



**T.C.
HATAY MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI**

**HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİ
ÖRNEĞİNDEN YOLA ÇIKARAK
HEDİYELİK (HATIRA) EŞYA ÜRETİMİNDE
KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN
TASARIM ÖNERİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Ezgi AYSEVER

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Berna İLERİ

Hatay-2019



**T.C.
HATAY MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI**

**HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİ
ÖRNEĞİNDEN YOLA ÇIKARAK
HEDİYELİK (HATIRA) EŞYA ÜRETİMİNDE
KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN
TASARIM ÖNERİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Ezgi AYSEVER

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Berna İLERİ

Hatay-2019

ONAY

Ezgi AYSEVER tarafından hazırlanan “**Hatay Arkeoloji Müzesi Örneğinden Yola Çıkarak Hediye­lik (Hatıra) Eşya Üretiminde Kullanılmak Üzere Hazırlanan Tasarım Önerileri**” adlı bu çalışma jüri tarafından lisansüstü öğretim yönetmenliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği/oyçokluğu ile **SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALINDA YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

09/09/2019

Jüri Üyeleri	İmza
Dr. Öğr. Üyesi Berna İLERİ (Tez Danışmanı- Jüri Başkanı)	
Doç Seher KURT (Jüri Üyesi)	
Prof. Melih APA (Jüri Üyesi)	

Ezgi AYSEVER tarafından hazırlanan **Hatay Arkeoloji Müzesi Örneğinden Yola Çıkarak Hediye­lik (Hatıra) Eşya Üretiminde Kullanılmak Üzere Hazırlanan Tasarım Önerileri** adlı tez çalışmasının yukarıda imzaları bulunan jüri üyelerince kabul edildiğini onaylarım.

Doç. Dr. Mustafa Onur KAN
Enstitü Müdürü

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
HATAY MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile bu tezde yer alan bilgilerin tamamının akademik kurallara ve etik ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Söz konusu kural ve ilkelerin gereği olarak tezde yararlandığım eserlerin tamamına uygun bir şekilde atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi ayrıca beyan ederim. (09/09/2019)

Ezgi AYSEVER



ÖNSÖZ

Araştırmada, müze mağazacılığı hakkında araştırmalar yapılmış, hediye ve hediyeleşme olgusunun toplum içerisindeki önemi açıklanmış ve hatıra amaçlı hediye alışverişi değerlendirilmiştir. Tez için yapılan araştırmaların sonucunda Hatay Arkeoloji Müzesi’ni öne çıkaran değerler vurgulanmış, müze ve yerelle ilişkilendirilen yeni tasarım uygulamaları hazırlanmıştır.

“Hatay Arkeoloji Müzesi’nden Seçilen İmgelerin Tasarım Nesneleri Üzerinde Yeniden Yorumlanması” başlıklı tez çalışmamı hazırlarken desteğini benden esirgemeyen ve tezimin tüm aşamalarında beni yönlendiren danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Berna İLERİ’ye, arkeolojik kaynaklar konusunda destek veren Dr. Öğr. Üyesi Banu ÖZDİLEK DIBİKOĞLU’na, katkılarından dolayı Doç. Dr. Berna Özlem ÖZCAN’a, serigrafi baskı konusunda atölyelerinden yararlandığım İzmir Ekonomi Üniversitesi Moda Tasarım Bölümü ve bölüm başkanı Prof. Elvan ÖZKAVRUK ADANIR’a, bu çalışmam için gerekli izinleri sağlayan Hatay Arkeoloji Müzesi Müdürlüğü ile müze mağazasına ve son olarak her zaman yanımda olduğunu hissettiren aileme, arkadaşlarıma teşekkür ederim.

HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİ ÖRNEĞİNDEN YOLA ÇIKARAK HEDİYELİK (HATIRA) EŞYA ÜRETİMİNDE KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN TASARIM ÖNERİLERİ

Ezgi AYSEVER

Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2019

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Berna İLERİ

ÖZET

Müzeler dünya mirasını koruyan, inceleyen ve teşhir edilmesini sağlayan kurumlardır. Aynı zamanda bu mekânlar, bulundukları toplumun kültürel geçmişini ve kimliğini tanımlar. Hatay'ın sahip olduğu tarihsel zenginliği gözler önüne seren Hatay Arkeoloji Müzesi'nin, kentin marka şehir olması ve evrensel bağlamda tanıtımı açısından önemi oldukça büyüktür. Müzede Hatay'ın Paleolitik Dönemi'nden Osmanlı İmparatorluğu Dönemi'nin sonuna kadar arkeolojik ve etnografik eserler sergilenmektedir.

Hatay son yıllarda tarihsel, kültürel ve doğal özellikleri açısından yoğun bir turizm bölgesi haline gelmiştir. Hatay'a gelen ziyaretçilerin yanlarında götürebilecekleri kente dair hediyelik (hatıra) ürünler, Hatay'ın tarihi ve kültürünün tanıtılmasında ve turizm ekonomisine katkısında önemli rol üstlenmektedir. Hediyelik (hatıra) eşya tasarımı açısından Hatay Arkeoloji Müzesi'ne ait mağaza incelenmiş ve müzede bulunan eserler ile Hatay'a özgü değerlerin ön plana çıkarıldığı tasarım çalışmaları düşünülmüştür. Yapılan bu tasarımların yerel kimliği yansıtabilmesi ve kültürel zenginliği tanıtabilmesi amaçlanmıştır.

Hatay ilinin ulusal ve uluslararası tanınırlığı açısından faydalı olabilecek; sergilenebilir, giyilebilir ve hatıra amaçlı hediyelik ürün tasarımları oluşturulmuş ve tez içerisinde uygulamalarıyla birlikte sunulmuştur.

ANAHTAR KELİMELER

Hatay Arkeoloji Müzesi, Hediye, Tasarım, Hediyelik (Hatıra) Eşya

DESIGN RECOMMENDATIONS TO BE USED IN THE PRODUCTION OF SOUVENIR FROM HATAY ARCHEOLOGY MUSEUM

Ezgi AYSEVER

Department of Art and Design, Master Thesis, 2019

Advisor: Asiss. Prof. Berna İLERİ

ABSTRACT

Museums are institutions which preserve, examine and exhibit the world's heritage. They characterise also the cultural background and identity of the community where they are located. Hatay Archaeology Museum, which reveals the archeological richness of Hatay, has a great importance in terms of city branding and promotion of the city in a universal scale. The museum presents collections in a range from Hatay's Palaeolithic Period to the Period of Republic.

During the recent years, Hatay has become a dense tourism area thanks to its historical, cultural and natural features. Souvenirs that visitors may take along play an important role in promoting Hatay and contribute to the tourism industry. Hatay Archaeology Museum Shop is examined with the viewpoint of souvenir design; the works of art in the museum and Hatay's unique values are planned to be emphasized. It is intended that these designs reflect the local identity and promote cultural richness.

Exposable and wearable souvenir designs which would be useful for the national and international recognition of Hatay are created and replaced in this thesis with their applications.

KEYWORDS

Hatay Archeology Museum, Gifts, Design, Souvenirs

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
RESİMLER LİSTESİ.....	vi

GİRİŞ

Araştırmanın Konusu	10
Araştırmanın Amacı ve Önemi	11
Araştırmanın Yöntemi.....	11
Sınırlılıklar	11

BİRİNCİ BÖLÜM

MÜZECİLİĞİN GELİŞİMİ VE HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİ.....	13
1.1.MÜZECİLİĞİN GELİŞİMİ	13
1.2. HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİ VE MÜZEDE SERGİLENEN ESERLER	17

İKİNCİ BÖLÜM

HEDİYELİK (HATIRA) EŞYA TASARIMI VE MÜZELERİN HEDİYELİK EŞYA TASARIMINA YÖNELİK ÇALIŞMALARI

2.1. “HEDİYELİK (HATIRA) EŞYA” TANIMI VE KÜLTÜREL ÖNEMİ.	25
2.2. “HEDİYELİK (HATIRA) EŞYA” TASARIMI.....	29
2.2.1.Tasarım Tanımı.....	29
2.2.2. Ürün Tasarımı ve Tarihsel Gelişimi	30
2.2.3. Tasarımda Biçim ve İçerik	34
2.2.4. Tasarım Süreci ve Tasarım İlkeleri.....	35
2.2.5. Günümüz Hediyelik (Hatıra) Eşyalarında Tasarım Özellikleri ve Bazı Müzelere Ait Hediyelik Eşya Mağazalarından Örnekler	39

2.2.6. Hediyelik (Hatıra) Ürün Bağlamında Hatay	51
---	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİNDE SERGİLENEN ESERLERDEN SEÇİLEN ÖRNEKLER VE TASARIM ÖNERİLERİ

3.1. HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİNDE SERGİLENEN ESERLERDEN SEÇİLEN ÖRNEKLER	55
3.1.1. II. Suppiluliuma Heykeli	55
3.1.2. Antiokheia Tykhe'si	57
3.1.3. Yakto Kompleksi.....	61
3.2. TASARIM ÖNERİLERİ VE UYGULAMALARI	64
3.2.1. II. Suppiluliuma Heykeli Tasarım Önerileri ve Uygulamaları.....	64
3.2.2. Antiokheia Tykhesi Tasarım Önerileri ve Uygulamaları.....	69
3.2.3. Yakto Kompleksi Tasarım Önerileri ve Uygulamaları	75
3.2.4. Diğer Tasarım Önerileri ve Uygulamaları.....	83
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	93
KAYNAKÇA	96

RESİMLER LİSTESİ

Resim- 1: Leon Laborde, Konya Surlarının Görünümü, Gravür Çalışması, 1807-1869	15
Resim- 2: Hatay Kronolojisi ve Müze Planı	19
Resim- 3: Üçağızlı Mağara Canlandırması	19
Resim- 4: İnsan Kafatasları	20
Resim- 5: Antik Alalah Salonu	20
Resim- 6: Roma Mozaikleri Bölümü, Genel Görünüm	21
Resim- 7: İskelet ve Güneş Saati Mozaikleri	22
Resim- 8: Soteira Mozağı	22
Resim- 9: Antakya Lahiti	23
Resim- 10: Sikkeler Bölümü	23
Resim- 11: Philip Webb, Jhon Garret and Son, 1897, V&A Museum, Londra, William Morris, Ada Phoebe Godman, 1877, V&A Museum, Londra	31
Resim- 12: Marcel Breuer, Club Chair, 1927, The Museum of Modern Art	32
Resim- 13: Herbert Bayer, Leipzing Poster, 1927, MoMA	33
Resim- 14: Zaha Hadid, Farklı Disiplinlerdeki Tasarım Uygulamalarından Örnekler	38
Resim- 15: Bedri Rahmi Eyüboğlu Yazmalarından Örnekler	42
Resim- 16: Paşabahçe Anadolu Medeniyetleri Koleksiyonu, Alacahöyük Kase ve İkiz İdoller Vazo	42
Resim- 17: Paşabahçe Mozaik Koleksiyonu, Soteria Vazo ve Çingene Kız Mozağı - Gaia'nın Kutusu	43
Resim- 18: Metropolitan Sanat Müzesi Büyük Salon, 1871	44
Resim- 19: Robert Rauschenberg, Port of Entry ve SFMOMA Museum Store Şemsiye Tasarımı, SFMOMA, 1998	45
Resim- 20: Boutiques de Musées, Mona Lisa Yapıtından Kırtasiye Ürünleri, Gözlük Kılıfları, Porselen Tabaklar, Çikolata Ambalajı	46
Resim- 21: Bernardaud Joan Miro, Porselen Yemek Takımı, MoMA	46
Resim- 22: Burhan Uygur, Kalıcı Koleksiyon Kapı Yapıtı Baskılı Telefon Kılıfı ve Bileklik, İstanbul Modern Müze Mağazası	47

Resim- 23: Taner Ceylan, 10. Yıl Özel Koleksiyon Yılanlı Kahve Fincanı, İstanbul Modern Mağazası.....	47
Resim- 24: Türkiye’den Modern ve Çağdaş Sanatçılar Koleksiyonu, İnci Eviner’in “Yeni Vatandaş I-II-III” Yapıtı baskılı Eşarp, İstanbul Modern Mağazası	48
Resim- 25: Rus Avangardı Sanat ve Tasarımla Geleceği Düşünmek Sergisine Özel Emaye Avangard Tabak, Bardak, SSM Müze Mağazası	49
Resim- 26: Topkapı Sarayı Koleksiyonu, AKG Ürün Kataloğu	49
Resim- 27: Hatice Gökçe, AKG Heritage Matrakçı Nasuh Koleksiyonu.....	50
Resim- 28: Hatay Arkeoloji Müze Mağazası Genel Görünümü, 2019	52
Resim- 29: Hatay Arkeoloji Müze Mağazası, Mozaik Temalı Kitap Ayraçlar, Magnetler, Anahtarlıklar	53
Resim- 30: Hatay Arkeoloji Müze Mağazası, Yerli Üretim , Fular ve Tekstil Ürünler	53
Resim- 31: Yerli Üretim, Fular, Hatay Arkeoloji Müze Mağazası.....	54
Resim- 32: II. Suppiluliuma Heykeli, Hatay Arkeoloji Müzesi.....	56
Resim- 33: Antiokheia Tykhesi, Bronz Roma Dönemi Kopyası, Hatay Arkeoloji Müzesi	57
Resim- 34: Antiokheia Kentinin Tykhe Betimlemeli Sikkeleri	58
Resim- 35: Hatay Arkeoloji Müzesi, Antiokheia Tykhesi, Mermer Roma Dönemi Kopyası	58
Resim- 36: Antiokheia Tykhesi Mermer Kopyası, Vatikan Ulusal Müzesi, Roma, Antiokheia Tykhesi Bronz Kopyası, Louvre Müzesi, Paris.....	59
Resim- 37: Antakya Surları Kalıntıları, Hesperos, 1881-1882	59
Resim- 38: Antiokheia Tykhe Büstü, Roma Dönemi, Bronz Heykel, Hatay Arkeoloji Müzesi	60
Resim- 39: Yakto Kompleksi, Hatay Arkeoloji Müzesi	61
Resim- 40: Yakto Kopleksi, Magalopsykhia Mozaïği Av Sahneleri Detayları	62
Resim- 41: Yakto Kompleksi, Megalopsykhia Mozaïği Bordürü Detaylar.....	62
Resim- 42: Yakto Kompleksi, Tethys Mozaïği	63
Resim- 43: Suppiluliuma Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2018	65
Resim- 44: Suppiluliuma 4’lü Bardak Altlığı, Ezgi Aysever, 2018	65
Resim- 45: Suppiluliuma Magnet ve Maskot Tasarımları, Ezgi Aysever, 2018	66
Resim- 46: Suppiluliuma Tişört ve Bez Çanta Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018..	66

Resim- 47: Suppiluliuma Heykelinin Arkasında Yer Alan Luvise Yazıtlı Tişört Uygulaması, Tişörtün Ön yüz ve Arka Yüzü, Ezgi Aysever, 2018	67
Resim- 48: Suppiluliuma Kitap Ayraçları, Ezgi Aysever, 2018.....	67
Resim- 49: Suppiluliuma Gözlük Kılıfı, Ezgi Aysever, 2018	68
Resim- 50: Yastık Kılıfı Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018	68
Resim- 51: Suppiluliuma İpek Şal Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018.....	69
Resim-52: Hatay Arkeoloji Müzesi’nde yer alan Tykhe Stilizasyonları, Ezgi Aysever, 2018	70
Resim- 53: Paris Louvre Müzesi’nde yer alan Tykhe Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2018.....	70
Resim- 54: Vatikan Ulusal Müzesi’nde yer alan Tykhe Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2018.....	70
Resim- 55: Antiokheia Tykhes İllüstrasyon Uygulaması, Ezgi Aysever, 2018.....	71
Resim- 56: Antiokheia Tykhes Magnet, Bez Çanta, Maskot Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018	71
Resim- 57: Antiokheia Tykhes Tişört Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018	72
Resim- 58: “Agathe Tykhe” İllüstrasyon Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2019	72
Resim- 59: “Agathe Tykhe” Defter ve Tişört Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2019...	73
Resim- 60: Tykhe Defter Kılıfları, Ezgi Aysever, 2018	73
Resim- 61: “Agathe Tykhe” 4’lü Bardak Altlığı, Ezgi Aysever, 2018.....	74
Resim- 62: Tykhe Yastık Kılıfları, Ezgi Aysever, 2018.....	74
Resim- 63: “Agathe Tykhe” Kitap Ayraçları, Ezgi Aysever, 2018	75
Resim- 64: Yakto Mozaik Bordür Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2018	76
Resim-65: Yakto Mozaik Bordür Desenli Mug, Runner Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018	77
Resim-66: Yakto Mozaik Bordür Desenli Amerikan Servisi Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018	77
Resim-67: Yakto Mozaik Bordür Desenli Tişört, Bez Çanta Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018	78
Resim- 68: Yakto Mozaik Bordür Desenli Kitap Ayraçları, Ezgi Aysever, 2018....	78
Resim- 69: Yakto Tethys Mozaik Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2018.....	79
Resim- 70: Yakto Tethys Mozaik Yastık Kılıfı, Bez Çanta Ezgi Aysever, 2018.....	80
Resim- 71: Yakto Tethys Mozaik Runner, Ezgi Aysever, 2019.....	80
Resim- 72: Yakto Tethys Mozaik Bardak Altlıkları, Ezgi Aysever, 2019	81

