra toplum müzeleri de geniş kitle ve ilgi alanları-na hitap etmektedir. Bu müzeler, Eği-tici Müzeler, Uzmanlaşmış Müzeler, Genel Toplum Müzeleridir.

Koleksiyonlarını sergileme yöntem-lerine göre müzeler: Mekânsal olarak yapılan ayrımın olduğu müzelerdir. Açık Hava Müzeleri, Anıt ve Gelenek-sel gibi müzeler bu müze türü içeri-sinde yer almaktadır (aktaran Kubat, 2012: 12-13-14).

Kent Müzeleri

Kent müzeleri, var olan bölgedeki ken-tin, tarihine ait bulmuş oldukları bul-guları inceleyip kent algısına en uygun bir biçimde eserleri ve araştırılmış olan bilgileri tanıtan kurumlardır. Kent mü-zeleri bunları yaparken kentin özellik-



lerine uygun bir şekilde kentin tarihi sürecini gösteren, haritalar, fotoğraflar, yazılı belgeler, maketler, eğitim bölümleri, toplantı ve gösterim alanları, arkeolojik ve geleneksel el sanatlarına ait örneklerin bulunduğu ve ziyaretçilere de geleneksel örneklerle ilgili uygulamalar yaptırılarak becerilerini geliştirebildiği gibi kent hakkında da bilgi sahibi olmasını sağlayan öğretici mekanlardır (Mercin, 2008: 92). Kent müzelerinin amacı, kent kimliğini ve kentlilik bilincini geliştirerek kentin hayatında sürdürülen farklı kültürleri, etnik düşünceleri ve dinsel inançları toplum gruplaşmalarından uzaklaşarak halkı bilinçlendirmektir. Bunların yanı sıra kent sorunlarına yönelik çözüm üretebilen halkı kentsel gelişimdeki tarihi benimseyerek katkıda bulunmasına yardımcı olmasını ve kentin bir birlik halinde halk ile iletişim kurarak kenti tanıtmayı hedeflemiştir (Silier, 2010: 17). “Bir kültür merkezi olarak şehir müzesi, kentsel peyzajın farklı kültürel topluluklarını temsil miras bilincinin farklılığının ve canlılığının incelenmesini kolaylaştıran bütün izleyiciler içerisinde eleştirel ve entelektüel etkileşim gibi durumları sunmaktadır (Galla, 1995: 42).” Bilgilendirme alanı olan kent müzeleri, 19. yüzyıl sonları ile 20. yüzyıl başlarında, tarihten gelen ve ağırlıklı olarak arkeoloji ve etnografya buluntularını merkezi konumuna getirip irdeleyerek halka sunmuştur. Gün geçtikçe, kent müzeleri koleksiyonlarını ve faaliyetlerini geliştirerek yeni yöntemler yaratmıştır. Ayrıca kent

müzeleri, kentin kendi bölgesini temsil etmesini hedefleyerek var olan kentin efsanelerini ve o kentin geçmişindeki yaşanmışlık hikayelerini günümüze kadar kentli halkına ve dışarıdan gelen ziyaretçilerine aktaran hafıza mekanları haline gelmiştir (Keskin, 2014: 33). 19. yüzyıl sonlarında inşa edilen kent müzeleri algısı ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri’nde ortaya çıkmıştır. Farklı bir kıtadan gelen Avrupa’nın ülkelerindeki insanlar düzenli bir hayat kurma ümidiyle Amerika’ya göç etmişlerdir. Göçmenler yeni bir kent kurarken sonradan gelenler için yaşantılarını belgelemiş ve kentin tarihini kaleme almışlardır. Böylece kent müzeleri farklı din, dil, ırk ve gelenekleri birbirleriyle bütünleştirip insanları bir araya getirerek eşlik bir kimlik algısı yaratılmasına yardımcı olan kültürel bir araç olmuştur (Dedehayır, 2013: 18). Dünya’daki oluşumundan sonra kent müzeleri, Türkiye’de de 1990’ların başından itibaren söz konusu olmaya başlamıştır. Müzelerin evrim geçirerek çağdaş müzecilik anlayışıyla koruma kavramını yeniden yapılandırarak eserleri saklayan ve bir eğitim kurumu haline gelmiş olan yeni müzecilik (modern) (Köksal, 2010: 1) anlayışını benimseyen kent müzeleri oluşturulmuştur. 2000’lerden sonra oldukça yaygınlaşmış ve çeşitli yerlerdeki kent müzesi, kent tarihi, kent arşivi adı altında müzeler kurulmaya başlanmıştır. Türkiye’de ise günümüze kadar yaygınlaşmış olan; Konya, Kastamonu, Bursa, Kayseri, İzmir, Uşak, Mardin, Gazian-

tep ve Balıkesir gibi şehirlerdeki kent müzeleri de önemli örnekler arasında yer almaktadır (Keskin, 2014: 34).

Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Nedir?

Bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları kentin ve kent içerisinde yer alan mekanların rahatlıkla tanıtılmasını ve ulaşılabilmesini sağlayan, insanları yönlendirici ve bilgilendirici bir unsur olarak kullanılan iletişim araçlarıdır. Bilgilendirme tasarımları, yoğun olan gereksiz bilgi fazlalığını azaltıp yalınlaştırarak insanlara aktarılacak istenen bilgiyi doğru şekilde en net ve anlaşılır bir eyleme dönüştürülmesini sağlamaktadır. Böylelikle insanların bulundukları ortamı daha iyi kavrayarak doğru bilgiye kolaylıkla ulaşılmasına yardımcı olur. Genel anlamda bilgilendirme tasarımlarında var olan karmaşık bilginin sunulduğu metinleri sembol ve resimlerle destekleyerek izleyicinin zihninde kalıcı bir etki yaratılması amaçlanmaktadır. Bilgilendirme tasarımının bir diğer amacı ise grafik tasarım unsurları ile sunulan mesaj içeriklerinin bir olayı veya konuyu ifade ederken izleyicinin konu hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamaktır (Mert, 2019:27). Bilgiyi sergilemenin betimleyicisi olan bilgilendirme tasarımının bir alanı ise yönlendirme tasarımıdır. Açık veya kapalı alanlarda insanların ulaşmak istedikleri konuları bulabilmeleri için belli bir tarafa yönlendirmeyi amaçlarken bu tasarımlar,

sembol, işaret ve piktogram gibi görsel örüntü araçlarından yararlanarak da gerçekleştirilmektedir (Dur, 2011:94). Böylece ele alınan bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları, tabela, harita, afiş gibi metodları kullanarak izleyicinin üzerinde farklı bir bakış açısı yaratılmasıyla bilginin etkili biçimde gösterildiği bir araç halini almaktadır. İnsanlarla iletişim halinde olan bu tasarımlar, bilginin görsel aktarımıyla bilinçli bir kitle oluşturur ve iç yada dış mekanda da doğru ulaşım sağlanabilmesi için tercih edilmektedir (Bulut ve Uslu, 2017: 2562). Bilgilendirme ve yönlendirme tasarımı arasındaki farklılık ise, bilgilendirme belli alanlarda bir konuyu veya olayı tanıtırken yönlendirmeler de o bilgilere ulaşılabilmesi için fiziksel alanlarda gerçekleştirilen bir aktarım faktörüdür (Taşcıoğlu ve Aydın, 2015: 231). Dış mekan ve iç mekanlarda kullanılan bu bilgilendirme ve yönlendirme tasarımları müze mekanları içinde oldukça önem arz etmektedir. Çünkü eser, tarihi yapı ve geçmişten gelen araç gereçlerin koruyup saklamasının yanı sıra bu unsurları sergileyip sunmak müzeler için kaçınılmaz olan bir yöntemdir. Müzeler kent ve halktan uzaklaşmadan daima kendilerini hatırlatmalı ve ilgililerini toplamalıdır. Müzeler tüm bunları amaçlarken, eserlerin sunulmasında bilgilendirme ve yönlendirme unsurlarıyla etkili bir tasarım anlayışına yer vermelidir. Bu tasarımlar sergilenen bölgenin yönetilmesine sunulan eserin bilgilendirilmesinde kullanılmaktadır.

Bilgilendirmeler ve yönlendirmeler müze mekanı ve müzede sergilenen eserlerin konu ve bağlamına uygun olacak biçimde mekan görünümü ve eser sunumunun bütünlüğüne dikkat edilerek grafik tasarım unsurlarına elverişli bir şekilde tasvir edilmelidir (Mercin, 2017: 215-26).

Kent Müzelerinde Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımlarının Kullanımı

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen araştırmalardan yola çıkılarak ele alınan kent müzeleri örneklerinde kullanılan bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarının müze konusu ile beraber grafik tasarım unsurlarına uygunluğu incelenmiştir.

Bursa Kent Müzesi

Bursa Kent Müzesi, ilk adliye binası olarak 1926 yılında faaliyete geçmiştir. 75 yılın ardından Bursa Adliye binası Bursa Büyükşehir Belediyesi'ne devredilmiştir. 14 Şubat 2004 tarihinde bu bina Adliye binasının ardından Bursa Kent Müzesi olarak kapılarını halka açmıştır. Bursa Kent Müzesi kentin kültürünü, sosyal yaşamını, kentin zenginliklerini ve Bursa tarihini tanıtmak amacıyla her türlü belgeyi, unsuru, eşyayı veya görsel malzemeyi modern müzecilik anlayışı çerçevesinde Bursa'nın kentlisine sunan bir devlet kurumudur. Bursa Kent Müzesi, o çağrafiyada kurulan Uygarlıklar, çağdaş

Cumhuriyet zamanı, Bursa'nın gelenek ve görenekleri gibi Bursa'nın kendisine ait işçilikleri ele alınmıştır. Bunlarla beraber "Etkinlikler Salonu" ve "Eğitim Atölyesi" kategorileriyle de film, konferans gibi hizmetlerle birlikte ziyaretçiye de eğiten öğretici bir kurumdur (Url1).



Resim 1. Bursa Kent Müzesi Bilgilendirme Tasarımları (Url2)

Bursa Kent Müzesi, kent tarihiyle ilgili belge veya buluntuları izleyiciye sunmak için ise iç mekan düzenlemesini kent algısına uygun biçimde grafik tasarım unsurlarına dikkat ederek belirli yerleştirmelerle sergilemeye ça-

ışmıştır. Kentin dokusu ve kültürünü yansıtırken grafik tasarımın bir parçası olan sergileme alanına ise önem veren Bursa Kent Müzesi'nde yeterli düzeyde bilgilendirme tasarımlarına yer verilmiştir. Oluşturulan bilgilendirme tasarımlarında kentin her serüvenini tanıtan bölümler net ve açık bir şekilde yazıya dökülmüştür. Yazıların ana metotları tek bir model oluşturularak tasarlanmıştır. Detay içeren bilgilendirmelerin yanı sıra sütun şeklini alan konuyla ilgili anlatılmak istenen içerikler genel bilgi düzeyinde izleyiciye aktaran panolar kullanılmıştır. Panolarda yer alan bulgular detaylı bir şekilde verilen içeriklerin ana metinlerini meydana getiren yazıların hepsi aynı tasarım içerisine yerleştirilmiştir. Siyah ve beyaz renge ağırlık verilen bu panolar içerik kısımlarının yer aldığı bilgilendirme konularının birbirlerinden ayrıştırılarak izleyicinin konuyu tam olarak algılayabilmesi gibi hususların kolaylaştırmasını sağlamıştır. Yerleştirilen panoların üzerinde bulunan Bursa Kent Müzesinin logosunda, bina kaidesi ve müzenin ismi yer almaktadır. Böylece izleyiciye Bursa'ya ait kent müzesi olması gibi detayları daima hatırlatılmaktadır. Konu içerikleri ise detaylı bir düzende bütün duvarları kaplayacak şekilde izleyiciyi geçmişteki yolculuğa çıkararak o anları hissetmesi amaçlanmıştır. Bilgilendirme tasarımlarının, tarihi izleri yansıtan görsellerle desteklenmesiyle de izleyicinin gözünde o anlara tanıklık etmesi de sağlanmıştır.



Resim 2. Bursa Kent Müzesi Yönlendirme Tasarımları (Url3)

Müze anlayışının odak noktası olan bilgilendirmeye beraber yönlendirme tasarımları da müze binalarının anlaşılabilirliği açısından oldukça önem arz etmektedir. Bursa Kent Müzesi'nde ise farklılık gösteren yönlendirme tasarımları bulunmaktadır. Bu yönlendirme tasarımları, ilk olarak konu dağılımlarıyla ayrılan yönlendirmelerdir. "El Sanatları Çarşısı" (Resim 2) çerçevesinde olan mekandaki çalışmaların ya da eşyaların nereye ait olduğunu ve hangi yönde bulunduğunu göstermek-

tedir. Bu yönlendirmeler, bilgilendirme panolarıyla bir bütün sağlayarak tasarım algısının bozulmamasına özen gösterilmiştir. Diğer yönlendirme tasarımında da binanın katlarında hangi bölümlerin yer aldığını ifade etmektedir. Bu yönlendirme tasarımında panolarda olduğu gibi siyah ve beyaz renkler kullanılmıştır.



Resim 3: Bursa Kent Müzesi Yönlendirme Tasarımları (Url4)

Son olarak tasarlanan yönlendirmeler ise binanın genelini kapsayan tasarımlardır. Bu yönlendirme tasarımları bir arada kullanılsada hepsinin tasarımı

birbirinden bağımsız şekilde ele alınmıştır. Tavandan asılı olarak, pano halinde ve duvara sabitlenmiş bir şekilde bina geneline yerleştirilmiştir. İkonografik düzen çerçevesinde sadece oklar kullanılarak yazılar tipografi algısından uzak bir şekilde düz metin halinde biçimlendirilmiştir. Böylece kullanılan yönlendirme tasarımlarının grafik tasarım anlayışıyla bağdaşmadığı görülse de minimalliği çağrıştırmakla beraber yenilikçi bir yapıya sahiptir.

Çanakkale Kent Müzesi ve Arşivi

Çanakkale'nin özgün mimarisini barındıran Çanakkale Kent Müzesi ilk olarak 46 yıl boyunca Emek Otel ve bir dönem de askerlik şubesi olarak hizmet vermiştir. Daha sonra yıkık dökük bir hal alan bu bina, Çanakkale Belediyesi tarafından restore edilerek halka, geçmişteki kent yaşamının izlerini taşıyan tarihi gerçekleri anlatmak için 6 Mart 2009 tarihinde Çanakkale Kent Müzesi ve Arşiv binası olarak kente kazandırılmıştır. Çanakkale Kent Müzesi'nde kent tarihine ilişkin dönemlik sergilerle müzik ve şiir dinletileri, belgesel gösterimleri ile beraber "Tarih Kitabı", "Anılar İle Kent" ve "Efsaneler" bölümleriyle de Çanakkale tarihine ait öyküler, hikayeler ve belgelere yer verilmiştir (Url5).



Resim 4: Çanakkale Kent Müzesi Bilgilendirme Tasarımları (Url6)

Çanakkale Kent Müzesi, tarihin her parçasından olan bulguyu günümüze uyarlayıp sergilerken bilgilendirmeleri çeşitli olanaklarla kullanmıştır. Farklı bir mizaha sahip olan ve daha çok bir gazete tasarımını andıran bu bilgilendirme tasarımlarında, görseli tamamlayan metinler kullanılarak tarihin her dönemindeki hikayeler aktarılmaya çalışılmıştır. Metin için oluşturulan ana başlıklar yana yaslı bir şekilde farklı bir açılı stilinde resmedilmiştir. Ana başlıklarda kullanılan İntial (ilk harf) tasarımları ise aktarılmak istenen bilginin önemini daha da ön plana çıkarmaktadır. Kullanılan initial tasarımları yönlendirme tasarımlarında da görülmektedir. Ayrıca bilgilendirmelerde ve yönlendirmelerde initial olarak adlandırılan ilk harflerin hepsinin ayırt edici özelliğini koruyabilmesi için çarpıcı bir renk olan kırmızı renge yer verilmiştir. Böylece izleyici ulaşmak istediği mesajı rahatlıkla gözlemleyip kavrayabilmektedir.



Resim 5: Çanakkale Kent Müzesi Yönlendirme Tasarımları (Url7)

Tasarlanmış olan yönlendirmelerde ise duvara sabitlenmiş bir malzeme üzerindeki tasarımda her alanın anlaşılabilmesi için tasarım bloklar halinde ayrılarak kolay bir şekilde algılanmasına olanak sağlamıştır. Kat arasındaki farklılığı belli etmek için ise her katta var olan yönlendirmelerde katı simgeleyen ikonlar kırmızı kare içerisine yerleştirilerek konumun belirlenmesi de sağlanmıştır. Böylece bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarında müzenin genelleştirmiş olduğu kompozisyonla devamlılık sağlanarak tüm tasarımlarda bir bütünlük oluşturulması hedeflenmiştir. Bu hedefler doğrultusunda Çanakkale Kent Müzesi, bilgilendirme ve yönlendirmelerde renk algısına, metin kompozisyonuna ve en önemlisi de tasarımlarında tipografi sanatı fazlasıyla görülmektedir. Ayrıca kentin

geçmişini yansıtmaya çalışırken izleyiciyi himayesi altına alacak özellikler göz önünde bulundurularak uygulanmaya çalışılsa da tasarımların kent algısıyla etkileşiminin az olduğu görülmektedir.

Samsun Kent Müzesi

Samsun Kent Müzesi, 1928 yılında iki ahşap binadan oluşan Samsun-Sivas Demiryolu İnşaatı İşletme İdaresi ve Devlet Demiryolları Lojmanı olarak inşa edilmiştir. 2004 yılında Samsun'un Tarihi Kentler Birliğine üye olmasıyla Samsun Büyükşehir Belediye Başkanı Yusuf Ziya'nın talimatlarıyla Kültür ve Sosyal İşler Daire Başkanlığı himayesi altında kent belleğine yönelik incelemeler yapılmıştır. Sürdürülen çalışmaların ardından bina yeniden restore edilerek 13 -15 Mayıs tarihleri arasında "Her Kentte Kent Müzesi" konulu tarihi kentler birliği toplantısı ile Samsun Kent Müzesi hayata geçirilmiştir (Url8).



Resim 6. Samsun Kent Müzesi Bilgilendirme Tasarımları (Url9)

Bakış açısı ile yenilikçi bir anlayışa sahip olan Samsun Kent Müzesi, iç mekan tasarımları ile oldukça farklı bir kent müzesidir. Sergilemenin yanı sıra bilgilendirme tasarımları alanda fazlasıyla etkili bir sunum gerçekleştirmiştir. Metinsel ve görsel bilgilendirmeler elektronik ortamlarda, üç boyutlu tasarım ve interaktif çalışmalarla biçim bulmuştur. Anlatılmak istenen bilgiler interaktif ortamlarla sunulmasıyla bilginin akılda kalıcılığının daha uzun süreli olmasına katkıda bulunmuştur. Sayısal verilerden oluşan belgeler 3 boyutlu tasarımla grafiksel bir uygulama yapılmıştır. Yapılan 3 boyutlu uygulamada sayısal verilerin etkisini yoğunlaştırmak için renk kullanımında konuya uygun biçimde tasarlanmıştır. Kentin bölgesel tanıtımı yapılırken harita görünümü veren bir pano da elektronik ortamda bulunan görsellerle desteklenmiştir.



Resim 7. Samsun Kent Müzesi Bilgilendirme Tasarımları

Metinsel bilgilendirmeler ise duvara bir kompozisyon oluşturularak yerleştirilmiştir. Kentin kronolojik bilgisini anlatırken 3 boyutlu bir yol haritası gibi müzenin belli bölümlerine uzanan bir çalışma yapılmıştır. Böylece müzeyi gezen ziyaretçi tarih kronolojisini de sürekli olarak takip etmesine yardımcı olmaktadır.



Resim 8. Çanakkale Kent Müzesi Yönlendirme Tasarımları

Samsun Kent Müzesi'nde bulunan yönlendirme tasarımları ise bilgilendirme tasarımlarına göre daha arka planda kalmıştır. Tasarlanmış olan yönlendirmeler müze binasının genelinde aynı biçimde kullanılmıştır. Yönlendirme tasarımının sol kısımlarında müzenin logo tasarımı ve konulara ilişkin

başlıklar bulunmaktadır. Hemen yanlarında ise konulara ulaşılabilmesini sağlayan yönlendirme oklarına yer verilmiştir. Ayrıca yönlendirme tasarımlarında müzenin logosunda bulunan renkler kullanılarak tasarım açısından bir birlik sağlanmıştır. Samsun Kent Müzesi'nde oldukça sade ve klasik görünümü olan yönlendirmelerden ziyade bilgilendirme ile beraber zengin bir tasarım yapısı oluşturulmuştur. Kent yaşamının yansıtılması açısından yönlendirmedeki tasarımlar uzak kalsa da bilgilendirme tasarımları ile bu unsur desteklenmeye çalışılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Tarihi dokuların ulaşılmasına yardımcı olan kent müzeleri, kentliye sunmuş olduğu geçmişin izleri ile izleyicinin derin bir tarih yolculuğuna çıkmasını sağlamaktadır. Bunları amaçlayan kent müzeleri bilginin paylaşılmasındaki önemli hususların kullanımına dikkat ederek bilgiyi en etkili yöntemlerle gerçekleştirmeye çalışmıştır. Kent müzeleri bu amaçlar dışında müzeyi gezen ziyaretçilerin istedikleri noktaya kolaylıkla erişmesi için yönlendirmeleri gerekli bulmuşlardır. Bu çalışmada da Bursa Kent Müzesi, Çanakkale Kent Müzesi ve Samsun Kent Müzesi gibi kurumlarda yer alan bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarının grafik tasarım ve kent tarihine uygunluğu incelenmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda; incelenen müzeler tarihte bulunan belgeleri, bilgileri, eşya veya

araç gereçleri bilgilendirme tasarımları ile desteklemeye çalışmıştır. Bursa Kent Müzesi ve Çanakkale Müzesi'nin yanı sıra Samsun Kent Müzesi kendisine bir kimlik belirleyerek üç boyutlu uygulamalar ile bilgi aktarımının daha çok etkili olmasını sağlamıştır. Grafik tasarım algısı açısından farklı kompozisyon ve düzenlemeler ile interaktif görünüm sağlamasına rağmen yönlendirme tasarımlarında bu unsurlara yeterince dikkat edilmemiştir. Bursa Kent Müzesi'nde yapılan yönlendirme tasarımları farklılık göstererek mekan içerisinde bağımsız bir düzen oluşumunu meydana getirmiştir. Yapılan bilgilendirme tasarımlarında ise görsel görüntü yönüyle tarihin anılarını göz önüne getirilmesi için daha fazla olanak sağlamıştır. Çanakkale Kent Müzesi'nde ise bilgilendirmeler ve yönlendirmeler aynı tasarım çerçevesinde bağdaştırılarak bir bütün oluşturulması ile düzenli bir görünüm yakalanmıştır. Grafik tasarımının bir ürünü olan tipografi sanatı kullanarak farklı bir kompozisyon oluşturulmuştur. İncelenmiş olan kent müzelerindeki bilgilendirme ve yönlendirme tasarımlarında renk algısı da tasarım algısının bütünlüğünü korumasına neden olmuştur. Genel olarak yeterli düzeyde kent algısının hissedilmesi, kentliyi yaşamış oldukları coğrafyanın güzellikleriyle beraber yüzyıllar boyu süren tarihi olaylarla birebir karşı karşıya gelmesine yardımcı olmasa da müzedeki iç mekan tasarımının bütünlüğünü koruyarak ve grafik tasarım unsurlarının gerektiği

kadar ön plana çıkarıldığı, modern olmakla beraber anlaşılır metin tasarımları, estetik kompozisyon ile yalın ve net bir biçimde tasarımlar üretilmiştir. Böylece kent algısı görünümünün gerektiği kadar oluşmamasına rağmen çeşitli tasarım çalışmalarıyla kent müzeleri, ziyaretçilerin zihninde olumlu bir imaj algısının ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir.

KAYNAKLAR

Aytokmak, Deniz. İstanbul Kent Müzesi İçin Yeni Yaklaşımlar. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, 2006.

Bagherebadian, Mozghan. Changing Trends Of Exhibition Design In Contemporary Art Museums. Master Thesis. İstanbul: Bahcesehir University, 2015.

Bulut, Duygu. M. ve Uslu, Özlem. "Mekan Tasarımında Bilgilendirme ve Yönlendirme Elemanlarının İncelenmesi". İdil Dergisi, 6-37 (2017): 2557-2579.

Çolak, M. Şafak. Müzelerde Mekan Tasarımı ve Masumiyet Müzesi Analizi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi, 2016.

Dedehayır Handan. ÇEKÜL. Kent Tarihi ve Müzeleri ve Arşivleri. İstanbul: ÇEKÜL Vakfı- Tarihi Kentler Birliği Yayınları, 2013.

Dur, U. İ. Banu. "Çevresel Grafik Tasarım'ın Uygulama Alanları". Sanat ve Tasarım Dergisi, 7 (2011): 159-178.

Dur, U. İ. Banu. Bilgilendirme Tasarımında İlkeler, Öğeler ve Uygulama Sorunları "Bilgilendirme Tasarımı Uygulaması. Sanatta Yeterlilik Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, 2011.

Galla, Amarewar. "Urban museology: an ideology for reconciliation". Blackwell Publishers, Cowley Road, Oxford,

Main Street, Cambridge, MA. UNESCO, Paris, (1995).

Hacısalıhoğlu, Özlem. Ortaöğretim Görsel Sanatlar Eğitiminde Tarihi Çevre ve Müze Binalarının İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, 2013.

Keleş, Vedat. "Modern Müzecilik ve Türk Müzeciliği". Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2-1,2 (2003): 1-17.

Keskin Necat. "Kentlerde Yeni Bellek Mekanları: Kent Müzeleri". Bellek ve kültür, VII. uluslar arası kültür Araştırmaları Sempozyumu, 20-79 (5-7 Eylül 2014): 25-39.ü

Köksal, Ayşe. H. "Yeni Müzeciliğin Peşinde Koşarken". Artist Modern Dergisi, (Mart 2010). 1-4.

Kubat, Ömer. Z. Sanal Müze Arayüz Tasarımı (Ressam Ahmet Yakupoğlu Sanal Müze Uygulaması). Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, 2012.

Maccario, K. Nihal. "Müzelerin Eğitim Ortamı Olarak Kullanımı". Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 15-1 (2002): 275-285.

Mclean, Fiona. Marketing The Museum. Roudledge. 1997. E-kitap Erişim Adresi: https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=TIkrBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=museum&ots=bsOe4rQeMy&sig=-Y6n7Kx1chKmw6a78twfHxAh-fUs&redir_esc=y#v=onepage&q=-museum&f=false Erişim Tarihi: 17.05.2020.

Mercin, Levent. "Geleneksel El Sanatlarını Yaşatma Sorunu ve Bir Çözüm Önerisi: Kent Müzeleri". Sanat Dergisi. 13 (2008): 91-95.

Mercin, Levent. Müze Eğitimi, Bilgilendirme ve Tanıtım Açısından Görsel İletişim Tasarımlarının Önemi. Milli Eğitim, 2017.

Mert, Ömür. "Marmaray İstasyonlarında Yer Alan Bilgilendirme Grafiklerinin İncelenmesi". Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 2-2 (2019): 25-37.



Okşak, Yeliz. Müze Tanıtımında Grafik Tasarım Ürünlerinden Yararlanılması (İnegöl Kent Müzesi). Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, 2018.

Onur, Berk. Çağdaş Müze Eğitim ve Gelişim Müze Psikolojisine Giriş. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları 2012.

Silier, Orhan. “Dünya’da ve Türkiye’de Kent Müzeleri”. Ege Mimarlık, (Temmuz 2010): 16-21.

Taşcıoğlu, Melike. ve Aydın, Erdoğan, D. “Grafik Tasarımın Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımındaki Rolü ve Londra- Eskişehir Örnekler Üzerinden Bir İnceleme”. Sanat ve Tasarım Dergisi, (2015): 227-245.

İnternet Kaynakları

ICOM. (2007). “ICOM ‘un Müze Tanımı Nedir?” Erişim Adresi: <https://icom.museum/en/faq/what-is-icoms-definition-of-a-museum/> Erişim Tarihi: 05.04.2020.

ICOM Tüzüğü (1951). “Madde II –Tanım” Erişim Adresi: http://archives.icom.museum/hist_def_eng.html Erişim Tarihi: 05.04.2020.

Url1- Url2- Url3: “Bursa Kent Müzesi” Erişim Adresi: <https://bursa.ktb.gov.tr/TR-94269/bursa-kent-muzesi.html> Erişim Tarihi: 06.06.2020.

Url4: “Bursa Kent Müzesi” Erişim Adresi: <http://www.mido.com.tr/referanslar/d/bursa-kent-muzesi.html> Erişim Tarihi: 06.06.2020.

Url5: “Çanakkale Kent Müzesi ve Arşivi” Erişim Adresi: <https://www.canakkale.bel.tr/tr/sayfa/1137-kulturel-ve-sosyal-mekanlar/1307-canakkale-kent-muzesi-ve-arsivi> Erişim Tarihi: 07.06.2020.

Url6- Url7: “Çanakkale Kent Müzesi Sanal Turu” Erişim Adresi: https://www.mekan360.com/sanaltur_canakkale-kent-muzesi_4235.html Erişim Tarihi: 06.06.2020.

Url8: “Kent Müzesi Hakkında” Erişim Adresi: <http://www.samsunkentmuzesi.com/> Erişim Tarihi: 07.06.2020.

Url9: “Samsun Kent Müzesi Sanal Turu” Erişim Adresi: <http://www.samsunkentmuzesi.com/sanaltur/index.html> Erişim Tarihi: 06.06.2020.

SEMBOLİK MOTİFLERİN EVRENSEL BELLEK VE DUYUM BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

EVALUATION OF SYMBOLIC MOTIFS IN THE CONTEXT OF UNIVERSAL MEMORY AND SENSORY

Meral AKAN

Giriş

Sembol; bir anlamı algılanabilir niteliğe dönüştüren bir çeşit işarettir. “Yazının olmadığı bir dönemde insanların kendilerini ifade etmelerine yarayan bir tür yazıdır” (Ateş, 2002: 89). Diğer bir tanımlama ile bir gayeyi, bir fikri ifade eden ve ortak bir anlamı olan harf, kelime ve şekildir. Matematik biliminde bazı varlıkları belirtmek için kullanılan harflerle, kimyada elementlerin kısa bir şekilde tanıtılması amacıyla kabul edilen harf topluluklarına da sembol ismi verilmektedir. Semboller işaretlerin bir anlam yüküne sahip olmuş halleridir. Sembol; âlem, misal ve timsal anlamına da gelmektedir. İnsanların duyu organları yoluyla anlamaları zor olan bazı şeyleri akla getiren her türlü gözle görülenler de bu anlamda kullanılmaktadır. Bayrağın vatani, minarenin camiye

hatırlatması buna örnek verilebilir. Sembolizm ya da simgecilik, en genel anlamıyla farklı anlamlara gelen ya da farklı öğeleri simgeleyen çeşitli işaretlerin kullanımınıdır.

Sembolik işaretler, bazı bilimlerde dilden daha çok fonksiyona sahiptir. Örneğin kimyabiliminde işlemler tamamen harf semboller ile açıklanmaktadır. Edebiyat ve sanat akımında “sembolizm” ise sanat eserinin değerini, gerçeğin olduğu gibi aktarılmasında değil, duygu ve düşüncelerin, işaret ve biçimlerin uygunluk içinde düzenlenişinde gören, ayrıca kelimelerin müzik ve sembol değerine dayanarak en anlatılmaz duygu inceliklerinin bile sezdirilebileceğini savunan bir anlayışa sahiptir. Bu akım “simgecilik” olarak ta bilinir.



Sembollerin ilk ögesi olan işaretler, insanlık tarihinin en eski dönemlerinden beri kullanılan önemli bir araçtır. İlk sembolik işaretler Eski Mısır ve Mezopotamyalılarda görülmektedir. Roma dünyası da sembolik işaretlere çok yer vermiş, tarihte Roma sembolleri tartışma konusu olmuştur. Bütün kültürlerde olduğu gibi Türk kültürü için de sembol ve sembolleştirme büyük bir öneme sahiptir. Gerek üretilen unsurların topluma kabul ettirilmesinde, gerekse kuşaktan kuşağa aktarılmasında rol oynayan semboller bilinçli bir üretimin sonucunda, üretildiği dönem ve toplumun değer yargılarını geldiği noktaya taşımaktadır. Geldiği nokta bazen dönemi ile sınırlı iken bazen de yüzyıllar sonrasına ulaşmıştır. Üretildikleri dönemler sembollere yüklenen anlamları da şekillendirmiştir. Üretim aşamasında şahsi olabilen kültürel semboller kişiden topluma kadar yaygınlık kazanarak bir milletin milli değerler bütünü içerisinde yer alabilmektedir. Bu anlamlar çerçevesinde şekillenerek kullanılan semboller Türk kültürü içerisinde birer damga niteliği taşıyarak, ait olduğu kültürün sembolü olmuştur.

Sanatta Sembol ve Sembolizm

Yapılan çalışmalar; sembollerin mitolojilerin resme dönüşmüş şekilleri olduğunu ve mitolojiler ve semboller

arasında sıkı bağlar bulunduğunu tespit etmiştir. Aynı zamanda sembollerin daha çok süslemecilikte kullanıldığı bilinmektedir. Günümüzde de süslemenin ana teması sembolik motiflere dayanmaktadır. Bu sembolik motifler uzun tarihi süreçlerde dünyanın çeşitli yerlerinde benzer şekilde ortaya çıkmıştır.

“Sanatın tarihi onu üreten insanların tarihidir. Sembol üreten insanların tarihi evrelerini anlatan, üst paleolitik çağlarda ortaya çıkan, özellikle çoğalma ile ilgili sembolik anlatımlar kendilerine özgü anlatım tarzı ile dikkati çekmektedir” (Ateş, 2002: 90).



Resim 1. İlkel Sembolizm (Ateş, 2002)



Resim 2. İlkel Sembolizm (Ateş, 2002: 97)



Resim 3. İlkel Sembolizm (Ateş, 2002: 97)

Bilinçli ve bilinçsiz belli bir anlatımı olan motifler herhangi bir fikri temsil etmek için kullanılan

şekillerdir. Türk süslemeciliğinde bu yaklaşımla kullanılan çok sayıda motifle karşılaşmak mümkündür. Bu motiflerin kökeni hakkında araştırma yapıldığında belli bir inanç sistemine veya medeniyete dayandırmak mümkündür. İlk insana dair sembolik olarak karşımıza çıkan mağara resimlerinde hayvanların gerçekçi çizimleri dışında en çok rastlanılan anlatım ise doğum ve çoğalmadır. İnsanoğlu için kutsal sayılan çoğalmanın temsil ettiği tüm gerçekler sembolik bir çizimle anlatılmıştır. Sembolizmde genellikle insan ögesi özellikle kadın ön plana çıkmış, onun doğurganlığı kutsanarak sembolik dünyanın önemli bir bölümü bu simgelerle örülmüştür.

“Doğum ve çoğalma kadın ile simgelenirken, ölüm veya ölü de baş aşağı insan grafiği ile resmedilmiştir. Baş aşağı üçgen dişi, tersi erkeği, kare kutsal mekânları, mezar mekânlarını, daire ve eş merkezli daireler yumurtayı, temsil eder” (Ateş, 2002: 187).

Sembol dilinin estetik ifade biçimlerinden yararlanan sanat eserleri arasında dokumalar bilinmektedir. Dokumacılık sanatında kullanılan süsleme öğeleri plastik değerlerinden çok içerdikleri anlam yükü bakımından tercih edilmişlerdir. Bu özelliği ile dokundukları eşyaya belli bir anlam yükleyen bu motifler Türk dokuma

sanatında nesiller boyunca korunarak kullanılmaya devam etmiş ve günümüze ulaşmıştır. Sembolizmin sanat eserleri üzerinde en dikkati çeken kolunun dokumalar olması geleneklerine bağlı toplumlarda üretilmiş olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu dokumaları üreten Anadolu kadını da iletişimde üyesi bulunduğu topluma karşı son derece kapalıdır. Mesajlarını dolaylı yoldan iletmek zorunda kalan dokuyucu kadınlar sembolik motifler aracılığı ile mesajlarını istedikleri gibi verebilmişlerdir.



Resim 4. Anadolu kadını ve sembolik motifler (Diler, Gallice, 2018: 148)

Dokumalarda yoğun olarak göze çarpan motif grupları anlamları bakımından incelendiğinde; Eli Belinde doğum ve çoğalmanın kutsallığını, Koçboynuzu kahramanlık ve yiğitliği, Bereket çoğalmayı, İnsan

bir insanı anmayı ve iz bırakma isteğini, Saç Bağı ve Küpe genç kızlarda evlenme beklentisini, Bukağı eşlerin birbirine sadakatini ve bağlılığını, Sandık gelecek beklentisini, Aşk ve Birleşim, (Ying Yang) zıt kutupların birbirini tamamlamasını, kadın ve erkeğin birbirine olan ihtiyacını, Yıldız mutluluk ve gücü, Su Yolu (Meander) suyun kutsallığını, Pıtrak, El-Parmak-Tarak, Nazarlık ve Muska, Göz nazara karşı korunmayı, Haç dört yönü ve hava-su-ateş-toprağın kutsallığını, Yılan, Akrep, Ejder, Kurt Ağzı-Kurt İzi, zarar veren canlılara karşı korunmayı, Kuş ahiret hayatına olan inancı, Hayat Ağacı ve İm dünyada iz bırakma isteğini temsil eder.



Resim 5. Sembolik motiflerden "elibelinde" (Diler, Gallice, 2018: 67)



Resim 6. Sembolik motifler (Diler, Gallice, 2018: 232)

İnsanoğlunun yaşamında vazgeçilmez bir yere sahip olan ağaç ise, işlevselliği ve sayısız faydalarından dolayı kutsal bir varlık olarak görülmüş, toplumların inançlarında, mitolojilerinde ve sanatlarında sıkça kullanılan sembolik bir motif olmuştur. İnsanlar hayat ağacı motifini uğur ve bereket getirmesi inancıyla giysilerinde ve evinde kullandığı tekstil yüzeylerinde kullanmışlardır. Yaşam döngüsünün sembolü olarak adlandırılan hayat ağacı, yaşamımızda kutsallığı ve önemiyle varlığını sürdürmeye devam edecektir. Bunun yanında ay, güneş, dağ, çeşitli hayvanlar ve çiçek türleri süslemecilikte sembolik motiflerin gelişmesinde önemli kaynaklar olarak karşımıza çıkmaktadır.



Resim 7. Dilek ağacı (Diler, Gallice, 2018: 186)



Resim 8. Hayat ağacı motifi (Diler, Gallice, 2018: 187)

Sembollerin Evrenselliği

Sembol ve sembolizmin ifade ettiği gizemli şekillerin dönemler boyunca aynı biçimde kurgulanmaları ve korunmaları dikkati çekmektedir. Farklı diller kullanan toplumlarda bile kullanılan semboller ortak olduğundan söz konusu çizgiler evrensel bir boyuta sahiptir. Sembolik anlamı ile tanınan motifler farklı toplumlarda, farklı zamanlarda aynı anlamları ile bilinmekte ve duyumsanmaktadır. Birbirleriyle iletişimi olmayan topluluklarda mitolojilerin hep aynı semboller ile anlatılmış olması da bu fikri güçlendirmektedir.

Bu çalışmada ortaya konulan düşünceyi güçlendiren örneklerden birisi şudur.“Yörükler ve Amerikan yerlileri gibi tarihi ve kültürel zenginliği olan iki önemli topluluğun el sanatı üretimlerinin birbirine olan yansımalarında dikkate değer benzerlikler görülmektedir” (Akan, Nas,Bezirci,2005:1001).Dokumacılıkta kullanılan motiflerin her iki toplulukta da geçmiş belleğe dayanan sembolik ifade niteliğinde biçimlendiği görülmektedir.Bu motifler ait oldukları topluluğun imleri olarak günümüze ulaşmıştır.Kilim motiflerinde olduğu gibi diğer süslenme geleneklerinde de sembolik ifade yolları görülmektedir. Bunlardan bir diğeri geleneksel baş süslemesidir.Her iki toplulukta da baş süslemelerinde görülen renkler ve malzemeler açısından birbirine benzeyen bir yaklaşım göze çarpmaktadır.Bu özellikler kullanılan başlığın sembolik anlamlarını çeşitlendirmektedir.Bu örnekte zengin kültür birikimi açısından oldukça geniş bir yelpazeye yayılan motif özellikleri ve içerdikleri anlamlar incelenmeye değerdir.Kuzey Amerika Yerlileri ile Anadolu Türklerinin aynı sembol dilini kullanmış olmaları dikkat çekicidir.



Resim 9. Amerikan yerlilerinde kilim (Whiteford, 1990) (Akan, Nas, Bezirci, 2005:1016).



Resim 10. Yörük kilimi (M. Akan arşivi, 2002)(Akan, Nas, Bezirci, 2005:1015).



Resim 11. Amerikan yerlilerinde kilim (Whiteford, 1990)(Akan, Nas, Bezirci, 2005:1016).



Resim 12. Yörük kilim motifleri(Diler, Gallice,2018: 223)



Resim 13. Yörük kadın baş süslemesi (Anonim,1993) (Akan, Nas, Bezirci, 2005:1017)



Resim 14. Amerikan yerlilerinde baş süslemesi (Whiteford, 1990)(Akan, Nas, Bezirci, 2005:1016)



Resim 15. Yörük gelin baş süslemesi (Anonim,1993) (Akan, Nas, Bezirci, 2005:1016)



Resim 16. Amerikan yerlilerinde baş süslemesi (Whiteford, 1990)(Akan, Nas, Bezirci, 2005:1016)

Anadolu'da motiflerin sembolik anlamları incelenirken yırtıcı hayvanlara karşı korunma anlamlarını temsil eden yılan, ejder, akrep motif grubu dikkat çekicidir. Bu

canlıların ısırıldığı insanları zehirleri ile öldürme gücüne sahip olmaları nedeni ile insanların kullanım eşyalarına veya evlerine bu motifleri işleyerek onlardan korunduklarına inanmalarına yol açmıştır. Özellikle Yörük dokumalarında çok sık şekilde karşılaştığımız bu motiflere Almanya'nın Bradenburg şehri, Upper Spree Ormanı-Lusatia bölgesinde yer alan bir kasaba olan Lübbenau Spreewald de bir evin çatı kısmında rastlamamız ve nedenini sordüğümüzda aynı şekilde korunma amaçlı olarak açıklanması sembolizmin evrenselliği fikrini güçlendirmektedir. Bu çalışmada yer alan örnekler dışında da sembolizmin evrenselliği fikrini güçlendiren başka örneklerle rastlanabilir.



Resim 17. Yılan motifi (Erbek, 2002:150)



Resim 18. Lübbenau Spreewald-Almanya (M. Akan arşivi, 2009)



Resim 19. Lübbenau Spreewald'de yılan süslemeli ev-Almanya(M. Akan arşivi, 2009)

Sonuç

Bu çalışmada sembolik motiflerin insanoğlunun evrensel belleğinde nasıl yer aldığı sorgulanmış ve değerlendirilmiştir. Sembolizmin “insanlığın ortak mesajlarını ileten evrensel bir dildir” tanımlamasından yola çıkarak evrenselliği ele alınmıştır. Sembollerin anlatmaya çalıştığı bakış açısı bize evrenin ortak bir dil oluşturduğunu göstermektedir.

Sembolik motiflerin teknik olarak yapısı gereği, simetri anlayışı, iki felsefeyi anlatabilme uğraşısıyla ilgilidir. Soyut alfabeye sahip olmayan insan böylesine dolu ve karmaşık görünen hayat olgusunu başka türlü nasıl anlatabilirdi sorusu akla gelmektedir. İnsanoğlunun anlatmak istediği konu ve olayı bu kadar yoğun ve az elemanla ifade edebilmek için sembol dilinden yararlandığı görülmektedir.

Sembol dilinin sunduğu ifade kolaylığı ise sembolik mesajlar içeren eserleri üreten sanatçılar için bir konfor alanı

oluşturmaktadır. Bu nedenle tüm toplumlarda mesaj verme kaygısı ile üretilen eserler ve toplumun değer yargısını içeren süsleme örneklerinde evrensel bir dil göze çarpmaktadır.

Sembolizmdeki evrenselliğin nedenleri sorgulandığında;

-insanoğlunun aynı gökyüzü altında benzer şartlar altında sürdürdüğü yaşam şartları ve coğrafya, insanlığın sahip olduğu içgüdüsel algı ve duyum,

-insanın ortak fiziksel tepkileri (korku, sevinç korunma, güven, mutluluk, hüznün, vs.),

-çevrede maruz kalınan uyaranların benzer olması,

-benzer topluluklarda gelenek ve toplum yapıtırımı,

-atalardan alınan sürdürülebilir alışkanlıkların farklı toplumlarda bile benzerlik göstermesi gibi nedenler ilk akla gelenler olarak sıralanabilir.

KAYNAKLAR

Anonim. Türk El Sanatları. Ankara: Kültür Bakanlığı Halk Kültürünü Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü yayınları:202, 1993.

Akan, Meral., Nas, Emine., Bezirci,

Zuhal. “Yörükler ve Amerikan Yerlilerinde Yaşam Biçiminin Şekillendirdiği Bazı El Sanatları Üzerine Görüşler”.6. Uluslar arası Türk Kültürü Kongresi Bildirileri. C.3, Ankara:A.K.M. yayınları, 2005: 997-1020.

Akan, Meral. “Tasarımda Sembol Kullanımının Dokuma Sanatçısının Eserlerine Yansıması”. II. International Fine Art Symposium (IFAS II) 12-13- Kasım 2015. Konya,2015:111-116.

Alantar, Hüseyin. Motiflerin Dili. İstanbul: İTKİB yayınları, 2007.

Ateş, Mehmet. Mitolojiler ve Semboller ve Halılar. İstanbul, 1996.

Ateş, Mehmet. Mitolojiler ve Semboller -Anatanrıça ve Doğurganlık Sembolleri-. İstanbul, 2002.

Civcir, Esmâ. Sanatta Temel Bilimler Semboller ve Kavramlar. Ankara, 2015.

Diler, Ahmet., Gallice, Marc-Antoine. Kilimin Sembolleri. İstanbul:Alfa yayınları,2018.

Erbek, Mine. Çatalhöyükten Günümüze Anadolu Motifleri. Ankara:T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, 2002.

Whiteford, Hunter Andrew. Nort American Indian Arts. New York: Martin's Press, 1990.

SERAMİK KARO YÜZEYLER ÜZERİNE ENDÜSTRİYEL DİJİTAL BASKI TEKNOLOJİSİ İLE İKİ BOYUTLU TASARIM UYGULAMA ÖRNEĞİ

*TWO DIMENSIONAL DESIGN APPLICATION EXAMPLE
WITH INDUSTRIAL DIGITAL PRINTING TECHNOLOGY
ON CERAMIC TILE SURFACES*

Prof. Dr. Nurettin GÜLAÇTI, Funda ERKÖYLÜ

Giriş

Tarihsel süreç incelendiğinde insanların “Sanatı” bir anlatım aracı olarak kullandıkları, sanatçıların yapmış oldukları eserlerde yaşamış oldukları dönemi yansıttıkları dilleri, dinleri, yaşam biçimlerini kullandıkları araç ve gereçler yardımı ile kendilerine özgü bir dil oluşturdukları görülmektedir.

Sanat tarihinin mağara resimleriyle başladığı varsayımı ile mağaralarda yaşayan insanların ellerini boyadıktan sonra mağara duvarına basarak bırakmış oldukları izlerin ilk örnekler olduğu ve mağara resimlerinin, resim ve baskı resim sanatının da ilk başlangıcı olduğu düşünülebilir.



Resim 1: M.Ö 30.000 Chauvet Mağarası El Baskıları, Arjantin Kaynak: (http://arkeolojihaber.net).

Tarihte birçok uygarlık kendine özgü geliştirdikleri tekniklerle kendilerinden sonra gelen uygarlıklara esin kaynağı olmuştur. Bu doğrultuda incelendiğinde Anadolu’da yaşamış olan Hitit ve Sümer dönemlerine ait silindirik mühürlerin de baskı sanatına kaynak olan ilk örnekler arasında olduğu düşünülebilir. Ahşaptan hazırlanmış silindirleri ucu sivri araç gereçler yardımıyla oyarak mühürler oluşturulmuştu. Bu model mühürlerin yüksek kalan kısımlarına boya sürülerek belli bir basınçla ileri doğru yuvarlayarak desenin kil üzerine geçmesi sağlanarak ilk yazılı tabletlerin oluşturulduğu görülmektedir. Bu belgeler bir silindirin döndürülmesi ile elde edilen ilk baskı örnekleridir.



Resim 2: Sümer Dönemine Ait Silindirik Mühür ve Kil Üzerindeki Baskısı Kaynak: (https://www.metmuseum.org/).

İlk bulgularına Asur ve Babil dönemlerinde rastlanan baskılar, imge çoğaltma tekniği, tarih boyunca sanatçıların tarafından kullanılmış tek ve en etkili yöntem olmuştur. Baskı-resmini, tüm diğer çoğaltma yöntemlerinden ayıran en önemli özellik orijinalinin hiç bozulmadan çoğaltabilmesi imkânını sunmasıdır (Küçüköner, 2012: 4).

Tarih boyunca metal ustaları zırh, silah, çeşitli ev eşyaları ve takı gibi altın, gümüş veya bronzdan yapılmış farklı madenleri sivri aletlerle kazıyarak süslemişlerdir. Yine bu sanatçıların kazıdıkları madenler üzerindeki işlemlerin etkisini görmek için ilk önce yumuşak kil üzerine baskı yaparak yapmış oldukları deseni görmüşlerdir (Gölönü, 1979: 72). Böylece ilkel de olsa ilk baskıyı bulup kullandıkları söylenebilir. Çin’de kâğıt bulunmadan önce resimler kil, taş, kumaş, keçe, maden ve yumuşak deri gibi malzemeler üzerinde yapılıyordu. Fakat kâğıdın bulunmasıyla birlikte neredeyse tüm resim ve yazılar kâğıda aktarılmaya başlanmıştır. Böylece baskı sanatı için kâğıt; baskı sanatında önemli bir yer edinmiş oldu. İlk baskı resimler kâğıdın bulunmasıyla 9. yüzyılda Çin’de ortaya çıkmıştır. Çeltikten üretilen bir tür kâğıda basılan bu gravür teknik yüzyıllar boyunca gizli kalmış, bu nedenden dolayı yaygınlaşmamıştır (Arslan Sevin, 2006: 12).

Kâğıt bulunduktan sonra ilk önce baskılar el yapımı dolgun kâğıtlara siyah mürekkep kullanılarak basılmıştı. Büyük boyutlarda yapılan bu kâğıtlar üzerine baskı resimler ve yazılar basılıyordu. Budizm’in Çin’e yayılması ile birlikte M.S. 868’lerde Çinli sanatçı-

lar tarafından 5 metre uzunluğundaki “Diamond Sutra” gibi Budizm’i anlatan ahşap baskı resimlerin basılmış olduğu görülmektedir (Küçüköner, 2012: 5). Diamond Sutra metninde, Buda, öğrencilerinin oluşturmuş olduğu bir çember içinde onlarla konuşurken resmedildiği görülmektedir. Bu resim baskı-resmin gelişimine önemli katkı sağlayan kâğıt belge niteliğindedir.



Resim 3: Diamond Sutra Kaynak: (http://diamond-sutra.com/).



Resim 4: Diamond Sutra Öğretisi İlk Ağaçbaskı Örneği. Çin, 868 Kaynak: (Akalan, 2000: 4).

Avrupa’da kâğıdın yaygınlaşmasıyla birlikte kısa bir süre sonra “Tahta baskı-resimler ve kitaplar halk pazarlarında görülmeye başlandı; bu yöntemle oyun kâğıtları, komik resimler ve dinsel amaçlı baskılar yapıldı” (Gombrich, 2002: 282).

Ağaç baskının uzak doğuda yaygınlaşarak Hindistan üzerinden Avrupa'ya geçtiği bilinmektedir. İtalya'ya 1270, Fransa'ya 1370, Almanya'ya da 1453 yılında ulaştığı tahmin edilmektedir. Bu üç ülkenin karşılıklı sanatsal ve kültürel etkileşimi, baskının da gelişmesinde etkili olmuştur (Gençaydın, 1987: 34).

Ağaç baskı tekniğini kullanarak resim ve metinlerin bir arada basılması özellikle rahiplerin ilgisini çekmiş ve çeşitli dini konuların da yer aldığı görsel baskılar basarak okuma yazma bilmeyen halka kısa sürede ulaşması sağlanmıştı. Dinsel anlatımın yer aldığı bu baskılarda oldukça basit çizgiler tercih edilmiş. Tahta baskıları yapan ustalar kiliselere üretim yaptıkları için işi kutsal bir görev olarak görmelerinden dolayı yapmış oldukları baskıları imzalamazlardı.



Resim 5: Ulm'da Basılan "İyi Ölme Sanatı" Adlı Kitap İçin Resim, Ağaç Baskı 22.5x16.5 cm, 1470. Kaynak: (Gombrich, 2002: 283).

1440 yılında Gutenberg tarafından matbaanın bulunmasıyla Gutenberg'in ağaç kalıptan yapmış olduğu harfleri yan yana getirip yüksekte kalan kısımlara boya sürerek kitap baskılarını gerçekleştirmiştir. Böylece Avrupa'da yazı ve resim daha hızlı basılmaya başlandı. Kitap dağıtımının hızlanmasıyla, bilgi ve görüntünün iletişimdeki rolü de git gide önem kazanmaya başlamıştı. Kalıpları oyma, yazıları hazırlama ve basma işlemleri için birçok işçi bir araya geliyor ve ortaya bir iş alanı çıkıyordu.



Resim 6: Hz. "Yusuf'un Firavunun Rüyasını Açıklaması", Bilinen İlk Metal Oyma Baskı, 20,5 x 24 cm. Kaynak: (http://www.oldmasterprint.com).

17. ve 18. yüzyıl'da resimden kopya ile çoğaltma yapmak yerine, sanatçılar yeni şeyler üretebilmek için, farklı kazıma teknik ve yöntemler geliştirmişlerdi. Böylece sanatçıların geliştirmiş oldukları teknikler ve eserler günümüz sanatçılarına kadar ulaşmış oldu.

TÜRKİYE'DE BASKI SANATININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Baskı sanatı geleneksel yöntemlere sadık kalınarak yapılan bir sanat türü olmasının yanında günümüzde teknolojinin olanaklarıyla da yapılmaya başlanmıştır. Bu bağlamda hem geleneksel hem de çağdaş türleri birlikte kullanan bir sanat dalı olduğu belirtilmelidir.

Anadolu topraklarında ise bu sanatın temel işlemleri olan deseni; kesme, oyma, kazıma yöntemleri ile ağaç ve taş şekillendirme; metal oyma ve süsleme teknikleri yüzlerce yıldan beri kullanılmaktadır. Bu tekniklerle serbest veya konulu resimler yapılmamıştır, kumaş süslemelerinde, yazma ve örtü baskılarında ahşap kalıpların yüzeye bastırılmasıyla bir tür basma işlemi uygulanmıştır. Baskı kelimesi Türk baskı sanatları tarihinde resim anlayışından ziyade geleneksel bir üretim anlayışında "Yazmacılık" olarak adlandırılan halk sanatı Anadolu'da Elazığ, Tokat, Bursa ve Kastamonu'da gelişmiş, 17. , 18. ve 19. yüzyıllarda da İstanbul'da uygulandığı görülmüştür. Yazma baskıları ahşap kalıpların üzerine desenlerin oyulması ile hazırlanır. Hazırlanan bu kalıp önce yazma boyasına belli bir miktarda batırılır sonra da kalıplar yazmaların üzerine bastırılarak boyanın yazmaya geçmesi sağlanırdı. Türkiye'de ağaç kalıplarla kumaş baskılar üzerine yapılan bu geleneksel

yöntem, baskı sanatının ilk örnekleri sayılmaktadır (Erköylü, 2018: 13).



Resim 7: Tokat Yöresine Ait Yazma Örneği ve Ağaç Kalıbı Kaynak: (http://3.bp.blogspot.com).

1882'de Sanay-i Nefise Mektebi'nin kuruluşuna kadar batıdan gelmiş birçok gravür baskı ustasının Devlet Basım evinde çalışmasına rağmen çalışmalarını zanaat olarak kalmış, sanat eseri niteliğindeki baskılar ise, Güzel Sanatlar Akademisinin kurulmasıyla başlamıştır (Akalın, 2000: 106).

1 Ocak 1882 yılında Sanay-i Nefise Mektebi'nin müdürlüğüne, Avrupada eğitim almış arkeolog, müzeci, ressam Osman Hamdi Bey II. Abdülhamit tarafından atanmıştır. 3 Mart 1883 yılında eğitime başlayan Sanay-i Nefise Mektebinde ilk önce heykel, resim ve mimarlık bölümleri açılmış, daha sonra da 1887'de Hakkaklık (gravür) bölümü eklenmiştir. (Hakkaklık; metal, ağaç, taş üzerine elle yazı veya şekil oyma sanatıdır).

1927 yılında Sanayi Nefise Mektebi'nin isminin Güzel Sanatlar Akademisi olarak değişmesi ile birlikte 1936 da gravür alanında yeni yapılanma hareketlerinin başlamasıyla akademiye gravür alanında Avrupadan sanatçı öğretmenler getirilmiştir. Bunlardan birisi de Fransız sanatçı ve eğitici olan Leopold Levy Resim Bölümü Başkanlığına getirilmiş ve 1937 de gravür atölyesini kurmuştur. Levy gravür yapan ve bilgilerini öğrencilerine aktaran bir sanatçıdır. 1939'da Levy, özgün baskı atölyesine Floransa'da öğrenim görmüş, Sabri Berkel'i asistanı olarak atamıştır. Levy'nin asistanı olarak Sabri Berkel'i seçmesinin nedeni, Berkel'in gravürü ciddi bir çalışma alanı olarak görmesi ve çizimlerdeki ustalığıdır. Kurulan bu atölyede; çeşitli gravür çalışmaları (metal gravür, linolyum ve taş baskı) başlamış ve atölyeler okul dışından birçok sanatçıya da açılmıştır. Atölyede İlk gravür eserlerini Sabri Berkel ve Turgut Zaim vermişlerdir (Akan, 2000: 108).



Resim 8: Turgut ZAIM "Çorap Ören Çocuklu Kadın"
Linolyum 25x22 cm. Kaynak: (Akan, 2000: 110).



Resim 9: Sabri Berkel 49x63- 1934 Kaynak: (http://www.lebriz.com).

1950'lerden sonra baskı resimde hareketlenmeler ve çağdaş üretimler başlamıştır. 1966'da Fethi Kayaalp, yardımcı öğretim elemanı olarak Berkel'in yanında görevlendirilmiştir. Berkel ve Kayaalp birlikte özgün baskı resim çalışmalarına devam etmişlerdir.

1957'de İstanbul'da Güzel Sanatlar alanında üçüncü bir yükseköğretim kurumu olan, Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar

Yüksekokulu açılmıştır. Bu okul Türkiye endüstrisi ve el sanatlarının renk, desen ve şekil sorunlarını çözecek, yeni çalışmalar yapacak sanatçılar yetiştirilmek üzere açılmıştır. Almanyadan dönen Mustafa Aslıer burada çalışmaya başlamış ve o'nun girişimi ile 1960'ta okulun amacı olan yeniyi yaratma başarısının teknolojik olanaklarla olacağı inancıyla özgün baskı atölyesi açılmıştır. Okuldaki bu atölye okul dışı sanatçıların da çalışmalarına açıktı. Bedri Rahmi Eyüboğlu, Aliye Berger, Cihat Burak gibi sanatçıların bu atölyede okulun imkânlarını kullanarak çalıştıkları bilinmektedir (Küçüköner, 2012: 57).

1970 ve sonrasında İstanbul Atatürk, Samsun Eğitim Enstitüsü Resim-İş ve İzmir Buca Eğitim Enstitüsü Resim bölümlerinde gravür atölyeleri kurulmuş ve 1982 sonrasında da yeni açılan Üniversitelerin Güzel Sanatlar ve Eğitim Fakültelerinde de kurulmaya devam etmiştir.

1940'lardan günümüze kadar bütün sanatçılar özgün baskı resmin bütün tekniklerinde eser vermeye başlamışlardır.

Baskı sanatları tarihsel dönemlere ve kültürlerle göre çeşitlilik göstererek günümüze kadar gelmiştir. Günümüzde de geleneksel uygulamaların yanı sıra çağdaş ve deneysel uygulamalarla önemli bir sanatsal üretim olarak var olmaktadır.

Teknolojinin üretime katkısıyla birlikte sanatsal üretim süreci düşünce sınırlarını zorlama noktasına gelmiş yeni tasarım ve arayışlar kaçınılmaz olmuştur. Bu süreç de sanatta çeşitli tekniklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Disiplinler arası alanlarda bir araya getirilen teknikler, bilgisayar teknolojisi ile birlikte yeni ifade türlerinin gelişmesine neden olmuş ve sanatsal düşüncenin dijital ortamda yeniden şekillenmesine, sanatsal üretimlerde yeni anlatımların önünü de açmıştır.

BASKI TEKNOLOJİSİ VE DİJİTAL BASKI TARİHÇESİ

Günümüzde iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler dijital uygulamaların da hızla yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bilgisayar ve iletişim araçlarının tüm üretim faaliyetlerinde etkin kullanılmasıyla birlikte teknolojiye dayalı yeni bir süreç ortaya çıkmış; hemen her alanda etkisini gösteren dijitalleşme, sanatsal alana da kendisini göstermiştir.

Görsel sanatlarda tasarım sürecinde ve tasarımın ürüne dönüştüğü baskı aşamasında yoğun bir şekilde kullanılan dijital teknolojiler görsel sanatlar alanının zenginleşmesine neden olmaktadır. Baskının bilgisayar destekli ortamda, her türlü malzeme üzerine hızlı bir şekilde uygulanmasına olanak sağlayan dijital baskı; sunduğu imkânlarla yeni bir dönem başlatmıştır. Dijital baskı yoluyla çeşitli yüzeylere (sera-

mik, cam, tekstil, matbaa, dekorasyon malzemeleri, plastik, ahşap, iç ve dış mekân tasarımı, tekstil vb.) endüstriyel ve sanatsal birçok alanda dijital olarak yapılan baskılar sanatçıya işlevsel imkânlar sunmasının yanında, görsel ve deneysel çalışmalara da olanak sağlamıştır. Görsel sanat ürünlerinin ortaya çıkması; hem sanatçıları geleneksel baskı (gravür, serigrafi, ofset vb) yöntemleri dışında farklı arayış ve sunumlara yönlendirmekte, hem de endüstriyel sanatlar için yeni uygulama alanları yaratmaktadır. Bu bağlamda yaygın bir kullanıma sahip dijital baskı, gelişen teknolojiyle her alanda önemli bir yer edinmiştir. Grafik sanatlarla doğrudan bir ilişki kuran dijital baskı teknolojisi, yaşanan dijital dönüşümle birlikte ambalaj, dekoratif, fonksiyonel baskı gibi sektörleri de geliştirmektedir (Gilboa, 2016: <http://www.inkjetmagazine.com/endustriyel-baskinin-dijital-donusumu/>, (23.03.2020)).

Özgün baskı teknikleri genel anlamda Düz Baskı, Yüksek Baskı, Çukur Baskı, Elek (serigrafi) Baskı, Dijital Baskı olarak açıklanabilir. Uygulanacak olan çalışmaya göre doğru baskı tekniğini kullanarak teknolojik ve kaliteli olan baskı işlemleri yapılabilmektedir.

Düz Baskı: Özgün baskılar için kullanılan düz baskı, cam veya parlak metal bir levhaya merdane yardımı ile baskı boyası verildikten sonra bu levha üzerine yatırılan kâğıdın Arkasına bir kalem veya sivri uçlu benzer bir araçla

resim çizilerek baskı elde edilir (Özsegin, ve Aslier, 1989: 142).

Yüksek Baskı: Düz yüzeyli malzemelerin (ahşap, plastik, linol, vb) üzerine desenin çizilmesinden sonra çizilen desende beyaz kalmasının istendiği alanların oyma aletleri ile oyularak kalıptan çıkarılır. Geride kalan yüksek alanlara merdane ya da tampon ile boya verilerek basılmasını istenilen yüzeylere baskı yolu ile aktarılması ile elde etme yöntemine denir (Erköylü, 2018: 44).

Çukur Baskı: Çukur kazı “İntaglio” kelimesi, İtalyanca kesmek, oymak anlamına gelen, madeni levha üzerinde gerek asitle yedirerek (etching) gerekse bir aletle yapılan oyuntuların tümüne verilen addır. İntaglio; Hazırlanmış olan resmin orijinalini ortaya koymak ve aynı zamanda çoğaltmada en uygun yöntem olan metal gravür baskı için kullanılan plaka yüzeyindeki çukur kısımların boya ile doldurulması işlemine verilen addır (Gölönü, 1979: 8).

Bu gravür yönteminde önce metal plakalar kesilip parlatıldıktan sonra levha yüzeyindeki resim çeşitli kazıma uçları yardımı ile kazıyarak çizgiler oluşturulduktan sonra, asit içine atılıp asitin plakanın çizilen açık alanlarından madeni eritmesiyle çukurlar elde edilir. Gravür boyası hazırlanarak plaka üzerine sürülür ve çukur alanların boya ile dolması sağlanır ardından boya çukur ve çizgilerde kalacak biçimde levhanın

yüksekte kalan kısımları dikkatlice temizlenir. Önceden suya konulmuş olan gravür kâğıdı sudan çıkartılır ve ıslaklığı gazete yardımı ile alınır. Plaka pres makinesinin tablasına yerleştirilir ve gravür kâğıdı da plakanın üzerine yerleştirilir. Presin ayarı yapılarak presten geçirilir, sonra gravür kâğıdı dikkatlice plakanın üzerinden kaldırılır. Yumuşamış olan kâğıt levhanın çukur kısımlarına girerek oradaki mürekkebi alır. Böylelikle resim kâğıda aktarılmış olur. Kuruması için uygun kurutma raflarına konulur ve sanatçı arzusuna göre çoğaltma işlemi yapar.

Elek (serigrafi) Baskı: ilk kez ne zaman ve kimler tarafından uygulanmaya başlandığı bilinmemekle birlikte çeşitli uygulamalardan geçerek günümüze kadar gelmiştir. Serigrafi baskının İlk örneği olan Şablon baskılar; plastik, metal, kâğıt ve deri gibi malzemelerden hazırlanan şablonların elek niteliğindeki bir yüzeye yapıştırılarak istenilen bölgelere boya geçirilip desenlerin oluşturulması suretiyle yapıldığı bilinmektedir. Bu tekniği Japonya, Çin, Roma ve Eski Mısır uygarlıklarında duvar, tavan ve çömlek yüzeylerinin süslenmesinde uygulandıkları da görülmektedir (Gülaçtı, 2011: 108).

Günümüzde elek baskı diye de anılan serigrafi, tekstil sanayiinde, grafik sanatlarında ve baskı resim çalışmalarında kullanılan bir baskı tekniğidir. Serigrafi baskı yapılırken; metal ya da ahşap çerçeveye gerilmiş ipek, sıyrıcı (rakle),

baskı boyası (mürekkep) gibi malzemeler kullanılmaktadır. Serigrafi işlemine başlamadan önce uygulama yapılacak form tercihi yapılarak bu form üzerine uygun desen tasarımı yapılır. Tamamlanmış olan tasarımın film (pozlandırma) hazırlanmasına geçilir. Film hazırlama el ile yapılabileceği gibi, repro kameralar aracılığı ile ve bilgisayarlarla da gerçekleştirilebilir. Desenler, ışık geçirgenliği olan aydınlar ve asetat gibi malzemeler üzerine çizilmiş olmalıdır. Pozlama aşamasında Işık alan yerler sabitlenmiş olur, ışık almayan yerler ise tazikli su ile yıkama esnasında çözümlenerek açılır. Sonra bu eleğin içine konulan baskı boyası (mürekkep) bir sıyrıcı (rakle) ile sıyrılarak açık kalan yerlerden kâğıt, cam, kumaş, vb. malzemeler üzerine boyanın geçmesi ve desenlerin çıkması sağlanmış olur.

Dijital Baskı: Dijital baskı 1960’larda sanatsal üretime dâhil olan, bilgisayar alanındaki gelişmelerin basım ve çoğaltım tekniklerine olan yansımalarıdır. Milli Eğitim Bakanlığı dijital baskı için şu tanımı vermektedir: “Kelime anlamı, baskının bilgisayar destekli dijital ortamlarda yapılmasıdır. Matbaa tekniğinde kullanılan film ve kalıp gibi unsurların ortadan kaldırılmasıyla dijital çekilmiş bir fotoğrafın ya da taranmış bir resmin, bilgisayar yardımı ile uygun programlarda metin, grafik, çizim vb. görselin hazırlandıktan sonra dijital baskı makineleri yardımıyla doğrudan baskı malzemeleri (Vinil, Folyo, One Way Vision, Mesh, Canvas,

Cast folyo vs.) üzerine basılması işidir” (MEB, 2011: 3).

Dijital baskı makineleri ilk kez 2000 yılında İspanya Cevisama fuarında sergilenmiştir. O günden bugüne dek hızlı bir gelişim göstermiş olan bu teknoloji bugün üretim kalitesi ve verimliliği açısından fabrikaların tercih ettiği bir yöntem olmuştur (Korkmaz, 2017: 1869).

Günümüzde iletişim hızlı bir şekilde gelişim gösteren teknolojiye uymakta ve gelişmektedir. Baskıcılık da teknolojiden etkilenmekte ve dijital hale gelmektedir. Birçok alanda etkisini hissettiğimiz dijitalleşme, sanatsal alanda da etkisini göstermeye başlamıştır.

Özellikle grafik sanatlarda kullanılan bu teknoloji sayesinde hem tasarım sürecinde hem de tasarımın ürüne dönüştüğü baskı aşamasında yoğun bir şekilde kullanılan dijital teknolojilerin görsel sanatlar alanında tasarımdan ürüne giden yolu oldukça kısalttığı görülmüştür. Baskının bilgisayar destekli ortamda, avantajı olarak her türlü materyal üzerine hızlı, yeni ve kaliteli tasarımların çıkmasını sağlamaktadır.

Türkiye Seramik Federasyonu Dergisinin 36. sayısında, dijital baskının önemi hakkında şu ifadeler yer verilmiştir: “2011’de 50. yılını kutlayan Siti-B&T Group’un temsilcisi Andrea

Poli de “Seramik endüstrisinde püskürtmeli teknoloji dönemi” hakkında katılımcılara bilgi verdi. Bu alandaki yeni teknolojilerden de söz eden Poli, “Bugün dünya seramik pazarının çoğu dijital makinelerle üretilmiş ürünler istiyor. Özellikle ABD pazarı...” dedi. Seramik sektörü için sekiz renk barındıran makinelerin yeterli olduğunu, ancak firma olarak 12 renk barındıran yeni teknolojilerinin sektörün ötesinde bir gelişme olduğunu söyleyen Poli, makinenin özelliklerini anlattı: “Yeni teknolojimiz ile bir resmi aynen fayans üzerine basabiliyoruz. Baskı kalitesini artırdık. Çözünürlüğü 300 dpi olan, mürekkep kullanımında tasarruf imkânı sağlayan bir makine. Bütün doku ve renk detaylarını görebiliyorsunuz. Herhangi bir fiziksel baskı olmadan çok derinlemesine baskı yöntemi uygulayabiliyor. Uygulamalarda gerçek efekt sağlanıyor. Bu makine ile 16 metrelik bir ürünün baskısını gerçekleştirebilirsiniz.” (Türkiye Seramik Federasyonu Dergisi, 2011: 44-46).

Dijital Baskı teknolojik açıdan incelendiğinde, düşünmeyi ve araştırma isteğini harekete geçirerek farklı deneyimler ortaya koymaktadır. Baskı resmin dijital teknolojinin gelişmesine, diğer bir açıdan da sanatçıya litografi, ipek baskı ve kuru kazı (“Kuru Kazıma, metal kalıp yüzeyine çeşitli sivri uçlu aletler yardımı ile her türlü doku ve çizgilerin oluşturduğu çukurlara boya vererek pres

yardımları ile kağıt gibi yüzeylere aktarılması tekniğidir) gibi geleneksel baskı tekniklerinin benzersiz ürün çeşidini de sunmaktadır. Bu tekniğin sınırlarını genişletmekle kalmayıp, geleneksel olanla dijital olanı aynı yerde sunarak, daha güçlü yönleriyle de karşımıza çıkmaktadır.

Dijital teknoloji aracılığıyla dijital tasarım üretimi, geleneksel olandan farklı olarak, kâğıttaki konunun tasarlanması tamamen bilgisayarda elde edilen bir süreçtir. Bu teknikle daha kolay ve hızlı sonuçlar elde edilmekte, kâğıt üzerinde ya da bilgisayar ortamında hazırlanan tasarımın bir butona basılmasıyla görüntünün aktarılması, bu teknolojinin geleneksel baskı teknolojilerinden farklı ve güçlü yönüne dikkat çekmektedir (Fırincı, 2013: 132).

Dijital teknoloji, geleneksel yöntemlerin uygulamasında kullanılan sağlığa olumsuz etkileri olan kimyasallara olan teması en aza indirmiştir. Bunun yanı sıra geleneksel yöntemlerle yapılan çalışmalarda ortaya çıkabilen olumsuzluklar, riskler bu teknoloji sayesinde en aza indirgenmiştir. Diğer bir yandan, geleneksel yöntemler ile yapılan bir baskı resim üzerinde dijital müdahaleler ile geleneksel baskı tekniklerine yakın sonuçlar elde edilebilmekte veya el ile üretilen çalışma dijital ortama aktararak, çalışma üzerinden istenilen sayıda yeni tasarımlar yapılabilenmektedir. Gelenek-

sel teknikler ile istenilen renk, doku, şekil vb. ulaşılamayan seçeneklere bu teknik sayesinde çok daha rahat ulaşılabilmektedir.

Dijital ortamda hazırlanan tasarımları, kalıba ihtiyaç duymadan kolay bir şekilde basabilen bu sistemler; zamandan ve maliyetten tasarruf sağlamanın yanı sıra istenilen ölçüde ve miktarda kaliteli baskıya olanak sağlamaktadır. Her baskıda aynı sonucu veren, işlerin üretim süresini kısaltan verimliliğiyle dijital baskı sistemleri her geçen gün daha da çekici hale gelmektedir.

Uv Dijital Baskı Nedir?

UV baskı, ultraviyole baskı kurutma tekniği olup, güneş ışınlarına karşı dayanıklılık süresinin yüksek olduğu boyanın kuruma süresini bir saniyeden daha kısa bir süreye düşüren özel kurutma (kürleme) makineleri ile yapılan bir baskı tekniğidir. UV baskı tekniği metin baskısı, fotoğraf, çizim ve her türlü baskı sistemi için en etkili çözümdür. İstenilen her türlü malzeme UV baskı tekniği ile istenilen şekilde sayıda ya da renklerde baskı işleminden geçebilir.

Uv Dijital Baskının Avantajları

Uygulandığı yüzeyde hızlı kurur ve dayanıklılık sağlar. Yüksek baskı kalitesine sahip olan UV Baskı tekniği, her materyale kolay uyum sağlar.



Hem iç hem de dış mekânlarda kullanım için oldukça idealdir. Farklı iklim koşullarında bile renklerin solması neredeyse imkânsızdır.



Resim 10: Uv Dijital Cam-Baskı Kaynak:(<http://pixeluvdizayn.com/uv-cam-baski/uv-cam-baski-ultraviyole-cam-baski-pixel-uv-dizayn-ankara-siteler-turkiye-1/>).