Resim- 73: Yakto Tethys Mozaïği Plaj Çantası, Peştamal Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2019	81
Resim- 74: Yakto Tethys Mozaïği Sabun Keseleri, Ezgi Aysever, 2019	82
Resim- 75: Yakto Tethys Mozaïği Çocuk Tişörtleri, Ezgi Aysever, 2019	82
Resim- 76: Satry ve Menad Mozaïği, Hatay Arkeoloji Müzesi.....	83
Resim- 77: Daphne Apollon Mozaïği, Princeton Sanat Müzesi, Amerika	84
Resim- 78: Daphne Apollon Mozaïği Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2019.....	85
Resim- 79: Daphne Apollon Mozaïği Şal Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2019	86
Resim- 80: Daphne Apollon Mozaïği Sabun Keseleri, Ezgi Aysever, 2019	86
Resim- 81: Medeniyetler Kenti, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2019	87
Resim- 82: Mozaik Pattern-1, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2018.....	88
Resim- 83: Mozaik Pattern-2, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2018.....	89
Resim- 84: Mozaik Pattern-3, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2018.....	90
Resim- 85: Suppiluliuma'nın Saçları, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2019	91
Resim- 86: Mozaik Pattern-4, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2019.....	92

GİRİŞ

Araştırmanın Konusu

Hatay, kültürel zenginlik açısından dünyanın sayılı şehirlerinden birisidir. Özellikle mozaik koleksiyonunun ön plana çıktığı Hatay Arkeoloji Müzesi, Hatay'ın tarihi, arkeolojik, kültürel mirasını gözler önüne sermektedir. Hatay Arkeoloji Müzesi'nin evrensel bağlamda tanıtımı, müze ve kent açısından oldukça önemlidir. Müzeye gelen ziyaretçiler kentin tarihine ve kültürüne dair fikir elde ettikten sonra genellikle hatıra amacıyla kültürün paylaşılması hatta taşınması adına müze mağazasında yer alan hediyelik eşyalara yönelirler. Müzelerde yer alan hediyelik ürünler, hem kültürel diyalogu devam ettirir hem de o kente ait kalıcı anılar bırakır.

Bu tez çalışmasında müze mağazaları için üretilen hediyelik ürünler, tasarım özellikleri bakımından incelenmiş ve önemi belirtilmiştir. Hediyelik eşya üretiminde göz önünde bulundurulması gereken özellikler ortaya konulmuştur. Bu ürünlerde, kullanılan malzemelerin ve imajların, gezilen müzenin konsepti ile uyumu, tasarımlarda kültürel ve tarihsel bütünlüğü yakalayabilmesi vurgulanmıştır. Bazı müze mağazalarından örnekler sunulmuştur. Hatay Arkeoloji Müze mağazasında bulunan ürünler, ayrıca incelenip alternatif tasarım uygulamaları geliştirilmesi öngörülmüştür. Müze koleksiyonundan üç eser seçilerek, stilize edilmiş ve tasarım uygulamalarında kullanılmıştır. Bu üç eser; II. Suppiluliuma, Antiokheia Thyke'si ve Yakto Mozaği'dir. Bu eserler sırasıyla Demir Çağ, Hellenistik Çağ ve Roma Dönemi'nin sanatsal alandaki özgünlüğünü yansıtmaları ve tüm dünya tarafından tanınan eserler olması sebebiyle seçilmiştir. Ayrıca Antiokheia Thyke'si ve Yakto Mozaği'nin seçilme sebeplerinden bir diğeri de Antakya'yı tasvir eden eserler olmalarıdır. Seçilen eserler tez çalışması kapsamında Hatay Arkeoloji Müzesi'nden gerekli izinler alınarak incelenmiştir.

Getirilen tasarım önerileri ile hediyelik eşya ürünlerinde, doğrudan müze eserlerinin fotoğraf baskılarının veya replikalarının kullanılması yerine, eser imgelerinden yola çıkarak, yaratıcı yeni görsel üretimler yapılmaya çalışılmıştır. Bu durum hem mağazanın ürün kalite seviyesini artırması hem de tasarımları uluslararası bir alıcı profiline hazır hale getirebilmesi adına önemlidir. Bu sayede kent ve müzeyi gezmeye gelen ziyaretçilerin Hatay'a dair fikir edinebilecekleri nitelikli ürünler ortaya konacaktır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu tezin amacı, Hatay Arkeoloji Müzesi'nden seçilen üç eserden yola çıkarak hediyelik (hatıra) eşya üretiminde kullanılmak üzere tasarım önerileri getirmektir. Hatay Arkeoloji Müzesi'nin ulusal ve uluslararası tanınırlığı açısından faydalı olabilecek; hatıra amaçlı hediyelik ürün tasarımlarının daha nitelikli, özgün ve kaliteli olması adına yaratıcı örneklerin ortaya konması hedeflenmiştir. İyi tasarım kriterleri göz önünde bulundurularak hediyelik eşya tasarımının yerelle ve müzeyle ilişkisi vurgulanmıştır. Yapılan uygulamaların Hatay bölgesinde hediyelik eşya üretimi alanında eksikliği gidermek için yaratıcı çözüm ve katkılarda bulunması tezin önemini oluşturmaktadır. Yerel ölçekteki hediyelik eşya üreticilerine yeni bir vizyon getirmek adına Hatay'da yerel üretim anlayışının tasarım ve yenilikçi yaklaşımlarla desteklenebileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda bu uygulamalar kültürel mirası yaşatma ve sahip çıkma anlamında farkındalık ortaya koyacaktır.

Araştırmanın Yöntemi

Tezin oluşumuna ilişkin veriler literatür taraması ve gözlem yöntemleriyle elde edilmiştir. Makaleler, doktora ve yüksek lisans tezleri, kitaplar, hakemli dergiler, bildiriler, kataloglar, internet kaynakları gibi yazılı belgeler ile fotoğraf ve görsel materyaller incelenmiştir.

Yapılan bu görsel tarama ve literatür çalışmalarının sonucunda araştırma başlıca üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci bölümde genel olarak müzeciliğin gelişimi anlatılmış, daha sonra Hatay Arkeoloji Müzesi'nin özelliklerinden ve sergilenen eserlerden bahsedilmiştir. İkinci bölümde ilk olarak hediyelik (hatıra) eşyanın tanımı ve geçmişten günümüze önemi anlatılmıştır. Sonrasında hediyelik (hatıra) eşya, tasarım özellikleri bakımından detaylı olarak incelenmiş ve seçilen müze mağazalarından örneklerle desteklenmiştir. Üçüncü bölümde ise Hatay Arkeoloji Müzesinden seçilen üç eser açıklanmış ve ardından hazırlanan tasarım önerileri sunulmuştur. Sunulan tasarım uygulamaları hediyelik (hatıra) eşya ürünlerinde kullanılmak üzere hazırlanan desen uygulamalarını kapsamaktadır.

Sınırlılıklar

Araştırmanın bir takım sınırlılıkları vardır. Araştırma uygulamalarında örnek olarak kullanılmak üzere Hatay Arkeoloji Müzesi'nden üç eser belirlenmiştir. Eserler; II. Suppiluliuma Heykeli, Antiokheia Thyke'si ve Yakto Mozaigi'dir. Bu eserler müze ve kent için tanıtıcı nitelikte eserler olması sebebiyle seçilmiştir.

Hatay'a özgü yerel üretimlerin de değerlendirilmesi göz önünde bulundurularak, bu ürünlerin üzerinde kullanılabilecek desen tasarımı odaklı tasarım önerileri sunulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

MÜZECİLİĞİN GELİŞİMİ VE HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİ

1.1.MÜZECİLİĞİN GELİŞİMİ

İnsanlık tarihi süresince birçok toplumun oluşturduğu gelenekler, yaşam biçimleri, kültür ve inanç sistemleri ait olduğu dönemin eserlerine yansımıştır. Her toplum kendi tarihini ve belleğini koruma ihtiyacı hissetmiştir. Müzelerin bu eserlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılmasında büyük bir rol oynadığı bilinmektedir.

Genel olarak müze kavramı tarih öncesi ve tarih devirlerine ait sanatsal, arkeolojik, teknik, kültürel, bilimsel veya farklı konularla ilgili eserlerin sergilendiği ve tanıtıldığı yer, yapı ve açık alanlar anlamında kullanılmaktadır (Bilgin, 2010: 13). Kaynaklara bakıldığında müze ve müzecilik kavramlarının, geçmişten günümüze gelene kadar sürekli gelişim gösterdiği gözlenmektedir. Uluslararası Müze Konseyi'nin (ICOM, International Council of Museums), 2007 yılında yaptığı tanıma göre, müze topluma ve toplumun gelişimine hizmet eden kalıcı bir kurum olmakla birlikte kamuya açıktır; eğitim, araştırma ve keyif amacıyla insanlığın ve onun çevresinin maddi ve manevi mirasını muhafaza eden, araştıran, ileten ve sergileyen kurumdur (<https://icom.museum>, Erişim Tarihi: 28.06.2018).

Yunan mitolojisinde ilham perilerine adanan tapınaklara “mouseion” denir. Müze bu kelimedenden türemiştir (Gerçek, 1999: 1). Tarih boyunca doğal objeler ve sanat yapıtlarının tapınaklarda, mezarlarda ya da saraylarda farklı amaçlar için sergilendiği görülmektedir. Müze düşüncesinin Paleolitik Çağ'dan Hellenistik Dönem'e kadar olan gelişimini Erdem Yücel “Türkiye’de Müzecilik” kitabında şu şekilde ele almaktadır:

“Tarih süreci içerisinde doğa nesnelerinin sanat yapıtlarının bir araya getirilmesi ilk kez Paleolitik Çağ mezarlarında (M.Ö. 100.000-40.000) görülmüştür. Bunun ardından Eski Mısır ile Mezopotamya’da değerli eşyaların mabetlerde, mezarlarda, kutsal alanlarda veya saraylarda bir arada sergilendikleri görülmüştür. Dinsel amacın ön plana çıktığı bu sergilemenin yanı sıra savaşlarda galip gelen hükümdarlar ve ele geçirdikleri ganimetleri kuvvet ve kudret gösterilerinin bir simgesi olarak halkının görebilecekleri yerlere koymuşlardır. Eski kaynaklarda bu konuda sayısız örnek vardır. Nitekim Asurbanipal, Mısır seferi dönüşünde iki obeliskle 32 heykeli kazandıkları savaşın bir anısı olarak sergilemiştir. Onun yanı sıra II. Nabukadnezar’ın

Babil'deki sarayında değerli koleksiyonlar bir araya getirilmiştir. Sanatsal ağırlıklı objelerin bilinçli olarak toplanması ilk defa Eski Yunan'da görülmüştür. Antik Çağ'da çeşitli objeler mabetlerin "thesauroi" denilen hazine dairelerinde korunmuştur. Ayrıca Atina'lı ünlü ressamların yapıtları da Propylaion'un ayrı bir salonunda sergilenmiştir. Hellenistik dönemde (M.Ö. 300-M.Ö.30) eserlerin toplanması daha da yoğunluk kazanmıştır. Hellenistik Çağ'ın ünlü krallarından I. Ptolemaios da (M.Ö. 304-285) M.Ö. 300 yıllarında o dönemin önemli bir kültür merkezi olan İskenderiye'de ilk müze ve kütüphaneyi kurmuştur" (Yücel, 1999:19).

Müze fikrinin temelini koleksiyon oluşturma mantığı ve bunu gösterme düşüncesi oluşturmaktadır. Eski çağlarda koleksiyonların ilk örnekleri Mezopotamya, Anadolu, Mısır ve Yunanistan'da görülmektedir. Yunanlılardan sonraki dönemlerde ise Romalılar, değerli kaplar, egzotik bitkiler ve Yunan tapınaklarından yağmaladıkları sanat eserlerinden koleksiyonlar oluşturmuşlardır (Artun, 2006: 20). Orta Çağ'da ise kralın, kilisenin, manastırın ve önemli kişilerin koleksiyonları bulunmaktadır. Bu zenginliklerin halka açılması ve sergilenmesi günümüz müzeciliğinin alt yapısını oluşturmuştur (Bilgin, 2010: 14). Orta Çağ'dan sonra koleksiyonculuk, 14. yüzyılda İtalya'da başlayan ve daha sonra Avrupa'nın genelinde etkin olan Rönesans'la birlikte yeni boyutlar kazanmıştır (Altun, 2007: 797).

Rönesans Dönemi'nde, antik ve çağdaş eserler toplayarak koleksiyon yapan ve bunları teşhir eden zengin aileler bulunmaktadır. Rönesans'ın sonlarında, saraylarda oluşan eser koleksiyonları sistemli ve gruplar halinde düzenlenmiştir (Gerçek, 1999: 4).

17. ve 18. yüzyıllarda eserlerin sınıflandırılması ve koleksiyonların sistematik olarak gruplandırılması bilinçli olarak devam etmiştir. Dünyada ilk defa halka açılan müze, İngiltere'de Oxford Üniversitesi'nde 1679-1689 tarihlerinde yapılan Ashmolean Müzesi'dir (Gerçek, 1999: 5). Bu tarihlerden itibaren Avrupa'nın belli başlı kentlerinde müzeler kurulmaya başlanmıştır. Fransa'da 1793 yılında Louvre Müzesi Avrupa'nın kurulan ilk ulusal müzesi iken 1852 yılında İngiltere'de kurulan Victoria and Albert Müzesi çağının en önemli sanat müzelerinin başında gelmektedir (Bilgin, 2010: 14). 19. yüzyılda müzeler sayıca çoğalarak kurumsal bir kimlik kazanmaya başlamıştır. Özellikle İngiltere ve Fransa'daki büyük müzeler müze koleksiyonlarını "Uygarlık Tarihi" çizgisine göre oluşturmuştur (Altun, 2007: 797). Amerika'da ise müzecilik 19. yüzyıldan itibaren oluşmaya başlamış, 1846'da Smithson ailesinin bağışıyla kurulan Smithsonian Enstitüsü dünyanın önemli müzelerinden birisi haline gelmiştir (Yücel, 1999: 27).

Dünyada müzecilikle ilgili bu gelişmelerin yanı sıra Türkiye’de müzeciliğin tarihine bakıldığında Sümer ve Hitit başta olmak üzere Anadolu’da yaşamış kültürlerde koleksiyonculuğun ilk örnekleri bulunabilir (Yaraş, 1994: 21). Ahmet Yaraş’ın (Yaraş, 1994: 21) ifadesine göre, Çatalhöyük ile başlayan Anadolu toplayıcılık geleneği Selçuklu Dönemi’ne kadar süregelmekte, Anadolu’daki Türk koleksiyonculuk anlayışının en erken örneğini Selçuklu Dönemi’ne ait veriler oluşturmaktadır.

Resim- 1: Leon Laborde, Konya Surlarının Görünümü, Gravür Çalışması, 1807-1869



Kaynak: https://www.researchgate.net/figure/Konya-view-of-the-city-walls-Leon-de-Laborde-Voyage-de-lAsie-Mineure-Paris-Firmin_fig1_274996239 (17.02.2019)

Selçuklular buldukları bütün kabartma ve heykelleri Konya kentinin surlarına ve kapılarına yerleştirerek herkese açık bir heykel koleksiyonu ve sergisi izlenimi vermişlerdir (Artun, 2006: 21). Dulkadiroğulları Beyliği Dönemi’nde ise Kahramanmaraş Kalesi etrafında Geç Hitit eserlerinin biriktirildiği bilinmektedir. Osmanlı Dönemi’nde kıymetli eserler, hediyeler ve savaşlarda elde edilen ganimetler sarayların hazine dairelerinde koruma altına alınmaya çalışılmıştır (<http://www.kulturvarliklari.gov.tr>, Erişim Tarihi: 18.02.2019).