Resim 11: Dekorasyon Sektöründe Ahşap Uv Dijital Baskı Kaynak: (<https://www.boranreklam.com/uv-baski/ahsap-baski/>)

Seramik Karo Üzerine Uv Dijital Baskı Uygulama Aşamaları

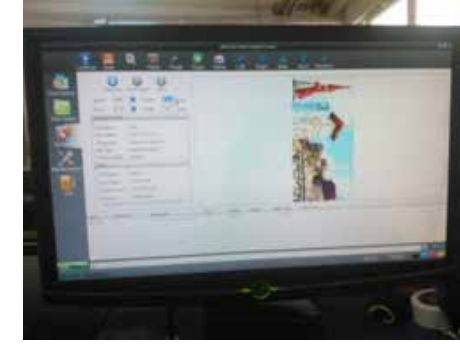
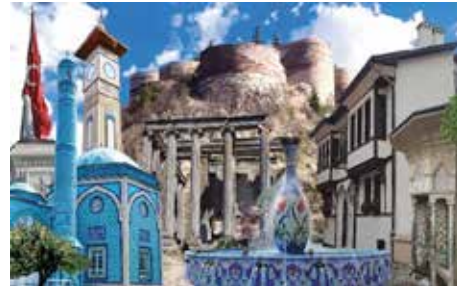
Gelişen teknoloji en çok bilgisayar dünyasında kendini göstermektedir. Bu gelişmeler incelendiğinde baskı ve çoğaltım tekniklerinde en son gelinen noktanın dijital baskı teknolojisi olduğu görülmektedir. Dijital baskı tekniği, ilerlemekte olan yeni sayılabilecek bir üretim biçimidir. Dijital baskı tekno-

lojisinin işleyişi incelendiğinde tasarımın tamamen bilgisayar ortamında yapıldığı ve bu teknik sayesinde daha kolay ve hızlı bir şekilde istenilen sonuca ulaşıldığı görülmektedir. Yapılan araştırmada kullanılan çözünürlüğü 1440 dpi saatte 3,5 m2 ile 25 m2 ye kadar baskı hızına sahip UV dijital baskı makinası modelinde tiner bazlı sır üstü baskı tekniğine uygun UV baskı boyası kullanıldığı görülmüştür.

Dijital ortamda hazırlanan tasarımların, baskının yapılacağı yüzey ya da ürün üzerine basılması, bu sürecin istenilen şekilde tamamlanmasında önemli yer tutar. Baskı öncesinde tasarıma gösterilen titizlik baskı sürecine geçildiğinde tasarımın etkili bir şekilde yansıtılabilmesi için en önemli aşamadır (Ambrose, Harris, 2014: 47).

Uygulama Yapılacak Desenin Tasarlanması

Bu aşamada ilk olarak uygulanmak istenilen tasarım photoshop programında hazırlanır. Yüksek çözünürlükte (1440x1440 DPI gibi) hazırlanan tasarım dijital baskı makinasına aktarılmasıyla baskıya hazır hale getirilir.



Resim 13: Karoların Dijital Baskı Makinasına Dizilmesi Kaynak: (Funda Erköylü fotoğraf arşivi).

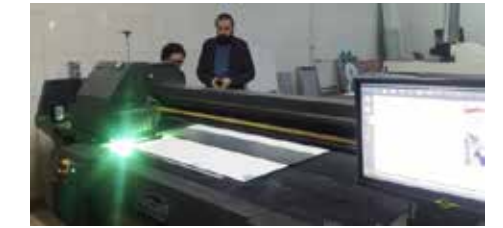
Tasarımın Seramik Karolara Aktarılması

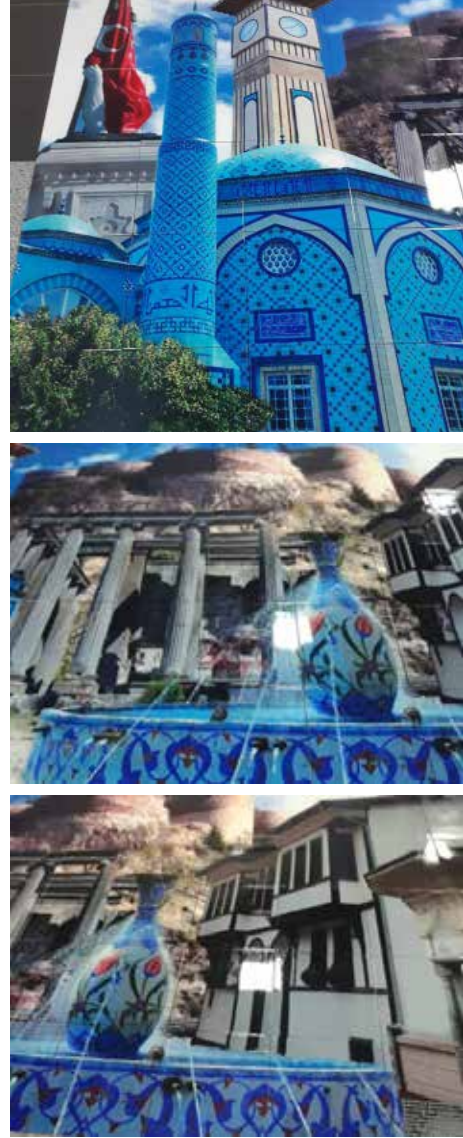
Dijital baskı makinasında ölçüsü hazırlanan tasarım baskıya hazır hale getirilerek basım işlemine başlanır.

Resim 12: Tasarım Görüntüsü ve UV Dijital Baskı Makinasına Aktarılması Kaynak: Funda Erköylü Fotoğraf Arşivi

Uygulama Yapılacak Seramik Karoların Hazırlanması

Tasarımın ölçüsüne uygun karolar dijital baskı makinasının üzerine dizilerek baskıya hazırlanır.





Resim 14: Baskı Aşaması Kaynak: (Funda Erköylü Fotoğraf Arşivi).

Basım işlemi tamamlandıktan sonra boyaların dayanıklılık süresini arttırmak, dış etmenlere karşı korumak ve parlaklık vermesi amacıyla üzerine UV boya koruyucu uygulanır. Uygulama yapılmış olan karonun kenarları temizlendikten sonra UV ışıklı kurutma ma-

kinasına yerleştirilir. Yerleştirilen karonun ortalama 1-2 dakika içerisinde kuru ve parlak bir şekilde hazır olduğu görülmüştür.



Resim 15: UV Boya Koruyucu Uygulanması Kaynak: (Funda Erköylü Fotoğraf Arşivi).



Resim 16: UV Kurutma Sistemi Kaynak: (Funda Erköylü Fotoğraf Arşivi).

Dijital Baskı Seramik Pano Montaj Aşaması

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi be-desten girişine 2018 yılında bap projesi ile uygulanmış olan Uv dijital baskı panonun montaj aşamaları.



Resim 17: Uv Dijital Baskı Panonun Montaj Aşamaları Kaynak: (Funda Erköylü Fotoğraf Arşivi).

SONUÇ

Günümüzün değişen ve gelişen standartları sonucunda sanatçılar baskı açılarını geliştirmiş ve yeni ifade arayışlarına yönelmişlerdir. Plastik sanatlar alanındaki hızlı değişimler, hem biçimsel olarak hem de kullanılan teknikler açısından seramik ve çini sanatını etkilediği görülmüştür. Araştırmalar sonucunda, baskı teknikleri günümüze değin her ne kadar değişim gösterse de aslında geçmişteki tekniklerin tekrarlandığı görülmektedir. Sırüstü ya da sırsız yüzeylerde uygulama imkânı sağlayan teknikler, geçmişte olduğu gibi günümüzde de özgün eserler yaratma fırsatı sunmaktadır. Her zaman daha estetik olanı üretme isteği sonucunda ortaya çıkan farklı dekorlama teknikleri, seramik ve çini yüzeyler üzerinde teknikler kazandırılmasına neden olmuştur.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte baskı tekniklerinin de geliştiği buna karşın geleneksel tarzdan uzaklaşmadığı zamanla çeşitliliği arttırdığı (dijital baskı, lazer baskı gibi), bilinmektedir. Sınırların olmadığı bir ortamda çeşitliliğin artması ve yeni arayışların olması baskı resme de yeni bir bakış açısı kazandırdığını söylemek mümkündür.

Bu bağlamda seramik baskı teknolojisi üzerindeki yenilikler, farklı bir düşününce, fikrin gelişerek ve güçlenerek ilerlemesini sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

Akalan, G. (2000). Gravür. İstanbul: Kale Seramik Sanat Yayınları.

Ambrose, G. & Harris, P. (2014). Grafik tasarımı baskı ve sonlandırma. İstanbul: Literatür Yayınları.

Arslan, S. N. (2006). Gravürlerle yaşayan Osmanlı. 1. Baskı, Ankara: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü.

Erköylü, F. (2018). 18. yüzyıl sonu 19. yüzyıl başında yapılmış olan İstanbul gravürlerinin sır altı tekniğinde seramik ve çini bünye üzerine uygulanması (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Fırıncı, M. (2013). Dijital çağda geleneksel baskı resim ve teknikler arası geçiş (Melezleşme). Anadolu Üniversitesi Sanat & Tasarım Dergisi, 4(4): 131-132.

Gençaydın, Z. (1987). Beş yüzyıl boyunca Alman ağaç baskı sanatı. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, GSF Yayınları.

Gilboa, R. (2016). Endüstriyel Baskının Dijital Dönüşümü. <http://www.inkjetmagazine.com/endustriyel-baskinin-dijital-donusumu/>, (23.03.2020).

Gombrich, E. H. (2002). Sanatın öykü-

sü. 3. Baskı, Ankara: Remzi Kitabevi.

Gölönü, G. (1979). Kazı resim. İstanbul: Devlet Güzel Sanatlar Akademisi Yayını.

Gülaçtı, N. (2011). Günümüz Kütahya'sında seramik-çini üretimi ve durum tespiti (Yayınlanmış Sanatta Yeterlilik Tezi). Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.

<http://3.bp.blogspot.com>, (17.01.2018).

<http://arkeolojihaber.net/wp-content/arjantindeki-eller-magarasi-cizimleri-13-000-ila-9-000-yillari-arasina-ait-2-1024x683.jpg>, (28.01.2018).

<http://diamond-sutra.com/>, (28.01.2018).

<http://pixeluvdizayn.com/uv-cam-baski/uv-cam-baski-ultraviyole-cam-baski-pixel-uv-dizayn-ankara-siteler-turkiye-1/>, (17.04.2020).

<http://www.lebriz.com>, (05.03.2018).

<http://www.oldmasterprint.com/>, (28.01.2018).

<https://www.boranreklam.com/uvbaski/ahsap-baski/>, (17.04.2020).

<https://www.metmuseum.org/>, (28.01.2018).

Korkmaz, T. (2017). Karo üretiminde kullanılan inkjet teknolojisinin seramik sanatında alternatif bir teknik olarak değerlendirilmesi. İdil Dergisi, 6(34): 1869.

Küçüköner, H. (2012). Gravür sanatı tarihi ve modern uygulamalar (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

MEB, (2011). Matbaa teknolojisi geniş ebatlı dijital baskı. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.

Özsezgin, K. ve Aslier, M. (1989). Başlangıcından bugüne çağdaş Türk resim sanatı tarihi. Cilt: 4, İstanbul: Tıglat Yayınları.

Türkiye Seramik Federasyonu Dergisi. (2011). Yeni teknoloji rekabette avantaj sağlar. Seramik Türkiye - Türkiye Seramik Federasyonu Dergisi, 36, 44-46.

KAMU PEDAGOJİSİ OLUŞTURMA SÜRECİNDE İLLÜSTRASYON VE GÖRSEL OKURYAZARLIK

ILLUSTRATION AND VISUAL LITERACY
IN THE PROCESS OF BUILDING
PUBLIC PEDAGOGY

Mine KÜÇÜK

Giriş

21. yüzyıl çokkültürlü oluşumların meydana gelebildiği ve yeni tür kültürel üretimlerin gerçekleştirildiği bir dönemdir. Bu bağlamda çokkültürlü bir ortamda yaşam kalitesi sorunu, kamusal alandan bireysel alana kadar her bir ilgili için, eğitimin sağlanmasıyla mümkündür. Çokkültürlü eğitim olarak adlandırılan kavramın tarihsel süreci 1960'lara dayanmaktadır (Banks,1989; Davidman &Davidman, 1997; Gorski, 1999). Bu dönemde yaşanan toplumsal olaylarla literatürde yerini alan kavram günümüzde de hala üzerinde tartışılan konulardan biri olmayı sürdürmektedir. Süreç içerisinde atılan önemli adımlardan biri 1996'da UNESCO'nun, "21. Yüzyıl için eğitim" (Delors, 1996) adlı bir rapor yayınlamasıdır. Bu raporda üzerinde durulan önemli konulardan biri 'birlikte yaşamayı öğrenmek'tir.

Birlikte yaşamayı öğrenme süreci için bir çok yaklaşım gündeme gelmiş ve çeşitli çalışmalarla kayda değer veriler

elde edilmiştir. Elde edilen verilerden biri de çokkültürlü bir toplumda kamu pedagojisinin önemli olmasıdır. Eğitim bir kamu etkinliğidir. Bu nedenle kamusal alanların eğitimin bir parçası olarak sürecin içerisinde yer alması önemlidir. Ancak 'kamu pedagojisi', genellikle 'örgün eğitimin ötesinde veya dışında çeşitli eğitim ve öğrenim biçimleri ve süreçleri' olarak anlaşılmaktadır (Burdick, Sandlin ve O'Malley, 2014:2). Bu nedenle 21. yüzyıl çokkültürlü bir toplumsal yapıda 'birlikte yaşamayı öğrenme' sürecinde müzeler, kütüphaneler, kültür merkezleri ve diğer kent- sel alanlar kamu pedagojisi için önemli eğitim ortamlarıdır.

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sanayileşme adına önemli adımların atıldığı bir dönem başlamıştır. Gerçekleştirilen çalışmalar hızlı bir şekilde tüm dünyayı etkisi altına almıştır. "Toplumsal dönüşüm" olarak nitelen- dirilen bu yeni dönemde bilgi ve bilgi

teknolojileri ön plana çıkmış ve gün- delik yaşamımızın vazgeçilmez ham- maddesi haline gelmiştir. Bu durumun bu kadar ciddi bir hal alması ise halen vazgeçilmezimiz olan İNTERNET TEKNOLOJİSİ'dir. Bilginin paylaşımı, bilgiye erişim çok değil 50 yıl öncesinde hiç bu kadar kolay olmamıştı. Bu nok- tada bilişim teknolojilerinin kendine ait sanal bir ekosisteminin olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle 21. yüzyılın ilk yarısında, 'bilişim çağı' olarak adlandırılan bu süreç içerisinde bilgi üretimi, işlenmesi, saklanması, pazarlanması gibi konuların önemli bir durum haline geldiği bir dünyadan ve bilgiye hızla erişebilen, teknolojiye ba- ğımlı bir yaşam biçimini deneyimleyen insanlardan söz etmek kaçınılmaz bir durumdur. Böyle bir toplumsal dönü- şümün içerisinde kamu pedagojisinin entegrasyonu kapsamında çalışmalar gerçekleştirildiği bir süreçte, küresel bir etki yaratan Covid-19 virüs salgını ile yaşam biçimimiz, sonuçlarını öngö- remediğimiz yeni bir dönüşümün içeri- sine doğru ilerlemektedir. Pandemi ilan edilmesi ile birlikte kamu pedagojisi kapsamında değerlendirilen kamusal alanlar beklenmedik bir şekilde ka- pılarını kapatmak zorunda kalmıştır. 'Birlikte yaşamayı öğrenme' sürecinde kamu pedagojisi için alternatif ve tek bir ortam olan 'internet'in kamusal alan olarak kullanımı kaçınılmaz bir sonuç olmuştur.

Görsel iletişimin önemini vurgulayan bir çok araştırma olmasına rağmen, etki alanı sadece ilgili kişilerce sınırlı- dı. Ancak Pandemi sürecinde birçok in- san görsel iletişimin önemini deneyim-

leyerek öğrenmiş oldu. Bunu 'EVDE KAL' mesajı ile gözlemleyebilmek gör- sel okuryazarlık adına önemli bir geliş- medir. Tek bir mesaj ile tek bir ortamda gerçekleştirilen kamu pedagojisi, bugü- ne kadar konu ile ilgili gerçekleştirilmiş bütün yaklaşımların yeniden düşünül- mesine ortam hazırlamıştır.

Yöntem

Küresel bir etki yaratan Covid-19 virüs salgını ile yaşam biçimimiz, sonuçlarını öngöremediğimiz yeni bir dönüşümün içerisinde doğru ilerlemektedir. Pande- mi ilan edilmesi nedeniyle tüm dünya- da olduğu gibi, Mart 2020 tarihi itibari ile Türkiye'de de karantina kararının alınması eğitim sürecimizin uzaktan eğitim şeklinde yürütülmesine neden olmuştur. Bu bağlamda görsel iletişim tasarımı içerisinde 'EVDE KAL' me- sajının görsel örneklerini inceleyen ve 'EVDE KAL' mesajını veren görselle- ri tasarlamayı ve bu süreci incelemeyi amaçlayan nitel bir durum çalışmasıdır. Merriam (2009)'a göre durum çalışması ayrıntılı tanımlama, açıklama içeren ve sınırları çizilmiş bir sistemin derinle- mesine incelenmesini temel alan nitel bir araştırma modelidir.

Araştırmanın uygulama süreci 2020- 2021 eğitim öğretim yılının bahar dö- neminde Kütahya Dumlupınar Ünive- sitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, İllüstrasyon II ve Grafik Tasarımında Teori ve Araş- tırma adlı dersleri kapsamında toplam yedi haftayı kapsamaktadır. Araştırma bu dersleri alan 140 öğrenci ile gerçek- leştirilmiştir.



Çeşitli veri toplama tekniklerinin bir arada kullanılması verilerin geçerliliğini ve güvenilirliğini teyit ederek araştırmanın niteliğini artırmak ve geniş bakış açısı sağlanması açısından önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.312). Bu amaçla araştırmanın uygulama sürecinde kullanılan çeşitli veri toplama teknikleri ile yapılan çalışmalar a) yarı-yapılandırılmış görüşmeler, b) illüstrasyon II ve grafik tasarımda teori ve araştırma derslerine ilişkin video ve ses kayıtları, c) öğrenciler tarafından oluşturulan görsel arşiv, d) öğrenci tasarımlarıdır.

Bulgular ve Yorum

Görsel iletişimin öneminin vurgulandığı Pandemi döneminde, görsel iletişim tasarımı eğitimi alan öğrencilere, uzaktan eğitim koşulları altında verilebilecek en güncel konu 'EVDE KAL' mesajı olduğu düşünülmüştür. Bu düşünceden yola çıkılarak 'EVDE KAL' mesajı çerçevesinde iki ayrı ders kapsamında araştırmalar ve illüstrasyon tasarımları oluşturulmuştur. Araştırmalardan ve illüstrasyonlardan elde edilen veriler bu çalışmanın içeriğini oluşturmaktadır.

İşlevsel olarak ders izlencesi, ders yürütücüsü ile öğrenci arasındaki bir anlaşma olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda İllüstrasyon II ve Grafik Tasarımda Teori ve Araştırma adlı derslerin izlenceleri, ilgili alanyazın göz önünde bulundurularak hazırlanmıştır. Ancak Covid-19 virüs salgını, eğitim sürecinin uzaktan eğitim şeklinde devam ettirilmesi nedeniyle bu izlençe kapsamında gerçekleştirilecek araştır-

maların ve uygulamaların seyrini değiştirmiştir. Bunun en önemli nedeni karantinadan dolayı öğrencilerin tasarım yapmak için kullandıkları bütün malzemelere ulaşamamaları ve bazı öğrencilerimizin ailelerinin ve kendilerinin salgına yakalanması olmuştur. Bu nedenle ders izlenceleri olması gereken içerikte ancak öğrencinin yükü en aza indirgenebilecek şekilde planlanmıştır. Dersin amacına uygun bir şekilde yürütülmesi bağlamında öğrencilerin mümkün olduğunca süreç içerisinde görsel doygunluğa ulaşması hedeflenmiştir.

Araştırma içerisinde ele alınan dersler birbirinden farklı içeriklere sahiptir. Grafik Tasarımda Teori ve Araştırma adlı ders IV. dönemde yürütülen teorik bir ders iken İllüstrasyon II adlı ders VI. dönemde yürütülen hem teorik hem de uygulama içerikli bir derstir. Bu nedenle her iki dersi alan öğrenci yeterliliği birbirinden düzey olarak farklıdır.

Grafik Tasarımda Teori ve Araştırma adlı ders kapsamında öğrenciler, tasarım tarihinde gerçekleşen önemli olayları inceleyerek, yorumlayarak görsel okuryazarlık adına bireysel gelişimlerine bir yenisini daha eklemektedir. Bu ders içerisinde öğrencilerden Pandemi sürecinde internet tabanlı bir araştırma yapmaları istenmiştir. Araştıracakları konu başlığı # evdekal mesajıdır. Bilindiği üzere Pandeminin ilan edilmesiyle oluşan panic ortamında bu mesajın insanlar için anlamı çok büyüktü ve hala da önemini korumaktadır. Bu nedenle öğrencilerin evde geçirdikleri karantina süreci içerisinde gündemi görseller üzerinden okumalarının faydalı ola-

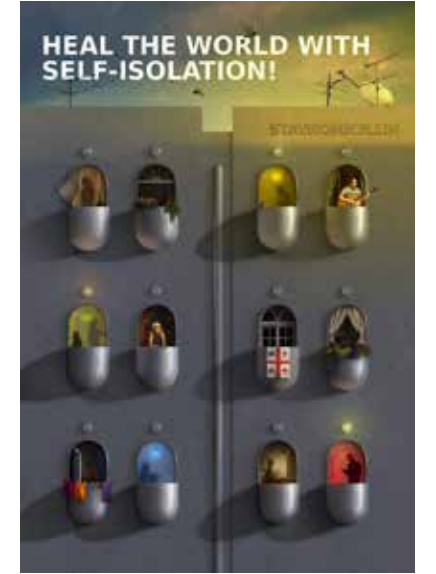
cağı düşüncesiyle # evdekal mesajını veren illüstrasyonları araştırmaları ve kendileri için başarılı tasarım olarak belirledikleri 5 adet illüstrasyonu ders içerisinde paylaşımları istenmiştir. Bu süreç 7 hafta sürmüştür ve her hafta herbir öğrenci 5 adet görsel seçmiş ve 7 hafta sonunda bir öğrencinin 35 illüstrasyondan oluşan bir görsel arşivi oluşmuştur. Bu dersi alan toplamda I. ve II. öğretim olmak üzere 120 öğrenciden 4200 illüstrasyonu içeren bir görsel arşiv meydana getirilmiştir. Bu derste öncelik içerik olarak doğru illüstrasyonu seçebilmektir.



Resim 1. Alireza Pakdel'e ait illüstrasyon (internet araştırması ile # evdekal mesajı kapsamında oluşturulan görsel arşivden bir illüstrasyon)



Resim 2. Zahidul'a ait illüstrasyon (internet araştırması ile # evdekal mesajı kapsamında oluşturulan görsel arşivden bir illüstrasyon)



Resim 3. BRID reklam ajansına ait illüstrasyon (internet araştırması ile # evdekal mesajı kapsamında oluşturulan görsel arşivden bir illüstrasyon)



Resim 4. Sara Alfageeh'e ait illüstrasyon (internet araştırması ile # evdekal mesajı kapsamında oluşturulan görsel arşivden bir illüstrasyon)



Resim 5. Pierre Kleinhouse'a ait illüstrasyon (internet araştırması ile # evdekal mesajı kapsamında oluşturulan görsel arşivden bir illüstrasyon)



Resim 6. Kim Jam'a ait illüstrasyon (internet araştırması ile # evdekal mesajı kapsamında oluşturulan görsel arşivden bir illüstrasyon)

İllüstrasyonlardan da anlaşılacağı üzere görsel okuryazarlık, görsel okuryazar bir toplum olma günümüz koşullarında oldukça önemli bir durumdur. Artık uzun yazılardan oluşan duyuru metinlerini okumak için zaman ayırmak insanlar için zaman kaybı olarak kabul edilmektedir. Bu noktada devre-

ye konunun görsellerle anlatımı devreye giriyor. Pandemi sürecinde de bunu çok net bir şekilde gözlemlemiş olduk. Üzerinde durulması gereken önemli bir nokta da virüs salgınından korunma tedbirlerini düz bir metin şeklinde maddeler halinde sıralamak yerine artık toplumlar bu maddeleri görsellerle birlikte kullanılmaktadır. Kamu pedagojisi böylece görsel anlatımlarla sağlanmış olmaktadır.

İllüstrasyon II adlı ders kapsamında öğrenciler illüstrasyon tasarımı konusunda hem teknik açıdan kendi yeterliliklerini geliştirirken hem de kendi bireysel illüstrasyon stillerini oluşturma fırsatı bulmaktadır. Böylece görsel okuryazarlık adına bireysel gelişimlerine bir yenisini daha eklemektedir. Bu ders içerisinde öğrencilerden Pandemi sürecinde #evdekal mesajı içeren illüstrasyonlar tasarlamaları istenmiştir. Deneyimledikleri bir süreci görsel olarak paylaşmak ve aktarılan konunun herkes tarafından bilinmesi önemli bir noktadır. Bir çok öğrenci illüstrasyonlarında konu bulma konusunda sıkıntı çekmektedir. Bu çalışmada ise küresel bir konunun aktarımı söz konusudur. Verilecek mesaj ise oldukça nettir. Süreç içerisinde Grafik Tasarımda Teori ve Araştırma adlı ders kapsamında öğrencilerin internet ortamından buldukları örnekler İllüstrasyon II adlı ders içerisinde tasarım yapan öğrencilere örnek olarak gösterilmiş ve üzerinde tartışmalar yapılmıştır. Her bir öğrenci 7 hafta içerisinde 1 adet illüstrasyon üzerinde çalışmıştır. Dersi alan 20 öğrenci tarafından 7 hafta sonunda 20 #evdekal mesajı içeren illüstrasyon arşivi oluşturmuştur. Bu derste

öncelik dersi alan öğrenciler tarafından doğru mesaj verebilen illüstrasyonların tasarlanmasıdır.



Resim 7. Illüstrasyon II adlı ders kapsamında oluşturulan # evdekal öğrenci illüstrasyonu



Resim 8. Illüstrasyon II adlı ders kapsamında oluşturulan # evdekal öğrenci illüstrasyonu



Resim 9. Illüstrasyon II adlı ders kapsamında oluşturulan # evdekal öğrenci illüstrasyonu



Resim 10. Illüstrasyon II adlı ders kapsamında oluşturulan # evdekal öğrenci illüstrasyonu



Resim 11. İllüstrasyon II adlı ders kapsamında oluşturulan #evdekal öğrenci illüstrasyonu



Resim 12. İllüstrasyon II adlı ders kapsamında oluşturulan #evdekal öğrenci illüstrasyonu

İllüstrasyon II adlı dersi alan öğrenciler bu illüstrasyonları tasarlarken kendi yaşantılarının dışavurumlarını yansıtmışlardır. Bu süreç içerisinde ekonomik sıkıntı yaşayan öğrencimiz evdekalmak yerine çalışmak zorunda kaldı. Psikolojik sorunlarla yüzleşen öğrencilerimiz oldu. Aileleri tarafından evlendirilen öğrencilerimiz, covid olan yakınlarını kaybeden öğrencilerimiz oldu. Bu yaşanmışlıklarını tasarımlarına aktararak #evdekal başlıklı

görsel arşive katkıda bulundular. Kamu pedagojisi oluşturma bağlamında sürecin bir parçası olmanın hissettirdiği sorumluluk duygunu deneyimlemiş oldular.

Sonuç

Farklı bir toplumsal süreci deneyimlediğimiz Pandemi döneminde, öğrencilerle yapmış olduğumuz bu küçük boyutlu çalışmada, günümüz koşullarında (buna bilişim çağı da diyebiliriz) görsel iletişimin oldukça önemli bir konuma gelmiş olduğunu öğrencilerimiz kendileri deneyimleyerek öğrenmişlerdir. Nefes almaya korktuğumuz karantina döneminde, toplumları doğru yönlendirebilecek görsellerin tasarlanmasının önemli olduğunu ve bu görselleri tasarlayacak kişilerin kendilerinin olduğunu 4 yıllık eğitim süreçlerinde defalarca duymuş olsalar da kendi edindikleri deneyimin sürdürülebilirliği daha kalıcı olacaktır.

Bu süreçte #evdekal mesajının son 10 yılın en çok üzerinde konuşulan konusu olduğu verisine yine kendi araştırmaları sonucunda ulaşmışlardır. Araştırdıkları illüstrasyonlar farklı kültür ve sosyolojik yapıya sahip toplumları yansıttığından kültür çeşitliliği ve bunun illüstrasyonlara daha doğrusu tasarımlara nasıl etki ettiğini deneyimlemiş, farklılıkları ve benzerlikleri yine kendileri keşfetmişlerdir.

Tasarladıkları illüstrasyonlarda mesaj vermenin önemini, bir metni temsil eden görsellerin, metnin içeriğini doğru bir şekilde yansıtmaları gerektiğini

yine deneyimleyerek öğrenmişlerdir. Kısacası illüstrasyon nedir sorusunun cevabını deneyimleyerek öğrenme yöntemiyle daha kalıcı hale getirmişlerdir.

Bu çalışmada olumlu sonuçların yanında süreç içerisinde olumsuz sonuçlar da yer almaktadır. Öğrencilerimizin internet teknolojisinde ne yazık ki araştırma yapma, bilgiye ulaşma bağlamında zorluk yaşadıkları ortaya çıkmıştır. Araştırma içerisinde Grafik Tasarımda Teori ve Araştırma dersini alan öğrenciler tarafından bulunan görsellerin %75 i tek bir kaynaktan elde edilmiştir. Araştırma içerisinde tasarlanan illüstrasyonlarda öğrenciler hazır vektörel görsel imkanı sunan sitelere yönelmişlerdir. Bu nedenle ortaya çıkan illüstrasyonlarda teknik bir bütünlük söz konusudur demek oldukça zordur. Ayrıca kullanıma izin verilen hazır vektörel illüstrasyonlar öğrencinin kişisel gelişimini de olumsuz yönde etkilemesi üzerinde durulması gereken önemli konulardan biridir.

2020 yılında oluşturulan veri boyutunun 35 zetabyte olması yönündeki bilgiler dikkate alındığında bu çokluğun içerisinde, teknolojiye bağımlı bir hayat düzeninde illüstrasyonlar bir metni, bir cümleyi bir karede aktrabilen görsellerdir. Bu nedenle illüstrasyonun Pandemi döneminde bilgi aktarma konusundaki önemi birçok insan tarafından da anlaşılmıştır. Ancak bu noktada önemli olan sadece bilgiyi aktarabilen illüstrasyonların tasarımı değil, bu illüstrasyonları okuyabilen bir toplumunda oluşturulmasıdır. Bu iki önemli

nokta üzerinde birbirine paralel olarak çalışmalar sürdürüldüğü sürece kamu pedagojisi konusunda olumlu sonuçlar elde etmek kaçınılmazdır.

Kaynaklar

Banks, J. Multicultural education: Characteristics and goals. In J. Banks & C. Banks (Eds.), Multicultural education: Issues and perspectives. Boston: Allyn and Bacon, 1989.

Burdick, J., J. A. Sandlin, and M. P. O'Malley. Problematizing Public Pedagogy. New York: Routledge, 2014.

Davidman, L., & Davidman, P. Teaching with a multicultural perspective: A practical guide. New York: Longman, 1997.

Gorski, P., C. History of Multicultural Education, 1999. http://www.edchange.org/multicultural/papers/edchange_history.html

Merriam, S. B. Qualitative research a guide to design and implementation. USA: Jossey – Bass, (2009).

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. (11. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2016.

resim 1. <https://media.mehrnews.com/d/2020/04/11/4/3423886.jpg>

resim 2. <https://dribbble.com/shots/10798357-Stay-at-Home>

resim 3. <https://campaignsoftheworld.com/print/brid-coronavirus-print-ad/>



resim 4. <https://twitter.com/SaraAlfageeh/status/1249755078325649410/photo/1>

resim 5. <https://www.behance.net/gallery/94829771/Lockdown>

resim 6. https://www.behance.net/gallery/104309691/STAYING-AT-HOME?tracking_source=for_you_feed_user_published



AHMED KARAHİSÂRÎ MUSHAFI'NDA YER ALAN ÖRNEKLER BAĞLAMINDA KOLTUK TEZHİBİ

*EVALUATION OF SYMBOLIC MOTIFS IN THE
CONTEXT OF UNIVERSAL MEMORY AND
SENSORY*

Nihal Aracı

Giriş

Tarih boyunca birçok medeniyet doğmuş, gelişmiş ve en sonunda yıkılarak yerlerini kendilerinden sonra gelene bırakmışlardır. Fakat medeniyetler yıkılsa da, onları yüzyıllar sonrasına taşıyan, varlıklarını müşâhede ettiğimiz hususlar vardır. Bunların en önemlilerinden biri, çeşitli alanlarda olmak üzere, meydana getirdikleri sanat eserleridir. Ortaya çıkarılamamış, günümüze kadar ulaşamamış veya çeşitli sebeplerle yitirilmiş olsalar da bu eserler, erişebildiğimiz kadarıyla bile, bizlere kendi alanlarında öncülük edip, yol göstermişlerdir.

Osmanlı Devleti XVI. yüzyılda, her alanda altın çağını yaşamış, bu yüzyıl itibarıyla en geniş sınırlara ulaşmış, ilim, mimarî ve sanat alanlarında kendi tarzını oluşturarak sonraki nesillere yol gösterecek şaheserler bırakmıştır. Bu bağlamda kitap sanatlarının bütün dallarında da, çok kıymetli eserler meydana getirilmiştir. Bilhassa tezhip sanatında,

sultanların hâmilğinde, kendileri için hazırlanan atölyelerde çalışan sanatkarlar, yüzyıllar sonrasına kaynaklık edecek ve yön verecek üslûplar oluşturmuşlardır.

Kitap sanatları arasında önemli bir yere sahip olan tezhip sanatının en yoğun kullanım alanlarından biri Mushaf tezyînâtıdır. Kur'an-ı Kerim'e verilen değer, bu ve benzeri sanatlarda gelişme ve ilerlemenin yollarını da açmış ve çok kıymetli eserler verilmesine vesile olmuştur. Türk-İslâm medeniyetinin Mushaf kitâbeti alanında vermiş olduğu kıymetli eserler "Kur'an Mekke'de indi, Mısır'da okundu, İstanbul'da yazıldı" sözünün söylenmesine vesile olmuştur (Gündüz, 2012: 75).

Koltuk tezhibi tasarım çeşitliliğini birkaç örneği üzerinden inceleyeceğiz. Ahmed Karahisârî Mushaf-ı Şerîfi de, XVI. yüzyılda hazırlanmış, şaheser nitelikte bir çalışmadır.



Koltuk Tezhibi

Hat sanatı çeşitli alanlar ve formlar üzerinde yazılmış, dolayısıyla tezyin edilecek biçimlerde de çeşitlilik olmuştur. Koltuk tezhibi de, hat sanatının uygulama sahalarından biri olan kıt'a tasarımlarında kullanılan bir süsleme çeşididir. Kıt'a oluşumunda kullanılan yazıların farklı olması veya satırların uzun ya da kısa tutulmasıyla kare, dikdörtgen, üçgen veya çokgen gibi alanlar meydana gelmektedir. Oluşan bu yapılara "koltuk", yapılan süslemeye de "koltuk tezhibi" denilmektedir (Biol, 2002: 151).

Koltuk tezhipleri çoğunlukla kıt'a formunda kullanılmaktadır. Prof. Dr. Muhittin Serin tarafından, "Ölçüleri belirlenmiş dikdörtgen biçiminde bir kağıdın bir yüzüne yazılmış güzel yazı parçaları için kullanılan bir hat terimidir." (Serin, 2010: 42) şeklinde tanımlanmış kıt'alar, yazımında kullanılan hat çeşidine göre isimlendirilirler. Eğer sülüs ile yazılmışsa, "sülüs kıt'a", sülüs-nesih ile yazılmışsa "sülü-nesih kıt'a", muhakkak-reyhânî ile yazılmışsa "muhakkak-reyhânî kıt'a", nesta'lik hatla yazılmışsa "nesta'lik kıt'a" şeklinde adlandırılırlar (Derman, 2001: 27). Eğer kıt'a nesta'lik hatla sola doğru meyilli olarak yazılmışsa "mâil nesta'lik kıt'a", düz yazılmışsa "düz nesta'lik kıt'a" olarak tanımlanırlar (Serin, 2010: 42).

Çalışmamızın konusu olan Mushaf'ın sayfa tasarımında da âyetler birbirinden farklı hatlar ile yazılmış, dolayısıyla koltuk alanları oluşmuş-

tur. Bu alanlara da çok çeşitli koltuk tezhipleri yapılmıştır. Mushaf'ta yer alan bazı örnekler üzerinden inceleyeceğimiz koltuk tezhibi tasarımlarına geçmeden evvel, Ahmed Karahisârî Mushaf-ı Şerîfi ve Mushaf'ın hattatı Ahmed Karahisârî hakkında bilgi verelim.

Ahmed Karahisârî Mushaf-ı Şerîfi

Ahmed Karahisârî Mushaf-ı Şerîfi, Topkapı Sarayı Müzesi Kütüphanesi Hırka-i Saadet Dâiresi 5 numaralı envanterde kayıtlıdır. Kânûnî Sultan Süleyman için hazırlanan 62,5x42,5 cm ölçülerindeki Mushaf, Ahmed Karahisârî tarafından "Yâkut" tarzında yazılmıştır. Hattının Ahmed Karahisârî'ye atfedilmesinin sebebi, Mushaf'ın başında yer alan vakıf kayıdır. Bahsi geçen kayıta Kur'an'ın Karahisârî Mushaf-ı Şerîfi olduğu belirtilmiştir (Çağman, 1991: 521).

Yazımına 1545 yılından sonra başlandığı kabul edilen Mushaf'ta, Karahisârî'nin imzası bulunmamaktadır. Bunun sebebinin de eseri tamamlamamış olduğu, bir in'am defterindeki kayıttan hareketle de, eseri tamamlama görevinin Karahisârî'nin mânevî oğlu ve talebesi olan Hasan Çelebi'ye tevdi edildiği düşünülmektedir (Çağman, 1991: 522). Kur'an-ı Kerim'in 220 sayfasını Karahisârî'nin yazdığı, kalan 80 sayfanın yazımını ise 1584-1587 yılları arasında Hasan Çelebi'nin tamamladığı kabul edilmektedir (Çağman, 1991: 523). Mushaf'ın tezyinâtının ve cildinin de 1584-1596 yılları arasında tamam-

landığı kabul edilmektedir (Çağman, 1991: 526-527). Eser, 1696 yılında Sultan II. Mustafa tarafından, Hırka-i Şerîf Odası'nda tilâvet olunması için vakfedilmiştir.

Mushaf'ın vakfiye metni nesih hatla yazılmıştır. Serlevhasında yer alan Fâtîha Sûresi ile Bakara Sûresi'nin ilk beş âyeti, ilk satır "Besmele" muhakkak olmak üzere, dört satır reyhânî ve yine bir satır muhakkak hat ile yazılmıştır.

Serlevhayı takip eden iki sayfada farklı bir sayfa tasarımı vardır. Üstte bir satır muhakkak, ortada dâire içinde on üç satır nesih ve altta bir satır muhakkak hat kullanılmıştır. Sonra ki iki sayfanın ortasında dikdörtgen alanlar bulunmaktadır. Alanın içine âyetler on üç satırda reyhânî hatla yazılmıştır. Bu sayfaların üstünde bir satır sülüs hat, altında ise bir satır muhakkak hat kullanılmıştır. Mushaf'ın bundan sonraki sayfalarında bir satır muhakkak, beş satır nesih, bir satır sülüs, beş satır nesih ve bir satır muhakkak hat olmak üzere, "Yâkut" üslûbu olarak bilinen satır düzeni kullanılmıştır.

Osmanlı Dönemi'nin şâh eserleri arasında kabul edilen Ahmed Karahisârî Mushaf-ı Şerîfi, muhteşem tezhibiyle de bizim için çok mühim bir kaynaktır. Eserin tezhibinin ne kadar dikkate şâyân olduğunu Kemal Çığ şu ifadelerle izah etmiştir: "Bu mukaddes kitap, yazı bakımından ne kadar büyük değer taşıyor ise, cilt ve bilhassa içindeki tezhip bakımından da,

XVI. asrın muhteşem hükümdarının muhteşem devrini, tek başına temsil etmek iddiasını taşımaktadır." (Çığ, 1963: 9).

Mushaf'ın tezhiplerinin kim tarafından yapıldığı kesin olarak bilinmemektedir. Masraf ve in'am defterlerinde Nakkaşbaşı'ndan, Usta Cafer, Ali Çelebi, Nakkaş Hasan ve Mustafa Nakkaş'tan bahsedilmektedir. Tezhiplerin, sernakkaş Karamemi'nin ve daha sonra bu eserde rolünün yöneticilik olduğu düşünülen sernakkaş Lütfi Abdullah'ın öncülüğünde Nakkaş Hasan ve Mustafa Nakkaş ile öğrencileri olan dört saray nakkaşı tarafından yapıldığı düşünülmektedir (Çağman, 1991: 524).

Mushaf'ın Hattatı

Mushaf'ın hattatı Ahmed Şemseddin Karahisârî (h. 875?-963 / m. 1470?-1556)'dir. Mahlasından anlaşıldığı kadarıyla Afyonkarahisarlı'dır. II. Bayezid (h. 887-918 / m. 1482-1512)'in hükümdarlık yıllarında sanat hayatına başladığı düşünülmektedir. İstanbul'daki yaşadığı ilk dönemlerde terzilik yapmıştır. Rivâyete göre dikişleri görülmeyecek şekilde bir gömlek dikmiştir (Alparslan, 2004: 53).

Ahmed Karahisârî, hocasının adını imzalarında Esedullah-i Kirmânî olarak yazmıştır (Serin, 2003: 138). "Ak-lâm-ı Sitte" olarak bilinen altı çeşit yazıdaki (muhakkak, reyhânî, sülüs, nesih, tevki, rika') ustalığından dolayı "Yâkut-ı Rûm" olarak kabul edil-

miştir (Serin, 2003: 138). Karahisârî ayrıca, yazıdaki üstünlüğü vesilesiyle “Şemsü’l-hat” olarak da hat tarihinde yerini almıştır (Ünver, 1948: 8). Ahmed Karahisârî 1556 yılında vefât etmiştir. Sütölçe’de şeyhi olan İshak Cemâleddin-i Halvetî (ö. 1527)’nin yanında medfundur. Hasan Çelebi (ö. 1594?), Derviş Mehmed (ö. 1591), Ferhat Paşa (ö. 1575), Muhyiddin Halife (ö. 1575), İbrahim Hüsnü (ö. ?), Kâtib (ö. ?) ve Süleyman el-Hicâzî (ö. ?) Ahmed Karahisârî’nin talebele-ridir.

TSMK Y. 999’da bulunan Mushaf-ı Şerîf, TİEM’de bulunan 1443 numaralı envanterde kayıtlı büyük boy En’am-ı Şerîf, İstanbul Üniversitesi Nadir Eserler Kütüphanesi’nde AY. 6714’te kayıtlı olan Mushaf Karahisârî’nin eserlerinden bazılarıdır.

Karahisârî Mushafı’nın Bazı Koltuk Tezhip Tasarımlarının Değerlendirmeleri

Ahmed Karahisârî Mushaf-ı Şerîfi’nin şâheser olarak nitelendirilmesinin önde gelen göstergelerinden biri de tezhibidir. Tasarımdaki çeşitlilik ve olgunluk, renk âhengi ve işçilikteki incelik eserin tezyinât bağlamında da üstün bir konumda yer almasına vesîle olmuştur. Müzehhiplerin tüm hünerlerini gözler önüne serdikleri bu eser, tezhip sanatkarları ve ilgilileri açısından eşsiz bir kaynaktır.

Mushaf’ın tezhibini kendi alanındaki eserlerden farklı kılan en mühim yönlerinden biri de koltuk tezhipleridir.

Sayfa tasarımında âyetler yazılırken her satırda farklı bir hat kullanılmış, dolayısıyla da satır uzunluklarında değişiklikler oluşmuştur. Satırların uzunluğunda meydana gelen bu farklılıktan dolayı koltuk alanları meydana gelmiştir. Mushaf’ın geneline hâkim olan bu sayfa tasarımı dolayısıyla koltuk alanlarının sayısı da çok fazla olmuştur. Bu bağlamda Karahisârî Mushafı’nda yaklaşık olarak 2360 adet koltuk tezhibi bulunmaktadır. 100’den fazla desen çeşidiyle koltuk alanları bezenmiştir.

Bir sayfada, 4,5x9 cm boyutlarında 4 adet koltuk tezhibi bulunmaktadır. Koltuk tezhipleri her sayfada 2’şer çift olmak üzere karşılıklı olarak (bkz. R. 1) , bazen de çapraz gelecek şekilde yerleştirilmiştir. Bazen de her bir koltukta farklı bir kompozisyon yer almıştır.



Resim 1: vr. 7a

Mushaf’ta yer alan koltuk tezhipleri, genele hâkim olan dikdörtgen formda olanlardan başka biçimlerde de görülmektedir. Serlevhayı takip eden iki sayfada farklı bir tasarım bulunmaktadır. Sıvama olarak bezenmiş serlevha tezhibinden sonra, keskin bir geçiş yerine, bezenecik alanlardaki yoğunluğu peyderpey azaltma yoluna gidilmiştir. Karşılıklı sayfalardaki koltuk tezhibi, kare alan içine yerleştirilmiş 24 cm çapındaki bir dairenin etrafına köşe oluşturacak şekilde yerleştirilmiştir (bkz. R. 2). Sayfanın metin planı 1 satır muhakkak, daire içinde 13 satır nesih ve yine 1 satır muhakkak yazı ile tasarlanmıştır.



Resim 2: vr. 3b

sıklıkla karşımıza çıkan bir durumdur.

Desen simetrik değildir. Ana hattı altınla işlenmiş ve siyah ile hurdelenmiş rûmîleri taşıyan helezon sistemi, sınırlara da dayanmak suretiyle, serbest kıvrımlarla son derece dengeli bir şekilde tezyinât alanını dolanmıştır. Negatif motifler açısından da çok mühim bir kaynak olan Karahisârî Mushafı’nın bu özelliğini, bahsi geçen koltuk tezhibi tasarımında da görmekteyiz. Rûmî helezon sisteminde kalan boşluğa, hatâyî grubu motifleri taşıyan dal sistemi yerleştirilmiştir. Rûmî ve hatâyî grubu motiflerinin serbest hareketleriyle oluşturulan bu koltuk tasarımı izleyende dinamik bir etki bırakmaktadır.



Resim 3: vr. 3b Koltuk tezhibi detay

Zemini sayfa renginde bırakılmış alan üzerine yapılan tezhip tasarımı, hurde rûmî ve lacivert renk ile negatif olarak işlenmiş hatâyî grubu motifler kullanılmıştır (bkz. R. 3). Zeminin boyanmadan sayfa rengiyle bırakılması uygulaması, bu eserde

Takip eden sayfalarda ise yine farklı bir yerleşim planı karşımıza çıkmaktadır. Âyetler 1 satır sülüs, 13 satır reyhânî, 1 satır sülüs hat ile dikdörtgen alan içine yazılmıştır (bkz. R. 4). Koltuk tezhibi kompozisyonları da reyhânî hatla yazılmış olan bölümün

iki yanına gelecek şekilde uzun olarak tasarlanmıştır.



Resim 4: vr. 4b

Karamemi'nin en önemli izlerinden olan bahar dallarını gördüğümüz bu kompozisyon, bir paftanın peş peşe eklenmesiyle oluşmuştur (bkz. R. 5). Paftanın ortasında dendanlarla meydana getirilmiş formun içinde lacivert zemin üzerine serbest olarak yerleştirilmiş bahar dalları bulunmaktadır. Dendanların dışında kalan alan ise ¼ simetridir. Altınla işlenen sâde ayırma rûmîlerin oluşturduğu yarım kapalı formlar köşelere gelecek şekilde yerleştirilmiş ve bir tepelik ile bitiş sağlanmıştır. Hatâyî grubu motifleri taşıyan helezon da kalan boşluğu doldurmuştur. Kapalı formların siyah ile boyanmış zemini üzerine beyaz ile serbest hareketlerle üç nokta konulmuştur. Ortadaki alanın zemini ise altınla kaplanmıştır. Paftaların birleşim noktalarında dendanlar çapraz olarak bağlanmışlardır.



Resim 5: vr. 4b Koltuk tezhibi detay

Mushafın bundan sonra gelen sayfalarındaki yerleştirme düzeni ise şu şekildedir: 1 satır muhakkak, 5 satır nesih, 1 satır sülüs, 5 satır nesih, 1 satır muhakkak. Koltuk alanları da 4,5x9 cm boyutlarında dikdörtgenler şeklinde ortaya çıkmıştır. Daha önce de ifade ettiğimiz gibi Mushaf'ta yaklaşık olarak 2360 adet koltuk tezhibi bulunmaktadır. Bu anlamda tasarımda çeşitliliği yakalamak adına farklı yollara başvurulmuştur.

Koltuk tezhibi kompozisyonlarındaki çeşitliliği sağlayan desen yapılarını, incelenen örnekler üzerinden birkaç başlık altında toplayabiliriz: ¼ simetrikli tasarımlar, yapraklarla pafta oluşturulmuş kompozisyonlar, simetri eksenini üzerindeki paftanın münâvebeli olarak katlanmasıyla oluşan tasarımlar, «S» iskeleti üzerine yerleştirilmiş helezon sistemi ile tezyin edilen koltuklar, üç iplik desen şemasının aynası alınarak yapılmış ½ simetrikli tasarımlar, farklı bezeme unsurlarını taşıyan üç iplik desen şeması ile elde edilenler, Karamemi'nin yarı stilize edilmiş motifleri ile yapılmış kompozisyonlar ve zemin renginin farklı boyanmasıyla elde edilen tasarımlar.

¼ simetrikli koltuk tezhibi kompozisyonları sıklıkla karşımıza çıkan bir uygulamadır. Bu şekilde yapılan tasarımlar rûmî motifi çeşitleri, bulut motifi, hatâyî grubu motifleri, yapraklar, vb. gibi tezhibin bezeme elemanları, farklı boyama teknikleriyle ve değişik formlar içinde kullanılmıştır. Vr. 5b'de bulunan ¼ simetrikli koltuk tezhibinin ortasındaki şemse

formu da ¼ simetri ile tasarlanmış ve şemsenin dışında kalan zemini kağıt rengiyle bırakılmış alana da hurde rûmî ile yapılmış bir desen yerleştirilmiştir (bkz. R. 6).



Resim 6: vr. 5b Koltuk Tezhibi

Ele alacağımız bir diğer örnek ise vr. 6b'de yer alan işlemeli rûmî ile elde edilmiş ¼ simetrikli koltuk tezhibidir (bkz. R. 7). Bu tasarımda köşelerde ve ortada bulunan rûmîlerin kenar iplikleri farklı renkte çekilmiş, ikisi arasında konumlarını belirginleştiren bir görünüm elde edilmiştir. Rûmî ile oluşturulan kapalı formların arasında ise, hatâyî grubu motifleri taşıyan dallar, sıkça karşılaştığımız «S» iskeleti üzerinde yerleştirilerek kullanılmıştır.

Mushaf'ta yer alan koltuk tezhibi kompozisyonlarından biri de yapraklar ile oluşturulan paftalama sistemidir (bkz. R. 8). Farklı tonda-ki altınlarla sıvama olarak boyanmış yaprakların sağ ve sol tarafa doğru olan hareketleriyle paftalar oluşturulmuştur. Yaprakların dışında kalan alanın zemini kağıt rengiyle bırakılmış, lacivert renkte negatif olarak işlenmiş hatâyî motifleri bu alanda yaprakların hareketlerini takip ederek yerleştirilmiştir.



Resim 7: vr. 6b Koltuk Tezhibi



Resim 8: vr. 7a Koltuk tezhibi

Simetri ekseni üzerindeki paftanın münâvebeli olarak katlanmasıyla oluşan tasarım da, çeşitliliği sağlayan yöntemlerden biridir (bkz. R. 9). Vr. 12b'de bulunan koltuk tezhibinde de bu uygulamaya başvurulmuştur. Zemin renginde altın ve lacivertin kullanılmasıyla, tekrar eden paftaların oluşturabileceği tekdüzelikten çıkılıp, dinamik bir görünüm elde edilmiştir. Yine “S” hareketi üzerinde yürüyen dallar son derece dengeli bir şekilde paftanın içine yerleştirilmiştir.



Resim 9: vr. 12b Koltuk tezhibi

«S» iskeleti üzerine yerleştirilmiş helezon sistemi ile yapılmış koltuk tezhibi tasarımları da, Mushaf'ın en zarif kompozisyonları arasındadır (bkz. R. 10-11). Tek bir hareket üzerinde ilerleyen dal sistemi, merkezdeki motif ile desenin ikinci unsurunun da başlangıç noktasının gizlendiği alan olmuştur. Vr. 11b'de yer alan koltuk tezhibinde hatâyî grubu motifler ve hurde rûmî kullanılmış, rûmînin başlangıcı “S”in tam ortasında yer alan pençin arkasına gizlenmiştir. Vr. 13b'deki kompozisyonda, bu sefer de negatif olarak işlenmiş motiflerin başlangıç noktası aynı şekilde pençin arkasına yerleştirilmiştir. Zemini kağıt rengiyle bırakılan koltuk tezhipleri izleyende ferah bir etki bırakmaktadır.



Resim 10: vr. 11b Koltuk tezhibi



Resim 11: vr. 13b Koltuk tezhibi

Üç iplik desen şemasının aynası alınarak yapılmış ½ simetrikli tasarımlar da sıklıkla kullanılan kompozisyonlar arasındadır. Bu tasarım sisteminde üç hat yürümektedir. Her hatta

aynı bezeme unsuru yürüyebileceği gibi (bkz. R. 12), farklı süsleme elemanları da kullanılabilir (bkz. R. 13). Vr. 12a'da yer alan koltuk tezhibinde aynı rûmî motifi üç hat üzerinde de yürütülmüş, fakat motiflerin değişik renklerle boyanmasıyla, farklı motifler kullanılmış izlenimini uyandırmaktadır. Vr. 13a'da bulunan kompozisyonda ise üç hatta da farklı bir motif kullanılmıştır. Hatlardan birinde kanatlı rûmî, birinde sencide rûmî, diğerinde ise lacivert renkte negatif olarak işlenmiş hatâyî grubu motifler kullanılmıştır. Böylece aynı desen şeması kullanılmasına rağmen farklı görünüm elde edilmiş ve çeşitliliğe katkıda bulunulmuştur.



Resim 12: vr. 12a Koltuk tezhibi



Resim 13: vr. 13a Koltuk tezhibi

Karamemi'nin yarı stilize edilmiş motifleri ile yapılmış koltuk tezhibi kompozisyonları da Mus-haf'ın önemli hususlarındandır (bkz. R. 14). Karamemi'nin imzası niteliğindeki yarı stilize edilmiş motifler, yaprakların arkasına gizlenen bir kökten çıkış yaparak tezhip alanına serbest bir şekilde yerleştirilmiştir. Zemin kağıt renginde bırakılmıştır. Çiçekler açık gülkurusu, lacivert ve kırmızı rengi ile boyanmış, yapraklar ise altınla kaplanıp açık kırmızı ile gölgelendirilmiştir. Dalların tek tarafı tahrirlenmiştir.



Resim 14: vr. 15a Koltuk tezhibi



Resim 15: vr. 24a Koltuk tezhibi

Zemin renginin farklı boyanmasıyla da koltuk tezhibi kompozisyonlarında çeşitlilik elde edilmiştir (bkz. R. 15-16). Vr. 24a'da ve vr. 23b'de görülen koltuk tezhipleri aynı desen tasarımına sahiptir. Fakat zemin renklerinin ve işlemeli rûmî motifi zemininin değişik renklerde boyanmasıyla, izleyende farklı bir tasarım olduğu etkisi bırakmaktadır. Vr. 24a'da koltuk alanının zemini lacivert ile boyanmış, işlemeli rûmîlerin zemini ise altınla kaplanmıştır. Vr. 23b'de ise bunun tam tersi bir uygulamaya gidilmiştir. Böylece tasarımda çeşitlilik adına yeni bir kazanım elde edilmiştir.



Resim 16: vr. 23b Koltuk Tezhibi

Sonuç

Ahmed Karahisârî Mushaf-ı Şerîfi hattı, tezhibi, cildi ve boyutları ile çağdaşlarından ayrılan, son derece ince bir işçilikle yapılmış, XVI. yüzyılda kitap sanatlarında ne kadar yüksek bir seviyeye ulaşıldığını gösteren bir eserdir.

Zahriye ve serlevha tezhibinin yanı sıra, Mushaf'ı ayrıcalıklı kılan en mühim parçalarından olan koltuk tezhipleri, saray nakkaşlarının üstün hünerlerinin sergilendiği çok kıymetli bölümlerdir. Koltuk tezhiplerindeki çeşitlilik ile bu çeşitliliği sağlamak için kullanılan desen kurguları ve uygulama teknikleri tezhip sanatı adına çok önemli kazanımlardır. Bu bakımdan Mushaf, tezhip sanatkarları ve ilgilileri için kaynak eser niteliğindedir.

Gerek tasarım gücü, gerek renklerdeki uyumu, gerekse işçilikteki kalitesiyle Mushaf kitâbeti ve tezyînâtında sıradışı bir örnek teşkil eden ve kültür-sanat mirasımızın şâheserlerinden olan bu eser, bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da bu sanat dalında çalışacak olanların yolunu aydınlatmaya devam edecektir.

Kaynakça

ALPARSLAN, Ali, (2004), Osmanlı Hat Sanatı Tarihi, YKY, İstanbul.

BİROL, İnci Ayan, (2002), “Koltuk Tezhibi” madd. , DİA, Ankara, c. 26, s. 151-153.

ÇAĞMAN, Filiz, (1991), “Ahmed Karahisârî’ye Atfedilen Ünlü Kur’an-ı Kerim”, 9. Milletlerarası Türk Sanatları Kongresi, İstanbul, c. 1, s. 521-527.

ÇİÇ, Kemal, (1963) “Karahisârî Kur’an-ı Kerimi”, Selamet, İstanbul, c. 2, sa. 15, s. 8-11.

DERMAN, M. Uğur, (2001), Osmanlı Hat Sanatı, Mas Matbaacılık, İstanbul.

GÜNDÜZ, Hüseyin, (2012), “Türk Hat Sanatında Şeyh Hamdullah ve Ahmed Karahisârî”, Hat ve Tezhip Sanatı, Ed. Ali Rıza Özcan, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.

SERİN, Muhittin, (2010), Hat Sanatı ve Meşhur Hattatlar, 4. Baskı, Kubbealtı Yay., İstanbul.

ÜNVER, Süheyl, (1948), Hattat Ahmet Karahisârî, Kemal Matbaası, İstanbul.

POSTA MÜZELERİNİN TİPOGRAFİK DÜZENLEME BAKIMINDAN İNCELENMESİ (ANKARA, İSVEÇ, JAPONYA, ABD ÖRNEKLERİ)

AN INVESTIGATION OF MAIL MUSEUMS FROM TYPOGRAPHIC ARRANGEMENT (ANKARA, SWEDEN, JAPAN, USA SAMPLES)

Müjgan Sıkkaş

Giriş

Problem Durumu

Kültür toplumların kimliğidir. Tüm milletler gelecek kuşaklara kültürlerini aktarmak için çeşitli yöntemler belirler, sağlıklı bir aktarım yapabilmek için düzenlemeler oluştururlar. Müze kültürü de tüm toplumlarda yer bulmuş tarihin ve kültürün gelecek kuşağa atarımın da ki en önemli iletilerinden biri olmaktadır. Müzeler kuruluş amaçlarına, içerisinde yer alan öğelere göre çeşitlilik göstermektedir ve içeriğine göre özel korunma, sergilenme gibi özel niteliklere sahip olmaktadır. Kültür ve sanat kavramı iç içe geçen bağlantılı kavramlardır ve sanat kültürden, kültürde sanatın dışında kalan bir kavram değildir. Tüm sanatların temelinde bir kültürel öge, bulunduğu devir, bölge ya da zihniyetin ufak bile olsa izlerine denk gelinmektedir. Böyle bir etkileşimin içinde müzelerin en önemli kültür aktarımına sahip mekanlar

olması müze ve sanat kavramını akla getirmektedir. Müzeler sanata olanak sağlayan önemli mekanlardır ve kişilerin müze içi bilgi aktarımına rahatlıkla ulaşabilmesi, anlaşılır ve bir o kadarda estetik kaygıyı da içinde barındırması kültürel aktarımın daha sağlıklı olmasına olanak sağlarken ayrıca müzelerin ilgi çekiciliğiyle kitlelere ulaşmasının daha fazla olması beklenmektedir. Müzelerin amacı sadece eser sergilemek değildir. Müzeler sergilemenin yanında ulaşılabilir ve bilgi aktarımın kitlelere ne kadar etkinli biçimde aktarıldığı alanlardır aynı zamanda.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, posta müzelerindeki bilgilendirme tasarımlarında kullanılan tipografinin okunabilirlik, algılanabilirlik, özgünlük, estetiklik ve kurumsal kültüre uygunluk bakımlarından karşılaştırmalı olarak analizini yapmaktır. Bu

kapsamda Türkiye'den PTT Pul Müzesi, İsveç'ten Postmuseum, Japonya'dan Postal Museum ve Amerika'dan Smithsonian's National Postal Müzesi incelenmiştir.

Araştırmanın Önemi

Bu araştırma posta müzelerindeki bilgilendirme tasarımlarında kullanılan tipografinin okunabilirlik, algılanabilirlik, özgünlük, estetiklik ve kurumsal kültüre uygunluk bakımlarından karşılaştırmalı analizini yaparak, en uygun tipografik örneklerin nasıl olması gerektiğini ortaya koyması bakımlarından önemlidir.

Sınırlılıklar

Ankara, Japonya, İsveç ve ABD Bölgesinden seçilen posta müzelerinin tipografik düzen bakımından incelenmesi yapılmaktadır. Belirlenen her bölgeden bir müze seçilip incelenmektedir. Bunlar; Ankara; PTT Pul Müzesi, İsveç; Postmuseum, Japonya; Postal Museum, ABD; Smithsonian's National Postal Müzesi olarak sınırlandırılmıştır.

Yöntem

Araştırma Modeli

Araştırma genel tarama modeli çerçevesinde ilgili literatürün incelenmesi ile gerçekleştirilmiştir.

Bulgular ve Yorum

Müze Kültürü ve Türleri

Müzeler kültürel değerlerin, tarihin ve geçmişin geleceğe aktarımında rol oynayan önemli kurumlardır. Müzeler sadece kültürel aktarımda değil bunun yanında kültürün korunması, sergilenmesi gibi alanlarda büyük çabalar sarf etmektedir. Müze kavramı üzerine yapılmış birçok tanımlama mevcuttur; Allan tarafından koleksiyonların, inceleme, etüt ve zevk almak amacıyla yerleştirildiği bina olarak tanımlarken, Sözel ve Tanyeli müzeyi, sanatsal, kültürel, tarihsel veya bilimsel ürünlerin sürekli olarak sergilenmesi amacıyla yapılan ya da kendisi sıralanan bu nitelikleri nedeniyle halka açık tutulan yapı olarak tanımlamıştır. Çağdaş anlamıyla müzeler; toplumun ve gelişimin hizmetinde olan halka açık insanla ve yaşadığı çevresine tanıklık etmiş, malzemelerin üzerinde araştırmalar yapan, toplayan, koruyan, bilgiyi paylaşan ve yaşadığı çevresine tanıklık etmiş malzemelerin üzerinde araştırmalar yapan, toplayan, koruyan, bilgiyi paylaşan ve sonunda inceleme, eğitim ve zevk alma doğrultusunda sergileyen, kar düşüncesinden bağımsız, sürekliliği olan bir kurum olarak tanımlamaktadır Eğitim üzerinde de aktif rolü olan müzelerin yaşam boyu öğrenme ve kişilere birebir deneyimleme imkanı sağlaması ile de, çok yönlü bir eğitimi kapsamaktadır (Aktaran; Şahan. M.). Müzeler tarihte ilk olarak, koleksiyon oluşturmak amacıyla oluşturulmuş olsa da günümüzde müze kavramı yeni anlamlar bulmuş-

tur. Toplama, koruma, belgeleme, sergileme ve eğitim olarak işlevlere sahip olsa da artık kişilerin keyifli vakit geçirmesini, eğlenmesini de sağlamaktadır. Müze türlerine de bağlı olarak değişiklik gösteren bu özellik çeşitliliğe göre de farklılıklar göstermektedir. Geçmiş zamanlara nazaran günümüzde müze kavramı önem kazanmakta ve sanat, kültür ve toplum yapısı üzerinde geçmiş ve gelecek arasında köprü bağı kurarak Türkiye'de müze kavramına dikkat çekmekte ve önem kazanmaktadır. Müzeler türlerine göre sınıflandırılırken müzede bulunan koleksiyonların özelliklerine bağlı olarak değişmektedir. Tüm bu özellik ve niteliklere bağlı olarak birçok müze türü vardır. Buna bağlı olarak müzelerin gruplandırılması şu başlıklar altında yapılmaktadır:

Koleksiyonlarına Göre Müzeler

Bu tür içinde en yaygın olan Arkeoloji Müzeleridir. Koleksiyonlarına göre müzeler kendi içinde başlıklara ayrılmaktadır. Genel müzeler, Arkeoloji müzeler, Sanat müzeleri, Tarih müzeleri, Etnografya müzeleri, Doğa tarihi ve Jeoloji müzeleri, Bilim müzeleri, Planeteryumlar, endüstri müzeleri, ekonomizeler olarak adlandırılmaktadır.

Bağlı Oldukları Kurumlara Göre Müzeler

Devlet müzeleri, üniversite müzeleri, askeri müzeler, bağımsız ya da özel müzeler bu kategoride yer almaktadır.

Özellikle günümüzde özel müzelerin sayıları giderek artmaktadır. Yönetimi kişilere bağlı olsada denetim yine devlet tarafından sağlanan bu müzeler için Türkiye'de ki ilk örnek 1980 yılında Sadberk Hanım adına kurulan müze olmaktadır.

Hizmet Ettikleri Topluma Yönelik Müzeler

Bu kategorideki müzeler eğitici, uzmanlaşmış ve genel olarak ayrılmadırlar. Bu müzelere örnek olarak; karikatür müzesi, sanat, gençlik ve çocuk müzeleri gösterilebilir.

Koleksiyonları ve Sergilendikleri Mekânlarına Göre Oluşturulan Müzeler

Açık hava ve anıt müzeleri bu kategoride yer almaktadır. Müzeler toplumların kaybolan kültür ve yapısına ışık tutmaktadırlar. Bunan bağlı olarak açık hava müzeleri o bölgenin, yerleşkenin geçmişine, kaybolan kültürüne ışık tutarak kültürel zenginliğin göstericisi olmaktadır. Bu müze türlerine örnek olarak; Kapadokya, Nemrut, Troia, Dolmabahçe Sarayı, Anıtkabir ve müze evleri söylenebilir.

İşlevlerine Göre Farklı Müzeler

Özellikle tek kişilik ve bir nesneyi veya konuyu ele alan müzelerdir. Sanal müzeler, Atatürk (müze) Evleri örnek olarak gösterilebilir.



Posta Müzesi nedir

Türkiye’de ve Dünya çapında belirli bölgelerde bulunan posta müzeleri içerik bakımından tarihi değer taşımaktadır. Geçmişin izlerini taşıyan bu müzelerde bulunduğu bölgenin veya ülkenin pul-posta geçmişine ve tarihine dikkat çekmekte. Dünyada ilk defa Birleşik Krallıkta kullanılmaya başlanan posta pulu, Türkiye’de ise Osmanlı İmparatorluğu döneminde başlamıştır. Her posta pulunun kendine özgü bir tasarımı bulunmaktadır. Genellikle kare veya dikdörtgen olan pulların üçgen gibi farklı biçimlerde olduğu da görülmektedir. Pullar kendi içlerinde de kategorilere ayrılmaktadır. Bunlar;

Sürekli pul: Çok büyük miktarlarda ve çoğunlukla iki renkli olarak basılan pullar.

Anma pulu: Bir olayı veya kişiyi anma amacı ile çıkarılan üzerinde o olay ve kişiye ait resimler bulunan pullar.

Ek değerli pul: PTT tarafından yılda iki defa çıkarılan ve ek gelirleri Kızılay ile Sosyal Hizmetler Çocuk Esirgeme Kurumuna verilen pullar.

Resmi pul: Sadece resmi kuruluşlar tarafından posta ücretlerinin ödenmesi için kullanılabilen pullar.

Uçak postası pulu: Uçak postası hizmeti ödenmesi için çıkartılan pullar. Üzerinde uçak kelimesi olabileceği gibi sa-

dece uçak profili veya uçak resmi olan pullarda çıkartılmıştır. Amerikan Scott kataloğunda ayrı bir sınıflandırma olmasına karşılık, Avrupa ve Türkiye pul kataloglarında böyle bir sınıflandırma bulunmaz.

Takse pulu: Posta ücreti ödenmeyen veya eksik ödenen gönderilerinden alınan cezalı posta ücretinin ödenmesi için çıkartılan pullar.

Milli Müdafaa pulu: İkinci Dünya Savaşı döneminde devlete ek gelir sağlamak için posta gönderilerinden alınan vergilerin ödenmesinde kullanılan pullar.

Otomat pulu: PTT tarafından bir dönem denenilen, pul veren makineler yani otomatlar tarafından basılan pullar.

Kişisel pul: PTT tarafından gerçek ve tüzel kişiler için kişiye özel basılan, gerek postada gerekse hatıra amaçlı kullanılan pullar. Filatelistler tarafından kınanan ve pek çok sakıncası olan bu uygulama ile PTT gelir sağlamayı amaçladığı iddiasındadır.

Yardım dernekleri pulları: 1958 öncesinde özel kanun ile bayram günleri posta gönderilerinde kullanılması zorunlu olan Kızılay, Çocuk Esirgeme Kurumu ve Türk Hava Kurumuna yardım amaçlı pullar (URL1).

Pulların incelenme işlemi filatelistler

tarafından gerçekleştirilmektedir. Tasarım açısından incelendiğinde ise her bölgeye, kültüre özgü hatta tasarımcısına ait ufak izler barındırabilen posta pulları kültürel aktarımın be farklı kültürlerin geleceğe aktarımında oldukça önemlidir. Bu amaçla oluşturulan posta müzeleri kültürün tarihsel aktarımında önemli mekanlar olma görevini üstlenir.

Tipografi nedir?

Hayatın önemli bir noktasında yer alan iletişim olgusunun temelinde karşılıklı duygu, düşünce ve bilgi alışverişi yer almaktadır. İlk defa Johann Gutenberg ile kullanılan tipografi terimi günümüzde, metal harf tanımlamasından çıkıp sanatsal ve tasarıma dayalı çalışmaları da içene almaktadır. Tipografinin temelinde bir iletişim çabası vardır. Bir duyguyu, düşünceyi ya da bilgiyi aktarma kaygısı içinde tipografik düzenlemeler yapılmaktadır. Tipografi de sanatın içinde yer alan bir tasarım uygulamasıdır. Sanatsal düzenlemeler ile oluşturulmuş çalışmalar yapılmaktadır ancak tipografinin temelinde ne olursa olsun okunabilirlik, açık seçik olma vardır. Verilmek istenen mesajın karşı tarafa olduğu gibi aktarılması, algılanabilir olması tipografinin temelindeki en önemli noktadır. Tipografik iletişim içinde güzellik ve estetik kavramları ne zaman devreye girer? Tipografi hiçbir zaman bir kozmetik malzemesi gibi kullanılmamalıdır. İyi tipografi, bilginin en doğru, en açık ve en mantıklı

sunucusudur. Güzellik ve estetik tipografinin hammadde değil, yan ürünüdür. Ana ürün anlaşılır bir iletişimdir. Geçmişten günümüze birçok değişim ve süreçten geçen tipografi tasarımı ilk olarak Johann Gutenberg’in metal harfleri için kullanılırken zamanla el yazmalarına ve farklı biçimde yazı karakterlerine de verilen ortak isim olmaya başlamıştır. Tarihte tipografinin kullanım alanlarına bakıldığında çoğunlukla ressamı tarafından kullanıldığı görülmektedir. Ancak değişen koşullar ve imkanlar yeni tanımlamalara ve bu tanımlamalar içinde yeni nitelendirmelere olanak sağlamaktadır. Tipografinin ilk kullanım zamanlarında ressamı ya da hattatlar tarafından oluşturulan çalışmalar, zamanla tipograf- tipografi tasarımcısı gibi bir tanımlamayı yaratmıştır. Günümüz tipografik karakterleri, el yazılarıyla başlayan uzun bir evrim sonucunda oluşmuşlardır. Harfin temel unsuru çizgisel vuruş ve darbelerdir. Fırça, kamy ve keski gibi yazı araçları, harf biçimlerini doğrudan etkilemiştir. Sonraları Eski Yunan ve Romalılar, harfleri temel geometrik konstrüksiyonlar üzerinde biçimlendirmeye başladı. Bütün tipografik karakterler, optik olarak hayali bir yatay çizgi (satır çizgisi) üzerine dizilirler. Tipografik karakterler et kalınlıklarına göre beş kategoriye ayrılabilir: 1- Tam beyaz (Extralight), 2-Beyaz (light), 3- Yarım siyah (Medium), 4- Siyah (Bold), 5- Tam siyah (Extrabold). (Becer,2013). Modern sanat ve gelişen sanat yapıları, teknolojinin ve yeni im-



kanların içinde farklı arayışlar bulmaya ve farklı disiplinlerin bir arada kullanılarak yeni tasarım model ve anlayışlarının oluşmasını sağlamıştır. Günümüz insanı, tipografik mesaj bombardımanı altındadır. Bu yoğunluk görsel kirliliğe neden olmakta, birçok tipografik mesaj işlevini yitirmektedir. Etkili tipografi, mantık ve sezginin arasındaki denge, görüntü ile söz arasında belirli bir denklemin kurulmasına bağlıdır. Tipografik simgeler, sözdizimsel ve anlamsal olmak üzere iki farklı boyutta varolur: Tipografik yaklaşım simgenin biçimiyle ilgili ise, sözdizimsel boyut ön plandadır. Ya da simgeye özel bir anlam yüklenerek etki yönü değiştirilebilir (Becer,2013). Tipografi her ne kadar saf ve esash olsa da, bir güzel sanat değil, bir hizmet sanatıdır. Günümüz grafik tasarımcısı, mevcut tipografik araçların artık tüketilmiş olduğunu hissediyormuş gibi görünüyor. Havada zamanımızın süratiyle hızlanmış bir heyecan arzusu var. “Yeni tarzlar”ın oluşumu umutla bekleniyor. Gerçeklerle yüz yüze gelmek kadar çarpıcı bir şey yoktur. Nedir bunlar? Hiçbir yenilik işareti olmayan bir çıkmazın sıkıcılığı mı? Ya da “yeni bir tarz” peşindeki zoraki bir değişimin ancak yüzeysel bir kazanç getireceğinin farkındalığı mı? Bu noktada 1920’li yılların yenilikçi tipografların beyanlarının temellerini hatırlamak uygun olabilir. Önceleri dili görünür kılma amacıyla büyük boyutlarda kullanılan tipografik öğelerin, özellikle de tipografik ifadeleri işaret eden, kendilerine özgü optik özellikleri

olduğunun farkına varıldı. Tipograflar, tipografik malzemelerin yeni kullanımlarından derin görsel ifadeler hayal ettiler. Bu tasarımcılar, tipografik bir sayfada, açıklık, zıtlık, renklerde heyecan ve siyah-beyaz değerler aradılar. Tipografi ilk defa tecrit edilmiş bir disiplin ve teknik olarak değil, sembollelerin, fotoğrafın, filmin ve televizyonun oluşturduğu daima genişleyen görsel bir tecrübenin parçası olarak duruyordu (Armstrong,2010:44-45).