İlk Türk müzesinin Mecma-i Esliha-i Atfika “Eski Silahlar Koleksiyonu” ve Mecma-i Asar-ı Atika “Eski Eserler Koleksiyonu” adında iki bölümlü olarak 1846 yılında Aya İrini Kilisesi’nde Ahmet Fethi Paşa tarafından kurulduğu kabul edilmektedir (Çal, 2009: 321). 1846 yılında, ilk olarak Edward Goold müze müdürü olarak tayin edilmiş, ardından sırasıyla Tony Tarenzio ve Anton Philip Dethier müze

müdürü olmuş, 1881’de Dethier’in ölümüyle Osman Hamdi Bey müze müdürlüğüne atanmıştır (Hitzel, 2015: 38). Müze, Osman Hamdi Bey’in çabaları sayesinde 1880 yılında restore edilen Çinili Köşk’e taşınmış ve “Müze-i Hümayun” adıyla ziyarete açılmıştır (Altunbaş ve Özdemir, 2012: 14). Osman Hamdi Bey, müzecilik alanında bilimsel çalışmalara öncülük etmiş ve eserlerin depolanması için bugün İstanbul Arkeoloji Müzeleri olarak bilinen binayı yaptırmıştır (Newton, t.y.; Aktaran Diler ve Adıgüzel, 2015: 86). Bu şekilde Türk müzeciliğinin temelleri İstanbul Arkeoloji Müzeleri’nde atılmıştır.

1910 yılında Osman Hamdi Bey’in ölümü üzerine müze müdürlüğü görevine Halil Edhem Bey getirilmiş, müzelerin gelişmesi ve eski eser bilincinin oluşması adına kurulan temellerin aynı şekilde devam etmesini sağlamıştır (Gerçek, 1999:131). Osman Hamdi Bey’i izleyen Halil Edhem Bey ve Theodor Makridi Bey ilk bilimsel kazıları başlatmıştır (Diler ve Adıgüzel, 2015: 87).

Osmanlı İmparatorluğu’nun yıkılması ve Cumhuriyetin ilan edilmesinden sonra müzecilikte Atatürk ile modern ve çağdaş düzeye ulaşmıştır (Yaraş, 1994: 21). 1924 yılında Topkapı Sarayı, 1934’te Ayasofya, müze olarak ziyaretçilere açılmıştır (Bilgin, 2010: 20).

Cumhuriyet Dönemi’nde Anadolu’nun farklı şehirlerinde açılmaya başlanan müzelerin ilklerinden 1930 yılında ziyarete açılan Ankara Etnografya Müzesi’dir. Bu müze cumhuriyetin ilk müze binası olarak kabul edilmiştir (Altunbaş ve Özdemir, 2012: 14). Cumhuriyet Dönemi’nde müzelerimizdeki koleksiyonları meydana getiren eserlerin büyük çoğunluğu Anadolu ve Osmanlı İmparatorluğu sınırları içerisindeki çeşitli uygarlıklara ait arkeolojik eserlerle, Doğu sanatı ve İslami Dönem’e ait eserlerden oluşmaktadır (Özkasım ve Ögel, 2005: 99). Bu sebeple dönemin müze koleksiyonlarının çoğu arkeolojik ve etnografik eserlerden oluşmaktadır. Bu müzelerin başında; Bursa Müzesi (1923), Ankara Arkeoloji Müzesi (1923), Antalya Müzesi (1924), Adana Müzesi (1924), Bergama Müzesi (1924), Ankara Etnografya Müzesi (1926), İzmir Müzesi(1926), Diyarbakır Müzesi (1934), Efes Müzesi (1934), Hatay Müzesi (1938), Kastamonu Müzesi (1941) gelmektedir (Yücel, 1999:78).

Arkeoloji ve etnografya müzelerinin yanı sıra tarihi eserler ile el sanatları ve İslam sanatlarına ait eserlerden oluşan müze koleksiyonları 1980’li yıllara kadar gelişim göstermiştir (Özkasım ve Ögel, 2005: 100). Çağdaş sergileme tekniklerinin kullanıldığı ilk müze Şark Eserleri Müzesi; kurulan ilk özel müze ise 1981 yılında açılan Sadberk Hanım Müzesi’dir (Altunbaş ve Özdemir, 2012: 14).

Müzeler amaçları, büyüklükleri, koleksiyonları, işletenleri ve benzeri faktörler bakımından farklılık göstermektedir. Günümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'ne bağlı 187 müze ve bakanlığın denetiminde 183 özel müze olmak üzere 370 müze hizmet vermektedir (<http://www.kulturvarliklari.gov.tr>, Erişim Tarihi: 05.04.2019). Müzeler, koleksiyonları bakımından sınıflandırıldığında arkeoloji, sanat tarihi, doğa bilimleri, jeoloji ve etnografya alanlarına ayrılmaktadır (Alshışanı, 2018: 13). Müzelerin sınıflandırılmasını Timothy Ambrose ve Crispin Paine'in (2006: 7) *Müze Temelleri* adlı eserinde, koleksiyonlarına göre müzelerden bazıları; genel müzeler, arkeoloji müzeleri, sanat müzeleri, tarih müzeleri, etnografya müzeleri, doğal tarih müzeleri, jeoloji müzeleri, bilim müzeleri, askeri müzeler, sanayi müzeleridir. İşletene göre müzelerden bazıları; ulusal müzeler, bölgesel müzeler ve yerel müzelerdir. Koleksiyonlarını sergileme biçimlerine göre müzeler; geleneksel müzeler, açık hava müzeleri, tarihsel müzelerdir.

Zengin bir kültürel mirasa sahip olan ülkemizde arkeolojik alanların çokluğu sebebiyle, belirtilen koleksiyonlar arasında en geniş grubu arkeoloji müzeleri oluşturmaktadır ve bulunduğu yerin kültürel tarihinin anlaşılmasında önemli bir role sahiptir (Altun, 2007: 816).

1.2. HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİ VE MÜZEDE SERGİLENEN ESERLER

Doğu Akdeniz havzasında yer alan Hatay, Anadolu'nun en eski yerleşim merkezlerinden biridir. Amik Ovası'nın sahip olduğu zirai potansiyel ve önemli ticaret yolları üzerinde olması nedeniyle Hatay, göçebe ve yerleşik kavimler için her zaman cazip bir bölge olmuştur (Demir, 2016: 25).

Hatay Arkeoloji Müzesi'nin hemen giriş bölümünde yer alan Hatay kronolojik tabloya göre, Paleolitik Dönem'den (M.Ö. 43.000-M.Ö. 17.000) itibaren Cumhuriyet Dönemi'ne kadar birçok döneme ait koleksiyonlar sergilenmektedir.

Hatay'da yürütülen arkeolojik çalışmalar, 1930-1941 yılları arasında Louvre Müzesi, Baltimore Sanat Müzesi, Worcester Sanat Müzesi ve Princeton Üniversitesi'nden temsilcilerin oluşturduğu bir komitenin yönetiminde, Hatay'ın klasik dönemlerine ait Roma ve Bizans Dönemi mozaikleri keşfedilmiştir (Rüstemoğlu, 2002: 20). "The Committee for the Excavation and its Vicinity" isimli bu komitenin yaptığı kazı çalışmaları; Antakya, Harbiye ve Samandağ'da

sürdürülmüş ve kazılarda ortaya çıkan mozaik eserler yurtdışında yaklaşık 20 kadar müzeye ve özel koleksiyonlara dağılmış durumdadır.

Aynı dönemde Amik Ovası'nda yürütülen yüzey araştırmaları ve kazılarla birlikte birçok döneme ait bilgiler elde edilmiştir. Açıca Höyük, Antik Alalah'ta İngiliz arkeolog Sör Leonard Woolley tarafından gerçekleştirilen kazılarda ise erken dönem Anadolu, Yakın Doğu ve Doğu Akdeniz kültürleri arasındaki ilişkileri ortaya çıkaran veriler bulunmuştur (Akar ve Maloigne, 2015: 115).

Antakya Cumhuriyet Alanı'na yakın bir noktada bulunan Hatay Arkeoloji Müzesi'ne ait eski müze binasının yapımı Fransız arkeolog M. Prost'un tavsiyesi üzerine 1933 yılında başlatılmış, 1938 yılında tamamlanmıştır (Küçük ve Yar, t.y.: 7). Müze 23 Temmuz 1948 yılında ziyarete açılmıştır (Hatay Yurt Ansiklopedisi, 1982: 3469). Açıldığı tarihten itibaren uzun yıllar hizmet veren Hatay Arkeoloji Müzesi, dönemin koşullarında ve mevcut eserlere göre kurulmuştur. Zaman içerisinde devam eden arkeolojik kazılar ve bilimsel araştırmalar ile yeni kültür varlıkları ortaya çıkmış var olan bu müze binası yetersiz hale gelmiştir. Müze binasının günümüz koşullarına uymaması, modern müzeciliğin ihtiyaçlarına cevap vermemesi nedeniyle 2011 yılında yeni müze binası yapılmaya başlanmıştır (<http://www.kulturvarliklari.gov.tr>, Erişim Tarihi: 12.05.2019).

Yeni müze binası, Antakya'ya bağlı Maşuklu Mahallesi'nde toplamda 32.754 metrekare kapalı alan, 10.700 metrekare sergi alanı ve 3500 metrekare mozaik sergileme alanı olarak inşa edilmiştir (Küçük ve Yar, t.y.: 7). Yeni Hatay Arkeoloji Müzesi ile birlikte mekânsal problemler giderilmiş ve depo alanları hazırlanmıştır (Akar, 2014: 261). 2015 yılı sonunda Hatay Arkeoloji Müzesi binasında teknolojiden faydalanılarak çeşitli tarihi benzetme ve canlandırma sistemleri yerleştirilmiş, 120 adet heykel, yaklaşık 3500 metrekare mozaik, 90 adet vitrin içerisinde çok sayıda eser, lahitlerin bulunduğu salon, mozaikli alan canlandırmaları, heykel sergi salonları ile tamamlanmıştır (Küçük ve Yar, t.y.: 8).

Müzenin giriş bölümünde ziyaretçileri Antakya kent planının anlatıldığı 1/100 ölçeğinde bir şehir maketi karşılamaktadır. Bu planı interaktif bir görüntü ve Hatay'ın tarihsel kronolojisi takip etmektedir. Devamında müzenin teşhir alanlarına ilişkin bir müze krokisi ve bilgilendirme panosu yer almaktadır. Bu panoda numaralandırılmış olan bölümler sırasıyla başlıklar halinde verilmiştir.

Resim- 2: Hatay Kronolojisi ve Müze Planı



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Hatay Arkeoloji Müzesi mağaralar bölümü ile başlar. Samandağ İlçesi Mağaracık Köyü yakınlarındaki mağaralardan bulunan çeşitli malzemeler canlandırma yöntemiyle sergilenir. Türkiye’de Paleolitik Dönem’e tarihlendirilen son derece iyi korunmuş buluntu ve materyaller sergilenmektedir (Güleç, 2014: 18).

Resim- 3: Üçağzlı Mağara Canlandırması



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Mağara canlandırmasından sonra Amuk bölümü başlamaktadır. Amuk Bölümü, Amik Ovası höyüklerinin yer aldığı salondur. İlk olarak Tell Kurdu Höyüğü canlandırma alanı yer almaktadır. Burada 1960’lı yıllarda Tell El Şeyh Höyüğü’nde yapılan kazılarda bulunmuş ve M.Ö. 5.500’lere tarihlenen deformasyona uğramış insan kafatasları sergilenmektedir.

Resim- 4: İnsan Kafatasları



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Amuk bölümünde Tell Tayinat ve Tell Açıana höyükleri arasındaki ilişki anlatılmaktadır. Antik Alalah salonunda, Alalah'ın var olduğu zaman dilimi içerisinde geçirdiği politik, sosyal, kültürel ve ekonomik değişimler ve Mukış Krallığı kapsamlı bir şekilde yansıtılmıştır (Akar, 2014: 262). Bu bölümde Kral Büstü Yarım-Lim, Koç Başlı Heykeli, çeşitli seramik kaplar, silindir ve damga mühürler yer almaktadır.

Resim- 5: Antik Alalah Salonu



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Tayinat Höyüğü'nde, Tell Tayinat tapınağının canlandırılması yapılmıştır. Burada höyükte yapılan kazılar sonrasında bulunan eserler yer almaktadır. Avlunun ortasında Geç Hitit Kralı Suppiluliuma heykeli, bazalt bir kaide üzerinde sergilenmektedir. Hitit Kralı II. Suppiluliuma'ya ait bu heykel, 1.5 m yüksekliğinde, yaklaşık 1.5 ton ağırlığında ihtişamlı yapısı ile müzenin en dikkat çeken eserlerinden birisidir (Özfırat, 2014: 86) (Resim-32).

Amik Ovası Höyükleri; Cüdeyde, Akrad, Şeyh Höyük, Çatalhöyük, Sabuniye, Al Mina, Kinet gibi höyüklerde değişik zamanlarda yapılan kazı ve araştırmalarda elde edilen buluntular (çanak-çömlek, kadın figürleri, ağırşak, boncuk, süs eşyaları, dörtgen planlı büyük kerpiç ev duvarları, maden gereçler, orak, bıçaklar, taş mühürler, iğneler, baltalar, mızrak uçları... gibi) sergilenmektedir.

Höyükler bölümünden sonra, Hellenistik Dönem eserlerinin olduğu bölüm başlamaktadır. Bu bölümün girişinde İssos Savaşı'nın anlatıldığı bir video gösterimi yer almaktadır. Videoda, Makedonya Kralı Büyük İskender'in Pers İmparatorluğu'yla yapmış olduğu savaş ve sonrasında Antakya'nın kuruluş hikâyesi anlatılmaktadır. Bölümün devamında, Mitoloji salonunda mitolojik kahramanların heykelleri sergilenmektedir. Sonrasında Thyke Bölümü gelmektedir. Salonda Helenistik Dönem'e tarihlenen Tykhe heykelinin Roma Dönemi'nde yapılan bronz kopyası için ayrı bir bölüm hazırlanmıştır. Selevkosların başkenti olan Antiokheia'nın kuruluşu adına yapılan bu 8 cm yüksekliğindeki bronz heykel, kentin talihinin koruyucusu, bolluk ve refahının simgesidir ve Antakya'yı temsil etmektedir (Demir, 2016: 32). Elindeki başak demeti şehrin zenginliğini, ayakları ile bastığı erkek Asi Nehrini, başındaki taç kent surlarını sembolize eder (Özdilek, 2014: 22) (Resim-33).

Mitoloji bölümünden sonra Seramik Eserler ve Kabartmalı Kâseler yer almaktadır. Ardından Roma 1 Bölümü ile Roma Dönemi Mozaikleri sergilenmeye başlamaktadır. Bu bölüm ve devamında İssos, Martyrion, Hazine, Orta Çağ eserleri sergilenmektedir.

Resim- 6: Roma Mozaikleri Bölümü, Genel Görünüm



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Roma ve Bizans Dönemi'ne ait mozaik koleksiyonları Roma 2 Bölümü ile devam etmektedir. Sergilenen mozaiklerde genellikle mitoloji ve günlük yaşam konularının işlendiği görülmektedir. Balık ve kuşlardan başka birçok hayvan tasviri, savaş ve av sahnelerine rastlamak mümkündür. Bu mozaik eserler dönemin Antakya toplumunun villalarının içerisinde, genellikle taban döşemelerinde bulunup müzede orijinal konumları ile sergilenmektedir. Bu bölümde Güneş Saati Mozaïği (M.S. 4.yy), Kemgöz Mozaïği (M.S. 3.yy), İskelet Mozaïği (M.S. 4.yy), Hamam Kompleksleri, Ziyafete Katılma ve Psykhe Mozaikleri yer almaktadır (Özdilek, 2014: 175-194).

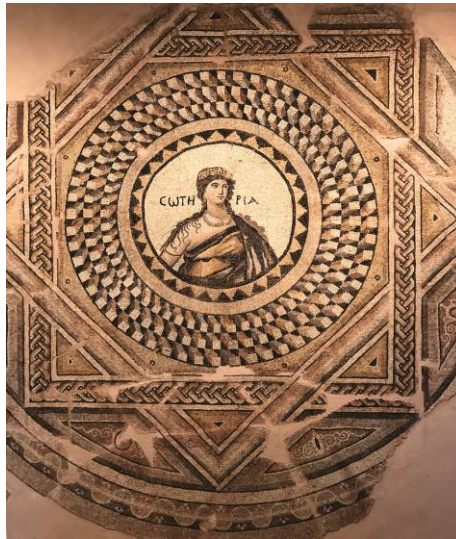
Resim- 7: İskelet ve Güneş Saati Mozaikleri



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Roma 2 Bölümünden sonra, sırasıyla Krallar, Daphne Villaları ve Taş Eserler Bölümleri gelmektedir. Bu bölümde Oceanus ve Tethys Mozaïği (M.S. 4.yy), Soteria Mozaïği (M.S. 5.yy), Mevsimler Mozaïği (M.S. 5.yy) sergilenen mozaiklerden bazılarıdır.