Tipografik Mesaj ve Söz Dizimi

Tipografik mesaj; sözel, görsel ve seslidir: Tipografik unsurlar, okundukları ve sözel yorumlandıkları sırada izlenmekte, görsel olarak algılanmakta, duyulmakta ve işitsel olarak yorumlanabilmektedir. Tipografi, bu çok yönlü yapısıyla dinamik bir iletişim aracıdır. 20. Yüzyıl başlarında yazılı sözcüklere dışavurumcu özellikler eklenmeye başlamış; Futurizm, De Stijl, Dadaizm ve Konstrüktivizm gibi akımlar tipografiyi anlam-biçim ilişkilerine dayalı bir sanat dalı haline getirmiştir. Günümüz insanı, tipografik mesaj bombardımanı altındadır. Bu yoğunluk görsel kirliliğe neden olmakta, birçok tipografik mesaj işlevini yitirmektedir. Etkili tipografi mantık ve sezginin birleşimidir. Mantık ve sezgi arasındaki denge, görüntü ile söz arasında belirli bir denklemin kurulmasına bağlıdır. Tipografik simgeler, sözdizimsel ve anlamsal olmak üzere iki farklı boyutta varolur: Tipografik yaklaşım simgenin biçimiyle ilgi-

li ise, sözdizimsel boyut ön plandadır. Ya da simgeye özel bir anlam yüklenerek etki yönü değiştirilebilir. Simgelere yüklenen anlamlar iki kategoriye ayrılabilir. 1- Düzanlam (Denotation): Simgenin sözlük anlamı, 2- Yananlam (Connotation): Simgenin akla getirdiği kavram ya da çağrışım. Düzanlam, simgenin nesnel anlamıdır. Örneğin; sarı renkte bir “O” harfinin denotatif yorumu; “Bu sarı renkte bir “O” harfidir. ya da “Bu, sarı bir dairedir.” şeklinde olabilir. Connotatif açıdan ele alındığında ise aynı simge; güneş ortadan kesilmiş bir limon ya da altın bir yüzük olarak yorumlanabilir. Birçok sanat dalından daha evrensel niteliklere sahip olan tipografinin işlevi; okuyucu ile belirli bir amaç doğrultusunda bilgi alışverişi sağlamaktır. Sözdizimi (syntax) ; sözcüklerin doğru anlamlar oluşturacak biçimde deyimler, madde-ler ve cümleler halinde birarada kullanılma yöntemidir. Tipografik sözdizimi ise, tipografik unsurların doğru mesaj oluşturacak biçimde düzenlenmesidir. Tipografik tasarım iletişim ve sözdizimi üzerine kuruludur. Biçimle anlam arasında doğrudan ya da dolaylı olarak kurulan bağlantılar, bir tasarımı yönlendiren en önemli etkidir. Harf, sözcük, satır, sütun ve marjlar tipografinin ana unsurlarıdır. Tipografik sözdizimi, yazının en temel birimiyle başlar: Harf çevresini kuşatan boşlukla karşılıklı bir etkileşim içine giren her tipografik simge, görsel olarak dinamik bir yapıya sahiptir. Harflerin kendi aralarında kurdukları anlam-biçim ilişkisinde de bir sözdizimi olgusu vardır (Becer,2013).

PTT Pul Müzesi/ Ankara



Görsel1: PTT Pul Müzesi Karşılama



Görsel2: Ptt Pul Müzesi Logo



Görsel3: Tipografik Panel



Görsel4: Pul Sergilemesi



Görsel5: Yönlendirme.



Görsel16: Bir Pulun Hikayesi

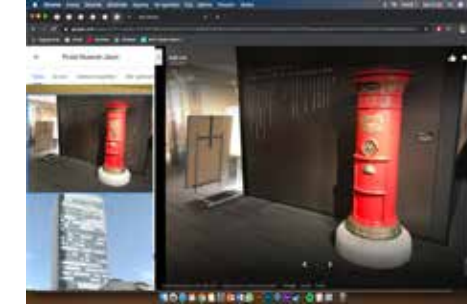


Görsel17: Baskı Makinası

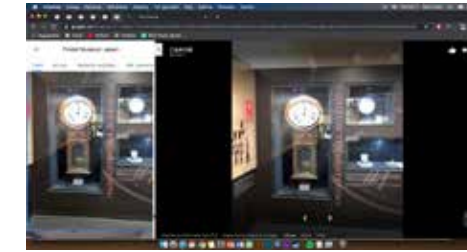
PTT Pul Müzesi; Ankara da modern müzecilik anlayışı ile tasarlanmış olan ve içerisinde Osmanlı Devleti Pulları, Anadolu Hükümeti Pulları, Türkiye Cumhuriyeti Pulları, Tematik Pullar ve Dünya Pulları ile yalnızca Türkiye içinde değil Dünya çapında bir kültürü barındırarak kültür merkezi özelliği taşımaktadır. Mustafa Kemal Atatürk'ün

isteği üzerine 1926 yılında kurulan bina PTT tarafından 2013 yılında restore edilerek PTT Pul Müzesi olarak hizmete açılmıştır. Tipografik öğeler açısından incelendiğinde ilk olarak görsel2 de yer alan PTT Pul Müzesi Logosu için; PTT'nin sahip olduğu kurumsal renge bağlı olarak tasarlandığı söylenebilir. Logotype'da Sequel Sans Bold tarzı bir yazı stili seçilmiştir. Yalnızca PTT yazısının sarı olması PTT'nin kurumsallığına ve kurumsal imaj bağlamında devamlılığı sağlamaktadır. Sans serif yazı karakterlerinin yoğun olarak kullanıldığı iç mekanda minimal bir tasarım dengesi söz konusudur. Yönlendirme ve müze içi tasarımlarında yine kurumsal renk sarının kullanımları görülmektedir. Bu kullanım hem PTT kültürü hem de modern tasarım açısından ferah bir hava yaratmaktadır. Sarı, gri ve siyah kullanımlarının hakim olduğu iç mekanda boşluk dengesine de yer verilmiştir. Kullanılan font bilgilendirmelerin okunması açısından anlaşılırdır. Tamamen modern tarzda oluşturulan iç dekor ve tasarımlar müze ve sanat birlikteliği için başarılı bir örnek oluşturmaktadır. Pul tasarımlarının sergilenmesinin gösterildiği görsel4'de kişiler için ilgi çekici olması açısından başarılı bir sunum tasarımı oluşturulmuştur. Buna benzer sergilemeler yurtdışı örneklerde yine görülmektedir. Özgün bir tasarım ve sergileme işbirliği ile oluşturulan PTT Pul Müzesi yalnızca Türkiye için değil Dünya geneli bir pul müzesi alanına hitap etmektedir.

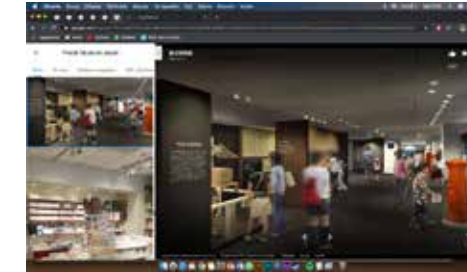
Postal Museum/ Japonya



Görsel8: Giriş



Görsel9: Sergileme Tasarımı

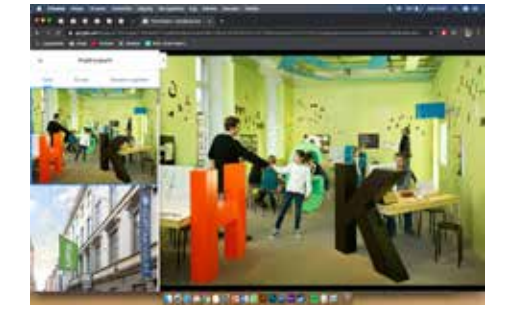


Görsel10: Müze İçi

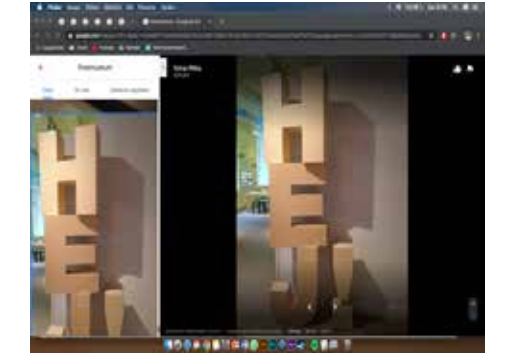
Posta ve telekomünikasyon ile ilgili koleksiyonların sergilendiği müzede yaklaşık 330.000 çeşit pul sergilenmektedir. Müzede yurtiçi ve yurtdışı birçok posta malzemesi bulunmaktadır. Dijital teknolojiyi de başarılı bir şekilde kullanan müze tasarımsal açıdan incelendiğinde özellikle kırmızı renk tonunun yoğun olduğu görülmektedir. PTT Pul Müzesi'ne göre tasarımlarda daha koyu renk temaları hakim olmaktadır. Müze içinde kırmızı ve siyah ton-

larının kullanılması özellikle kırmızı rengin Japon bayrağında da yer alan Japon kültürünün bir yansıması olarak görülebilir. Siyah zemin üzerine beyaz yazı kullanımları estetik açıdan göze gelmektedir ancak bazı alanlarda yazıların inceliği okunurluk açısından zor olmaktadır.

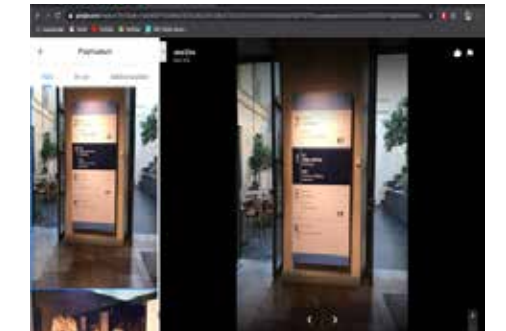
Postmuseum/ İsveç



Görsel11: H-K



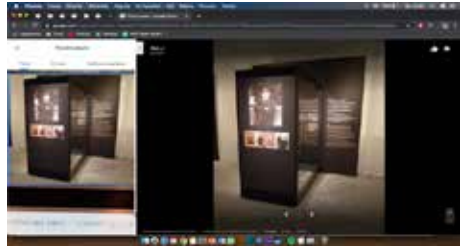
Görsel12: H-E-J



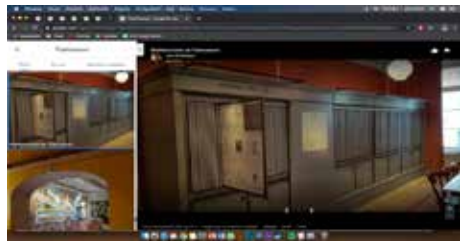
Görsel13: Yönlendirme Tasarımı



Görsel14: 2020



Görsel15: Sergileme



Görsel16: Sergileme Tasarımı

17. yüzyıldan kalma tarihi bir binada yer alan müze 1906 yılında hem posta tarihi hem de filateli olarak geniş bir koleksiyona sahiptir. Tipografik öğeler açısından incelendiğinde ise; tasarım ve dekorasyonda yoğunluklu tipografi kullanımı görülmektedir. Görsel11'de olduğu gibi bekleme salonundan, yönlendirme ve bilgi tasarımına birçok alanda tipografi kullanımı bulunmaktadır. Görsel11'de ki harflerin kullanılabilir zeminler olarak düzenlenmesi, oturma ve kitap vb objelerin konulmasına zemini olması genç, çocuk, yetişkin tüm gruplar için yaratıcı ve müzenin ilgi çekiciliğini arttırmıştır.

Özellikle canlı renklerin kullanılması eğlenceli bir tasarım yaratmıştır. Müze genelinde bu tarz düzenlemelerin olduğu görülmektedir (görsel12). Yönlendirme tasarımında anlaşılır ve sade bir tipografi kullanılmıştır. PTT Posta Müzesindeki sergileme tasarımı ile benzerlik gösteren bir pul tasarım sunumu görülmektedir (görsel16). Tarihi esintilerinde oldu tasarımlarla modern tasarımın buluşması yalnızca yetişkin kitle için değil genç ve çocuklar içinde oldukça ilgi çekici haldedir.

Smithsonians's National Postal Museum/ ABD



Görsel17: Barcodes



Görsel18: 1988



Görsel19: 1936



Görsel20: Postage Stamps



Görsel21: Pul Sergilemesi

1914 yılında inşa edilen ve 1986'ya kadar Washington postanesi olarak kullanılan tarihi Smithsonian 35.000 metre-karelik bir alana sahiptir. Müze içinde sergi alanı, araştırma kütüphanesi ve pul mağazası bulunmaktadır. Geniş bir alana sahip olan müzenin tipografik düzenleme bakımından incelemesi yapıldığında mavi renk tonunun ağırlıkta olduğu görülmektedir. Özellikle tarihlere yapılan vurgulamalar altta yer alan bilginin dikkat çekiciliğini arttırmaktadır. Canlı renklerin bir arada kullanıldığı müzede sarı, siyah ve mavi renk tonları yoğunluktadır. Panoramik düzenleme ile oluşturulan sergileme tasarımında yıllara ait bilgiler tipografik olarak birbirini takip eden bir düzende oluşturulmuştur. Müze içinde yoğunlukta kullanılan mavi renk tonu Amerikan bayrak rengini anımsatarak o kültüre dikkat çekmektedir denilebilir. Eski bir yapıya ve tarihe sahip olan müze binası, içerisindeki tarihi dokuları modern tasarım ve tipografik ayrıntılar ile ilgi çekici ve önemli bir müze haline de getirmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Müzeler öğrenmenin aktif olduğu alanlardır. Ancak bu öğrenmenin sağlıklı yapılabilmesi için müzenin içe-

riğine göre karşı tarafa aktarılacak istenen bilginin sadece uzmanlar ya da arkeologlar tarafından değil ziyaretçilerin yaş aralıklarına da uygun olarak anlaşılabilir olması gerekmektedir. Bir kişinin mutlak müzeye gitmeyi tercih etme sebepleri bulunmaktadır. Müzenin ilgi çekici, estetik göze hitap eden tasarıma sahip olmasının yanında en önemli sebeplerden biride anlaşılabilir bilgi aktarımıdır. Sanat ve müze iç içe olan alanlardır ve müzeler sanatsal yaratılara özgür olanaklar barındıran mekanlar haline gelebilmektedir. Teknolojini ve değişen koşulların etkisiyle özellikle etkileşimli müzeler tercih edilebilirlik açısından üst sırada gelmektedir. Dünyanın her yerinde, her ülkede o bölgeye ait kültürel değerlerle karşılaşılması söz konusudur. Müzeler bulundukları bölgelerin ve imaj kültür yapısından etkilenecek ve o kültürden beslenerek var olurlar. Bu amaçla müze incelemesi yapılırken salt içinde yer alan ürünlerin kategorisine göre değil, beslendiği kültür yapısı da göz önüne alınarak incelenmelidir. Bu araştırmanın konusunu oluşturan tipografi iletişim tasarımının içinde yer alan önemli bir alandır. Yine temelinde iletişimin ana ögesi olan anlaşılabilir bilgi aktarımı yer almaktadır. İnsanlar yapısı gereği anlaşılır olanı tercih ederler ve karmaşık yapılar geri planda kalır. Bu amaçla müzelerin kişiler için ilgi çekici ve tercih edilebilir mekanlar haline gelmesi için yönlendirme, bilgi aktarımı ve tarihsel gelişimlerin karmaşadan uzak anlaşılır olması gerekmektedir.

Araştırma kapsamında dört bölgeden seçilen PTT Pul Müzesi/Ankara, Postalmuseum/Japonya, Postmuseum/İsviçre ve Smithsonian's National Postal Museum/ ABD bölgesinden seçilen posta müzeleri sanal tur ile görüntülenecek belgelenmiştir. Her bir müze kendi kültür ve imaj olgusu üzerinde özen gösterilerek incelenmiştir. Araştırma konusunu oluşturan tipografik inceleme için; tipografinin nasıl kullanıldığı, özgün olup olmadığı, anlaşılabilirliği, kültürel ve kurumsal kimlikle olan uyumu olmak üzere dört temel kriterde incelenmiştir. Ancak incelemeler sonucunda elde edilen bulgular ile sanal tur yöntemi ile müze ziyaretlerinde tam olarak istenilen incelemeler kısmı olarak olsa da sağlıklı olarak yapılamayabilmektedir.

Kaynakça

Becer, E. (2013). İletişim ve grafik tasarım. Ankara: Dost Yayıncılık.

Bayer, H. (2010). Grafik Tasarım Kuramı/Grafik Tasarım Alanında Okumalar. (Çev; M. Uslu. Derleyen; Armstrong, H.) Espas Yayınları (1967).

İnternet Kaynakçası

URL1: (Erişim Tarihi: 14.05.2020)

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Pul_\(posta\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Pul_(posta))

Görsel Kaynakça

Görsel1-2-2-4-5-6-7: (Erişim Tarihi: 16.05.2020)

<http://www.pttpulmuzesi.org.tr/Page-Detail.aspx?PID=3>

Görsel8-9-10: (Erişim Tarihi: 16.05.2020)

<https://www.postalmuseum.jp/publication/>

Görsel11-12-13-14-15-16: (Erişim Tarihi: 16.05.2020)

<https://www.postalmuseum.jp/publication/>

Görsel17-18-19-20-21: (Erişim Tarihi: 16.05.2020)

https://www.google.com/maps/uv?hl=tr&pb=!1s0x89b-7b82731e57da1%3A0xb0c017e-7a9da2822!3m1!7e115!4shhhttps%3A%2F%2F5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipMcddbsrn0oVlnvmctwocouRxOFL-0JXRsvmW3e%3Dw480-h320-k-no!5s3.8.%20Smithsonian%20National%20Postal%20Museum%2F%20ABD%20-%20Google%27da%20Ara!1s-CgIgAQ&imagekey=!1e10!-2sAF1QipMcddbsrn0oVlnvmctwocouRxOFL-0JXRsvmW3e&sa=X&ved=2ahUKEwj5_vqK1JPqAhU14aY-KHfSPA44QoiowE3oECBUQBg

RESİM SANATINDA ESKİZ HAZIRLANMASINDA 3D PROGRAMLARIN YARDIMCI TEKNİK OLARAK KULLANILMASI

*USE OF 3D PROGRAMS AS AUXILIARY
TECHNIQUES FOR PREPARATION OF
PICTURE IN PAINTING ART*

Ercan GÜLER

Giriş

Resim sanatı içerisinde eskiz kavramının ne kadar önemli bir unsur olduğu tüm sanatçılar tarafından bilinmektedir. Sanat eğitimi verilen kurumlarda da, eserin meydana getirilmeden önce eskiz çizilmesinin gerekliliğinin öğrencilere temel kural olarak öğretildiğini söyleyebiliriz. Eskiz çizmek ortaya çıkartılacak olan esere temel taşı olma rolünü üstlenirken, aynı zamanda da eserin gidişatı hakkında sanatçıya bir yol gösterici de olacaktır. 15. yy'da Gutenberg'in keşfettiği matbaanın kullanımının artmasıyla birlikte kâğıt kullanımının da ona orantılı bir şekilde arttığını göz önünde bulundurduğumuzda, eskiz çiziminin kâğıt üzerinde daha kalıcı bir hale getirildiğini söylemek mümkündür. Aradan geçen onca yüzyıldan sonra günümüz sanatında kullanılan eskiz tekniklerine baktığımızda kâğıda alternatif olarak sanatçıların artık daha teknolojik malzemelerden de faydalandığını görmekteyiz.

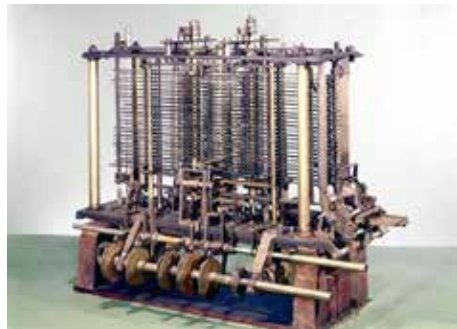
Bu malzemelerin başında fotoğraf makinesi gelmektedir. Keşfedilen bu yeni icat, sanatçıların tuval üzerine günlerce aktardıkları nesneleri bir çırpıda basılı kâğıt haline dönüştürebiliyor ve artık sanatçılar bu basılı fotoğrafları eskiz olarak kullanabiliyorlardı. Günümüzde daha yakın tarihlere gelindiğinde ise bilgisayarın icadının bu teknolojik malzemelerin başını çektiğini söyleyebiliriz. Bilgisayarın icadı ile birlikte teknoloji ve sanat ilişkisi tartışması başlamışken, sanat topluluklarının bir kısmını teknolojik gelişmelerin sanatçının işini kolaylaştırmaya yardım edebilecek bir öğe olduğunu savunurken bir kısmı ise sanatın biricik olgusunun kaybedeceğini kaygısını yaşamaktaydı. Aslında bu algı fotoğraf makinesinin icadı ve ressamların eserlerini oluştururken çekmiş oldukları fotoğraflardan yararlanmasıyla birlikte kırılmıştı. Günümüzde ise artık daha hızlı gelişen teknoloji ve bu gelişime doğrudan bağ-



lantılı olan teknolojik aletler bu algıyı hala tamamen yıkamasa da, kendini kabul ettirdiği düşüncesi kaçınılmaz bir gerçektir.

2. Eskiz

Bir sanatçının yapmak istediği çalışmayla ilgili zihninde canlandırdığı birden çok düşünce vardır. Bu düşünceleri bir zemin üstüne aktarmadan başlayacağı bir eser, uygulama esnasında ve uygulama süreci boyunca tıkanmalara sebep olabilir. Bu yüzden başlangıçta eskiz çizilmesi gerekmektedir. Eskiz çalışmaları detaysız ve hatalı olabilir. Eskiz çizimlerinin temel amacı soyut düşüncenin somut bir hale gelerek eserin gelişimine katkıda bulunmaktır. (Yakın, 2012,s. 4) Bilir “Eskiz, düşünceyi destekleyici ve yönlendirici oluşunun yanı sıra, düşünceleri düzene sokmakta, netleştirmekte ve akılda tutmak için not etmeyi sağlamaktadır. Bir anlamda düşüncenin gerçekleştiği anların görüntüleri, raporlarıdır.” (Bilir, 2013,s. 94) diyerek tanımlarken Düzenli’ye göre “Eskiz en basit ifadeyle tasarım taslağı; sanatçının kendine dönük bir yaratma eylemidir” (Düzenli, 2018, s.200).



Şekil 1. Charles Babbage, Analitik Motor

Sonrasında bu süreci sırasıyla telgraf, mors alfabesi, Graham Bell’in telefonu, George Eastman’ın icadı Kodak kamerası, film makarası ve bu gelişmeler neticesinde ise George Méliès’in animasyonu hayatımıza kazandırması izlemiştir. (Birol A, Gürbüz Y, 201,s. 2) Analitik motor sonrasında gelişen teknolojinin bizlere sunduğu bir sonraki örneğinin 2. dünya savaşı için geliştirilen sistemlerin etkisiyle oluşturulmuş bir icat olan Elektronik Sayısal Tamamlayıcı ve Bilgisayarın (ENIAC) olduğu görülmektedir. (Gökçearslan Ş, 2016,s. 128) Dijital çağın başladığının ilk sinyallerini veren bilgisayarların, matematiksel hesaplama yapabilme özelliklerinin yanı sıra aynı zamanda da bilgisayarlardan estetik açıdan yararlanma imkanı da sağlamıştır.

Bu imkanlardan ilk faydalananlardan birisinin de Ben Laposky olduğu söylenebilir. 1950’li yılların başında askiloskop (floresana sahip bir ekran üstüne elektrik akımının görsel kaydını çıkarmak için katot ışıını tüpü kullanan bir cihaz) üstüne dalga formlarından oluşan elektronik görüntüler ortaya çıkartmış, daha sonra da bunları fotoğraflamıştı. Şekil 2’de 20.3x25.1 cm ebatlarında bilgisayarda işlenmiş imajın



Şekil 2. Ben Laposky, Oscillon 40, 1952, Bilgisayarda İşlenmiş İmajın Fotoğrafı, 20.3x25.1 cm, V&A müzesi (Victoria ve Albert Müzesi), Londra, İngiltere

Şekil 2. Ben Laposky, Oscillon 40, 1952, Bilgisayarda İşlenmiş İmajın Fotoğrafı, 20.3x25.1 cm, V&A müzesi (Victoria ve Albert Müzesi), Londra, İngiltere

Bilgisayar kullanımının kişisel anlamda yaygınlaşmasının internetin hayatımıza girmesiyle birlikte hız kazandığını görmekteyiz. Klavye ve fare keşfedilmeden önce sanatçılar yazılımcılarla ortak hareket etmek zorunda kalmaktaydılar fakat geliştirilen yazılımlar, grafik tabletler ve üç boyutlu yazıcılar ile birlikte daha özgür kalmışlardır. (Eyüpoğlu İ, 2019,s. 102) Wands “Bilgisayar, sanatçılara daha önce asla mümkün olmayan türden eserler ve yeni eser/iş türleri yaratma imkânı sunmuştur” demektedir. (Wands 2006, s.5) Böylelikle sanatçıların kendi başlarına daha fazla eser ortaya çıkarttıklarını söylemek mümkündür. Bu yazılımlardan en önemlilerinden bir tanesininde Adobe firmasının üretmiş olduğu Photoshop adlı yazılım olduğunu söyleyebiliriz. Geçen son yirmi yıllık süre içerisinde dijital teknoloji ürünlerinin hayatın hemen her alanında kullanımının büyük ölçüde arttığı ve bunun da birçok sanat dalının bu ortama ayak uydurmasına ya da bilgisayarların gücünden faydalanır hale gelmesine sebep olmuştur. Dijital teknolojinin sunduğu olanaklar ve zengin bir çalışma alanına sahip olması sanatçıların bu yeni alana olan ilgisinin artmasıyla doğru orantılıdır (Eyüpoğlu, 2019,s.103)

Geçmişte ve günümüzde pek çok sanatçı tarayıcı, yazıcı, grafik tablet gibi araçlarla çalışarak piksel tabanlı yazılımlar aracılığıyla fotoğrafları üzerinde düzenleme ve serbest çizim yapmış, büyük boyutlu formlarla çalışabilmiş, üç boyutlu modelleme programlarıyla görüntü yaratma yolunu seçmiştir. Yani yukarıda bahsettiğimiz birkaç alet bir araya gelerek sanatçının kendine ait stüdyosunu oluşturabilmesine imkan sağlamıştır.

Bu sanatçılara örnek vermek gerekirse Andy Warhol, Roy Lichtenstein gibi bilindik sanatçıların yanında Dan Hays başı çeken isimlerden sayılmaktadır. Warhol ve Lichtenstein dijital ortamda ürettikleri sonuçları baskılarında kullanırken, Dan Hays internet sitelerinden elde ettiği görsellerin çözünürlüklerini düşürdükten sonra grafik yazılım programları aracılığıyla renk vb. gibi özellikleriyle oynayarak resimleri kusurlu hale dönüştürmüş ve sonrada bu resimleri tuval üzerine aktarmıştır. (Şekil 3)



Şekil 3. Dan Hays, Colorado İzlenimleri 10b (Colorado Impressions10b), 2002, Tuval Üzerine Yağlı Boya, 152x203 Cm, Sanatçının Kendi Koleksiyonu

4. 3d Yazılımlar

Günümüzde inşaat, mimarlık ,peyzaj, grafik ve animasyon gibi bir çok alanda 3d yazılımların geniş ölçekte kullanıldığını biliyoruz. Hatta temel manada 3d kelimesini duyduğumuz ilk anda aklımıza gelen kelimenin animasyon, mimarlık ya da mühendislik alanında olduğunu birçoğumuz düşünmüşüzdür. Temelinde 2 boyutlu el ya da dijital çizimi 3 boyutlu hale dönüştürmek amacıyla kullanılan bu yazılımların çekilmesi zor, tehlikeli ve maliyetli olan sahneler için sinema sektöründe de uzun bir süredir kullanıldığını görmekteyiz. Yazılımsal anlamda sektörde en çok kullanılan programın 3ds max olduğu gözlenmektedir. Fakat Autodeskin üretmiş olduğu bu programın dışında günümüzde sık kullanılan Maxon'a ait Cinema 4d, Trimble Sketchup, Houdini, Luxion Keyshot, Lumion gibi birçok yazılım piyasada mevcuttur. Profesyonel anlamda birbirinden çok farklı alanlarda ve farklı tekniklerle kullanılan bu programların temelinde yatan ana fikrin, insan gücüyle yapılması zor olan bir takım işlerin daha kısa sürelerde yapılması ve insanın üzerinden bu yükü almak olduğu söylenebilir.

5. 3D Yazılımlarla Yapılmış Çalışmalar ve Tuval Resmi İlişkisi

Bir takım dijital araç ve gerecin hayatımıza girişiyle birlikte pek çok

sanatçı işlerinde bu araçlardan faydalanmıştır. Genel manada yapılması planlanan eserin tüm detaylarını bitmiş bir halde sonuçlandırabilen 3D programlar, aynı zamanda sınırlarını tamamen sanatçının belirlediği bir yazılımdır. Yani kullanım yöntemi düşünüldüğünde, klasik anlamda bir tuval üzerine resim yapmaktan herhangi bir farkı yoktur. İstedığınız parçayı silebilir, çekiştirebilir, istediğiniz bir renge boyayabilir, istediğiniz etkiyi verebilir ya da istediğiniz kadar büyütüp küçültmenin yanı sıra istediğiniz yere kamera açıları yerleştirebilir o açıdan sahneye bakabilirsiniz. Kurguladığınız sahne içerisinde renk değişikliği, ı ışık gölge ayarları yapabilir, sahnenizi istediğiniz ortam aydınlatmasına ayarlayabilir ve ortaya çıkartılması planlanan çalışmanın genelini çok kısa süreler içerisinde somut bir şekilde görebilirsiniz.

3D programlar, eserlerini ortaya çıkartmak için bilgisayarları kullanmayı tercih eden sanatçıların, el çizimi ile ulaşılabilmesi güç olan karışık görüntülere ulaşması ve bu görüntülerin kısa sürede farklı versiyonlarını oluşturmalarına ve bu yazılımlar aracılığıyla modellenmiş heykellerin boyutlarıyla istediği gibi oynamalarına ve istediği malzemeyi kullanarak nasıl sonuçlar elde edeceği görmesine imkan sağlayabilir. (Tanyıldızı, 2008,s 8)

Robert Bechtle'a ait olan bu otomobil resminin kağıt üzerine sulu boya tekniği kullanılarak yapıldığı görülmektedir. (Şekil 4) Sanatçının yapmış olduğu bu resmin daha öncesinde kompozisyonu oluşturan sahnenin fotoğrafının çekildiği ve bu fotoğraf üzerinden resimlendiği düşünülmektedir.



Şekil 4. Robert Bechtle, Tuval Üzerine Sulu Boya

Bechtle'ait olan bu resmi VisEngines adlı tasarım ofisinin yapmış olduğu görselle kıyasladığımızda görsel (Şekil 5) üzerinde görünen yapı ve otomobilin markasında ve kamera açısında farklılıklar gösterdiği gözlenmiştir. Sanatçı Bechtle'nin bu fotoğrafı çekmek için kendisine uygun açı ve ışığı belirlemesi gerektiğini ve fotoğrafın çekilecek alana mutlaka gitmesi gerektiğini düşündüğümüzde, tasarım ofisi tarafından ortaya konulan çıktıda bahsettiğimiz uygulamaların yapılmasına gerek kalmayacaktır. 3d yazılım içerisinde düzenlenecek sahne ile gerekli ışık, kaplama ve kamera ayarları yapıldıktan sonra hayal ettiğimiz sahne somut bir çıktı almamıza imkan sağlayacaktır.



Şekil 5. VisEngines Digital Solutions Autodesk 3ds Max

Klasik üslupta resmedilmiş bir natürmort örneğinden kıyaslama yapacak olursak, Şeker Ahmet Paşanın yapmış olduğu bu eserde, mevsime özel meyvelerin seçilerek özenle kurduğu kompozisyonu resmettiği oldukça açıktır. (Şekil 6) Eser üzerine düşen ışık ve gölgeye odaklandığımızda ışığın sol arkamızdan geldiği anlaşılmaktadır.



Şekil 6. Şeker Ahmet Paşa / Natürmort /TÜYB

Fakat sanatçı, bu kompozisyonu kurarken üzerinde hassas bir çalışma yaparak sonuca ulaşabilir. Uygun bir bakış açısı ve ışık yakalayabilmek adına epeyce zaman harcaması gerekmektedir.

Aaron Covrett'in Cinema 4d programı ile düzenlediği natürmort çalışmasına

baktığımızda (Şekil 7) yine mevsimsel ürünlerin ön plana çıktığı gözlenmektedir. 3d yazılım aracılığıyla düzenlenmiş olan bu natürmortta ise kısa sürede ışığı istediğimiz açıdan verebilme, gün ışığını gece ışığına çevirebilme ve kompozisyona istediğimiz açıdan bakabilme şansımız vardır. Şartları uygun görülen açıyı daha sonra tuval üzerine aktararak istenilen teknikte boyanabilir hale getirmek mümkündür.



Şekil 7. Aaron Covrett/ Harvest Cinema 4D

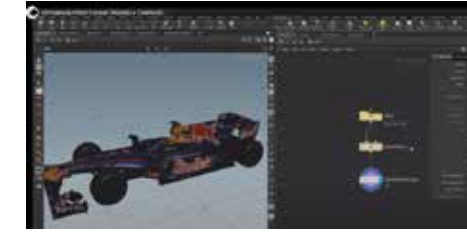
F1 otomobilleri yarışlarının İstanbul'da düzenlendiği tarihlerde çalışmalarını bu otomobiller üzerine yoğunlaştıran sanatçımız Renan Ertosun'un eserlerini değerlendirdiğimizde Fütürist bir yaklaşım izlendiğini otomobil üzerindeki fırça vuruşlarından anlamak mümkündür. (Şekil 8)



Şekil 8. Renan Ertosun / F1 / TÜAB

Fakat hızlı ilerleyen bir otomobilin kat ettiği mesafede başlangıç ve bitiş noktası arasında bıraktığı etkiyi çıplak gözle görebilmek imkansızdır. Bu etkiyi yakalayabilmenin en etkili yöntemi bir fotoğraf makinesi yardımı ile yapılan pozlama tekniğidir. Şayet makine yardımı olmaksızın bu etkiyi vermek istediğimizde tamamen tahmine ve gözleme dayalı bir sonuç ortaya çıkacaktır. Bu süreç ise tuval üstünde sanatçının ister istemez zorlanmasına sebep olabilir.

Yine aynı türden bir otomobili, konu olarak ele alan Roman Pillai'nin çalışmasını değerlendirdiğimizde, (Şekil 9) ilk olarak otomobil modelini 3d yazılım içerisinde normal görüntüsüyle görmekteyiz.



Şekil 9. Roman Pillai / 3D painterly effect
Houdini&Cinema 4D

Sonraki aşamada yine aynı yazılım içerisinde kullanılan painterly effect modu yardımı ile otomobil üzerinde oluşan etkiyi görebiliriz. (Şekil 10)



Şekil 10. Roman Pillai / 3D painterly effect
Houdini&Cinema 4D

Son olarak da ışık ayarları yapıldıktan sonra uygun kamera açısının da seçimi ile birlikte, bilgisayar üzerinde aldığı etkiyi görmek mümkündür. Sanatçı ekran üzerinde istediği değişikliği yapmakta tamamen özgürdür, final çıktısını aldıktan sonra bu çıktıyı eskiz olarak kullanarak renk, ışık, kamera ve fırça darbelerinden doğru bir şekilde yararlanması mümkündür. (Şekil 11)



Şekil 11. Roman Pillai / 3D painterly effect
Houdini&Cinema 4D

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde tüm meslek gruplarının teknolojik ürünlerden faydalandığını düşünürsek, resim sanatının da bu ürünlerden mutlaka beslenmesi gerektiği gözardı edilemez bir gerçektir. İki veya üç boyutlu modelleme programlarıyla ortaya çıkartılan sanal bir nesnenin, geçireceği dönüşüm sonrasında hareketli bir görüntü yani animasyona, bir çıktıya ya da bir heykele dönüşebilir. Sanatçıların bilgisayar yardımıyla dijital alanda eskiz çizimlerini gerçekleştirmelerinin, elle yapılması zor ve zaman alan görüntülerin çok kısa sürelerde birden çok çeşidinin gerçekleştirilebilmesine olanak sağlayabileceği ön görülmüştür. Sanatçıların dijital teknikleri kullanabildikleri takdirde, sadece deneme yapmak veya geleneksel çalışmalarının tasarımı aşamasında destek amacıyla da kullanabilmesine imkan sağlayacaktır. El eskizleri üzerinde ya da tuval üzerinde karşılaşılan form bozuklukları ve ışık gölge problemlerinin çözülmesine ve daha kontrollü bir sonuç ortaya çıkartılmasına katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Durmadan gelişen yazılımların insan eliyle bir araya gelerek yeni bir biçimlendirme dilinin ortaya çıkmasına, resmin ve sanatçının her anlamda elinin kuvvetleneceği ve sanat eserinin gücünü arttırmasına destek olacağı ön görülmektedir. 3d programlar aracılığıyla yapılacak olan çalışmaların ortaya çıkarttığı sonuçlar sanatçıyı tatmin edebilecek türden olduğu gözlemlen-

miştir. Ortaya çıkan bu eskizlerin tuval öncesi kullanılmasının hızlı ve doğru bir yöntem olabileceği düşünülmektedir. Durmadan gelişen yazılımların insan eliyle bir araya gelerek yeni bir biçimlendirme dilinin ortaya çıkmasına, resmin ve sanatçının her anlamda elinin kuvvetleneceği ön görülmektedir.

KAYNAKÇA

Bilir, S. *Mekan Tasarımında Kavram Geliştirme Sürecine Analitik Bir Yaklaşım*. MS thesis. Güzel Sanatlar Enstitüsü, 2013.

Birol, A. , Gürbüz, Y. *Dijital Teknolojilerin Resim Sanatına Yansımaları*. XX. Türkiye'de İnternet Konferansı, <http://inet-tr.org.tr/inetconf20/bildiri/38.pdf> sayfasından elde edilmiştir. (Erişim Tarihi: 25.10.2020)

Düzenli T. *Peyzaj Mimarlığında Bir Tasarım Yöntemi: Eskiz*. 2. Uluslararası İpek Yolu Akademik Çalışmalar Sempozyumu, 2018.

EYÜPOĞLU, İ. ORHUN, F. B. *Sanat Eğitimcileri Görüşleri Çerçevesinde Dijital Resim Çalışmalarının İncelenmesi (Bartın İli Örneği)*. Anadolu Üniversitesi Sanat Ve Tasarım Dergisi, 2019.

Gökçearsan, Ş. *Bilişim Suçları ve Etik*. Sami Şahin ve Çelebi Uluyol (Ed.). Eğitimde Bilişim Teknolojileri I-II. 5. Bölüm. ss. 127-148. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 2016.

Tanyıldızı, B., *Çağdaş Resim Sanatında Dijital Görüntü Estetiği*, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Resim Ana Sanat Dalı, İzmir, 2008.

Yakın, B. *Tasarım Sürecinde Görsel Düşünme Ve Görsel Anlatım İlişkisine Analitik Bir Yaklaşım*. MS thesis. Güzel Sanatlar Enstitüsü, 2012.

Wands, B. (2006). *Dijital çağın sanatı*. (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Akbank Yayınları. (Orijinal çalışmanın basım tarihi 2006.)

TÜRK İSLÂM EL YAZMALARININ MODERN SANAT / TASARIM SAYFA DÜZENİ ANLAYIŞINA ETKİSİ

THE EFFECT OF TURKISH ISLAMIC WRITING
ON THE MODERN ART / DESIGN PAGE
LAYOUT UNDERSTANDING

Aziz İNCE , Prof. Yusuf KEŞ

Giriş

Doğasında bir form üretme ve algılama içgüdüğü bulunan insan ne kadar ilkel ve ne kadar zor şartlarda olursa olsun karmaşa içinde yaşayamaz. Bu nedenle yakın çevresinde ve iletişim ortamında düzene dair açıklığa gereksinim duyarken biçimlere dayalı bir düzen algısı içerisinde (Becer, 2013:31; Uçar, 2004:153). Bu düzen algısı kültürel geçmişten modern şehirciliğe, teknoloji den mimariye birçok alanla ilişkilendirildiği gibi kültürler arası düzeyde sayfa düzenini de kapsamaktadır (İstek, 2005:99; Lupton ve Philips: 2015:187).

Sayfa düzeni, genel bir taslağa göre, bir tasarımın öğelerinin yine tasarım ilke ve kuralları ışığında, kapladıkları alanla ilişkili olarak yerleştirilmesidir. Bu aynı zamanda tasarım öğelerinin sayfa üzerinde kullanımı bakımından biçim ve alanın yönetimi olarak adlandırılabilir (Ambrose ve Harris, 2013a:9). Çağdaş tasarımda kullanılan

sayfa düzeninin temel ilkeleri ortaya çıkışlarından bu yana biraz daha özensiz kullanılsalar da bu ilkelerin çoğu yıllar öncesine hatta bazıları yüzyıllar öncesine uzanmaktadır (Ambrose ve Harris, 2013a:6). Zamana bağımlı bir sanat disiplini olan grafik tasarım kapsamında grafik üretim alanının en temel konularından olan sayfa düzeni, ilk çağlardan günümüze kadar sürekli gelişim göstermiştir (Bektaş, 1992:23). Mağara resimlerinden yazının icadına, baskı tekniklerinden matbaanın bulunuşuna, endüstri devriminden enformasyon aktarımının yoğunlukla gerçekleştiği kitle iletişim araçlarına kadar, iletişim ve düzen kaygısında olan insanın kat ettiği yol sayfa düzeninin gelişim süreci içerisinde izlenebilir.

Düşüncelerini, hislerini ve korkularını bulundukları döneme ait çizimlerle anlatmaya çalışan grafik tasarım ve tasarımcıların kökenleri, ilkel insana kadar uzanmaktadır (Uçar, 2004:92).



İlk zamanlarda bu çizimler dönemin gelişmişlik düzeyi ve imkânları gereği kaya ve mağara duvarları üzerine oyulmuştur. Bunların en eskileri M.Ö. 25.000 ile 20.000 yıllarından izler taşırken, daha eski olan Güney Fransa'da Lascaux'da bulunan mağara resimleri de M.Ö. 15.000 yıllarına aittir (Becer, 2013:84). Kaya ve mağara duvarlarından oluşan bu yüzeyler için o günün sayfası olarak kullanıldığı söylenebilir.

MÖ 4000-5000 yıllarında Fırat ve Dicle nehirleri arasında, Mezopotamya (nehirler arası) olarak adlandırılan bölgenin kurucusu Asya'dan gelen Sümerliler (Erdal, 2015:70), adalete dayalı yönetim anlayışları, edebiyat ve geliştirdikleri üretim araçlarının yanında, ticari kayıtları tutmak amacıyla dönemin sayfası kil tabletler üzerine sembollere dayalı bir yazı sistemi geliştirmişlerdir (Sorgunalp, 2017:1).

Sümerlilerle aynı çağda yani; MÖ 4000-5000'lerde Nil vadisi ve deltalarında yerleşik yaşama ve tarıma başlayan Mısırlılar, Nil nehri boyunca yetişen bitki saplarını işleyerek papirüsü elde etmişlerdir. Yelken, kumaş, paspas, ip gibi ürünlerin yapımının yanı sıra yazı gereci olarak sayfa yapımında da kullanılan papirüsün sayfa olarak kullanımı Mısır'ın görsel iletişimine de büyük katkılarda bulunmuştur (Erdal, 2015:70; Meggs ve Purvis, 2012:16). Sonraları papirüse

alternatif olarak, "parşömen" adı verilen dönemin grafik yüzeyleri sayfa olarak kullanılmaya başlanmıştır (Becer, 2013:90).

Sembolik yapıdan işaretlere dönüşen Sümerlilerin çivi yazısını ve Mısırlıların hiyeroglif yazısını referans alan 22 harfli Fenike alfabesi M.Ö. 1400 yıllarında günümüz Suriyesi ve Filistin bölgesinde ortaya çıkmıştır. Önce İbraniler sonra Yunanlılar ve Romalılar bu yazıyı almış, kendi dillerine uyarlayarak kullanmaya başlamışlardır (Uçar, 2004:92; Erdal, 2015:75).

Grafik iletişimin vazgeçilmez malzemesi olan kâğıt ise bir saray memuru olan Eunuch T'sai Lun tarafından M.S. 105 yılında Çin'de bulunmuştur (Becer, 2013:88). Moğollar 8. yüzyılda Çinlilerin ülkelerine girerek, kâğıdın sır olarak saklanan formülünü almışlar ve yaygınlaşmasını sağlamışlardır. 8. yüzyılın ortalarında Araplar' da Çin'den Türkistan topraklarını fethedince kâğıt ustaları esir edilerek, onlardan kâğıt imalatını öğrenmişlerdir. Birkaç düzenleme dışında, kâğıdın üretim süreci Çinlilerin geliştirdiği yönteme benzer yapıda devam etmiştir (Sabev, 2006:18). Kâğıt üretiminin, Çin'den Avrupa'ya olan uzun ve yavaş yolculuğunu tamamlaması kolay olmamıştır. Pasifik Okyanusu'ndan Akdeniz'e kervan yolları boyunca batıya doğru yayılan kâğıt, önce Müslüman Arap dünyasına ulaşmıştır. Arap işgal kuvvetleri, M.S. 751'deki (Talas Savaşı)

Semer kant kentine yapılan bir Çin saldırısını püskürttüktan sonra, bazı Çinli kâğıt üreticileri ele geçirilmiştir. Bol su, bol miktarda keten ve kenevir ekinleri Semer kant'ın kâğıt üretim merkezi haline gelmesini sağlarken, kâğıt üretimi sonra Bağdat ve Şam'a yayılmış ve onuncu yüzyılda Mısır'a ulaşmıştır. Oradan da Kuzey Afrika'ya yayılmış ve on ikinci yüzyılın ortalarında Moors tarafından 1102'de Sicilya'ya ve İspanya'ya girmiştir. 1276'da İtalya'nın Fabriano şehrinde bir kâğıt fabrikası kurulmuştur. Fransa'nın Troyes kentinde de 1348'de bir kâğıt fabrikası vardır (Meggs ve Purvis, 2012:68).

M.S. 1040'lı yıllarda Pi Sheng (990-1051), yazı karakterlerini bağımsız parçalara ayırmış ve her yeni baskı için ayrı ayrı dizilerek birçok kez kullanılabilir hâle getirmiştir. Ancak bu usul, Çin alfabesinin birbirinden farklı binlerce harf karakterine sahip olması nedeniyle, Batı'dakine benzer köklü bir değişime yol açmamıştır. Çünkü harflerin yer değiştirebilme özelliği binlerce yazı karakteri hazırlama zorunluluğunu ortadan kaldıramamıştır (Sabev, 2006:19). İnsanlık tarihinin yazı ve kâğıttan sonraki bir diğer önemli buluşu, bütün yazma ve çoğaltma işlerinin el ile yapıldığı dönemlerde Çinliler tarafından bulunan baskı tekniğidir. Sorgunalp'in (2017:2) Labarre'den aktarımına göre, ilk olarak Çin'in Tao'cu rahipleri yazı ya da resimleri çoğaltmak amacı ile 9. yüzyılda oyma baskı tekniğini kullanmışlardır. "Arapların da

oyma baskıyı bildikleri ve uyguladıklarını ispat eden bazı örnekler vardır. Bunların bazıları Kura'n-ı Kerim 'den ayetler muhteva eden günümüze kadar muhafaza edilen, Mısır'ı yönetmiş olan Fatımiler (909-1171) dönemine ait basılı muskaldır" (Sabev, 2006:18).

Gerçek anlamda Avrupa'da grafik tasarım ve baskı teknolojileri adına çığır açan bir buluş olarak Mainz'li Johan Grensleish zum Gutenberg'in 1450'de geliştirdiği, bağımsız yer değiştirebilen hareketli ve tekrar kullanılabilen antimon ve kurşunun karışımından oluşan metal parçacıklar ile matbaanın bulunuşu olmuştur (Meggs ve Purvis, 2012:72; İstek, 2005:72). Avrupa'da matbaacılığın gelişmesiyle birlikte Osmanlı İmparatorluğu sınırları içerisinde de bu yeni buluşa ilgi uyanmıştır. İspanya'dan Türkiye'ye gelen Musevilerin 1493'te matbaayı Osmanlı topraklarına taşımaya izin verilmiş, ilk Türk matbaası ise 31 Ocak 1729 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. İbrahim Mütefferika ve Sait Efendi ortaklığı ile kurulan matbaaya Padişah III. Ahmet yalnızca dini kitapların basılmaması şartıyla izin vermiştir (Akdenizli, 1999:71-74). Mütefferika matbaası, sadece Osmanlı topraklarında değil, bütün İslâm dünyasında bir gayrimüslim tarafından işletilmeyen ilk matbaadır (Sabev, 2006:136). Matbaa, düşüncelerin ve görsellerin çok geniş bir halk kesimine ulaşmasına olanak vermiştir. Bu durum insanın toplumsal dönüşümüne sebep olarak yeni bir çağ başlatırken,

bir grafik iletişim alanı olan sayfa düzeni üzerinde de Dünya çapında kültürler arası etkileşimin öncüsü olmuştur (Meggs ve Purvis, 2012:153).

Endüstri devrimi ile tetiklenen batıdaki teknolojik gelişmeler 20. yüzyıl modern sanat ve tasarım akımlarını doğururken, aynı coğrafyayı paylaşan medeniyetler ve kültürler arası ilişkisinin bu tasarım anlayışına katkı sağladığı söylenebilir. Araştırmanın amacı doğrultusunda grafik tasarım ürünü ve bir grafik üretim alanı olan sayfa düzeni üzerinden Doğu ve Batı kültürleri arasındaki bu etkileşime dikkat çekilmeye çalışılmıştır.

Sayfa düzeni ve tasarım unsurlarına ilişkin, Doğu ve Batı kültürlerine dair yapılan bu çalışmada; Türk-İslâm sanatı ve el sanatlarını günümüz grafik tasarım anlayışıyla kavrayıp, geleneksel yaklaşımları modern sanatla ilişkilendirerek Türk-İslâm grafik sanatlar tarihi ile bu tarihin etki alanlarına dair izlerin nereye kadar uzandığı tespitinin yapılması amaçlanmıştır.

1.1. 15. yy Doğu ve Batı El Yazma Sayfa Düzeni Karşılaştırmaları

15. yüzyıl Avrupası kuşkusuz insanın üretkenliğinin doruğa ulaştığı belli başlı dönemlerden birisidir. Elbette bütün bu gelişmeler birkaç yılın içine sığmamıştır. (İstek, 2005:72). Bilgi ile estetik yönün birlikte harmanlandığı el yazması eserlerde bilim ve sanatın

iç içe geçmesi, yazmaları içerik bakımından önemli olduğu kadar sanatsal değer açısından da son derece önemli hâle getirmiştir.

15. yüzyıl Doğu ve Batı kültürleri el yazmalarının karşılaştırılmasına geçmeden önce, bu kültürlerle birincil dereceden etki eden, yaklaşık sekiz yüzyıl süren Endülüs Emevi Devletleri ve sonrasındaki İberya yarımadası, yine bu kültürler arasındaki bilimsel ve kültürel etkileşimin tespiti ve kavranması için mutlaka incelenmelidir. İlim ve kültür alanında hem dinî ilimlerde hem de astronomi, mühendislik, matematik, tıp, cerrahi, eczacılık, eşyanın tabiatı, tarım gibi diğer ilimlerde Endülüs'te ileri seviyelere ulaşılmıştır (Akın ve Keş, 2017:105,106). 15. Yüzyılda temelde dini yapıyla ayrılan bu iki farklı kültürler arası etkileşime ve özellikle Doğu medeniyetindeki gelişmelerin Batıya aktarımına Fuat Sezgin farklı bir pencere daha açmıştır; Avrupa'da, Rönesans, İtalya ile başlamıştır çünkü, İtalya'nın Doğu kültürü ve Batı kültürü arasında bir kapı, Avrupa'nın gümrük kapısı gibi olduğunu söylemiştir. Müslüman dünyasından gelen her şey buradan önce İtalya'ya, sonra Avrupa'ya dağılmıştır. Bu durum coğrafi keşiflerle Dünya'ya uzanan sömürge anlayışının da basit bir sonucu olmuştur (Kollu ve Han, 2020:46).

Bilim ve sanat dünyasının ilk elden kaynaklarını oluşturan, aynı zamanda kültürel mirasın önemli unsurlarından

olan el yazmaları yazıldığı dönem ve coğrafyaya ait bilgiler içerir. Dolayısıyla coğrafi konum, kültürel geçmiş, sanatçının eğitimi gibi faktörler Batı ve Doğu kültürü el yazmalarındaki farklılıkları da meydana getirmiştir (Akın ve Keş, 2017:104).

Bu kapsamda sayfa düzeni araştırmalarına dair 15. yüzyıla ait grafik tasarım ürünü olarak düşünülen “Hours of Catherine of Cleves adlı el yazması ve Şerafeddin Sabuncuoğlu'nun Kitabü'l Cerrahiyet-ül Haniyye” adlı yazma eserleri minyatür/illüstrasyon, yazı-tipografi süslemeleri gibi tasarım unsurları açısından incelenerek karşılaştırılmıştır (Akın ve Keş, 2017:104). Araştırılan el yazması eserler muhteva bakımından farklıdır. İncelenen Avrupa el yazması eser dini içerikli bir yapıtken, Türk-İslâm el yazması eser ise bilimsel tıbbi konulu bir kitaptır.

Batıda dinsel coşkuyla dolu feodal toplum yapısı içinde gelişen Romanesk sanatın 12. yüzyıl ortalarında yerini gotik üsluba bıraktığı dönemde, uluslararası ticaret yaygınlaşırken feodalizmin kabuğu da kırılmaya başlamıştır. Bu dışı açılım sürecinde 1200'lerde ilk üniversiteler kurulmaya başlamış ve kitaba yoğunlaşan talep, el yazması kitap üretimini oldukça artırmaya başlamıştır (Meggs ve Purvis, 2012:55,57; Becer, 2013:91). Araştırmada ilk olarak incelenecek olan “Hours of Catherine of Cleves adlı Saatler kitabı 1400'lerin başlarında, Avrupa'nın en popüler el

yazması kitaplarından bir olmuştur. Bu özel adanmışlık cildi, günün her saati için dini metinler, önemli azizlerin günlerini listeleyen dualar ve takvimler içermektedir (Meggs ve Purvis, 2012:61).

Kitabın sayfa düzeninde; tek ya da simetrik ızgaralar kullanılarak, dikey ve yatay bloklamalar ile bölümler arasında görsel bir ilişki oluşturan ızgara sisteminin temel alındığı görülmüştür (Resim 1). Texture yazı çeşidi kullanılan metin kısmında Gotik stil hâkimdir. Sayfa yapısında kullanılan marjin alanları iç, dış, alt ve üst kenar boşlukları her iki sayfada da eşit orandadır. Bu yapı simetrik sayfa düzeninin de bir göstergesidir (Akın ve Keş, 2017:116).



Resim 1. “Hours of Catherine of Cleves” adlı el yazmasından sayfa örneği
(<https://tendimag.com/2013/09/08/galeria-de-imagens-de-salvacao/#jp-carousel-7415>)

Doğu ve Batı kültürleri sayfa düzeni anlayışlarının karşılaştırılmasına dair araştırma kapsamında, Şerafeddin Sabuncuoğlu tarafından 1460'lı yıllarda yazılmış “Kitabü'l Cerrahiyet-ül Haniyye” Türk-İslâm kültürü Osmanlı dönemi el yazmalarından günümüze

ulaşmış ilk resimli Türkçe tıp kitabı olarak kabul edilmiştir. Kitabın içeriği o dönemde Anadolu'daki hekimlerin bilgi ve beceri düzeyi hakkında fikir vermektedir (Resim 2). Söz konusu kitap el yazması olup, o dönemdeki bir cerrahın vücuttaki çeşitli hastalıklara yapılacak müdahaleleri anlatarak minyatürler yardımıyla izah etmiştir. Birçok girişimin minyatürlerle de çizilmiş olması, kitabın hem yüksek bilimsel değerini hem de cerrahın kitabı için gösterdiği özeni işaret etmesi açısından önemli olmuştur. Sabuncuoğlu'nun kitabını Arap alfabesiyle Türkçe yazmış olması, kitaba ayrı bir değer katmıştır, çünkü o dönemde edebiyat dili olarak Farsça, bilim dili olarak ise Arapça tercih edilmiştir (Akın ve Keş, 2017:119).



Resim 2. "Cerrahiyet-ül Haniyye" adlı el yazmasından sayfalar
(<https://tr.pinterest.com/pin/322007442080627953/>)

Eserin (Resim 2) sayfa düzeninde kullanılan marjin alanları, metni ve görselleri çevreleyen iç kenar boşluğuyla her iki sayfanın dış kenar boşluğu hem kendi içerisinde hem de birbirleriyle eşit orandadır. Sayfaların dış kenarlarına doğru bırakılan bu marjin alanlarının, dış etkenlere karşı belge dâhilinde bilgiyi

korumaya yönelik bir fonksiyonunun da olduğu bilinmektedir. Her iki sayfa arasında ayna yansıması olarak izah edilen, dönemin Avrupa el yazmalarıyla da benzerlik gösteren bu sayfa yapısına bugün simetrik sayfa düzeni denmektedir (Akın ve Keş, 2017:120, 121). Doğu ve Batı kültürlerini temsilen farklı kültürlerle ait oldukça önemli bu iki eserde ilk bakışta göze çarpan alfabe farklılıkları ve içeriklerine yönelik süsleme anlayışları dışında, genel sayfa yapısı kurgularının aynı olduğu görülmektedir.

Coğrafi konum, kültürel geçmiş, sanatçının eğitimi gibi faktörler açısından Kültürel mirasın önemli unsurlarından olan el yazmaları yine bu faktörlere bağlı farklılıklar barındırırken, yazıldığı dönem ve coğrafyaya ait bilgiler içerir. Günümüz gözüyle bakıldığında el yazma kitaplar, içerik ve içinde kullanılan tasarım elemanları (illüstrasyon, minyatürler ve yazı) ile tasarım anlayışı açısından bazı farklılıklar olsa da günümüz kitaplarındaki işleve sahiptir, ve hepsi bir grafik tasarım ürünüdür (Akın ve Keş, 2017:104). Bu bağlamda karşılaştırılarak incelenen bu eserlerin benzer sayfa düzeni kurgularının yanında, illüstrasyon-minyatür, tipografi ve hat sanatı gibi tasarım unsurlarının da farklı kültürlerde benzer amaçlarla kullanıldığı görülmüştür.

1.2. Türk Grafik Sanatı Tarihi Başlangıcına Genel Bir Bakış

Gerek Fransa Lascaux'daki gerekse İspanya'da Altamira mağaralarında-

ki bulgular dikkate alınarak Dünyada grafik tasarım ve görsel iletişim tarihi mağara resimlerine kadar dayandırılabilir, Türkiye'de Grafik tasarım tarihinin başlangıcı konusunda farklı görüşler hâkimdir. Bu bağlamda Türk Grafik tasarım tarihi ilk izlerinin Cumhuriyet, hatta harf devrimi sonrası başladığını savunanlar olduğu gibi, başka bir bakış açısıyla; "geçmiş Pazırık Kurganlarındaki bulgulara göre M.Ö. 5. yüzyıla kadar uzanan Türk grafik tasarım tarihi, ilk basımevinin büyük bir gecikmeyle Türkiye'de kurulması ile başlamıştır" (Sorgunalp, 2017:3).

"Türk Grafik Sanatlar Tarihinde Orijin Sorunu" başlıklı makalesiyle Fuat Akdenizli konuya farklı bir yaklaşım getirmiştir; Sait Maden ve Dilek Bektaş'ın yaklaşımını Emre Becer'in de dile getirdiğini fakat bu yaklaşıma katılmadığını, grafik tasarımsal çözümler ağırlıklı olarak görsel iletişim problemleri ile ilgilidir. Sadece baskı teknolojileri ile sınırlandırılmaz derken, tarihsel ve güncel örneklerle de sabittir ki baskı teknolojilerini devreye sokmadan da grafik tasarım yapılabilir. İşin teknoloji kısmı bütünü sadece bir alt başlıktır (Selamet, 2011:241, 242).

Bu kapsamda, doğrusu dünyada grafik tasarım ve görsel iletişimin başlangıcı olarak 15000-20000 yıl öncesinin mağara resimlerine gidilebiliyorsa, Türk grafik tasarım tarihinin en azından Türk-İslâm dönemini de kapsamı gerektiği, hatta çok daha gerilere gö-

türülebileceği açıktır. Bu çalışmada geleneksel-modern, sanat-tasarım, eski-yeni gibi ayrımlar ya da başka önyargılardan arınarak yapılacak değerlendirmelerin, geleneksel yaklaşımların bugüne taşınabilmesini kolaylaştıracağı ve Türk grafik tasarımına olumlu bir katkı sağlayacağı düşünülmüştür (Selamet, 2011:240, 241, 242).

1.3. Modern Sanat Sayfa Düzeninde Türk-İslâm Sanatı Etkileri

Sayfanın tasarımı, uygarlığın günümüzdeki durumunu yansıtan, bilginin nesilden nesile açık ve net olarak aktarılmasını sağlayan, yazı ve imgesel unsurlarla birlikte toplumsal belleğin en önemli bilgi aktarım aracı olarak, yüzyıllar boyu süregelen bir gelişimin ürünüdür. Temelde insanın iletişim ve bilgi ihtiyacını karşılama konusunda ilkel toplumlardan primitif formlara yavaş ve uzun bir gelişim sürecinin sonunda bugünkü hâlini alan sayfanın düzeni ve ızgara sistemleri 20. yy. başlarında Modern Sanat akımları ile yeniden tanımlanmıştır.

Görsel iletişim şeklinde oluşturulmuş mesajların en belirgin özelliği, kalıcılığı ve farklı zamanlarda etkinliğini sürdürebilmesidir. Bu fark görsel iletişimin kalıcılığını ve belge niteliğinde kullanılmasını öne çıkarmıştır (Uçar, 2004:19). Fikrin görselleştirilmesi için kullanılan illüstrasyon, tiopografi, minyatür, hat gibi tasarım elemanları, bir tasarıma ses veren ve tasarımcının iz-

leyiciyle konuşmasına olanak sağlayan görüntülen / görünen / gözle görülür kelimeler yani görsel kelime hazineleri olarak belge niteliğini de güçlendiren önemli tasarım unsurlarıdır (Evans ve Thomas, 2008:17). Bu sebeple, iletişim en etkili ve yaygın kullanım alanı görsel iletişim olmuştur.

Türk-İslâm medeniyeti köklü tarihsel geçmişi boyunca birçok kültür ve medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Görsel sanatlar alanında da, ebru (su üzerine resim), hat (güzel yazı), minyatür gibi birçok geleneksel sanat disiplinleri de Türk-İslâm topraklarından çıkmıştır (Beşirdoğan, 2018:6). Türk-İslâm sanatlarından hat sanatı, tezhip ve minyatürle ilgili çok sayıda kaynak bulunmasına rağmen, bunlar geleneksel sanatlar kapsamında ele alınmış, çağdaş grafik tasarımla bağlantıları kurulmamıştır. Bu bağlamda, Türk İslâm topraklarında doğan ebru, hat ve minyatür gibi geleneksel sanat disiplinlerinin, günümüz sayfa düzeni tasarımlarında kullanılan Batı kaynaklı tipografi, illüstrasyon gibi alanlarla olan ilişkisi göz ardı edilemez. Araştırma kapsamında, sayfanın tasarımında kullanılan öğelerle ilişkili bu sanat disiplinlerinin, Doğu ve Batı kültürü arasındaki entegrasyonuna ünlü tasarımcıların eserleri üzerinden karşılaştırmalar yapılarak değerlendirilmiştir (Resim 3, Resim 4).

Tipografi, harflerin ve yazınsal görsel iletişime ilişkin diğer öğelerin hem görsel, işlevsel ve estetik düzenleme-

si hem de bu öğelerle oluşturulan bir tasarım dili ve anlayışdır. Yazı karakterlerinin ve metin bloklarının tasarlanması, dizilmesi ve düzenlenmesine ilişkin bütün sanatsal uğraşları ve bu alandaki teknolojik gelişmeleri tipografi üst başlığı altında toplamak mümkündür (Selamet, 2011:243).

Hat sanatı ile hattat'ın tanımını yaptığımızda ise tipografi ile tipografin benzerliği kendiliğinden ortaya çıkar. Hat, lûgatta uzun ve doğru yol; mastar olarak yazı yazmak manalarına gelir. Öyleyse, Türk Hat Sanatı'nın günümüz grafik sanatlar modern sanat kavramı içerisinde ki tipografi alanıyla doğrudan ilişkisi olduğu kesindir (Akdenizli, 1999:46). Bu ilişkiye XV. Yüzyıl Doğu kültürü sanatçılarından Abdurrahim Harezmi ve 20. Yüzyıl Modern Sanat Batı kültürünün önemli tasarımcılarından El Lisstszky'nin sayfa tasarımları üzerinden değinilmiştir (Resim 3). Ayrıca bu eserler üzerinden yakın coğrafyalardaki iki farklı kültürün etkileşimi göz önünde bulundurularak, Türk-İslâm Sanatının kendinden beş asır sonra ki Batı Kültürü Modern Sanat anlayışı için nasıl bir etki alanı oluşturduğuna dikkat çekilmiştir.

XV. Yüzyılda Şiraz'da doğan ve aynı bölgede yetişen Abdurrahim Harezmi Nesta'lik hattının öncüsü kabul edilen Abdurrahmân-ı Harezmi'nin oğlu, hattat ve şair Abdülkerim-i Harezmi'nin kardeşidir. Hattı babasından öğrenen

Abdurrahim Harezmi, Tebriz sarayında Sultan Ya'kub'un açtığı nakışhâneye girerken, sanattaki mahareti sebebiyle kısa zamanda Sultana kendisini sevdirmiştir. Bu yıllarda sultanın musahibi ve hattatı olarak tanınan Harezmi'ye yine Sultan Ya'kub tarafından "can dostum" anlamına gelen Enisi mahlası verilmiştir. Sultan Ya'kub'un ölümünden sonra oğlu "Rüstem'inde iltifatlarına mazhar olan Harezmi'nin bu devrede yazdığı yazılarda Rüstemi imzası görülür. Akkoyunlulardan üç padişahın yanında çalıştığı için Akkoyunlu hattatı olarak da tanınmıştır (islamansiklopedisi.org.tr, 2019).

XV. Yüzyılda Abdurrahim Harezmi tarafından hazırlanan nesta'lik kıt'ası sayfa tasarımında, matematiksel bir yapı ve diyagonal ızgara ya da açılı ızgara sisteminin kullanıldığı görülmektedir (Resim 3). Abdurrahim Harezmi'nin resim 3'deki nesta'lik kıt'ası sayfa tasarımında kullanılan diyagonal ızgara sisteminin şaşırtıcı bir benzerlikle; 1923'te Modern Sanatın öncü tasarımcılarından El Lisstszky tarafından konstrüktivist yaklaşımla, Vladimir Mayakovsky'nin "Dlya Glosa" adlı yazınsal şiir kitabı sayfalarında kullanıldığı görülür (Bektaş, 1992:60, 61). Aradaki beş yüz yıllık bir döneme rağmen bu şaşırtıcı benzerlik El Lisstszky'nin köklerinin Rusya'ya dayandığı ve Türk-İslâm coğrafyasına olan yakınlığını da akla getirirken, aynı zamanda Abdurrahim Harezmi'nin neredeyse zamanın ötesinde yüksek sanat içeren Türk-İs-

lam sanatı sayfa tasarımı olan nesta'lik kıtasına dikkat çekmektedir (Resim 3).



Resim 3. Nesta'lik kıt'ası, Abdurrahim Harezmi ve Dlya Glosa'dan sayfa, EL Lisstszky, 1923. (Serin, M. (1999). (İÜK, FY, nr. 1426).; Becer, E. (2010). Modern Sanat ve Yeni Tipografi , 2. Baskı, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara. 135.)

Türk-İslâm sanatı kapsamında, Osmanlı Hat sanatının son halkası ve Batılı talik yazı sanatının da ilk halkası olarak zikredilen hattat Emin Barın (1913-1987), kendi ad ve soyadını kullandığı kufi yazı biçiminden esinlenerek, 26x26 cm ebatlarında hazırladığı çalışmasında (Resim 4), (Kınık ve Ceylan, 2012:93) “Latin abecesine uyarladığı hat sanatına çağdaş bir kimlik kazandırmıştır. Ayrıca kültürel geçmişimizin çağdaş yorumlara her zaman açık olduğunu göstermiştir” Bu değerlendirme bize Hat Sanatı ile tipografinin ilişkisini kanıtlar niteliktedir (Uyandur, 2015:447).



Resim 4. Emin Barın kufi yazı biçiminde Latin yazı grafiği örneği
(<https://www.kaligrafisanati.net/?&Syf=1>)

İllüstrasyonun grafik sanatlar üzerindeki etkisinin Türk-İslâm sanatındaki karşılığı minyatürdür. Literatürde izah edici resim anlamına gelen illüstrasyon; hayali imgelerin yanında, görgü tanıklarının ifadesi ile yaşanan olayların görselleştirilmesi, kitap içerisindeki

metinlerin daha anlaşılabilir olması ve bir ürünün tanıtımının yapılması için kullanılmaktadır. Benzer amaçlar doğrultusunda bir sayfa tasarımı unsuru olarak kullanılan Türk minyatüründe yüzyıllardır farklı üsluplarda gelişimini sürdüren, gerçeği yansıtan ve tarihi belgelere kaynak oluşturulabilecek önemli bir sanat dalıdır (Atan, 2013:23). Minyatür ve illüstrasyonun Doğu ve Batı kültürü sayfa düzenlerinde kullanımlarına dair; Doğu kültürü sanatçılarına örnek olarak Firdevsî'nin Şehnâmelerinden yararlanılırken, Batı kültürü için 20. Yüzyıl Modern Sanat ürünü Uluslararası Stil akımının önemli tasarımcılarından Josef Müller Brockman'ın sayfa tasarımları üzerinden örneklenmiştir. Yine bu eserler üzerinden iki farklı kültürün etkileşimi göz önünde bulundurularak, Türk-İslâm sanatı sayfa düzeninin kendinden asırlar sonra ki modern sanat üslubunu temel alan sayfa düzeni kurgusunu nasıl etkilediğine dikkat çekilmiştir (Resim 5).

Topkapı Saray Müzesi Kütüphanesi'nde bulunan, resimli Firdevsî Saray Şehnâmelerinde minyatür kullanıldığı görülür. Bu eserin mukaddimesi Eski Önsöz olan bir sayfasın da (Resim 5); rengarenk peştamalların asılı olduğu kubbeli hamamın soğukluğunda oturan figür ile elindeki paraları hamamcının önlüğüne atan yaşlıca figür Fir-

devsî olmalıdır. Hamam kubbesinin iki yanına yerleştirilen erkek figürleri günlük işlerini yapan dışarıdaki insanları temsil ederler (Tanındı, 2008:269, 280, 281). Topkapı'daki bu eserin sayfa düzeninde; metni destekleyen minyatür kullanımına yer verilmiştir. Sayfanın üst kısmından başlayarak dört sütundan oluşan sayfa tasarımında, sütun ızgara sistemine uygun matematiksel bir plana uyulmuştur. Benzer bir sayfa düzeni beş asır sonra, Uluslararası Stilin öncülerinden Josef Müller Brockman'ın; 1957 Zürih Tonhalle musica viva konser afiş serisinde (Resim 5), günümüz sütun ızgara sisteminin Latin abecesi ve batı yorumuyla minimal bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.



Resim 5. Firdevsî hamamda Horasan, 1580 civarı, H.1514, y.511a, Zürih Tonhalle. musica viva. Konser afişi, Tasarım: Josef Müller Brockman 1957.
(<http://socks-studio.com/2016/11/30/joseph-muller-brockmann-musica-viva-posters-for-the-zurich-tonhalle/> (11.02.2019); TANINDI, Z. (2008). Sultanlar, Şairler ve İmgeler: Şehnâme-i Firdevsî'nin-Mukaddimesinin Resimleri. U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, yıl:9, Sayı:15, 2008/2.)

Bu bilgiler ışığında Türk Grafik Sanatının, köklü bir geçmişi olan Türk Sanatları ile güçlü bir bağının olduğu, tarihsel süreç içerisinde ulusal ve uluslararası düzeydeki siyasi, ekonomik ve teknolojik oluşumlardan etkilendiği, özellikle 20. Yüzyıl batı kültürü modern akım ve üslupların enformasyonuna uğradığını söylemek mümkündür.

Bu bağlamda köklü Türk-İslâm sanatlarına dair kültürel değerlerden yola çıkarak özgün yorumlara ulaşan Murat Palta, kült. sinema filmlerinin sahnelerini minyatür tekniğiyle yeniden yorumlamıştır (Görsel 6). Doğu ve Batı dünyasında eskiden beri kullanılan Türklerin de geleneksel kitap resimleme sanatı olan minyatürün, Batı kültürünün ürünü olan sinema sahneleriyle etkileşime geçmesinden oldukça farklı bir sentez ortaya çıkmıştır (Uyandur, 2015:450). “Akli Havada” oyunu için 2010’ yılında yaptığı afiş tasarımı Savaş Çekiç’ de minyatür sanatını esin kaynağı olarak kullanmıştır (Görsel 6).



Resim 6. Moby Dick, minyatür film afişi, Tasarım: Murat Palta, Akli Havada tiyatro oyun afişi, Tasarım: Savaş Çekiç.
(<https://egoistokur.com/murat-paltadan-kucuk-prens-lolita-donusum-moby-dick-minyaturleri/>;
<http://savascekicdesign.com/portfolio/akli-havada/> (15.02.2019).)

Bir başka sayfa tasarımı unsuru olarak karikatür de Türk grafik sanatı tarihinde karşımıza çıkan disiplinlerden biridir. Öyle ki, başlangıcı Tanzimat Dönemi’ne kadar dayanmaktadır. Akdenizli (1999:81)’nin Turgut Çeviker’den aktarımına göre; ilk mizah dergisinin 12 Kasım 1870 tarihli Diyojen olmayıp, 23 Ekim 1870 tarihli Terakki gazetesinin mizah eki olduğunu söylemektedir. “Teodor Kasap’ın 1869 yılında yayınladığı Türkçe Diyojen herhangi bir gazete ilavesi olmadan yayınlanan ilk Türkçe mizah gazetesi olmuştur. Gazetede ilk yayınlanan Garabet Panosyan karikatürü Cumhuriyet dönemi boyunca ilk Türk karikatürü olarak su-

nulmuştur” (Öğdü, 2011:25). Yüzyıllar boyunca gelişimini sürdürerek yüksek sanat seviyesine ulaşan Türk-İslâm sanatlarının hepsine ve bütün detaylarına bu araştırma kapsamında yer vermek mümkün olmayacağından, başta belirtilen Doğu ve Batı kültürü başlıca sayfa düzeni usurlarına genel hatlarıyla değinilmiştir. Kültürler arası etkileşim ve örnek karşılaştırmalar kapsamında Türk-İslâm sanatı sayfa tasarımı anlayışının yüzlerce yıl sonra Batı Modern Sanat sayfa düzeni anlayışı için nasıl bir etki alanı olduğuna dikkat çekilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Yüzyıllardır var olan Türk-İslâm kültürü yazı ve hat sanatının bugünün tipografi niteliklerini o zamandan beri taşıdığı, tüm dünyanın kullandığı geometri ve denge unsurlarını, Doğu kültürü sanatçıların yüzyıllar boyunca yazı sanatlarında kullandığı görülmüştür. Bu unsurların Türk-İslâm kültürü hat sanatının yapısıyla kıyaslandığında Avrupa yazısında da mevcut olduğu fakat çok daha basit kaldığı söylenebilir. Karşılaştırılan el yazmalarında da görüldüğü üzere, Avrupada grafiğin temeli olarak adlandırılan kaligrafi ve illüstrasyonun Doğuda ki karşılığı yüzyıllardır var olan hat ve minyatür sanatıdır. Türk İslam elyazması sayfa tasarımlarında eserler çağının en üstün tasarım anlayışında üretildiği ve bilim, sanat dünyasında sanatçıların iyi bir eğitimden geçerek eserler ürettikleri yapmış oldukları işlerden anlaşıl-

maktadır. Minyatüre dair tespit edilen önemli noktalardan biri ise; Avrupa el yazması sayfa tasarımlarında yapılan tasvirlerde gerçeklik algısı hayal ürünü olarak yansıtılan illüstrasyonlara dayandırılırken, Türk-İslâm el yazmalarındaki minyatürler gerçeği yansıtarak dönemi belgeler niteliktedir. Bu durum sayfa düzeni unsuru olarak minyatür kullanımının yaygınlığına ve önemine de işaret etmektedir.