Resim- 8: Soteira Mozaïği



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Müzenin önemli bölümlerinden biri de lahitler bölümüdür. Bu salonda pişmiş toprak, mermer, kireçtaşı, bazalt ve kurşundan yapılmış lahitler sergilenmektedir. Bilgi panolarında Antik Çağ'da ölü gömme gelenekleri, steller (mezar taşları), nekropoller (antik mezarlar), lahit türleri, sütunlu lahitler hakkında bilgi verilmektedir. Bu bölümde özel bir odada yer alan Antakya Lahiti müzenin önemli eserlerinden biridir. Yekpare, mermer yapısı ile özel bir yere sahiptir. Lahit, uzunluk 2.47 m, genişlik 1.22 m, yükseklik 1.20 m ölçülerinde, 10 ton ağırlığındadır. Lahitin içinde bulunmuş olan yetişkin bir kadın, yetişkin bir erkek, genç bir kız olmak üzere üç kişiye ait kemikler ayrıca sikkeler ve altın takılar lahitin etrafında sergilenmektedir.

Resim- 9: Antakya Lahiti



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Lahitler Bölümünden sonra Mozaik Yolu Bölümü ile, mozaik eserler sergilenmeye devam etmektedir. Bu Bölümde Antakya mozaikleri arasında özel bir yere sahip olan Yakto Kompleksi “Tethys-Megalopsykha Mozaïği” sergilenmektedir. Mozaïğin bordüründe dönemin günlük yaşamına dair ipuçları yer alır (Resim-39) (Özdilek, 2014: 242).

Resim- 10: Sikkeler Bölümü



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Mozaik eserler, Martyrion, İssos ve Geç Roma Hamamı bölümleri ile tamamlanmaktadır. Devamında müzenin çıkışına doğru, Orta ağ ve İslami Dönem Bölümleri ve bu dönemlerde bulunan kitabeler, seramik eserler yer almaktadır. Son olarak Hazine Bölümü'nde Helenistik Dönemden Doğu Roma Dönemi'ne uzanan farklı dönemlere ait sikkeler, damga mühür ve baskıları, silindir mühür ve baskıları sergilenmektedir. Ayrıca Helenistik Dönemden başlayarak Cumhuriyet Dönemi'ne kadar tarihlenen çeşitli takılar sergilenmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

HEDİYELİK (HATIRA) EŞYA TASARIMI VE MÜZELERİN HEDİYELİK EŞYA TASARIMINA YÖNELİK ÇALIŞMALARI

2.1. “HEDİYELİK (HATIRA) EŞYA” TANIMI VE KÜLTÜREL ÖNEMİ

Önemli bir kültür ögesi olan hediyeleşme, insanlar ve toplumlar arasında gerçekleşen bir iletişim aracıdır. Türkçede hediye veya armağan kelimeleri birini sevindirmek, mutlu etmek, onurlandırmak veya anı olarak verilen şey anlamına gelmektedir (<http://www.tdk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 20.03.2019). Hediye, daima kendisinin ötesinde bir değer içermektedir. Ayrıca bunun yanında geçmiş ilişkilerin izlerini muhafaza eden önemli bir olgudur (Godbout, 2013: 203).

Bunların yanı sıra hediyeleşme olgusu, her toplumun kültüründe özel alanlarda, aile içi ilişkilerde ve arkadaşlar arasında işlevsel ve sosyal bir öğedir. Bu bakımdan hediyeler, kişilerin yaşamında ve birbirleriyle olan ilişkilerinde geçmişten izler bırakan ve bellekte unutulmayan anılardır. Biyolog Lynn Margulis ve Carl Sagan “Canlı olmanın özü hafızadır, geçmişin bugünde fiziksel olarak varlığını sürdürmesidir.” (Godbout, 2013: 247) ifadesi ile insan yaşamındaki hatıraların zaman faktörünü aşabilen bir olgu olduğunu vurgular. Hatıraları somutlaştırabilen bir öğe olarak hediyelik eşyalar, manevi değerleri biriktirmenin bir yöntemidir.

Hediyeleşme sosyal antropolojinin temel konularından birini oluşturmaktadır. Antropoloji ve tarih kaynaklarına göre Arkaik toplumlara kadar dayanır ve birçok kültürde çeşitlilik gösterir (Augé ve Colleyn, 2004). Antropologlara göre geçmişten günümüze hediye alıp verme eylemleri, bireyler veya toplumlar arasında sosyal bağlar oluşturarak insan ilişkileri ile ilgili önemli veriler sunmaktadır. Arkaik toplumlarda “potlaç” kavramı, hediyeleşme ya da armağan etmeyi anlatan bir terimdir. “Potlaç” kavramı üzerine kuramsal çalışmalar bulunmaktadır¹.

İlkel toplumlardaki hediye geleneğini ilk olarak araştıran ve bu konu ile ilgili çok sayıda eser bırakan Fransız sosyolog ve antropolog Marcel Mauss’tur. Dünya

¹Potlaç: Burada bahsedilen hediyeleşme olgusu, gönüllü yapılan ama gerçekte ise zorunlu olarak verilen hediyelerdir. Geniş bilgi için bakınız (Mauss, 2006; Augé ve Colleyn, 2004; Güvenç, 2002; Moore, 2015; Godbout, 2013)

halkları arasındaki hediye verme uygulamalarıyla toplumsal yapıları arasındaki ilişki üzerine karşılaştırmalı çalışmalar yapmıştır (Mauss, 2006). Mauss, hediyein İskandinav uygarlığında ve diğer birçok uygarlıklarda değiş-tokuşlar ve anlaşmalar biçiminde yapıldığını ortaya koymaktadır (Mauss, 2006: 205-207). Mauss çalışmalarında “potlaç”ı bir hediyeleşme biçimi olarak incelemektedir (Moore, 2015: 199). Bu paylaşma sistemleri, hasat sonu, doğum, sünnet, evlenme, ölüm, temel atma, oruç, hac ve kurban törenlerini içerir (Güvenç, 2002: 209). Bu törenlerde ev, mal ve şölen sahibinin cömertliği açıkça övülür. Potlaç kültürü, antropoloji literatürüne geçmiş en renkli örneklerden birini oluşturmakla birlikte Anadolu, Trakya, Balkanlar ve Avrupa’nın birçok ülkesinde uygulandığı bilinmektedir (Göçer, 2017: 365).

Türk toplumlarında hediyeleşme Göktürklerden itibaren görülmektedir. Yine diplomatik ilişkilere dayanan ilk hediyeleşmeler Çin kaynaklarından öğrenildiğine göre 611-759 yılları arasında Çin İmparatorluğu ile ticari amaçlarla gerçekleştirilmiştir (Salman, 2007: 30). Hediye alıp vermelerin ülkeler arasında dostane ilişkilerin sürdürülmesi amacıyla yapıldığı söylenebilir. Eski Türklerde “yağmalî toy” kurumu, Selçuklu ve Osmanlılarda “ahilik” kurumu potlaç kültürüne benzer (Göçer, 2017: 465). Osmanlı tarihine bakıldığında hediye ve hediyeleşme, genel olarak padişah ve İslam hükümdarları, Anadolu beyleri, krallar ve yüksek makamdaki devlet adamları arasında gerçekleşmiştir. Bunun dışında Osmanlı saray ve konaklarında önemli günlerde, bayramlarda, nevrüz gibi kutlamalarda hediye geleneği sürdürülmüştür. Örneğin, iftar ziyafetlerinde konuklara kese içerisinde para verilir ve buna “diş kirası” denir (Tezcan, 1989: 32).

Hediyeleşme kültürüyle halk edebiyatı metinlerinde ve divan edebiyatında sıkça karşılaşılmaktadır. Hediye kelimesi Arapça kökenli olması dolayısıyla, öz Türkçede bu kelime yerine kullanılan farklı kelimeler vardır. Örneğin “andaç”, “andiç”, “andaş”, “angi” gibi yadigar, hatıra anlamlarına gelen kelimeler halk dilinde ve eski Türk dili metinlerinde kullanılmıştır (Naskali ve Koç, 2007: 232). Kültürümüze özgü hediyein büyük ya da küçük olmasının bir önemi olmamakla birlikte, “Çam sakızı çoban armağanı”, “Yarım elma gönül alma”, “Az olsun öz olsun” gibi atasözlerimize de bu durum yansımıştır. Bunun yanında divan şiirinde de hediye niteliği taşıyan ve hediye yerine kullanılan kelimeler yer almaktadır. Örneğin yadigar, giderken bırakılan bir hediye, armağan ise ısmarlama veya getirilen hediye olarak kullanılır (Koç ve Mermer, 2007: 447).

Anadolu'nun gelenek ve göreneklerinde hediye; doğum, nişan, düğün, sünnet gibi önemli günlerin bir parçasını oluşturmaktadır. Hediyein gündelik hayata yansımaları yöreden yöreye değişerek renklilik göstermektedir (Naskali ve Koç, 2007). Örneğin Hatay yöresinde, hediye vermek zenginliğin ve alçakgönüllülüğün göstergesidir. Hediye takdim edilirken “Kıymetinizden değil.” ifadesi kullanılır. Bu “Hediyein değeri sizin kıymetiniz yanında azdır.” anlamına gelir (İleri, 2017: 331).

Hediyeleşme Batı'da ise genel olarak diplomatik ilişkilerde görülmektedir. Bunun yanı sıra başta Noel olmak üzere çeşitli bayramlar ve özel günlerin önemli bir parçasını oluşturur. Kişiler arasında şükran ve mutluluk gibi manevi duyguların paylaşılmasına vesile olur. Yılbaşında hediye alma verme geleneğine ilişkin yapılan festivaller ve benzer etkinlikler bu geleneğin sürdürülmesinde etkili olmuştur (Esgin, 2012: 93).

Günümüzde bir diğer hediye (hatıra) eşya alışverişi ise bireylerin seyahatlerinde veya müze ziyaretlerinde aldığı ürünlerdir. Yapılan seyahatlerin hediye eşyalarla tamamlanması, kültürlerin bir yerden başka bir yere taşınabilmesi açısından önemlidir. Gezilen yerin özelliklerini temsil eden aksesuar, magnet, kartpostal, kitap ayracı gibi nesnelere Fransızca hatıra anlamına gelen “souvenir” adı verilmektedir (Eram, <https://kulturlimited.com>, Erişim Tarihi: 15.03.2019). Fransızcada hatıra ve anı kelimeleri “souvenance” sözcüğüyle tanımlanırken; hatırlamak ve anımsamak kelime anlamlarını karşılayan “souvenir” ise hatıra, anı, hatıra eşya, hediye eşya anlamlarına gelmektedir². “Souvenir”, birini ya da bir yeri daha sonra hatırlamak için alınan nesneler olmakla birlikte teşekkür ya da hoşça kal hediyesi anlamına da gelmektedir (<http://www.cntrl.fr/definition/souvenir>, Erişim Tarihi: 12.04.2019).

Hediye eşyalar kültür turizminin bir parçası olarak gezilen bölgelerin özelliklerini ve konumunu hatırlamaya aracı olan objelerdir. Çoğu turist ziyaret ettiği yerden hediyeleri, anılarına tanık olarak geri getirmektedir. İnsanlar yaşamlarında özel olan olay, yer ve mekanı hatırlamak için manevi değer taşıyan bu küçük eşyalara ilgi göstermektedir. Gezilen turistik bölgelerin, müzelerin ve benzeri yerlerin hediye eşyaları aynı zamanda bir tanıtım faktörüdür. Bir bölgeye ilk

²Souvenir: Fransızca ve İngilizce'de yaygın olarak hediye eşya mağazalarında satışa sunulan hatıra objeler için kullanılmaktadır. (Fono Fransızca– Türkçe Universal Sözlük, 2004; <https://dictionary.cambridge.org> Erişim: 08.04.2019)

olarak gidildiğinde karşılaşılan hediyelik eşyalar o bölgenin kimliğini yansıtan imajlar taşımalıdır.

Hatıra amaçlı hediyelik eşya ürünleri bir yere ait olan kültürün başka bir yere taşınmasında etkin bir role sahiptir. Günümüzde turizmde tanıtım çalışmalarının çok sayıda ülke arasında rekabet yarattığı düşünüldüğünde hediyelik eşya alışverişinin önemi tanıtım anlamında öne çıkmaktadır. Bu konu ile ilgili Cevdet Avcıkurt “Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme” adlı kitabında “turistik tanıtma” kavramına şöyle bir yaklaşımda bulunur:

“Turistik tanıtma, ülke içinde ve dışında kişilerin ilgilerini bir ülkenin, bölgenin veya turistik çekim yerlerinin doğa, kültür, tarih, arkeoloji, deniz ve güneş gibi temel niteliklerine çekmek için her türlü tutundurma tekniklerini kullanarak bilgi vermek, eğitmek, olumlu imaj yaratmak ve bir inanç meydana getirmek suretiyle turistik ürün ve hizmetlerin satın alınmasını kolaylaştıran çeşitli etkinlik ve teknikleri içeren bir iletişim olayı olarak tanımlanabilir.” (Avcıkurt, 2005: 9)

Günümüzde imajların neredeyse dünyanın gerçekliğini gölgede bırakabilecek ölçüde önem arz ettiği ve insanları etkilediği düşünülmektedir (Robins, 1999: 11). İmaj kavramının anlamına bakacak olursak Latince “imago” (resim) kökünden olup, epistemolojik açıdan insanın zihninde bir kişi, kurum, ürün, olay ve benzeri hakkında geliştirdiği bilişsel ve psikolojik bir resmi ifade etmektedir (Dinçer, 1998: 7). İngilizcede “vision” (vizyon) ve “image” olarak; Türkçede ise görü, görüş, düşsel görüntü olarak tanımlanabilmektedir (Robins, 1999: 11). İmaj tanımlaması bir konu, bir kuruluş, bir kişi, bir ülke veya bir ürünle ilgili olabilecek öz ve değerlerin hedef kitleyi oluşturan bireyler tarafından algılandığı düşüncelerdir. Bu durum bir diğer anlamda değer yargıları olarak ifade edilebilir. Bu anlamda turistik ürün tanıtımlarında kullanılan imajların oldukça önemli olduğu söylenebilir.

Tüm bunlar birleştirildiği zaman hediyelik eşya üretimi kültürel tanıtımın bir parçası olarak, kültürün dokusuna ve kimliğine dair ip uçları vermelidir. Ülkelerin de bu anlamda artistik ve entelektüel bir değer öne sürerek saygınlığını arttırabileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Anholt, 2011: 54). Turistik ürünlerin ya da herhangi bir ürünün dünyada başarılı olabilmesi öncelikle o ürünün anlamını oluşturan öğelerin iyi irdelenmesi ve tasarımına gerekli önemin verilmesi ile gerçekleştirilebilir.

2.2. “HEDİYELİK (HATIRA) EŞYA” TASARIMI

2.2.1.Tasarım Tanımı

Batı dillerinde tasarım karşılığı kullanılan “dizayn (design)” sözcüğü, Latince biçim vermek, temsil etmek demek olan “designare” sözcüğünden gelmektedir (Tunalı, 2004: 12). Türkçede tasarı, bir kimsenin yapmayı düşündüğü şey; olması veya yapılması istenen bir şeyin tasarlama sonucu zihinde aldığı biçim olarak kullanılmaktadır (<http://www.tdk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 05.05.2019). Dolayısıyla her tasarımda tasarlanan bir konu ve tasarlanan bir obje vardır. İnsanların yaratma davranışı olarak tasarlama, nesnelerle ilgilidir. Tasarım, tasarımcıların duyum, algı, düşünme, duygu ve hayal gücü gibi bilgi yetileriyle nesneler üzerinde üçboyutlu doğal düzen kurgulamak ve onu tasarımsal bir dünya içine yerleştirmeleriyle ilgilidir (Tunalı, 2004: 12). Başka bir ifade ile yaratma eylemi insanın doğada hazır bulduğu nesnelere kendi insansal varlığını katması olarak tanımlanabilmektedir.

Çevremizde özellikle görsel kültür içerisinde var olan nesnelerin işlevsel ve iletişimsel bir amacı olmaktadır. Grafik tasarım ve ürün tasarımı görseldir ve iletişimsel veya işlevsel bir amaç içerir (Barnard, 2010: 31). Genel olarak tasarım ürünleri insanlığın yaşamına yardımcı olma ve gereksinimlere yanıt verme amacı ile yapılır. İnsanlık tarihi boyunca tasarımın amaç ve nitelikleri zaman içinde yenilenerek sürekli gelişmiştir (Sağocak, 2003: 180). Her yaşam biçimi içerisinde insanların kendine özgü kültürel ihtiyaçları doğrultusunda tasarım şekillenir. Örneğin, “Dünyanın her yerinde başköşede yer alan Türk nakışlarının doğuşundaki en büyük özellik tasarlama gücünün ta kendisidir” (Eyüboğlu, 1986: 284). Eyüboğlu bu anlamda tasarlama eyleminin sürekli değişen kültürel ihtiyaçlara kendiliğinden yanıt verdiğini ve uyum sağladığını belirtir.

Bu tanımlardan yola çıkarak tasarımın hayatımızın her alanında yer alan temel bir insan eylemi olduğu söylenebilir. Tasarımcı bu eylemi belli bir plan çerçevesinde anlamlı bir düzen oluşturarak ortaya çıkartan kişidir.

Tasarımın işaret etme, plan, proje, amaç alanlarında kullanılışı 16. yy’da resim, heykel, mimarlık, oyma sanatı olarak ele alınışı 17. yy’da görülmektedir. Tasarımın bugünkü anlamda yaratıcı bir insan eylemi olarak ele alınışı 19. yy ortalarına rastlamaktadır. 20. yy tasarım ve teknoloji kavramlarının bütünleşmesine sahne olmuştur. Özellikle ikinci yarısında bilgisayar teknolojisinin ve yüksek

teknolojinin gelişmesi tasarım ve tasarlama kavramlarının da anlamını değiştirmiştir (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi 3, 2008: 1361).

2.2.2. Ürün Tasarımı ve Tarihsel Gelişimi

İnsanlar doğadaki diğer canlılardan farklı olarak güvenlik gereksinimlerini ve temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için işlevsel araçlar geliştirmişlerdir. Bu durumu insanın ihtiyaçlarına ve hatta duygularına maddesel ya da plastik bir ifade vermesi olarak tanımlayan Herbert Read, “Sanat ve Endüstri” adlı eserinde bu ihtiyaçları şu şekilde tanımlamaktadır:

“Her insanın, en ilkel insanın bile, iki çeşit ihtiyacı vardır: Maddi ve manevi ihtiyaçları. Kendine barınak yapması, aletler ve silahlar yapması, giyecek yapması gerekir, bu bakımdan bir yapıcıdır. Manevi ihtiyaçları çok daha karışık olup, hiç olmazsa dış formları veya ifadeleri bakımından çağdan çağa değişirler, fakat insan hayatının bu tarafı esas itibariyle duygulara seslenip karşılıklar yaratır” (Read, 1973: 28).

Bu temel gereksinimler insanları var oluşlarından beri araştırmaya, tasarlamaya ve ürün keşfetmeye yönlendirmektedir. Geçmiş toplumlarda el becerisiyle yapılan taş, bıçak, balta gibi savunma aletleri ilkel tasarım modelleri olarak bilinmektedir. Daha sonra toplumların evrilmesiyle el becerisine dayalı savunma silahları, gündelik kullanım eşyaları, marangozluk, heykeltçilik gibi üretimler görülmeye başlanmıştır (Shiner, 2017: 49). Bu noktada üreticisinden ayrı bir tasarımcı henüz yoktur, nesneler zanaatkârlar tarafından zanaat dükkânlarında üretilmektedir (Tekeli, 2011: 32). Zanaatkârlar tarafından üretilen nesneler toplum içerisinde yaygın olarak kullanılmakta ve toplumla kalıcı bağlar oluşturmaktadır. İnsanın bilgisel ve kültürel birikiminin gelişmesine bağlı olarak bilim dallarının çeşitlenmesi tasarım süreçlerine ilişkin yeni olanaklar doğurmuştur. Bu durum beraberinde yeni üreticileri ve yeni üretim ortamlarını getirmiştir (Özgen, 2005: 45). Bu sebeple zanaatkârlık süregelen şehir hayatındaki pratik becerilerin gelişmesiyle giderek zayıflamıştır (Sennett, 2013: 38). Bu noktadan itibaren sanat, zanaat ve tasarım kavramları belirginleşmeye başlamış ve bu kavramlar çağlara, kültürlere göre değişim göstermiştir (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi 3, 2008: 1362).

Endüstrileşme, tarihsel süreçte sanayi devriminden başlayarak 18. yüzyılın sonuna doğru buhar ve dokuma için üretilen makinelerin icadı ile birlikte 19. yüzyılda giderek hızlanmıştır. Makinelerin insanlara göre daha güçlü, daha hatasız, daha güvenilir olması mekanik evrimi yaratmıştır (Basalla, 2000: 21). Bu bağlamda ürün geliştirme ve yaratma süreçleri teknik ve ekonomik işlevin gündelik hayatın

amaç-arac gerçekliği üzerine kurgulanmıştır. Bu yüzyıllarda üretimler stil taklitçiliği haline dönüşmeye başlamıştır (Bayazıt, 2004: 47).

Buna karşı William Morris ve arkadaşları 19. yüzyılın ikinci yarısında gelişen endüstrileşmeye karşı el işçiliğini ve zanaatı savunan “Arts and Crafts” hareketini başlatmışlardır (Read, 1973). Makine yapımı niteliksiz ürünlerin yerine daha çok el işçiliğine dayalı tekstil, mobilya, duvar kağıdı gibi ürünleri desteklemişlerdir. William Morris “*Gerçek mutluluğun sırrı, gündelik hayatın en küçük ayrıntılarına ilgi göstererek onları sanat yoluyla yüceltmektir.*” ifadesi ile estetik incelikle uygulanmış el yapımı üretimlerin gündelik hayatın bir parçasını oluşturduğunu vurgulamaktadır (Artun, 2015: 33). Daha sonraki süreçleri etkileyen bu devrim, endüstriyel üretim ortamında ürün, üreten ve tasarlayan ayrımlarını ortaya koymaktadır. Art and Crafts hareketine örnek olarak, Philip Webb’in Jhon Garret ile birlikte ürettiği sandık ve William Morris’in tasarladığı ve Ada Phoebe Godman’ın dokumasını yapmış olduğu halı uygulamaları gösterilebilir.

Resim- 11: Philip Webb, Jhon Garret and Son, 1897, V&A Museum, Londra, William Morris, Ada Phoebe Godman, 1877, V&A Museum, Londra



Kaynak: <https://www.vam.ac.uk/articles/arts-and-crafts-an-introduction> (Erişim Tarihi: 20.03.2019)

Arts and Crafts hareketi zamanla üretim dünyasında, farklı tasarım imkânlarını ve gelişmeleri beraberinde getirmiştir. İnsan ve makine arasındaki bu uzlaşmacı tasarımlar, İngiltere’den sonra 1919 yılında Almanya’da Bauhaus ile işlevsel bir yapıya dönüşmüştür. Sanat eğitimi kökten etkileyen bir kurum olarak Bauhaus ile ilk defa endüstrinin gereksinimlerini karşılama amacıyla tasarımlar hazırlanarak

tekstil, cam, seramik atölyelerinde prototipler yapılmış ve fabrikalarda üretimler geliştirilmiştir (Erkmen, 2011: 15-16). Bauhaus, sanat akademisi ile uygulamalı sanat okulunun birleşmesi sonucu oluşan özgün bir eğitim kurumudur. Bu oluşum üretilen nesnelerin işlevsel ve estetik olmasını makineleşme ile birleştirmiştir (Foster, 2004: 34). Söz konusu gelişmeler, sanat ile hayatın uzlaşmasının sonucu olarak tasarımın ve tasarımcının önemini ortaya koymaktadır. Bauhaus'tan sonra tasarımcılar, özgür bir sanatçı kimliği ile endüstri üretimine katılmışlardır. Bauhaus modern yaşamın gerekliliklerine uyum sağlamayı amaçlamıştır. Üretimler bu anlamda, zanaatları, güzel sanatları ve mimari öğeleri seri üretim temelinde sentezlemektedir. Çoğaltılan nesnelerin fonksiyonel ve estetik olması göz önünde bulundurularak tasarımın var olduğu her alanda Bauhaus'un etkisi görülmektedir. Örneğin Marcel Breuer'in Bauhaus öğrencilerinden Wasily Kandinsky için tasarlamış olduğu sandalye dünyada en çok kopyalanan Breuer sandalyesidir. Breuer'in tasarımda kullandığı basit geometrik çizgiler, zanaat ürünlerinin endüstriyel ürünlere ulaşma sürecini simgelemiştir (Baktır, 2006: 35). Breuer'in "Club Chair" sandalyesi, krom kaplamalı çelik borular ve kanvas malzeme ile üretilmiştir (<https://www.moma.org>, Erişim Tarihi: 15.05.2019).

Resim- 12: Marcel Breuer, Club Chair, 1927, The Museum of Modern Art



Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/2851> (Erişim Tarihi: 15.05.2019)

Bauhaus akımına göre, bir şeyin amacına göre tasarlanması, güzellik ve işlevselliği de kendiliğinden getirecektir. Bir diğer örnek olarak, Bauhaus'un ilk

tipografi ve grafik tasarımcısı Herbert Bayer, tasarladığı afişlerinde vizyonunu nötr biçimlerle herkesin erişebileceği bir görsel dile taşımayı hedeflemiştir. Aynı zamanda kamuoyunda Bauhaus’u temsil eden bir çok grafik tasarım ürünü üretmiştir (Armstrong, 2012: 54-55).

Resim- 13:Herbert Bayer, Leipzing Poster, 1927, MoMA



Kaynak: <https://www.moma.org/collection/works/159368> (Erişim Tarihi: 15.05.2019)

Herbert Bayer, 1927 yılında Leipzig’deki Avrupa sanat ve el zanaatları sergisi için yapmış olduğu bu afişte de görüldüğü gibi Bauhaus’un tarzı haline gelmiştir (Armstrong, 2012: 55).

Bauhaus mimari, grafik tasarım ve günlük yaşam gereçleri gibi farklı birçok alanda insan yaşamını etkileyen ürünler üreterek sanatı endüstri ile birleştirmiştir. Endüstriyel araçlarla gerçekleştirilen bu üretim süreçleri yalnızca bir birey için değil, toplumların ortak ihtiyaçlarına kitlesel olarak yanıt verme üzerine kurgulanmıştır. Tekstil ürünleri, teknolojik ürünler gibi bireyin el becerisiyle üretilmeyen, yığınlar tarafından tüketilmek için seri halde üretilen ürünler haline gelmiştir (Tunalı, 2004: 70). Tüketim davranışları tekrar eden yeni gereksinimlerle endüstri tasarımı üretimine ve endüstri tasarımı da tüketim davranışlarına dönüşerek ekonomik çemberi oluşturmaktadır. Kitlesel üretim ve tüketime dayalı bu döngü içerisinde kültürün varlığını Theodor W. Adorno “kültür endüstrisi” olarak tanımlamaktadır (Adorno, 2012). Kültürün iyi ya da kötü metalaşmasının hızla gelişen yaşantının tartışmasız doğal sonucu olduğunu belirten Adorno, seri üretimin yaygınlaşmasının toplumsal ve politik yaşamın değişmesine neden olduğunu açıklamaktadır. Bu

ortamda tasarımlar teknolojik değişimin ürünleridir. Kültürün bir parçası olarak gündelik yaşamını etkilemektedir. Bunun doğal sonucu olarak da kitlelerin gereksinimlerinin çeşitlenmesi ile endüstri tasarımı doğmuştur (Tunalı, 2004: 70). Endüstri tasarımı, yaratıcılık gerektiren ve genellikle yenilik içeren üç boyutlu nesnelerin oluşturulmasıyla ilgilidir.

İnsanların daha iyi nesneler kullanabilmesi adına her alanda problemlere yaratıcı çözümler bulmak tasarımcılığı meslek haline getirmiştir. Sonuç olarak tasarımcının işi, tasarım problemini anlamak, yorumlamak, alternatifler geliştirmek, çözmek ve başkalarına aktarmaktır. İster eşya ister hizmet ister mekan olsun tasarım, insan yaşamının kurgulamasında fayda amaçlı yapılan bir eylemdir. Bu noktada yaratma süreci belirli bir amaca en iyi şekilde ulaşmak için biçim ve içeriğin oluşturulması ile tamamlanmaktadır (Tunalı, 2004 ; Bayazıt, 2004).

2.2.3. Tasarımda Biçim ve İçerik

Biçim ve içerik tasarımın ana unsurudur. Bir tasarımda işlev gereksinimin tanımladığı bir kavramdır. İşleve uygun ya da onunla ilişkili olarak düşünülen biçim ise içeriğin uygulanabilecek şekilde düzenlenmesi sürecidir (Özgen, 2005: 57).

Biçim, yaratım süreci sonucunda elde edilen yapının barındırdığı tüm öğelerin meydana getirdiği düzendir (Ertan ve Sansarcı, 2017: 196). Tasarımın içeriğine hizmet eden yazı, resim, fotoğraf, simge, geometrik şekiller ve bunların yarattığı duygu atmosferinin arasında kurulan bağın bütününe biçim denilmektedir.

İşlevsellik yere ve zamana göre uyarlanarak yararlı ya da gerekli olmakla ilgilidir. İşlevselliğe bağlı olarak gelişen biçim ve bu biçimin estetiği değişen ‘güzel’ olma durumu ile ilgilidir. Bir ürüne biçim vermek, bir sanat yapıtında olduğu gibi biçim elementleriyle oluşabilir (Tunalı, 2004: 81). Güzeli gerçekleştirmek insanın en eski uğraşlarından biridir. Sanat yapıtlarında işlevselliğin güzelle olan ilişkisini Afşar Timuçin Estetik adlı eserinde şu şekilde açıklamaktadır:

“İşlevsellik sanata bir doğallık gibi yerleşmiştir, sanat işlevselliğe tam bir doğallıkla yönelmiştir. İnsanoğlu her zaman eylemini güzelleştirmek ve güzeli etkin kılmak istemiştir. İşlevseli çeksek güzel dağılıverecek, güzeli alsak işlevsel tükenip gidecektir.”(Timuçin, 2006: 20)

Güzelin felsefi açıdan takdir edilmesi olan estetik, günümüzde hala gelişimini sürdüren karmaşık bir çalışma alanıdır. Bu güzellik kavramının göreceliliği ile ilgilidir. Geçtiğimiz bir kaç nesil boyunca yaşanan radikal dönüşümler de bu kavramı etkilemektedir (Ocvirk vd., 2013: 6). Bugünkü anlamda her tasarımcının ortaya

koyduğu endüstri ürünü, bir sanat yapıtı değildir. Ancak bu ürünü alan kimse nesnenin estetik görselliği ile de ilgilenmektedir. Özetlemek gerekirse tasarım için işlev çözülecek problemin belirleyicisidir ve biçimle sonuçlanır. Biçimin sahip olduğu işlevden kaynaklanan özellikler ise toplumdaki değerlerin neden olduğu ihtiyaçlardır (Bayazıt, 2004: 209).

Güzel olanın toplumlara göre farklı tanımlandığı düşünüldüğünde, kişilere özgü kültürel yaşantıların belirleyici bir faktörü olduğu söylenebilir. Bu noktada içerik, tasarımdaki anlam bütünlüğünü oluşturan bir element olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir tasarımın değeri, anlamı itibarıyla ortaya çıkabilir ve güzelliğin dışında tasarım ürünlerinde çekiciliği arttıran bir özelliği de kapsayabilir. Anlam, verilmek istenen mesajla ilgilidir. İnsan yaşamında kullanılan tüm nesnelerin barındırdığı anlam kişisel ve sosyal etkileşimlerde sürekli olarak üretilir ve değiş tokuş edilir (Hall, 2017: 10). Bununla birlikte yaşam içerisinde bu mesajları algılayışımız, onları anlamlandırma sürecimiz bulundukları sistem veya durumlara da bağlı olmaktadır (Ambrose ve Billson, 2013: 102).

Tasarımda mesajın doğru ve etkili olabilmesi için tasarım ilkelerinin bilinmesi ve bu bilgilerin nasıl işleneceğinin öğrenilmesi gerekmektedir (Becer, 2013: 33). Tasarım iki türlü işlem sürecinden oluşmaktadır. Biri tasarımın planlanmasıdır ve içeriğini oluşturan etkidir. Tasarımın planlanması, araştırma ve fikir yaratımı ile birlikte problemin çözümlenme sürecini ortaya koyar. Diğeri ise tasarımın biçimsel oluşumunu kapsayan ve bir araya geldiklerinde uyumlu bir bütünlük içerisinde çalışan öğelerin organizasyonundan oluşur.

2.2.4. Tasarım Süreci ve Tasarım İlkeleri

Tasarım süreci, ihtiyaç veya belirlenen bir probleme dair yaratıcı çözümler geliştirmedir. Tasarım sürecinin ilk adımını fikir geliştirme ve haritalama aşaması oluşturur. Bu aşamada fikrin yönünü belirleyen yöntemler kullanılabilir. Bunlar; serbest çağrışım, zihin haritası, ve fikir eskizi yapma gibi uygulamalar olabilir. Kimi zaman fikir ağları olarak da adlandırılan zihin haritaları, bir konunun yapısını anlamak için kullanılan hızlı ve doğrudan bir metottur. Bu haritalar hangi bilgi parçalarının birbirine uyduğunu ve birbirleriyle nasıl ilişkilendiğini gösterir (Ambrose ve Billson, 2013: 144). İkinci aşama keşif ve araştırma sürecidir. En iyi araştırma, tasarım problemine ve hedef kitleye uygun potansiyel çözüm arama için yapılan soruşturmadır. Fikrin odağına uygun yapılan araştırmalar aynı zamanda

kazanımların da kalitesini belirler. Araştırmaların her aşamasında yazılı ve görsel veriler belgelenerek muhafaza edilmelidir.