Kavramlar, farklı sözcüklerle ifade edilse de anlam aynıdır. Her iki medeniyet sanata ve bilimsel eserlere birbirlerinin sanatsal ve bilimsel gelişmelerden kısmen etkileşim içinde olarak kendi kültürel miras anlayışları üzerine şekil vermiştir. Ancak günümüz grafik tasarımının temel taşlarını oluşturan Batı kültürü Modern Sanat anlayışı ile 5 asır önceki Türk İslâm eserleri arasındaki ilişki göz ardı edilmemeli, 500 yıllık bir farka rağmen Türk İslâm eserlerindeki nitelik kaygısına hak ettiği değer verilmelidir.

İletişimin süratle hız kazandığı günümüzde kültürel çeşitliliğin azalmasına neden olan küreselleşme kavramı, pek çok alanda olduğu gibi tasarımda da ulusal kimlikler üzerinde bir tehdit oluşturmaktadır. Grafik tasarımda ulusal ve köklü bir kimlik geliştirmek için yine kendi köklerimizden referans alma gerekliliği açıktır. Her dönem olduğu gibi teknolojik gelişmelerin yön verdiği, çağın gereksinimleri ile giderek yeni

anlamlar kazanan günümüz grafik tasarım ve eğitiminde, Batı dünyası neredeyse bizim de orada olduğumuzu söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak Latin abecesinin kullanımı da dikkate alındığında, yüzlerce yıllık köklü Türk-İslâm sanatları ile aramıza aşılması güç engellerin girdiği de göz ardı edilmemelidir, özellikle son yüzyılda kendi değerlerimizle kopuş nedenlerimizin bir kısmı da bu değişime bağlanabilir. Bu bağlamda köklerimize ulaşma gayretinden her alanda olduğu gibi bir grafik üretim alanı olan sayfa düzeninde de vazgeçilmemelidir.

Türk-İslâm geleneksel sanatlarının yine geleneksel olarak sürdürülmesinin desteklenmesi yanında, bu kültürel mirası sadece geleneksel uygulayıcılara bırakmayıp, ondan ilham almak, gittikçe birbirine daha çok benzeyen tasarımlar arasında bir farklılık oluşturarak özgün tasarımlar üretmek için referans noktası olarak kullanmak, grafik tasarım geleceğimizin güçlü temeller üzerinde yükselbilmesi için esas alınmalıdır.

Sonuç olarak, matbaanın kullanımıyla değişim sürecine giren, Latin abesiyle kabuk değiştiren Türk Grafik tasarımının, köklü bir geçmişi olan Türk İslam Sanatları ile güçlü bir bağının olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Batıdaki teknolojik gelişmeler modern sanat ve tasarım akımlarını doğururken, aynı coğrafyayı paylaşan medeniyetler

ve kültürler arası ilişkinin tasarım anlayışına katkı sağladığı söylenebilir. Araştırmanın amacı doğrultusunda grafik tasarım ürünü ve bir grafik üretim alanı olan sayfa düzeni üzerinden Doğu ve Batı kültürleri arasındaki etkileşime dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda tasarımcının kendi kültüründen uzaklaşmadan teknolojik gelişmeler ışığında yeni sentezlere ulaşması amaçlanarak, grafik tasarım disiplini içerisinde oldukça önemli bir yer kaplayan sayfa düzeni anlayışının da bu bilinç üzerine inşa edilmesi ön görülmüştür.

KAYNAKÇA

Akdenizli, Fuat. **Başlangıçtan Günümüze Türk Grafik Sanatına Bir Bakış**, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi, S.B.E., 2019.

Akın, Kamile ve Keş, Yusuf. “15. YY. Avrupa ve Osmanlı El Yazma Kitaplarında Yazı, Süsleme ve Tasarım Anlayışı”, **Yıldız Sanat ve Tasarım Dergisi** [Yıldız Journal Of Art And Design], Cilt: 4, Sayı: 2, 2017, S. 104-127, 2017.

Atan, Uğru. “Grafik İllüstrasyon Olarak Minyatür”, **Akdeniz Sanat Dergisi**, Cilt 6, Sayı 11, Sayfa 23, 2013.

Ambrose, G. ve P. Harris. (2013a). **Sayfa Düzeni**, Literatür Yayınları, İstanbul.

Becer, Emre. **İletişim ve Grafik**

Tasarım, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2013.

Bektaş, Dilek. **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1992.

Erdal, Gültekin. **İletişim ve Tipografi**, Hayalperest Yayınevi, İstanbul, 2015.

Evans, P. & THOMAS, M. A. **Exploring The Elements Of Design**, Thomson Learning, Inc., Printed in Canada, 2008.

Kollu, H.Yaşar ve Han, Ahmet. **Bilimin Altın Çağı**, Lopus Yayınları, Ankara, 2020.

Kınık, Mustafa. ve Ceylan, İ. G. “Hattat Emin Barın’ın Çalışmalarının Grafiksel Açıdan İncelenmesi”, **Akdeniz Sanat Dergisi**, Cilt 5, Sayı 9, 2012.

Lupton, E. ve J. C. Phillips. **Graphic Design The New Basics**, Princenton Architectural Press, New York, 2015.

İstek, Ragıp. **Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni**, Pusula Yayıncılık, İstanbul, 2005.

Meggs, P. B. ve A. W. Purvis. **Meggs’ History of Graphic Design**, John Wiley & Sons, Inc., Amerika, 2012.

Öğdü, Hale. **Türk Siyasal Hayatının Karikatür Üzerinden Analizi: Akba Dergi Örneği**, Konya, Selçuk Üni-

versitesi, S.B.E., 2011.

Sabev, Orlin. **İbrahim Müteferrika yada İlk Osmanlı Matbaa Serüveni**, Yeditepe Yayınevi, İstanbul, 2006.

Selamet, Sevim. Türk Grafik Sanatlar Tarihine Alternatif Bir Yaklaşım: Osmanlı’dan Grafik Yansımaları1, **Marmara İletişim Dergisi**, Cilt, Sayı 18, Sayfalar 239 – 251, 2011.

Sorgunalp, Ö. Can. **Kitap Kapağı Tasarımında Görsel Bütünlük**, Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi, G.S.E., 2017.

Tanıdı, Zeren. “Sultanlar, Şairler ve İmgeler: Şehnâme-i Firdevsî’nin Mukaddimesinin Resimleri”. **U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi**, yıl:9, Sayı:15, 2008.

Uçar, T. Fikret. **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, 3. Baskı, İnkılâp Yayınevi, İstanbul, 2004.

Uyandur, B. İnanç. “Türk Görsel İletişim Tasarımı ve Kültürel Değerlerle Bağları”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi** Cilt: 8 Sayı: 37, 2015.

hattatlarimiz.blogspot.com,http://hattatlarimiz.blogspot.com/2015/11/abdurrahim-i-harizmi.html, 2015.

islamansiklopedisi.org.tr, https://islamansiklopedisi.org.tr/abdurrahim-i-harizmi, 2019.



TASARIM ÜSLUBUNDA KİMLİK YANSIMALARI, PLAKATSTİL

IDENTITY REFLECTIONS IN DESIGN STYLE, POSTERSTYLE

Yaşar USLU

Giriş

Bir tasarımda üslup, tasarımcının kendini ifade etmek, kendi kimliğini ortaya koymak için ürüne yansıtılan sanatsal ve düşünsel alt yapı ile hazırlanmış sistemdir. Kendini ifade etme amacı aslında izleyicide en doğru şekilde algılanmadır. Tasarımda üslup kazanıldığında, bu algılama tüm öğelere ayrı ayrı önem göstererek bütüncül bir bakış açısı kazandırır. Tasarım üslubu, yapılan işlere göre bir kimlik kazanmışsa ve bunu içselleştirmişse artık tasarım kimliği oturmuştur. Eğer tasarım üslubu kimliğimize oturmduğunda, hem kendi içimizde hem de tasarım dünyasında zorluklar yaşanabiliyor. Nasıl ergenlik bir kimlik bunalımının zirvesi ise tasarım ergenliği de bu bunalımın başlangıcı olmaktadır.

Günümüzde eski ve yeni tasarım değerleri, görsellik açısından karşılaştırılır. Bu değerlerle oluşturulan kriter ve özellikler bütünü, bir tasarım kimliğine oturtulmaya çalışılır. Bu süreçte tasarımcı tarafından yoğun çaba harcanır. Bu yoğun çabanın adı, tasarımda üslupsal kimlik arayışıdır. Kendi tasarımcı kimliğimizi kazanabilmek için, üslup konusunda verdiğimiz bu mü-

cadele süreci normaldir. Toplumla ve tasarım dünyası içinde bulunulan tüm unsurlarla çatışmalara girilir. Bu süreç kesinlikle kısa değildir. Uzun zaman alır. Tasarım üslubunda bağımsızlaşma ile kendi tasarım kimliğini yapılandırmaya çalışmaktadır. Bu özdeşim döneminde, başka tasarımcılara benzemeye çalışan tasarımcı, yeni üslubu ile kendi tasarım kimliğini oluşturur. Artık tasarım dünyasında varlık göstermenin şekli, kimlik kazanmış yeni üslubu ile kendini gerçekleştirme çabasıdır.

Tasarım, sanatla bağı olan ve diğer alanlardan etkilenen estetik, teknik, felsefi, işlev gibi pek çok farklı kavramın rol oynadığı bir süreçtir. Tasarım ve sanat ilişkisinde sanat, düşünce, duygu ve algıyı etkilerken tasarım ise işlevi olan estetik değerlere sahip yaratıcı fikirleri bir nesne üzerinde görürür kılmaktadır. Tasarımda sanatsal üslup, tasarımı yaratan ve kuşatan bir kavram olarak ya da tasarımın beslendiği kaynak olarak algılanabilir.

Problem

Bu araştırma, grafik tasarımda Plakastil üslubunu, tarihini ve Alman

tasarımcı Lucian Bernhard, Ludwig Hohlwein ve Türkiye'den İhap Hulusi Görey' in *üsluplarının* grafik tasarım üslubuna katkılarının sorgulanması ve çözümlenmesidir.

Amaç

Bu araştırmanın amacı, *tasarım üslubunda kimlik yansımaları* olarak Plakastil *üslubunu* incelemektir. Buna bağlı olarak tasarım üslubu içerisinde yer alan Plakastil üslubu tasarımcılarını tasarım kimliği açısından irdelemektir.

Önem

Tasarım üslupları içerisindeki Plakastil'in incelenmesi, Plakastil üslubunun tasarımcı kimliğine yansımaları açısından bilgilendirici olacaktır. Aynı zamanda tasarım üsluplarının tasarımcı kimliğine ve tarzına ne kadar yansıdığı konusunda da düşünmemizi sağlayacaktır. Çünkü tasarım üslubu olarak Plakastil kavramı sadece kendi döneminde yaşayan tasarımcıları değil farklı ülkelerden sanat eğitimi için gelen birçok grafik tasarımcıyı etkilemiştir. Böylece Plakastil üslubunun yeni tasarımcılarla bir tasarım kimliği oluşturması bakımından önemlidir.

Yöntem

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden literatür incelemeleri yapılmıştır. Nitel araştırmada seçilen konuyla ilgili veriler en doğru birincil kaynaklardan toplanır. Bunun için çalışılacak alanla ilgili ön bilgiler önceden edi-

nilmeli ve alan yakından tanınmalıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 87). Araştırmada genel tarama yöntemi kullanılmıştır. Tarihsel süreç içerisindeki değişimleri ve bunların etkilerini incelenip, elde edilen bulgular değerlendirilip yakından tanınmaya çalışılmıştır. Bu tarama modelinde durum veya olay, perspektifsel bir süreçte irdelenir. Durum, olay ya da olgu olduğu gibi tanımlanır ve açıklanır. Önemli olan bütün bu sürecin gözlenerek belirlenmesidir (Karasar, 2005: 77).

Bulgular ve Yorum

Üslup ve kimlik tanımı

Türk Dil Kurumu göre, bir sanatçıya, bir çağa veya bir ülkeye özgü teknik, renk, biçimlendirme ve söyleyiş özelliği, biçem, stil olarak tanımlanır (TDK, 2020). Kısacası tarz, yol, usul, eda, öz anlatı, deyiş, biçem gibi sözcüklerle de adlandırılır. Üslup kişiye özgüdür; yazardan yazara, sanatçıdan sanatçıya, tasarımcıdan tasarımcıya değişir. Kimsenin üslubu bir başkasına benzemez, parmak izi gibi bir şeydir üslup. Kimi yazarlar (sanatçılar), üsluplarına çok özen gösterirler (Özdenören, 2020). Özellikle 1950'lerdeki gelişmelerden sonra sanatçılar, sanatsal anlatım biçimleri arasındaki benzerlikler ve farklılıkları aradıkları için sanatçıları biçimci (formalist) yaklaşıma kaydıklarını görmektedir (Özsezgin, 1998: 7). Tasarımcılar arasında da üslupsal benzerlik ve farklılıklar olmuştur. Kimi tasarımcılar dönemin üslubundan, tarzından etkilendiklerini de söylemişlerdir. Karamustafa bir söyleşinde



hiçbir şekilde üslupçu biri olmadım. Zaten grafik tasarımcının üslupçu olması kabul edilemez. Çünkü işi size veren kurum ya da kişinin mesajını iletiyorsunuz. Dolayısıyla onun gözüyle onun sesiyle konuşmak zorundasınız. Fakat o zamanlar halk resmine karşı bir ilgisinin olduğunu, Anadolu Halk Resimleri kitabının resimlerinden etkilendiğini belirtmiş. Yine bir sergiden etkilenerek çağdaş bir yöntem olan Kolajı da benimsemiştim, sevmiştim demiştir. Ama illüstrasyon yapan resamlarda ve tasarımcılarda üslup kaygısı olabilir diye belirtmiştir (Aksoy, 2019).

Üsluplar tasarımcının kimliğini de yansıtmaktadır. İnsana özgü kimlikten ziyade tasarımcının ve sanatçının ortaya koyduğu eserin üslubu bu araştırmanın konusudur. Burada belli kuralları olan ve etkilenilen görsel özelliklerin, imajların, nesnel bütünlük içinde hangi sanatsal veya tasarımsal kimliği oluşturduğundan bahsedilmektedir.

Kimlik, insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin bütünü, herhangi bir nesneyi belirlemeye yarayan özelliklerin bütünüdür (TDK, 2020). Bu çalışmada ikinci tanım daha uygun olmaktadır. Yani nesneyi veya görseli belirleyen nitelikler, özellikler bütünüdür.

Tasarımsal bir kimliğin kurgulanması, tasarımcının toplumsal ve daha özelde bireysel yaşamını etkilemektedir. Tasarımcı kendini tanımladığı ifade biçimleri ile sanat ve tasarım dünyasıyla etkileşim içine girer. Tasarımcının

oluşturduğu bu kimliksel kurgu, diğer sanatsever ve tasarım takipçilerini de içine dâhil eder. Böylece etkilediği evren içinde bütüncül bir deneyim oluşturur. Oluşturulan yeni tasarım kimlikleri süreç içinde farklı deneyim ve öznel öğelerden oluşur ama eklemelendikleri zaman, totalde daha fazla bir şey haline gelirler. Buradan şu kastedilmektedir. Aynı üslup dönemini geçiren tasarımcılar, ortaya koydukları eserler farklı olsa da, üslup açısından aynı ortam ve aynı kümededirler. Örneğin Fütürizm üslubunda eser veren sanatçılar, Umberto Boccioni (1882-1916), Luigi Russolo (1885- 1947), Carlo Carrà (1881-1966), Giacomo Balla (1871-1958) ve Gina Severini (1883- 1966) eserlerine baktığımızda aynı üslubu görmekteyiz (Bkz. Resim 1).



Resim 1. Fütürizm üslubunda sanatçı eserleri

Resim 1'e bakıldığında üslup özellikleri ritim, dinamizm ve eş zamanlı hareketler. Dikey-yatay ve geometrik çizgilerin etkili olduğu, hız ve hareket kavramına görsel estetik bir ifade kazandırarak sanatsal bir yorumlama yapılmıştır.

Tasarım alanında kimlik kategorileşmesinin oluşumu, yaşanan dönemin ulaştığı kültürün özelliklerine göre gelişim göstermektedir. Böylece o döneme ait sembol, renk ve kavramlar da ortaya çıkmaktadır. Bu yaşanan dönemin tasarım ve sanat alanında güçlü oluşumunu gerçekleştirmektedir. Üslup duygusunun güçlenmesi, öteki üslubun ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Tasarım alanında farklı tarzda kimlik özellikleri çıkması o üslubu temsil eden, yeni kimliksel bir yapının üstün gelerek diğerlerinin söylemini yaratmasına sebebiyet vermektedir.

Foucault'un yeniden oluşturulan bir düşünce sisteminde, belirli bir söylem birliğinin kurulabilirliğinden bahsetmiştir (Foucault, 2011). Bu aslında üslup birliğinden yeni bir üslup kimlik sisteminin de kurulabileceği gerçeğinin ortaya koymaktadır. Böylece bilinçli bir oyun içinde düşünülecek olursa yani tasarım alanında yeni bir tasarım üslubu kimliği yansıtılabilir. Tasarımda üslup bütünlüğü, birliği oluştururken, tasarımcının ifade gücü, niyeti, bilinçli söylemi hemen ayırt edilebilir. Fakat bu birlik hemen ayırt edilemez ve tasarım bütünlüğünde kopukluk yaşanır, ona rağmen, ortaya çıkan bilinçdışı görsel oyunlarla yeniden üslupsal yönelimle bütünlük sağlanır.

Tasarımda oluşturulan bu üslup kimliği özellikleri açısından aynıdır ve sürekli. Başka üsluplardan çok rahat ayırt edilebilir. Üslup içindeki kurgular, duygu ve düşünceler, değerler, tutumlar artık bütünselleşmiştir. Kimlik içinde farklı özne ve nesneler farklı eksenler üzerinde konumlansa da sonuçta aynı üslup kimliğini yansıtır. Farklı üsluplarla karşılandığında etkileşimler mutlaka olmaktadır (Temiz, 2020). Bu uzlaşmaya veya kaymaya meyletme değildir. Farklılık içinde bir arada bulunma durumudur. Sanatçı ve tasarımcının yaşamı boyunca biriktirdiği tüm deneyim ve birikimler, ürün veya tasarımın gelişim sürecindeki değerler, tasarım üslubunun alt yapısını oluşturmaktadır. Böylece yeni tasarım kimlikleri ortaya çıkmaktadır.

Sanat ve tasarım tarihi içinde birçok üsluplar oluşmuştur. Bu üslupları kimlik haline getiren sanatçılar ve tasarımcılardır. Hangi tasarım projesine başlarsanız başlayın kendinize en yakın ve en uygun grafik tasarım stiline yönelim vardır. 1830 ve 2019 yılları arasında etki yaratmış çok fazla grafik tasarım stili, üslubu bulunmaktadır. Victorian Style 1837-1901, Arts & Crafts 1880-1910, Art Nouveau 1890-1920, Plakatstil 1905-1914/1920'ler, Futurizm 1900-1930'lar, Heroic Realism — Gerçekçi Propaganda 1900-1940'lar, Early Modern 1910-1935, Art Deco 1920-1940'lar, Late Modern 1945-1960, American Kitsch 1950'lar, Psychedelic 1960'lar, Swiss/International 1940'lar — 1980'lar, Post-Modern 1970'lar — 1980'lar, Grunge 2000-2010'lar, Flat 2010 — ve günümüz (Ertan, 2019).

Tasarım üslubu olarak Plakastil

Yirminci yüzyılın başlarında, genç sanatçılar Victoria tasarım, Art Nouveau ve Art And Craft formlarının ötesine bakmaya başladılar. Yepyeni bir yüzyılın başlangıcındaki havadaki fikirler yeni ve taze yaklaşımlarla ilgiliydi. Bu genç sanatçılar için ortaçağ, şiir ve karmaşık kalıpların dünyasının bu cesur yenedünyada yeri yoktu. Bu stil, günümüzde bir fikri desteklemek için gerçek illüstrasyondan ziyade sembollere ve şekillere dayanan modern grafik tasarımın başlangıcıdır. Bu çalışma okulu Plakatstil (Almanca'da "poster tarzı") veya Sachplakat (Almanca'da "nesne-poster") olarak bilinir. Poster stili anlamına gelen Plakatstil hareketi, 1900'lü yılların başında Almanya'da ortaya çıktı. Poster sanatının erken bir tarzıydı (Consuegra, 2004). Sanayi devriminden sonra üretilen sanat ve tasarım ürünlerine karşı bir direnç olmaya devam etti. Bazı sanatçı ve gruplar zanaat düşüncesinin yok olacağını ve bundan dolayı makineden nefret ettiklerini dile getirmişlerdir. Fakat Almanlar sanat ve ticaretin birbirine zıt unsurlar olmadığını aksine disiplinler bir planla birbirlerini tamamlayıcı öğeler olduklarını düşünürler. Bu yüzden bütün varlıklarını, üretime, ticarete ve topluma hizmete adanlar. Üreticiler ve perakendeciler ilk etapta tasarım ve baskıyı umursamadı. Daha çok satış konusuna odaklandılar (Heller, 2000). Fakat sonrasında bir ürünün halka sunumunda tasarım ve ambalajın önemi ortaya çıktı. Özellikle elle boyanmış posterlerle tanıtılan reklam ürünleri artık bir istisna haline geldi. Afişlerde

kullanılan negatif boşlukların kullanılması en çok kullanılan yöntem oldu. İzleyicide daha çok hatırda kalma ve anlama üzerine önem verildi. Mesajlar, sloganlar elle oluşturulan tipografiyle, görsel tasarımların bir parçası oldu. Güçlü canlı renkler kullanıldı. Soyut ve düz desen ve dekoratif herhangi bir imgeler reddedildi. Bütün bu ayrıntılar Plakatstil' in ayırt edici özellikleridir. Bu üslup, 1906'da Berlinli Lucian Bernhard tarafından başlatılmıştır. Bu tarzın ortak özellikleri düz renklerle göz alıcı yazıdır (Consuegra, 2004).

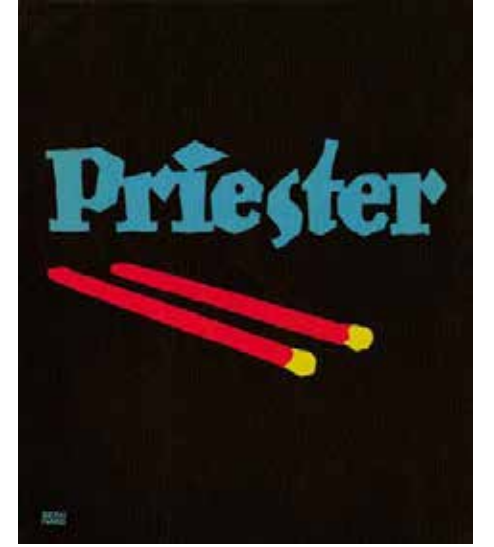
Plakatstilin özellikleri arasında, şekiller ve nesneler basitleştirilip, kompozisyon merkezi bir nesneye odaklanır. Plakatstil, Art Nouveau'dan uzaklaşarak poster sanatına daha modern bir bakış açısı getirdi. Ünlü Plakatstil sanatçıları arasında Ludwig Hohlwein, Edmund Edel, Ernst Deutsch-Dryden, Hans Lindenstadt, Julius Klinger, Julius Gipkens, Paul Scheurich, Karl Schulpig ve Hans Rudi Erdt (*Rabinowitz, 2006*). Sachplakat'ın daha sonraki bir ustası Otto Baumberger idi. Das Plakat, 1905 yılında kurulan ve daha sonra Berlin dış hekimi Hans Sachs tarafından düzenlenen Verein der Plakatfreunde (Posterin Dostları Derneği) tarafından 1910-1921 yılları arasında yayınlanan bir Alman sanat dergisiydi. Lucian Bernhard dernek müdürüydü (*Heller, 2014*). Plakatstil, poster sanatı hakkında daha modern bir vizyon yaratmaya yardımcı oldu ve sonuç olarak modernist tasarıma rehberlik edecek bazı özellikleri tanımladı.

Lucian Bernhard (1883-1972)

Asıl ismi Emil Kahn'dır. 1905 yılında Lucian Bernhard takma adıyla değişti. Alman bir grafik tasarımcı ve tipografıdır. 20. Yüzyılın başlarında Sachplakat'ın veya nesne posterinin geliştirilmesinde etkili olmuştur. Reklam ve kültürün gelişimine katkı sağlamıştır. 15 yaşında Münih'te Viktorya döneminin sıkıcı tonlarından ve karmaşasından uzaklaşarak bir tasarım üslubu ortaya koydu. Renklerle sarhoş yürümek deyimi kendisine aittir (Ericcraps, 2019).

İlk tasarımı Priester kibritleri için yapmış olduğu afiş tasarımıdır. Afişteki logoyla beraber nesne fikri basit bir simge ve isimdir. Priester posterinde minimal etki görülmektedir. Aynı zamanda bu ilk çalışması bir yarışmaya katıldığı poster tasarımıdır (Bkz. Resim 2). *İlk önce jüri tarafından reddedilir. Ancak jürilerden birisi görüntüyü inceledikten sonra jürinin geri kalanını ikna eder. (Heller, 2014).*

Çünkü posterde bir kelime ve iki kibrit çöpü imgesi vardır. Yani izleyici ile en kısa sürede görsel iletişimi sağlamıştır. Bu fikir anlatımda etkili ve ikna edici olmuştur. Önceden yapılan afiş tasarımlarında ayrıntıya ve süse çok fazla yer verilirken, Bernhard'ın üslubu ile yapılan afişlerde az öğeler bulunur. Basit, net görseller, çok az yazı kullanılır. Daha çok ürün ve firma ismi ön plana çıkarılmıştır. Bernhardın bu üslubu ile reklam alanında büyük bir adım atılmıştır. Bu sade anlatım sanatçıyı, önemli reklam grafikçilerinden biri yapmıştır (PM, 2006).

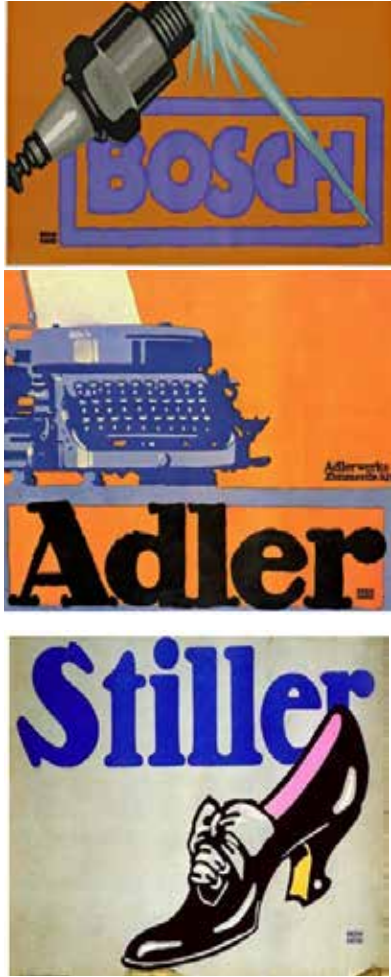


Resim 2. Lucian Bernhard, Priester tarafından düzenlenen yarışma poster, 1903.

Resim 2'de afişte kullanılan stil, kalın yazı tipleri, düz renkler, geometrik ve basitleştirilmiş şekiller ve nesnelerle karakterize edilmiştir. Bu sadelik, o zamana kadar ilk posterlerde hâkim olan Art Nouveau'nun karmaşıklığına karşı olan ürün ve markaya önemi göstermektedir.

Lucian Bernhard'ın tasarım çalışmalarında, kalın harflerle; tasarımın merkezinde basit bir görüntü; farklı ve göz alıcı renklerle, estetik açıdan mesaja direkt ulaşmayı hedeflemektedir. Kariyeri boyunca birçok şirket için poster, ambalaj, tekstil ürünleri, iç mekân ve ticari markalar tasarladı. Çalışmaları hem ABD'de hem de Avrupa'da etkili oldu. 1923'te Berlin'den Amerika'ya göç etti. Beyninizi değil, gözlerinizle görüyorsunuz, diyerek bu içgüdüyle çalıştı. Tasarım metinlerinde klasik kitap yazı tiplerini tercih etmesine rağmen, Bernhard Gothic, Bernhard Fashion fontlarını geliştirdi (Hoffman, 2017).

Bernhard, çoğu zaman sadece ürünü ve adını gösteren sade renkler ve modern tasarım estetiğinin kullanılmasını tercih etti. Bosch, Adler ve Stiller için yaptığı reklam tasarımında, parça boyunca daha dinamik renkler ve dokularla çok daha gelişmiş bir stil görebiliriz (Ericcraps, 2019). 1920'lerde New York için Berlin'den ayrıldıktan önce Bernhard, Stiller ayakkabı fabrikası Adler Daktilolar ile büyük şirketler için yüzlerce poster üretti (Bkz. Resim 3).



Resim 3. Lucian Bernhard, Bosch, Adler, Stiller Markaları için reklam Afişleri

Ancak Bernhard, Manoli sigaraları için yapılan tasarımlarıyla tanındı. Manoli, mükemmel ambalaj tasarımıyla vitrinlerin ve promosyon ürünlerinin kurumsal tasarım olarak bilinen ilk reklam tasarımı örneklerinden biridir (Bkz. Resim 4).



Resim 4. Lucian Bernhard, Manoli sigara ambalaj çalışmaları (eski görünüm solda).

Resim 4'de baktığımızda, ambalaj kutusunun üstünde görüntünün genişliğine yayılan, siyah beyaz ağır, koyu bir arka plan bulunur. Bu tasarımın bir sonraki yönünde sarı, mavi fonlar üzerinde, resim düzleminin sol üçte birinde bulunan sigara kutusu ve sigara ambalajlarının düz görüntüsüdür. Bu reklamın amacı yalnızca ürettikleri markayı ve ürünü resimlemektir. Bu reklam ve yarattığı ambalaj çok beğenildi. Beğeniler önemlidir, çünkü sonunda bir nesne poster olarak bilinen erken gelişimdi (Bkz. Resim 5).



Resim 5. Lucian Bernhard, Manoli sigaraları için yapılan reklam afişi

Bernhard'ın tarzının büyük farklılığı, en iyi bilinen eserlerinden birini Art Nouveau'nun en büyük temsilcilerinden biri olan çağdaş Alphonse Mucha ile karşılaştırırken açıkça görülebilir (Bkz. Bkz. Resim 6).

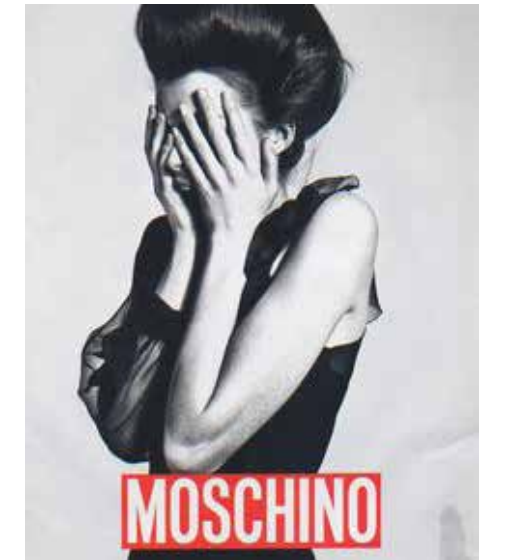


Resim 6. Lucian Bernhard'ın Manoli sigara afişi ve Alphonse Mucha'nın afişi

Resim 6'ya baktığımızda soldaki Alphonse Mucha'nın sigara kağıtları Job Afişi (1898) ve Sağda Bernhard'ın Monali Afişi görülmektedir. İki afişin de aynı amacı var: sigara satmak. Bununla birlikte, Mucha'nın posterleri daha çok sigaranın kendisi yerine merkezde bir kadın figürünün duygusallığına odaklanır. Afişte şirketin adı ve sigara var, ancak neyin açıklandığı net değil. Bernhard'ın posterinde, reklamı yapılan ürün veya şirket hakkında hiç şüphe yoktur. Kullanılan süslemeler kaldırılır, şirket logosu ve ilan edilecek ürün açıktır. Poster kavramı hakkında hiç şüphe yok, mesaj doğrudan hedefe, izleyiciye gidiyor. Ayrıca, sadelik ve geometrik görüntüler parçaya zarif bir görünüm kazandırır. Bernhard'ın çalışmaları yüzyılın poster hareketinin mantıklı sonucu olarak düşünülebilir. Grafik sanatçıları ve endüstrinin yaklaşmaya başladığı bir zamanda, mesajı iletmenin basit ve doğrudan hedefe odaklanma tarzı, şirketlerin daha güçlü ve daha etkili bir satış ihtiyacını karşıladı (Hoffman, 2017).

O dönemde birçok şirket bu afiş stili, ürünlerinin reklamını yapmak için kullandı. Zamanla, Bernhard'ın geliştirdiği bu düz stil daha renkli, gerçekçi bir tarza dönüştü. Bernhard'ın tipografisinde üslupsal şekilde çoğunlukla daha fazla kalınlık ve daha fazla dikkat sağlamak için büyük harflerle kenarlığı olan cesur konturlar kullandı.

Bernhard'ın tarzı basit olsa da, prensibi kendi başına bir mirastı. Satışa sunulan ürünlerin marka isimleri ile nesnelerin basit görüntülerinin hedefe ulaşmasını sağlamaktı. Lucian Bernhard tarafından günümüze miras kalan bu üslup, sonraki dönemlerde de uygulanmıştır. Çünkü birçok şirket temelde aynı prensibi kullanıyor. Geliştirdiği bu reklam yöntemi açıkça işe yarıyor, bu yüzden günümüzde hala etkili olmaktadır. Örneğin, Moschino ve kokuları Couture için bir parfüm reklamında, ürünün ve marka adının reklamın ana odak noktaları olduğunu görebilirsiniz (Bkz. Resim 7).



Resim 7. Moschino reklam afişi

Grafik tasarım ve reklamcılık alanlarının arkasında büyük bir teori geliştiği bir dönemde Bernhard neredeyse tamamen içgüdüsel bir şekilde, beyninizle değil gözlerinizle görüyorsunuz diyerek çalıştı. Lucian Bernhard, kariyeri boyunca ürün ve reklam afişlerinin tarzını şekillendirdi. **Sachplakat'ın** veya nesne posterinin gelişiminde çok etkili olan tarihin en önemli Alman poster sanatçılarından biridir. Ayrıca, sadelik ve geometrik görüntülerle afişlerine zarif, minimal bir görünüm kazandırmıştır.

Ludwig Hohlwein (1874-1949)

Almanya'nın Ren-Main bölgesinde doğdu. Hohlwein, 1906 yılına kadar mimar olarak çalıştı ve esas olarak tanınan afiş tasarımına odaklanmaya karar verdi. Hohlwein'in en bilinen sanatının 2. Dünya Savaşı'nın hemen öncesinde olduğunu bilmek önemlidir. Hohlwein poster stiline, renk, gölgeleme, kontrast ve sadelik kullanımıyla tanınır. 20. yüzyılın en usta ve başarılı Alman grafik tasarımcısı oldu. Kariyerinin başlarında, Hohlwein benzersiz ve zarif stilini geliştirdi, bu da önümüzdeki kırk yıl boyunca çok az değişti. Kompozisyonları güçlü, ustaca ve hassastı ve mükemmel çizim yeteneğinden faydalandı. Eserleri, güney Almanya'daki Münih ve Baviera ile ilişkilidir ve yumuşak ve zarif renk paleti ile karakterizedir. Işık ve gölge oyununu, fotografik niteliklere sahip olan ve grafik ve mimari ilkeleri derin ve sezgisel an-

layışının kanıtı olan kompozisyonlarını tanımlamak ve kanıtlamak için kullanır (<http://www.iconofgraphics.com/Ludwig-Hohlwein/>)

Hohlwein'in portföyünün büyük bölümü 1912- 1925 dönemine aittir. Bunlar sanatsal hayatının en önemli aşamasında yaratılan en iyi posterlerdir. Keskin olarak tanımlanmış formları, parlak renkleri ve kendine özgü tarzında neşeli ve iyimser bir bakış açısı kariyerinin bu aşamasının ayırt edici özellikleridir. 1925'e kadar 3000 farklı reklam tasarlamıştı. Zamanının en tanınmış Alman ticari sanatçısı olmuştu (Guity, 2010).

Bir grafik tasarımcı olarak kimliği, 1911 civarında bir erkek giyim markası olan Hermann Scherrer için hazırladığı posterle ortaya çıktı (Bkz. Resim 8). Afiş'e Breeches marker, Sporting Taylor olarak adlandırıldı. Afiş, Sachplakat tarzında yapıldı ve Beggerstaff kardeşlerin çalışmaları gibi basitleştirildi. Bununla birlikte, Hohlwein'in etrafındakilerden farklı olarak kendine özgü bir tarzı vardı. Onun tarzı, Sachplakat'ın sadeliğinin aristokrat bir havası ve zarafeti ile bir melez olarak tanımlanabilir. Evcilleştirilmiş köpek ve binicilik ekipmanı, üst sınıf ve lüks bir yaşam tarzı önermektedir. Hohlwein'in poster tasarımları, soyut desenlerle canlı renklere sahipti. Bu, Hohlwein'i sanatlarında Sachplakat stilini kullanan diğer sanatçılardan ayırdı. Örneğin, erkeğin alt yarısındaki si-

yah-beyaz kareli desen, daha üç boyutlu ve gerçekçi bir öğeye sahip olan çevresiyle tezat oluşturan iki boyutlu bir görünüm yaratır.



Resim 8. Ludwig Hohlwein, Scherrer erkek giyim afişi

Hohlwein'in yarattığı bir başka afiş ise 1912-1913 tarihli. Hohlwein tarafından Kaffee Hag için tasarlanmıştır. Bu kahve Kafein içermiyor ve sağlıklı olarak tanıtılmalıydı. Tenis raketi tutan adamla bu kahveyi eşleştirmiş. Mesajı anlatmak için unsurların basit ve ekonomik anlatımından geliyor. Şekillerin cesur kullanımı, tonların zıt olması ve sınırlı renk paleti, bunların hepsi tipografi sanatına çok modern bir yaklaşım. Sans serif fontu kullanılmış. Ama alışılmadık ve dönem için modern olan negatif alan kullanımıydı. Böylece dikkatimiz başlığa yani KAFFEE HAG yazısına gidiyor. Diğer dikkat çeken ise tenis topudur. Hem imzasının hem de markanın reklamını yapıyor (Bkz. Resim 9).



Resim 9. Ludwig Hohlwein, Kaffee cadı, 1913

Ludwig Hohlwein, giyim ve perakende alanında başarılı olmasına yardımcı olan poster tasarımlarında benzersiz derinlik, desen ve renk kullanımıyla tanınan bir tasarımcıydı. Ancak etrafındaki ortam değiştikçe sanatı da değişti. Hohlwein'in mirasının önemli bir yönü, Adolf Hitler'in ve Nazi Almanyası'nın onlar için posterler yaparken ayaklanmasıdır. Onun tarzı, Aryan idealizmini tasvir ederek daha erkeksi ve yoğun hale geldi. Hohlwein'in tasarım konusundaki yeteneğine ve benzersiz becerilerine rağmen, Nazi partisiyle olan ilişkisi nedeniyle mirası lekелendi (Eskilson, 2007:1-2).

İhap Hulusi Görey

1898'de Mısır Kahire'de doğdu. 1920'ye kadar Kahire'de İngiliz okullarında

okudu. Sanat eğitimi için 1920 yılında Almanya'ya gitti. Önce Münih'te Haimann Schule atölyesinde üç yıl, daha sonra Kuntsgewerbe Schule'da eğitimini tamamlayıp yurda döndü. Dört tane yabancı dil bilmesinden dolayı (Arapça, Almanca, İngilizce ve Fransızca) Dışişleri Bakanlığı'nda çalışmaya yönlendirildi ama o memuriyeti reddetti. Akbaba dergisinde Münif Fehim ve Ramiz'le bir süre çalıştı. Afiş çalışmalarına ağırlık verdi. Afişler konusunda izleyicide ilgi uyandırmalı ve düşündürmeli diye yorumladı. Yaptığı afiş çalışmalarıyla Cumhuriyet döneminin 50 yıllık görsel hafızasını oluşturdu. Atatürk'ün isteği ile Alfabe isimli kitap kapağı tasarımını yapmıştır (Bkz. Resim 10). Dönemin sosyo-kültürel yaşamdan izler bırakan çalışmaları, üslupsal olarak değerini ve geçerliliğini koruyor (Merter, 1998:20,21).



Resim 10. İhap Hulusi Görey, Atatürk'ün siparişi üzerine Türk Alfabeti kitap kapağını tasarımı, 1932.

İhap Hulusi Görey, Almanya'da aldığı sanat eğitimi ile ilgili amacını oldukça net bir biçimde ortaya koymuştur. Özellikle hayatını resim sanatını icra ederek kazanmaya karar vermiştir. Dönemin ticaret şeklinin özellikle tanıtım ve reklam alanının boşluğunu da bilmektedir. Hem maddeten tatmin olma hem de afiş ve gazete resimleri yapmayı uygun bulduğundan bu kararı almıştır (Hızal, 2012: 74). İhap Hulusi böylece Bauhaus'da neden eğitim görmediğini mesleki eğitimi neden tercih ettiğini açıklamış olmaktadır. Bu amaç doğrultusunda sanat ve ticareti birleştiren Plakatsstil üslubuyla yoğunlaştığını belirtmiştir. İhap Hulusi'nin aldığı eğitim amacıyla ve uygulamada gösterdiği eğilim bağlamında düşünüldüğünde zanaatçılığı ağır basmıştır.

İhap Hulusi Görey Almanya'da olduğu dönemde, dünyaca tanınmış olan Alman afiş ressamı Ludwig Hohlwein'a çalışmalarını gösterdiğini söylemiştir. Hatta tahmininin üstünde beğendiklerini ve Amerika'ya gitmesini tavsiye ettiklerini söylemiştir. Bunu mektup ve yazıyla belirtmişlerdir (Görey, 1977: 18). Onu iki yıldır tanıdığını, ince, kibar, duygulu gördüğünü, eserlerinde ki renk, desen ve hareket gücünün kendine özgü olduğunu dile getirmiştir (akt. Çeviker, 2006: 94). İhap Hulusi'nin yaptığı tasarımlarda, imzasının yanında değil, kullandığı sloganlarda da Hohlwein'in etkisini görebilmek mümkündür. Bu etki özünde Hohlwein, Bernhard'ın da dâhil olduğu üslupsal açıdan Plakatstilin etkisidir. Yani basitlik, keskin renk ve gölgeler

eşliğinde ve el ile yazılmış yazılarla üslupsal yoğunluk görülmektedir.

Bunun yanında Çeviker; İhap Hulusi'nin, bu Plakatsitilin etkisinden dolayı kendine özgün bir grafik dünya oluşturamadığına dikkat çekmektedir (Çeviker 2006: 95). Hatta bir mülakatta, farkında olmadan Ludwig Hohlwein imzalı bir işi kendi işi diye gösterdiğini, aktarmıştır (Altıntaş, 1994: 96- 97).

Plakattstil de önemli bir ayrıntıda desen sağlamlığıdır. Bu desen sağlamlığı İhap Hulusi'nin çalışmalarında da görülmektedir. Sanatçıların eserlerinde canlı modelden yararlanma tekniği, 19. yüzyıl boyunca önemli bir rol oynamıştır. Gerek ressamlar gerekse tasarımcılar, 1800'lerin ikinci yarısından itibaren model için sık sık fotoğraflardan çalışmışlardır. Çünkü canlı modelle çalışmak masraflı olmaktadır (Zerner, 2006: 76, 81). Hohlwein'da kimi zaman canlı modelden kimi dönemde ise doğallığı korumak için fotoğraftan yayralanarak resimsel anlatılar yaptığını dile getirmiştir (Frenzel'den akt. Giambarga, 2011).

İhap Hulusi 1929 yılında kendi afiş atölyesini kurdu. Kendisine özgü üslubunu, pratiğini yaptığı reklam ürünlerinde göstermiştir. Ve eserlerine her zaman kendi tasarladığı imzasını atmayı unutmamıştır. Kullandığı üçgen sembol ile hayatını üç ülkede geçirdiği, Mısır, Almanya ve Türkiye üçlemesini yansıtmıştır (Bkz. Resim 11).



Resim 11. İhap Hulusi Görey imzası

İhap Hulusi Görey hem kendi döneminde hem de sonraki dönemlerde birçok tasarımcıyı üslupsal olarak etkilemiştir. İhap Hulusi afişlerinde Art Deco fontunu kullanır. Vedat Ömer Ar'ın Yerli Malları sergisinde Türk Endüstrisi yazısında kullandığı font Art Deco'ya benzemektedir (Turan ve Ödekan, 2009: 21). Latif Ariş, yaptığı bazı desenlerin İhap Hulusi'ninkilere benzediğinin altını çizerek. 1946 yılında Tekel Genel Müdürlüğünde çalışan tasarımcı Atıf Tuna, hayranı olduğu İhap Hulusi'yi taklit etmeye çalıştığını söylemiştir (Karamustafa, 2007: 53-61).

Plakatstilin üslupsal özelliğinde Bernhard'ın süslemeyi reddedişi, Hohlwein'in sağlam desenle izleyiciyi kavramsal mesaja çekme biçimi, basit öğelerin kullanılması, modern çağın reklam yapma pratiğinde etkili olmuştur (Lush, 2008: 81). Böylece Hollis'in

ifadeleriyle diğer ülkelerde görülme-
yen üslupsal bir birliktelik sergilenmiş
ve zamanının ruhunu (zeitgeist) yaka-
lamıştır. Hohlwein'in, İngiliz Beggars-
taffs kardeşlerden etkilendiği, Beg-
garstaffs kardeşlerin güçlü yazı, geniş
alanlarda pürüzsüz renkler kullanımı,
gölge uygulamaları, Hohlwein'e ilham
verdi. İhap Hulusi de Hohlwein'inden
etkilenmiştir (Hollis, 2001; 32).

Cumhuriyetin ilk döneminde Pla-
katstil üslubu görsel kültür tarzını da
belirlemiştir. Özellikle Latin Alfabesi
'ne geçişle, kentli ve köylü vatandaşla
ulaşabilmenin anlamlı bir yolu Plakas-
til üslubuyla yapılmış afişlerdir. Mo-
dern Türkiye'nin inşasında, üretilen
ürünlerin reklamlarda sunulmasında
Plakatstil yaklaşımın izleri görülmek-
tedir.

Sonuç ve Öneriler

Gerek yurt dışı gerekse yurt içindeki
sanatsal hareketlilikler pratikte sanat
tasarım alanındaki anlayış ve uygula-
malarda etkileşimi yani üslup ortamları
kurmuştur (Erkmen, 2009: 17-18).
Plakatstil ve Bauhaus gibi uygulamalı
alanlar sanat ve tasarım üzerinde etki-
sini göstermiştir. Bu bilinç ve sorum-
luluk yeni üslupsal kimlikleri meydana
getirmiştir.

Konu ve teknik olarak her sanatçının
farklı üslupları vardır. Bu üslup sanat-
çının imzasını oluşturur. Böylece im-
zasını görmeden eserin hangi sanatçıya
ait olduğunu biliriz (MEGEP, (2012: 4).
Birçok sanatçı ve tasarımcı çevresinde-
ki nesnelerden, dönemin sosyo- politik

yapısından, yazarlardan, sanatçılardan,
tasarımcılardan, etkisi altındaki sanat
üsluplarından vb. etkilenme yaşayabi-
lir. Bu meyletme, eğilim, yönelim tasa-
rımında üslupsal kimliği ifade eder.

Poster ressamının sanatsal etkisi o ka-
dar ileri gider ki, hazırlanan poster ta-
sarımları eskizlerine dayanarak yaratıl-
mış gibidir. İşte Holhwein, Bernhard'ın
afişlerinde bu ruh hali ve görünüş, di-
ğer tasarımcıların belleğinde duran bir
motif gibi yani üslup kimliği olmuştur.
Bu ruh halini ve görünüşü etkisi altına
alan Grafik tasarımcı İhap Hulusi Gö-
rey'de de görürüz. Bu seçkin afiş res-
samlarının bir özelliğidir. Her akım ve
üslup bir sonrakini etkilemiş ve ilham
kaynağı olmuştur. Çağdaş sanat akım-
ları, Ekspresyonizmden PopArt'a kadar
ilham kaynağıdır. Tabii ki, afiş sanatçı-
sı da kısıtlamalara maruz kaldı: buna
rağmen, ünlü afiş ressamlarının kendi-
lerinin popüler kültürün ikonografisi
üzerindeki üslup etkisi küçümsenme-
melidir (Lehman, 2012).

Afiş sanatında üslup çoğulculuğu ve
çeşitliliği, görsel sanatlar alanında
çağdaş üslupçuluğu belirginleştirdi.
En çeşitli türlerin eklektik karışımı ile
yaratılan çeşitlilik bir biçim dili orta-
ya çıkıyor: Ekspresyonizm, Fütürizm
ve Kübizm'den üslup ödüncüleri afişleri
kamusal alanlarda göz alıcı hale getirdi
(Schwuchow, 2017:62).

Grafik tasarım ürünleri yoğun bir ya-
ratıcı ve yapıcı düşünme sonucu oluş-
maktadır. Tasarım süreçlerinde güçlü
bir uygulama yeteneği ve biçimsel du-
yarlılık, yeni deneyimleri ve üslupları

meydana getirir. Sadece estetik zevkin
yanında iletişimsel dil olan mesajı da
ortaya koyarak bilgilendirme görevini
yerine getirir. Bu sorumluluk sadece
bugün değil geçmişte de olduğu için,
geçmiş ve bugün arasında köprü kurar.
En ilkel teknikler ile en gelişmiş araç ve
teknoloji kullanımı konusunda yeni ta-
sarım üslupları ortaya koyar.

Grafik tasarım ürünlerinde dünyanın
her yerinde her zaman farklı değişim-
ler ve uygulamalar olmuştur. Bu du-
rum grafik tasarımcılarda yeni tarzlar
bulmaya zorlar. Bu süreçte farklı top-
lumsal ve kültürel yapıyla beraber geli-
şen teknik ve teknolojik gelişmeler gra-
fiksel sanat üretimlerine yansır. Grafik
tasarım disiplini de bu farklılıktan et-
kilenir. Kendini yeni üslup kimlikleri
içinde bulur. Böylece evrensel bir dil
olumu devam eder.

Almanya'da afiş tasarımı, geleneksel
bir karakter kazanmıştır. Afiş tasarımcı-
lığı bir meslek olarak gelişmiş. Özel-
likle Holhwein, Bernhard'ın da dâhil
olduğu tasarımcılar kendi üsluplarıyla
tasarımlar üretmişlerdir. İster film afiş-
leri olsun, ister tiyatro afişleri olsun,
kendilerine özgü üsluplarıyla ve görsel
birikimleriyle yaşadığı toplumun yapı-
sal farklılıkları içinde üretimlerde bu-
lunmuşlardır. Bu üslup farkındalığıyla
başka tasarımcıları da etkileyerek aynı
üslupta eserler üretmelerinin devamı-
nı sağlamışlardır. Bu etki sadece kendi
ülkelerinin sanatçı ve tasarımcılarını
değil, kendi ülkelerinde yaşayan diğer
ülke sanatçı ve tasarımcıları da etkile-
mişlerdir. İhap Hulusi Görey bu grafik
tasarımcılardandır.

Bu araştırmada incelenmiş olan Hol-
hwein, Bernhard, 19. Yüzyıl Alman-
ya'sının bir yansıması olan afişler
üretmişlerdir. Holhwein, Bernhard'ı
öne çıkaran en önemli üslupsal özellik
renk, gölgeleme, tipografi, kontrast ve
sadelik kullanım yaklaşımıdır. Doğ-
rudan elle fırça ile gerçekleştirilmiş
tasarımlar gibidir. Farklılığı ve özgün-
lüğü yaratan da budur. Söz konusu bu
afişleri için söylenebilecek olan ise,
tasarımcıların kendine özgü, doğal bir
üslup kullanmalarındır.

Kaynakça

Aksoy, F. Sadık Karamustafa İle Sol'un
70'lerdeki Görsel Serüveni Üzerine,
2019, <https://saltonline.org/tr/2238/sadik-karamustafa-ile-solun-70lerdeki-gorsel-seruveni-uzerine?blog>, (Eri-
şim Tarihi: 06.07.2020).

Altıntaş, Y. Bir Öncü: İhap Hulusi-
İhap Hulusi Bey ve Birkaç Anı. Arre-
damento, 63, 96-97. 1994.

Consuegra, D. American Type Design
& Designers, 288, 2004.

Çeviker, T. Modern Türk Grafik Sana-
tının Öncüsü. Sanat Dünyamız, 100,
93-95, 2006.

Eric, C. Plakatstil. 2019, <https://ericc-raps.wordpress.com/2019/01/22/plakatstil/>, (Erişim Tarihi: 05.07.2020).

Erkmen, N. Bahaüs: Modernleşmenin
Tasarımı. Türkiye'de Mimarlık, Sanat,
Tasarım Eğitimi ve Bahaüs. Der: Ali
Artun, Esra Aliçavuşoğlu. İstanbul: İle-



tişim Yayın, 2009.

Aspx, (Erişim Tarihi: 20.09.2020).

Ertan, H. Grafik Tasarım Stilleri. 2019, <https://medium.com/@Sey-yahil/grafik-tasar%C4%B1m-stilleri-727a632266e5>, (Erişim Tarihi: 18.05.2020).

Hoffmann, R. Plakatstil: Kurumsal Tasarım Embriyosu, 2017, <https://medium.com/@rafaelhoffmann/plakatstil-o-embri%C3%A3o-do-design-corporativo-33067b59a24>, (Erişim Tarihi: 05.07.2020).

Eskilson, S. Graphic Design: A New History. 2nd ed. New Haven: Yale UP, Print, 2007.

Hollis, R. Graphic Design. A Concise History. London: Thames and Hudson Ltd. 2001, <http://guity-novin.blogspot.com/2010/05/chapter-31-german-plakatstil-movement.html#One>, (Erişim Tarihi: 05.07.2020).

Foucault, M. Bilginin Arkeolojisi. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011.

Giambarga, P. The Hundred Years of Illustration and Design. 2011, http://giam.typepad.com/100_years_of_illustration/ludwig_hohlwein_18741949/, (Erişim Tarihi: 01.10.2019).

Ingo, L. Plakatmaler, 2012, <https://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=8130>, (Erişim Tarihi: 26.09.2020).

Guity, Plakasitilin Gücü, 2010, <http://guity-novin.blogspot.com/2010/05/chapter-31-german-plakatstil-movement.html#One> (Erişim Tarihi: 05.07.2020).

Karamustafa, S. İhap Hulusi Çizgisi: Belgeler, Sorular, Doğrular, Yanlışlar İhap Hulusi: Tasarımcının Bir Genç Sanatçı Olarak Portresi. Der: Ender Merter. İstanbul: YKY, 2007.

Heller, S. Graphic Design Magazines: Das Plakat by Steven Heller, Typotheque, Retrieved, 2014.

Karasar, N. Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayınları, 2005.

Heller, S. & Seymour, C. Graphic Style: From Victorial To Digital. New York: Abrams, 2000.

Lush, J. Decoration As Brand, Brand As Politics. Twenty-Second Annual National Conference on Liberal Arts and the Education of Artists: Desing, The Arts and The Political, October 15-17, 2008.

Hızal, G. ve Gençtürk. S. Kültürel Üretim Mekânlarında Bir Aracı: İhap Hulusi Görey. Folklor/Edebiyat Dergisi, 18(70): 2, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Lefkoşe-Kıbrıs, 2012, <https://www.folkloredebiyat.org/Anasayfa>.

MEGEP, Grafik ve Fotoğraf, Grafiksel Yorumlar. Ankara: MEB Yayınları, 2012.

Merter, E. Müsellesten Üçgene. İstanbul: Ana Basım A.Ş., 1998.

Özdenören, R. Üslup. <https://www.turkcedebiyati.org/ustup-nedir-ustup-cesitleri-ve-ozellikleri/>, (Erişim Tarihi: 05.07.2020).

mı ve İstanbul Yerli Malı Sergileri. İTÜ Dergisi/B Sosyal Bilimler, 6(2): 15-26, 2009.

Özsezgin, K. Cumhuriyet'in 75.Yılında Türk Resmi. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları, 1998.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2008.

PM. Sadeliğin Gücü: Luchian Bernhard, <https://www.photoshopmagazin.com/dergi/2006/04/sadeligin-gucu-luchian-bernhard.html>, (Erişim Tarihi: 25.10.2020).

Zerner, H. Sanatçıların Bakışı, Bedenin Tarihi (2). Çev.: O. Türkay İstanbul: YKY, 2006.

İnternet Kaynakça

Rabinowitz, T. Exploring Typography. (Illustrated ed.). Cengage Learning, ISBN 1401815057, Retrieved, 2006.

<http://media.schoolofvisualarts.edu/ssa/media/9983/large/proceedings2008.pdf>, (Erişim Tarihi: 02.08.2020).

Schwuchow, N. Filmplakate als Kunst, Film Plakat Kunst. Dietrich Lehmann und der Heidelberger Filmclub der 50er Jahre, Editör: Henry Keazor, Universitätsbibliothek Heidelberg, 2017.

<http://www.designishistory.com/1920/lucian-bernhard/>, (Erişim Tarihi: 05.07.2020).

TDK, Üslup Nedir? <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 10.08.2020).

<http://www.iconofgraphics.com/Ludwig-Hohlwein/>, (Erişim tarihi: 25.10.2020).

Temiz, E. Kimliklerin Oluşumu ve Kurgulanması. 2018, <https://www.medyacuvali.com/dusunenler/kimliklerin-olusumu-ve-kurgulanmasi>, (Erişim tarihi: 25.10.2020).

<https://coursedesignmatters.wordpress.com/tag/plakatstil/>, (Erişim Tarihi: 20.09.2020).

Tuna, A. Atıf Tuna: Biz Grafik Nedir Bilmezdik-Yurdaer Altıntaş, Atıf Tuna Röportajı. Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültürü Dergisi, 10, 58-65, 2007.

<https://medium.com/@rafaelhoffmann/plakatstil-o-embri%C3%A3o-do-design-corporativo-33067b59a24>, (Erişim Tarihi: 05.07.2020).

Turan, G. ve Ödekan, A. Erken Cumhuriyet Döneminde Yerli Malı Kavra-

<https://medium.com/@rafaelhoffmann/plakatstil-o-embri%>



ÜLKER FİRMASININ KURUMSAL VE GÖRSEL KİMLİKLE YAPMIŞ OLDUĞU REKLAMLARDA İMAJ VE KÜLTÜR

*IMAGE AND CULTURE IN THE ADVERTISEMENTS
THAT WITH CORPORATE AND VISUAL IDENTITY
MADE BY THE ÜLKER COMPANY*

Elif GÜLER

Giriş

Günümüzde reklam her markanın büyük ölçüde değer verdiği güçlü bir alan haline gelmiştir. Reklamlar çeşitli iletişim kanalları ve medya araçları kullanılarak ürünler ve hizmetleri kamuoyuna tanıtmak amacıyla yapılan, ticari bir bilgi aktarım süreci olarak tanımlanmaktadır (Aktaran: Tokmak, 2017: 202).

Her Marka sahip olduğu kurum kültürünü ve kimliğini bu görsel ve işitsel çalışmayla birlikte ortaya koymaktadır. Bunun sonucunda oluşacak imaj algısı markanın gelişim ve geleceği için büyük bir önem arz etmektedir. İmaj bir firmanın hemen her türlü görseinden, etkinliğinden, kalitesinden ve iletişiminden oluşmaktadır. İnsanların, algılamaları sonucu düşüncelerinde meydana gelen bir fotoğrafa da benzetebileceğimiz imaj, günümüz firmalarının olmazsa olmazlarındandır. (Canöz, 2015: 6).

Nasıl ki kişisel imaj; dış görünüm, beden dili, davranış biçimi ve kişinin

içinde bulunulan fiziksel ortam gibi kriterlerden etkileniyorsa Bir kuruluşun donanımı, tutumu, iletişim biçimi de o kurumun imajını etkileyen kriterlerdendir (Peltekoğlu, 2004: 358).

Reklam sektöründe en dikkat edilen hususlardan biri şüphesiz reklamın, tüketicinin hafızasında marka imajına uygun biçimde yer edinmesidir. Tüketicilerin hafızasında yer edecek marka imajı, reklamda yer alan yaratıcı düşünce, tüketici ile kurulan duygusal bağ ve marka kimliği ile doğrudan orantılıdır. Bunun yanında reklam ve tüketici arasında ki bağı güçlendiren bir diğer husus da reklamın görüntülenme sıklığıdır. Reklam, tüketicinin karşısına birden fazla kez çıktığında bu, markanın tüketicinin hafızasında yer edinmesini kolaylaştıracak bu sayede tüketicinin ürünü almaya karar verme ve satın alma yönelimlerini güçlendirecektir.

Reklam tekrarı, tüketici hafızasını pekiştirmek için markalar tarafından

C3%A3o-do-design-corporati-vo-33067b59a, (Erişim Tarihi: 24.05.2020).

<https://oggito.com/icerikler/ihap-hulusi-gorey-cumhuriyetin-gorsel-insasinin-kurucusu/22298>, (Erişim Tarihi: 25.10.2020).

<https://tr.pinterest.com/cebilge/mosc-hino/>, (Erişim tarihi: 18.09.2020).

<https://tr.pinterest.com/muratceliker/lucian-bernhard/>, (Erişim tarihi: 25.10.2020).

<https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/item/JJIHWCZCTUEMQX6D-BQZQ2DQB5HDJH5XV>, (Erişim tarihi: 10.10.2020).

<https://www.google.com/search?q=f%C3%BCt%C3%BCrizm&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahU->

KEwiTpf7x5NDsAhUsAxAIHfwe-AigQ_AUoAXoECCwQAw&biw=1536&bih=722, (Erişim tarihi: 25.10.2020).

<https://www.moma.org/artist-s/2700#works>, (Erişim Tarihi: 20.09.2020).

<https://www.moma.org/collection/works/5794>, (Erişim Tarihi: 10.09.2020).

https://www.moma.org/collection/works/7183?sov_referrer=artist&artist_id=2700&page=1 (Erişim Tarihi: 20.09.2020).

<https://www.pinterest.fr/pin/516365913526500569/>, (Erişim Tarihi: 20.10.2020).

<https://www.vektorler.com/blog/ihap-hulusi-gorey-kimdir/>, (Erişim Tarihi: 15.10.2020).



yaygın olarak kullanılan bir strateji-
dir. Reklamcılar, tüketicilerin marka
ismini ve vaatlerini öğrenmelerini ve
buna yönelik bir tutum geliştirmeleri-
ni sağlamak amacıyla reklam tekrarını
sıklıkla kullanırlar (Baysal, 2010: 165).

Reklamlar bir ürün yada hizmeti sat-
mak için bize dolaylı yoldan fayda
sağlar. Reklamda ısrar değil teşvik rol
oynar. Ürün tüketicileyle çağrışım yo-
luyla iletişim kurmakta, reklam filmin-
de kullanılan ses, görüntü, ve düşünce
yoluyla da bunu desteklemektedir. Do-
layısıyla marka vermek istediği mesajı
tüketicileyle dolaylı ve duygusal yoldan
aktarmış olur. Bu nedenle;

Bir reklam planı hazırlanırken; onun
fikir verir, carpıcı, dikkat çekici, entere-
san, haber verir, alma arzusu uyandırır
olmasına dikkat etmek gerekir. Çarpıcı
bir başlık, etkili bir resim, çok yönlü
bilgi veren bir metin reklamın gücüne
güç katar. Reklamın konusu olan urun-
lerin, hizmetlerin tanıtımı, tüketicinin
daha çok dikkatini çekebilmek için bir-
birinden değişik, bir sonraki öncekin-
den farklı, yeni, üstün olarak yapılma-
lıdır. (Pektaş, 2014: 225)

Bu alanda başarılı bir marka olan ve
geçmişten bugüne her yaşa ve her ke-
sime hitap eden Ülker, tüketicilerin gö-
zünde güvenilir, samimi ve mutluluk
verici bir imaj oluşturmayı başarmıştır.
Geliştirdiği marka kimliği, slogan ve
reklamlar ile birlikte farkını yansıtmış
ve yansıtmaya devam etmektedir.

Günümüz tüketicilerinin mutluluk
arayışının farkında olan pek çok iş-

letme “mutlu etme” mottosuyla yola
çıkarak tüketicilerle duygusal bir bağ
oluşturmayı hedeflemektedir. (Baysal,
Aka, 2013). Ülker de ilk ortaya çıktığı
günden bugüne tüketicilerinin mutlu-
luk duygusunu, ürünlerinde yaşaması-
nı istemekte ve reklamlarında özellikle
yakaladığı bu imajı başarıyla sürdür-
mektedir.

Araştırmanın Problemi

Markaların ürünlerini hedef kitleye
tanıtma ve ürünlerini sevdirmeye amacı
ile kurum kimliğini meydana getiren
faaliyetler çerçevesinde yaratılmaya
çalışılan marka imajı, markanın hedef
kitleye ulaşmasında büyük rol oynar.
Bu doğrultuda, markanın kurumsal
ve görsel kimliği kullanılarak, marka-
yı ve ürünü hedef kitleye en iyi şekilde
aktaran yöntemlerden biri olan rek-
lamlardan yararlanılır. Böylece marka
kimliği altında yapılan başarılı reklam
yaklaşımları ile birlikte tüketicileyle akta-
rılmak istenen mesaj, en etkili şekilde
aktarılmış ve tüketicinin zihninde ba-
şarılı bir marka imajı yer edinmiş olur.

1944’den bu yana geliştirmiş olduğu
ürünler ile birlikte markalaşma yolun-
da emin adımlarla ilerleyen ve bugün
sektörde büyük bir tanınmışlığa sahip
olan Ülker markası, uyguladığı başarılı
marka kimlik çalışmaları ile tüketicile-
rin gözünde güvenilir, dostane, aile sı-
caklığı barındıran, samimi ve mutluluk
verici bir imaj yakalamıştır.

Bu yaklaşımdan hareketle “Ülker Fir-
masının Kurumsal Ve Görsel Kimlik-
le Yapmış Olduğu Reklamlarda İmaj

Ve Kültür ” adlı bu çalışmada, görsel
ve kurumsal kimlik ile yapılmış mar-
ka reklamlarının betimlenmesi ve bu
reklamlarda ki tüketici imaj algısının
incelenmesi problem alanı olarak be-
lirlenmiştir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada, tüketici ve marka ara-
sında, ürün tanıtma ve marka imajı
oluşturulma hususunda güçlü bir bağ
yaratan ve markanın hedef kitle tara-
findan benimsenmesinde önemli bir
rol oynayan reklamlarda, markanın
kurumsal ve görsel kimliği kullanıla-
rak oluşturulan marka imaj yansımala-
rının incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu amaç doğrultusunda, gıda sektö-
rü alanında yapmış olduğu reklam ve
ürünlerle yıllardır tüketicinin gönlün-
de taht kurmayı başarmış bir marka
olan Ülker markasının yapmış olduğu
reklam yaklaşımları üzerinden marka
imaj ve kültürünün incelenmesi hedef-
lenmiştir.

Araştırmanın Önemi

Kurum kimliğinin marka stratejileri
doğrultusunda yapmış olduğu faali-
yet ve tanıtım çalışmaları bir firmanın
ulusal ve uluslararası alanda başarılı bir
imaj yakalaması ve markalaşması adı-
na büyük bir görev üstlenmektedir.

Araştırmakta olduğumuz Ülker mar-
kasının, firmanın duruşu ve tutumunu
gösteren kurumsal kimliği ve kurum-
sal kimliğin görünür hale gelmesini
sağlayan görsel kimlik faktörleri göz

önünde bulundurulduğunda oluşturu-
lan reklamların hedef kitleye ulaşmada
başarı gösterdiği ön görülmektedir.

Markaların tüketiciye kurum kültürü-
nü ve piyasaya süreceği ürünleri doğru
bir ileti ile aktarabilmesi ve tüketicinin
zihninde yaratılmaya çalışılan imaj
algısından hareketle başarılı bir mar-
ka olan Ülker’in reklam çalışmaları
üzerinden bir araştırma yapılmasının
önemli olduğu düşünülmektedir.

Sınırlılıklar

Bu araştırma, Ülker marka çatısı al-
tında bulunan; bisküvi ürün markala-
rından; Pötibör, Hanımeller, Biskrem
ve İkram markaları ile kraker ürün
markalarından; Çizi, Krispi, Ülker ile
çikolatalı ürün markalarından; Albeni,
Çokokrem, Ülker çikolata, ve Ülker çi-
kolatalı gofret marka reklam inceleme-
leri ile sınırlandırılmıştır.

Yöntem

Araştırma Modeli

Çalışma kapsamında belirlenen Ülker
markasının, bisküvi, gofret ve çikolata
reklamlarına imaj ve kültür yansıma-
larını incelemek amacıyla, betimsel
araştırma modeli ve tarama yöntemi
kullanılmıştır.

Evren Örneklem

Araştırma evrenini Ülker markasına
ait ürün reklamları oluşturmaktadır.
İlk olarak Ülker bisküvileri ile adını
duyuran ve devamında piyasaya sun-



duğu gofret ve çikolata çeşitleriyle daha da büyüyen ve bugün adından sıkça bahsettiğimiz bir marka haline gelen Ülker markası ve ürün reklamları arasından bu araştırmanın örnekleme olarak Ülker'in bisküvi, kraker, ve çikolatalı ürünlerine ait reklamları belirlenmiştir.

Veriler ve Toplanması

Araştırma evreninden seçilen örneklem değerlendirmeleri kapsamında yapılan reklam incelemeleri için Ülker marka alt yapısında bulunan, bisküvi ürün markası olarak “Pötibör, Hanımeller, Biskrem ve İkram” kraker ürün markası olarak “Çizi ve Krispi” çikolatalı ürün markası olarak “Albeni, Çokokrem, Ülker çikolata, ve Ülker çikolatalı gofret” markaları belirlenmiştir.

Araştırmada kullanılan tarama yöntemi, internet kaynakları ve alan ile ilgili bilimsel literatürler de yer alan verilerden elde edilen bilgilerin toplanma aşamasında uygulanmıştır. Araştırmada başvuru olan bir diğer yöntem olan betimsel yöntem ise araştırma örnekleme içerisinde yer alan marka reklam incelemelerinde, Ülker'in kurumsal ve görsel kimlikle yapmış olduğu reklamlarda kurum kültür ve imajını değerlendirmek maksadı ile kullanılmıştır.

Verilerin İşlenmesi Çözümü ve Yorumlanması

Literatür taramalarından elde edilen bilgiler, markanın oluşumundan bu yana var olan gelişim süreci göz önüne alınarak düzenlenmiştir. Araştırma

içerisinde yer alan kurumsal imaj ve kültür faktörlerinin markaya ait reklamlara yansımaları üzerine yapılan değerlendirmelerde betimsel analiz yöntemi olarak tanımlama ve yorumlama kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 89).

Ülker Firmasının Doğuşu Ve Markalaşması

Ülker Firmasının ilk oluşumları 1944 yılında Sabri Ülker'in Eminönü Nohutçu Han'daki atölyeyi almasıyla başlamıştır. II. Dünya savaşı sonlarıdır, kendi çocukluk yılların da da savaş şartları altında çok zorluklar çeken Sabri Ülker hafızasında yer eden bu günlerden yola çıkarak savaş yıllarında bisküvinin tadını unutan çocuklar için Ağabeyi Asım Ülker'le birlikte bisküvi üreteceklerdir. İki kardeş daha çocuk yaşlarında ve ilk gençliklerinde Besler Fabrikası'nda çalışmışlardır. Ayrıca, aile bir süre şekerleme dükkanı işletmiştir. Bu tecrübelerle güvenerek, Sabri ve Asım Ülker, “Ülker” markasının doğduğu, Eminönü Nohutçu Han'daki atölyede kendi bisküvi işlerini kuracaklardır. (“Kurucumuzun hayat hikayesi”,2020).

Safiye Erol, cumhuriyet döneminin ilk çağdaş romancılarındandır. 1938'de yayınlanan ilk eseri “Kadıköyü'nün Romanı”dır. 1944 yılında ise “Ülker Fırtınası”nı yayınlanmıştır. Sabri Ülker o yıl bisküvi fabrikasıyla uğraşmasının yanı sıra vakit bulduğunda bu kitabı da okuyordur.

O sırada satın aldıkları Nohutçu

Han'daki bisküvi atölyesinin ticari ismi ‘Üç Yıldız Bisküvileri’dir. Yeni isim alınırken, o yılın en popüler kitabı markaya esin kaynağı olmuştur (“Kurucumuzun hayat hikayesi”,2020). Yılmaz Özdil Hürriyet Gazetesinde yayınlanan köşe yazılarından birinde marka isminin hikayesini şu şekilde ele almıştır:

Dönemin edebiyat aleminde patlama yapan, adeta fırtına gibi esen romanı okuyanlar arasında, genç bir adam vardı... Eminönü Nohutçu Han'daki küçücük atölyesinde, bi yandan bisküvi üretiyor, bi yandan harıl harıl Ülker Fırtınası'nı okuyordu. Doğu'yla Batı'yı harmanlarken, muasır medeniyet'le geleneksel'i “çok iyi okumayı başaran” bir adamdı.

Şirketinin adı, Üç Yıldız'dı.

Popüler bir marka adı arıyordu.

Safiye, esin kaynağı oldu...

Sözlük anlamı da gayet uygundu, ha üç yıldız, ha yedi yıldızdan oluşan Ülker.

İşini aşkla yap diye boşuna dememişler.

Aşk romanından yola çıktı.

Kazandı... Bisküvilerinin adı, Ülker olur olmaz, fırtına gibi esmeye başladı. Reklam denilen kavramı bu memlekette ilk keşfedenlerden oldu.

Safiye'nin Ülker'i öyle hale geldi ki, Safiye'den ilham alan o genç adam, Berksan olan soyadını Ülker olarak değiştirdi, “Sabri Ülker” adını aldı (Özdil, 2012).

O yıllar ‘yüksek istikbal’ ideallerinin yaygın olduğu yıllardır. Ülker'in de istikbali adı gibi parlak olmuştur.

1944 yılında Ülker markalı ilk ürün olan pötibör bisküvi üretilip ve kısa sürede tüketicinin beğenisini kazanmıştır.

İki kardeşin azimli ve sabırlı çalışması sayesinde Ülker bisküvileri kısa sürede İstanbul ve çevresindeki bakkallarda aranır hale gelmiştir. Ülker Pötibör halen Türkiye'nin en sevilen bisküvi markalarından biri olma özelliğini taşımaktadır.

Her zaman yenilik ve farklılık peşinde olan, ayakta kalmanın, işi farklı yapmaktan geçtiğine inanan Sabri Ülker, üretimden dağıtıma, markalaşmadan tanıtıma kadar her alanda bu düsturu benimsemiştir. Bu düstur, Sabri Ülker'in gıda sanayiinde pek çok ilki gerçekleştirmesinin yolunu açmıştır. Alanında ilk yabancı uzman çalıştıran, ilk Ar-Ge ve hijyen laboratuvarını kuran, ürünlerini kırılmadan ülkenin en uzak köşesine ulaştıracak çözümler bulan, ilk ambalaj malzemesini kullanan, alanında ilk ihracatı gerçekleştiren Sabri Ülker olmuştur (“Kurucumuzun hayat hikayesi”,2020).

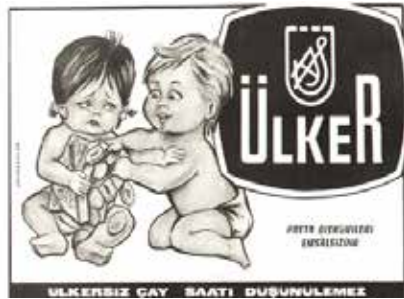
Ülker sadece İstanbul'a değil, Anadolu'ya da yaptığı dağıtım sayesinde tüm Türkiye'de tanınır hale gelmiştir. 1948 yılında ilk bisküvi fabrikasını kurmuş ve imalathane-den bu fabrikaya geçişle, bisküvi üretim kapasitesini önemli ölçüde arttırmıştır.





Resim 1: 1960-1970 Ülker Reklam İlanı

Ülker markası için hala unutulmayan çok kıymetli bir slogan gazete ve radyo reklamlarında kullanılmaya başlanmış: “Ülker’siz çay saati düşünülemez”. Bu mesaj markayı güçlendirmiştir.



Resim 2: Ülker Pötibör Bisküvisini Üretmek İçin Kurulan Şirketin Reklam Üzerinde İlk Logosu

Şirketin ilk Logosu kurucular Sabri ve Asım Berkstan’ın (O dönemdeki soyadları) ön isimlerinin ilk harfinden tasarlanmıştır.

Ülker logosu zaman içinde sadeleşmiş

ve uzun yıllar kırmızı ile mavi arasında gidip gelindikten sonra Türkiye’nin en çok sevdiği rengin kırmızı olduğuna karar verilmiş ve kırmızıda karar kılınmıştır.



Resim 3: Günümüz Ülker Logosu

O yıllarda her semtte en az birkaç tane bulunan, mahalle bakkalları, marketlerin yaygınlaştığı 1990’lı yıllara kadar Ülker’i tüketicilere ulaştırmada efsanevi bir rol oynamıştır. Bakkalların hemen önüne konulan Ülker teneke kutularının yarattığı etki değme reklamdan üstündür. Teneke kutuların cam penceresinin ardındaki manzara da unutulmazlar arasına girmiştir.



Resim 4: Bakkallarda Bulunan Ülker Teneke Kutuları

1965 yılında Topkapı Davutpaşadaki fabrikanın hizmete açılmasıyla marka, modern üretim tesisleriyle desteklen-

miştir. Bunun yanında bisküvi fabrikasındaki bir hatta çikolatalı ürünlerin üretimine başlanmıştır.

Çokomilk, Çokonat, Çubuk Kraker markaları Ülker Markası altında tüketiciyle buluşturulmuştur.

1972 yılında modern çikolata fabrikası yatırımı başlamış ve 1974 yılında Ülker markalı ilk çikolata üretilmiştir. Böylelikle Ülker sadece bisküvi değil aynı zamanda çikolata markası haline gelmiştir. 1970’li yıllarda artan ürün çeşitliliği sonucunda Ülker’in çatı marka olarak konumlandırılması sürecini de başlamıştır.



Resim 5: İlk Ülker Çikolata

Ülker markasının çikolata üretimine başlamasıyla birlikte uyguladığı uygun fiyatlandırma politikası ve tüm ülkede aynı fiyat stratejisi sayesinde “Çikolata pahalı bir üründür ” algısı altüst olmuştur.

1974 yılında Bisküvi çeşitlerinin yanına eklenen çikolata çeşitleri ile ürün çeşitliliği arttırılmış ve Ortadoğu pazarlarına bisküvi ihracı yapılarak, dünyaya açılmanın ilk adımlarını atılmıştır. Bunun yanında dünyadaki gelişmelerden

geri kalmamak ve uluslararası şirketlerle rekabet edebilmek için ilk Ar-Ge departmanı kurulmuştur (“Hikayemiz”, 2020).

Bulgular Ve Yorum

Ülker Markasının Kurumsal Ve Görsel Kimlik İle Yapmış Olduğu Reklamlarda İmaj Ve Kültür

Gıda Sektörü alanında Türkiye’nin köklü ve güçlü firmalarından “Ülker” gücünü başarıyla 21. yüzyıla da taşıyan bir markadır. Aynı anda hem geleneği hem geleceği temsil edebilme kabiliyetine sahip olan Ülker, toplumun sosyolojik ve ekonomik gelişmelerine paralel yeni anlamlar kazanan bir marka olma özelliği taşımaktadır. Öyle ki, markanın yenilenip değişmesi hiç bitmeyen bir yolculuğa benzer.

Ülker firması “Her insanın, hangi ülkede yaşarsa yaşasın, güzel bir çocukluk geçirme hakkına sahip olduğu inancı” ile kurulmuştur. Ülker markasının kurumsal kültürü mutlu anlara eşlik etme, güven, samimiyet, yakınlık, aileden biri olma gibi duyguları içinde barındırmaktadır. Ülker markasının geçmişten bugüne benimsediği imaj, her zaman ait olduğu toplumun tam kalbinde yer almak 7’den 70’ e herkese hitap etmek olmuştur.

1970’lerde Ülker’in “Akşama babacığım unutma Ülker getir” cingılı reklamlarda sıkça yayınlanmış ve onu bir fenomen haline getirmiştir (“Kurucumuzun hayat hikayesi”, 2020).



Video 1: İlk Ülker Reklamı
<https://www.youtube.com/embed/Tk0UWeka5Uw?feature=oembed>

“Önce güneş, hava, su sonra bol gıda gelir, Akşama babacığım, unutma ülker getir.”

Ülker Çokonat'ın TV reklamlarında ki Mahzar Fuat Özkan (MFÖ) grubunun seslendirdiği “Natnatnat Çokonat” reklam filmi dillere dolaşmış günümüzde de uyarlanabilirliğini sürdürmüştür.



Video 2: Ülker, Çokonat Akapella Reklamı
<https://www.youtube.com/embed/ZmW325XPh5g?feature=oembed>

1979 yılında Ülker markası 1980 yılına “Damağınızda ve Dimağınızda 36 Yıl” ilanı ile merhaba demiş ve Ülker artık 7’den 70’e herkes tarafından sevilen bir marka halini almıştır.



Resim 6: Ülker 36. Yıl Poster

Ülker’in yüksek ürün kalitesi, yeni ürün geliştirme ve yenilikçilik anlayışı, müşteri memnuniyeti, geniş ürün yelpazesi ve ait olduğu topluma karşı duyduğu sorumluluk, onu tüketicisinin gözünde sevilen bir marka yapmıştır.

Tüketicile kurulan güçlü iletişim sayesinde hem ürün geliştirme safhasında hem de ürünün rafa çıkmasından sonra alınan geri bildirimler değerlendirilerek daha iyi çok daha güçlü markaların oluşturulması sağlanmıştır.

Ülker Firmasına Ait Alt Markalar Ve Reklam Yaklaşımları

Başlangıç yıllarında sadece bisküvi ile anılan Ülker, 1970 yılından itibaren çikolatalı ürünler, gofret ve çikolata, 1990’dan itibaren kek, süt, yağ ve 2000’li yıllarda ise mutfak ürünleri, içecek gibi farklı alanlardaki ürünlere tüketicisiyle buluşmuştur (“Hakkımızda”, 2020). Ülker’in alt markaları bile

tüketicinin kalbinde, ana markadan bağımsız sevilen markalar olmayı başarıp, tüketicilerin hem zihninde hem kalbinde pay sahibi olmayı başarmıştır.

Bisküvi Ürünleri

Sabri Ülker’in küçük bir handa işe başladığı ilk yıllarda ideallerinden biri bisküvinin tadını unutan çocuklar için bisküvi üretmektir. Ülker Markasının ilk ürünleri 1944 yılında yapılmaya başlanan pötibör bisküvi gibi çeşitli pasta bisküvileridir.

Gün geçtikçe bisküvi çeşitleri artan ve gittikçe büyüyen bir markanın kurucusu olan Sabri Ülker, yıllar içinde çocukların “bisküvici dedesi” olduğunu ve bundan büyük mutluluk duyduğunu söylemiştir.

Pötibör Bisküvi



Resim 7: Ülker En Nefis Bisküvi

Resim 7’de Ülker “En nefis Bisküvi” sloganlı pötibör reklamını görmekteyiz, burada en baştan beri Ülkerin benimsediği düşüncelerden biri olan bisküvi yiyerek mutlu olan çocuklar resmedilmiştir. Ürünün nefis ve lezzetli oluşu vurgulanmaktadır. Resimde görünen çocuklar ortak değerlerimizden olan aile, kardeşlik ve paylaşma olgusuna vurgu yapmaktadır. Aynı zamanda ekranda cingil olarak söylenen “Akşama babacığım unutma Ülker getir.” melodisiyle uyum sağlayan ilanda bisküvi yiyen çocukların mutlulukları gözlemlenebilmektedir.



Video 3: Ülker, Esaslı Pötibör Reklamı
<https://www.youtube.com/embed/yDgRi5R5y3Q?feature=oembed>

Gelişen teknoloji ile beraber Ülker’in video reklamları da renklenmiş ve daha canlı bir hal almıştır. İzlediğimiz Ülker esaslı pötibör reklamında, Ülker pötibör bisküvinin tazeliğine ve kıtırılığına vurgu yapılmış ve bu kıtır sesin verdiği ilhama değinilmiştir. Reklamda gündelik dil kullanılmıştır. Reklamda Hande Yener, Aşkın Nur Yengi ve Mirkelam gibi müzik ile ilgilenen dönemin ünlü simaları yer almış ve bir kayıt esnasında pötibör bisküvinin kıtırılığı adeta bir müziğe dönüşmüş ve hem onu yerken hem de çıkardığı sesin etkileyciliği ile

ortamda bir anda bir hareketlilik başlamıştır. Reklamda Ülker pötibör bisküvi her sınıf ve her kesimden insana hitap etmektedir. Reklam da duyduğumuz “Tazeliğin tadı damağımızda, ktır ktır sesi kulağımızda sloganı reklam hikâyesini destekler niteliktedir. Reklamın genelinde Ülker pötibör bisküvinin insanları bir tat etrafında buluşturma ve onlara mutluluk verme hissi vurgulanmaktadır. Reklamın sonunda gösterilen Ülker Pötibör bisküvi, slogan ile birlikte ürünü satın almaya teşvik etmektedir.



Video 4: Ülker, Yekpare Pötibör Tekniği
<https://www.youtube.com/embed/ru5UdItaQ7o?feature=oembed>

Markanın 2016 yılında yapılan, yekpare pötibör tekniği reklamında Ülker'in mutluluk teknikleri adıyla yayınlamış olduğu seriden bir örnek görmekteyiz. Reklamda İzlemiş olduğumuz genç sıkılmakta ve kendine yeni bir eğlence ve mutluluk yolu aramaktadır. Daha sonra dış sesten gelen durduk yere mutluluk teknikleri söylemiyle şaşırmakta ve meraklanmaktadır. Daha önceden masanın üzerinde duran ama gencin pek fazla farkında olmadığı pötibör bisküvi duyulan dış ses ile birlikte yapılacak bir aktiviteye dönüşmektedir. Reklamda bisküvi ile yakıştırılan çay milletimizin her gün severek tükettiği artık neredeyse kültürümüzle birleşmiş bir içecektir. Reklamda

bu durumdan yola çıkılarak adeta bir gelenek haline gelmiş olan bisküviyi çaya bardırma olgusuyla taze ve kıtır olan pötibör bisküvi sıcak ve yumuşak bir hale getirilmiş böylece bir mutluluk tekniği olarak anılan Pötibör bisküvi yeni bir tüketim şekline sahip olmuştur. Reklamda bisküviyi çaya batırıp yemeyi seven birçok insan gözlenmektedir. Bu durum reklamda mizahi bir dille ele alınmış ve “ Bu tekniği dedem de uygular” diyerek tüketiciye tekniğin hem kolay hem de küçük büyük herkesin sevdiği bir teknik olduğu fikrini yansıtmaktadır. Sloganda geçen “Mutluluk aranır mutluluk bulunur mutluluk fark edilir” sözleri aranan mutluluğun kolayca ulaşılabilecek ve Ülker ürünlerinde var olduğu fikrini belirtmektedir. Buna istinaden, son sahnede yer alan Ülker logosunda ki “Ü” harfi gülümseyerek göz kırpan bir sembole dönüştürülmüştür.

Hanımeller



Resim 8: Ülker Hanımeller Reklam Poster



Video 5: Ülker Hanımeller, Ana Kuzusu Reklamı
<https://www.youtube.com/embed/6KlSz6oCUWc?feature=oembed>

İzlemiş olduğumuz Ülker Hanımeller, ana kuzusu reklamında annelerimizin elinin değdiği her şeyi güzelleştirdiği, duygularımızı yumuşattığı ve hayatı tatlandırdığı olgusuna vurgu yapılmak istenmiştir. Ülker hanımellerin kullanmış olduğu “Anne eli değmiş gibi” sloganı da bu düşünceye atıfta bulunmaktadır. Annelerimiz her zaman yanımızda olmasa da anne eli değmiş gibi hazırlanıp sunulan Hanımeller bisküvilerinin bize anne sıcaklığını ve anne kurabiyelerini hatırlattığı aktarılmaktadır. Bu hususta reklam filminde yer alan sert mizaçlı profesyonel bir dövüşçünün bile Hanımeller bisküvilerinden yediğinde yüzünde oluşan tebessümden ve söylemlerinden, yumuşak mizaçlı duygusal bir yapıya büründüğüne şahit olmaktadır. Buradan, Hanımeller anne kurabiyelerinin insanı çocukluğuna götürebilecek bir lezzete sahip olduğu anlaşılmakta bu da biz tüketicilere Ülker'in aile sıcaklığında ki samimi imajını yansıtmaktadır.

İkram



Resim 9: Ülker İkram Reklam İlanı



Video 6: Ülker İkram, Gençlere İkramımız Olsun Reklam Filmi
<https://www.youtube.com/watch?v=Va2Wy7-tDTM>

Ülker İkram'ın, gençlere ikramımız olsun isimli reklam filmi gençlerin evde sık sık kaybettiğimiz ya da o an için göremediğimiz kumanda arama serüveni ile başlar. Dahasında tasarım ve hayal gücü yüksek ve pratik zekaya sahip bir genç “Ben yapsam...” diye cümleye başlayarak etrafında gördüğü objeleri teker teker daha iyi ve daha konforlu bir konuma getirir. Sıra Ülker ikrama geldiğinde ise durup düşünür ve zaten en iyisinin o olduğu fikrine kanaat getirir. Bu anlayışla Ülker ikram bisküvilerin lezzet konusunda en iyisi olduğu gençlerin eğlenceli anlatımıyla ön plana çıkarılmış olur. Böyle bir söylem yetenekli ve zeki bir gençten duyulduğunda, ürünün niteliği artmakta ve tüketicinin gözünde daha samimi somut ve gerçekçi bir imaj yaratılmaktadır.

Biskrem



Video 7: Ülker Biskrem Reklamı
<https://www.youtube.com/watch?v=6DjNGMeaqXM>

İzlemiş olduğumuz Ülker Biskrem reklamında ürünün karşı koyulmaz cazibesine vurgu yapılmaktadır. Öyle ki reklamda, iki sevgili kafede hoşça vakit geçirmektedir, derken genç kızın erkek arkadaşına bir talepte bulunmak ister fakat erkek arkadaşının bu isteği kabul etmeme riskine karşı ona ilk olarak karşı konulamaz Biskrem teklif eder. Kız daha Biskrem'i çıkarır çıkarmaz erkek arkadaşısı Biskrem'in dayanılmaz cazibesine kapılır o sırada reklamda "biskrem aklınızı alacak" sloganı duyulur bunun üzerine daha soruyu duymadan kız arkadaşının isteğini kabul etmiş olur. Dolayısıyla kız arkadaşı istediğini elde etmiştir reklamda ki erkek karakterimiz bundan pek hoşnut olmasa da Biskrem'i ile mutludur ve nolursa olsun ondan vazgeçmek istemez. Burada yansıtılmak istenen imaj Biskrem'in akıl almaz lezzetine karşı koyulamayacağı ve bu test edilmiş eşsiz lezzeti mutlaka denemeniz gerektiğidir.

Kraker Ürünleri

Çizi



Resim 10: Ülker Çizi Kraker İlanı

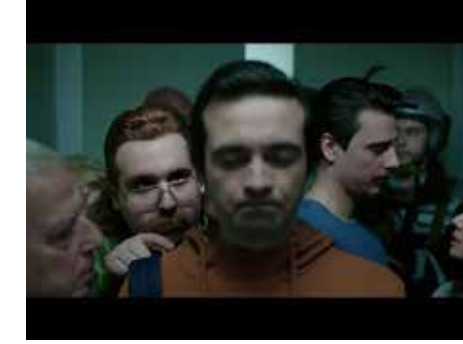


Video 8: Ülker Çizi, Daha Yemeğe Çok Varsa Reklamı
<https://www.youtube.com/embed/A048DSOFo?feature=oembed>

Ülker'in atıştırmalık adına sunduğu başarılı ürünlerden olan tuzlu kraker Çizi'nin izlemiş olduğumuz reklam filminde açlığı yatıştırmaktaki başarısı vurgulanmıştır. Reklamda eski padişah ve saray anlayışı değerlerimiz ön plana çıkarılmakta, padişaha sunulan yemeğin içerisinde herhangi bir zehir olup olmadığı anlama açısından yemek çeşnicesi başına tattırılmaktadır. Bunun sonucunda düşüp bayılan çeşneci başı sayesinde yemeğin yenilecek durumda olmadığı anlaşılır o sırada mizahi bir dille "Daha yemeğe çok varsa Ülker çizi atıştırın açlığınızı yatıştırın" sloganı duyulmakta ve padişah çiziye keyifle tüketmektedir. Bu reklamdan hareketle karnımız acıkmış fakat o an yemek yine şansımız olmuyorsa Çizi kraker bize bu konuda yardımcı olacak ve açlığımızı yatıştırmamızı sağlayacaktır.



Resim 11: Ülker Çizi "Mideniz Boş Bırakmaya Gelmez" Reklam İlanı



Video 9: Ülker Çizi, Mideniz Boşken Asansöre Binerseniz Ne Olur Reklam Filmi
https://www.youtube.com/watch?v=VzMcqe_EOVc

Ülker'in 2017 yılında yayınlamış olduğu "Mideniz Boş Bırakmaya Gelmez" reklam serisi çalışmalarından alınmış, "Mideniz Boşken Asansöre Binerseniz Ne Olur?" adlı reklamda çizi atıştırmalık krakerin açlığını dolayısıyla da midemizi bastırıcı özelliği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda reklamda asansöre binen bir gencin sessizlik içinde bulunan asansörde karnının acıktığı bundan sonra da midesinin bir anda guruldamaya başladığı gözlemlenmektedir dolayısıyla bu durum gençte stres yaratmaktadır. Daha sonra bu gurultuyu dindirmenin en iyi yöntemlerinden biri olan çizi krakeri midesine yollamış, budan memnun olan mide guruldamayı bırakmıştır. Bu sırada asansör de bu bulunan farklı karakter ve yaşta bir çok insan gence garip bir şekilde bakmakta fakat reklam bunun yalnızca o gencin başına değil herkesin başına gelebilecek bir olay olduğunu mesajını vermektedir. "Reklam sonunda mideniz boş bırakmaya gelmez" sloganıyla genelde olmadık zamanda guruldayan mideye mizahi bir bakış açısıyla yaklaşılmış ve çizi atıştırmalıklarının her an her yerde ihtiyaç duyabileceğimiz bir ürün olduğu düşüncesi tüketiciye benimsetilmeye çalışılmaktadır.

miş ve çizi atıştırmalıklarının her an her yerde ihtiyaç duyabileceğimiz bir ürün olduğu düşüncesi tüketiciye benimsetilmeye çalışılmaktadır.

Krispi



Video 10: Ülker, Yeni Krispi Çıtır Kraker Reklam Filmi
https://www.youtube.com/watch?v=8LhLz15AU_4

İzlemiş olduğumuz Ülker Krispi reklamında vurgulanmakta olan en belirgin özellik, bolca duyulan çıtırdatma sesleri bize Krispi'nin taptaze bir kraker olduğu fikrini benimsetmeye çalışmaktadır. Aynı zamanda gençlerin oturduğu bir ortamda Krispi çeşitlerinin farklı özelliklerinden bahsedilmekte ve gençlerin kendi seçtikleri krispilerin en iyisi olduğu kanıtlamak istemesi ile bir yarışa girmesi konu edilmiştir. Böylelikle Krispi çıtır krakerin her zaman her şekilde yenilebilecek, taze, nefis, eğlendirici ve çeşitli bir kraker olduğu fikri aktarılmaya çalışılmaktadır.

Çikolata Ve Çikolatalı Ürünler

Çokokrem

İlk olarak 1976 yılında tüketiciler ile buluşan çokokrem kısa zamanda sevilmiş ve talep görmüştür.



Resim 12: Ülker Çokokrem Poster



Video 11: Ülker Çokokrem Reklam Filmi
<https://www.youtube.com/embed/4FkUdjZOALc?feature=oembed>

Video 12'de izlemiş olduğumuz Çokokrem reklamında Ülker Çokokrem'in, karşı konulamaz tatlılığı vurgulanmakta ve onun uykudan bile tatlı olduğu imajı yaratılmaya çalışılmaktadır. Reklamda, okula gitmek üzere tatlı uykusundan uyanmış ve hiçbir şekilde, kahvaltıda dahi uykusundan vazgeçmek istemeyen bu yüzden "Uyuryer" olarak tanımlanan Sezer'in yemek yerken bile uyumak istediği gözlemlenmektedir.

Fakat sonunda annesinin kahvaltıda ekmeğine Çokokrem sürmesi ile birlikte Çokokrem'e dayanamayan Kerem onu uykuya tercih eder. Böylece reklam der ki, Çokokrem uykudan bile tatlıdır.

Ülker Çikolatalı Gofret



Resim 13: Ülker Çikolatalı Gofret Reklam İlanı



Video 12: Ülker Çikolatalı Gofret Reklam Filmi
<https://www.youtube.com/embed/Q3whPEVGQ9o?feature=oembed>

Ülker'in geçmişten bugüne en sevilen alt markalarından olan Çikolatalı Gofret, reklamda, Ulusal ve uluslararası alanda nerdeyse sevmeyenin olmadığı bir ürün olarak tasvir edilmiştir. Bu bağlamda okul çıkışında kız arkadaşını kıskanarak onun konuştuğu kişiye kaba bir tavır sergilemektedir fakat konuştuğu kişi kişi Japon kültürüne ait Ninja dövüşçülerinden biri çıkınca işler değişir buradan dönüş olmadığını anlayan karakterimiz birden Ülker Çikolatalı Gofret'in dünyaca ünlü ve herkesin

sevdiği bir ürün olduğunu anımsar ve yanında ki Ülker çikolatalı gofreti uzatır ve "Aranızda Ülker Çikolatalı Gofret sevmeyen var mı?" diyerek Ninjaların zayıf noktasını yakalar böylece dayaktan kurtulmuştur. Burada Ülker çikolatalı gofretin dünyaca adı duyulmuş bir lezzet ve kalpleri fetheden bir ürün olması sayesinde sorunları tatlılıkla çözelebilecek olduğu vurgulanmıştır.

Ülker Çikolata



Video 13: Ülker Çikolata Küçük Mutluluklar Reklam Filmi "Çiçek"
<https://www.youtube.com/watch?v=r2ddg88mA7k>



Video 14: Ülker Çikolata Küçük Mutluluklar Reklam Filmi "Bisiklet"
<https://www.youtube.com/watch?v=zDUjQWvdv6g>

Ülker Markasının modern çikolata fabrikası yatırımı ile birlikte üretilen Ülker çikolata o günden bugüne sevilen bir ürün olmuş ve olmaya devam etmektedir. Ülker çikolatanın üretil-

mesi ve uygun fiyatlı şekilde piyasaya sürülmesi ile birlikte Ülker Çikolata herkesçe tüketilmekte olan ve yedikçe mutluluk duyduğumuz bir ürün haline gelmiştir. Buradan hareketle 13 ve 14. Reklam videoların da izlediğimiz Ülker reklamlarında, Ülker çikolata yenildiğinde ağızda erirken yaşattığı o küçük mutluluk, günlük hayatta yaşayıp mutluluk duyduğumuz anları bize yeniden yaşatmaktadır. İlk incelediğimiz reklam olan video 13' de Ülker Sütü Çikolata yemek, sıradan bir günde alınan sürpriz bir çiçeğin yaşattığı mutlulukla, video 14' de yer alan Ülker bitter çikolata bisiklet sürerken ellerimizi bıraktığımızda rüzgarın hissettirdiği mutluluk ve heyecanla özdeşleştirilmiştir. Böylece, Ülker çikolatanın her an her yerde tüketicisine küçük ve güzel mutluluklar yaşatabileceği imajı iletilmektedir.

Albeni



Video 15: Ülker Albeni Uyum Kampanyası Reklam Filmi
<https://www.youtube.com/watch?v=K9YXBPVrgaY>

Ülker'in başarılı alt markalarından olan "Albeni" ismi anlam olarak ürünü almaya teşvik eden, aynı zamanda alım ve çekicilik anlamına gelen bir kelimeden üretilmiştir. Böylelikle ürü-



nün adı adeta sloganı olmuştur. İzlediğimiz Albeni uyum kampanyası reklamında Ülker albeni sloganı bir müziğe dönüştürülmüş ve sevilen sanatçılar; Zara, Keremcem ve Özlem Tekin tarafından seslendirilmiştir. Kulağa hoş gelen müzik zihnimize kolayca yerleşen bu reklam müziği adeta Ülker “Albeniyi” gördüğümüz an zihnimizde canlanmakta ve müzikte bulunan “al beni al” sloganıyla birlikte tüketici ürünü almaya teşvik edilmektedir. Reklamda, müzik sektöründe farklı tür müzikler yapan sanatçılarımız bu reklamda bir arada uyum içinde bir reklam müziğini seslendirmiştir. Böylelikle Albeni birleşiminin uyumlu lezzetine atıfta bulunulmuştur. Aynı zamanda halk tarafında sevilen ve beğenilen sanatçıların müzik olgusuyla reklam filmin de yer alması ve müziğin kalitesini arttırmak da böylelikle Ülker Albeni markasını tüketicinin gözünde daha kaliteli, ünlü ve iddali bir konuma getirmektedir.



Video 16: Ülker Albeni, Herkesin Bir Albenisi Var Reklam Filmi
https://www.youtube.com/watch?v=xh_v3QGcCuo

Ülker’in Albeni markasının bir başka reklam filmi olan “ Herkesin bir Albenisi var” reklam sloganıyla marka adının alım ve çekicilik anlamına çağrışım yapılmıştır. Bu bağlam da reklamda

dile getirilen “albeni” kelimesi, havalı bakışlar, benzersiz gülüş, kendine özgü dans ile örneklendirilmiş ve sonunda Albeni’nin albenisi, çikolata bisküvi karamel uyumundaki eşsiz lezzet olarak tarif edilmiştir. Reklam sonunda “Al beni al” şeklinde söylenen diğer slogan ile de bir önceki reklamda olduğu gibi tüketici, ürünü satın almaya teşvik edilmektedir.

Sonuç Ve Öneriler

Yapılan araştırma sonuçları, Ülker’in küçük büyük her yaştan insana hitap etmesi ve tüketiciye aşıladığı sevgi ve mutluluk imgesi onu tüketicinin gözünde değerli ve yüksek bir konuma taşımıştır. Daha önce yapılan tüketici ve marka değerlendirmeleri sonucunda Ülker’in insanların hayatındaki çeşitli hikâyeler de mutlu anlar ilişkisini sürdürmekte olduğu gözlemlenmiştir.

Ulusal ve uluslararası alanda adını duyurmuş ve sevilen bir marka bir konumuna gelmiş Ülker markası toplum tarafından ona atfedilen değerler sonucunda oluşmuş başarılı bir marka imajına sahiptir. 1944 yılında başladığı hikâyesine sanayicilik, yönetim, pazarlama, ticaret, reklam ve toplumla ilişkiler konusunda da Ülker adıyla oluşturulan kurum kültürü ve ilkeler, Ülker adını bir marka olmaktan öteye taşımıştır.

Araştırma kapsamında incelediğimiz marka reklamlarında, 7’den 70’e her kesimden insana hitap eden marka ürünlerinin reklam stratejileri incelenmiş ve toplumsal olarak kabul gören

alışkanlıklar, toplumda değer gören kişiler ve güncel olaylar üzerinden yaratılmaya çalışılan imaj algısı üzerinde durulmuştur. Yapılan incelemelerden yola çıkılarak, marka reklamlarında yaratılan kurum kültürü ve oluşan imaj algısının markanın tüketiciye ulaşmasında ki en etkili yöntemlerden biri olduğu kanısına varılmıştır. Ülker’in reklam stratejileri ele alındığında oluşturulmak istenen imaj algısında en ağır basan reklam iletilerinin, tüketiciye sunulan ürünlerinin eğlence, enerji ve mutluluk verici niteliklerde olduğu gözlemlenmektedir.

Bu çalışmada, Ülker markasının üç farklı ürün çeşidi belirlenmiş ve bu ürün reklamlarından seçilen örnekler betimsel analiz yöntemi ile tanımlanıp yaratılmaya çalışılan marka imajı üzerinden yorumlanmıştır. Çalışmada kullanılan betimsel analiz yöntemi, Yıldırım ve Şimşek’ e göre; önceden belirlenmiş bir çerçeveye bağlı olarak nitel verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve tanımlanan bulguların yorumlanması adımlarını içeren analiz yaklaşımıdır. Araştırmada elde edilen sonuçlar, belirlenen reklamlar üzerinden kurum kültürünün ve marka kimliğinin sahip olduğu değerler doğrultusunda oluşan imaja yönelik öngörüler bulundurma niteliğindedir.

Bu çalışmadan hareketle gelecekte yapılabilecek çalışmalarda, marka reklamlarına tüketicilerin bakış açılarını ve etkilerinin ölçülebileceği aynı zamanda tüketicide oluşturulan imaj algısının kuruma dönük yansımalarının incelenebileceği nitel ve nicel çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

AYDIN, Duygu. (2010). Reklam Hafızası Ve Reklam Beğenirliği İlişkisi: Televizyon Reklamlarına İlişkin Deneysel Bir Çalışma. (Doktora Tezi). Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilmiştir. (Erişim No. 279109).

BAYSAL, Sezen ve AKA, İ. Çağrı. (2013). Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Mutluluk Temasının Markalar Tarafından Kullanılması: Mutluluk Temelli Pazarlama Üzerine Bir Araştırma. Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi, 5(1), 84-93. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/sobiadsbd/issue/11355/135730>

CANÖZ, Nilüfer. (2015). Hizmet Sektöründe Kurumsal İmaj Algısı: Türk Hava Yolları Örneği. (Doktora Tezi). Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilmiştir. (Erişim No. 420829).

PEKTAŞ, Hasip . (2014). Reklam Nedir? İşlevi ve Etkileri Nelerdir? . Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2 (1), 222-231 . Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/omuefd/issue/20253/215152>

PELTEKOĞLU, Balta Filiz. (2012). Halkla İlişkiler Nedir?. İstanbul: Beta Yayınları.

TOKMAK, Gizem. (2017, Ağustos). Reklamların Dilbilimsel Ve Gösterge Bilimsel Açından İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. 2. ICOSTURK Uluslararası Türkoloji Araştırmaları Konferansında sunulan bildiri, (s.201-2016) içinde. Roma, İtalya.



YILDIRIM, Ali, ŞİMŞEK, Hasan. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık

İNTERNET KAYNAKÇASI

Özdi, Yılmaz. (2012, 14 Haziran). Ey Aşk...Sen nelere kadirsin. Hürriyet. Erişim Adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/ey-ask-sen-nelere-kadirsin-20756123>

Ülker Kurumsal İnternet Sitesi. Ülker'le Tanışın. "Kurucumuzun Hayat Hikayesi", "Hakkımızda". (2020, 25 Nisan).

Erişim Adresi: <https://www.ulker.com.tr/tr>

Yıldız Holding Kurumsal İnternet Sitesi. Biz. "Hikayemiz".

Erişim Adresi: <https://www.yildizholding.com.tr/>

GÖRSEL - İŞİTSEL KAYNAKÇA

Resim 1: <https://www.ulker.com.tr/tr/ulkerle-tanisin/hakkimizda/ulkerin-kodlari> (Erişim tarihi:29.04.2020)

Resim 2: <https://i.pinimg.com/originals/35/01/9d/35019dff3f80cd8a97bc8bd659b70a50.jpg> (Erişim tarihi:29.04.2020)

Resim 3: <http://www.atakom.org/ulker/> (Erişim tarihi:29.04.2020)

Resim 4: <https://i.pinimg.com/ori->

ginals/9e/d0/a0/9ed0a0a1c3d04a-2163ec60621f73bd9c.jpg (Erişim tarihi:30.04.2020)

Resim 5: <https://www.ulker.com.tr/tr/ulkerle-tanisin/tarihcemiz> (Erişim tarihi:30.04.2020)

Resim 6: <https://www.ulker.com.tr/tr/ulkerle-tanisin/tarihcemiz> (Erişim tarihi:01.05.2020)

Resim 7: <https://i.pinimg.com/originals/f6/84/83/f68483706fe8ff2da61e4a121d77487.jpg> (Erişim tarihi:02.05.2020)

Resim 8: <https://www.ulker.com.tr/tr/urun/5302> (Erişim tarihi:05.05.2020)

Resim 9: https://pro2-bar-s3-cdn-cf2.myportfolio.com/21a439859fd3b57f1356346215398fe3/d24c8d4b-92f7-407a-b4fc-a5462d1c3968_rw_1200.jpg?h=f666398d97ec2a89f1a1a762e3e5b66a (Erişim tarihi:06.05.2020)

Resim 10: <https://i.pinimg.com/originals/fd/4a/cf/fd4acf224a75bc7579d601eea1d7a1eb.jpg> (Erişim tarihi:10.05.2020)

Resim 11: https://i.ytimg.com/vi/Da_2WCPfam8/maxresdefault.jpg (Erişim tarihi:12.05.2020)

Resim 12: <https://www.peramezat.com/peramezat/dosyalar/yeniurun/699/389.JPG?m=1520870557> (Erişim tarihi:17.05.2020)

Resim 13: <https://i.ytimg.com/vi/RI->

z8uU6tx08/maxresdefault.jpg (Erişim tarihi:19.05.2020)

Video 1: Ülker, İlk Reklam Filmi. 1960. "Akşama Babacığım, Unutma Ülker Getir". Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/embed/Tk0UWeka5Uw?feature=oembed> (Erişim tarihi:01.05.2020)

Video 2: Ülker, Çokonat Reklamı. 2011. "Çokonat Akapella". Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/embed/ZmW325XPh5g?feature=oembed> (Erişim tarihi:01.05.2020)

Video 3: Ülker, Albeni Reklamı. 2001. "Esas Pötibör Esaslı Pötibör!". Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/embed/yDgRi5R5y3Q?feature=oembed> (Erişim tarihi:02.05.2020)

Video 4: Ülker, Pötibör Reklamı. 2016. "Yekpare Pötibör Tekniği". Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/embed/ru5UdItaQ7o?feature=oembed> (Erişim tarihi:03.05.2020)

Video 5: Ülker, Hanımeller Reklamı. 2016. "Ana Kuzusu". Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/embed/6K-lSz6oCUWc?feature=oembed> (Erişim tarihi:05.05.2020)

Video 6: Ülker, İkram Reklamı. 2013. "Gençlere İkramımız Olsun!". Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=Va2Wy7-tDTM> (Erişim tarihi:06.05.2020)

Video 7: Ülker, Biskrem Reklamı. 2020. "Biskrem Aklınızı Alacak". Erişim Ad-

resi: <https://www.youtube.com/watch?v=6DjNGMeaqXM> (Erişim tarihi:10.05.2020)

Video 8: Ülker, Çizi Reklamı. 2012. "Daha Yemeğe Çok Varsa". Erişim Adresi: https://www.youtube.com/embed/A048DSOFe_o?feature=oembed (Erişim tarihi:10.05.2020)

Video 9: Ülker, Çizi Reklamı. 2017. "Mideniz Boşken Asansöre Binerse-niz Ne Olur?". Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=VzMqce_EOVc (Erişim tarihi:12.05.2020)

Video 10: Ülker, Krispi Reklamı. 2014 "Yeni Krispi Çıtır Kraker". Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=8LhLz15AU_4 (Erişim tarihi:15.05.2020)

Video 11: Ülker, Çokokrem Reklamı.2017. "En Tatlı Sabahlar Çokokrem'le Başlar". Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/embed/4FkUdj-ZOALc?feature=oembed> (Erişim tarihi:17.05.2020)

Video 12: Ülker, Çikolatalı Gofret Reklamı. 2014 "Aranızda Ülker Çikolatalı Gofret Sevmeyen Var mı?" Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/embed/Q3whPEVGQ9o?feature=oembed> (Erişim tarihi:19.05.2020)

Video 13: Ülker Çikolata Reklamı. 2016. "Ülker Çikolata Küçük Küçük Mutlu Eder, Çiçek". Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=r2ddg88mA7k> (Erişim tarihi:20.05.2020)



Video 14: Ülker Çikolata Reklamı. 2016. “Ülker Çikolata Küçük Küçük Mutlu Eder, Bisiklet”. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=zDUjQWvdv6g> (Erişim tarihi:20.05.2020)

Video 15: Ülker, Albeni Reklamı, 2013. “Albeni Uyum Kampanyası” Erişim

Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=K9YXBPVrgaY> (Erişim tarihi:22.05.2020)

Video 16: Ülker, Albeni Reklam Filmi. 2020. “ Herkesin Bir Albenisi Var!”. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=xh_v3QGcCuo (Erişim tarihi:22.05.2020)

BİR KOLEKSİYONER DOKUMACI VE ESERLERİ

A COLLECTIONER WEAVER AND HIS WORKS

Hafize Melek HİDAYETOĞLU, Şaziye ÖZKETEN

Giriş

Halı ve kilim sanatı Türklerin yerleştiği bölgelerde ortaya çıkmıştır. Henüz yüzyılı geçmemiş araştırmalar, Orta Asya’da Türklerin yaşadığı bölgelerde olduğunu ortaya koymuştur. Bu sanatı geliştirerek devam ettiren ve dünyaya tanıtan Türkler olmuştur. Büyük Selçuklu devrinde kurulan devletler halı sanatını teknik olarak bütün dünyaya tanıtmışlardır. Daha sonra Anadolu Selçukluları ile süregelen bir dönem ile beraber 20. yüzyıla kadar gelişen halı sanatı motif ve kompozisyon zenginliği ile bir sonraki dönemlere aktararak devamlılığını sürdürmüştür.

Anadolu’da uzun yıllar devam eden dokuma geleneği gelişerek günümüze kadar devam etmiştir. Yörelere kendi- ne özgü motif isimleri ve yükledikleri anlamlar ile Anadolu motifleri dokumaların kimliklerini oluşturmuşlardır. İhtiyaçtan ortaya çıkmış dokumalar insanların estetik kaygıları ile birleşerek ortaya sanatsal eserler çıkmasını sağlamıştır. Sanatın yeni fikirler doğrultusunda gelişmesi özgün eserlerin ortaya çıkması günümüz dokuma sanatının gelişmesi için çok önemlidir.

Farklı bakış açıları ve yeni yorumların geleneksel anlayış ile birleşmesi dokuma sanatını ileriye taşımaktadır.

Geleneksel dokuma tekniklerinden biri olan kilim; çözümlü ipliklerinin atkı iplikleri ile tamamen kapatılarak dokunduğu tersi ve düzü bulunmayan, haysız atkı yüzü bir dokumadır. Kilim; farklı renkteki atkılarının çözümler arasından, kendi desen alanlarında gidip gelerek motif oluşturulmasıyla dokunur. Kilim dokumanın kendi içinde özel ve farklı teknikleri vardır. Bu sayede arkası ve önü aynı olan yüzeyler elde edilir. Atkılar çözümlü ipleri arasından bir alt-bir üst geçirilerek dokunur. Kilim dokuyan genç kızlar bütün maharetlerini dokudukları kilim üzerinde gösterirler. Kilimin üzerindeki motiflerden ve renklerden hangi yöreye ait olduklarını öğrenmek mümkündür. Yörelere göre renklerin yoğunlukları değişir. Her yörenin renkleri kendi içinde farklılık gösterir.

Her dönem değişen dekorasyon anlayışı, kültürel çeşitlilikler, teknik, üslup ve malzemenin kullanımı açısından



farklılık gösteren eserler ortaya çıkmaktadır. Günümüz sanatçıları dokumalarında geleneği ve kendi yorumlarını birleştirerek önemli çalışmalar yapmaktadırlar. Dokuma sanatına iz bırakmış, önemli eserler üretmiş merhum Musa Kazım Başaran eserleri ile sanat camiasına önemli miras bırakmıştır. Musa Kazım Başaran çok zahmetli ve özel teknikleri olan kilim tekniğini öğrenmiş, ustaca dokumuş ve özel yöntemler geliştirerek kendine özgü eserler üretmeyi başarmış bir usta ve sanatçıdır.

Bu çalışmada; merhum sanatçının eserlerini belgelemek, sanat dünyasına tanıtmak gelecek nesillere aktarmak amaçlanmaktadır. Sanatçının eserlerinin teknik özellikleri ve kompozisyon özellikleri incelenip belgelenecektir.

Bu çalışmanın yöntemi; Merhum sanatçının geleneksel teknikleri ve motifleri modern sanat anlayışı ile birleştirerek ve geliştirerek yeni fikirler doğrultusunda üretmiş olduğu eserlerin, incelenerek araştırılması ve tanıtılması amaçlanmıştır.

MUSA KAZIM BAŞARAN'IN HAYATI

Musa Kazım Başaran 1947 yılında Konya'nın Çumra ilçesinde doğmuştur. Çocukken aile üyeleri ve komşuları halı ve kilim dokumaktaydı. Bu yüzden dokuma geleneğini ve kültürünü yakından yaşamış ve hafızasına kaydetmiştir. 1970 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesinden mezun olduktan sonra ticaretin farklı alanlarında çalış-

mıştır. Başaran 1991 yılından bu yana ekonomist olmasının yanında kilim dokuma ve üretimi ile de geçmişten gelen bilgi birikimi ile kendi kendine kilim dokuma konusunda usta olmayı başarmıştır. Kilim ticareti yaparken kendini kilim dokumayı öğrenirken bulmuş ve kilim dokuma işinde ustalaşmıştır. Kendi emeği ile 100'den fazla yün ve ipek kilim dokumuştur.

Kilimlerinde kullandığı iplikleri kendisi doğal malzeme ve doğal boyama yöntemleri ile boyamıştır. 40'tan fazla farklı renk reçetesini yine kendi yöntemleri ile sürekli deneyerek geliştirmiş ve uygulamıştır. Çok zor olan doğal boya ile ipek iplik boyamayı başaran nadir insanlardan biridir. Yoğun iş temposunda dokuma onun için çok tatmin edici, yatıştırıcı ve dinlendirici bir dünya yaratmıştır. Kilim dokumanın yanı sıra atölyesinde üretilen tüm kilimleri kendisi tasarlamış ve dokumuştur. Modellerinden bazıları deneyimli Anadolu dokumacıları tarafından dokunarak çoğaltılmıştır. Başaran'ın yurtiçi ve yurt dışında birçok kişisel sergisi düzenlenmiştir. Dublin Sanat ve Eylem Festivali (2007), Muscat Sanat Festivali (2010) dâhil olmak üzere çok sayıda karma sergiye ve atölye çalışmasına katılmıştır. Porto Riko Ferinart Festival'inde (2012) ödül almıştır (<http://www.turkishculture.org/whoiswho/turkish-traditional-art/carpet-kilim-weaver/musa-basaran-2859.htm>), (Erişim Tarihi: 23.10. 2020).

Musa Kazım Başaran başladığı işi sonuna kadar sürdüren başarılı bir iş adamıdır. Kilim dokurken hep güzeli

aramış, en güzelini dokumaya çalışmıştır. Geleneksel Anadolu kültüründeki kilimleri dokuyarak işe başlamasına rağmen ileryen süreçte kendini daha iyi ifade ettiği kendi tasarımlarını dokumaya başlamıştır. Bu şekilde kendi deyimiyle iplikte resim yapmaya başlamıştır. Kilim dokumak zor ve zahmetlidir. Kilimi sanatsal bir obje olarak dikkat çekici bulan Musa Kazım Bey, kilimlerin yaşaması için ekonomik açıdan değerlendirilmesi gerektiği görüşündedir.

Musa Kazım Başaran 12.05.2018 tarihine vefat etmiştir. Kabri Karacaahmet kabristanındadır. İnsanın çok çalışması, kendi işini kendi üretmesi gerektiğini ifade eden, çok çalışkan, üretken ve yaratıcı özellikleri ile üzerinde barındıran farklı bir kişiktir.



Resim 1. Musa Kazım Başaran, Konya, 23 Mayıs 2016, h.m.hidayetoğlu arşivi



Resim 2. Musa Kazım Başaran, Konya, 23 Mayıs 2016, h.m.hidayetoğlu arşivi

ESERLERİ



Resim 3. Eser No:1, h.m.hidayetoğlu arşivi

Eser dikdörtgen formdadır. Boyutu 86x122 cm'dir. Uzun ve kısa kenarlarda bulunan yatay ve dikey çizgiler kompozisyonun dış çerçevesini oluşturmaktadır. Zeminde kullanılan motifler diagonal şekilde yerleştirilerek desendeki devamlılık sağlanmaktadır. Zemin rengi kremdir. Motiflerde kullanılan sıcak ve soğuk renkler kompozisyona zıtlık etkisi vermektedir. Eser kilim tekniğinde dokunmuştur. Kullanılan desen, doku etkisinin hareketli olmasını sağlamıştır. Eserin hammaddeyi yündür (Resim 3).



Resim 4. Eser No:2, h.m.hidayetoğlu arşivi

Eser boyutu 85x153 cm'dir. Kilim tekniğinde dokunmuştur. Hammaddesi yündür. Uzun kenarları tarak motifi ile sınırlandırılmıştır. Yatay ve dikey çizgiler eserin dış formunu oluşturmaktadır. Zemin rengi kahverengidir. Zeminde kullanılan motifleri oluşturan çizgiler görsel olarak farklı etkiler bırakmaktadır. Kısa çizgilerden oluşan zeminde kullanılan altıgenler odak noktasını oluşturmaktadır. Tekrarlanan noktalarla motifler oluşturulmuş ve esere yerleştirilmiştir. Kompozisyon dikey ve yatay formlarla oluşmuştur. Desenin yüzeysel etkisi geometrik formlarla sağlanmıştır. Tasarımda motifler arasındaki ortak özellikler uyumu sağlamaktadır (Resim:4).



Resim 5. Eser No:3, h.m.hidayetoğlu arşivi

Eser 48x72 cm boyutundadır. Kilim tekniğinde dokunmuştur. İpek hammadde kullanılmıştır. Motifler dikdörtgen alan içerisine büyük ve küçük biçimler oluşturacak şekilde yerleştirilmiştir. Motifleri oluştururken kullanılan noktalar ve kısa çizgiler ile motif

etkisi artırılmıştır. Zemin koyu renkten oluşmaktadır. Motiflerde kullanılan sıcak ve soğuk renkler eşit şekilde dağıtılmıştır. Tek bir renk vurgulayıcı olarak kullanılmamıştır. Soğuk renkler daha koyu tonlarda uygulanmıştır. Sıcak renkler ise daha soft tonlarda kullanılmıştır. Kompozisyonun bütününe bakıldığında beyaz renk diğer renklere göre daha belirleyici bir unsurdur (Resim:5).



Resim 6. Eser No:4, h.m.hidayetoğlu arşivi

Eser 30x35 cm boyutundadır. Kilim tekniğinde dokunmuştur. İpek hammadde kullanılmıştır. Kahverengi zemin üzerine bitkisel motifler ve kuş figürleri yerleştirilmiştir. Kompozisyon dikdörtgen form içine kurulmuştur. Eserin algısı dış kısımdaki kırmızı çerçeve toplanmış olup, zemindeki koyu renk ise dokumanın geneline hâkimdir. Zeminde bulunan hayvan figürleri ve eğrisel şekiller aynı zamanda kompozisyona hareketlilik katmaktadır. Alt ve üst kısımlardaki açık sarı renkli kısımlar üçgen formlar ile bölünerek mekân algısı yaratmaktadır (Resim:6).



Resim 7. Eser No:5, h.m.hidayetoğlu arşivi

Eser boyutu 13x73 cm'dir. Kilim tekniğinde dokunmuştur. Hammaddesi ipektir. Eser iki parçadır. Kırmızı zeminli parçada tek kıvrımlı dal üzerine çiçek goncaları yerleştirilmiştir. Kenarında kullanılan yeşil renk esere zıtlık oluşturmıştır. Mavi zeminli parçada ise geleneksel Anadolu motiflerinden koçboynuzu, pıtrak, nazarlık motifleri kullanılmıştır. Motiflerde hem sıcak renkler hemde soğuk renkler kullanılmıştır. Bu eserde de dış hattında kullanılan turuncu renk ile zıtlık etkisi oluşturulmuştur. Eserlerin kenarları

tarak motifleri ile sınırlandırılmıştır (Resim:7).



Resim 8. Eser No:6, h.m.hidayetoğlu arşivi

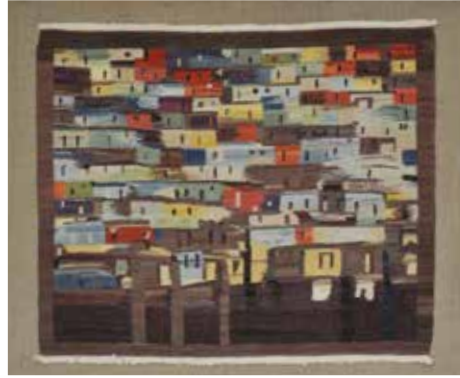
Eser 68x45 cm boyutundadır. Kilim takniğinde dokunmuştur. Kullanılan hammadde ipektir. Eseri açık mavi renkte kenar suyu çerçevelemektedir. Eser zemininde çintemani deseni kullanılmıştır. Çintemani deseni farklı boyutlarda dengeli ve büyük-küçük uyumu kullanılarak esere hareketlilik kazandırılmıştır. Zemin koyu renktir. Motiflerde kullanılan sıcak renkler ile eserde renk zıtlığı oluşturulmuştur. İç içe oluşturulan farklı boyutlardaki daireler bize uzaklık ve yakınlık algısı yaratarak tek düzelikten çıkarmıştır. Yeşil alanı saran gri renk ise çerçeve görevi görmektedir (Resim:8).



Resim 9. Eser No:7, h.m.hidayetoğlu arşivi

Eser 71x44 cm boyutundadır. Kilim tekniğinde dokunmuştur. Kullanılan

hammadde ipektir. Zeminde manzara teması kullanılmıştır. Dikdörtgen formundadır. Deniz, ağaç, ev figürleri kullanılmıştır. Dikey ve yatay formlar kullanılarak zemin alanlara bölünmüştür. Eserde kullanılan sarı renk odak noktasını oluşturmaktadır. Merkezde bulunan kırmızı renk yakınlık algısı yaratmaktadır. Mavi renklerle perstpektif etkisi oluşturulmuştur. Klasik eserlerin yanı sıra tasarım anlayışı geliştirilerek üretilmiş bir eserdir (Resim:9).



Resim 10. Eser No:8, h.m.hidayetoğlu arşivi

Eser 47x39 cm boyutundadır. Hammaddesi ipektir. Eser zemininde manzara teması kullanılmıştır. Manzara bir köyün uzaktan çekilmiş fotoğrafını veya bir gecekondu mahallesini anımsatmaktadır. Kare formundadır. Eserin genelinde koyu renk kullanılmıştır. Sıcak ve soğuk renk kullanılarak kompozisyon hareketlendirilmiştir. Aynı zamanda renklerle oluşturulan zıtlık bütünlük sağlamaktadır. Eserin alt kısmında kullanılan kahverengi alan ve formlar manzarada perspektif algısını vermektedir (Resim:10).



Resim 11. Eser No:9, h.m.hidayetoğlu arşivi

Eser 39x60 cm'dir. Kilim tekniğinde dokunmuştur. Hammadde ipektir. Kısa ve uzun kenarlarında dar bordür kullanılmıştır. Zemin kısmında turuncu renk üzerine üç boyutlu etki yaratacak şekilde geometrik formlar yerleştirilmiştir. Dikdörtgen formundadır. Kompozisyon zeminin ortasına yerleştirilmiştir. Zeminde ve motiflerde sıcak renkler yoğunlukta kullanılmıştır (Resim:9).



Resim 12. Eser No:10, h.m.hidayetoğlu arşivi

Eser 37x33 cm boyutundadır. Kilim tekniğinde dokunmuştur. Hammaddesi ipektir. Kare formundadır. Zeminde iplikler ile lekesel bir yüzey tasarımı yapılmıştır. Desen dengeli renk geçişleri ile oluşturulmuştur. Kompozisyonda turuncu renk hâkimdir. Esere hareketlilik veren etki yüzeyde kullanılan lekesel yüzeylerdir (Resim:12).

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Dokuma sanatı geleneksel sanatlarda önemli bir yere sahiptir. Yüzyıllar boyunca kültürel değerlerin aktarılmasında önemli rol oynamıştır. Türklerin Orta Asya'dan günümüze kadar devam eden dokuma geleneği yerini kendini geliştirerek korumuş ve günümüze kadar devam ettirmiştir. Anadolu'da bulunan önemli dokuma yöreleri kendine özgü motif ve kompozisyon anlayışları ile zengin bir konumdadır. Dokumalarda, yörelerdeki dokuyucuların motiflere verdikleri isimler ve yükledikleri anlamlar insanların kendilerini ifade etme, duygularını estetik düşünceleri ile birleştirme yöntemi sağlamıştır. Geniş bir alana sahip olan, her dönem gelişen tasarım anlayışları ile yeni fikirler doğrultusunda, farklı bakış açıları dokuma sanatına büyük katkı sağlamıştır.

Klasik ve çağdaş eserleri ile dokuma sanatına yeni fikirler ve farklı bakış açıları konusunda katkıları bulunan merhum dokuma sanatçısı Musa Kazım Başaran bu konuda öncü isimlerdendir. Eserlerinde kendine özgü üslubu ile geleneksel ve modern dokumalar üretmiştir.

Sanatçının eserleri ailesi tarafından korunmakta ve önemli bir miras özelliği taşımaktadır. Sanatçının dokumuş olduğu eserler aynı zamanda bir koleksiyon niteliğindedir. Bu çalışma ile artık hayatta olmayan sanatçının eserlerini belgelemek ve sanat camiasına tanıtmak amaçlanmıştır. Sanatçının dokumacı ve koleksiyoner kimliği ele alınmış, eserleri üzerinde sanat hayatı ve eserleri üzerinden sanat yönünün gelişimi tanıtılmıştır.

Sanatçının kendine ait 10 adet kilim dokuma eserinde renk, boyut, teknik, motif ve kompozisyon özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Dokumalarda kullanılan kompozisyon düzeni, tasarım öğeleri ve ilkeleri açısından değerlendirilmiştir. Sanatçının eserleri incelendiğinde; kullanılan renk zıtlığı, oran orantı, desenlerin esere kattığı etki ve eserin bütününe oluşturan öğeler belirlenmeye çalışılmıştır.

Dokumalar genelde dikdörtgen ve kare formundadır. Kilim tekniği ile dokunmuşlardır. Kullanılan hammadde yün ve ipektir. Eserlerin boyutları incelendiğinde; en büyük en 86 cm. - en küçük en 13 cm. olduğu, en büyük boy 153 cm.- en küçük boy 33 cm. olduğu görülmüştür. Buna göre; geleneksel Anadolu motifleri ile dokuduğu kilimleri büyük boyutlu iken modern tasarımlı kilimlerinin boyutlarının küçüldüğünü söylenebilir.

Eserlerde renkler; sıcak ve soğuk renkler dengeli şekilde kullanılmıştır. Dokumaların genelinde kırmızı, sarı, mavi, turuncu, yeşil, mor renkler hâ-

SANAL MÜZE ARAYÜZ TASARIMLARININ TASARIM İLKELERİNE GÖRE TASARLANMASI

DESIGN OF VIRTUAL MUSEUM INTERFACES
BASED ON DESIGN PRINCIPLES

Ömer Zahid KUBAT

Giriş

Geçtiğimiz yüzyıldan günümüze kadar ki dönemde dünya tarihini ekonomik, sosyal ve siyasi olarak değiştirebilecek güçte bir icat olan internet büyük bir çığır açmıştır. İnternetin bir aracı olan web tasarımları bir çok alana hitap etmektedir. Ayrıca web tasarımı internetin en çok kullanılan önemli araçlarından birisidir.

Web tasarımının iki alana ayrılması gerekirse; web arayüz tasarımı ve web yazılımı şeklinde olacaktır. Bu iki alan birlikte çalışarak işlevsel ve görsel olarak bir yapı oluşturmaktadır. Temel olarak birbirinden ayrı iki disiplin bir araya gelerek birbirinden farklı görüntüde ve işlevsellikte web tasarımları meydana getirmektedirler. Bu yapı içerisinde web yazılımı işlevsel kısmı oluşturmaktadır. Görsel yapının arkasında web tasarımının düzgün çalışmasını sağlamak üzere binlerce kodun biraraya geldiği ve yazılım uzmanlarının dışındaki insanların anlaması güç bir yapı bulunmaktadır. Bu güç yapıyı anlamlı hale getiren ve kullanılmasını sağlayan yapı da web arayüz tasarımıdır.

Web arayüz tasarımları, görsel olarak bir çok ögenin bir araya gelerek hem estetik görünümün hem de kullanılabilirliğin bir araya getirildiği tasarımlardır. Web yazılımının teknik özellikleri web arayüzü tasarımındaki bazı görsel uygulamaları sınırlandırabilmektedir. Bu hususla beraber görsel öğeler teknik konularla harmanlanıp kullanıcıya sunulmaktadır. Kullanıcıya sunulan bir arayüz tasarımı web ortamının bazı özelliklerini göz ardı etmemelidir. Bunlardan en önemlisi kullanılabilirliktir. Kullanılabilirlik, “öncelikle yalın bir tasarım ve site ağacı yapılandırması, sitenin doğru bölümlendirilmesi, arayüz görselliğinin tutarlılığını koruması, görselliği zenginleştirme adına gereksiz efektlerin olmaması ile sağlanabilir” (Alican, 2011: 79).

Görsel öğelerin kullanılabilirliği doğru bir şekilde sağlanması için web arayüz tasarımı içerisinde görsel hiyerarşi oluşturulması gerekmektedir. Bu hiyerarşiyi sağlamak için tasarım ilkelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Tasarım ilkeleri görsel düzeni sağlayan önemli özelliklerdir.

kimdir. Bazı tasarımlarda tek bir renk öne çıkarken, bazılarında renk bütünlüğü sağlanmak için renkler eşit dağıtılarak dengeleyici bir etki yaratılmıştır. Renklerle tasarımda zıtlık etkisi verilmeye çalışılmıştır. Renkler kullanılarak uzak yakın etkisi kurulurken aynı zamanda renklerle pespektif etkiside oluşturulmuştur.

Motiflerde bitkisel ve hayvansal figürler dışında geometrik formlar kullanılmıştır. Anlam olarak birbirine yakın Anadolu motifleri klasik eserlerde sıklıkla görülmektedir. Geometrik formlar ile şekil zemin ilişkisi kurulmuştur. Renklendirilmede kullanılan zıtlık motiflerde de kullanılarak şekil zıtlıkları oluşturulmuştur. Büyük-küçük motifler kullanılarak esere hareketlilik kazandırılmak istenmiştir. Eserlerde görülen kompozisyon düzenlemelerinde yatay-dikey çizgiler, kısa-uzun çizgiler ve eğrisel düz çizgiler oluşturularak kilim sınırları ve desenleri belirlenmiştir. Figürlerdeki eğrisel formlar ile kompozisyonda haeket etkisi verilmeye çalışılmıştır. Dokumalarda kompozisyon yerleşimleri sıralı, diyagonal ya da zeminde eşit dağıtılarak oluşturulmuştur.

tur. Soyut ve somut kompozisyonlar kullanılmıştır. Bazı kilimlerin kenarlarında kullanılan motiflerle mekân algısı oluşturulmuştur.

Sonuç olarak; merhum sanatçı Musa Kazım Başaran üretmiş olduğu eserler ile sanat camiasına bir miras bırakmış ve yeni fikirler kazandırmıştır. Anadolu motifleri ile bezeli geleneksel kilim dokuyarak başlayan sanatçı yıllar içinde kendi içinde değişim ve gelişim göstererek kilimlerini farklı bir boyutta taşımıştır. Bu çalışmalarda boyutlar küçülmüş, tema ve renkler değişmiştir. Gelenekselden ayrılarak yıllar içindeki birikimlerini yansıtmıştır. Dokuma sanatındaki gelişimine öncülük eden eserleri daima gelecek nesillere örnek teşkil edecek ve katkı sağlayacaktır. Bu eserlerin bizler tarafından korunması ve belgelenmesi çok önem taşımaktadır.

KAYNAKLAR

<http://www.turkishculture.org/who-iswho/turkish-traditional-art/carpet-kilim-weaver/musa-basaran-2859.htm>,(ErişimTarihi: 23.10. 2020)



Bu ilkelerin sayısı, üslup ve anlatım biçimine bağlı olarak değişir. Yüksek sanatsal düzeylere sahip birçok tasarım, iç güdülerle biçimlendirildikleri için çoğu zaman istenen etkiyi sağlayamazlar. Başarılı bir tasarımcı olabilmenin önemli koşullarından biri de, tasarım ilkelerini bilmek ve bunları gerektiği yerde kullanabilmektir (Becer, 2011: 62).

Bu özellikler olmadan web arayüz tasarımında ihtiyaç duyulan estetik görüntü ve kullanılabilirlik yeterli düzeyde sağlanamayacaktır. Böylelikle yazılım açısından web tasarımı iyi olsa bile arayüz açısından kullanışsız olacaktır. Bir yandan da bu ilkelerin web arayüz tasarımına aktarılması önceki nesil basılı ürünlerin ilkelerine atıftır. “World wide web’in ve çevrimiçi mecranın ortaya çıkışı sayfadan ekrana bir göçtür. Yeni mecranın biraz daha farklı isimlendirme yapıları ve kuralları olsa da sayfa düzeni tasarımının birçok vasfı ve ilkeleri bu yeni mecraya doğrudan aktarılabilir” (Ambrose ve Harris, 2013: 174).

Web arayüz tasarımı bir çok alanda görsel tasarım olarak çeşitlilik sunmaktadır. Bu alanlardan birisi de sanal müzelerdir. Sanal müzeler, hali hazırda bir müze için uygulanabileceği gibi herhangi bir müze yapısı olmadan da oluşturulabilmektedir. “Müzeler sahip oldukları sanat, bilim ve kültür varlıklarıyla topluma yol gösteren mekânlardır. Müzelerin amacı kültürel değerleri gelecek nesillere aktarmak üzere toplamak ve toplumun her anlamda sağlam temeller üzerinde yükselmesini sağla-

maktır” (Sürme ve Atılgan, 2020:1796). Müzelerde bir çok eser bulunmaktadır. Eserlerin teknolojinin yetenekleriyle birlikte ziyaretçilerine ulaşmasını sanal müzeler sağlamaktadır. Sanal müzeler internet bağlantısının olduğu mobil veya sabit bilgisayarlar sayesinde her yerde sürekli olarak erişilebilmektedir. Bu sayede müzelerin sağladığı özellikler teknolojinin yetebileceği kadarıyla kesintisiz sağlanabilmektedir.

Sanal müzelerde arayüz tasarımı içeriklerin sunumları açısından önemli bir yere sahiptir. Genellikle içerikler kültürel ve sanatsal olmaktadır. Sunduğu eserler bakımından görsel bütünlük sağlanmalıdır. Görsel bütünlüğün sağlanması tasarım ilkelerinin doğru kullanımıyla gerçekleşmektedir. Ayrıca ilkeler ile tasarlanan web arayüz tasarımı içeriklerin önüne geçmeden görsellerin doğru kullanımı ile estetik görünümü ve bütünlüğü sağlamaktadır. Kullanılabilirlik açısından da kullanıcıyı yönlendirmede tasarım ilkelerinin büyük önemi bulunmaktadır.

Araştırmada nitel yöntemlerle örnek web tasarımları incelenerek tasarım ilkelerinin sanal müzelerde uygulanan web arayüz tasarımı içerisindeki önemi ve misyonları vurgulanmıştır.

Sanal Müzeler

Müzeler; eğitsel, kültürel, tarihsel, bilimsel ve benzeri bir çok alanda ziyaretçilerine kapılarını açmaktadır. Müzeler, sergilenen ve gösterime sunulmuş bir çok eserin/sunumun olduğu özel alanlardır. Kısaca, “zamanda ve mekanda

dağınık bir takım objeleri, kolaylık olsun diye, bir tek çatı altında toplamak ve bu objeleri inceleme, etüt etme ve zevk alma amacıyla yerleştirmek için düşünülmüş bir binadır” (Buyurgan ve Mercin, 2010: 31). Bu binalarda sanat eserleri ile birlikte arkeolojik ve tarihi eserler sergilenerek geçmişle günümüz arasında bir köprü kurulmaktadır. Müzelerin arasında internet destekli olup her zaman kesintisiz ulaşılacak olan ve fiziksel bir alana da ihtiyaç duymayan sadece sanal müzelerdir.

“Müzeler geçmişle bugünü anlamlı olarak biçimlendirme ve ilişkilendirmede çok etkin bir araç olmasına rağmen, müzelere erişmek geniş bir zaman dilimi ve maliyet gerektirmektedir” (Kallıncı, 2015: 58). Sanal müzeler dezavantajlı görünen bu durumu avantaja çevirebilmektedir. Sanal müzeler internet ve teknolojinin gelişimiyle beraber kullanıma sunulmuş, müze ziyaretine alternatif, müzeye bir nedenle gidemeyen bireylerin bazı kültürel, sanatsal, tarihsel ve bilimsel eserlerin görülmesi amacıyla oluşturulmuştur. Sanal müzelerde sadece hareketsiz görsel öğeler değil, video, ses, üç boyutlu hareket ettirilebilir görseller gibi farklı gösterim şekilleri mevcuttur. “Dijital koleksiyonları yanı sıra müzelerde kullanılabilir çoklu medya sistemleri müzelerdeki klasik temsilin dışına çıkarak yeni bir gerçeklik yaratılmasına ön ayak olur” (Barlas Bozkuş, 2010: 333). Sanal müzelerin müzeler gibi eğitim işlevleri de bulunmaktadır. İnternetin ve gelişen teknolojinin sağlamış olduğu farklı özellikler vasıtasıyla eğitime de katkıda bulunmaktadır. “Maddi yetersizlikler,

ulaşım sorunu, izin işlemlerinin zorluğu gibi çeşitli nedenler eğitim amaçlı müze gezilerinin gerçekleştirilmesini güçleştirmektedir. Zaman ve mekândan bağımsız olan sanal müzeler ise gerçek müze gezilerinin yapılamadığı durumlarda müze ile eğitimde bir seçenek olarak görülmektedir” (Sungur ve Bülbül, 2019: 654).

Sanal müzelerin en büyük avantajından birisi fiziki ortama ihtiyaç duymadan kesintisiz ve uluslararası ziyarete açık olmasıdır. Bu sayede bir ziyaretçi dünyanın neresinde olursa olsun müzeyi ziyaret edebilmekte, verilen bilgileri istediği anda istediği zaman aralığında edinebilmektedir. “Bilgisayar ve dijital (sayısal) veri toplama araçları ile atmosfer boşluğunda dolaşan bu bilgiler, dünyanın her hangi bir yerindeki isteyen her insan tarafından alınabilmektedir. Aslında bu bilgileri sanal bir kütüphane veya sanal bir kitapçıya benzetebiliriz” (Tepecik, 2002: 88).

“Sanal olma fikri, bazı müzeler için, özellikle de “gerçek şey” idealini ve onun aurasını besleyen sanat müzeleri için hoş bir fikir olmayabilir. Ancak bu gelişme, kültürel mirasın artan dijitalleşmesi ve koleksiyonları daha erişilebilir hale getirme talebi nedeniyle kaçınılmazdır” (Schweibenz, 2004).

Sanal müze kavramı, Walter Benjamin ve André Malraux’un teknolojinin sanat eserlerine zarar verip vermeyeceği şeklinde ortaya attığı bazı görüşler ile gelişmiştir.



Benjamin'in teknolojinin olanaklarıyla çoğaltılabildiği çağda sanat eserinin aurasında bozulma yaşandığı savına karşılık Malraux, sanat eserine yeni auralar eklendiğini savunmuştur. Bu tartışma Malraux'un, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin henüz gelişmediği bir dönemde, herkesin, istediği her yerden ulaşabileceği "duvarsız düşsel müze" kavramını geliştirmesini sağlamıştır (Sarsılmaz, 2010: 50).

Sanal müzeler içeriklerine göre dört başlığa ayrılabilir, "broşür müzeler, içeriksel müzeler, öğrenim müzesi ve sanal müzeler"

Broşür müzesi: Bu, koleksiyon türleri, iletişim bilgileri gibi müze hakkında temel bilgileri içeren bir web sitesidir. Amacı, potansiyel ziyaretçileri müze hakkında bilgilendirmektir.

İçerik müzesi: Bu, müzenin koleksiyonlarını sunan ve sanal ziyaretçiye çevrimiçi olarak keşfetmeye davet eden bir web sitesidir. İçerik, nesneye yönelik bir şekilde sunulur ve temelde koleksiyon veritabanıyla aynıdır. Uzmanlara göre meslekten olmayanlar için daha kullanışlıdır. Çünkü içerik didaktik olarak geliştirilmemiştir. Bu tür müzenin amacı, müze koleksiyonlarının ayrıntılı bir tasvirini sağlamaktır.

Öğrenim müzesi: Bu, sanal ziyaretçilerine yaşlarına, geçmişlerine ve bilgilerine göre farklı erişim noktaları sunan bir web sitesidir. Bilgiler, nesne yönelimli olmak yerine bağlam yönelimli bir şekilde sunulur. Dahası, site öğretici

ci ve sanal ziyaretçiye ilgilendikleri bir konu hakkında daha fazla bilgi edinmeye ve siteyi yeniden ziyaret etmeye motive eden ek bilgilerle bağlantılı olarak geliştirilir.

Sanal müze: Öğrenim müzesinden sonraki adım olarak yalnızca kurumun koleksiyonu hakkında bilgi sağlamak değil, başkalarının dijital koleksiyonlarına bağlantı sağlamaktır. Bu sayede gerçek dünyada muadili olmayan dijital koleksiyonlar oluşturulur. Bu, André Malraux'un "duvarsız müze" vizyonunun uygulanmasıdır (Schweibenz, 2004).

Sanal müzeler gerçekte olmayan müzeler için yapılabileceği gibi bir yapısı olan müzeler için de oluşturulabilmektedir. Bir müze için içeriğe ihtiyaç olmaktadır. İçeriğin olduğu fakat yapının olmadığı durumlarda sanal müzeler ihtiyaca cevap verebilmektedir. Fakat bir yapı olması durumunda özellikle 360 derece gezinti vasıtasıyla yapı fotoğraflanıp sanal müzenin ana içerikleri ortaya konabilmektedir. "Müzeler bu teknoloji ve teknikle ziyaretçilerine müzenin içinde dolaşıyormuş izlenimi vererek yeni bir müze deneyimi sunmaktadır. Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı web sitesinde sanal gezintiler bölümünde, 360 derece panoramik görüntü veren sanal müzeleri ziyaretçilerine sunmaktadır" (Kalıncı, 2015: 59).

Sanal müze ister gerçekte olsun ister olmasın web ortamında yayınlanabilmesi için web tasarımına ihtiyaç duyulmaktadır. Web tasarımı içerisinde web arayüz tasarımı görsel olarak içerikle-

rin ziyaretçiye doğru bir şekilde sunulmasını sağlayarak gerçek müze ortamına yakın bir hizmeti sunmaktadır.

Web Arayüz Tasarımı

Görsel iletişim tasarımı elemanlarından olan web arayüz tasarımı grafik sanatları içerisinde yer almaktadır. Bu anlamda kullanıcı ile içerik arasında iletişimin sağlanmasına yardımcı olmaktadır. "İletişim, grafik tasarımın hayati unsurudur. Zaten, grafik tasarımı bu denli ilginç, dinamik ve çağdaş kılan şey de iletişime yönelik olmasıdır" (Becer, 2011: 34). Aynı zamanda kullanıcı arayüzü kullanırken içerisindeki bu iletişimden de etkilenmektedir.

Web arayüz tasarımlarının asıl amaçlarından birisi yazılımın zor yüzünü kullanılabilecek hale getirmektir. Yazılımın işlevselliği de görsel olarak kullanıcıya sunulmakta ve içerikler erişilebilir hale gelmektedir. Bir anlamda yazılım uzmanları haricindekilerin anlaması zor yazılım dillerini karşılarında görmeleri kullanılabilişliği ve akabinde erişilebilirliği olumsuz etkileyecektir. Web arayüz tasarımlarının görsel düzeni ve yazılımla beraber işlevsel hale gelmesi kullanıcıya kolaylık sağlamaktadır. Kullanıcı kolaylaştırılmış görsel tasarım öğelerini görerek içeriklere ulaşabilmekte ve kaygısızca web tasarımı içerisinde gezinebilmektedir.

"Kullanıcılar, Web ve mobil uygulamaları ziyaret ettiklerinde büyük beklentilere sahiptir. Değerli, kullanımı kolay, estetik açıdan hoş ve duygusal açıdan tatmin edici bir deneyimi giderek daha

fazla istiyorlar. Müşterileri elde tutmak ve kazanmak için, onlara yararlı, kullanılabilecek ve arzu edilen ilgi çekici bir kullanıcı deneyimi (UX) sağlayarak kalpleri ve zihinleri sürekli olarak kazanılması gerekir." (Wickramarachchi, s.6)

Kullanıcı deneyimi kazandırılabilmesi için arayüz tasarımı kullanılabilecek ve erişilebilir olmalıdır. Bu hususlarda elverişli olmayan tasarımlar kullanıcıya düzenli bir deneyim kazandıramamakla beraber kullanıcının hızlı bir şekilde web sayfasını terketmesine neden olacaktır. Ayrıca bu sorunla birlikte web tasarımında sunulan ve görülmesi istenilen içerikler kullanıcıya ulaşamayacaktır. Kullanılabilirliğin ve erişilebilirliğin sağlanabilmesine görsel öğelere destek olan web yazılımının da etkisi bulunmaktadır. "Kullanılabilirlik, yazılım, donanım ve bunun gibi şeylerin kolay kullanımını ve kullananlara yararlı olmasını sağlayan ölçümdür. Kullanılabilirlik, ürünün niteliği ve özellikleri yanı sıra kullanıcı için verimli ve memnun edici olup olmaması ile ilgilidir" (Keş, 2009: 43).