Fikrin geliştirilmesi ve yapılan araştırmalardan sonraki aşamalar cevap üretme, çözüm getirme ve çözümün alıcıya sunumu ile ilgilidir. Sonuç neye benzeyecek, ne biçimde olacak ve nasıl sunulacak sorularının yanıtları aranmalıdır. Üretilen her çözümün işe yarayıp yaramadığı kontrol edilmelidir. Bunun için denemeler yapılmalı ve test edilmelidir.

İsviçreli Grafik sanatçı Karl Gerstner'in; "Vasat iş yoktur, vasat çözümler vardır." (Armstrong, 2012: 60) ifadesi ile tasarımda problem çözümüne ilişkin önemi ortaya koyar. Tasarımcının yaptığı işin etkin ve net bir şekilde hedefine yönelmiş olması, ortaya çıkan ürünün başarısını kendiliğinden getirir. Sonuç olarak tasarım süreci problemin tanımı, bilgi toplama, yaratıcılık ve buluş sonrasında çözüm bulma uygulamalarını kapsar (Becer, 2013: 39).

Tasarım, yaratım sürecinin her aşamasında yeni görsel ve biçimsel sonuçlar elde edilmesidir. Bu sonuçların elde edilmesi tasarım elementleri ve düzenleme ilkelerinin yapılanmasıyla gerçekleşir. Temel tasarım adı altında ele alınan tasarım elementleri ve düzenleme ilkeleri grafik tasarımdan, mimarlığa, ürün tasarımı ve şehirciliğe her türlü tasarım sürecinde ele alınan konulardır. Çünkü tasarımın ortak dili, sınırları, işlevleri farklı olsa da nokta, çizgi, düzlem, hacim, ölçü, renk, doku, yön gibi kavramlardan; kompozisyon, düzenleme ve algılama ilkelerinden oluşur. Bu mevcut sınıflandırmalar, şu şekilde özetlenebilir (Yazıcıoğlu, 2017; Gürer, 2004; Öztuna, 2008, Çelek ve Sağocak, 2014).

Nokta: Nokta görsel anlatımın ilk ve en basit elementidir. Diğer tasarım elementlerinin başlangıcıdır.

Çizgi: Görsel iletişimi sağlayan en temel öğedir. Doğayı taklit etmek, objeleri biçimlendirmek gibi özellikleri ile tüm anlatım unsurlarının temeli olma niteliğindedir.

Şekil: Şekil, bir çizgi ya da kenarla tanımlanan, betimlenen kapalı iki boyutlu bir figür olarak tanımlanabilir. İki boyutlu bir alan veya boşluktur. Çizgi bir alanı çevirdiğinde; açık ve koyu ton değerleriyle, renk veya dokuyla görülen alan, çevresinden ayrıldığında şekil oluşur.

Mekân: Mekân, her şeyi kuşatan boşluktur. İki boyutlu çizimde, resimde, tasarımda mekân, resim düzlemindeki görsellerin düzenlenişiyle ilgilidir.

Ölçü-Oran-Aralık: Bir düzenlemede bütünsellik, farklılık, etkililik, etkisizlik, uyumluluk, uyumsuzluk, derinlik olarak önde, arkada gibi psikolojik etkiler ölçü zıtlıklarıyla elde edilir.

Görsel Hiyerarşi: Bir tasarım bütünlüğü içinde taşıdığı mesajın vurgusuna göre öne çıkan ve geri planda kalan görsel öğelerin düzenlenmesi, görsel hiyerarşiyi oluşturur.

Doku: Tüm görsel nesnelerin karakteristik birer dış yapıları vardır. Nesne ve varlıkların gerek dokunma gerek görme yoluyla algılanan dış yapı özellikleri ve bunların objektif etkileri dokuyu oluşturur.

Renk: Renk insan deneyiminde önemli bir algısal ve kavramsal yere sahiptir. Görsel bilinci uyandıran ve tepki verme durumuna hazır hale getiren bir uyarıcı olarak işler. Tasarımda kullanılacak zıt, sıcak, soğuk, uyumlu renkler yüzey üzerinde istenen etkinin ve hiyerarşinin sağlanmasında önemli katkılar sağlayabilir. (Arıkan, 2008: 12-13) Her renk psikolojik bir mesaj ve duygu iletir. Yeşil, kıskançlık; mavi, sadakat ve içtenlik; kırmızı, etkinlik ve cesaret; kahverengi ve mor, tekdüzelik ve sıkıcılık; beyaz, teslimiyet; siyah ise karamsarlık gibi kavramları çağrıştırır (Becer, 2013: 59). Toplumdaki farklı grupların renklerle ilgili farklı çağrışımları ve farklı tepkileri vardır. Bir işle belli bir tepki uyandırmaya çalışırken, tasarımcının duygusal tepkilerin ve içgüdüsel çağrışımların kültürlere özel olabileceğini göz önünde bulundurması gerekir (Ambrose ve Harris, 2013b: 106)

Doğal olarak bu elementlerin bir tasarım içinde nasıl işler hale getirileceği konusunda belirli bir formül yoktur. Genellikle bir tasarımcının işi bütünsellik taşımayan farklı parçaları bir araya getirerek ortaya bir bütün çıkarmaktır. Bu işlem uygun malzemelerin seçiminden sonra tasarım elementlerini temel organizasyon ilkeleriyle düzenlenmekle oluşur. Tasarım düzenleme ilkeleri olan armoni, varyasyon, denge, oran, baskınlık, hareket ve ekonomi tasarımcıya kılavuzluk eder. (Ocvirk vd, 2013: 48).

Bu ilkelerin kullanımı son derece sezgisel ve öznedir. Birbirinden farklı görevlere sahip bu ilkeler, kompozisyonun genel yapısı içerisinde birbirlerini etkileyerek bütüne hizmet ederler.

Belirli bir denge ve görsel denklik hissi, uygun boyut ve ölçek ilişkileri, değişen derecelerde baskınlık veya vurgu alanları tasarımı olabildiğince etkili bir şekilde yapılandırır ve nesneler arasında uzamsal bir ilişki kurulur.

Bu tasarlama ilkeleri ve organizasyonun düzenlenmesi ile tasarım sürecinin sonucunda iyi bir ürün elde edilebilir. Tasarımcılar ürün tasarımı, moda tasarımı, grafik tasarım gibi geniş bir alanda bu temel adımları kullanırlar. Örneğin, Mimar Frank Gehry eskizlerinde çizgisel unsurları yoğun olarak kullanmış ve tasarım süreçlerinin önemini vurgulamıştır. Yine mimar Zaha Hadid mimari projelerinde ve farklı disiplinlerdeki üretimlerinde kendi özgün çizgisini yansıtmıştır (Resim: 21). Moda tasarımcı Emilio Pucci özellikle desen tasarımlarında tasarım ilkelerini vurgulayarak kıyafetlerin formuna hareket katmış ve üretimlerini daha çarpıcı hale getirmiştir. Endüstriyel tasarımcı Dieter Rams, üretimlerinde sade ve minimalist yaklaşımlarla işlevsel tasarım anlayışının önemli isimlerinden biri olmuştur. Türk grafik sanatının kurucularından İhap Hulusi Görey grafik alanında kendinden sonraki nesillere izler bırakmıştır. Genel olarak tasarım sürecinin önemini vurgulayan bu alandaki eğitilmiş ve nitelikli özgün örnekler çoğaltılabilir.

Resim- 14:Zaha Hadid, Farklı Disiplinlerdeki Tasarım Uygulamalarından Örnekler



Kaynak: <https://www.zaha-hadid.com> (Erişim Tarihi: 05.04.2019)

Günümüzde iyi bir ürün tasarımı ve niteliği üzerine endüstriyel tasarımcı Dieter Rams iyi tasarımın özelliklerini on madde de şu şekilde sıralamıştır:

“1.İyi Tasarım yenilikçidir: Yeniliğin imkânları, hiçbir şartta, tükenmiş değildir. Teknolojik gelişme her daim yenilikçi tasarım için yeni fırsatlar sunar. Unutulmamalıdır ki yenilik teknolojiyle uyum içinde gelişir ve kendi içerisinde bir son bulmaz.

2.İyi tasarım bir ürünün kullanılabilirliğini artırır: Bir ürün, kullanılmak üzere satın alınır. Aynı zamanda sadece fonksiyonel değil, psikolojik ve estetik kriterleri de tatmin etmelidir.

3.İyi tasarım güzeldir: Günlük kullanımı benliğimizi ve varlığımızı direkt etkilediğinden, bir ürünün estetik kalitesi onun işe yararlılığı ile bütünlük içindedir.

4.İyi tasarım bir ürünü anlamamıza yardım eder: İyi tasarım ürünün yapısına netlik kazandırır. Hatta bir adım ötesinde, ürünü konuşturabilir, ürünün kendi kendini açıklayabilmesini mümkün kılabilir.

5.İyi tasarım mütevazıdır: Ürün, bir amacın gerekliliğini yerine getirir. Ne dekoratif bir obje ne de sanat ürünü olarak görülmemelidir. Bu bağlamda, ürünün tasarımını hem nötr hem de ölçülü kılabilmek, kullanıcının kendini ifade etmesine alan açabilmek açısından önemlidir.

6.İyi tasarım dürüsttür: İyi tasarım bir ürünü olduğundan daha inovatif, güçlü veya değerli kılmaz. Tutamayacağı vaatler sunarak, tüketiciyi manipüle etmeye çalışmaz.

7.İyi tasarım dayanıklıdır: İyi tasarım, moda olmayı hedeflemeyerek demode olmaktan kendisini korur. Böylelikle, bugünün hızlı tüketim toplumunda bile, moda olan tasarımdan çok daha uzun yıllar yaşamayı başarır.

8.İyi tasarım bütün detaylarına kadar güvenilirdir: İyi tasarımda hiçbir detay şansa veya oluruna bırakılmamalıdır. Tasarım süreçlerindeki ince detaycılık ve özen, kullanıcıya sunulan saygıyı gösterir.

9.İyi tasarım çevrebilim bilincindedir: İyi tasarım, çevrenin korunmasına büyük katkı sağlar. Ürün yaşam döngüsü boyunca kaynakların etkin kullanımı aracılığıyla, fiziksel ve görsel kirliliğin en düşük seviyede tutulmasını mümkün kılar.

10.İyi tasarım minimal bir tasarımdır: İyi tasarımdaki “Azı ama daha iyisi” yaklaşımı, tasarımcıya üründe sadece zorunlu olanlara odaklanmasını telkin ederken, gerçekten gerekli olmayanların eklenmesiyle ürünün yükünün artırılmasının da önüne geçer.”

(<https://readymag.com/shuffle/dieter-rams/ten-commandments/>,

Erişim Tarihi:

21.05.2019).

2.2.5. Günümüz Hediye (Hatıra) Eşyalarında Tasarım Özellikleri ve Bazı Müzelere Ait Hediye (Hatıra) Eşya Mağazalarından Örnekler

Hediye (Hatıra) eşya üretimi günümüzde turizm faaliyetlerinin bir bölümünü oluşturmakla birlikte, gelir getirici ekonomik bir sektördür. Hediye (Hatıra) eşya üretiminde, tasarımlar biçim ve içerik yönünden kültürel özellikler barındırır. Bu ürünler, ticari olarak satılan herhangi bir üründen, el yapımı kişiye özel tasarımlara kadar çeşitlilik gösterebilir. Ama özünde manevi değer ve paylaşım arzusu taşıyan somut objelerdir.

Ülkemizde hediye (Hatıra) eşyaları incelendiğinde; çoğunlukla gezilen bölgelerin kimliğini yansıtmayan ve iyi bir tasarımın nitelikleri taşımayan kalitesi düşük ürünler karşımıza çıkmaktadır. Bu ürünler arasında ucuza mal edilen hatta ithal edilen ürünlerin yaygın olduğu görülmektedir. Bir bölgenin imajının hem kentsel pazarlama

hem de turizm stratejilerinin odağını temsil eden kentsel turizmin gelişimi ile çok yönlü bir ilişkisi vardır. Bu anlamda hediyelik eşyalar, tasarım özellikleri bakımından ele alındığında ilk olarak kendi kimliğini tanımlayabilmelidir. Daha sonra sırasıyla ürün tasarımı özelliklerinin uygulanması sonucu kaliteli ve nitelikli ürünler sağlanabilir.

Hediyelik ürünlerde kültürel özün yakalanabilmesi, turist alıcıların gezilen bölge hakkında vizyonunun gelişmesine yardımcı olan bir unsurdur. Hediyelik eşyalarda bulunan imaj, tüketicilerin seyahat ettikleri bölge ile ilgili belleklerinde yaratıkları izlenimleri oluşturur. Dolayısıyla hediyelik eşya üretiminde kullanılan malzemelerin ve imajların gezilen bölgenin karakteristik özellikleriyle uyumlu olması beklenir. Bölgenin kültürü ve tarihsel bütünlüğü tasarıma bu anlamda katkıda bulunmalıdır.

Hediyelik eşya tasarımları, tüketici için cazibe ve farklılık yaratan bir konumda yer almalıdır. Günümüz üretiminde farklılaşma, piyasa koşullarından sıyrılmayı zorunlu kılmaktadır. Hall Foster'a göre bir varlık belirli bir çevre içerisinde kendini tasarımla gösterebilir (Foster, 2004: 40). Bu durum hem üreten hem de tüketen için önemli bir noktada yer alır. Tasarımcılar özellikle hediyelik eşya tasarımlarında sadece pazara ve siparişe göre davranmamalı, tüketicilere aynı tip ürünler yerine çeşitlilik sunmalıdır. Elbette bu çeşitlilik, özgün ve nitelikli ürün elde etmeyi sağlamalıdır. Bu durum ürün çeşitliliği içerisinde bir tercihte bulunacak olan tüketiciyi de doğru seçim yapmaya yönlendirir. Özgün tasarlanmış ürünün tüketimi, bireyin kendini toplum içerisinde görünür kılması adına da önem taşımaktadır.

Tasarımcılar günümüz olgularını üretim biçimlerinde nasıl kullanabileceklerine dair çeşitli yol ve yöntem izleyebilmelidir. Tasarımın her aşamasında, tanım ve kimlik sahibi bir nitelik ortaya koymak bu yöntemlerden biridir. Söz konusu bu nitelikler ürünün karakterini veya ürünün tarzını oluşturur.

Ürünün kendisini tüketiciye sunma şekli olan tarz, ürün ve kullanıcısı arasında iletişim kurarak ürünün fiziksel niteliklerinde markalara özgü kişilik yaratmanın peşindedir (Besemer, 2006: 133). Tarz, kimlik oluşturabilmekle birlikte ürünlerin piyasada başarılı olabilmesine ve güç elde edebilmesine de katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla ürünün; yenilik, orijinallik, şaşırtıcı olabilme yolunda çekiciliğini arttıran özellikleri içinde barındırır (Besemer, 2006: 123). Tarz oluşturabilme, tasarım dünyasında yeni tasarımcı rolünü tanımlar.

Günümüzde tasarımcılar yerel kimliğini ve kültürel belleğinden ilhamla kendine ait bir tarz oluşturabilir. İlhan Tekeli ‘Nesne Toplum ve Sanat İlişkileri Üzerine’ başlıklı yazısında toplumda yerelle kurulabilecek bağı şu şekilde anlatmıştır:

“Eğer tasarlanan nesnelerin toplumla çok yönlü bağlarının kurulması gerekliliği kabul ediliyorsa ve modernitenin evrensel orijinallik iddiasını öne alan nesne tasarımı yaklaşımının, yaratılan nesnenin toplumla çoklu ilişkilerinin kurulmasında özel pazarlama yaklaşımlarına gereksinme duyurduğu kabul edildiğinde, yanıtlanması gereken çok ilginç bir soru ortaya çıkmaktadır. Acaba modernitenin geliştirdiği tasarımcı/tasarım yaklaşımı yerine toplumla çoklu bağları daha rahat kurabilecek bir tasarım stratejisi kurulabilir mi? Çok şaşımaya gerek yok, yanıtı tabii ki evettir. Bunun için tasarımcı kolektif hafızaya, sembollere başvurarak, yerellikle barışık, yerelliğin kimliğine katkıda bulunan tasarımlar yapabilir.” (Tekeli, 2011:34)

Bu anlamda tasarım üretimi için ilk olarak toplumlarda sosyal ve kültürel bağlamın açıkça anlaşılması gerekir. Elbette bu durum sürekli değişim halindedir. Fakat tasarımın doğası gereği kültürle bağlantılı olmasının yanında, tarihsel belleği de kullanır. Geçmiş toplumların gelenekleşen yaşam biçimleri, sanat anlayışları içerisinde dikkate alınması gereken özellikler vardır. Tarihsel bağlam daha önce üretileni anlamak ve şu anda tasarımın nereye gidebileceğini görebilmemiz için bize yardımcı olur. Tasarımcılar, ülke zenginliğini hediyelik eşya üretiminde kullanarak hem bireysel hem de geniş ölçekli bir kalkınmanın parçası olabilirler.