Web arayüz tasarımı destekleyen web yazılımı kendi içerisinde bir çok dile sahiptir. Bu dillerin yardımıyla web arayüzleri bazı yetekleri elde etmektedir. Bütün görsel düzenin bir bütün halinde kullanılabilişinin yanında, tasarım içerisindeki hareketli öğelerden, sesli ve görüntülü medya öğelerine kadar bir çok elemanın işlenmesini sağlamaktadır. "Hareketli grafiklerde, hareketin kendisi daha önemli ve taşıyan grafik elemandan daha fazla etkiye



sahip olabilir. Ekrandaki bir ögenin hareket etmesi veya taşınma şekli, o ögenin anlamını büyük ölçüde artırabilir” (Sağlam, 2019: 58).

Web arayüz tasarımını oluşturan bir çok bölüm bulunmaktadır. Bu bölümler ana hatalarıyla; “üst bölüm (header), içerik (content) ve alt bölüm (footer) şeklinde oluşturulur. Ayrıca ana sayfa ve alt sayfaların sayfa düzeninde bazı farklılıklar olabilir” (Akça, 2019: 22). Bölümler ana hatlarıyla bu şekildeyken kendi içlerinde de birçok alana ayrılabilirler. Bu alanlar içerikler ve verilecek bilgiler ışında bazı değişiklikler gösterebilir.

Bu bölümlerin düzgün ve birbirleriyle iletişim halinde oluşturulabilmesi için ızgara (grid) adı verilen hizalama öğeleri kullanılmaktadır. Aynı zamanda bu konu dergi, gazete, broşür, katalog benzeri ürünlerin ortaya çıktığı masaüstü yayıncılık alanında ve grafik sanatlarında çoğu üründe uygulanan bir yöntemdir. “Grid, sayfa tasarımında kullanılacak elemanların (yazı, resim, şekil, grafik, çizim vs.) düzenlenmesine yardımcı yatay ve dikey çizgilerdir. Bu çizgiler kendi içinde bir sistem ve oransal ilişki içinde hazırlanırlar. Basılmış sayfa üzerinde bu çizgileri göremeyiz ancak varlığını hissedebiliriz” (Uçar, 2004: 147). Basılmış sayfa gibi web arayüzlerinde de aynı şekilde gridler yani ızgaralar görünmeyecektir. Fakat ızgaraların web arayüz tasarımı içerisindeki oluşturduğu düzen bize kendisini hissettirecektir. Ayrıca bu düzenin oluşturmakla birlikte tasarımlarda kullanılan ve et-

kisi hissedilen fakat farkedilmesi zor tasarım ilkeleri bulunmaktadır.

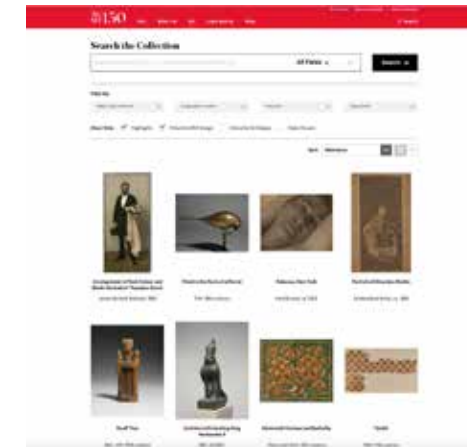
Tasarım İlkeleri

“Tasarım siteyi oluşturanların web konusundaki bilgi, birikim ve anlayışının en somut yansımasıdır. Dolayısıyla imajdır, prestijdir. Siteniz en içerik ve Teknik açıdan çok iyi hazırlanmış olsa da kötü bir tasarım ziyaretçiler üzerindeki prestijinizi yok edebilir” (Pekgöz, 2006: 18).

Web arayüz tasarımı görsel öğelerin bir araya getirilmesiyle oluşturulmaktadır. Görsel öğelerse diğer tasarım alanlarında bulunan ve Keş’in ifade ettiği web arayüz tasarımı özelindeki bazı tasarım ilkeleri yalınlık, tutarlılık, açıklık, denge, görsel hiyerarşi, vurgu, ritim, oran / orantı ve uyum / bütünlük özelliklerine uyumlu olarak tasarlanması gerekmektedir (2009: 27). İfade edilen tasarım ilkelerine göre tasarlanmamış web arayüz tasarımları görsel düzen olarak eksik kalacaktır. Aynı zamanda kullanılabilirlik olması için de “ziyaretçilerini için göze hoş gelecek bir ortam hazırlamaya çalışın” (Pekgöz, 2006: 14). Tasarım ilkeleri kullanılmadan görsel bir tasarımın yapılmaya çalışılması tasarımın ne yöne gideceğinin tayin edilememesine neden olabilecektir. “Tasarım elemanlarının kontrollü kullanımı tasarım ilkeleriyle sağlanır. Tasarım bir düşünce ürünü, bir gereklilik ve bilinç işidir” (Abalı, 2020: 36).

Web arayüz tasarımları içerisinde kullanılan tasarım ilkeleri aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

Yalınlık: Yalınlık sadelik anlamına da gelmektedir. Yalın olan bir tasarım diğer ilkelere yardımcı olarak ortaya çıkmalarını sağlamakta tasarımı da ferahlatmaktadır (Resim 1). “Web tasarımında kullanılan öğelerin, iletinin daha kolay algılanması ve iletilmesi için uygulanır. Görüntü öğeleri ve metinleri kullanırken anlaşılabilirliğe, iletiyi aktarırken rahat algılanabilirliğe dikkat edilmeli; basit, yalın bir anlatım dili ve biçimi kullanılmalıdır” (Keş, 2009: 28). Resim 1’deki gibi, görseller ve bilgiler sade bir şekilde kullanılarak ziyaretçinin dikkati eserlere çekilmiştir. Dikkat dağıtıcı başka elemanlar kullanılmadığı için eserler rahatlıkla algılanmaktadır. Ayrıca öğeler arasındaki boşluklarda yalınlığa yardımcı olmuştur.

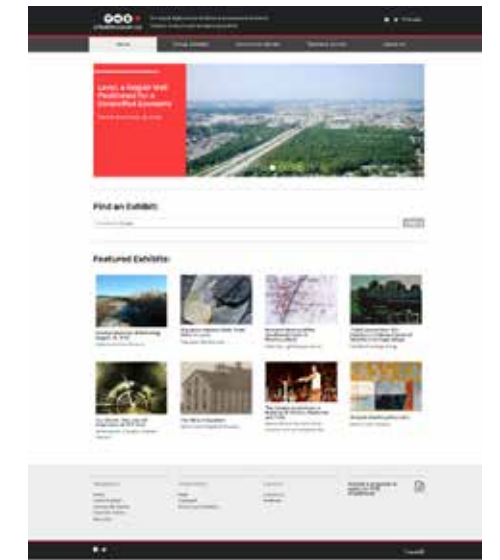


Resim 1. Yalınlık İlkesi Örneği - <https://www.metmuseum.org/art/collection>

Tutarlılık: Tasarımda görsel bir dil kullanılarak görsel süreklilik sağlanmaktadır. Bu sayede kullanıcıyı şaşırtmadan tasarlanan ürün içerisinde kolayca dolaşım imkanı verilmektedir (Resim 2).

Tutarlı bir yapı hem webde hem de kağıt baskıda önemlidir. Satır uzunluğu, gezinme araçlarının tutarlı yerleştirilmesi ve metinden önce ve sonra yerleştirilen boşlukların miktarının sabit olması en az kağıt baskıdaki kadar önemlidir. Düzendeki tutarlılık okuyucularınızın size tanımasına ve işlerinize bir rahatlıkla yaklaşmasına sebep olur (Parker, 1999: 326).

Resim 2’deki tasarımda sanal müzenin kurumsal renkleri üst menüde ve alt menüde doğru bir şekilde uygulanmıştır. Orta alandaki içerikte ızgaralara (grid) riayet edilmiş ve düzgün bir yapı ile süreklilik sağlanmıştır. Orta alandaki içeriklerde kullanılan her bir fotoğraf ve bilginin çevresinde bir çerçeve olduğu düşünüldüğünde; bu çerçevenin sınırlarına riayet edilerek sabit alanlar ortaya çıkartılmıştır. Ayrıca görsel öğeler arasında eşit boşluklar bırakılmıştır. Böylelikle tasarım içerisindeki tutarlılık sağlanmıştır.



Resim 2. Tutarlılık İlkesi Örneği - <http://www.virtualmuseum.ca/>

Açıklık: Yapılan çalışmadaki görsel parçaların açık bir şekilde algılanabilir olmasını açıklık ilkesi sağlamaktadır (Resim 3). “Açıklık” ilkesi, metnin ve görselin anlaşılır bir şekilde izleyiciye aktarılmaya çalışılmasıdır. Açıklık, içerik için görsel dilin doğru kullanımıyla, metinsel dilin de yazı karakteri ve puntosunun okunabilir olmasıyla sağlanmaktadır” (Keş, 2009: 33).

İşte görsellerinizi netleştirmenize yardımcı olacak yedi açıklık sorusu.

1- Kelimeler ve resimler yeterince büyük mü?

2- Kelimeler ve resimler yeterince çarpıcı mı?

3- Figür ve zemin arasında iyi bir contrast var mı?

4- Görsel hedef kitle için uygun mu?

5- İzleyicinin dikkatini çekmek için hangi görsel araçlar kullanılıyor?

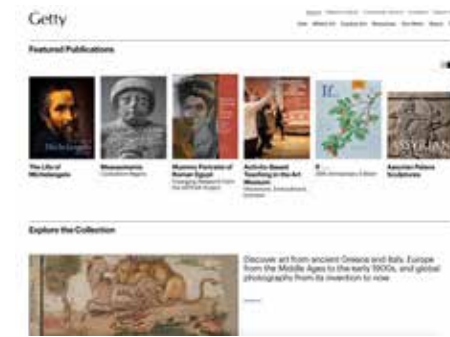
6- Görsel sadece temel bilgileri içeriyor mu?

7- Karmaşık fikirleri sunmak için uygun görsel dizilim metotları kullanılıyor mu?

Görsel planlamanızı yönlendirmek için bu soruları kullanın. Ayrıca, mevcut görsellere yönelik eleştirilerinize rehberlik etmesi için de bunları kullanın (Wileman, 1993: 86).

Wileman'ın açıklık sorularına tam cevap verebilen Resim 3'deki tasarımıdır.

Burada zemin ve öğeler arasında dengeli bir ayrım vardır. Yazılar okunaklı ve görseller hedef kitleye uygundur. Resim 3'ün alt kısmında dikkat çekici bir görsel kullanılmıştır. Ayrıca bu görselin sağında okunaklı bir şekilde bilgiler mevcuttur. Alanlar arasında bütünlüğü bozmayacak şekilde çizgi kullanılmıştır. Bu çizgi görsellerin ve yazıların bulunduğu alanlar arasındaki sunumları açık hale getirmiştir. Yazılar olabildiğince temel bilgiler içermektedir.



Resim 3. Açıklık İlkesi Örneği - <https://www.getty.edu/museum/>

Denge: Bir eserde görsel öğelerin çalışma alanında görsel bütünlüğü bozmayacak şekilde dengeli yerleştirilmesidir (Resim 4). “Denge sadece renklerle değil çizgilerle, biçimle de verilebilir. Denge zıtlıkların olduğu yerde vardır. Doğaya bakarsak ağaçların dik bir çizgi şeklinde olan gödesine karşılık, dalları onu keserek bir denge sağlamıştır” (Ayaydın vd. 2009: 117-118). “Bir tasarımda denge unsuru varsa, o tasarım kendisiyle “barışık” demektir” (Becer, 2011: 65). “Bir sanat eserine denge hissi veya istikrar katmak için öğeleri birleştirmenin bir yoludur” (Bogue, 2016: 38). Resim 4'te Getty logosu ile kalın museum yazısı solda kendi arasındaki zıtlıkla bir denge

oluşturmuştur. Sağdaki alanda bulunan menü ve altındaki boşluk yine bir zıtlık oluşturarak dengelenmiştir. Mavi alanın bütününe bakıldığında denge, sağ ve sol alanın birbirleri arasındaki kontrast ile sağlanmıştır.



Resim 4. Denge İlkesi Örneği - <https://www.getty.edu/museum/>

Görsel Hiyerarşi: Tasarım içindeki verilecek mesaja göre görsel unsurların boyutları ve bulunduğu yere göre düzeni hakkındaki prensiptir (Resim 5). “Bazı tasarımlarda fotoğraf ya da illüstrasyon büyük boyutlarda kullanılarak vurgulayıcı unsur haline dönüştürülür, kimi tasarımda ise tipografi, hatta bazen de beyaz boşluk ön plana çıkarılır. Tasarımcı, görsel hiyerarşi yoluyla okuyucunun gözünü tasarım üzerinde yönlendirebilme olanağını bulur” (Becer, 2011: 69-70). Resim 5'te sarı renk ile dikkat çekilerek yönlendirme yapılmıştır. Sarı alanın içinde müzenin logosu mevcuttur. Bu alanın üstünde ana menü, sağında da bölümler bulunmaktadır. Ana alanlar bu şekilde birbirine bağlanmış ve bir yönlendirme sağlanmıştır.



Resim 5. Görsel Hiyerarşi İlkesi Örneği - <http://www.museivaticani.va/>

Vurgu: Ağırlığı verilmek istenen alana renk, büyüklük, yazı veya dikkat çekici bir öğe yerleştirilmesiyle o alana vurgu yapar ve gözün ilk yönlendiği yer orasıdır (Resim 6). “Tasarımcı vurgulayıcı unsuru tasarımın neresinde kullanacağını da belirlemek zorundadır. Vurgulamanın, tasarımın optik merkezinde yer alması çoğunlukla yerinde bir karardır. Vurgulayıcı unsurun böyle bir noktaya yerleştirilmesi, mesajın daha çabuk ve etkili aktarılmasını sağlayacaktır” (Becer, 2011: 74). Resim 6'da slider alanı diğer alanlara göre canlı kullanılmıştır. Ayrıca slider alanındaki görsel yoğundur. Özellikle bu alanda duyuru ve haber yayınlandığı için buraya vurgu yapılarak dikkat çekilmeye çalışılmıştır.



Resim 6. Vurgu İlkesi Örneği - <https://www.womenshistory.org/>

Ritim: Görsel parçaların birbirleri arasında sağladıkları ahenktir (Resim 7). “Ritim aslında hayatın her yerinde vardır. Hayatta herp aynı şeyleri yapmak insanı sıkar; monoton bir hayat istemeyen insan sürekli yeni arayışlara girer” (Ayaydın vd. 2009: 117-118). “Görsel bir tempoyu veya ritmi canlandırmak için tekrarlanan öğelerin bir sanat eserine dikkatlice yerleştirilmesiyle, ha-

reketi gösteren bir tasarım ilkesidir” (Bogue, 2016: 38). “Bir tasarımdaki bir öğe veya şekil tekrarlandığında tekrarlama, genellikle tekrarlanan bileşene vurgu yapmak için kullanılır” (Bogue, 2016: 15). Resim 7’deki tasarımın sağında görseller, solunda da siyah alan bulunmaktadır. Bu alanların ortasında bir ayrım oluşturmak için bölüm eklenmiştir. Ayrımla birlikte birimlerin birbirini tekrarı sağlanarak ritim oluşturulmuştur. Ayrıca siyah alanlardaki yazılar da bu tekrara yardımcı olmuştur.



Resim 7. Ritim İlkesi Örneği - <https://www.nhm.ac.uk/>

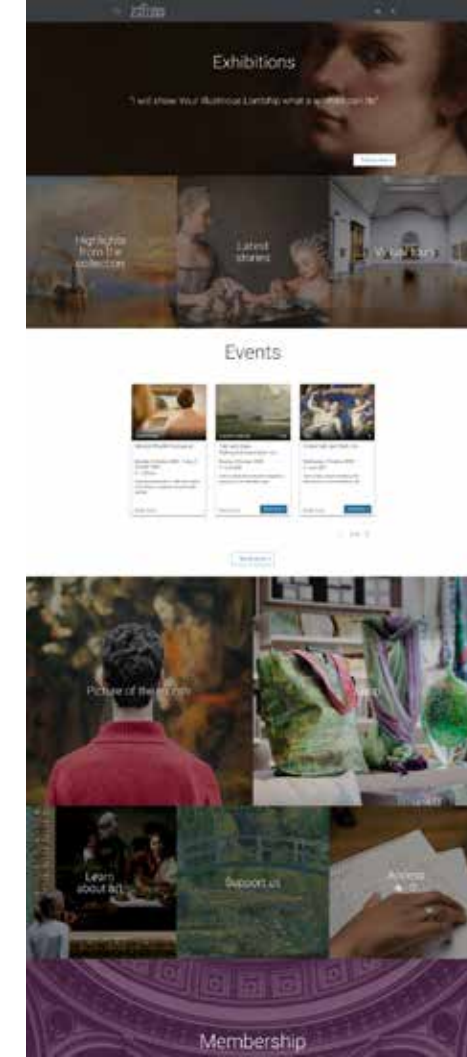
Oran/Orantı: Parçalar arasındaki bütünlüğün sağlanması amacıyla öğelerin kendi aralarında oluşturduğu boyutsal bağlantılardır (Resim 8). “İki yada daha fazla sayıda görsel unsuru tasarım yüzeyinde biraraya getirdiğinizde, bir orantı sorunu ile karşı karşıyasınız demektir. Tasarım yüzeyinin eni ile boyu, görsel unsurların genişlikleri ve yükseklikleri ile birarada oluşturdukları kitlelerin boyutları arasında daima orantıya dayalı ilişkiler vardır” (Becer: 2011: 68). Resim 8’de orantı slider alanındaki müzenin logosu, slider içeriği,

menü ve sponsor logolarının birbirleri arasındaki büyüklük ilişkileriyle sağlanmıştır. Bu orantı sayfa içinde bir bütünlük oluşturmuştur.



Resim 8. Oran/Orantı İlkesi Örneği - <https://www.rijksmuseum.nl/en>

Uyum/Bütünlük: Tasarımın içindeki her bir görsel öğenin birbiri ile uyum göstererek bir bütünlük sağlamasıdır. Birbiri ile uyum sağlayamayan görseller bir bütün oluşturamamakla beraber çalışma dağınık bir görüntü verecektir (Resim 9). “Tasarımcı, kompozisyonunda birarada kullanabileceği unsurları seçerek gruplandırmalı ve bunları birbirleriyle uyum sağlayacak biçimde düzenlemelidir. Aynı temel biçime, boyuta, dokuya, renge ya da duyguya sahip unsurlar; bir tasarımda ideal bütünlüğü oluştururlar” (Becer, 2011: 72). “Eserde sağlanan bütünlük, insanı yarım kalmışlık hissinden uzaklaştırır. Nesneler arasında kopukluk varsa bütünlük sağlanamaz” (Ayaydın vd. 2009: 122). Resim 9’da alt ve üst alanlarda çerçevelerle birbirini tekrar eden ritimli gruplar oluşturularak bütünlük sağlanmıştır. Bu gruplara eklenen kısa başlıklar da bütünlüğe fayda sağlamıştır.



Resim 9. Uyum/Bütünlük İlkesi Örneği - <https://www.nationalgallery.org.uk/>

Sonuç

İnternetin zamanla gelişmesi sonucunda sağlanmış olan yetenekler birçok alanda artarak devam etmektedir. Bu gelişmeler ışığında dünyada web tasarımı büyük paya sahiptir. Web tasarımının bir kolu olan web arayüz tasarımı görsel iletişim tasarımı ile oluşturulmaktadır. Web arayüz tasarımı

mı bütün görsel tasarım alanlarında olduğu gibi tasarım ilkeleri dahilinde bir anlam ifade etmektedir. Kullanıcıların web arayüzünü kullanabilmelerinin sınırı bu ilkeler içerisinde. Tasarım ilkeleri ile estetik bir görüntüye kavuşan arayüz bir yandan da teknik olarak kullanılabilirliği sağlamaktadır. Estetik görüntünün en iyi şekilde ortaya konması kullanıcılar için kullanılabilirlik açısından önemlidir. Web arayüz tasarımlarının prosedürleriyle estetik görüntü birbirilerini tamamlamaktadır. Bu duruma binaen hem prosedürleri hem de estetik görüntüyü sağlamak için web arayüz tasarımında tasarım ilkelerinin iyi düşünülüp ortaya doğru bir şekilde konması gerekmektedir. Web arayüz tasarımındaki en önemli konu kullanıcının uzun süre tasarım içerisinde dolaşım sağlayarak içerikler arasında rahatça gezinmesini sağlamaktır.

Sanal müzeler için web arayüz tasarımları hayati bir öneme sahiptir. Müzeler fiziki bir yapı sayesinde var oldukları gibi sanal müzeler de web arayüz tasarımlarıyla var olmaktadır. Özellikle sanal müzeler gerçek bir müze gibi içerik bakımından yoğundur. Hatta müzelere göre daha çok içerik barındırabileceği için daha fazla bilgi bulunabilmektedir. İçeriğin yoğun olduğu web siteleri ziyaretçiye hem yalınlığı vermeli hem de içeriği kullanılabilir bir şekilde sağlamalıdır.

Sanal müzeler ziyaretçi bakımından da evrensel bir öneme sahiptir. Sanal müzelere, zaman sınırlaması olmadan kesintisiz bir şekilde dünya çapında is-

tenildiği anda birçok kültürden insanın giriş yapması olasıdır. Unutulmamalıdır ki sanal müzeler kültür, tarih, bilim, eğitim ve benzeri birçok durum için duvarsız düşsel alanlardır. Bu duruma göre sanal müzelerde tasarım ilkeleri anlaşılabilir bir şekilde uygulanmalıdır.

KAYNAKLAR

Abalı, Ayşegül. Piyale Paşa Camii Çinilerinin Tasarım İlkeleri Açısından Analizi. İstanbul: T.C. Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Akça, Yaşar Emin. Web Arayüz Tasarımında Görselliğin Önemi. Kütahya: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Alican, Özgür. Mobil Medyada Grafik Tasarımcının Galaksi Rehberi. İstanbul: Pusula, 2011.

Ambrose, Gavin ve Paul Harris. Grafik Tasarımda Sayfa Düzeni. Çev. Duygu Beykal İz. İstanbul: Literatür, 2014.

Ayaydın, Abdullah, Didem Üstün Vural, Serdar Tuna, Melek Gökay Yılmaz ve Ali Osman Alakuş, Levent Mercin, ed. Sanat Eğitimi ve Görsel Sanatlar Öğretimi. Ankara: Pegem Akademi, 2009.

Barlas Bozkuş, Şeyda. “Kültür ve Sanat İletişimi Çerçevesinde Türkiye’de Sanal Müzelerin Gelişimi.” International Journal of Social Science 26. (2014): 329-344.

Becer, Emre. İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost, 2011.

Bogue, Maxwell, Peter Dilworth ve Daniel Cowen. 3Doodler Principles of Art & Design: Elements, Repetition, Pattern, Texture, Balance & Rhythm. New York City, New York: WobbleWorks, 2016.

Buyurgan, Serap, Levent Mercin ve Vedat Özsoy, ed. Görsel Sanatlar Eğitiminde Müze Eğitimi ve Uygulamaları. Ankara: Öncü, 2010.

Kalınıcı, Elif. “360 Derece Panoramik Görüntü Veren Sanal Müzelerin Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi.” The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC 5. 4 (October 2015): 57-65.

Keş, Yusuf. Elektronik Yayıncılık ve Web Tasarım. İstanbul: Nesil, 2009.

Parker, Roger C. Amatörler için Masaüstü Yayıncılık ve Web Tasarımı. İstanbul: Dünya, 1999.

Pekgöz, Numan. Web’de Erişilirlik XHTML ve CSS. İstanbul: Pusula, 2006.

Sağlam, Salih. Web Tasarımında Hareketli Öğeler ve Arayüz Kullanılabilirliği. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Sarsılmaz, Yavuz. “Müzelerde Teknoloji Kullanımı.” ABMYO Dergisi 20. (2010): 45-53.

Schweibenz, Werner. “The Development of Virtual Museums.” ICOM News 3. (2004). Web. 21 Ekim 2020

Sungur, Türkan ve Handan Bülbül. “Sınıf öğretmeni adaylarının sanal müze uygulamalarına yönelik görüşleri.” Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 19. 2 (2019): 652-666.

Sürme, Metin, ve Eyüp Atılğan. “Sanal Müzede Sanal Tur Yapan Bireylerin Memnuniyet Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma.” Türk Turizm Araştırmaları Dergisi 4. 3 (2020): 1794-805.

Tepecik, Adnan. Grafik Sanatlar Tarihi-Tasarım-Teknoloji. Ankara: Detay, 2002.

Uçar, Tevfik Fikret. Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İstanbul: İnkılap, 2004.

Wickramarachchi, Pavithra Madushani. UI/UX User Interface & User Experience example: www.facebook.com. Web. 26 Ekim 2020

Wileman, Ralph E. Visual Communicating. Englewood Cliffs, New Jersey: Educational Technology, 1993.



HÜSEYİN YÜCE’NİN SANATI VE ESERLERİNİN PLASTİK AÇIDAN İNCELENMESİ

EXAMINATION OF ART AND WORKS OF HÜSEYİN YÜCE FROM A PLASTIC POINT OF VIEW

Anıl ALTINDAŞ, Selda MANT MENAY

Giriş

Naif kelimesi , Fransızca’da yer alır ve etimolojik kökenleri bakımından ise Latince “Nativus” kelimesine dayanmaktadır (Boydaş, 1988’den Aktaran, Kayalıoğlu, 2017: 624). Bu kelime “doğuştan kazanılan” anlamını taşımaktadır (Keser, 2009’dan Aktaran, Kayalıoğlu, 2017: 624). Naif kelime olarak samimi, masum, saf, deneyimsiz, doğal, gibi kulağa ilginç gelen duygu türlerini ifade etmektedir (Brodskáia, 2007: 68’den Aktaran, Kayalıoğlu, 2017: 623). Aynı zamanda “kendi kendini yetiştirmiş, doğal bir plastik sanat yeteneğine sahip sanatçılar tarafından yaratılan resim sanatına verilen isimdir (TDK, 2005: 1451’den Aktaran, Kayalıoğlu, 2017: 624). Görsel sanatlar alanına 19.yüzyılın sonları ve 20.yüzyılın başlarında Soyut Sanat’ın dünyaya yayıldığı bir dönemde giriş yapan “Naif”, Jean Jacques Rousseau’nun etkisiyle Almanca’ya girmiş ve bu anlayış ressam Henri Rousseau ile başlamıştır (Aksoy, 1992; Boydaş, 1988’den Aktaran,

Kayalıoğlu, 2017: 624).

Aslında naif sanatın ilk örneklerini çok eski zamanlara dayanan mağara resimlerinde görmek mümkündür. Bu resimlerde doğuştan gelen, saf ve eğitimsiz yetenek sonucu resmedilmiş resimler olduğu için naif sanatla oldukça benzeşmektedir. “Naif tutumun ilk örnekleri olarak kabul edilen çalışmalar, Romanya’da taş üstüne işlenen dini resimler, Fransa’da 1790’dan sonra meydana gelen taş baskılar, Habeşistan resim sanatının büyük bölümüdür” (Berk, Özsegin, 1983’den Aktaran, Alp, 2010: 16). Gayet eski tarihe dayanan bu resimlere naif diyebileceğimiz gibi, naif resim olgusu 20.yüzyılda gündeme gelmeye başlamıştır.

Naif resim hiç sanat eğitimi almamış veya oldukça az sanat eğitimi alan kişilerce ortaya çıkarılmış olsa da naif sanatı sadece bu şekilde tanımlamak onu oldukça basitleştirmek olur. Bu

sanat türü içerisinde çocuksu bir ruh ve basitlik taşımaktadır. Naif sanat, resmin kalıplaşan kurallarıyla tuhaf bir ilişki içerisinde. İçten geldiği gibi hesapsızca yapılmış olan çizimdeki ve perspektifteki hatalar, ferah bir görünüm yaratmaktadır. Resimlerde dokular önem arz etmekte, temiz ve saf renkler kullanılmaktadır. Görünümde basitlik ön plandadır.

“Duygusal, gerçek, hayali, vahşi, çocuksu, çocuksu, fantastik, acemi, bağımsız, içgüdüsel kavramlarının iç içe girdiği imgesel bir bütünlükte ve pek çok zıtlığı içinde barındıran naif resim, bir dönemin önemli bir ilgi kaynağı olmuştur. Naif resim tartışmaları bir anlamda halk resminin araştırılmasına da neden olmuştur” (Alp, 2009: 15).

Ancak zamanla oldukça popüler bir hale gelen naif sanatın günümüzdeki örneklerine baktığımızda birçoğuna sözde naif demek yerinde olacaktır. Çünkü naif sanat resimde kabul edilen anlamıyla her ne kadar eğitimsiz ressamı işaret ediyor olsa da günümüzdeki naif sanatçıların bazılarının resim eğitimi bulunmaktadır. Dolayısıyla ister eğitilmiş ister eğitimsiz olsun çeşitli sanatçıların başvurduğu naif sanat zaman içinde kabul görmeye başlanmıştır. Naif sanat, Alfred Wallis ve Henri Rousseau gibi herhangi bir akademi veya sanat okulunda eğitim almamış sanatçıların eserlerini tanımlasa da ‘sözde naif’ ya da ‘sahte naif’ olarak adlandırabileceğimiz sanatta, sanatçının eserlerinde bilinçli bir şekilde, ne yaptığının bilerek çizimde

ve perspektif de hatalar yapma, üslubu taklit etmeye yönelik çalışmak çabasında olduğu söylenebilir.

Resim eğitimi görmeyen kişilerce ortaya çıkarılan bir diğer terim ise Primitif sanattır. Fakat naif sanat primitivizmden daha farklıdır. Naif sanatla benzerlik gösteren bir diğer tür de Folk Art’tır.

1950’li yıllarda naif resim Türkiye’de ki sanat çevresinin gündeminde yer almaya başlamıştır. Bu süreçte naif resmin sanat olup olmadığı, kişisel bir üslup mu veya bir ekol mü olduğu tartışılmıştır. Dünya sanat tarihinde Henri Roussau ile can bulmuş olan ekol (Eşref Üren, Milliyet) Türkiye’de de bazı sanatçılarla kendine yer edinmiştir. Türkiye’de ise İbrahim Balaban, Cihat Burak, Turgut Zaim, Oya Katoğlu, İhsan Fahir Aksoy, Cemal Karaburçak, M. Ali Resimcioğlu , Galip Onat, Fatma Eye ve Hüseyin Yüce en önemli naif ressamı olarak nitelendirilirler (Alp, 2009: 17).



Görsel 1: Naif ressam Hüseyin Yüce’nin Peyzaj Resmi
Kaynak: (https://turkishpaintings.com/index.php?p=37&l=1&modPainters_artistDetailID=533)

Naif resim türünün geçmişten bugüne değin gelen süreç içerisindeki en önemli temsilcilerinden biri Kütahyalı ressam Hüseyin Yüce’dir. Hüseyin Yüce’nin resimlerinde (Görsel 1) oluşturduğu kurgu tüm bu tanımlamalara



uymakla birlikte, duygusal ve masalsı bir anlatım da görülmektedir. Ayrıca kendiliğinden olan doğal, sade fırça darbeleri ve yumuşak, kıvrımlı çizgileriyle eserlerine zarif bir üslup kazandırmaktadır. Naif resmin kurgusu yuvanlak, kıvrımlı, stilize ve yumuşak, bir nitelik gösterir. Çizgilerdeki bu nitelik ise gerçeklikten uzaktır. Çizgiler belirgin ve diri değildir. Çizgiler biçimi kavramaz tam tersine biçimin çevresinde ve içinde dolaşır. Rousseau, Seraphine, Yüce ve diğer naif sanatçılarda olduğu gibi hayal dünyasına hizmet edecek şekilde çizgi, çoğu zaman renkle bütünleşmiştir ve rengin içinde saklıdır. Çünkü çizgi gerçektir, somuttur. Naif resim bu anlamda bir ölçüde hayali ve uçuculuğu renkle kurmak zorundadır (Alp 2009: 20).

Naifler üzerine değişik yorumlar ve tartışmalar halen sürmekte ve ressamın sanat eğitimi alıp almamış olması, en önemli tartışma konularından birisi olarak öne çıkmaktadır. “Kimi-leri sanat eğitimi almış birisinin naif olmayacağını, hatta genel bir eğitimin bile sanatçının naif özelliklerini bozduğunu savunur. Naif olabilmesi için hiç eğitim almadan, saf yürekle içgüdüsel olarak resim yapmak gerektiği tezini savunanların” bulunduğu gibi sanatçıların eğitilmiş ve eğitimsiz olarak sınıflandırılması gerektiğini belirtenlerin varlığından da söz edilmektedir (Ersoy, 1998: 162).

Dünya’da ve Türkiye’de kimi zaman bir ekol kimi zamansa üslup olarak kabul gören naif resim özellikle 1950’li yıllardan sonra gündeme gelmeye başlamış-

tır. Buna bağlı olarak naif sanatını icra eden sanatçılar özelliklerine göre farklı olarak değerlendirilmişlerdir. Özellikle 1955 yılından sonra ülkemizde gündemde yer almaya başlayan naif sanat, 1960’tan sonra rastlantı sonucu Hüseyin Yüce’nin yaptığı resimlerin keşfi ile ortaya çıkmış ve sanatçı bu yönüyle “İlk Naif Türk Sanatçı” olma özelliği kazanmıştır (Kayalıoğlu, 2017: 623).

Hüseyin Yüce’nin Hayatı



Görsel 2: Naif Ressam Hüseyin Yüce’nin Kişisel Sergisinden Bir Fotoğrafı
Kaynak: (<https://www.dunyabulteni.net/kultur-sanat/kutahyadan-naif-ressam-huseyin-yuce-gec-ti-h322482.html>)

Hüseyin Yüce (Görsel 2) Kütahya ilinin Göveççi köyünde 1928 yılında doğmuştur. Dört erkek kardeşten en büyüğüdür ve aile içindeki resimle ilgilenen kişinin tek kendisi olduğunu belirtmiştir. Alfabeyi oniki yaşında devletin açtığı gece kurslarında, Arap harflerini ise köyün hattat da olan imamından öğrenmiştir. Sanatçı, hattat olan imam sayesinde hat yazısına aşina olarak resim sanatının temellerini attığını düşünmektedir. Resim öğretmeni olan Necati Astarıcıoğlu ile şans eseri denk gelmeleri sonucunda, Necati Astarıcıoğlu’nun desteğiyle resim yapmaya başlamıştır. Asıl mesleği çiftçilik

olan sanatçı, hayvanlarla ilgilenip, top-rağı işlerken bir yandan da resimlerini yapmaya bir süre daha devam etse de sorasında tamamen kendini sanatına adanmıştır. Yücenin, sadece yaşadığı çevredeki doğayı konu edinmesi yapmış olduğu sanata yönlendirici bir katkı sağlamıştır. İlk kişisel sergisini köy öğretmeni olan Ali Bey’in desteği ile 1965 yılında Kütahya Devlet Galerisi’nde açmıştır. Daha sonra 1968’de Ankara Devlet Galerisi’nde açtığı ikinci sergisiyle, sanat çevresinin ilgisini çekmeye başlamıştır. Yüce, yurtdışında Macaristan, Fransa, Çekoslovakya, Monako, Hindistan, Romanya, Finlandiya, Mısır ve İngiltere’de sergiler gerçekleştirmiş ve özel koleksiyonlarda yer alarak ismini yurtdışında da duyurmuştur (Gürdal, 2013: 6). 4 Şubat 1996’da Armoni Sanat Galerisi’nde açılan kişisel resim sergisinin davetiyesine sanatçı “kendi anlatımı ile” şunları yazmıştır;

“Tuvalle tanışmam, gençlik günlerime rastlar. Günlerden bir gün ‘gölet’ mevkiinde değirmen suyunu seyrederken o sırada kolunun altında ne olduğunu bilmediğim bir malzeme ile çıkagelen Sayın Necati Astarıcıoğlu’na “elinizdeki nedir?” diye sormuştum. “Buna tuval denir. Üzerine resim yapılır, şu değirmeni resimleyeceğim istersen sen de seyret” deyişi hala kulaklarımda. Sayın Astarıcıoğlu bana tuvali tanıtmakla kalmadı, ayrıca resimle tanışmamı da sağladı. Atölyesine ‘Hıdırlık’ mevkiinin resmini yapmakta olduğu sırada gitmiştim. O resim yaparken ben de resme yakın ve uzak mesafelerden bakıyordum. Atölyede o sırada bulunan

bir bey Sayın Astarıcıoğlu’na hitaben, “köylüye bak, resme uzak ve yakından bakmasını biliyor” diyordu.

Daha sonra Sayın Astarıcıoğlu’nun teşvikleriyle resme başladım. İlk yaptığım resim, İlkokul alfabesinde bulunan İsmet Paşa Portresi ile tabiattan bir orman resmi oldu.

İlk kişisel sergim 1965 yılında Kütahya Güzel Sanatlar Galerisinde, ikinci kişisel sergim 1968’de Ankara Güzel Sanatlar Galerisi ile takiben Köy İşleri Bakanlığı’nda açıldı.

Bugüne kadar birçok sergi açtım, devlet sergilerine katıldım, DYO’dan Mansiyon aldım. Yurtiçinde ve yurtdışında birçok koleksiyonda resimlerim bulunuyor. Söyleyeceklerim ana hatlarıyla bunlar. Teşekkür ederim.”

Yüce, sanat hayatı boyunca çoğunluğu İstanbul, Ankara ve Kütahya’da olmak üzere yurtiçi ve yurtdışında elliden fazla sergi gerçekleştirmiş ve çeşitli yarışmalarda da dereceler kazanmıştır. Devlet Resim Heykel Yarışması’nda iki kez başarı ödülü kazanan sanatçı ayrıca katılmış olduğu bir DYO resim yarışmasında da mansiyon ödülünü almaya hak kazanmıştır. İstanbul TÜYAP tarafından 1997 yılında dağıtılan on başarı ödülünden birisi de Hüseyin Yüce’nindir. Resimleri günümüzde birçok koleksiyonerin koleksiyonlarında yer almaktadır. Sanatçının eserleri Ankara Devlet Resim Heykel Müzesi Koleksiyonunda ve Kütahya Nafi Güral Koleksiyonları Müzesinde sergilenmektedir.

1928 yılında doğan Yüce, sanatı gibi naif olan yüreği yüzünden hiç ayrılmadığı ve ayrılmayı da reddettiği “Köyümünden bir gün bile ayrı kalamam. Şehre gitsem bile gece yatmadan geri dönerim. Köylerdeki yaşantılar benim ilham kaynağım” dediği Göveççi köyünde 87 yaşındayken 7 Şubat 2015 tarihinde yaşamını yitirmiştir.

Hüseyin Yücenin Sanat Anlayışı

Akademik eğitimi bulunmayan Yüce, iç güdülerinden gelen tutkuyla resim yapan ve bu sebepten dolayı naifler olarak isimlendirilen grubun, Türkiye’deki öncü temsilcileri arasındadır. Titiz bir incelikle işlediği resimleri, doğaya olan sevgisi ve yöre hayatına olan bağlılığıyla ortaya koyduğu resimlerinde, ince dallardan meydana gelen çeşitli formlardaki ağaçlar ve masalsı bir dünyayı çağrıştıracak şekilde sessizliğe bürünmüş olan köy evleri sık işlediği konulardır.

Peyzaj olarak adlandırılan manzara resimlerine ağırlık veren ressam, doğanın içinde yapmış olduğu gözlemlerini tuvallerine yansıtmıştır. Genellikle doğayı ve köy evlerini resmeden ressamın sadece iki adet resminde figür bulunmaktadır. Her ne kadar ülkemizde naif sanatın öncüsü olarak bilinse de resimlerinde konu edindiği doğa köyünün doğasını ve yakın çevresi olduğu için, kimi zamanda halk ressamı olarak kabul görmüştür. Yumuşak fırça darbeleriyle resimlerini konuşturan ressam tüpten çıkmışçasına çiğ renklerle, doğayı rengarenk kullanmayı tercih etmiştir. Peyzaj soyutlamadan da ya-

rarlanan ressam doğayı renkler yoluyla ve eserlerindeki ağaçlara vermiş olduğu özgün formlarla kendince yorumlamıştır. Resimlerine konu olan tabiat Yüce’de; özgün ve saf renklerle birlikte, masalsı bir dünyadan gelmişçesine yer edinmiş olan bitkiler ve ağaçların eşliğinde izleyicide büyülü bir dünyaya yolculuk yapıyor hissini yaratmaktadır. Doğa görünümünü gerçekliğinden tam olarak koparmayan yüce, naif bir gözle bakarak yorumlamıştır. Çizgiler renklerin içinde harmanlanarak yok olmuştur. Resimlerinde merkez genelde ortada ve yandadır.

İzlenimcilik sanat akımından faydalanmıştır genel olarak. İzlenimci ressamların yaptığı gibi gün ışığının doğaya yansımaları sonucunda oluşan renkleri resmetmeye çalışmıştır. Renklerindeki özgürce yaklaşımı Fovizm’i anımsatır. Hüseyin Yüce gerek resimlerdeki yaklaşımı gerekse fırça darbeleri ile Gauguin ve Vincent Van Gogh’la oldukça benzer teknik ve yöntemleri kullanmıştır. Resimlerinde kullandığı peyzaj yaklaşımı Gogen’in fırça darbelerine, kullanmış olduğu renkler ise Vincent Van Gogh’a benzemektedir. Ağaçlarındaki dolgun formların ise Henri Roussau’nun eserlerindeki yapıya benzerliği ise, hiç görmeden onu taklit etmiş gibi bir özelliğe sahip olduğunu göstermektedir.

İçindeki yaşama sevincini, renk tutkusunu ve doğa sevgisini titiz bir resim işçiliği ve sıcak renklerle biçimlendiren sanatçı Yüce, özellikle ince dallı ağaçları ve mor pembe gökyüzü ile alışlagelen kalıpların dışında, kuralsız

bir şekilde orman ve köy manzaralarını lirik bir tat ile gerçekleştirmiştir (Kahramankaptan, 2001).

Araştırmacı ve Koleksiyoner Olcay Akkent’in (1990) “Türk Resminde bir Fenomen; Hüseyin Yüce” başlıklı bir yazıdan edindiğini söylediği bilgilere göre Ressam Fahir Aksoy, Hüseyin Yüce’nin naif bir ressam olmadığını iddia etmektedir. Aslında Fahir Aksoy gibi düşünmeyenler vardır;

Turan Erol: «Bana göre Hüseyin Yüce «naif» bir ressam. Resimlerinin önde gelen özelliği «naivite»dir. Çocuksu, arı gönüllü bir anlatım yoludur ‘naivite.’»

Eşref Üren: “Hüseyin Yüce yetişmesi bakımından ve eser verme yönünden de bence Türk naiflerinin başta gelenlerinden biridir. Ağaçları, bizim hiçbir naifimizde görülmeyen bir form anlayışındadır. Gümrükçü Henri Roussau’nun eserlerinde görülen yapıyı, onu hiç görmeden taklit etmiş gibidir; bu bence naiflerin en büyük özelliğidir. Andre Bouchand, Sarafine ve diğer naifleri düşünüyorum, onlarla olan akrabalığına bir kat daha inanıyorum.”

Kaya Özsezgin: «Hüseyin Yüce’nin resimlerinde naif esprinin bütün özellikleri yer almıştır. Saf renklerle örülü olan bu resimlerde doğa, mistik çağrışımlar yapan ağaç ve evlerden oluşur genellikle, gökyüzünden toprağa varıncaya kadar her şey, garip bir sessizlik içine gömülmüş gibidir. Kılı kırk yaran bir gözlemcilikle işe girişir. En küçük ayrıntıyı ihmal etmekten kaçınırcasına doğayı bütünüyle resmine aktarmaya

çalışır. Hüseyin Yüce’nin bu resimlerinde hüznle karışık ince ve şefkatli bir duyarlılığın izleri vardır.» (Türk Resminde Bir Fenomen; Hüseyin Yüce, aktaran, Olcay Akkent, 1990)

Hüseyin Yüce, yaşamını sürdürdüğü çevrenin bir gün yitip gideceğini düşünerek, çevresinde gördüğü güzellikleri yapmakta olduğu sanatıyla geleceğe aktarmak istemiştir. Yüce bu düşüncesini katılmış olduğu etkinliklerle de pekiştirmiştir. Amacı doğayla uyumlu resimler yapmak olan Yüce, yaşamını sürdürdüğü Kütahya’nın Güveççi köyünün bahçelerini, ağaçlarını, sokak ve evlerini müthiş bir uyum içinde resimlemekte, bir toprak insanının ilgisi ve duyarlılığı ile mevsim değişimlerini tuvallerinde yansıtmaktadır. Büyük bir sabırla ince ince ve bir ritim içinde tepeleri, ağaçları, kuşları, sarmaşıkları, işlemektedir” (Ersoy, 1998:165).

Hüseyin Yüce’nin Eserlerinin Analizi



Görsel 3: Hüseyin Yücenin Peyzaj Resmi
Kaynak: (Hüseyin Yüce’nin Torunu Mesude Tosun’un Koleksiyonu, Kütahya)

Hüseyin Yüce Peyzaj Resmi (Görsel 3)

Tarih: 1928-2015

Boyut: 25 x 35 cm

Teknik: Tuval üzerine yağlı boya

Resmin ön planının sağında ve solun-



da tepeler yer almaktadır. Daha sonra bu tepeler resmin arka planına kadar gitmektedir. Özellikle ön planda yer alan tepeleri, yeşil toprak zeminin üzerine çeşitli renklerden oluşan ağaçlar kaplamaktadır. Resmin ortasında ve arka planında yer alan tepeler ve üstündeki gökyüzü daha çıplaktır ve ressamın kendine özgü yorumlamasıyla oluşan pembe alt tonlu renklerden oluşmaktadır. Resmin tam orta planında tepelerin arasında ki boşluktan bir düzlük görülmektedir. Bu düzlüğün önündeyse formuyla diğer ağaçlardan ayrılan ve tek başına olan ağaç dikkati çekmektedir. Resimde çeşitli renk ve formlarda ağaçlar yer almaktadır. Ayrıca gün ışığının ağaçlar üzerinde oluşan yansıması da resimde görülmektedir.

Naif Ressam Hüseyin Yüce'nin bu resminde ressamın kendine özgü olan ağaç formları görülmektedir. Ayrıca ressamın gözlemlendiği doğayı kendi içinde yorumlaması sonucu oluşan gökyüzü ve tepelerin gerçeğinden farklı ve canlı renklerle resmetmesi naif sanatın özellikleriyle benzeşmektedir.



Görsel 4: Hüseyin Yücenin Peyzaj Resmi
Kaynak: (Hüseyin Yüce'nin Torunu Mesude Tosun'un Koleksiyonu, Kütahya)

Hüseyin Yüce Peyzaj Resmi (Görsel 4)

Tarih: 1928-2015

Boyut: 50 x 100 cm

Teknik: Tuval üzerine yağlı boya

Resimdeki dikkati rengi ve formuyla diğer ağaçlardan ayrılan sol ön plandaki ağaç çekmektedir. Bu ağaç dışındaki resimde ki kompozisyonu dolduran farklı renklerde ve şekillerde ağaçlar yer almaktadır. Resmin ön planından başlayıp arka planına doğru uzanan minik tepeler, resme derinlik hissini katmaktadır. Uzayıp giden sıralı tepelerin üstünde resmin ufak bir kısmını kaplayan gökyüzü görülmektedir.

Ağaçlara vermiş olduğu kıvrımlı dallardan oluşan özgün formlar ve çizgileri renklerin içinde yok etmesiyle bilinen Hüseyin Yücenin bu resminde de aynı teknikleri kullandığı görülmektedir. Ayrıca eserinde kullandığı tüpten çıkmışçasına canlı ve parlak olan renkler Hüseyin Yüce'nin Naif bir sanatçı olduğuna dair bir kanıt oluşturmaktadır.



Görsel 5: Hüseyin Yücenin Peyzaj Resmi
Kaynak: (Hüseyin Yüce'nin Torunu Mesude Tosun'un Koleksiyonu, Kütahya)

Hüseyin Yüce Peyzaj Resmi (Görsel 5)

Tarih: 1928-2015

Boyut: 25 x 35 cm

Teknik: Tuval üzerine yağlı boya

Resmi, ortasından başlayıp arka plana doğru giderek kıvrılan kumlu yol ve etrafına sıralanmış değişik renk ve biçimlere sahip ağaçlar oluşturmaktadır. Mavi gökyüzü ise resmi tamamlamak-

tadır. Yeşil rengin açıklı koyulu farklı tonlarını ve ışığın etkisiyle değişen renklerini gördüğümüz sıralı ağaçlar ressama özgü olan fırça darbeleri ile resmedilmiştir.

Ressamın tarzı olan yumuşak renk geçişlerini ve fırça darbelerini resimde görmekteyiz.



Görsel 6: Hüseyin Yücenin Peyzaj Resmi
Kaynak: (Hüseyin Yüce'nin Torunu Mesude Tosun'un Koleksiyonu, Kütahya)

Hüseyin Yüce Peyzaj Resmi (Görsel 6)

Tarih: 1928-2015

Boyut: 50 x 50 cm

Teknik: Tuval üzerine yağlı boya

Yaşadığı çevreye bağlı olan sanatçı resimlerinin hepsinde olduğu gibi bu resminde de çevresinden bir kesiti resmetmeye çalışmıştır. Esere bakıldığında ön planda ince ve kıvrımlı dallardan oluşan ağaç kümesi dikkati çekmektedir. Resimde yer yer de çalılıklara rastlanmaktadır. Eserde görülen irili ufaklı çeşitli ağaç formları, resmin ön kısmını kaplamaktadır. Resimde ön plandaki yoğunluk arka plana gidildik-

çe azalmaktadır. Ayrıca gene resmin ön planında zemini oluşturan açık ve canlı tonlardaki renk skalası, arka kısımlara doğru kendini daha koyu ve soğuk renklere bırakmıştır. Yoğun ve dolu bir kompozisyona sahiptir eser. Sanatçının bu eseri diğer eserlerine göre sayıca daha az olan köy evlerini resmettiği eserlerinden biridir.

Ressam gördüğü dünyayı kendi içinde tekrar yaratarak yansıtmıştır. Aynı Naif sanatta da olduğu gibi bunu yaparken perspektif kurallarına dikkat etmemiş, içinden geldiği gibi resmetmiştir. Ressamın resimlerine özgü olan ince ve kıvrımlı ağaç dalları bu resimde de mevcuttur.



Görsel 7: Hüseyin Yücenin Peyzaj Resmi
Kaynak: (Hüseyin Yüce'nin Torunu Mesude Tosun'un Koleksiyonu, Kütahya)

Hüseyin Yüce Peyzaj Resmi (Görsel 7)

Tarih: 1928-2015

Boyut: 40 x 40 cm

Teknik: Tuval üzerine yağlı boya

Resmin ön planını ince dallı ağaç kümesi kaplamaktadır. Arka kısımda ise sayıları gittikçe azalan ağaçlar, minik

bir tepelik ve gökyüzü yer almaktadır. Bu ağaçlar incecik ve kıvrımlı dallara ve minik, renkli yapraklardan oluşan özgün şekillere sahiptir. Sanatçının kendi içinde yorumladığı rengarenk ağaçlar ve mor gökyüzü resme özgünlük katmaktadır.

Sanatçının kendi içinde yorumlayarak yaptığı canlı renklerden oluşan rengarenk ağaçlar ve mor gökyüzü resme çocuksu bir anlatım katmakta ve bu anlatım izleyicide masal dünyasına yolculuk yapıyormuş hissini yaratmaktadır.

Sonuç

Hüseyin Yüce herhangi bir eğitim almadan başladığı sanat hayatına, tamamen içinden geldiği şekilde, üstün yeteneğinin yardımıyla devam etmiştir. Hatta bunların sonucunda ortaya çıkan tarzı ile Şeker Ahmet Paşa ve İbrahim Çallı gibi büyük ressamların da eser verdiği Türk manzara resmine katkıda bulunduğu yadsınamaz. Hüseyin Yüce Türk manzara resmine naiflik kavramını katan ressamlarımızdandır. Naif sanat, çocuksu basitlik taşıyan bir sanat türüdür. Eğitim almadan ham yeteneğiyle resmeden bu ressamlar naif ünvanını kazanmışlardır.

Sanat yolculuğuna yalnız ve içgüdüsel başlayan Hüseyin Yüce bu anlamda örnek bir sanatçı olmuştur. İlk Türk naif ressam olma özelliğini taşıyan sanatçının eserlerine baktığımızda naif sanat izlerini, renk cümbüşü ve yalınlığını görürüz. Bir çok sanatçı

Türk manzara resmi alanında açmış olduğu naif sanat yolundan devam etmiştir.

Doğa sevgisi, titiz resim işçiliği, ve yöre yaşamına tutkusuyla biçimlenmiş resimlerinde, büyüsel bir sessizliğe bürünen ince dallı ağaçları ve köy evlerini çok sık işlemiştir. Sanatçı, her zaman doğal yaşamı ele almış, yaşadığı köyü bolca gözlemlemiş ve eserlerinde naif sanatı ince ince işleyerek, masalsı rengarenk bir dünya yaratmıştır.

Ağaçların yapılarını çocuksu yönüyle ele alan ressam, saf renklerle doğa, mistik bir çağrışım yapan ağaçlar ve sessizliği, sükuneti çağrıştıran resimleriyle peyzaj çalışan birçok ressama örnek olmuştur. Zengin renklerin yer aldığı paleti ile büyülemektedir. Yumuşak fırça darbelerini konuşturan ressam renklerle dans etmiş, doğayı rengarenk kullanmayı tercih etmiştir. Peyzaj soyutlamadan da yararlanan ressam doğayı renkler yoluyla kendince yorumlamıştır. Yurtdışında Türkiye'yi naif sanatçı olarak temsil etmiş ve adından sıkça bahsettirmiştir. Ülkemize naif resim kavramını kazandırdığı gibi, ağaçların formlarını yumuşak fırça izleri ile değiştirerek Türk Manzara resmine büyük katkıları olmuştur.

Kaynakça

Alp, Ö., K., Naif Resimde Sembolik Kurguyu Oluşturan Özellikler, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, Sayı 23, 2009.

Ersoy, A., Günümüz Türk Resim Sanatı (1950'den 2000'e), Kadıköy, İstanbul: Bilim Sanat Galerisi, 1998.

Gürdal, M., Hüseyin Yüce Belgeseli / Hayatı ve Eserleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.

Güven, N. Hüseyin YÜCE'ye Erişmek, Kütahya Kültür ve Sanat Derneği Arşivi Hüseyin Yüce Günlüğü (Kendi Yazımı İle).

Kahramankaptan, Ş., Resmi Geçit Ressamlarla Söyleşiler, 'Köyünü Terk Etmeyen Gerçek Bir Saf Yürek Hüseyin Yüce', Ankara: Sistem Ofset, T. C. Kültür Bakanlığı Yayın No:2676, 2001.

Kayalıoğlu, S., Türk Naif Sanatçılarından Hüseyin Yüce, Fahir Aksoy ve Fatma Eye Üzerine Bir Değerlendir-

me, Ankara: İdil Sanat Dergisi Cilt 6, Sayı 30, s.619- 645, 2017.

Kolukısa, C., "Köylü Ressam Hüseyin Yüce: Hayvan Kollarından Fırça Yaparak Resme Başladım". İstanbul: Milliyet Sanat, sayfa: 8-10, 21 Şubat 1973.

Öndin, N., Türk Manzara Resmi, Muğla: Muğla Üniversitesi SBE Dergisi Güz Cilt:1, Sayı 2, 2000.

https://turkishpaintings.com/index.php?p=37&l=1&modPainters_artistDetailID=5334 (Erişim Tarihi: 09.09.2020).

<https://www.dunyabulteni.net/kultur-sanat/kutahyadan-naif-ressam-huseyin-yuce-gecti-h322482.html> (Erişim Tarihi: 11.09.2020).

<http://akkentolcay.blogspot.com/2017/07/19102-huseyin-yuce.html>, (Erişim Tarihi: 15.09.2020).



BİLGİSAYAR OYUNLARINDA ETKİLEŞİMLİ SENARYO TASARIMLARININ OYUNCU DENEYİMİNE OLAN ETKİSİ

INTERACTIVE SCENARIO IN COMPUTER GAMES THE IMPACT OF THEIR DESIGNS ON PLAYER EXPERIENCE

Murat ÇALIŞ, Mustafa Uygur ÇEVİK

Giriş

Video oyunlar, 1950’lerden günümüze kadar teknoloji ile paralel bir gelişme grafiğine sahiptir. Bilgisayar teknolojisinin transformatörlerin icadından sonra evrimleşmesi ve mikroçiplerin icadı ile gelişmiş bilgisayar teknolojilerinin elde edilmesi ne olanak sağlaması ile günümüzde “bilgisayar” olarak adlandırdığımız çoklu işlem sunabilen makineler ortaya çıkmıştır.

Çağdaş insanın yaşamında önemli bir yer tutan bilgisayar teknolojisi ilk defa 1952 yılında “deneyisel” bir oyun geliştirmek ve oynamak için kullanılmıştır. Bahse konu bu çalışma İngiliz profesör A.S.Douglas tarafından geliştirilen “OXO” isimli oyun esasen bir doktora tezi çalışmasının sonucu olarak geliştirilmiştir (Onion, Sullivan ve Mullen). Tabi ki 1952 yılında yapılan bu çalışmalar sonucunda elde edilen “OXO” deneyisel bir çalışma olsa da kendisinden sonra 1958 yılında geliştirilen halefi “Tennis For Two” isimli projeye pek çok yönden

önderlik etmiştir. Bir bilgisayar oyunu olmak ya da bilgisayar oyunu olarak sınıflandırılmaktan öte “Acaba günümüz bilgisayar teknolojisi ile elde edilebilecek grafik göstergeler ve komutlar ile ‘oyun’ oynamak mümkün müdür?” gibi bir önermenin karşılığı olarak elde edilen “OXO”, ulaştığı nitel sonucu dayanak alarak “Tennis For Two”, “insanları eğlendirmek ve hoşça vakit geçirmelerini sağlamak” amacı ile geliştirilen bir proje olmuştur (Kalning).

Geçmişi yaklaşık 70 yıla dayanan ve bu noktadan itibaren gelişme süreci incelenebilecek video oyunları ile bilgisayar oyunu olarak sınıflandırabileceğimiz diğer çalışmalarda ortak ihtiyaçlar nelerdir? Bilgisayar oyunları hangi birleşenler ve çalışmalar dahilinde elde edilen sonuçlardır?

Bu yaklaşımı eğer bir tür çıkış noktası olarak kabul edersek, video ve bilgisayar oyunlarının türdeş diğer dijital eğlence ürünleri sinema filmleri, ha-

reketli çizgi romanlar ve canlandırma filmleri gibi bir tür “anlatım tekniği” olduğunu söylemek pek de yanlış olmayacaktır. Oynanış mekaniği temelli ya da belirli bir yöntemi incelemek, araştırmak veya geliştirmek önceliği gütmeyen projeler haricinde video oyunlar bir tür anlatım yöntemi olarak irdelenebilecektir.

Detaylı olarak bu konuyu bir tür önerme şeklinde ele alacak olursak; *günümüzde geliştirilen her bilgisayar oyunu öncelikli olarak bir senaryo çalışması ile geliştirilmeye başlanmaktadır. Bir bilgisayar oyunu geliştirilmesi sürecinde geliştirici stüdyo ya da bağımsız geliştirici ekibin projelerini başlatma noktasında ilk aşamada en çok ihtiyaç duyacakları birleşen; oyunun üzerine kurulacağı, oynanış mekaniği-kamera açıları ve hatta görsel içerik tasarımları da dahil olmak üzere diğer bütün oyun birleşenlerine kılavuzluk edecek bir “senaryo” olmaktadır. Bahse konu bu durum, geliştirici ekibin ya da stüdyonun oyun projeleri için belirlediği süreler ile orantılı olarak, belirli bir süre boyunca oyuncuyu oyun içinde yönlendirmek- oyun deneyimi içinde tutmak- oyuncunun oyun deneyimini geliştirmek gibi aşamaların aşılmasını sağlamaktadır.*

Amaç

Yukarıdaki önermeyi incelemek amacı ile bu araştırma çalışması yapılırken incelenecek video oyunlar ve uygulamalar satın alınmıştır. Ayrıca bahse konu uygulamaların ve video

oyunların geliştiriciler tarafından yayınlandığı akıllı mobil aygıtlar, video oyun konsolları ve bilgisayar gibi yayın platformları edinilmiş; geliştiricilerin oyunlarını geliştirdikleri platformların *sahip oldukları özellikleri* ile oyun deneyimi üzerindeki etkileri de nitel yönden incelenmiştir.

Senaryonun oyun gelişimine etkisini araştırmak amacı ile akıllı mobil aygıtlar üzerinde deneyimlenen ve AppTout LLC tarafından 2017 yılında yayınlanan “Flappy Bird: Reborn” isimli oyun incelendiğinde, oyunun herhangi bir senaryo içeriğine sahip olmadığı, oyun deneyiminin tamamen oyun mekanikleri ve oyuncuya oyun içinde sunulan **fiziksel testlere** dayalı olduğu (**fiziksel testler:** Oyuncunun, oyun deneyimi sırasında ‘başarılı’ sayılabilmesi için geliştirici ekipler tarafından oyun içine dahil edilen zahmetli durumlardır. Örneğin kısa bir süre içinde bir platformdan bir diğer platforma atlamak **zamanlama**, oyuncunun üzerine yuvalanan kayalardan belirli tuş kombinasyonlarına basarak kurtulmaya çalışması ise **refleks** testleri olarak görülebilir.) izlenmiştir.

Karşıt fikire bir örnek olarak ise Santa Monica Studio tarafından Sony Computer Entertainment için Playstation 4 platformuna geliştirilen ve 2018 yılında yayınlanan “God of War” isimli oyun diğer oyun ile eş nitel değerlerle incelendiğinde, -oyuncunun oyunu oynayıp hızı, detaylara ve yan görevlere ayırdığı vakit ve oyunu genel oynayıp hızı ile



irtibatlı- yaklaşık olarak 17 saat ile 25 saat sürebilecek bir oyun deneyiminin oynanış mekaniklerinden çok senaryonun uzun ve detaylı anlatımı ile mümkün olabileceği görülmüştür.

Yine benzer bir yaklaşım ile Rogue Games INC tarafından 2020 yılında yayınlanan “**Super Glitch Dash**” isimli oyun incelenmiş, hızlı bir oynanış ve oyuncunun yeteneklerini test eden oynanış mekaniklerine dayalı bir oyun deneyimi sunduğu görülmüştür. Oyuncunun kontrol ettiği karakteri FPS (*FPS (First Person Shooter): ‘Birincil Şahıs Nişancı Görüş Açısı’* olarak isimlendirilebilecek kamera konumlandırmasına verilen isimdir. Bu kamera açısı ile geliştirilen oyunlarda oyuncu, oyunda yönettiği karakterin göz hizasına yerleştirilen bir kameradan oyununu görüp- deneyimler.) kameradan gördüğü oyunda, devamlı koşturmakta olan ana karakterin oyunun haritasına yerleştirilen kimi engellere takılmadan ilerlemeye çalıştığı görülmüştür. Oyunun akıllı telefon ekranına oyuncunun dokunması ve sağa-sola doğru parmak hareketleri ile yönlendirmeler yapması ile bu yönlendirmeleri yaptığı sırada zamanlama testlerini başarabilmesi üzerine kurulduğu izlenmiştir.

Bahse konu incelemeler sırasında deneyimlenen diğer oyunlar arasında olan 2011 yılında yayınlanan Bethesda Softworks yapımı “**Elder Scrolls V: Skyrim**” (120 saat civarı), 2019 yılı Capcom Entertainment yapımı “**Devil May Cry: 5**” (36 saat civarı), yine Capcom Entertainment’in 2017

yılında yayınladığı “**Resident Evil 7: Biohazard**” (20 saat civarı) isimli oyunlarda da senaryonun oyunun gelişimine etkisi görülmüştür. Bahse konu oyunlarda oyuncunun oyun deneyimi süresince senaryoyu da deneyimlemesi, özümsemesi ve kendisini oyunun bir bileşeni olarak hissedebilmesi için oyun içindeki karakterlerle diyaloglar içine girebildiği, ara sahneler dayalı anlatım teknikleri kullanılarak senaryonun detaylarının oyuncuya sunulduğu ve kimi oyunlarda ise yan öykülerle ana senaryonun desteklendiği görülmüştür.

Öte yandan mekaniğe bağlı oyunlara örnek olarak Imangi Studios tarafından yayınlanan “**Temple Run**”, Ubisoft Software tarafından yayınlanan “**Hungry Shark World**” ve yine Ubisoft Software tarafından yayınlanan “**Brawlhalla**” isimli oyunlar incelendiğinde ise oyunların belirli bir senaryo anlatımına odaklanmak yerine engellere, platformlara ve kimi fiziksel testleri aşabilme üzerine bir kurguya sahip oldukları görülmüştür. Bu oyun örneklerinde uzun soluklu bir öykünün- senaryonun anlatımından öte, oyuna bir görsel kimlik kazandırmak adına oldukça “**yüzeysel**” bir anlatıma girildiği ve dahi sadece konsepti belirleyecek kadar arka plan öyküsüne yer verildiği incelenmiştir.

Yöntem

Yukardaki bütün örneklerin incelenmesinden elde edilen değerlendirmelere göre video oyunları bu araştırmanın konusu içinde basit bir şekilde

iki grupta incelensek

-Bazı video oyunları oldukça detaylı, birden çok olay örgüsüne sahip, zirve noktalarına sahip senaryolarını oyuncuya aktarmayı öncelik kabul etmiştir. Geliştiricilerin bu oyunları geliştirme sürecinde böyle bir yol tercih etmesi, senaryonun içeriğine göre oyuncunun oyun deneyimini iyileştirmek adına görsel içerik tasarımlarına (*konsept tasarımı, karakter tasarımı, mekan tasarımı, çevre- mekan tasarımları vb.gibi*), oyun için kullanılacak ses ve müzik tasarımlarına ve dahi kimi zaman oyunda kullanılacak dil ve anlatım gibi tercihlere dahi etki etmiştir.

-Buna karşın bazı video oyunları ise oyuncuya yoğun bir senaryo ve anlatım yapmayı göz önüne almayıp daha çok oynanabilirlik ve uzun süreli oynanış mekaniklerine önem vermiştir. Bu gruba dahil olan oyun türlerinde oyuncunun oyunun bütününden alacağı keyiften öte, kısa süreli ya da uzun süreli oyun deneyimlerinde elde edeceği başarımlar (*başarımlar: achievements*) hissi daha ön planda tutulmuştur. Dolayısı ile bu gruba dahil olan oyunlarda, oyunun deneyim edildiği sırada geliştirici ekibin oyuncu için hazırladığı fiziksel ya da düşünsel testlerin oyuncu tarafından geçilebilmesi genel olarak “**başarım**” sayılmıştır.

Bu araştırmanın araştırılması sürecinde, senaryo anlatımı odaklı oyunların belirgin bir sorunu olduğu durumu ile karşılaşılmıştır. Detaylı bir

senaryoyu oyuncuya sunmaya çalışan oyun projelerinde, diğer gruba dahil olan projelerin aksine, oyuncunun oyunu tekrar deneyimlemesi durumunda ilk etkisini yitirdiği görülmüştür. Deneyimlenen oyunlar içinden **Elder Scrolls V: Skyrim**, ilk defa incelendiğinde (2012 yılı) oldukça detaylı olay örgüsü, oyuncunun seyahatleri ve araştırmaları ile aşama aşama açılan haritası ve merak hissi uyandıran yan görevleri ile uzun saatler “**kaliteli**” bir oyun deneyimi sunmuşken, 2020 yılının Mart ayında tekrar deneyimlendiğinde ilk etkisinin büyük bir kısmını yitirdiği gözlenmiştir. Senaryonun başlangıç noktasını, detaylandığı ya da “*ters köşe*” yaptığı yerlerde oyuncunun deneyiminin ne kadar zayıfladığı ve etkisini yitirdiği 2020 yılında tekrar deneyimleme sırasında izlenmiştir.

Benzer bir inceleme “**Resident Evil 7: Biohazard**” için uygulanmış, 2020 yılında yaklaşık 3 aylık bir süre içinde bahse konu oyun tarafımda iki kez deneyimlenmiştir. İlk deneyimleme sırasında oyunun senaryosunun başarılı aktarımı ve bu senaryoda yaşanan olaylar sonucu ortaya çıkan “**ürkütücü**” atmosferin oyun deneyimini ne kadar “**yoğun**” hale getirdiği görülmüştür. Aynı oyun ikinci kez deneyimlenirken öyküsünün akışının zayıfladığı, geliştirici ekibin oyun içinde “**vurucu**” noktalar olarak tasarladıkları **hazırlanmış olayların** (hazırlanmış olaylar ‘prepared events’: Geliştirici ekibin oyun içindeki bazı değişkenlere bağlı olarak oyuncuyu kimi yönlerde et-



kilemek için kullandığı olaylardır. Örneğin bir oyunda ana karakterin bir kapıdan geçtikten sonra girdiği odanın yıkılmaya başlaması ya da oyuncunun uzak mesafelerden izlediğinde gördüğü kafes içinde tutulan bir canavarın oyuncu yaklaştığında kafesini kırarak dışarı çıkması.) ilk oyun deneyimindeki kadar “ürkütücü” hissettirmedeği, belirli düzeyde bir “oyun deneyimi kaybı” yaşandığı izlenmiştir.

Arinbjarnar ve Kudenko da bu konudaki incelemelerinde video oyunlarında genel itibarı ile her zaman bir öykünün- senaryonun olacağını fakat geliştirici ekibin ihtiyaçları ya da tasarımları dahilinde çizgisel bir hikaye ya da birden çok çizgisel hikayenin birleştirildiği bir “çoklu hikaye” tercih edebileceklerine değinmişlerdir. Arinbjarnar ve Kudenko’ya göre; çizgisel olarak tasarlanan bir hikaye anlatısı ağırlıklı olarak Rol Yapma Oyunları, Birincil Şahıs Nişancı Oyunları ve Macera Oyunları’nda çokça karşılaşılan bir tercih olmuştur. Ayrıca Kudenko bu tercihin oyunun geliştirilme ve deneyimleme sürecinde kısıtlayıcı bir etkisi olduğunu belirtmiş, belirli bir koldan anlatılan çizgisel bir senaryonun oyuncu tarafından deneyimlenmesin tekrar edebilecek oyun deneyimine zarar verebileceğine değinmiştir. Öte yandan Arinbjarnar, birden çok koldan anlatılabilecek bir “hikayeler bütünü” oyun deneyimini zenginleştireceğine ve oyuncunun oyun içinde yaptığı davranışlara bir tür “motivasyon” yaratacağını eklemiştir; böylesi bir ter-

cihin oyuncuların oyun deneyimine bağlanma ve oyun ile daha farklı seviyelerde etkileşime geçebilme olasılığını arttırdığını eklemiştir (Arinbjarnar ve Kudenko).

Yukarıdaki örneklerde değinilen problemler ve Arinbjarnar- Kudenko’nun konu ile ilgili eleştirilerine karşı bir çözüm önerisi şeklinde video oyun ana başlığı altında yeni bir tür olarak belirginleşmeye başlayan “**Etkileşimli Senaryoya Sahip Video Oyunlar**” türü, *bir oyunda yer alacak senaryonun birden çok karakter ve bu karakterlere ait birden çok olay örgüsünün oyuncunun seçimlerine, davranışlarına ya da önceden belirlenmiş olayların gerçekleşip gerçekleşmemesine göre farklılaşp değişik sonlara ulaşabilmesi* olarak tanımlanabilecektir.

Cohen, video oyunlarının geliştirilen her yeni jenerasyonunda geliştirici ekiplerin son kullanıcıya daha fazla poligon, piksel ve işlem gücü sunduğunu belirtmiş, geliştiricilerin genel olarak her projede ağırlıklı olarak oyunlarının nasıl görüldüğü ve nasıl oynandığı üzerinde durduklarına vurgu yapmıştır. Diğer yandan Cohen, bütün bu bileşenlerin yanında anlatım tekniğinin- hikayenin de gerçekçi görsel içerikler ve hatta oynanış mekanikleri kadar önemli olabileceğini söylemiştir (Cohen).

Ayrıca Cohen, yakın zamanda çıkan ve yüksek satış başarısına sahip olan kimi oyunların oyuncular tarafından rakiplerine oranla daha

çok tercih edilmesini, anlatım tekniklerine ve başarılarına bağlamıştır. Cohen’e göre bu yeni tür içinde sınıflandırılacak oyunlar, anlatmak istedikleri senaryolarına diğer birleşenler kadar ya da daha fazla önem vermişler ve dahi anlatımlarını sıradan bir anlatım yerine “etkileşimli bir kurgu” haline getirmişlerdir (Cohen).

Bu noktada incelemelerden ve bu türe mensup oyunlardan elde edilen deneyimlerin ışığında, bahse konu bu görece yeni türün dışında kalan diğer oyunlarda senaryonun başlama ve bitiş noktaları daha önceden belirlenmiş olup oyunculara sunulmuştur. Oyuncu, oyunu oynamaya başladığı andan itibaren senaristin ve geliştirici ekibin hazırladığı olaylar dizisine dahil olur ve bütün oyun süreci bu olaylar dizisinde elde edilen akış ile ilerler. Etkileşimli senaryoya sahip oyunlarda ise senaryo **birden çok yönde farklı kollardan anlatılır ve oyuncunun seçimlerine göre şekillenir**. Senaryonun oyuncunun seçimlerine göre şekillenmesi **oyunun her aşamada farklılaşmasına, oyunu deneyimleyen oyuncuların elde ettikleri deneyimlerin birbirlerinden farklı olmasına sebep olur**. İki oyuncu aynı oyunu aynı anda oynasa dahi farklı bulgular ve farklı deneyimler elde edebilir. Ya da oyunun geliştirilme özelliklerine göre **bir oyuncunun gereken şartları, seçimleri ışığında sağlamadığı takdirde oyunun gidişatını tamamen değiştirebilmektedir**.

Bu çalışmanın analiz aşaması için türe mensup olan oyunların halen dijital mağazalarda ve fiziksel taşıma ortamları üzerinde satın alınabilir durumda olan oyunlardan farklı yıllarda üretilen örneklerinden bir seçki elde edilmiş; oyunların geliştirildiği platformlar üzerinde uzun süreli oyun deneyimleri ile incelemeler tamamlanmıştır. 2012 yılında Telltale Games tarafından çoklu platform olarak yayınlanan “**The Walking Dead**” oyunun ilk kısmının beş bölümü bilgisayar ortamında, 2005 yılında yine çoklu platform olarak Quantic Dream- Aspyr iş birliği ile yayınlanan “**Fahrenheit- Indigo Prophecy**” isimli “*interaktif film*” bilgisayar ortamında satın alınmış ve deneyimlenmiştir. Sektör içinde türe ait ilk oyunları “**Fahrenheit**” ile tanıyan Quantic Dream’ın 2010 yılında Sony Playstation 3 platformuna özel yayınladığı “**Heavy Rain**” Playstation 3 konsolu üzerinde ve 2018 yılında aynı firmanın Playstation 4 video oyun konsolu için süreli-öncelikli yayınladığı “**Detroit: Become Human**” isimli oyun ise Playstation 4 Pro konsolu üzerinde deneyimlenmiş, incelenmiştir.

Aşağıdaki başlıklarda oyunların deneyimlenmeleri sürecinde senaryo, anlatım teknikleri ve oyuncunun “**etkileşimli senaryoya sahip oyunlar**” da hangi şekillerde anlatıma ve hikayenin gidişatına etki edebildiği veya oyunun ilk defa deneyimlenmesinden sonra ne kadar “tekrar deneyimlenebilir” olduğu incelenmiştir. Oyunun senaryosunun uzun oyun deneyimleri sırasında



oyuncunun seçimlerine ve oyun içindeki hareketlerine ne kadar bağlı olduğu ile oyuncunun senaryoda yaşanan “dönüş noktalarına” ne derecede etki edebildiği araştırılmıştır.