Tasarım Vakfı’nın kurucusu ve Türkiye’de birçok bölgede yerel tasarım inisiyatiflerinin kurulmasını destekleyen ve öncülük eden Faruk Malhan; “Geleneksel düşünce tarzını yeni bir düşünce tarzı ile aşılıp, denenmişin güvenliğinde yeni olanın vaadinde birleşebiliriz.” ifadesinde bulunmuştur. Bu durum ile geleneksel nitelikler günümüz tasarımlarında kullanılarak yeni bir öneri getirmelidir. Günümüzde kültürel ve yaratıcı endüstrilerdeki tasarım odaklı çalışmalar, ülkelerin ekonomik büyüme, istihdam ve sosyal uyumu oluşturabilmeleri adına stratejik bir araç olarak görülmektedir. Bu anlamda tasarımda yerellik ve yenilik farkındalığı, tasarımın kültürel ve yaratıcı endüstriler içerisinde nasıl yer alması gerektiğini de bize açıklar. Yerel değerlerin küresel pazarlara ulaşabilmesi, kentlerin mal ekonomisinden, ürün, hizmet ve deneyim ekonomisi aşamalarına yükselebilmesi tasarım odaklı yaratımlarla öngörülebilir (Malhan, 2017: 5).

Bu noktada genelleyecek olursak kültürün somut ve özel materyallerle tasarımda birleştirilmesi ürünlerin vizyon ve kalitelerini artırır. Bu sayede tek tipleşmiş ürünlerden ayrışarak bir öze ve niteliğe sahip olur. Bu bağlamda

Türkiye’de örnek isimlerden Bedri Rahmi Eyüboğlu çalışmalarında kullandığı; kilimden yazmaya, süslemeden eski yazılara kadar çeşitli yerel öğeleri çağdaş anlayışla birleştirerek üretimlerine yansıtmıştır.

Resim- 15: Bedri Rahmi Eyüboğlu Yazmalarından Örnekler



Kaynak: <http://ereneyuboglu.com/bedri-rahmi-eyuboglu/sanatci-kisiligi/yazmaci> (Erişim Tarihi: 04.06.2019)

Günümüzde endüstriyel tasarım alanından örnek verecek olursak Paşabahçe markası kültürel miras koleksiyonları ile ülke zenginliğini dünyaya anlatma amacını başarıyla uygulamaktadır.

Resim- 16: Paşabahçe Anadolu Medeniyetleri Koleksiyonu, Alacahöyük Kase ve İkiz İdoller Vazo



Kaynak: <https://www.pasabahcemagazalari.com/koleksiyonlar/anadolu-medeniyetleri/idol-vazo/u-80125-303-731> (Erişim Tarihi: 10.06.2019)

Ülke zenginliklerini dünyaya anlatma amacı bağlamında Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesindeki eserlerden yola çıkarak üretilen “Paşabahçe Anadolu Medeniyetleri Koleksiyonu” ve Gaziantep Zeugma Müzesi, Hatay Arkeoloji

Müzesindeki eserlerden de yola çıkılarak üretilen “Paşabahçe Mozaik Koleksiyonu” örnek gösterilebilir.

Resim- 17:Paşabahçe Mozaik Koleksiyonu, Soteria Vazo ve Çingene Kız Mozaîği - Gaia’nın Kutusu



Kaynak: <https://www.pasabahcemagazalari.com/koleksiyonlar/mozaik/soteria-vazo/u-80254-302-715> (Erişim Tarihi: 10.06.2019)

Hediyelik eşya ürünleri genellikle müze ve ören yerlerindeki mağazalarda yer almaktadır. Turistler, ziyaret ettikleri kent veya müzelere ait ürünleri satın alarak anı objeleri biriktirirler. Günümüzde kişilerin gezi deneyimlerini somutlaştırabilmeleri açısından oldukça büyük bir öneme sahip olan bu işletmeler, müze ziyaretlerinin beklenen bir parçası haline gelmiştir. Ortak mirasımız olan, kültür varlıklarımızın yaşatılması ve müzenin ulusal ve uluslararası tanınırlığı açısından bu işletmelerin değeri gün geçtikçe artmaktadır. Müzeler, kültürel alanlar oldukları için, mağazalarında yer alan ürünler de bu anlamda entelektüel bir alt yapı içermektedir (Eram, 2018).

Müzelerdeki bu işletmelerde yer alan hediyelik eşyaların niteliği daha spesifik olarak müze içeriklerinden oluşmaktadır. Müze mağazacılığı, müze imajına katkı sağlaması amacıyla yaratılan, üretilen ve ticarileşen bir alan olarak tanımlanabilir. Bu konuyla ilgili Kültürel Antropoloji ve Berlin’deki Müzeler ve Miraslar Antropolojik Araştırma Merkezi direktörü Dr. Sharon Macdonald, bu deneyimi “gösterinin final sergisi” olarak nitelendirmektedir (Chernick, 2017).

Dünyada müze mağazacılığının ilk örneklerine 1900’lerin sonlarında rastlanır. Bu dönemlerde yapılan sergilerde eserlerin röprodüksiyonlarının satıldığı görülür. (Chernick, 2017). Örnek olarak, New York’un Metropolitan Sanat Müzesi (MET)’nin kurucuları, 1870’de kurumu kurduktan hemen sonra müzede perakende

satışına başlamıştır. MET'in pazarlama ve iletişim müdürü Morgan Pearce 1871 yılında eski usta resimlerinin kopyalarının satın alınmasına odaklanmıştır. Müzenin koleksiyon eserlerinin gravürlerinin yapılması için ilgili sanatçılar görevlendirilmiştir. Ardından kopyaları orijinalleriyle aynı galeride sergilenmeye başlamıştır (Chernick, 2017).

Resim- 18:Metropolitan Sanat Müzesi Büyük Salon, 1871



Kaynak: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-decides-buy-museum-gift-shops>

(Erişim Tarihi: 13.06. 2019)

Pazarlama taktikleri o zamanlarda görüldüğü gibi müzeleri ziyaret eden kişilerin eserlerin kopyalarını orijinalinin maliyetinin çok altında elde edebilmelerine imkan sağlamıştır. Bugün bildiğimiz anlamdaki müze mağazacılığı 1980'lere gelene kadar ağır ilerlemiştir (Chernick, 2017). 1980'lerden sonra zaman içerisinde büyüüp çeşitlenerek müzelerin kültürel ticaretinin bir parçası olmuştur.

Günümüzde müzelerin hediyelik eşya ürünleri genellikle müze mağazasının satın alma ekibinin üyeleri tarafından gerçekleştirilir. Mağazalara seçilen ürünler yerel zanaatkârlar, tasarım stüdyoları ya da özel tasarımcılar aracılığıyla müze koleksiyonlarına uygun içeriklerle oluşturulmaktadır. Kimi zaman dekoratif, kimi zaman ise pratik işlevselliği olan objelerdir. Başka yerde bulunması mümkün olmayan bu özel içerikli ürünler insanların sadece müze mağazalarından alışveriş yapmasına vesile olmaktadır. Ürün kategorileri arasında müze temasına uygun

katalog, poster, baskılı tekstil ürünler, takı, giyim, aksesuarlar, kitap, kırtasiye ve oyuncak gibi oldukça geniş seçenekler yer almaktadır. Her yaşa ve kesime hitap eden genellikle sanat eserlerinden özel tasarımlara dönüşmüş bu nesneler, değerli müze koleksiyonlarının bir parçasını, ilgilenen ziyaretçilere bu şekilde sunmaktadır. Her müzenin kendine özgü ürünleri bulunur. Örneğin San Francisco Modern Sanat Müzesi'nde (SFMOMA) satışa sunulan Robert Rauschenberg temalı şemsiye hem şık ve kullanışlı hem de ünlü bir sanatçıya ait eserin erişilebilir bir objede birleşebileceğini göstermektedir. Bu durum müze mağazasının ziyaretçileri için sunduğu son derece cazibeli bir satış stratejisini ortaya koyar (Chernick, 2017).

Resim- 19: Robert Rauschenberg, Port of Entry ve SFMOMA Museum Store Şemsiye Tasarımı, SFMOMA, 1998



Kaynak: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-decides-buy-museum-gift-shops> (Erişim Tarihi: 13.06. 2019)

Yurtdışındaki birçok müze ve galerinin hediyelik eşya mağazalarında, bu tarz özenle tasarlanmış ve seçilmiş tasarım ürünleri bulunmaktadır. Tate Modern, Metropolitan, MoMA (Museum of Modern Art), Victoria and Albert ve Louvre gibi müzelerin mağazaları, özel tasarım mağazalarıyla aynı niteliktedir. Müzelerin koleksiyonları içerisinde ikonlaşmış eserlere özel olarak üretilen hediyelik ürünlerin tercih edildiği söylenebilir.

Örneğin Paris Louvre Müzesi'nde müze ziyaretçilerinin yoğun ilgi gösterdiği Leonardo Da Vinci'nin ünlü yapıtı Mona Lisa tablosuna özel olarak üretilen bu hediyelik eşya örnekleri, en çok talep gören ürünler arasında yer almaktadır.

Resim- 20: Boutiques de Musées, Mona Lisa Yapıtından Kırtasiye Ürünleri, Gözlük Kılıfları, Porselen Tabaklar, Çikolata Ambalajı



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Avrupa'daki çoğu müzenin bazı üretim firmaları veya tasarımcılarla özel koleksiyon temaları üzerine ortak çalıştığı görülmektedir. Bu tarz ürünler genellikle sınırlı sayıda ve belirli zaman aralıklarında satışa sunulan ürünlerdir. Buna örnek olarak 2019 ilkbaharda MoMA'da açılan Joan Miro "Dünyanın Doğuşu" sergisi için özel olarak Bernardaud markası tarafından üretilen toplamda 100 parçadan oluşan porselen tabaklar gösterilebilir.

Resim- 21: Bernardaud Joan Miro, Porselen Yemek Takımı, MoMA



Kaynak: <https://store.moma.org/prints-artists/bernardaud-joan-miró-100-piece-porcelain-dinnerware-set/8114-145418.html?cgid=prints-artists&bestsellers=bestsellers> (Erişim Tarihi:

21.06. 2019)

Türkiye’de ise müze mağazacılığı henüz Avrupa standartlarında olmasa da mevcut büyük ölçekli özel müzeler, müze mağazacılığının önemini farkındadır. İstanbul Modern Müze Mağazası, Sakıp Sabancı Müze Mağazası bu özel müzelere örnek gösterilebilir.

Resim- 22:Burhan Uygur, Kalıcı Koleksiyon Kapı Yapıtı Baskılı Telefon Kılıfı ve Bileklik, İstanbul Modern Müze Mağazası



Kaynak: https://www.istanbulmodernmagaza.com/tr/sergilere-ozel/guncel-sergi-urunleri/iphone-kabi-6-plus_1350.html (Erişim Tarihi: 28.06. 2019)

İstanbul Modern Müze Mağazası’nda sergiler ve etkinliklerle ilgili kataloglar, sanat eserlerinin röprodüksiyonlarıyla hazırlanmış posterler, kartpostallar, kitap ayraçları ve tekstil ürünler gibi birçok hediyelik eşya bulunmaktadır. Bu müzenin mağazasında, tasarımcıların çıkış noktasını genellikle sanatçı yapıtları oluşturmaktadır.

Resim- 23:Taner Ceylan, 10. Yıl Özel Koleksiyon Yılanlı Kahve Fincanı, İstanbul Modern Mağazası



Kaynak: https://www.istanbulmodernmagaza.com/tr/firsatlar/yilan-kahve-fincani-2-li-set_1135.html (Erişim Tarihi: 28.06. 2019)

Ayrıca mağazada tanınmış sanatçı ve tasarımcıların ürünleri de yer almaktadır. Müzenin 10. yılına özel hazırlanan koleksiyon için Ali Bakova, Ela Cindoruk, Erdem Akan, Kunter Şekercioğlu, Taner Ceylan ve daha birçok tasarımcının ürünlerine yer verilmiştir.

Yurtdışı örneklerinde olduğu gibi mağazaların özel firmalarla çalışmalarına örnek olarak; İstanbul Modern ve Vakko işbirliği ile gerçekleştirilen “Türkiye’den Modern ve Çağdaş Sanatçılar Koleksiyonu” projesi kapsamında üretilen, baskılı eşarplar gösterilebilir. Bu üretimler yine sınırlı sayıda ve belirli zaman aralıklarında mağazada yer almıştır.

Resim- 24:Türkiye’den Modern ve Çağdaş Sanatçılar Koleksiyonu, İnci Eviner’in “Yeni Vatandaş I-II-III” Yapıtı baskılı Eşarp, İstanbul Modern Mağazası



Kaynak: https://www.istanbulmodernmagaza.com/tr/vakko/esarp_1493.html, (Erişim Tarihi: 29.06. 2019)

Sakıp Sabancı Müze Mağazası hediyelik eşya mağazalarında müzenin daimi koleksiyonlarına ve geçici sergilerine özel tasarımlar yer almaktadır. Her sergiye farklı ürün konsepti geliştirme konusunda Türkiye’de diğer birçok müze mağazasına göre özel bir noktada yer almaktadır. Dünyaca ünlü sanatçıları ağırlayan SSM (Sakıp Sabancı Müzesi), her sergi koleksiyonlarını müze mağazası için yerli tasarımcılar ve yerel malzemelerle değerlendirmektedir (Alp, 2009). Bu duruma örnek olarak, müzede 2018-2019 yıllarında düzenlenen “Rus Avangardı Sanat ve Tasarımla Geleceği Düşünmek” adlı sergiye özel yerli tasarımcıların hazırladığı hediyelik ürünler görülebilir.

Resim- 25: Rus Avangardı Sanat ve Tasarımla Geleceği Düşünmek Sergisine Özel Emaye Avangard Tabak, Bardak, SSM Müze Mağazası



Kaynak: <https://ssmshop.sabanciuniv.edu/urun/emaye-avangard-bardak> (Erişim Tarihi: 28.06.2019)

Örneklerde görüldüğü üzere Türkiye’de özel müzeler, mağazacılık faaliyetlerini geliştirerek tasarım ve tasarımcıların bu alandaki çalışmalarına başarıyla devam etmelerini desteklemektedir. Ülkemizde özel müzeler dışında devlet müzelerinde durum farklıdır. 2009-2010 yılları arasında Türkiye’de müze ve öğren yerlerinin satış alanlarının büyük bir bölümü Döner Sermaye İşletmesi Merkezi Müdürlüğü (DÖSİMM) tarafından yönetilmeye başlamıştır.

Resim- 26: Topkapı Sarayı Koleksiyonu, AKG Ürün Kataloğu



Kaynak: AKG Anadolu’nun Eşsiz Hazinesi Ürün Kataloğu

Türkiye genelinde 55 müze ve ören yerinin ticari işletme ihalesini 8 yıllık süre ile Bilkent Kültürel Girişimcilik (BKG) devralmış ve 12 bin adet ürün üretilmiştir (Eram, 2017). 2017’de BKG’nin çekilmesinden sonra, Anadolu Kültürel Girişimcilik (AKG) bu alanda çalışmaları yürütmeye devam etmektedir. 2017’den beri Türkiye’deki 150 mağaza ve ören yerindeki mağazaları işletmektedir (Demirel, 2019).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve DÖSİMM’in himayesinde bulunan AKG binlerce yıllık tarihi ve kültürel mirası öne çıkaran Anadolu’daki el sanatlarından, yaşanmışlıklardan esinlenerek özel ürün çeşitliliği ortaya koymaktadır. 2018’de yayımladıkları ürün kataloğunda, çalışılan müzelere özel içeriklerde ürün çeşitliliği görülmektedir. Koleksiyonları içerisinde kültür değerlerini yansıtan özel tasarımlara sahip cam ürünler, takı, kupa, çanta ve benzeri eşyalar bulunmaktadır. Örneğin, Topkapı Sarayı Müzesi için sarayın ihtişamından, yaşamından ve genel görüntüsünden esinlenilerek tasarlanmış farklı ürünler bulunmaktadır.

Ayrıca AKG’nin bünyesinde Topkapı Sarayı Müze Mağazası için moda tasarımcı Hatice Gökçe’nin Matrakçı Nasuh’un İstanbul minyatüründen esinlenerek hazırladığı koleksiyon da bulunmaktadır. Tasarımcı bu koleksiyonda minyatürdeki peyzaj, hayvan ve çiçek tasvirlerinden oluşan beş parçalık bir kapsül koleksiyon tasarlamıştır.