Bulgular ve Yorum

Elde edilen seçkinin uzun süreli incelenmesinden elde edilen bulgular oyunların isimlerine göre gruplandırılmış ve aşağıdaki başlıklarda paylaşılmıştır;

1) Fahrenheit

Sinopsis:

Quantic Dream isimli firmanın geliştirici stüdyo olarak görev aldığı ve Aspyr isimli firmanın yayıncılığı üstlendiği Fahrenheit- Indigo Prophecy isimli video oyununda ana karakter “Lucas Kane” bir gün akşam yemeği yediği sırada zaman ve mekan sınırlamasının dışında bir Maya büyücüsü tarafından efsunlanmış ve lokanta içinde daha önceden tanımadığı bir adamın öldürülmesine sebep olmuştur. Lucas, efsunun etkisinin geçmesi ile birlikte tanımadığı bir adamın cesedi önünde ayılmış ve ne olduğunu anlamak için mekandan kaçmıştır.



Resim 1. Fahrenheit Indigo Prophecy Oyunu birinci bölümünden bir sahne. (mxdwngames.com)

Cinayet polise intikal ettiğinde ise New York Polis Departmanı Cinayet Masası dedektifi Carla Valenti ve ortağı Tyler Miles olay yerine incelemeye gelmiştir. Dedektiflerin incelemesi ve araştırması sırasında elde ettikleri bulgular ile ana karakter Lucas ile Dedektifler arasında bir kovalamaca başlamıştır.

Yukarıdaki sinopsis, oyundan elde edilen hikayenin temeli olarak deneyimlenmiş ve aktarılmıştır. Oyun süresince hem katil “Lucas” isimli karakterin hem de Carla ve Tyler isimli karakterlerin kontrollerinin bölümlere göre oyuncuya sunulduğu görülmüştür.

Senaryonun hem katilin açısından hem de katili yakalamakla görevli dedektiflerin açısından anlatılması ve çoğu yerde katilin kaçıp kurtulabileceği ya da dedektiflerin katili arkasında bıraktığı deliller ile yakalayabileceği noktalarda kararın oyuncuya bırakıldığı görülmüştür. Senaryonun ve anlatımın ilerleme yolunun oyuncuya bırakılmasının kimi yerlerde oyuncunun farklı kararlar alabilmesine ve “dönüş noktaları” yaşandığı durumlarda çizgisel senaryoya sahip oyunlardan daha “etkili” bir tatmin duygusuna ulaştırdığı izlenmiştir.

Ayrıca yaklaşık 9 saat süren oyun deneyimi süresince oyuncunun verdiği kararların ve temel olarak “kimden taraf olması gerektiği” hissini yaratılmasında etkileşimli bir senaryo ve anlatım tekniği kullanılmasının etkisi gözlenmiştir. Geliştirici ekibin oyun-

nun sonuna ekledikleri birden çok final sahnesi, oyun deneyimi süresince pek çok yere ve oyuncunun vereceği kararlardaki değişkenlere göre şekillenebilen “gizli son” ile oyunun en az dört defa farklı son görerek ve pek çok kez de değişken sahnelerde farklı kararlar alarak tekrar oynanabilirliğinin yüksek olduğu görülmüştür.

2) Heavy Rain

Sinopsis:

Sektörde bu alanda öncül firma olarak bilinen Quantic Dream’ın 2010 yılında yayınladığı “**Heavy Rain**” isimli oyunda kendisine “**Origami Killer**” ismi veren bir katil, uzunca bir süredir yakaladığı çocuk kurbanlarını gizli yerlerde, yağmur sularının toparlandığı noktalarda hapis altında tutup- boğarak öldürmüştür. Bu katilin işlediği cinayetleri uzun zamandır araştıran bir FBI ajanı “**Ethan**”, çocuklarını kaybeden aileler ile röportajlar yapıp bu işi eyalet genelinde dikkat çekecek bir haber yapmak isteyen gazete yazarı “**Madison**”, daha önceden de bu dava üzerinde çalışmış ve tekrar araştırmak için mağdur aileler tarafından tutulan özel dedektif “**Scott**” ve Origami Killer’ın son kurbanı Shaun’un babası “**Norman**”ın karakterlerini oluşturduğu oyunda oyuncuya Shaun’un hapsedildiği kuyunun tamamen dolduğu ana kadar süre verilmiş, oyunun karakterlerini ve bu karakterlere belirlenmiş bölümler içinde oyuncunun seçimlerine bağlı olarak kayıp çocuğun bulunup, katilin yakalanması beklenmiştir.



Resim 2. Heavy Rain Oyunundan Ethan Karakterinin Oyuncunun Tercihine Bırakılan Bir Karar Sahnesi. (youtube.com)

Oyun deneyimi süresince birbirinden bu kadar farklı alanlarda ve karakterlerde oyun karakterlerinin oyuncuya kontrol için sunulmuş olunmasının senaryo anlatımını ne kadar güçlendirdiği ve anlatımı derinleştirdiği izlenmiştir. Bölümlerin içeriğine göre; “evladı kaybolmuş bir babanın çaresizliği ve gözü karalığı”, “uzun zamandır bu katilin peşinde olan bir FBI ajanının amansız araştırması”, “etik tanımaz ve başarı için gözünü daldan budaktan sakınmayan bir gazetecinin olaylara yaklaşımı” ve “mağdur aileler üzerinden katili an be an sıkıştıran özel dedektifin derinlemesine incelemeleri” gibi birbirinden farklı dört yaklaşımla katil ile son kurbanı Shaun’u merkeze alan senaryonun uzun süreli oyun deneyimindeki anlatım zenginliği, çizgisel oyunlarda bu tarz bir anlatımın ne kadar zor elde edilebileceğini göstermiştir.

Fahrenheit’ten farklı olarak Heavy Rain’ın, senaryosu içinde pek çok çözümlenme noktasına ve dönüş noktasına yer verdiği görülmüştür. Bahse konu bu noktalar, oyuncunun kontrolüne sunulan farklı karakterlerin asıl-

da ana senaryoyu farklı yönlerden anlatacak çıkış noktaları olmaları-
nın yerine oyuncunun kontrol ettiği
karakterlerin birbirlerinden farklı
karakterlerde ve farklı anlayışlarda
karakterler olduğu izlenimini yarat-
mıştır. Karakterlerin birbirlerinden
bu kadar değişik şekillerde ele alın-
ması ise oyun deneyimi süresince
belirli bir katilin yakalanması için
her karakterin “*kendi yolunu izledi-
ği, kendi tekniklerini doğru gördüğü*”
illüzyonunu oyuncunun senaryo ve
anlatım içinde daha derinlemesine
hissetmesini sağlamıştır.

Ve yine Fahrenheit’den farklı ola-
rak Heavy Rain’in incelemesinde,
oyunun yayınlandığı platform olan
Playstation 3 ve Playstation 4 plat-
formlarındaki donanım özellikleri-
ni de oldukça “etkileşimli” şekilde
kullandığı izlenmiştir.

Bu konuya biraz detay ile değinecek
olursak; ilk olarak Playstation 3’ün
son kullanıcı tanıtımlarına değini-
len “SIXAXIS” isimli donanımsal
özellliği, kendisinden önceki konsol
olan Playstation 2 kontrolcülerinde
olmayan “*harekete duyarlılık*” özel-
liğini yeni nesil konsola getirmiş,
oyuncuların oyun ile sadece “gör-
me” ve “dinleme” duyuları dışında
“dokunma” duyularına da hitap et-
meye başlamıştır. Öncülü Playstati-
on 2 kontrolcülerinde yerleşik şe-
kilde bulunan “Dual Shock” isimli
titreşim motorları ile oyun deneyi-
mi süresince oyuncunun “dokun-
ma” duyusuna da etkileşim olarak
geri bildirim sunan Sony, bir son-

raki konsolunda kontrolcülere ek-
lediği “SIXAXIS” özelliği ile kont-
rolcüler içine jiroskop ekleyerek
oyuncunun kontrolcüyü tuttuğu
yüksekliğin, açının veya kontrolcü-
yü sabit tutup- sallamasının oyun
içinde değişken bir değer haline
gelmesini sağlamıştır (Sony Com-
puter Entertainment). Sony’nin
kontrolcülerine eklediği dönemin
bu yeni teknolojisi ile bu teknolo-
jiye destek veren Heavy Rain gibi
kimi oyunlar oyun deneyimi süre-
since oyunculara **oyun ile değişik-
farklı bir şekilde etkileşime girme**
olasılığı sunmuştur.

Bu döneminin yeni teknolojisinin
oyunun içinde kimi zaman trafikte
bir aracı yönlendirmek için kullanıl-
dığı (Playstation 3 SIXAXIS kontrol-
cüsünü aracın gideceği yöne doğru
sağa-sola bir direksiyon gibi çevire-
rek), kimi zaman ana karakterlerden
birine saldıran düşmanları savuştur-
mak için kullanıldığı (Playstation 3
SIXAXIS kontrolcüsünü düşmanla-
rın geldiği yönle göre oyuncunun
elinde bir sopa varmışçasına savu-
rarak) ve kimi zaman da koşarak
kaçan bir karakterin daha hızlı koş-
masını sağlamak için (Playstation 3
SIXAXIS kontrolcüsünü hızlı bir ri-
tim ile yukarı aşağı sallayarak) görül-
müştür. Oyun süresi içinde daha pek
çok farklı şekillerde değerlendirilen
bu donanımsal özelliğin, oyunun çok
karakter üzerinden anlatmaya çalıştığı
detaylı senaryosunun oyuncu tarafın-
dan daha etkili bir şekilde anlaşılma-
sına ve deneyimlenmesine zemin ha-
zırladığı gözlenmiştir.



Resim 3. Heavy Rain Oyununda Oyuncu Tarafından Kontrol Edilebilen Karakterler (matheuspitillo.com)

Heavy Rain’in de deneyimleme sü-
reci boyunca öncülü Fahrenheit gibi
birden çok sonu olduğu ve bu sonla-
ra ulaşmak için Fahrenheit’den fark-
lı olarak çok daha fazla değişkenin
birbirleri ile bağlantısının kurulması
gerektiği izlenmiştir. Oyunun sonun-
daki çözülme noktasına dört karak-
terden kaç tanesinin varabildiği, bu
karakterlerin oyuncunun denetimi
ile oyun boyunca hangi kararları al-
dığı ve kendi öyküleri içinde neler
yaşadığı üzerine gelişen senaryonun
oyunun çözülme noktasında 17 adet
farklı sona sahip olduğu görülmüş-
tür.

3)The Walking Dead

Telltale Games tarafından 2012 yılın-
da yayınlanan “**The Walking Dead**”
isimli video oyunu esasen bir grafik
roman uyarlaması olup oyun için ha-
zırlanan senaryonun grafik roman-
larla aynı evrende geçip, paralel bir
öykü olduğu görülmüştür. Oyunun
senaryosu bir hastalık (epidemik-
pandemik) sebebi ile bilincini kaybe-
den, ölen ve tekrar dirilen “**aylaklar**”
(aylaklar: *walkers*) isimli “zombi” sal-
gınına karşı ana karakter **Lee Everett**
ile oyuncunun hayatta kalma çabası-
nı işlemiştir. Bu durum, yaklaşık 20

saat civarı süren oynanış süresince
Lee’yi kontrol ederek oyun içinde
pek çok zor- tehlikeli kararın oyuncu
tarafından verilmesini ve oyuncunun
oyun senaryosu boyunca hazırlanmış
“dönüş noktalarında” oyunun ve se-
naryonun gidişatına yön verebilmesi-
ni sağlamıştır.

Bir dizinin bölümleri gibi hazırlanan
oyun içi bölümlerde ana karakterin
diğer kurtulan kişiler ile olan ilişkile-
ri, yan karakterlerin problemlerine ve
iç çekişmelerine olan yönelimi tama-
men oyuncunun kontrolüne bırakıl-
mıştır. Oyuncunun böylesi durum-
larda aldığı kararlar ya da yaptıkları,
karşısındaki yan karakterlerin ya da
olayların farklı şekillerde gelişebil-
mesine olanak vermiştir.



Resim 4. The Walking Dead Oyunundan bir Sahne. (leviathyn.com)

Örneğin; ana karakter Lee ve zombi
istilasası sırasında Lee’nin yanına
katılan diğer karakterler bir grup aylak
tarafından kovalanıp bir tür çiftlik
evine sığınmıştır. Burada kimi yan
karakterler yeni gelenlerin düşman
olduklarını kimi yan karakterler
ise korunmaya muhtaç yabancılar
olduklarını savunmuştur. Lee’nin
çiftlik sahibini ikna etme çabası

sonucu grup çiftlik evinde kalırken grubun bir üyesinin küçük çocuğu ile çiftlik sahibinin oğlu aylakların kırıp içeri girmeye çalıştıkları çitlerin yanında kapana sıkışmıştır. Oyun bu süre içinde oyuncunun karar verme sürecini başlatmış ve mağdurlardan hangisini kurtaracağına karar vermesini istemiştir.

Oyunun deneyimlenmesi sürecinde her iki seçenek de denenmiş; oyuncunun küçük çocuğu kurtarmak istemesi sonucu bütün grup çiftlik evi sahibi tarafından kovulmuştur. Diğer seçenekte ise küçük çocuğun ölüp, çiftlik sahibinin oğlunun kurtulması sağlandığı durumda ise evlatları ölen aile grubu terk ederek düşmanca bir tavır içine girmiştir.

Diğer oyunların aksine The Walking Dead oyununda birden çok son bulunmasına rağmen, türdeşleri kadar zengin bir son çeşitliliğine sahip olmadığı görülmüştür. Oyunun her iki sonu da oyuncunun seçeneğine ve kararına bırakılmış şekilde olsa da türdeş diğer oyunların bazılarında olduğu kadar çok sayıda bir “tekrar oynanabilirliğin” The Walking Dead oyunu için geçerli olmadığı düşünülmüştür.

Oynanış sürecinde oyunun oldukça “temel düzeyde” oynanış mekaniklerine sahip olduğu, çoğu yerde hızlı tuş kombinasyonlarına ve ekranda belirli sabit bir noktaya tıklamak gerektiği şeklinde oynanış elementlerine yer verildiği izlenmiştir. Ayrıca, oyun bilgisayar ortamında deneyim-

lenmesinden kısa süre sonra akıllı telefonlar için uyarlandığı da görülmüştür.

4)Detroit: Become Human

Türe dair en çok çalışma üreten stüdyo olan Quantic Dream’ın 2018 yılında yayınladığı “**Detroit: Become Human**” isimli konsol oyunu, Sony Computer Entertainment tarafından geliştirilen Playstation 4 video oyun konsolu için satın alınmış ve incelenmiştir. Bahse konu oyun, oyuna ismini veren “Detroit” şehrinde yakın bir gelecekte geçen olayları konu alan bir senaryoyu işlemiştir.

Detroit’de kurulmuş bir firmanın ürettiği android robotlar insanların gündelik hayatlarında uzun zamandır yer almış ve artık insan hayatının bir parçası haline gelmiştir. Robotların insan hayatında bu kadar yer alması kimi insanlar için oldukça doğal ve gerekli görülmesine karşılık kimi insanlar ise robotları birer tehdit veya insan varlığı için bir tür “engel” olarak görmüşlerdir. Varlıklarını onaylayan ve onaylamayan insanlar arasında sıkışan android robotlar ise sahiplerinin ellerinde birer makine, birer “oyuncak” halinde iş görmüştür.

Bu genel çerçevenin içinde androidlerin yazılımlarında ortaya çıkan bir tür “bozukluk”, “hata” ya da “döngüsel yanlışlık” sonucu pek çok android artık sadece emirleri uygulayan oyuncaklar ya da robotlar olmaktan çıkmıştır. Şehir genelinde emirlerin dışına çıkabilen veya bir başka bakış

açısı ile “**kendi kararlarını alıp uygulayabilen**” androidlerin sayısının artması şehir içindeki kaos ortamının daha da karışmasını ve oyun boyunca sürececek olaylar dizisinin başlamasına öncül olmuştur.

Firmanın diğer oyunlarından da aşına olunduğu şekli ile üç farklı ana karakterin bu senaryonun detaylarının oyuncuya aktarılması için geliştirildiği görülmüştür. Oldukça meşhur, fiziksel engelli bir ressamın gündelik ihtiyaçlarını karşılamak için satın aldığı “**Marcus**”, annesi ölen bir kız çocuğunun bakımını üstlenmek istemeyen bir babanın ihtiyaç için satın aldığı “**Kara**” ve androidlerin geliştiricisi- satıcısı olan Cyberlife isimli firmanın kontrolden çıkan androidlerin sorunlarını anlamak ile bu durumun çözüme kavuşturması için özel ürettikleri “**Connor**” isimli android karakterlerin oyuncunun kontrolüne verilmiş olduğu ve oyun içindeki pek çok bölümde hem kendi yan öykülerini hem de ana senaryoyu derinlemesine aktarmaya çalıştıkları izlenmiştir.



Resim 5. Detroit : Become Human Kara ve Alice karakterleri. (steamcommunity.com)

Oyuncuya, Kara’nın kontrole verildiği bölümlerde küçük bir çocuk ile annelik hissine kapılmış bir android

arasında yaşanabilecekler sunulmuştur. Marcus’un bölümlerinde ressamın evinde yaşanan bir cinayete karışması sonucu “geri dönüşüm” tesisine atılması ve bu tesisten çıktktan sonra “androidlerin hakları” için bir tür aktivist- lider haline gelmesi oyuncuya anlatılmışken; Connor’un öyküsünde ise androidlerin “hissettiklerini” söyledikleri duyguların aslında yazılımsal hatalar olduğu ve androidleri arkadan arkaya yöneten bir “şey” ya da “**kişi**” olduğunun araştırması süreci oyuncuya sunulmuştur.

Oyunun genelinde, oyuncunun Marcus’u kontrol ederek androidler için bir tür “**devrim**” gerçekleştirmesi beklenirken, aynı süreç içinde Connor’u kontrol ederek ne pahasına olursa olsun bu “**bozukluğa**” erişen androidlerin düzene girmesini sağlamasının beklendiği görülmüştür. Diğer iki karakterden farklı olarak Kara’nın kontrol edildiği bölümlerde ise Marcus’un ya da Connor’un yaptıklarının androidler ve insanlar arasındaki anlayışa veya yaklaşıma ne tür etki ettiğinin deneyimlenmesi sağlanmıştır.

Firmanın diğer oyunlarından farklı olarak her bölüm içinde oynanan karakter ile ilgili pek çok seçim ve sonuç şemaları belirlendiği görülmüş; oyunun geneli dışında her bölüm için tekrar oynanabilirliğin oldukça yüksek olduğu görülmüştür. Hemen hemen her bölümde oyuncunun verdiği- verebileceği kararların bölümler içinde hayli farklı sonuçlara sebep

olduğu deneyimlenmiş, ayrıca bu kararların ana senaryo ile belirgin bir şekilde bağdaştırıldığı izlenmiştir.

Oyunun oynanış mekaniklerinin firmanın Playstation 3 konsolu için yayınladığı “Heavy Rain” ve “Beyond Two Souls” projelerinden çok farklı özellikler barındırmadığı deneyimlenmiştir. Tıpkı “Heavy Rain” oyununda ve Playstation 3 konsolunda olduğu gibi Playstation 4 konsolunda da hazır bulunan SIXAXIS teknolojisinin bu oyunun oynanış mekanikleri kısmında da oldukça etkin kullanıldığı gözlemlenmiştir. Firmanın diğer oyunlarındaki gibi kontrolcü içindeki jiroskop teknolojisinin geliştirilmesi sonucu “Detroit: Become Human” oyununda yine karakterlerin anlık hareketleri, yönlendirmeleri ve kimi zaman oyuncunun efor göstermesi gereken “sallama, çevirme ve belirli bir yöne hareket ettirme” gibi hareketleri SIXAXIS teknolojisi sayesinde kontrolcüyü kullanarak yapabildiği deneyimlenmiştir.

Analiz

Türe ait oyunlar arasından elde edilen seçkinin incelenmesi ile aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

- Uzun oynanış sürelerine sahip bilgisayar oyunları için, çizgisel ya da etkileşimli olması fark etmeksizin, senaryonun önemi oldukça büyüktür. Belirli bir süre boyunca oyuncunun oyunu takip etmesi ve oyun deneyiminden kopmaması için oyuncuyu sürükleyecek bir senaryonun gerekliliği oyun dene-

yimi süresi ile doğru orantılıdır.

-Gündelik oyunların oynanış mekaniklerine yönelmiş olması oyuncuların her an oyuna bağlı kalabilmesi veya yolculuk gibi “kısa sürelerde” bilen oyunu deneyim edebilmelerini sağlarken, senaryo tabanlı oyunlar için oyuncunun özel süreler ayırması gerekmektedir.

-Çizgisel senaryolu oyunlar, ilk deneyimleme sırasında, oldukça vurucu-etkili-yoğun anlatım yöntemlerine ve senaryo derinliğine sahip olabilmektedir. Fakat oyuncunun aynı oyunu bir kez daha deneyimlemek istemesi sırasında senaryoya, oynanışa ve hikaye anlatımındaki olaylar dizisine aşina olması ile bütün bu bileşenlerin “çizgisel” bir yapıda oyuncuya sunulmuş olması bu türe ait olan oyunların yeniden oynanabilirliğini oldukça düşürmektedir. Etkileşimli senaryolara sahip video oyunlarında ise senaryo ve anlatıma etki eden olaylar dizisinin oyuncunun seçeneklerine- kararlarına göre yönlenip şekillenmesi, yine bu türe ait oyunların tekrar deneyimlenebilir olmasını desteklemektedir.

-Çizgisel senaryolu oyunlara karşılık etkileşimli senaryolara sahip oyunlarda oyuncunun aldığı kararları uygulaması ve kimi olaylara karşı sebep-sonuç ilişkisini yaşaması diğer örneğe göre daha derindir. Örneğin çizgisel bir oyunda ana karakter bir yan karakterin ölümüne senaryonun bağlayıcılığı ile sebep olurken, etkileşimli senaryoya sahip bir oyunda -anlatım tasarımına göre değişken olabilir- oyuncunun

isteği ya da tercihi sebebi ile bir yan karakter ölebilmektedir. Bahse konu bu durum, oyuncunun hazırlanmış bir senaryoda yaşanan bir olayı “izleyici” olarak deneyimlemesinden çok gelişmekte olan bir olaylar dizisine “katılımcı” olmasını sağlamaktadır.

-Çizgisel senaryolu oyunlarda genellikle oyuncunun ana karakter ile empati kurması, oyunda kontrol ettiği karakter yerine kendisini koyarak olayların içine dahil olması beklenmektedir. Etkileşimli senaryolara sahip oyunlarda ise oyuncunun -genellikle- birden çok karakteri kontrol etmesi ve yine birden çok olay örgüsüne dahil olması istenmektedir. Anlatım yöntemleri arasındaki bu fark, çizgisel senaryolu oyunlarda anlatımın tek bir noktadan yapılmasına sebep olurken diğer türde birden çok açıdan ve birden çok değişken üzerinden yapılmasına olanak vermiştir.

Sonuç

Araştırmaların ve deneyimlemelerin sonucunda bilgisayar oyunlarında etkileşimli senaryo tasarımlarının oyuncu deneyimlerine olan etkisi irdelenmiş- incelenmiştir. Analiz kısmında da değinildiği üzere görece yeni olan bu türe ait çalışmaların çizgisel senaryoya sahip oyunlara nazaran oyunculara daha çok tekrar edilebilir- deneyimlenebilir bir oynanış sunduğu ve oyuncunun bir oyuna izleyici olarak değil katılımcı olarak dahil edildiği gözlenmiştir. Ayrıca etkileşimli senaryo tasarımının as-

lında bir senaryo yazım tekniğinden çok bir tür anlatım tekniği olduğu ve bu anlatım tekniğinin de pek çok sebeple oyuncunun oyuncu deneyimini zenginleştiren, derinleştiren bir yöntem olduğu gözlenmiştir. Etkileşimli senaryo tasarımlarının video oyunlarında daha etkin kullanılmasının, gelecekte çok daha fazla oyunda incelenebilecek bir anlatım yöntemi olduğu düşünülmüştür.

Kaynakça

Arinbjarnar, Freyr ve Daniel Kudenko. «A Critical Review of Interactive Drama Systems.» 19 Ağustos 2020. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/251331124_A_Critical_Review_of_Interactive_Drama_Systems>.

Cohen, Jason. *The Best Interactive Story Games*. 22 Nisan 2020. <<https://www.pcmag.com/news/the-20-best-interactive-story-games>>.

Kalning, Kristin. *The anatomy of the first video game*. 23 Ekim 2008. <http://www.nbcnews.com/id/27328345/ns/technology_and_science-games/t/anatomy-first-video-game/#.Xzt-rS3mLUI>.

Onion, Amanda, Missy Sullivan ve Matt Mullen . *Video Game History*. 10 Haziran 2019. <<https://www.history.com/topics/inventions/history-of-video-games>>.

Sony Computer Entertainment. «Playstation 3 dedicated controller announced (PDF).» 9 Mayıs 2006. *Sony Computer Entertainment*. Belge, PDF. 22 Ağustos 2020.



TASARIM ÜRETİM VE KULLANIM SÜRECİNDE MODÜLER DONATI TASARIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME

A REVIEW ON MODULAR FURNITURE IN THE DESIGN, PRODUCTION AND USAGE PROCESS

Mehmet Lutfi HİDAYETOĞLU, Kübra AKSOY

Giriş

Sanayileşmenin başlaması ihtiyaç duyulan seri üretim ve standardizasyon sistemini geliştirmiş, teknolojik ilerlemelerle tasarım ve üretimde modülerlik çalışmalarını başlatmıştır.

Kavramsal çerçevede modül, bir yapıdaki bölümler arasında orantıyı sağlamak için kullanılan ölçü birimi ya da parça olarak nitelendirilmektedir. Bu ölçü ya da parçaya dayanarak oluşturulan yapı, tasarım ise modüler kavramını ifade etmektedir (TDK, 2020).

Literatür taraması sonucu modül, modülerlik, modüler tasarım kavramları ile ilgili tanımlamalardan bazıları şu şekildedir;

Hasol'a (1998) göre modül; "Modern mimaride standartlaşmayı büyük ölçüde kolaylaştıran, binanın ve bileşenlerinin ölçülerinde yinelenen bir uzunluk birimi." olarak tanımlanmaktadır.

Standart boyutsal bir birim olarak tanımlanmakta olan modülün;

- Birim olması
- Boyutsal bir birim olması
- Standartlaşmış olması

şeklinde 3 tane karakteristik vasfı bulunmaktadır (Bilginer, 1963).

Schilling (2000)' e göre modülerlik, sistemsal bir düzene sahip bileşenlerin birbirinden ayrıştırılabilmesi ve tekrar birleştirilebilmesini kapsamaktadır.

Asan (2001)' e göre modülerlik, bir sistemin bileşenleri arasındaki koordinasyonun, bu bileşenlerin rahatlıkla ayrıştırılması ve istendiğinde aynı rahatlıkla ve farklılaşmış olarak bir araya getirilmesi ve bunun da en düşük maliyetle yapılabilmesi için, sahip olduğu hiyerarşik yapısıdır.

Sanchez (2002) modülerliği, ürün ve süreç mimarilerinin değişen pazar koşullarına en hızlı şekilde uyum sağlaması konusunda destek olan, bu haliyle de organizasyonların stratejik esnekliğini geliştiren bir yol olarak görmektedir.

Adam ve Ebert (1992) modüler tasarımı, varlığı önceden bilinen temel alt sistemlerin farklı kombinasyonları ile yeni ürünlerin meydana getirilmesi olarak tanımlamaktadır (Aktaran: Güzel, 2018).

Corbusier'e göre prefabrikasyon şarttır ve standardizasyon da mükemmelliğe giden yoldur. Planlama ve ölçülendirmede kesinlikle insan bedenini norm olarak kabul eden Fibonacci Serisi esas alınmalıdır. Modüler tasarım ve buna bağlı olarak prefabrikasyon, Modüler'e kadar uzanmaktadır. "Modüler", insan bedenine ve matematiğe dayalı bir ölçme sistemidir. Modüler'un ilk uygulamalarından biri Marseilles'de Unité d'Habitation projesinde gerçekleştirilmiştir (Corbusier, 1954).

Modüler Tasarımın Kullanım Alanları

Yaygın hale gelen modüler tasarımlar mimari, ev ofis mobilyaları, ev aletleri, teknolojik aletler, otomobil sanayi, havacılık, sağlık hizmetleri ve yazılım sistemleri gibi mikro ve makro düzeyde bir çok alanda kullanılmaktadır.

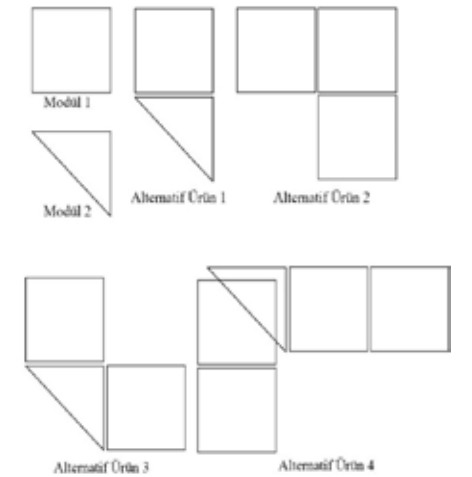


Resim 1. Cite a Docks Modüler Öğrenci Yurdu, Hollanda (URL 1)

Modüler Tasarımın Avantajları

Modüler tasarımların belirli kurallara uyulduğu sürece değiştirilebilirliği bulunmaktadır. Böylece modüler olmayan tasarımların olanak vermediği alternatifler ile birlikte bazı avantajlar sağlamaktadır (Güzel, 2018).

Birimlerin farklı bir araya gelişleri ile ürün çeşitliliği ve esneklik sağlamaktadır.



Resim 2. Modüllerin Bir Araya Geliş Alternatifi (Kişisel Arşiv)

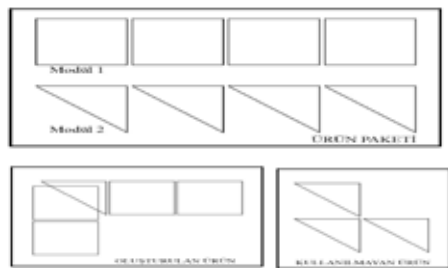
Ürün montajı için gerekli modüler parçaların elde bulunması, ürünün teslimat süresini hızlandırmaktadır. Ürün

geliştirme hızı ve becerisini arttırmaktadır. Modülerlik ürünün düzenleme, iyileştirme ve revize işlemlerini kolaylaştırır (Galunic ve Eisenhardt, 2001). Kullanıcının kendi ihtiyaçlarına göre ürün bileşenlerini alarak yine kendi ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş ürün oluşumunu sağlamaktadır. Ürün çeşitliliğindeki artışa bağlı maliyetin azalmasını sağlamaktadır (O'Grady, 1999). Modüler ürünün daha hızlı tanıtılmasını ve temin edilmesini sağlamaktadır. Tasarım sürecine değer katarak karmaşıklığı kontrol altına almaktadır (Sanchez & Mahoney, 1996).

Modüler Tasarımın Dezavantajları

Modülerlik yaklaşımı her durum için uygun olmamakla birlikte bazı dezavantajları bulunmaktadır;

Ürünün modüler birimlerinin fazla olması kullanılmayan modüllerin varlığını beraberinde getirmektedir. Bu gereksiz ürün sistemin genel performansının düşmesinde etkilidir.



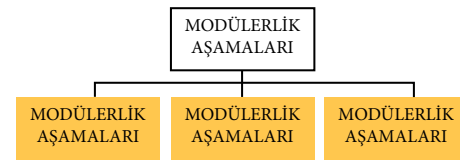
Resim 3. Modüler Tasarımın Oluşum Çıktıları
(Kişisel Arşiv)

Çeşitliliğin sürekli olarak artışı sistem tasarımı ve kontrolünü zorlaştırmaktadır (Langlois, 2002). Özelleştirilmiş donatı üretiminde farklı ürünler için

modül sayısının fazla olması gerekmektedir. Modülerlik özgün tasarım alternatifini azaltmaktadır.

Modülerlik Aşamaları

Modüler ürün ve süreç arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Literatürde modülerlik konusundaki çeşitliliğin çoğu, bir ürünün evriminin farklı aşamalarında farklı modülerlik süreçlerinin ortaya çıkmasıyla açıklanabilir. Bu süreçler tasarımda modülerlik, üretimde modülerlik ve kullanımda modülerlik olarak üç gruba ayrılmaktadır (Asan, 2001).



Resim 4. Modüler Tasarımın Aşamaları
(Kişisel Arşiv)

Tasarımda Modülerlik

Tam bir sistem tasarlamak için tasarımda modülerlik; karıştırılabilen ve eşleştirilebilen bir dizi bağımsız alt birim ortaya çıkarır. Tasarımda modülerlik kuralları 3 ana grupta sınıflandırılabilir (Baldwin ve Clark, 2000):

- Sistemi oluşturan modüller ve her bir modülün rolü (Tasarım altlığı)
- Modüllerin nasıl etkileştiğinin (uyum ve iletişim) tanımı
- Tasarımcı tarafından modüler çe-

şitlenme performansının ölçülebilirliği ve kontrolü

Üretimde Modülerlik

Üretimde modülerlik bir ürünün standartlaşmış parçalarını oluşturarak ürünü bileşenlere ayırır ya da bileşenleri birleştirerek ürünü ortaya çıkarır. Üretimde modülerlik üreticiye ve üretim sürecine kolaylık sağlamaktadır.

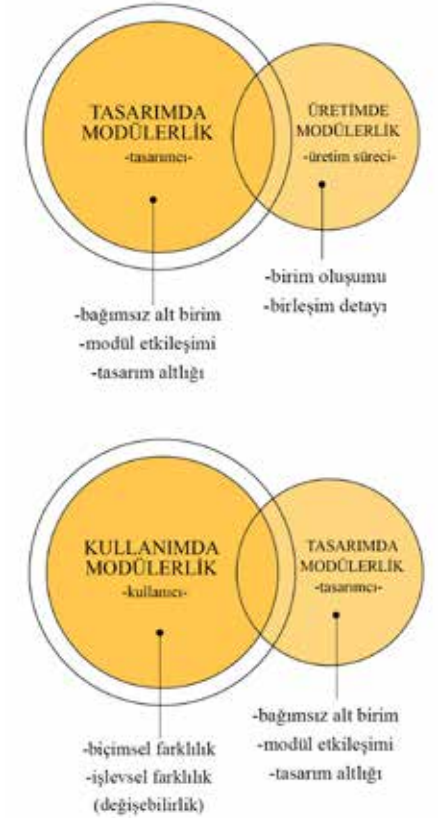
Üretimde birbiri ile uyumlu çalıştığı halde birbirinden ayrıştırılabilen modülün geliştirilmesi ya da değiştirilmesi ürünün bütününe etkilememekte ya da kısıtlı olarak etkilemektedir. Bu mantık modüler yaklaşımın temelini oluşturmaktadır. Hem modüller birlikte ürünün bütününe oluşturmakta hem de birbirinden bağımsız şekilde geliştirilebilmekte ve değiştirilebilmektedir (Asan, 2001).

Kullanımda Modülerlik

Kullanımda modülerlik kullanıcıların işlevsel bir bütüne ulaşmak için bileşenleri karıştırıp eşleyebilecekleri bir ürünü ortaya koymaktadır.

Belli ihtiyaçları karşılamak için var olan bir ürünün bu bütünsel görevi yerine getirmesi için yapısında mevcut bulunan tüm işlevlerin tek tek veya gruplar halinde kullanılması esastır (Asan, 2001). Donatılar işlevsel farklılık ya da biçimsel farklılık seçenekleri ile kullanımda modülerlik sağlamaktadır. Kullanımda

modülerlik kullanıcıya kolaylık sağlamaktadır.



Resim 5. Modülerlik Aşamalarında Geçirgenlik
(Kişisel Arşiv)

Tasarımda modülerlik bir dereceye kadar üretimde modülerliği gerektirirken, kullanımda modülerlik bir dereceye kadar tasarımda modülerliği gerektirir (Baldwin ve Clark, 1994). Modülerlik birbirinden kesin çizgilerle ayrılmamakla birlikte uygulandığı her aşama ilgili kesimin işini kolaylaştırmaktadır.

Modülerliğin her aşaması bir öncekinin üzerine kurulsa da, bir aşamadan diğerine geçiş kaçınılmazdır. Bazı

ürünler üretimde modülerlikten faydalanabilir, ancak tasarımda modülerliğin karma ve eşleştirme esnekliğinden çok az fayda sağlamaktadır. Ya da bazı öğeler üretim aşamasında modüler bir dizinin birleşimi ile üretilir ve sonrasında yeniden yapılandırılmaz. Bu kullanımda modülerliği, yapısal bütünlüğe feda etmek olarak düşünülmektedir (Baldwin ve Clark, 1994).

Modüler Donatı Örnekleri Üzerine İnceleme

Donatıların modülerliği, tasarımdan kullanıma süreç içerisinde modülerliğin alt faktörlerden bir ya da bir kaçını içermesi ile tanımlanmaktadır. Tasarımda, ürünün bağımsız alt birimlerinin olması, alt birim yani modüllerin birbiri ile etkileşimi ya da modül bir altlık ile tasarlanması; üretimde, birim oluşumu ya da ürünün birleşim detaylarının modülerliği; kullanımda ise biçimsel ya da işlevsel farklılıklar sağlaması donatının modülerlik performansını göstermektedir.

Aşağıda ele alınan örnekler iç mekanda oturma, yatma, çalışma, depolama, aydınlatma vb. farklı işlevlerde kullanılan; herhangi bir aşamasında modülerlik bulunduran donatılardan seçilmiştir (Tablo 2-3-4). Farklı işlevde donatı örneklerinin seçilme amacı ise modülerliğin iç mekanda kullanım alanlarındaki farklılıkları ortaya koymaktır. Çalışmada modülerlik aşamalarının her biri için alt faktörler saptanmış (Tablo 1), bu faktörler modüler sistemle tasarlanmış örnekler üzerinde incelenerek donatının tasarım, üretim ve kullanım sürecinde modülerlik performansı değerlendirilmiştir.

Tasarımda Modülerlik	Üretimde Modülerlik	Kullanımda Modülerlik
Bağımsız Alt Birim	Birleşim Detayı	Biçimsel Farklılık
Modül Etkileşimi	Birim Oluşumu	İşlevsel Farklılık
Tasarımda Altlık		

Tablo 1. Modülerlik Aşamalarının Alt Başlıkları

Marhmallow Sofa – George Nelson

George Nelson'ın 'Marshmallow Sofa' tasarımında geleneksel oturma birimi basit bir çelik çerçeveye tutturulmuş on sekiz renkli yastığa sahip üç boyutlu bir nesneye dönüştürmektedir. Marshmallow Sofa alışılmışın dışında formu ve yapısından dolayı tasarım tarihinin modüler donatılarından biri olarak bilinmektedir. Vitra firması tarafından hala üretilen tasarımda iki koltuk ünitesi arasına altı ek yastıklı bir uzatma elemanı monte edilebilmektedir. Bu sayede sınırsız olarak uzatılabilen bir koltuk oluşturulabilmektedir (URL 2). Marhmallow Sofa tasarımında bağımsız alt birim oluşumu ile üretimde kolay birleşim detayı sunmaktadır. Kullanımda ise boyutu isteğe bağlı uzatılarak biçimsel farklılık sağlamaktadır. Modülerlik performansı bakımından değerlendirildiğinde tasarım; bağımsız alt birim, birleşim detayı ve biçimsel farklılık kriterlerini sağlamaktadır.

Red Blue Chair – Gerrit Thomas Rietveld

Gerrit Thomas Rietveld'in 'Red-Blue Chair' tasarımında 10 cm'lik ve 2,5 cm'lik modüller kullanılmıştır. Rietveld için geometrik tutarlılık ve işlevsellik bir tasarım için olmazsa olmazlardandır (Conrads,1999). Ürünün tasarımında

modüller altlık olarak kullanılmıştır. Bu değerlendirme ışığında tasarımın modülerlik performansı bakımından tasarımda altlık ve birim oluşumu kriterlerini içerdiği görülmektedir.

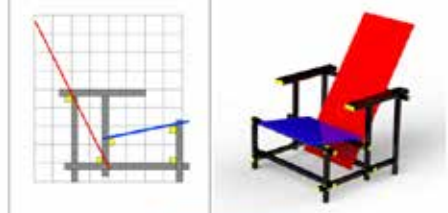
Lines – Sadi Öziş

"Lines" 1966 yılında Sadi Öziş tarafından tasarlanan duvar askısıdır. Boyanmış uzun metal şeritlerden oluşmaktadır. Boyutları, 90x170 cm şeklindedir. 1960'lar da farklı renk ve boyutlarda üretilmiş olan askı, fonksiyonelliği ile öne çıkmaktadır. Askı aparatları ihtiyaca yönelik yer değiştirebilmektedir (URL 4). Donatı tasarım aşamasında modüllerin etkileşimine kullanım aşamasında ise biçimsel farklılığa olanak sağlamaktadır. Modülerlik performansına göre tasarımın modül etkileşimi ve biçimsel farklılık kriterlerini barındırdığı görülmektedir.

lerlik performansına göre tasarımın modül etkileşimi ve biçimsel farklılık kriterlerini barındırdığı görülmektedir.

Rüstem Paşa Külliyesi Mobilyaları – Önder Küçükerman

Rüstem Paşa Külliyesi 1970'li yıllarda restore edilerek öğrenci yurduna dönüştürüldüğünde mobilyaları modüler sistemle Prof. Önder Küçükerman tarafından tasarlanmıştır. Oturma ve sırt kısmı hasırdan olup, demir strüktüre sahiptir (URL 5). Tasarımda belirlenen modül altlık olarak kullanılmıştır. Oluşan birim ile üretimi sağlanmaktadır. Bu değerlendirmeye göre modülerlik performansı bakımından donatı tasarım altlığı ve birim oluşumu kriterlerini içermektedir.

Tasarım Adı	Tasarımcısı	Görsel	Kaynak
Marshmallow Sofa	George Nelson		URL 2
Red-Blue Chair	Gerrit Thomas Rietveld		URL 3
Lines Askılık	Sadi Öziş		URL 4
Rüstem Paşa Külliyesi Mobilyaları	Önder Küçükerman		URL 5

Tablo 2. İncelenen Donatı Örnekleri Listesi 1

Yataklı Dolap – Fikret Tan

1970’li yıllarda yataklı dolap, Yüksek İçmimar Fikret Tan tarafından kız kardeşi Mukaddes Nişli’nin evi için tasarlanıp üretilmiştir. Konut içeri-sindeki yer sıkıntısını gidermek ve misafir odası çözümü yaratmak adına tasarlanmıştır. Kapalı halinde dolap, açık halinde yatak ve kitaplık görevi görmektedir (URL 6). Bu mobilya mo-dülerlik performansına göre değeren-dirildiğinde işlevsel farklılık kriterini barındırmaktadır.

HEXBOX – Kemal Yıldırım

‘HexBOX’ Kemal Yıldırım tarafından tasarlanan dosya dolabıdır. Geniş açılı birleşim noktalarının hızlı monte edilme-sini sağlayan Üç Başlı Eksantrik Bağlantı Elemanı tasarımı yapılmış, ürün bu bağ-lantı elemanı ile monte edilmiştir. Böy-lece ürünün demonte özelliğini ortadan kaldıran olumsuzluklar çözülmüştür. Ürün “A Design Award” ödüllü bir tasa-rım olma özelliği taşımaktadır (Hidaye-toğlu, 2017). HexBOX’ın tasarımında altıgen formunda bir altlık kullanılmak-ta, özgün birleşim detayı ile üretilmekte, kullanımında ise biçimsel farklılık sağ-lanmaktadır. Bu değerlendirmeye göre tasarımın modülerlik performansı ba-kımından tasarım altlığı, birleşim detayı ve biçimsel farklılık kriterlerini içerdiği görülmektedir.

Add+it – Mehmet Lütfi Hidayetoğlu

‘Add+it’ Mehmet Lütfi HİDAYETOĞ-LU tarafından tasarlanan kitaplıktır. 2015 yılında gerçekleştirilen 3. Mobilya

Ar-Ge Proje Pazarında üçüncülük ödü-lü almıştır. Dikey elemanları birbirine bağlayan manyetik bağlantı aparatları “FixingMagnetic” kullanılan kitaplık ta-sarımı 2016 yılında İtalya’da düzenlenen A Design Award and Competition yarış-masında Mobilya ve Dekoratif Ürünler ve Ev Gereçleri kategorisinde “Silver A Design Award” ödülü almıştır (Hidaye-toğlu, 2017). Add+it tasarımı bu değeren-dirmeler ışığında modülerlik perfor-mansına göre modül etkileşimi, birleşim detayı ve biçimsel farklılık faktörlerini içermektedir.

Go – SESTAVI

Hem yetişkinler hem de çocuklar için üretilen ‘Go’, koltuk, oyuncak, basamak taburesi, sepet, masa veya daha da fazla işleve bürünebilen, hareket edebilen ve monte edilmesi kolay modüler bir mobilya parçasıdır. Go sistemi, modül etkileşimi sayesinde iki delikli kayın kontrplak, bir dizi ahşap çubuk ve lev-ha parçalarının birleştirilmesiyle oluş-maktadır. Tek bir elementin hareket ettirilmesi mobilya işlevini tamamen değiştirebilmektedir. Yuvarlatılmış ke-narları sayesinde çocukların kullanımı için de uygundur (URL 7). Go donatı tasarımı modülerlik performansına göre değerlendirildiğinde modül etki-leşimi, birleşim detayı ve işlevsel farklı-lık kriterlerini barındırdığı görülmek-tedir.

Julia Raf Koleksiyonu – MOMOCCA

‘Julia Raf Koleksiyonu’ İspanyol firma Momocca tarafından üretilmiş yenilik-çi ve çok yönlü bir raf sistemidir. Kul-

lanıldığı birim sayısına ve mekana göre hem oda bölücü hem depolama işlevi sunabilmektedir. Dikeyliği sağ-layan çelik bileşenler farklı yükseklik seçenekleri sunarken, ahşap raflar farklı derinlik imkanı sunmaktadır (URL 8). Tasarım aşamasında mo-dül etkileşimi, üretim aşamasında sabit birimlerin üretimi, kullanım aşamasında biçimsel farklılık sağla-maktadır. Bu değerlendirmeye göre modülerlik performansı bakımından tasarım; modül etkileşimi, birim olu-şumu ve biçimsel farklılık kriterlerini bulundurmaktadır.

Jonaxel – IKEA

‘Jonaxel’ depolama raf sistemi, mevcut mekanların boşluklarını daha işlevsel kullanmak için tasarlanmıştır. Sayısız bir araya gelme ve çeşitlenmeye olanak sağlayarak kullanım kolaylığı oluşturmaktadır. Açık raf sistemi çekmece ve kapalı depolama modüllerine de izin vermektedir (URL 9). Depolama iş-levinde kullanılan Jonaxel Raf sistemi değerlendirildiğinde modülerlik per-formansı bakımından modül etkileşi-mi, birim oluşumu ve biçimsel farklılık faktörlerini içerdiği görülmektedir.

Tasarım Adı	Tasarımcısı	Görsel	Kaynak
Yataklı Dolap	Fikret Tan		URL 6
HexBOX Dosya Dolabı	Kemal Yıldırım		Hidayetoğlu, 2017
Add+it Kitaplık	Mehmet Lütfi Hidayetoğlu		Hidayetoğlu, 2017
Go Mobilya	SESTAVI		URL 7
Julia Raf Koleksiyonu	MOMOCCA		URL 8
Jonaxel Depolama Sistemi	IKEA		URL 9

Tablo 3. İncelenen Donatı Örnekleri Listesi 2

MOMO – Jeronimo Fanelli, Mecha Palacio, Bea Palacio

‘Momo’ Jeronimo Fanelli, Mecha Palacio ve Bea Palacio tarafından tasarlanan ürün üç farklı işlev barındırmakta; oturma elemanı, kitaplık ve masaya dönüştürülebilmektedir. Modüler parçalar ve bağlantı elemanlarından oluşan mobilya seti, ihtiyaca göre yeni işlevler kazanabilmektedir. Tasarımı oluşturan ahşap parçalar, bakır bağlantı elemanlarıyla bir araya getirilerek kolay birleşim detayı sunmaktadır. Mobilyanın modüler parçaları hızlı ve kolay montaja olanak vermektedir (URL 10). MOMO modülerlik performansı bakımından incelendiğinde tasarımda altlık, birleşim detayı ve işlevsel farklılık kriterlerini barındırmaktadır.

SCHLICKEYSEN – Enorme Stüdyo

‘Schlickeysen’ Enorme Stüdyo tarafından metal ve seramik kullanılarak üretilmiş modüler bir donatıdır. İki çeşit modüler metal destek ve standart ölçülerde tonoz formlu seramikle bağımsız alt birim oluşturulmuştur. Üretilen birimlerden ihtiyaca uygun bileşen kullanılarak piknik masası, bank, amfi gibi pek çok tipoloji oluşturulabilmektedir (URL 11). Bu değerlendirmelere göre tasarım modüler performans bakımından bağımsız alt birim, birim oluşumu ve işlevsel farklılık kriterlerini içermektedir.

ALVEARE – Claudio Bellini

‘Alveare’ Ersi Firması’nın İtalyan tasarımcısı Claudio Bellini tarafından ta-

sarlanmıştır. Toplu çalışma alanlarında bireysel çalışma alanı sunarken basit birleşim detayı ile kişisel çalışma alanlarını farklı şekillerde birbirine bağlamaktadır. Böylece mekan ihtiyaçlarına cevap veren çeşitli kompozisyonlar sağlamaktadır (URL 12). Tasarım modülerlik performansına göre değerlendirildiğinde modüler etkileşim, birleşim detayı ve biçimsel farklılık kriterlerini içerdiği görülmektedir.

LOOP – Lievore Altherr Molina

‘Loop’ oturma elemanı Lievore Altherr Molina tarafından tasarlanmış modüler bir üründür. Sistem elemanları doğrusal birim, iç bükey (30°) ve dışbükey (30° / 45° / 90°) köşe üniteleri ve takılıp çıkarılabilir kol dayama uçları olmak üzere bağımsız alt birimlerden oluşmaktadır. Ürün mekanın ihtiyaç duyduğu oturma biçimine dönüştürülebilmektedir (URL 13). Bu değerlendirmeler ışığında tasarımın modülerlik performansına göre bağımsız alt birim, birim oluşumu ve biçimsel farklılık kriterleri barındırdığı anlaşılmaktadır.

TWELVE – Alessandro Mattei, Caterina Naglieri

‘Twelve’ İtalyan tasarım stüdyosu Plato Design’in mimarları Alessandro ve Caterina tarafından bir aydınlatma serisi olarak tasarlanmıştır. Beton ve ahşap malzeme kullanarak beşgen parçalarının tekrarını kullanarak elde edilen on iki yüzlü hacimsel bir sistemden oluşmaktadır. Her modülün yan taraflarında manyetik yüzeyler bulunur. Bu birleşim detayı birimlerin birbirine ko-

lay bağlanmasını sağlamaktadır. Böylece ışığın yönü birim sayısı (tekli veya çoklu) ayarlanarak kullanımda biçimsel farklılık sağlamaktadır (URL 14). Aydınlatma tasarımı Twelve, modülerlik performansı bakımından modüler etkileşim, birleşim detayı ve biçimsel farklılık kriterlerini içermektedir.

SMARTBUNCH – Liam Clarke

‘Smartbunch’ 5 kişilik bir ekip tarafından tasarlanıp üretilen dünyanın ilk modüler ampülüdür. Şekli, biçimi

ve gücü değişen aydınlatma kullanıcıya esneklik sağlamaktadır. İşlevsel bir tasarım için ampül ve aydınlatma armatürünü birleştiren bir ürün oluşturulmuştur. Sabit ve katı değil, akıcı ve kullanıcı ihtiyaçları dahilinde geliştirmeye açıktır. Tek ölçüde üçgen formdan oluşan birim manyetik alanları sayesinde iletkenliği ve diğer birimlere tutunmayı sağlamaktadır (URL 15). Değerlendirmeler ışığında tasarım modülerlik performansına göre modül etkileşimi, birleşim detayı ve biçimsel farklılık faktörlerini barındırmaktadır.

Tasarım Adı	Tasarım Cısı	Görsel	Kaynak
Momo	Jeronimo Fanelli, Mecha Palacio, Bea Palacio		URL 10
Schlickeysen	Enorme Stüdyo		URL 11
Alveare Bireysel Çalışma	Claudio Bellini		URL 12
Loop Oturma Elemanı	Lievore Altherr Molina		URL 13
Twelve Aydınlatma	Alessandro Mattei, Caterina Naglieri		URL 14
Smartbunch Aydınlatma	Liam Clarke		URL 15

Tablo 4. İncelenen Donatı Örnekleri Listesi 3

Sonuç

Modüler donatılar; kullanıcının değişen veya çeşitlenen ihtiyaçlarına cevap verebilmektedir. Modülerlikte amaç donatıların tek birimden olmayıp parçadan bütüne gitme mantığının kullanılmasıdır. Modüler donatıların diğer bir özelliği ise birimlerin bir araya gelerek farklı mekânlara uyum sağlayabilen genellikle çok amaçlı ve bütünleşik strüktürler oluşturmalarıdır.

Modüler donatılarda esas olan modül kullanmak ve kullanılan modüllere referans işlevler oluşturmak, bileşenlerin veya bileşen gruplarının bir araya gelme kurallarını belirlemektir. Modüler donatı en uygun mekânda en uygun kullanımla ve gerektiğinde bazı eklemeler, çıkartmalar yapılarak farklı işlevlere dönüşebilen ya da biçimsel farklılıklara olanak sağlayan ürünlerdir. Tasarımda modül kimi üründe ekleme çıkarma ile sağlanmakta kimi üründe ise mobilyanın bileşenleri modüllerden oluşmaktadır. Bu üreticiye ve portatif ise kullanıcıya kolaylık sağlamaktadır. Eklenip çıkarılabilir mobilyalar ise farklı mekânların doluluk boşluk durumuna göre ve ihtiyaca göre şekillenmektedir.

Bu çalışmada seçilen donatı örneklerinin özellikleri, modülerlik aşamalarının alt faktörleri (**Tablo 1**) dikkate alınarak incelenmektedir. Donatı örnekleri üzerinde yapılan modülerlik performans analizi **Tablo 5**'de verilmiştir.

No	Modüler Donatı Adı	Tasarımcı	Tasarımda Modülerlik			Üretimde Modülerlik		Kullanımda Modülerlik	
			Bağımsız Alt Birim	Modül Etkileşimi	Tasarımda Altlık	Birleşim Detayı	Birim Oluşumu	Biçimsel İşlevsel Farklılık	
1	Marshmallow Sofa	George Nelson	•			•			
2	Red-Blue Chair	Gerrit T. Rietveld			•		•		
3	Lines Askılık	Sadi Öziş		•					
4	Rüstem Paşa Külliyesi Mobilyaları	Önder Küçükerman			•		•		
5	Yataklı Dolap	Fikret Tan							•
6	HexBOX Dosya Dolabı	Kemal Yıldırım			•	•			
7	Add+it Kitaplık	M. Lütfi Hidayetoğlu		•		•			
8	Go Mobilya	SESTAVI		•		•			•
9	Julia Raf Koleksiyonu	MOMOCCA		•			•		
10	Jonaxel Depolama Sistemi	IKEA		•			•		
11	Momo	Jeronimo Fanelli vd.			•	•			•
12	Schlickeysen	Enorme Stüdyo	•				•		•
13	Alveare Bireysel Çalışma	Claudio Bellini		•		•			
14	Loop Oturma Elemanı	L. Altherr Molina	•				•		
15	Twelve Aydınlatma	Alessandro Mattei, Caterina Naglieri		•		•			
16	Smartbunch Aydınlatma	Liam Clarke		•		•			

Tablo 5. Donatı Örnekleri Üzerinde Modülerlik Performans Analizi



Modüler donatılar tasarımdan kullanıma bir süreç gerektirmektedir. Süreç tasarım, üretim ve kullanım olarak üç aşamadan oluşmaktadır. Modüler donatıların tasarım aşaması tasarım altyapısına, modüler etkileşimlere ve bağımsız alt birim oluşumuna olanak sağlayarak tasarımcı için kolaylaştırıcı özellik taşımaktadır. Üretim aşamasında modülerlik birleşim detay çözümü ve birim oluşumu ile üretim süreci ve üreticiye kolaylık sağlamaktadır. Kullanım aşamasında modülerlik ise biçimsel farklılık ya da işlevsel farklılık ile yani değiştirilebilirlik ile kullanıcıya kolaylık sağlamaktadır. Bir ürünün modülerliğin üç aşamanın özelliklerini de bulundurması zorunlu değildir. Bir ya da birkaç alt faktör barındırması modüler donatı olarak tanımlanmasında yeterlidir.

Çalışma sonucunda ele alınan donatı örneklerinde modülerlik aşamalarının analizi yapıldığında; incelenen her ürünün modülerlik performansı bakımından tasarım, üretim, kullanım aşamalarının en az bir kriterini içerdiği görülmektedir. Ayrıca modülerlik sürecine bağlı belirlenen alt faktörlere göre yapılan modülerlik performans analiz tablosu ileriki çalışmalar için bir yöntem önerisi olarak sunulmaktadır.

KAYNAKLAR

Adam, Everett E., and Ronald J. Ebert. Production and operations management. No. 658.5 Ad13p Ej. 1 000020. Prentice Hall,, 1992.

Asan, Umut. Modüler Ürün Tasarımı

İçin Bütünleşik Bir Yöntem ve Uygulaması. Diss. Fen Bilimleri Enstitüsü, 2001.

Civelek, Yusuf, and Genco Berkin. “Modül ve Mimarlık.” Nobel Akademik Yayıncılık (2019).

Bilginer, M. Modül Modül Sistemi Modüler Koordinasyon Nedir?, Türkiye Mühendislik Haberleri Dergisi, 98 (1963): 30-36.

Baldwin, Carliss Y., and Kim B. Clark. “Modularity-in-design: An analysis based on the theory of real options.” Harvard Business School (1994): 1-44.

Ching, F.D.K. Architecture: Form, Space, Order. USA, John Wiley&Sons, 2007.

Conrads, Ulrich, ed. 20. yüzyıl mimarisinde program ve manifestolar. Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı, 1991.

Corbusier, Le. The moduler: a harmonious measure to the human scale universally applicable to architecture and mechanics. Vol. 1. Harvard University Press, 1954.

Galunic, D. Charles, and Kathleen M. Eisenhardt. “Architectural innovation and modular corporate forms.” *Academy of Management Journal* 44.6 (2001): 1229-1249.

Güzel, İ. Modüler Tasarımın Müşteri Algısı Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018.

Hasol, D. “Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü, Geliştirilmiş 7.” Baskı, YEM Yayın, İstanbul (1998).

Hidayetoğlu, M. Lütü, and Kemal Yıldırım. “Mobilya Montajında İnovatif Yaklaşımlar ve Tasarımda Sürdürülebilirlik.” *İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi* 6.3 (2017): 122-132.

Langlois, N. R. Modularity in Technology and Organizations. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 2002; Vol. 49.

O’Grady, Peter J. The Age of Modularity: Using the new world of modular products to revolutionize your corporation. Adams & Steele, 1999.

Sanchez, Ron. “Modular product and process architectures.” *The strategic management of intellectual capital and organizational knowledge* (2002): 223.

Schilling, Melissa A. “Toward a general modular systems theory and its application to interfirm product modularity.” *Academy of management review* 25.2 (2000): 312-334.

Sözlük, Türkçe. “TDK.” (2019).

URL 1: Cite a Docks Modüler Öğrenci Yurdu, <https://www.contemporist.com/cite-a-docks-student-housing-by-cattani-architects/> Erişim: 10/09/2020.

URL2: Marsmallow Sofa, <https://www.vitra.com/en-un/product/marshmallow-sofa> Erişim: 21/09/2020.

URL3: Red-Blue Chair, <http://www.andriesvanonck.com/modular.html> Erişim: 25/09/2020.

URL4: Lines Askılık Tasarımı, <http://datum.org.tr/MobilyaDetay?ID=172> Erişim:21/09/2020.

URL5: Rüstem Paşa Külliyesi Mobilyaları, <http://datum.org.tr/MobilyaDetay?ID=224> Erişim:21/09/2020.

URL6: Yataklı Dolap Tasarımı, <http://datum.org.tr/MobilyaDetay?ID=219> Erişim:21/09/2020.

URL7: GO Modüler Mobilya Tasarımı, <https://www.icmimarlikdergisi.com/2016/12/22/moduler-bir-mobilya-tasarimi-go/> Erişim: 21/09/2020.

URL8: Julia Raf Koleksiyonu, <https://www.architonic.com/en/product/momocca-julia-lobby-modular-shelving-system-with-sliding-panels/20145825> Erişim: 10/09/2020.

URL9: Jonaxel, <https://www.ikea.com.tr/urun-katalogu/antreler/acik-raf-sistemleri/acik-raf-uniteleri/89311466/jonaxel-acik-dolap.aspx> Erişim: 21/09/2020.

URL10: Momo, <https://xxi.com.tr/i/moduler-minimalizm> Erişim: 21/09/2020.

URL11: Schlickeysen, https://www.archdaily.com/870559/industrialized-ceramic-elements-that-create-a-variety-of-urban-furnishings?ad_medium=gallery Erişim: 14.09.2020.



URL12: Alveare, <https://www.arc-hitonic.com/en/product/ersa-alveare/20033563> Erişim: 10/08/2020.

URL13: Loop, <https://www.archdaily.com/catalog/us/products/19202/modular-sofa-loop-arper> Erişim: 10/09/2020.

URL14: Twelve, [https://www.icmi-](https://www.icmi-marlikdergisi.com/2017/11/22/mik-natislarla-bir-araya-getirilebilen-moduler-bir-aydinlatma-serisi-twelve/)

[marlikdergisi.com/2017/11/22/mik-natislarla-bir-araya-getirilebilen-moduler-bir-aydinlatma-serisi-twelve/](https://www.marlikdergisi.com/2017/11/22/mik-natislarla-bir-araya-getirilebilen-moduler-bir-aydinlatma-serisi-twelve/) Erişim: 04/08/2020.

URL15: Smartbunch, <https://www.kickstarter.com/projects/292583605/smartbunch-the-worlds-first-modular-light-bulb?ref=recommended&ref=discovery#> Erişim: 10/09/2020.

SANAT MÜZELERİNDE BİLGİLENDİRME TASARIMLARININ ÖNEMİ: TÜRKİYE VE AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDEKİ MÜZE ÖRNEKLERİNİN İNCELENMESİ

*THE IMPORTANCE OF INFORMATION DESIGNS
IN ART MUSEUMS: INVESTIGATION OF TURKEY
AND EUROPEAN MUSEUMS OF COUNTRY
EXAMPLES*

Deniz Babilik

Giriş

Teknolojiyle evrimleşen şen müze kavramı klasik toplama ve sergileme güdüsünü aşarak zaman içinde bilimden sanata uzanan alternatif bakış açılarıyla günümüze ulaşmıştır. 21. yüzyılın başlarında müzeler, topluma ulaşma yöntemleri bakımından, bir önceki yüzyılın önerdiği koşullardan etkilenmiştir. Bu yöntemlerden en yaygını, bilgiyi kullanarak çalışmalarını ve hizmetlerini geliştirmeleri olmuştur (Uralman, 2006: 250). Bilgi yönetimi ise, bilginin sistematik ve kolektif olarak yaratılmasını, paylaşılmasını ve kullanılmasını amaçlayan girintilerdir (Barutçugil, 2002: 51). Bu girintiler, bilgilendirme tasarımının oluşmasını sağlamaktadır.

Görsel iletişim tasarımının en temel alanlarından olan bilgilendirme tasarımı, bilginin nasıl daha iyi şekilde kullanıcıya aktarılabilirliği üzerine çalışmaktadır. Grafik dil, özellikle metropolitlerde, evrensel olması bakımından tercih edilmektedir. Okuma

yazma bilmeyen kitleden o kentin yerel dilini bilmeyen turistlere kadar herkesin ulaşabileceği ve anlayabileceği dil, görsel iletişim ve grafik tasarımın önereceği dildir (Taşcıoğlu, Aydın E., 2006: 229). Günümüzde müzelerin, ziyaretçiyle doğrudan iletişim kurabilmek, müzede bulunan eserler hakkında ziyaretçiyi bilinçlendirmek ve ilgi uyandırmak adına oluşturulan bilgilendirme tasarımları müze ile ziyaretçi arasında kurulan bağ açısından önemli bir yere sahiptir.

Sanat müzelerinde ziyaretçinin etkileşimini arttırmak, ziyaretçi ile bilgi akışını sağlamak ve iletişim kurabilmek adına evrensel tasarımın temel ilkeleri olan eşitlikçi tasarım, kullanımda esneklik, basit ve sezgisel kullanım, algılanabilir bilgi yaklaşımı, uygun boyut ve mekân gibi unsurlara herkes tarafından algılanabilirliği ve kullanılabildiği açısından önem verilmektedir. Bu araştırmada, sanat müzelerinin bilgilendir-



me ve tanıtım amaçlı yararlandıkları görsel iletişim ve sergileme tasarımı pratiklerinin mevcut durumu Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerindeki örnekler üzerinden inceleme yapılmıştır.

METODOLOJİ

Araştırma Modeli

Sanat müzelerinde bilgilendirme tasarımının önemi ve yapılan uygulamaları inceleme yöntemi olarak bu çalışmada genel tarama modellerinden ilgili literatürün taranması ve nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesine bağlı bir araştırma olarak kurgulanmıştır. Bu kapsamda araştırmacı tarafından ilgili literatür taranmış, Dünya'nın farklı ülkelerindeki müzelerin bir kısmı ile Türkiye'deki bazı müzeler araştırmacı tarafından incelenmesi yapılmıştır.

Verilerin Toplanması

Bu çalışmada sanat müzeleri, sanat müzelerinde bilgilendirme tasarımları, Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerindeki sanat müzelerinde yer alan bilgilendirme tasarımları üzerine toplanan veriler; makale, tez ve internet kaynakları bir araya getirilerek ele alınmıştır.

Sınırlılıklar

Araştırma, Avrupa Birliği ülkeleri sanat müzesi örneklerinde Louvre Müzesi, Barcelona Picasso Sanat Müzesi, Prado Müzesi'nin; Türkiye örneklerinde ise İstanbul Modern Sanat Müzesi, Pera Müzesi'nin incelenmesi ile sınırlıdır.

BULGULAR VE YORUM

Müze Nedir?

Uluslararası Müzeler Konseyi'nin tanımına göre; Müzeler, insanlığı çevreleyen somut ve soyut değerleri bir araya getiren, bu değerleri inceleyip araştıran, koruyan ve sergileyerek tekrar topluma aktaran kalıcı kuruluşlardır. Toplumun eğitimi, gelişimi ve hazzı amacıyla kamuya açık olarak kar amacı olmadan toplum hizmetini üstlenmektedirler (Akt. Tezcan, 2019: 1). Müzeler, yalnızca ülke idarelerine ait eserlerin saklanıp, korunduğu yerler değil, toplumun belleğini oluşturan, bilgi ve deneyimlerinin artmasını sağlayan, kişisel beğenilerin gelişmesine de etki eden birimlerdir. Ülkelerin gelişim düzeyleri ile birlikte kültür ve sanata duyulan ilgi de artmaktadır. Müzecilik konusunda, gerek ekonomik ve teknolojik gerekse nitelikli insan gücünde ortaya çıkan gelişme ile birlikte klasik müzecilik anlayışı, yerini modern müzecilik anlayışına bırakmıştır. Bu süreçte, idareciler sahip oldukları eserlerin ziyaretçilere ulaşmasında modern yöntemler kullanarak müzeciliğe yeni bir bakış kazandırmaya başlamıştır (Altunbaş, Özdemir, 2012: 5).

Geçmişte müzeler, toplama, sergileme ve muhafaza etme amacıyla ve oluşumlarından dolayı başlangıçta sadece tarihi yapılarda eserlere ev sahipliği ediyordu. Günümüzde ise müze ve müzecilik anlayışı, temel işlevleriyle beraber teknolojik, sosyolojik, psikolojik alanlarla beraber çağdaş müzecilik anlayışı dahilinde yeniden düzenlen-

miş ve muhafaza edecekleri eserlere göre yeni binalar tasarlanmıştır. Tasarlanan bu yapılar, müzecilik anlayışı doğrultusunda yeni bir çağ başlatarak müzeler üzerinde yeni bakış açıları oluşturmuştur (Atasoy, 1999: 16).

Müzelerin koleksiyonlarında çok farklı objeleri barındırmaları, müzelerin farklı bilim dalları için bir kaynak olarak algılanmasını sağlamaktadır. Örneğin sanat müzeleri sanatla ilgilenenler için önemli bir kaynaktır. Müzelerin evrensel değerleri insanlığın hizmetine sunması ve paylaşımını sağlaması ise medeniyete doğru atılan adımlar olarak kabul edilebilir. Çünkü evrensel değerlerin insanlığa sunulması, onların farklı toplumlar tarafından paylaşımını sağlar. Bu paylaşım sayesinde toplumlar arasında ortak bir dil oluşturulmuş olur. Ortak bir dilin oluşması ise hem kültür ürünlerinin hem de medeniyetin gelişimi açısından önemlidir (Mercin, 2006, 158).

Müzelerde Bilgilendirme Tasarımının Önemi

Son yüzyıldaki bilimsel ve teknolojik gelişmelerin sonuçları insanoğlunun hayatını kolaylaştırmakla birlikte, daha çok bilgiyle karşılaşmasına neden olmaktadır. Günümüzde görsel verilerin artması ve giderek karmaşık hale gelmesiyle, bilginin tasarımı çok daha önem taşımakta ve bilgilendirme tasarımının kendine özgü bir disiplin olarak görsel iletişim tasarımı içindeki değerini artırmaktadır (Uyan Dur, 2011: 5).

Günümüzde, gazete, dergi, broşür, sinema, televizyon, internet gibi ortamlarda, trafik, havalimanları, alışveriş merkezi gibi mekanlarda çevremiz, bilgilendirme tasarımı uygulamalarıyla doludur. Bilgilendirme tasarımının amacı bir bilgi gövdesini, hedef kitleye göre değişen genişlikte insan kitleleri tarafından anlaşılabilir şekilde kolaylaştırarak sunmaktır (Akt.Uyan Dur, 2011: 5). Görsel iletişim tasarımı alanından bakıldığında, katalog, yıllık rapor gibi belgeler, formlar, kullanım kılavuzları, haritalar, tablo ve çizgeler, bilgi grafikleri (infografikler), yönlendirmeler ve işaretleme dizgeleri, yer imleri, sergileme tasarımları bilgilendirme tasarımının alanına girmektedir. Bütün bu alanlar için bilgilendirme tasarımının niteliği oldukça önemlidir (Pettersson, 2007: 27)

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte, dijital medya kültürel mirasın sergilendiği alanlar olan müzelerin tanıtımlarında etkin bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Sanal ortamın kültürel mirasları paylaşmaya olanak tanınması, müzelere çok büyük fırsat ve olanaklar sunmuştur. Günümüzde pek çok müze, sanal ortamın fırsat ve olanaklarından faydalanarak, ziyaretçilerine ya da potansiyel ziyaretçilerine müze hakkında hem güncel veri akışı sağlamakta hem de ziyaretçilere yönelik çeşitli imkânlar sağlamaktadır. Böylece, hem müzelerinin tanıtımlarını yaparken kültür pazarlamasına katkı yapmakta hem de sanal kültürel içerik üretimi yapmaktadırlar (Özarslan, 2019: 1065).



Avrupa Birliği Ülkelerindeki Sanat Müzelerinin Bilgilendirme Tasarımının İncelenmesi

Louvre Müzesi (Fransa, Paris)

Dünyanın en büyük sanat müzesi olan Louvre Müzesi, Fransa'nın başkenti Fransa'da bulunmaktadır. Louvre, on üçüncü yüzyıl başlarında (1204), Philippe Auguste tarafından ilk şekliyle inşa ettirilmiştir. Adını İngilizcede kuvvet, güç anlamına gelen "Lower" kelimesinden alan saray, daha sonra 14. yüzyılda kraliyet merkezi olmuştur. On beşinci yüzyılda ise saray, Loire'nin kıyısına taşınınca Louvre bakımsız kalmış ve 1564'te sarayın Tuileries bölümünün yapımına başlanmış fakat, III. Napolyon zamanında tamamlanamamıştır. 1793'te müze hâline gelen saray, 1871'de büyük bir yangın geçirmiştir. Yapılan tâmirât ve değişikliklerle zamanımıza kadar gelen binâ 1932'de son şeklini (resim 1-2) almıştır. Müze, şehrin içinden geçen Sen Nehri'nin kıyısında yer almaktadır. Tarih öncesi çağlardan, 21. yüzyıla kadar uzanan, oldukça geniş bir koleksiyon yelpazesine sahiptir. 2017 yılında, 8.1 milyon ziyaretçi oranıyla dünyanın en çok ziyaret edilen sanat müzesi seçilmiştir (url 1).



Resim 1. Louvre Müzesi Dış Cephe Mimari Görünümü



Resim 2. Louvre Müzesi Dış Cephe Mimari Görünümü

Louvre Müzesi görsel iletişim tasarımı ürünü örneklerinden müze içi infografik bilgilendirme haritası, web sitesi tasarımı ve yönlendirme tabelaları açısından incelenmiştir. "Son yıllarda tanıtıma, eğitime, bilgilendirmeye ve sergilemeye önem veren müzeler, görsel iletişim tasarımı ürünlerini yeni teknolojinin getirdiği imkânları da kullanarak, ileri düzeyde yararlanmaya başlamışlardır." (Mercin, 2017: 216). Bu doğrultuda teknolojinin verdiği imkanların bir getirisi olan ve bilgilendirme tasarımı grubunda web tasarımları da yer almaktadır. Louvre Müzesi'sinin web site tasarımı (resim 3) görsel iletişim tasarımı ilkeleri (vurgu, renk, denge, bütünlük vb.) açısından incelendiğinde şunlar söylenebilir;

- Web sitenin kenar kısımlarında bulunan geometrik formlar site içerisinde devamlılığı ve bütünlüğü temsil etmektedir.

- Web sitesinin hakim olduğu siyah rengi beyaz ile kontrast oluşturmuştur. Siyahın gücü ve tutkusu, beyazın temiz ve saf anlamlarıyla bir bütün oluşturmuştur.

- Kullanılan serifli ve sans-serif fontlar müzenin kimliğiyle uyum sağlamaktadır.



Resim 3. Louvre Müzesi Web Sitesi Ekran Görüntüsü

Görsel iletişim tasarımlarının bir ürünü olarak bilgi mimarlığı ve infografik tasarımlar; düzensiz bilgi bütününi örgütlemek, sınıflandırmak ve sunmak için yardımcı kavramlar olarak kabul edilmektedir. Bu şekilde bilginin anlaşılabilirliği de kolaylaşmaktadır. Görsel iletişim ürünlerinde bilgi, infografik tasarımı ile sunulduğunda okumanın ve anlamının daha kolay ve daha hızlı gerçekleştiği, yapılan birçok araştırmanın sonucunda ortaya konulmuştur. Infografik tasarımlar diğer platformlarda olduğu gibi görsel iletişim mecralarında da okuyucuya sıkıcı olmayan ve anlaşılır olması kolay ve akılda kalıcı bir süreç yaşatmaktadır (Denli, 2016: 1475). Louvre Müzesi'nin infografik harita tasarımları (resim 4-5) incelendiğinde müzenin kimliğine uygun olduğu, ve yenilikçi bir tasarım anlayışı taşıdığı gözlemlenmektedir. Louvre Müzesi mimarisinden bilgilendirme tasarımlarına kadar, tasarımlarında kullanılan renk grupları, yazı fontları ve görsel kullanımı açısından sadelik imajı çizen ve doğrultuda ilerleyen bir müzedir.



Resim 4. Louvre Müzesi İnfografik Harita Tasarımı



Resim 5. Louvre Müzesi İnfografik Harita Tasarımı

Barselona Picasso Müzesi (İspanya, Barcelona)

20. yüzyılın önde gelen İspanyol sanatçılarından Pablo Picasso'nun yapıtlarının sergilendiği; İspanya'nın Barselona kentinde bulunan sanat müzesidir (resim 6). Picasso, kübizm akımının ve en önemli öncülerinden biridir (Haşlakoğlu, 2015: 111). Müzede resme getirdiği yenilik, daha önceki geleneksel sanat anlayışından, işlediği konuların hepsi yer almaktadır. Müze Barselona'nın La Ribera bölgesinde (resim 7) yer alan müzede 4251 yapıt sergilenmektedir.



Resim 6. Barselona Picasso Müzesi Giriş Görünümü



Resim 7. Barselona Picasso Müzesi Bulunduğu Sokağın Görünümü

9 Mart 1963 tarihinde açılmış ve Picasso'nun yapıtlarına ev sahipliği yapan ilk müze olmuştur (Bolanas, 2008: 352). 2010 yılında müze, Twitter, Flickr ve Facebook gibi sosyal ağlardaki aktif varlığını geliştirmek için bir projeye başladı ve bunun sonucunda "2010 Best of the Web" sosyal medya ödülüne layık görülmüştür. Müzenin sosyal medya projeleri, kurumun araştırma ve bilgisi hakkında katılımcıların görüşlerini almaktadır (MW2010 Best of the Web Winners, 2012). Günümüzde Barselona Picasso Müzesi, Picasso'nun eserlerini sergilemenin yanında sergi salonlarında çeşitli sanatçı ve sanat eserlerine ev sahipliği yapmaktadır.

International Institute for Information Design 'Uluslararası Bilgilendirme Tasarımı Enstitüsü' (IIID) web sitesinin ana sayfasında bilgilendirme tasarımını "Bilgilendirme tasarımı, bir mesajın içeriğini tanımlar, planlar ve şekillenir,

alıcıların bilgi gereksinimlerini sağlamak amacıyla onun sunumunu yapar." şeklinde tanımlamıştır (Atıcı, Yıldırım, 2010: 10-12). Bilgilendirme tasarımı ve

ulaşabilirlik açısından müzelerin web sitesi olması ve bu web sitesinin ilgi çekici olup gerekli bilgileri izleyiciye iletmesi müze açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Barcelona Picasso Müzesi'nin web sitesi (resim 8) görsel iletişim tasarım ilkelerine göre incelendiğinde şunlar gözlemlenmektedir;

Web sitesinin genelinde kullanıcılar açık tonlar ve kullanıcılar boş alanlar, izleyicide bakış boşluğu yaratarak kalabalık bir görünüm oluşturulmaktan kaçınmıştır.

Web sitesinin geneline bakıldığında, web sitesinde minimalizm, sadelik ve modernizmin ön planda olduğu görülmektedir.

Sans-serif yazı fontları kullanılarak web sitesinin görsel tasarımlarla bir uyum sağlanmıştır.



Resim 8. Barcelona Picasso Müzesi Web Sitesi Ekran Görüntüsü

Bilgilendirme tasarımı ve görsel iletişim tasarımı bazı amaç ve uygulama yöntemleriyle iç içe geçmiştir. Görsel iletişim tasarımı ürünlerinin, hedef kitlenin dikkatini çekme, iletişim kurma, mesaj verme gibi işlevlerinin yanında bilgilendirme işlevi de vardır (Uyan Dur, 2011: 6). Bu amaç doğrul-

tusunda afiş ve broşür tasarımları da izleyiciyi bilgilendirmeyi hedeflemektedir. Barselona Picasso Müzesi'ne ait afiş ve broşür (resim 9-10) tasarımlarına bakıldığında web sitesi tasarımı anlayışının devam ettiği görülmektedir. Sadelik ve modern tasarım anlayışı müzenin tüm tasarım unsurlarında yer almaktadır.



Resim 9. Barselona Picasso Müzesi Broşür Tasarımı



Resim 10. Barselona Picasso Müzesi Afiş Tasarımı

Prado Müzesi (İspanya, Madrid)

Prado Müzesi, İspanya'nın başkenti Madrid'de yer alan bir müze ve sanat galerisidir. Dünya'nın en önemli müzelerinden biri olan, 19 Kasım 1819'da Jean de Villanueva'nın yapmış olduğu yapıda hizmete giren Prado Müzesi (resim 11-12), krallık koleksiyonlarının bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur. Müzede ünlü İspanyol ressamlarının (El Greco, Velazquez, Goya, vb.) ve Hollanda ressamlarının (Bosch, Rubens, vb.) yapıtları yer almaktadır.

Prado Müzesi, resim ve heykel müzesi olarak kurulmuş olup, ayrıca 5.000 den fazla çizim, 2.000 baskı, 1.000 madeni para, madalyalar ve yaklaşık 2.000 süs eşyası ve sanat eserlerini içermektedir. Prado Müzesi, Madrid'de en çok ziyaret edilen yerdir. Görme engelliler için bir ilke imza atan Prado Müzesi, ünlü sanatçıların orijinal eserlerinden birebir 3D modelleme oluşturmuştur (url 2).



Resim 11. Prado Müzesi Dış Cephe Mimari Görünümü



Resim 12. Prado Müzesi Dış Cephe Mimari Görünümü

Bilgilendirme tasarımı, iletişime dayalı tasarımların hedefi, doğru açıklanmış ve hatasız bir şekilde iletilmiş olan mesajı geliştirmek ve mesaj alıcı tarafından anlaşıldıktan sonra istenilen davranış değişikliklerini meydana getirmektir. Teknoloji desteği ile yapılan tasarım ve sanatsal çalışmalar, fiziki yapılarıyla iletişim ve bilim ile doğru-



dan irtibatlıdır (Dolunay, Boyraz , 2013:111). Prado Müzesi'nin izleyiciyle iletişim kurduğu web sitesi (resim 13) incelendiğinde şunlar görülmektedir;

- Web sitesinin tasarımıyla müzenin içinde yer alan eserlerin, izleyiciyle doğrudan iletişim kurduğu hissedilmektedir.

- Kullanılan renkler, oluşturulan kompozisyonlar ve yazı fontları müzenin kimliğini yansıtmakta ve içeride bulunan eserlerin ruhunu izleyiciye aktarmaktadır.

- Bir müze için izleyiciyle iletişim kurabilmek oldukça önemlidir. Prado Müzesi'nin web sitesi incelendiğinde izleyicinin dikkatinin çekilmesi amaçlanmıştır.



Resim 13. Prado Müzesi Web Sitesi Ekran Görüntüsü

Müzenin içerisinde yer alan bilgilendirme tasarımları (resim 14-15) incelendiğinde izleyiciye verilmek istenilen bilgilerin anlaşılır, sade tasarımlarla aktarıldığı görülmektedir. Koyu gri rengine oluşturulan zemin üzerine yazıların açık gri renk kullanılması yazıların izleyici tarafından daha rahat okunabilmesini sağlamaktadır. Eserlerin klasik yönünü taşıyan serifli fontlar

ile günümüzün modern tasarım anlayışlarını yansıtan serifsiz yazı fontları uyum içinde kullanılmıştır.



Resim 14. Prado Müzesi Bilgilendirme Tasarımları



Resim 15. Prado Müzesi Bilgilendirme Tasarımları

Türkiye'deki Sanat Müzelerinin Bilgilendirme Tasarımının İncelenmesi

İstanbul Modern Sanat Müzesi (Türkiye, İstanbul)

İstanbul Kültür Sanat Vakfı tarafından 1987 yılında gerçekleştirilen 1. Uluslararası Çağdaş Sanat Sergilerinin görüldüğü büyük ilgi, İstanbul'da sürekli bir modern sanat müzesi kurma fikrinin doğmasına neden olmuştur. Türkiye'nin modern ve çağdaş sanat alanına yoğunlaşan ilk müzesi olan İstanbul Modern Sanat Müzesi (resim 16-17), 11 Aralık 2004 yılında T.C. Denizcilik İşletmeleri için kuru yük deposu ola-

rak inşa edilen dört numaralı antrepoda ziyarete açılmıştır. Müze, Ecza-cıbaşı Holding'e bağlı İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSİV) öncülüğünde kurulmuştur. İstanbul Modern, uluslararası bir yaklaşımla modern ve çağdaş sanat alanında üretilmiş eserleri koleksiyonuna katmakta, koruyup belgelemekte ve sergilemektedir (Şimşek, 2016: 7-8).



Resim 16. İstanbul Modern Sanat Müzesi Eski Binası



Resim 17. İstanbul Modern Sanat Müzesi Geçici Binası

Teknolojinin gelişimiyle beraber ilerleyen internet çağı, müzelerde için izleyiciye ulaşmak adına önemli getiriler sağlamıştır (Sarsılmaz, 2010: 46). Müzeler için tasarlanan web siteleri, izleyiciye bilgiyi doğrudan aktarılabilmesi açısından oldukça büyük bir öneme sahiptir. Özellikle bünyesinde aktif olarak çeşitli sergiler düzenlenen sanat müzelerinin, izleyiciye duyurular yapmak ve izleyiciyi bilgilendirmek adına web sitesine sahip olması gereklilik arz etmektedir.

İstanbul Modern Sanat Müzesi'nin web sitesi (resim 18) incelendiğinde şunlar gözlemlenmektedir;



Resim 18. İstanbul Modern Sanat Müzesi Web Sitesi Ekran Görüntüsü

- İstanbul Modern Sanat Müzesi'in, web sitesi üzerinden izleyiciye aktif olarak duyuru yaptığı gözlemlenmektedir.

- Web sitesinde gri zeminin üstüne müzenin kurumsal rengi olan kırmızı ve beyazın kullanılması canlılığı ayakta tutarak, müze imajından uzaklaşmamayı sağlamıştır.

- Kullanılan serifsiz fontlar, yazıların göz yormadan rahat okunmasını sağlamaktadır.

İstanbul Modern Sanat Müzesi'nin bilgilendirme tasarımları (resim 19-20) incelendiğinde, kurumsal bir bütünlük olduğu gözlemlenmektedir. Tasarımlar müzenin imajını yansıtmaktadır. Modern sanat üzerine kurulan İstanbul Modern Sanat Müzesi, tasarımlarında da modern kavramı görülmektedir. Kullanılan renkler, yazı fontları ve oluşturulan kompozisyonların hepsi bir bütünlük oluşturmaktadır.



Resim 19. İstanbul Modern Sanat Müzesi Giriş



Resim 20. İstanbul Modern Sanat Müzesi Sanatçı-Eser Bilgilendirme Tasarımı

Pera Müzesi

(Türkiye, İstanbul)

Pera Müzesi, 2005 yılında Suna ve İnan Kırâç Vakfı tarafından nitelikli ve geniş ölçekli kültür sanat hizmeti vermek amacıyla kurulmuştur. 2003-2005 döneminde restoratör mimar Sinan Genim'in hazırladığı proje çerçevesinde Tepebaşı'ndaki tarihi Bristol Otel'inin cephesi korunarak çağdaş ve donanımlı bir müze olarak inşa edilerek faali-

yet göstermektedir. Pera Müzesi, Suna ve İnan Kırâç Vakfı'na ait "Oryantalist Resim", "Anadolu Ağırlık ve Ölçüleri" ve "Kütahya Çini ve Seramikleri" koleksiyonlarını ve bu koleksiyonların temsil ettiği değerleri, sergiler, yayıncılık ürünleri, sözlü etkinlikler, eğitim etkinlikleri ve bilimsel çalışmalar aracılığıyla kamuya paylaşmakta, gelecek kuşaklara aktarmayı amaçlamaktadır (Başak, Özrili, 309-310).



Resim 21. Pera Müzesi Dış Cephe Mimari Görünümü



Resim 22. Pera Müzesi Dış Cephe Mimari Görünümü

Pera Müzesi'nin web sitesi (resim 23) görsel iletişim tasarım ilkelerine göre incelendiğinde şunlar gözlemlenmektedir;

•Web sitesinin genelinde kullanılan boş alanlar ve birbirine uygun kullanılan renk skalası izleyiciyi sıkmadan aktarılmak istenilen bilgilerin verilmesini sağlamaktadır.

•Web sitesinin tasarım kompozisyonu modern tasarım anlayışına uymaktadır.

•Kullanılan yazı fontları, müzenin modern ve klasik dönem arasında oluşturduğu köprüye uyum sağlayarak müze imajını taşımaktadır.



Resim 23. Pera Müzesi Web Sitesi Ekran Görüntüsü

"Bilgilendirme tasarımı, kullanıcısının ihtiyaç duyduğu bilgiyi hızlı ve anlaşılır biçimde düzenleyerek sunan bir tasarım alanıdır" (İlisulu, 2017: 195). Pera Müzesi, izleyiciye bilgi aktarımı sağlarken modern, sade, anlaşılır ve müze imajına uygun tasarımlar tercih etmektedir. Müze içinde yer alan bilgilendirmeler (resim 24), eserin önüne geçmeden okunaklı renkler ve fontlar tercih edilerek izleyiciyle iletişim kurmaktadır. Pera Müzesi'nin girişinde verilen bilgilendirme broşürleri (re-

sim 5), müzenin içinde yer alan eserleri yansıtmaktadır. İlgi çekici renk ve görsel kullanımları izleyicinin algısını tasarıma çekmektedir.



Resim 24. Pera Müzesi Eserlerin Bilgilendirmesi



Resim 25. Pera Müzesi Bilgilendirme Broşürleri

SONUÇ VE ÖNERİLER

Geçmişten günümüze teknolojinin ve sosyolojinin gelişimiyle evrimleşen müze kavramı, farklı disiplinlerle birlikte çalışmayı gerektiren bir alana dönüşmüştür. Toplama, sergileme ve muhafaza etme amacıyla ve oluşumlarından dolayı başlangıçta sadece tarihi yapılarca eserlere ev sahipliği eden müzeler, teknolojik, sosyolojik, psikolojik alanlarının gelişimiyle beraber çağdaş müzecilik anlayışının doğmasına ve müzecilik anlayışında yeni bir çağın doğmasını sağlamıştır. İletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşması-



la birlikte, dijital medya kültürel mirasın sergilendiği alanlar olan müzelerin tanıtımlarında etkin bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Sanal ortamın kültürel mirasları paylaşmaya olanak tanınması, müzelere çok büyük fırsat ve olanaklar sunmuştur.

Günümüzde pek çok müze, sanal ortamın fırsat ve olanaklarından faydalanarak, ziyaretçilerine ya da potansiyel ziyaretçilerine müze hakkında hem güncel veri akışı sağlamakta hem de ziyaretçilere yönelik çeşitli imkânlar sağlamaktadır. 21. yüzyılda teknolojinin gelişimiyle müzelere erişim daha kolay bir hal almıştır. Müzeler ziyaretçiye sadece sergileme hizmeti vermenin dışında sosyalleşme alanları da sağlamaya başlayarak yeni müzecilik anlayışını sunmaya başlamıştır. İletişim teknolojilerinde yaşanan ilerleme ve yaygın internet kullanımı, kültür kurumlarının kendi hedef kitlelerine ulaşmasını kolaylaştırmıştır.

Günümüzde, artan ve karmaşıklaşan veri ve bilgileri, planlı ve anlaşılır bir biçime dönüştürerek alıcıya ulaştırma sorunu ayrı bir tasarım disiplinin doğmasına neden oldu. Bilgilendirici unsurların organize edilerek aktarmanın tasarımı olarak ifade edilebilecek olan bu disipline bilgilendirme tasarımı adı verilir. Bir başka tanımlamaya göre de “Bilgilendirme tasarımı, kullanıcısının ihtiyaç duyduğu bilgiyi hızlı ve anlaşılır biçimde düzenleyerek sunan bir tasarım alanıdır” (İlisulu, 2017: 195). Bilgilendirme tasarımı ve görsel iletişim tasarımı bazı amaç ve uygulama yöntemleriyle iç içe geçmiştir. Görsel

iletişim tasarımı ürünlerinin, hedef kitlenin dikkatini çekme, iletişim kurma, mesaj verme gibi işlevlerinin yanında bilgilendirme işlevi de vardır. Bilgilendirmenin ayrı bir tasarım disiplini olarak anılmaya başlamasından bu yana genelde veri görselleştirmelelerinde, yönlendirme ve işaretlendirme sistemlerinde, sergileme grafiklerinde, infografik tasarımlarda ve teknolojik ürünlerde kullanımı ele alınıp Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerindeki seçili sanat müzeleri incelenmiştir.

Teknolojinin bir getirisi olarak müzelerde bilgilendirme tasarımı ve tanıtımı, web sitelerinden ‘sanal müze’ uygulaması hizmeti sunmaktadır. Bu uygulama sayesinde ziyaretçi bilgisayar başında çevrimiçi bir şekilde müze ziyaretini gerçekleştirmektedir. Web tabanlı sanal müzeler düşük maliyetlidirler, tanınmayan kültürlerin tanıtılmasını ve araştırmacılar için de kolaylık sağlamaktadırlar. Görsel tekniklerin gelişmesi ve sanal gerçeklik uygulamasının yaygınlaşmasıyla, web tabanlı sanal müzeler gerçekçi deneyimler sunabilmektedirler. Sanal müze bilgilendirme ve tanıtımının yaygınlaşması, kolay ve hızlı erişim olanaklarını izleyiciye sunabilmektedir.

KAYNAKLAR

- Altunbaş, Aysun. Özdemir, Çiğdem. Çağdaş Müzecilik Anlayışı ve Ülkemizde Müzeler. Ankara: Müzecilik Meslek Kuruluşu Derneği, 2012.
- Atasoy, Sümer. Çağdaş Müzecilik Anlayışı ve Türk Müzeciliği. İstanbul: Anka Yayınları, 1999.

Atıcı, Bünyamin. Yıldırım, Serkan. Web 2.0 Uygulamalarının E-öğrenmeye Etkisi. Akademik Bilişim, 2010.

Barutçugil, İsmet. Bilgi yönetimi. İstanbul: Kariyer Yayınları, 2002.

Başak, Oktay. Özürlü, Yaşar. Türkiye’de Özel Müzecilik ve Pera Müzesi Örneği. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, 2019.

Bolanos, Maria. History museums in Spain. Elsevier Trea, 2008.

Denli, Salih. Aydın Erdoğan Dilek. Grafik Tasarımın Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımındaki Rolü ve Londra Eskişehir Örnekleri Üzerinden Bir İnceleme. Sanat ve Tasarım Dergisi, 2006.

Dolunay, Ahmet. Boyraz, Burak. Dijital Sanatlar Çerçevesinde Üretilen Eserlerde Teknoloji Kullanımı ve İnternetin Sergilemeye Etkisi. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 2013.

Haşlakoğlu, Oğuz. Picasso ve Sanatsal Eylem: Kübizm’in Doğuşu. Mavi Atlas, 2015.

İlisulu, İnanç, Tefik. Bilgilendirme Tasarımı ve Eğitimdeki Yeri. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 2017.

Mercin, Levent. Müze Eğitimi, Bilgilendirme ve Tanıtım Açısından Görsel İletişim Tasarımı Ürünlerinin Önemi. Milli Eğitim Dergisi, 2017.

Mercin, Levent. Müze ve Toplum. An-

kara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, 2006.

MW2010 Best of the Web Winners. Archimuse. Archived from the original, 2012.

Özarslan, Kübra. Müze Pazarlaması Bağlamında Dünyada ve Türkiye’de En Çok Ziyaret Edilen Müzelerin Ziyaretçi Odaklı Web Tasarımları. Erciyes İletişim Dergisi, 2019.

Pettersson, Rune.. Information Design An Introduction. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2002.

Sarsılmaz, Yavuz. Müzelerde Teknoloji Kullanımı. İstanbul: Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi, 2010.

Şimşek, Fatih. Türkiye’de Çağdaş Sanat ve İstanbul Modern Müzesi. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2016.

Taşcıoğlu, Melike. Görsel İletişimde İnfografik. Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi, 2016.

Tezcan, Özlem. Modern Müze İç Mekânlarında Kavramsal Tasarım Kriterleri Kapsamında İnteraktif Uygulamaların İncelenmesi. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, 2019.

Uralman, Hanzade N. 21. Yüzyıla Girerken Bir Bilgi Kurumu Olarak Müze. Bilgi Dünyası Dergisi, 2006.

Uyan Dur, Banu. Bilgilendirme Tasa-



rımında İlkeler, Öğeler ve Uygulama Sorunları -Bilgilendirme Tasarımı Uygulaması-. Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, 2011.

Görsel Kaynakları

Resim 1: <https://news.cgtn.com/news/2020-03-02/Paris-s-Louvre-Museum-closes-over-staff-s-COVID-19-fears-OwGKAvyzo4/index.html> (Erişim: 15.05.2020)

Resim 2: <https://news.cgtn.com/news/2020-03-02/Paris-s-Louvre-Museum-closes-over-staff-s-COVID-19-fears-OwGKAvyzo4/index.html> (Erişim: 15.05.2020)

Resim 3: <https://www.louvre.fr/en> (Erişim: 17.05.2020)

Resim 4: <https://gezginhipokrat.blogspot.com/2018/10/louvre-dunya-nin-en-cok-ziyaret-edilen.html> (Erişim: 18.05.2020)

Resim 5: <https://gezginhipokrat.blogspot.com/2018/10/louvre-dunya-nin-en-cok-ziyaret-edilen.html> (Erişim: 18.05.2020)

Resim 6: <https://www.inexhibit.com/mymuseum/picasso-museum-barcelona/> (Erişim: 21.05.2020)

Resim 7: <https://www.inexhibit.com/mymuseum/picasso-museum-barcelona/> (Erişim: 21.05.2020)

Resim 8: <http://www.museupicasso.bcn>

cat (Erişim: 21.05.2020)

Resim 9: <http://www.blogmuseupicasso-bcn.org/?lang=en> (Erişim: 21.05.2020)

Resim 10: <http://www.marnich.com> (Erişim: 21.05.2020)

Resim 11: <https://www.tiqets.com/en/madrid-attractions-c66254/tickets-for-prado-museum-p974035/> (Erişim: 18.05.2020)

Resim 12: <https://www.viator.com/tours/Madrid/Skip-the-Line-Tickets-for-Prado-Museum-in-Madrid/d566-5903P26>

Resim 13: <https://www.museodelprado.es> (Erişim: 10.06.2020)

Resim 14: <https://taudesign.com/en/work/museo-nacional-del-prado-fra-angelico-english/> (Erişim: 10.06.2020)

Resim 15: <https://taudesign.com/en/work/museo-nacional-del-prado-fra-angelico-english/> (Erişim: 10.06.2020)

Resim 16: https://www.istanbulmodern.org/tr/muze/hakkinda_3.html (Erişim: 10.06.2020)

Resim 17: <https://kulturlimited.com/2018/05/16/istanbul-modernin-be-yoglundaki-gecici-mekani-aciliyor/> (Erişim: 17.06.2020)

Resim 18: <https://www.istanbulmodern.org> (Erişim: 17.06.2020)

Resim 19: <https://kesfet.tv/istanbul-modern-muzesi.html> (Erişim: 17.06.2020)

Resim 20: <https://www.ajandakolik.com/ara-gulerin-istanbul-moderndeki-ilk-kisisel-sergisi/> (Erişim: 17.06.2020)

Resim 21: https://yandex.com.tr/harita/org/pera_muzesi/1003909190/?l=28.975123%2C41.031858&z=17 (Erişim: 21.06.2020)

Resim 22: <https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-165659/pera-muzesi.html> (Erişim: 21.06.2020)

Resim 23: <https://www.peramuzesi.org.tr> (Erişim: 21.06.2020)

Resim 24: <https://haberglobal.com.tr/kultur-sanat/pera-muzesi-ile-istanbul-arastirmalari-enstitusu-yeniden-ziyarete-aciliyor-50141> (Erişim: 22.06.2020)

Resim 25: <https://www.bitmezat.com/urun/1606246/10-adet-pera-muzesi> (Erişim: 22.06.2020)

İnternet Kaynakları

Url 1: https://tr.wikipedia.org/wiki/Louvre_Müzesi#cite_note-4

Url 2: https://en.wikipedia.org/wiki/Museo_del_Prado



MÜZE ve SERGİLERDE QR KOD UYGULAMASININ İNCELENMESİ

INVESTIGATION OF QR CODE APPLICATION IN MUSEUMS AND EXHIBITIONS

Cemre ASLAN

Giriş

Günümüz teknolojilerinin gelişimi birçok alanı etkilemiştir. Bu durum sanat eserlerinin sergilenme şekillerini ve dolayısı ile müzelerdeki sergileme biçimlerinin etkilenmesine de neden olmuştur.

İçinde bulunduğumuz dijital çağ ile birlikte akıllı telefonlar, tabletler ve bilgisayarlar hayatımızı kolaylaştırmaya başlamıştır. Bu yöntemlerden biri de QR kodlardır. QR kodlar, sergi ve izleyici etkileşimini arttırmaya yarayan bir yöntemdir.

2 boyutlu bir yüzey üzerinde siyah kare ve farklı şekillerden oluşan QR kodlar akıllı ve mobil cihazlar üzerinden kullanılmaktadır. QR kodlar bilgi akışını en hızlı bir şekilde aktarması ve yüksek verilerdeki görselleri, videoları, siteleri açması açısından en kullanışlı araçtır. QR kodlar her alanda yaygınlaşan bir teknolojidir. QR kodların kullanışlı bir yapıya sahip olması müze ve sergilerde kullanımın artmasını sağlamaktadır. Günümüz teknolojileri gelişmeye de-

vam ederken, buna ayak uyduran ve bu gelişmeleri benimseyen müze ve sergiler de gelişmeye devam edecektir. Bu amaçla bu çalışmada, QR Kod kullanımının müze ve sergilerde yaygınlaşmasının sağlanması, toplumlar arasındaki etkileşimi arttırması açısından önemi ve QR kodla yapılmış sergi ve müze örneklerinin ortaya koyulması amaçlanmıştır.

QR Kodlar, Japon bir firma olan Denso Wave adlı şirket tarafından oluşturulmuştur. İlk olarak Toyota şirketindeki araç parçalarını etiketlemek amacıyla ortaya çıkmıştır. Daha sonrasında ise Denso Wave şirketi QR Kodların patent haklarını insanlığın kullanımına açmıştır. QR Kodların kullanım alanlarına bakıldığında, çok geniş bir yelpazeye sahip olduğu görülmektedir. Bunlar başlıca; eğitim, eğlence, sanat, sağlık, finans, yiyecek- içecek ürünleri vb. birçok farklı alanda yaygınlaşmaya başlamaktadır. Günümüzde bilinirliği ve kullanımı arttıkça daha fazla alanda kullanılmaya devam edecektir. (Görsel 1-2).



(Görsel 1-2). QR Kod Örneği
(İnternet 1)

1.2. QR Kod Nedir?

Türkçe karşılığı “ kare kod” olan QR kodlar, içerisinde video, link, görsel ve web site gibi verileri akıllı cihazlarla kolaylıkla açmamıza yarayan iki boyutlu bir barkod türüdür. Günümüz teknolojisinin gelişmeye devam etmesiyle birlikte QR Kod kullanımına daha çok ihtiyaç duyulmaktadır.

Düz çizgi barkodun icat edilmesi 1948 tarihine kadar geriye gitmektedir. Çizgisel barkodlar tasarımları gereği yüksek miktarlarda veri saklama kapasitesine sahip değildir. Veri ihtiyacının artması sonucunda Japon Denso firması 1994 yılında QR Kod ismi verilen iki boyutlu yeni bir tür barkod modeli geliştirmiştir. Çizgisel barkodlardan çok daha fazla veri tutabilen bu barkod türü kendi içinde

hata kontrol mekanizması bulundurarak barkodun bir kısmının zarar görmesi durumunda bile okunabilirliğini sağlamaktadır. Bu tasarım 1998 yılında standartlarını tam olarak oturtmuş, fakat devam eden yıllarda farklı modelleri de geliştirilmesiyle çeşitlenmiştir. (Topaloğlu, 2019)

QR kod geleneksel iletişim araçları ile dijital teknolojiler arasında köprü kurulmasını sağlayan bir yeni medya olmakla birlikte iletişim teknolojisi olarak da adlandırılmaktadır. Geleneksel kitap, dergi ve gazete gibi bastırılabilir her türlü yüzey üzerine yerleştirilerek, geleneksel iletişim araçlarını hibrit iletişim araçlarına dönüştürür (Aktaş, 2014).

Kare kodlar, akıllı telefonların ve iletişim teknoloji ürünlerini kullanarak veri, içerik ve bilgiye ulaşmanın bir aracı olarak belirlenebilir. Comscore firmasının yapmış olduğu bilimsel çalışma sonuçlarına istinaden 14 milyon kullanıcının verilerine bakıldığında, QR Kod kullananların %53,4’ünü 18-34 yaşlarındakiler oluştururken, %60,5’lik oranla erkeklerin barkodları daha fazla kullanmış olduğu gözlemlenmiştir. QR kod kullanımlarının %58’i hanelerinden, %39,4’ü alışveriş mağazalarından, %24’i market türü küçük alışveriş merkezlerinden yapılmıştır (Bozkurt, Ergen, 2012). Bu oranlar QR kod kullanımının hemen hemen yarısından biraz fazlasının genç ve orta yaşta insanlardan oluştuğunu ve aynı zamanda kadınlara oranla erkeklerin daha çok QR Kod kullan-

mayı tercih ettiğini ortaya koymaktadır. Yine bu araştırma sonuçları QR kodu insanların evlerinde daha fazla kullandıklarını göstermektedir (Bozkurt, Ergen, 2012).

Günümüzde Kare kodlar ve QR kodlar, özellikle mobil teknoloji araçlarının kullanımı ile yükselen ticari bir trend elde ederek firmaların ilgisini çekmiştir. QR kodların etkisini daha net gören firmalar pazarlama aracı olarak kullanmaya başlamışlardır. Mobil cihazların dünyada kullanım oranı 2001 yılında %15,6 iken, 2010 yılında %74,9'a yükselmiştir. Bu da QR kodların hızla tercih edilmesinin en büyük göstergesi olarak değerlendirilebilmektedir (Narang, 2012).

1.3. QR Kod Kullanım Alanları Nelerdir?

QR Kodlar, çok büyük verileri depolaması, küçük boyutlarda olmaları ve çok az yer kaplamaları QR Kodların kullanımını kolaylaştıran başlıca etmenlerdendir. Bu etmenler QR kodun kullanım alanlarını gün geçtikçe arttırmaktadır. QR kodlar gazete, dergi, afiş, kartvizit gibi bastırılabilir birçok iletişim aracı ve web sayfaları, müze, ulaşım gibi çeşitli alanlarda kullanılabilmektedir. Herkesin kolaylıkla erişebildiği ve kendi QR kodunu oluşturabildiği günümüzde, QR kodların yaygınlaşması çok daha kolay hale gelmiştir. QR Kodların kullanıldığı ve kullanılabileceği alanlar şu şekilde sıralanabilir;

•Eğitim alanında kullanılan QR kod-

larda soruların yanına yerleştirilerek o sorunun cevabına ve o konu ile ilgili videoya ulaşılabilir.

•Kartvizit üzerinde web sayfası linki yazmak yerine QR koda yerleştirebilmektedir.

•Ambalaj ürünlerinin üzerinde kullanılabilmekte ve ürün hakkında bilgi vermesi sağlanabilmektedir

•Dergi ve gazetelerde bir konu ile ilgili daha fazla bilgi ve video okuyuculara sunulabilir.

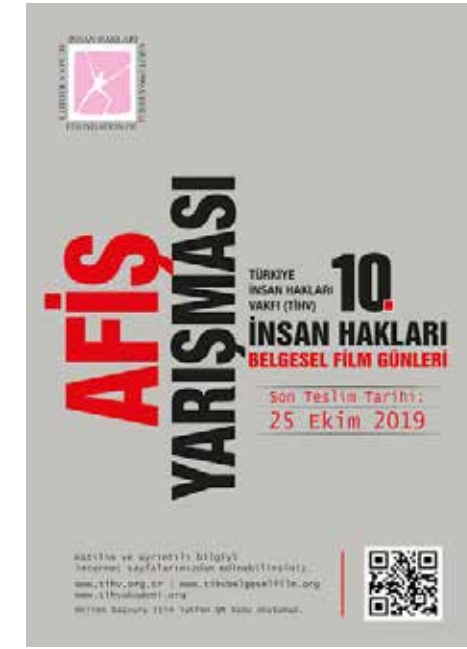
•Tabelalarda, panolarda, afişler de reklam amaçlı kullanılmaktadır

•Devlet kurumları vb. kurumların belgelerinde kullanılmaktadır.

•Müzelerde bulunan tablo ya da benzeri objelerde kullanılarak eserle ilgili daha fazla bilgi, video ve resim sağlamaktadır.

•Sanayi ürünlerinde parçaların tespit edilmesi ve izlemesi yapılabilmektedir

•Hava yollarının bagaj etiketlerinde, bagaj takibi yapılmada kullanılmaktadır. (Görsel 3-4-5).



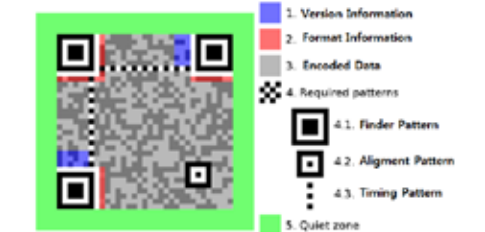
(Görsel 3-4-5.) QR Kodların dergi, kartvizit, afişlerde kullanımına örnek. (İnternet 2-3-4)

1.4. QR Kod ve Elektronik Cihaz Ekişimi

Akıllı telefonların gelişmesiyle birlikte, tüketicilerle geleneksel araçlarla beraber yenilikçi pazarlama araçlarıyla da ileti-

şim kurulmaya başlanmıştır (Bozkurt ve Ergen, 2012: 51). Bunlardan biri olan QR Kod teknolojisi NFC teknolojisi (Yakın iletişim teknolojileri) esasına dayanarak oluşturulmuş bir uygulamadır. NFC teknolojisi cihazlar arasında yakın mesafeden veri iletimine olanak tanıyan yüksek frekans, kısa mesafeli bir kablosuz iletişim teknolojisidir. Örneğin bir POS (Satış Noktaları Terminali) cihazına veya ürüne entegrasi ile ve bu mobil cihazların yakınlştırılmasıyla sistem harekete geçmektedir. Bu sayede kredi kartları, bankalar, GSM operatörleri, cep telefonu operatörleri ile çeşitli kurum ve kuruluşları bir araya getiren iş modelleriyle NFC teknolojisi hızla bir şekilde yaygınlaşmıştır (Örücü, 2013: 261).

Adroid veya ios işletim sistemli telefonlara yüklenen QR kod uygulaması ile dünyanın her yerinde bilgiye erişmemizi sağlanabilmektedir. QR kodlarda bulunan satır sayısı sütun sayısına eşittir. QR kod yatayda ve dikeyde yerleştirilse dahi her yönden okunabilmeyi sağlamaktadır. QR kod'un üç köşesinde yer alan algılayıcılar ve orta kısımlarda bulunan veri alanı olarak ikiye ayrılmaktadır. Telefon veya tabletle okuma işlemiyle ilk algılayıcılar harekete geçmekte daha sonra, kodun iç kısmının(veri alanı) her yeri okunmasıyla tamamlanmaktadır (Görsel 6).



(Görsel 6.) QR kod çalışma sistemi ve bölümleri (İnternet 5)

1.5. QR Kod Avantaj ve Dezavantajları Nelerdir?

QR kodların avantajları arasında en başta sınırlı bir boyutta çok fazla bilgi aktarımı sağlaması gelmektedir. Reklam ve pazarlama alanında farklı kullanımlar sağlaması ve bulunduğu yüzeyde kolaylıkla kullanılabilir bir özelliğe sahip olması çok fazla tercih edilmesini sağlamaktadır.

QR kodlar bir parçası yırtılsa ya da kirlense bile işlevini yerine getirmeye devam etmektedir. QR kodların köşelerinde bulunan algılayıcılar ve veri alanı QR kodların her yönden okunmasını sağlamaktadır. QR kodların en önemli özelliklerinden bir diğeri ise akıllı cihazlar üzerinden okunarak sanal ortamla çok kolay şekilde etkileşime girmemizi sağlamasıdır. Bu özelliğinin yanında herhangi bir kamera ile okutulması bu işlemi zahmetsiz bir şekilde yapmamızı sağlaması açısından da bir avantajdır. Basılabilir özelliği QR kodların çoğaltılmasına imkân sağlamak tadır bu da herkesin kolaylıkla erişmesini sağlamaktadır.

Farklı türde cihazlar ve yazılımlar ile QR kodların deşifre edilebilmesi QR kodların sahip olduğu uluslararası standartlar sayesinde kullanıcılara kolaylıklar sağlamaktadır. QR kod, AIM (Havacılık Bilgi Yönetimi), JIS (Japon Endüstriyel Standartları) ve JAMA (Japon Otomobil Üreticiler Birliği), ISO (Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu), Çin Kore ve Vietnam ulusal standartlarını içerisinde barındırmaktadır (Aktaş, 2014).

QR kodların dezavantajları arasında en büyük sorunun QR kodların sadece telefon ve tabletler ile kullanılabilir hale gelmesidir. Bu QR kodun kullanımındaki bir sınırlılık olarak görülebilir. Diğer dezavantajı ise QR kodların hackerlar tarafından kötüye kullanılmasına neden olabilmesidir. Herhangi bir yer de okuttuğumuz QR kodun zararlı sayfalara yönlendirme yaparak telefona zararlı bir yazılım indirebilmektedir. Bu durumla karşı karşıya kalmamak için QR kodun okutulduğu sayfayı kontrol etmekte fayda vardır.

2. Müze ve Sergi Kavramı

2.1. Müze ve Sergi Nedir?

Müzeyi, tarihi, kültürel ve/veya sanatsal öğelerin sergilendiği, toplumsal gelişmeye katkı sağlayan, insan yaşamına hizmet etmiş değerlerin biriktirildiği, saklandığı, sunulduğu bir yer olarak tanımlamak mümkündür. Literatürde de onlarca farklı tanım da yer almaktadır. Bu tanımlar irdelendiğinde ortak bir maksat gözlemlenmektedir. O da müzelerin toplumun değerlerinin biriktirildiği merkezler olduğudur. Ayrıca müze sanatsal düşüncenin gerçek bilincini oluşturan gelişmesini pekiştiren en rasyonel alandır (Buyurgan ve Mercin, 2009: 29). Müzeler, bilgi üreten, koleksiyonlarındaki eserlerle, nesnelerle sahip olduğu bilgiyi sergileyen, bilgiyi eğitim etkinlikleri ile ziyaretçilerine sunan toplumun tüm tabakalarına ulaştırmayı hedefleyen ve böylece depo görünümünden sıyrılan, canlı mekânlar haline gelmiş kurumlardır (Çolak, 2006).

Müzeler; içerisinde geçmişin izlerini bulunduran ve bu izleri yaşatan mekânlardır. İnsanoğlunun varlığının izlerini taşıyan müzeler geçmiş geleceğe taşıyan ve gelecekteki nesillere bu izleri aktarmamızı sağlayan en önemli yerlerdir (Boratav ve Güldal, 2016). Günümüzde tarihi eserlerin dışında pek çok sanatçı farklı eser üretilmektedir. Bu eserlerin izleyiciye nasıl sunulması gerektiği sergileme yöntemleriyle belirlenmekte ve bu eserlerin bulunduğu mekanlara ise sergi denilmektedir. Türk Dil Kurumunda ise sergi; “Alıcının görmesi, seçmesi için dizilmiş şeylerin tümü ve bu nesnelerin serildiği yer” olarak tanımlanmaktadır.

Müzeler, fiziki açıdan bakıldığında bir bina, bir mekan, bir açık hava ortamı, bir fabrika, sanal ortam vb. çok farklı biçim ve şekilleri olan özelliklere sahip kurumlardır. Bu kurumların bağlı olduğu yerler resmi ve özel olabildiği gibi, yönetim bakımından farklı kuruluşlara ait ve çok çeşitli koleksiyonlara sahip olabilmektedirler. Bu yüzden hem Dünya genelinde hem de Türkiye’de sayıları her geçen gün artmaktadır. Sayılarının artmasına, farklılık ve çeşitliliklerine rağmen müzelerin ortak işlevi, toplamak, sergilemek, onarmak, biriktirmek, tanıtmak, eğitmek ve eğlendirmektir (Mercin, 2017).

Geçmişten günümüze müzeler ve sergiler de çağın bulunduğu durumla birlikte değişimler göstermektedir. Teknolojinin getirisi olarak insanın gelişimi ve değişimi birçok şeyde olduğu gibi müze alanını da etkilemiştir. Yıllarca kapalı alanlarda bulunan müzeler

ve sergiler, avangart akımlar ile birlikte değişime uğramaya başlamıştır. Sergi ortamlarının yerini spor salonları, sınıflar, sokak alması ve insanlarla etkileşim kurulmasının önemini ortaya koymaya çalışmışlardır.

18. yüzyıl, Avrupa’da Kraliyet koleksiyonlarının müzelere dönüşmeye başladığı, 19. yüzyıl ise tüm Avrupa’daki İmparatorluk merkezlerinde müzelerin kurulduğu dönemdir. Daha sonra müzelerin kamuya açılması, aydınlanma ile karmaşadan düzene geçmiştir. Sanat eserleri kronolojik olarak tarz, akım, dönem vb. biçiminde tasnif edilmiştir. Ulusal kimliği tanımlayacak olan miras, müzelerde sergilenmektedir. Sanat varlık nedenini ve gücünü toplumsal yapıdan alır. Müzeler, kırsal kesimden metropollere kaymıştır. Empresyonizm ile sergileme kavramında yaşanan büyük değişim, izleyiciyi kutsal havadan ve kurallardan arındırmış, o güne kadar hiç tanık olmadığı tacize maruz bırakmıştır. Sanat alanına giren hazır nesne, fotoğraf ve sanatçıların kapalı alanları terk etmeleri, izleyicinin tam olarak içinde var olduğu sergilemelere neden olmuştur (Boratav ve Güldal, 2016).

1980’li yıllarla birlikte olgunlaşan küreselleşme, müzeleri de etkilemiştir. Büyük şirketlerin sanata yatırım yapmaları, sergilere sponsorluk etmeleri, şirket koleksiyonları oluşturmaları zamanla müze kültüründe ‘işletme’ kavramını ortaya çıkarmıştır. 1980 sonrasındaki dönemde hızla gelişen teknoloji, birçok sanatçının dikkatini çekmiş ve etkisi altına almış, ifade



ve üretim biçimlerini de değiştirmiştir. Bu uzun değişim sürecinde müze, seçkin azınlığa hitap eden havasından uzaklaşmış, her yönden gelişen teknolojiye ayak uydurmaya başlamış, sanal müzelerin gündeme gelmesiyle dünya çapında erişim ve iletişim sağlanmıştır. Geleneksel müzeler; ziyaretçilere geçmiş anmaya ve hatırlamaya yardımcı olan ve geçmişe ait gerçek nesnelerin sergilenmesine odaklanan mekânlardı (Tufts ve Milne, 1999). Bu tür müzelerin görevi, eğlendirmekten daha çok, ziyaretçileri eğitmek, aydınlatmak ve geçmişe ait değerleri korumaktır. Ancak bugünün müzelerinin görevi; sadece bilgiyi sağlamak değil, aynı zamanda ziyaretçilerine deneyim de yaşatmaya imkân tanıyacak ortamlar oluşturmaktır (McPherson, 2006). Bu yönüyle müzeler, koruma görevini terk ederek kültürel ve eğitim fonksiyonunu da dikkate alan, yönetsel ve pazarlama stratejileri geliştiren, yenilikçi talepleri değişen, ziyaretçilerin farklı ihtiyaçlarına cevap vermek için daha cazip ve çekici faaliyetlerde bulunan kurumlardır (Minghetti vd., 2002).

2.2.QR Kod Uygulamasının Müze ve Sergi alanında kullanımı ve katkıları

Modern müze kavramı geçmişten gelen gereksinimler ile ziyaretçiye yönelik yeni ihtiyaçları karşılama amacıyla ortaya çıkan radikal dönüşümlerle açıklanabilir. Bu dönüşüm müze faaliyetlerinin ziyaretçi deneyimine odaklanan ve çok katmalı zengin ortamların ortaya çıkmasını hedefleyen bir yaklaşımla gerçekleşmesini gerektirmektedir (Kandemir ve Uçar, 2015).

Günümüz modern müzeciliğinde dört önemli yaklaşım bulunmaktadır bunlar; Sanal Müze, Dokunulabilir Müze, Mobil Müze, Vakıf Müzesidir (Keleş, 2010:6). “Sanal Müzecilik”, günümüz modern müzeciliğinin görüntüsünü ve içeriğini en iyi şekilde yansıtan bir müzecilik türü olarak gelişmektedir. Örneğin dünyanın önde gelen müzelerinden Londra British Müzesi ve New York Metropolitan Müzesi gibi müzelerin günümüzün modern teknolojilerini kullanarak sadece kendi ülkelerinin değil dünyanın çeşitli milletlerinden ziyaretçileri de kendilerine çekmektedirler. Bu şekilde müzeler sahip oldukları koleksiyonları ve sergileri geniş kitlelere hızlı ve pratik şekilde ulaştırmakta ve insanlarla hızlı bir iletişim sağlamaktadırlar. Günümüz modern müzeciliğinde müzeler çağın modern iletişim araçlarına yönelmekte sahip oldukları koleksiyonları, özel sergileri ve tanıtımlarını modern iletişim araçlarıyla izleyicilere sunmaktadırlar. Bu anlamda modern müze, ziyaretçi bekleyen ya da çeken değil sahip oldukları modern iletişim teknikleri ile müzeyi insanların ayağına götüren ‘mobil müzecilik’ anlayışına yönelmektedir. Yeni müzecilik, birçok müze için, ara geçiş biçimlerine ihtiyaç göstermeyen bir hedef olarak ortaya çıktı, ya da bazı yeni müzeler doğrudan doğruya bu anlayışla kuruldu. Bu müzeler ya da yeni müzecilik anlayışını kendine rehber edinen sergiler, giriştikleri deneysel uygulamalarla müzecilik dünyasında büyük ses getirdiler (Okan, 2015).

Sanal müzeler, müzenin görüntülerinin internet ortamına aktarılmasıyla oluşturulmuş dijital ortam koleksiyonlarıdır. Sanal müzelerde ziyaretçi, gideceği müzeyi internet ortamından dolaşarak fikir alabilmekte ya da uzak mesafedeki bir müzeyi oraya gitmeden de deneyimleyebilmektedir (Görsel 7-8).



Görsel 7. Troya Müzesi, Sanal Müze Örneği (İnternet 6)



Görsel 8. Göbekli Tepe Ören Yeri, Sanal Müze Örneği (İnternet 7)

Mobil müzeler, müzeler ve taşınmaz kültür varlıkları gibi yerler hakkında mobil uygulamalar aracılığıyla bilgi almamızı sağlayan sistemdir. Bu sistemler ziyaretçilerin eserler ile ilgili bilgiye kendi mobil cep telefonu ve ya tabletiyle erişmesine imkân sağlar.

“Dokunulabilir Müzecilik” modern müzeciliğin günümüzdeki önemli yaklaşımlarından biridir. Bu konuda “Philadelphia Lütfen Dokun Müzesi” önemli bir örnektir. Bu müze çocuklar için sergiler düzenleyerek kentin varoşlarındaki gruplara ulaşmış, seyyar sandıklarda taşınan müze kopyalarıyla oyun oynarken çocukları ve aileleri eği-

tip, bilgilendirmişlerdir. “Philadelphia Girişimi” olarak adlandırılan çalışma sanat ve kültür kurumlarının bir kentin sosyal ve ekonomik hayatını nasıl değiştirdiğini göstereceğini gösteren etkinliklere örnek. Günümüz modern müzeciliğinde “Vakıf Müzeciliği” anlayışı da önem kazanmaktadır. Bunun en iyi örneği “Smithsonian Institute” dır. 1846’da Smithson ailesinin bağışıyla kurulan bu müze günümüzde değişik alanları içeren 16 müze, araştırma merkezleri, kütüphanesi ve televizyon kanalıyla yılda 25 milyon insan tarafından ziyaret edilmektedir (Keleş, 2010: 6).

Müze ve sergi faaliyetlerinde kullanılan QR kodlar, deneyimlediğimiz sergileme ortamlarında sanat eseri ya da çalışmayla ilgili bilgi sahibi olmamızı sağlamaktadır. Eserlerin yanında bulunan Kodlar okutularak o eser ile ilgili yazı, resim, ses ve video gibi bilgilere erişim sağlayabiliriz (Görsel 9). Bazı müzeler QR kod kullanımı farklı boyutlarda da kullanılabilmektedir. Arttırılmış gerçeklik teknolojisinin QR kod ile birlikte kullanılması buna örnek verilebilir. QR kodun telefona okutulmasıyla birlikte arttırılmış gerçeklik teknolojisi ile hazırlanmış olan görsel üç boyutlu bir deyim yaşamamıza sağlamaktadır.



Görsel 9. Müze ve Sergilerde QR kod kullanımı (İnternet 8)

Tapei Sarayı Müzesini ziyaret eden ziyaretçiler AR teknolojisi sayesinde seçtikleri görselleri akıllı cihazları veya cep telefonlarıyla saat yönü veya saat yönünün tersine döndürerek, bilgi sahibi olmaları yanında, üç boyutlu olarak da görme şansı elde etmektedirler (Görsel 10) (Aydalka, 2018:5).



Görsel 10. Smithsonian National Museum of Natural History. (İnternet 9)

2.3. QR Kod uygulamasının Müze ve Sergilerde Kullanımına Yönelik Yurt içi ve Yurt Dışı Örnekleri

Müze ve sergiler insanların vakit geçirdiği, eğlendiği ve bilgilendiği alanlardır. Bu alanları daha da kullanışlı ve ilgi çekici hale getirmek, günümüz toplumunun beklentisini karşılayacak etkinlikler ile güncel tutmak gerekmektedir. Bu sebeple sergiler ve müzeler güncel teknolojileri ve popüler olan bir çok etkiliği takip ederek kendilerine uyarlamaya ve kullanmaya başlamıştır. Çağımızın getirisi olan bilgiye ulaşmanın kolaylığı ve görselliğin ön planda tutulması gibi durumlar, müze ve sergileri düzenleyen küratörlerin göz önünde buldurması gereken önemli bir konudur. İnsanlar sergi veya müze alanında bir eser ile ilgili bilgiye ulaşmak için panodaki yazıyı okumak zorundadır. Bazen bu durum kalabalık ortamlarda mümkün olmamakla birlikte esere bakıp geçmek zorunda kalınmasına

neden olmaktadır. Teknoloji geliştiğçe sanat eserleri ve tarihi kalıntılar ile ilgili bilgiye rahatlıkla ulaşılabilir. QR kodlar sayesinde bu bilgiler tek seferde görsel, sesli ve video şeklinde sunulabilmektedir. QR kodları kullanarak sesli rehberinizi cebinizde taşıyabilir, tarihi eserlerle ilgili daha fazla detaylı bilgiye ulaşılabilir, sanatçılar hakkında biyografilere erişebiliriz. QR kod uygulamasını kullanan yurtdışındaki müzelerden Brooklyn Müzesi, eserlerin yanına QR kodu yerleştirmiş ve bu kodlar tarandığında eserle ilgili bilginin sağlandığı wikipedia sayfasına yönlendirmiştir. Wikipedia'nın günümüzde en sık kullanılan açık kütüphane olduğu düşünüldüğünde bunun QR kod ile ilişkilendirilmesi etkileyici bir örnek oluşturmaktadır (Görsel 11-12).



Görsel 11. III.Senusret Mısır hanedanının 3. Hükümdarının Heykeli, QR kod uygulaması. (İnternet 10)



Görsel 12. III.Senusret Mısır hanedanının 3. Hükümdarının Heykeli Wikipedia, QR kod uygulaması, Brooklyn Museum (İnternet 11)

Bir diğer örnek ise Pekin'deki Saray Müzesi'nde bulunan seramik galerisinde görülmektedir. Bu galeride sergi salonundaki her bir nesneye eklemiş QR kod taratılarak, o nesne ile ilgili bilgilere 360 derece görüntüsüne erişilebilmektedir. Ayrıca seramiklerin üretim süreci ve seramik sırların detaylarını da görmek mümkün. Tek bir kod üzerinden sergi de bulunan diğer çalışmalara da ulaşılabilir (Görsel 13-14).



Görsel 13-14. Seramik Sergisinde Kullanılan QR Kod Uygulaması, Pekin Müzesi. (İnternet 12)

Smithsonian Doğa Tarihi Müzesi, QR kodlarla ziyaretçilerin eğlenceli vakit geçirmesini sağlayacak bir uygulama oluşturmuştur. Bu uygulamada ziyaretçiler müze alanındaki QR kodu okuttuğunda sistem, kullanıcıları kendi fotoğraflarını yükleyebilecekleri bir sayfaya yönlendirmektedir. Daha sonrasında uygulama, fotoğrafı yüklenen kullanıcının 30.000 yıl önce neye bezendiğini eğlendirici bir şekilde gösteren bir görsel oluşturarak kullanıcıya sunmaktadır. Bu görsel daha sonrasında ise sosyal ağlarda paylaşılabilir. Bu uygulama ile ziyaretçilerin tarihe olan ilgisini çekmek ve eğlendirmek amaçlanmıştır.

Hem Cleveland Sanat Müzesi hem de Bologna Arkeoloji Müzesi, tarandıktan sonra ziyaretçinin belirli galeri ve sergilerde sesli ve görüntülü rehberli turlara katılmasına veya tüm müze turlarına katılmasına olanak tanıyan QR kodlarını kullanmaya başladı ve ziyaretçinin deneyimini büyük ölçüde geliştirdi (Görsel 15).



Görsel 15. Cleveland Sanat Müzesi QR kod uygulaması. (İnternet 13)

Kanada İnsan Hakları Müzesi ise fiziksel olarak dokunarak keşfedilmesi beklenen taş ve mızrak uçlarına benzeyen 3 boyutlu yazıcı ile elde ettikleri parçalarının üzerine QR kodlar yerleştirmiştir. Akıllı telefonlarla taranabilen QR kodlar, kullanıcıyı yapılarla ilgili bilgilere yönlendirmekte ayrıca ses dosyalarının ve büyütülmeye olanak sağlayan metinlere yönlendirmektedir. Bu uygulamanın oluşturulmasındaki amaç engelli bireyler için olsa da karışık ziyaretçi grupları içinde uygulanmıştır (Görsel 16-17).



Görsel 16. Kanada İnsan Hakları Müzesi QR kod uygulaması. (İnternet 14)



Görsel 17. Kanada İnsan Hakları Müzesi QR kod uygulaması için 3 boyutlu yazıcıyla basılmış parçalar. (İnternet 14)

Türkiye’de de QR kodlar müzeler tarafından çok fazla kullanılan bir uygulamadır. Örnek verilecek olursa

Anıtkabir’de bu çok değişik bir şekilde uygulamıştır. Tepebaşı Belediyesi Anıtkabir içerisinde belirli noktalara yerleştirdiği panolar yerleştirmiştir. Telefonlara indirilen “Anıtkabir AG” uygulamasıyla bu panolardaki QR kodlar okutularak Atatürk’ün üç boyutlu görüntüsü ile fotoğraf çekmeye imkan sağlamaktadır. Çekilen görüntü daha sonrasında telefona kaydedildiğinde anı olarak saklanabilmektedir. Bu uygulama yapılan ziyaretten hem keyif alamaya hem de eğlenceli bir etkileşim kurulmasını sağlamaktadır. Bu sistemle QR kodun kaç kere okutulduğu ile elde edilen veriler bu uygulamanın başarılı olup olmadığını da ortaya koyabilmektedir (Görsel 18-19-20).



Görsel 18. Anıtkabir AG uygulamasından okutulan QR Kod. (İnternet 15)



Görsel 19. Anıtkabir AG uygulamasından okutulan QR Kod. (İnternet 16)



Görsel 20. Anıtkabir AG uygulamasından okutulan QR Kod. (İnternet 16)

Bir diğer örnek ise Erzurum Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün web sitesi üzerinden ulaşılan QR kodlar ise Erzurum’da bulunan müzelerle ilgili bilgilere ulaşmayı sağlamak amacıyla konulmuştur. QR kodlar akıllı cep telefonu ve tabletler üzerinden okutulduğunda o müzenin web sayfasına yönlendirilmektedir. Web sayfasında müzeyle ilgili tarihi bilgilere, hangi saatler arasında gezilebileceği ve konum gibi bilgilere ulaşabilmektedir. Web sitesinden Atatürk Evi ve Müzesi, Çifte Minareli Medrese, Erzurum Kalesi, Kongre Binası, Lalapaşa Cami, Rüstempaşa Kervansarayı, Tabyalar, Ulu Cami, Üç Kümbetler, Yakutiye Medresesi, Tarihi Erzurum Kapıları, Aburrahman Gazi Hz. Türbesi gibi tarihi yerlerin bilgilerine QR kod ile kolaylıkla erişilebilmektedir (Görsel 21).



Görsel 21. Erzurum Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü QR kod uygulaması. (İnternet 17)

Kovid-19 süresi boyunca bir çok müze ve öğrenim yeri sanal müzelere dönüşmüştür ve bu durum QR kodun daha fazla kullanılmasına fırsat tanımıştır. Dokunma sürecini minimuma indiren QR kodlar sergilerin çok daha sağlıklı ve güvenli bir şekilde ziyaret edilmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte QR kodların bilinirliğide de artış olacağı söylenebilmektedir. Bu sebeple bir çok müze ve öğrenim yerleri QR kodları farklı çeşitlerde kullanmaya başlamıştır. Bu doğrultuda Kültür ve Turizm Bakanlığı bu süreçte QR kodu müze ve öğrenim yerlerine posterlerle yerleştirmiştir. Ziyaretçiler bu QR kodu mobil telefonları ile okuttuğunda “www.turkishmuseums.com” adlı siteye yönlendirilmektedirler. Site içerisinde kişilerin fikirlerini almak ve müzecilik faaliyetlerini geliştirmek amacıyla ankete katılmalarını sağlayarak fikir ve görüşlerinden yararlanılmaktadır.

Başka bir örnek de ‘Sanal Müze’ web sayfası üzerinde görülmektedir. Sanalmüze.net adlı web sayfasının anasayfasında bulunan QR kod ile site sizi ‘Sanal Müze’ adlı uygulamaya yönlendirmektedir. Bu uygulama indirildikten sonra site üzerinde bulunan Beşiktaş müzesi, Fenerbahçe müzesi, Galatasaray müzesi, Antik Cam evi gibi pek çok müze sanal olarak gezilebilmektedir (Görsel 22-23).



Görsel 22. Sanal müze uygulaması QR kod örneği. (İnternet 18)



Galatasaray Stadyum Müzesi

Galatasaray Spor Kulübü, 1905 yılında İstanbul'da önemli eğitim kurumu Galata Sarayı Mektebi'ni Sultanisi öğrencilerinin yine kendileri gibi mektebin bir talebesi olan Ali Sami Yen önderliğinde 1905 yılında kurduğu bir spor kulübüdür. Kulüp, Osmanlı İmparatorluğu'na ilk Müslüman futbolcuları kazandırmakla kalmayıp çok geçmeden birçok farklı spor branşını da Türkiye'de yerleşmesine liderlik etmiştir. Galatasaray Stadyum Müzesi; kulübün bu köklü tarihine ışık tutarken başta futbol olmak üzere Türk sporunun gelişimine katkıda bulunmuş ve önezi başarılarına imza atmış birçok e'sane isme de saygı duruşunda bulunmaktadır. Ziyatçıların kulübün yüzüncü kuruluş yılına özel olarak kurulan İnce tarafından dünyada bir spor kulübü için beşelemiş ik senfonisi eser eşliğinde gezildiği müzede; Galatasaray'ın abide kıtıkları ve unutulmaz başarıları orijinal

Müze'yi bir hafta gez 119,99



Atatürk Evi, Şuhut

Mustafa Kemal Paşa, 24 Ağustos 1922 Perşembe günü öğlen saatlerinde Şuhut'a ulaşmıştır. Paşalar ve mahiyetindekilerin kalacakları evler 23 Ağustos 1922 günü Şuhut'a gelen Tınci Ordu Komutanı Nurettin Paşa ve DynaÇanizade Osman Ağa tarafından belirlenerek en iyi şekilde hazırlanmıştır. Mustafa Kemal Paşa'nın kaldığı Yalı Mahallesi sığı Sıkak'la Çeşme Sokak'ının birleştiği yerdeki Hacı Veli Konağı (Büyük Taarruz Karargahı) aynı zamanda birçok katargah olarak kullanılmıştır. Konağa Atatürk ile beraber Başyaver Salih Bozok, idno: Yaver Muzaffer Kiliç, Refikist Sübayı Yüzbaşı Mahmut Soydan ve Emir Çavuşu Ali Metin konmuştu. Hacı Veli Konağı, 24-25 Ağustos 1922 günleri Başkurmandanlık, Gereksinim Başlantılığı, Balı Cephesi Komutanlığı ve Tınci Ordu Komutanlığı'nın muhtemel karargah binası olarak kullanılmıştır. Mustafa Kemal Paşa,

Müze'yi Gez

Görsel 23. Sanal müze uygulaması QR kod örneği, (İnternet 18)

Hatay'da bulunan Musadağ Müzesi'nde Türkçe olarak hazırladığı panoların kenarlarına QR kodlar yerleştirilmiştir. Bu QR kodlar okutularak panoların İngilizce olarak erişilmesini de sağlamıştır. Büyük bir alanı kaplayan bu Türkçe panolar yanında bulunan QR kodla ayrı olarak bir İngilizce pano oluşturma gereğini ortadan kaldırmış ve müze ziyaretçilerinin daha aktif olmalarını sağlamıştır (Görsel 24).



Görsel 24. Musadağ Müzesi QR kod uygulaması. (İnternet 19)

3. METODOLOJİ

3.1 ARAŞTIRMA MODELİ

QR kod teknolojisinin, Türkiye ve yurtdışındaki mevcut kullanımını örnek-lendirerek müze ve sergi alanlarındaki mevcut kullanımını ortaya koyan bu çalışma, genel tarama modellerinden ilgili literatürün taranması ve nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesine bağlı bir araştırma olarak kurgulanmıştır.

3.2 VERİLERİN TOPLANMASI

Araştırmaya dair veriler; çoğunlukla QR kod teknolojisinin bu zamana kadar olan süreçleri ile ilgili daha önce yapılmış araştırma raporu, makale, tez, kitap, dergi yayınlarından ve web sitelerinden edinilerek bir araya getirilmiştir. Yine aynı tür kaynaklardan Türkiye ve yurtdışındaki kullanımına yönelik bilgiler toplanmıştır. Belirlenen içeriğe göre QR kod kullanımının müze ve sergi alanlarına katkısı ele alınarak yorumlanmıştır.

3.3 SONUÇ VE ÖNERİLER

QR kod teknolojisinin kullanımı müze ve sergi faaliyetlerinde birçok avantaj sağlamaktadır. Bilgiye erişimi kolaylaştırması bunları görsel ve işitsel olarak desteklemesi, müze ve sergi izleyicilerini olumlu yönde etkileyen bir uygulama olarak görülmektedir. Ancak dezavantaj olarak görülebilecek durumlarda mevcuttur. Günümüzde hala bu teknolojinin kullanımı çok azdır. Toplamların QR kodun ne olduğunu ya da nasıl taranması gerektiğini bilememesi bu teknolojinin kullanışlılığını düşürmektedir. Bu sebeple müze ve sergilerde QR kod ve kullanımı ile ilgili daha çok bilgi verilmeli, müze ve sergileri ziyaret eden kişilere QR kodun kullanımını gösteren yönlendirici görseller sunulmalıdır. Böylelikle müze ve sergi ziyaretçilerinin, bulundukları ortamla olan etkileşimi artacak ayrıca yaşadıkları deneyimler daha keyifli ve eğlenceli bir hale gelecektir. QR kodlar müzelerin ve sergilerin veri trafiğini arttırmaya ve ziyaretçilerin genel olarak müze ve sergilerle ilgili genel

deneyimlerini olumlu yönde geliştirmek için çeşitli yaratıcı yollar bulmaktadır. Ancak sadece QR kod kullanmak yeterli olmayacaktır. Sonuç olarak bir QR kod içerisinde bulundurduğu medya kadar başarılı ve iyidir. Bu sebeple QR kod ziyaretçiler tarafından tarandığında, ziyaretçinin verdiği çabaya değdiğinden emin olunmalıdır yoksa oluşturulan QR kod uygulaması muhtemelen başarısızlıkla sonuçlanacaktır.

KAYNAKLAR

AYDAKAL, S.(2018). Bluetooth Beacon Teknolojisi Kullanarak Lokasyon ve Müze Eser Tanıtım Uygulaması Gerçekleştirilmesi. Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans tezi, Balıkesir.

AKTAŞ, C. (2014) QR Kodlar ve İletişim Teknolojisinin Hibritleşmesi, İstanbul Kalkedon Yayınları.

AKTAŞ, C. (2012), Hızlı Yanıt Veren Kod Atacılığıyla Geleneksel Gazete ile Yeni Medyanın Yakınsaması, Galobal Media Journal, 3(5), s.1-18.

BOZKURT, F. Ve Ergen A. (2012) Pazarlama iletişimde yeni Bir Mobil Pazarlama Aracı: 2 Boyutlu Barkodlar. Pazarlama ve Pazarlama araştırmaları Dergisi, Ocak sayı: 09.

BORATAV, O. ve Güldal, N.(2016). 1980 Sonrası Sergileme. Art-Sanat, Sayı 6. ss. 169-183

BUYURGAN, Serap ve Levent MERÇİN, (2009), Görsel Sanatlar Eğiti-



minde Müze Eğitimi ve Uygulamaları, Vedat, ÖZSOY (Ed.), GÖRSED Yayınları.

ÇOLAK, B., 2011. Tarihsel Süreç İçerisinde Müzelerle Birlikte Değişen Sergileme Mekanları; New York Modern Sanatlar Müzesi (MoMA) ve Frankfurt Modern Sanat Galerisi (MMK) Örneği, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:30, Ankara

KANDEMİR, Ö., ve Uçar, Ö. (2015). Değişen Müze Kavramı ve Çağdaş Müze Mekanlarının Oluşturulmasına Yönelik Tasarım Girdileri. Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 5(2), 17-47

KELEŞ, V. (2003). Modern Müzecilik ve Türk Müzeciliği. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (2)1, 1-16.

MCPHERSON, G. (2006). Public Memories And Private Tastes: The Shifting Definitions Of Museums And Their Visitors In The UK. Museum Management and Curatorship, 21(1), 44-57.

MERCİN, L. (2017). Müze Eğitimi, Bilgilendirme ve Tanıtım Açısından Görsel İletişim Tasarımı Ürünlerinin Önemi. Milli Eğitim Dergisi, Bahar (Mayıs) 214 (Özel Sayı), yıl 46. ss. 209-239. ISSN: 1302 5600.

MİNGHETTİ, V., MORETTİ, A. Ve MİCELLİ, S. (2002). Reengineering The Museum's Role In The Tourism Value Chain: Towards An It

Business Model, Information Technology & Tourism, Vol. 4 Pp. 131-143.

NARANG, S., Jain, V. And Roy, S.(2012) Effect of QR Codes on Costumer Attitudes. International Journal of Mobile Marketing Association. 52-64

OKAN, B. (2015). Günümüzde Müzecilik Anlayışı. Sanat ve Tasarım Dergisi, Cilt 5. Sayı 2. ss. 187 - 198

ÖRÜCÜ, A. İ. (2013) Bir Vergi Ödeme Aracı Olarak Karekod Teknolojisi, Maliye Dergisi, 164, 259.

TOPALOĞLU M. (2019). Mobil Cihazlar ve QR Kod Yardımıyla İç Ortam Navigasyonu, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

TUFTS, M., & MİLNE, S. (1999). Museums a supply-side perspective. Annals of Tourism Research, 26(3), 613-631.

GÖRSEL KAYNAKÇASI

(Görsel 1). QR Kod Örneği

(İnternet 1) (http://aylinsknn.blogspot.com,18.03.2020)

(Görsel 2). QR Kod Örneği

(İnternet 1) (https://nl.wikipedia.org,18.03.2020)

(Görsel 3). QR Kodların dergi, kartvi-

zit, afişlerde kullanımına örnek.

(İnternet 2) (https://bigumigu.com, 18.03.2020).

(Görsel 4). QR Kodların dergi, kartvizit, afişlerde kullanımına örnek.

(İnternet 3) (https://www.qrbarkod.com, 18.03.2020).

(Görsel 5). QR Kodların dergi, kartvizit, afişlerde kullanımına örnek.

(İnternet 4) (http://gmk.org.tr, 18.03.2020).

(Görsel 6). QR kod çalışma sistemi ve bölümleri

(İnternet 5) (http://aylinsknn.blogspot.com, 05.03.2020)

(Görsel 7). Troya Müzesi, Sanal Müze Örneği

(İnternet 6) (https://sanalmuze.gov.tr/, 12.04.2020)

(Görsel 8). Göbekli Tepe Ören Yeri, Sanal Müze Örneği

(İnternet 7)(https://sanalmuze.gov.tr/, 12.04.2020)

(Görsel 9). Müze ve Sergilerde QR kod kullanımı,

(İnternet 8) (https://scanova.io/, 12.04.2020)

(Görsel 10). Smithsonian National

Museum of Natural History. Artırılmış Gerçeklik Uygulamasının Kullanımına Örnek (İnternet 9) (https://blog.prototype.io/, 12.04.2020)

(Görsel 11). III.Senusret Mısır hanedanının 3. Hükümdarının Heykeli, QR kod uygulaması, Brooklyn Museum.

(İnternet 10) (https://www.brooklyn-museum.org/, 13.04.2020)

(Görsel 12). III.Senusret Mısır hanedanının 3. Hükümdarının Heykeli Wikipedia, QR kod uygulaması, Brooklyn Museum.

(İnternet 11) (https://www.brooklyn-museum.org/, 13.04.2020)

(Görsel 13). Seramik Sergisinde Kullanılan QR Kod Uygulaması, Pekin Müzesi.

(İnternet 12) (https://themediatedimage.com/, 13.04.2020)

(Görsel 14). Seramik Sergisinde Kullanılan QR Kod Uygulaması, Pekin Müzesi.

(İnternet 12) (https://themediatedimage.com/, 13.04.2020)

(Görsel 15). Cleveland Sanat Müzesi QR kod uygulaması.

(İnternet 13) (https://www.crainscleveland.com/, 13.04.2020)

(Görsel 16). Kanada İnsan Hakları Müzesi QR kod uygulaması.



- (İnternet 14) (<https://calvium.com//>, 14.04.2020)
- (Görsel 17). Kanada İnsan Hakları Müzesi QR kod uygulaması.
- (İnternet 14) (<https://calvium.com//>, 14.04.2020)
- (Görsel 18). Anıtkabir AG uygulamasından okutulan QR Kod.
- (İnternet 15) (<https://i.pining.com//>, 13.04.2020)
- (Görsel 19). Anıtkabir AG uygulamasından okutulan QR Kod.
- (İnternet 16) (<http://www.tepebasi.bel.tr/>, 13.04.2020)
- (Görsel 20) .Anıtkabir AG uygulamasından okutulan QR Kod.
- (İnternet 16) (<http://www.tepebasi.bel.tr/>, 13.04.2020)
- (Görsel 21). Erzurum Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü QR Kod uygulaması.
- (İnternet 17) <https://erzurum.ktb.gov.tr/>, 15.04.2020)
- (Görsel 22). Sanal müze uygulaması QR kod örneği.
- (İnternet 18) <https://www.sanalmuze.net/15.04.2020>)
- (Görsel 23). Sanal müze uygulaması QR kod örneği.
- (İnternet 18) <https://www.sanalmuze.net/>, 15.04.2020)
- (Görsel 24). Musadağ Müzesi QR kod uygulaması.
- (İnternet 19) <https://www.sabah.com.tr>, 15.04.2020)







AHMET YAKUPOĞLU
ANISINA 3. ULUSLARARASI
SANAT VE TASARIM SEMPOZYUMU

Ahmet Yakupoğlu



DUMLUPINAR
ÜNİVERSİTESİ











Feyhaman Duran Evi ve
Koleksiyonu'na Dair Anılarım - 13
Yazar: Dr. Norman Arslan

Feyhaman, Resim Aşkıyla - 16
Yazar: Dr. Gül İsmailoğlu

Mısırlı Mesenler ve
Türk Ressamlar - 32
Yazar: Dr. Zeynep İsmailoğlu

İki Dünya Arasında
Feyhaman Duran - 40
Yazar: Dr. Ayşe İsmailoğlu

Feyhaman Duran
Hattatı - 50

My Memories of Fey
House and His Colle
Yazar: Dr. Norman Arslan

Feyhaman, a Passi
Yazar: Dr. Gül İsmailoğlu

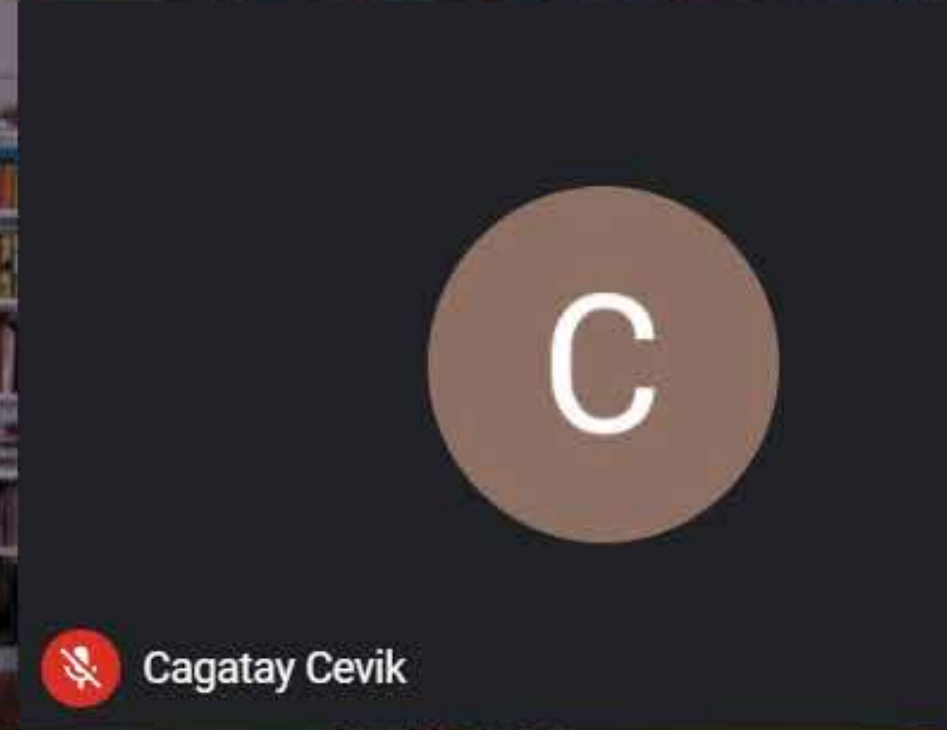
Egyptian Philantrop
Turkish Painters - 32
Yazar: Dr. Zeynep İsmailoğlu

Feyhaman Duran
Between Two Worl
Yazar: Dr. Ayşe İsmailoğlu

Feyhaman Duran
Calligrapher and P











KÜTAHYA DÜMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR
FAKÜLTESİ

AHMET YAKUPOĞLU ANISINA 3. ULUSLARARASI SANAT VE TASARIM SEMPOZYUMU BİLDİRİ KİTABI

3RD INTERNATIONAL ART AND DESIGN SYMPOSIUM
IN THE MEMORY OF AHMET YAKUPOĞLU
PROCEEDINGS BOOK

CİLT/VOLUME: 2

Ahmet Yakupoğlu



Ziraat Bankası



BASTAS
GRUP

keramika

ARTSİREM



KUTAHYA DÜMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ

REKSEAN

Kehribar



AHMET YAKUPOĞLU
SANAT VE TASARIM
SEMPOZYUMU