Resim- 27: Hatice Gökçe, AKG Heritage Matrakçı Nasuh Koleksiyonu



Kaynak: <https://www.muzezenal.com/tr/koleksiyonlar/kimono-matrakci-kol> (Erişim Tarihi:

30.06. 2019)

Sonuç olarak müze mağazacılığı, müzeciliğin önemli bir konusunu oluşturmaktadır. Müzelerin konseptine özel ve uygun içeriklerle tasarlanan hediyelik eşyalar müze gelirlerine katkıda bulunmakla birlikte müze ve hatta müzenin bulunduğu kentin tanıtım çalışmalarında da önemli bir etkidir. Müze içeriğini oluşturan kültürel zenginliklerin hediyelik eşya tasarımlarında kullanılması ile özgün değerler yaşatılmaya devam eder. Bu durum ekonomik ve kültürel anlamda topluma katma değer sağlar.

2.2.6. Hediyelik (Hatıra) Ürün Bağlamında Hatay

Anadolu'nun en eski yerleşim yerlerinden biri olan Hatay, coğrafi konumu nedeniyle birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Amik ovasının verimli toprakları, uygun iklimi, bitki örtüsü, önemli göç ve ticaret yolları üzerinde bulunması sebebiyle tarihe yön vermiş önemli bir yerdir (Demir, 2016). İmparatorluklara başkentlik yapmış olan bu kent, her dönemde bütün dinler ve inançlar için hoşgörü merkezi olmuştur. Yüzyıllardır birçok etnik grup bir arada yaşayarak kültürel farklılıkları ortak bir paydada zenginliğe dönüştürmüştür. Bu değerleri, günümüze çoğaltarak ve çeşitlendirerek taşımıştır. Günümüzde turizm açısından oldukça dikkat çeken bir bölge olmakla birlikte “Hoşgörü Kenti” olarak da nitelendirilmektedir.

Hatay son yıllarda kültür turizmi ve gastronomik tur rotaları içerisinde popüler bir konumda yer almaktadır. Hatay'a gelen ziyaretçilerin yanlarında götürebilecekleri kentin imajına, estetik anlayışına dair fikir taşıyan hediyelik ürünler, Hatay'ın kültür turizmine ve şehrin tanıtılmasına katkı sağlamaktadır. Hatay yöresine özgü el sanatları ve yerel değerlerin hediyelik eşya üretimine nasıl yansıdığı ve nasıl sunulduğu bölge tanıtımının önemli bir konusunu oluşturur. Günümüzde Hatay yöresinde ipek dokumacılığı, ahşap oymacılığı, sepet örmeciliği, taş işlemeciliği, üfleme cam yapımı ve iğne oyası gibi el sanatları devam etmektedir (İleri, 2015: 188). Ayrıca bölge, gastronomik özellikleri açısından oldukça zengindir. Bulunduğu coğrafi konum ve kültürel yapısıyla Anadolu ve Orta Doğu mutfağından ortak izler taşımaktadır ve yerel yemeklerde kullanılan baharatlar gastro turizmin ilgi odağında yer alır (Şahin, 2015: 201). Kentin turistik bölgelerinde özellikle Uzun Çarşı'da yöresel ürünler satılmaktadır. Bölgeyi ziyaret eden turistlerin ilgi duyduğu ürünler arasında ipek dokumalar, defne sabunu, zeytin, zeytinyağı ve baharat bulunmaktadır. Tüm bu ürünler kentin sahip olduğu kimliğin tanıtılmasında kullanılan özgün değerlerdir. Bu yerel üretimlerin iyi tasarım anlayışı ve görsel

iletişim yöntemleri ile birlikte kullanılması kentin markalaşmasında önemli bir faktörü oluşturur. Kentin markalaşmasının bir diğer önemli faktörü de Hatay Arkeoloji Müzesi'dir. Müze Mağazası hediyeelik ürün bağlamında müzeyi ziyaret edenlerin ilgi odağını oluşturur.

Resim- 28: Hatay Arkeoloji Müze Mağazası Genel Görünümü, 2019



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Hatay Arkeoloji Müze Mağazası açıldığı günden itibaren farklı şletmeler tarafından yönetilmiştir. 2018 yılı itibariyle AKG bünyesinde şletilmeye başlamıştır. Ürünlerin büyük bir çoğunluğu AKG'ye ait olmakla birlikte çeşitli firmalardan ürünler bulunmaktadır. Bunların içerisinde yerel markaların ürünleri de mevcuttur. Ancak yapılan gözlemlerde Hatay'a öğü yerel ürünlerin müze konseptine uyarlanıp, sunulmadığı izlenmiştir. Bu yerel ürünler sanat ve estetik bağlamlar açısından tasarlanmamış ve tanıtıcı unsurlar vurgulanmamıştır. Bunun yanı sıra benzeri ürünlere kentin birçok yerindeki hediyeelik eşya dükkânlarında da rastlamak mümkündür.

Hatay Arkeoloji Müze mağazasında satışa sunulan hediyeelik ürünlerin çoğu, tasarım özellikleri bakımından incelendiğinde iyi tasarım kriterlerine uygun olmadığı görölmektedir. Zaman zaman müze mağazasında, müze koleksiyon içeriğinde yer almayan, kentle ve kültürel dokuyla ilgili olamayan tasarımlar da görölmektedir. Zeugma Müzesi'nde olan "Çingene Kızı Mozaiği" ve "Mars Heykeli" replikaları veya Kütahya çinisi örnekler bunlardan bazılarıdır.

Resim- 29: Hatay Arkeoloji Müze Mağazası, Mozaik Temalı Kitap Ayraçlar, Magnetler, Anahtarlıklar



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Mağazada ekonomik olarak en çok tercih edilen magnet, bardakaltlığı, kitap ayracı gibi ürünlerin büyük bir çoğunluğu tasarım açısından zayıf ürünlerdir. Bu ürünlerde genellikle eserlere ait fotoğraf baskıları kullanılmakla birlikte, baskı kalitesinin oldukça düşük olduğu izlenmiştir.

Resim- 30: Hatay Arkeoloji Müze Mağazası, Yerli Üretim , Fular ve Tekstil Ürünler



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Müzenin mağazasında yer alan bir diğer hediyelik eşya reyonu ise tekstil ürünlerinin sergilendiği bölümdür. Bu bölümde yastık kılıfları, fular, şal ve başörtüleri ile sehpa örtüsü gibi ürünler sergilenmektedir. Bu ürünlere bakıldığında cam vitrinde sergilenen şal, fular ve başörtülerinin Hatay'a özgü motifler ve yerel dokumalar olmadığı; daha çok uzak doğu üretim özelliğinde olduğu görülmektedir. Fularlarda görülen mozaik desenler ise tasarım niteliği olmayan röprodüksiyon baskılardır.

Resim- 31: Yerli Üretim, Fular, Hatay Arkeoloji Müze Mağazası



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Ayrıca heykeltıraş Lorenzo Bernini’ye ait olan Roma’da bulunan “Daphne ve Apollon” heykelinin tekstil yüzeylerinde baskı olarak yer aldığı görülmektedir. Bu bölgeye ait “Daphne ve Apollon” mitosunun farklı ülke, sanatçı ve tekniğe ait imgelerle betimlenmesi yerine; Antiokheia mozaiklerindeki Daphne imgeleriyle yeni bir tasarıma dönüştürülmesinin daha ideal olduğu düşünülmektedir.

Bu bağlamda, tüm bu ele alınan örnekler göz önünde bulundurulduğunda, şu an müze mağazasında bulunan hediyelik eşya ürünlerinden birçoğunun, tezin önceki bölümlerinde değinilen “iyi bir tasarım” kriterlerinden uzak olduğu söylenebilir. Hediyelik eşya ürünlerinde, doğrudan müze eserlerinin fotoğraf baskılarının ve replikalarının kullanılması yerine, eser imgelerinden yola çıkarak, tasarım unsurları göz önünde bulundurularak yeni görsel üretimler yapılması, hem mağazanın ürün kalite seviyesini artırmakta hem de tasarımları uluslararası bir alıcı profiline hazır hale getirebilmektedir. Zira kent ve müze ziyaretçisinin doğrudan müze ve kente ait fotoğraf baskıları ve replikaları götürmesi yerine yeni ve güncel tasarımlar götürmesi, ziyaretçilerin hediyeleştigi kişilerin ilgi ve meraklarını kente ve müzeye yönlendirmesini sağlayacağını söylemek mümkündür.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİNDE SERGİLENEN ESERLERDEN SEÇİLEN ÖRNEKLER VE TASARIM ÖNERİLERİ

3.1. HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİNDE SERGİLENEN ESERLERDEN SEÇİLEN ÖRNEKLER ³

Hatay Arkeoloji Müzesi çok zengin koleksiyona sahiptir. Bu tez çalışması kapsamında tasarım ve uygulama yapmak için üç örnek eser seçilmiştir. Bu üç örnek II. Suppiluliuma heykeli, Antiokheia Tykhe'si ve Yakto Mozaïği'dir. Bu bölümde sırasıyla söz konusu eserlerin içeriği hakkında bilgi verilmiştir. Eserlerden yola çıkılarak örnek uygulamalar tasarlanmıştır. Dolayısıyla bu tasarımlar hediyeelik eşya üretiminde kullanılmak üzere öneri olarak sunulmuştur.

3.1.1. II. Suppiluliuma Heykeli

Hatay Arkeoloji Müzesi'nin önemli eserlerinden olan II. Suppiluliuma heykeli, 2012 yılında Antakya'nın 35 kilometre doğusunda, Antakya-Halep yolu üzerinde bulunan bölgede yürütülen Tayinat Höyük kazılarında çıkarılmıştır. Bu eser, M.Ö. 9. ve 8. yüzyıllarda Türkiye'nin güneydoğusundaki Patina Neo-Hitit Krallığı başkenti olan Kunulua Sitadeline çıkış sağlayan anıtsal giriş kapısı kompleksinin kalıntılarından bir parçası olarak gün yüzüne çıkarılmıştır (Harrison, 2012: 50). Tahminen 3,5-4 metre uzunluğunda olduğu düşünülen heykelin yalnızca üst kısmı olan 1,5 metre yüksekliğindeki figürün başı ve gövdesi sağlam olarak gün yüzüne çıkarılmıştır (Harrison, 2012: 50).

Kent girişinde yer alan heykel, kent için koruyucu, düşmanlar için ise korkutucu bir figürdür. Bazalt taşından yapılmış figürün sakalları ve saçları düzenli bir şekilde sıralanmış kıvrımlarla betimlenmiştir. Ayrıca beyaz sabun taşından yapılmış, kakma gözlere sahiptir. Her iki kol da dirseklerden öne doğru bükülmüştür. Her ikisinde de aslan başı ile süslenmiş iki bileklik ve pazu bantları vardır. Figür sağ elinde bir mızrak tutar ve sol elinde buğday demeti vardır. Göğsünü yarım ay biçimindeki bir kolye süslemektedir. Heykelin arkasına işlenmiş yüksek kabartmada,

³ Çalışmada kullanılan üç eser ile ilgili olarak 13.02.2019 tarihli 36840858-155.03-E.131141 sayılı izin ile Hatay Arkeoloji Müzesi'nden tez çalışması kapsamında izin alınmıştır.

Luvice hiyeroglif yazıt bulunmaktadır. Yazıt, bu figürün Pattina-Unqi krallığında hüküm süren II. Suppiluliuma olduğunu göstermektedir. Ayrıca yazıtta kralın seferleri ve başarıları anlatılmıştır (Harrison, 2012: 50).

Bronz Çağ Hitit geleneğinin devamı olarak Demir Çağı'nda, Syro-Anadolu, Neo-Hitit hükümdarlık kentlerindeki sitadel kapılarında yer alan, genellikle sfenksler ya da aslanlarla birlikte görülen bu tür devasa heykeller, tanrısal bir “gardiyan” ya da toplumun “koruyucusu” rolündedir (Harrison, 2012: 50). Ayrıca bu kral heykellerinin yer aldığı alanlar sembolik olarak sınır konumunda olduklarını göstermektedir. Pattina başkentinin bu kapı kompleksi M.Ö. 738'deki Asur saldırısıyla yıkılmış ve üzeri taş döşenerek merkezi avlu haline getirilmiştir. Kral II. Suppiluliuma heykeli de bu taş döşemede gömülü olarak bulunmuştur (Özfiat, 2014: 86).

II. Suppiluliuma heykeli, Hatay Arkeoloji Müzesi'nde Amuk bölümünde Tayinat Höyüğü'ndeki avlunun ortasına gelen bir noktada bazalt bir kaide üzerinde sergilenmektedir. Heykel Türkiye'de yapılan kazılarda bulunan eserler arasında türünün tek örneğidir. Heykel, üzerinde kullanılan taşların yöreye özgülüğü bakımından biriciktir. Gücü sembolize eden ihtişamlı yapısı bağlamında ise müzenin en çarpıcı eserlerindendir. Dolayısıyla bu eserin müze mağazasında ya doğrudan fotoğrafı kullanılmış ya da küçük kopyaları yapılmıştır. Fakat müze mağazasındaki hediyelik eşya örneklerinde bu eserin tasarım bakımından yorumuna değinilmemiştir. Heykel 2012 yılı gibi günümüze yakın bir dönemde bulunmasına rağmen tanıtımının yeterli oranda yapılmadığı düşünüldüğünden bu tez çalışmasında uygulama örneklerindeki imge seçiminde tercih edilmiştir.

Resim- 32: II. Suppiluliuma Heykeli, Hatay Arkeoloji Müzesi



Fotoğraf: Ezgi Aysever

3.1.2. Antiokheia Tykhe'si

I. Seleukos Nikator tarafından M.Ö. 300 civarında kurulan Orontes (Asi) üzerindeki Antiokheia'da (Antakya), Antiokheia Tykhe'si I. Seleukos Nikator tarafından heykeltıraş Eutykhides'e yaptırılmıştır (Smith, 2013: 78). *Tykhe* kentlerin koruyucu tanrıçasıdır ve kaderi, şans, başarıyı simgelemektedir. Tykhe'nin Roma Dönemi'nde Latince adı *Fortuna* olarak bilinmektedir (Erhat, 1999: 288). Heykeli yapan Eutykhides, Asi Nehri kenarında kurulan Antiokheia kentini, mitolojide nehir tanrılarının babası olan Okeanos'un kızı *Tykhe* ile sembolize etmiştir. Okeanos, mitolojide nehir tanrılarının babasıdır ve Thyke Okeanos kızlarından biridir (Erhat, 1999: 316).

Resim- 33: Antiokheia Tykhesi, Bronz Roma Dönemi Kopyası, Hatay Arkeoloji Müzesi



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Thyke yontuları genel görünümü ile hem antik kent Antiokheia'yı hem de kentin refah, saadet ve zenginliği gibi kavramları ifade etmektedir (Özgan, 2016: 36). Hellenistik Dönem sanatının bir uygulaması olarak bu heykel stilistik açıdan farklı özellikler içermektedir. Öncelikle sembollerin bir araya getirildiği alegorik bir anlatım biçimine sahiptir. Heykelde, şehrin kişileştirilerek sanatta temsil edilmesi görülmektedir. Bu bakımdan Antiokheia Tykhesi, Seleukos sanatının en tanınmış eseridir. Thyke heykelinin kompozisyon ve duruşu kendine özgü olmakla birlikte farklı açılardan bakıldığında cephesel etkili bir anlatım görülmektedir (Özdilek, 2014: 168). Heykelde bulunan kişileştirme ve betimlemeler Seleukos krallığından daha sonraki dönemlerde de yoğun olarak kullanılmış hatta bazı kent sikke betimlemelerinde denenmiştir (Özgan, 2016: 36).

Resim- 34: Antiokheia Kentinin Tykhe Betimlemeli Sikkeleri



Kaynak: Özdilek, 2014: 145

Özgün sitlele sahip olan bu yapıtın çok sayıda ele geçen Roma Dönemi kopyaları, ünlü ve değerli olduğuna işaret etmektedir. Bu yontunun sanat açısından en kaliteli kopyaları, küçültülmüş ölçülerdeki bronz kopyalardır. Hatay Arkeoloji Müzesi'nde, biri bronz diğeri mermer 2 adet Thyke heykelciğı bulunur. Bronz heykelcik (Resim-32), Antiokheia'dan ele geçmiş olup, Roma Dönemi'ne tarihlenir ve 8 cm yüksekliğindedir. Mermer olan heykel (Resim-34) M.S. 1.yy Roma Dönemi'ne tarihlenir (Özdilek, 2014: 168).

Resim- 35: Hatay Arkeoloji Müzesi, Antiokheia Tykhesi, Mermer Roma Dönemi Kopyası



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Resim- 36: Antiokheia Tykhesi Mermer Kopyası, Vatikan Ulusal Müzesi, Roma, Antiokheia Tykhesi Bronz Kopyası, Louvre Müzesi, Paris

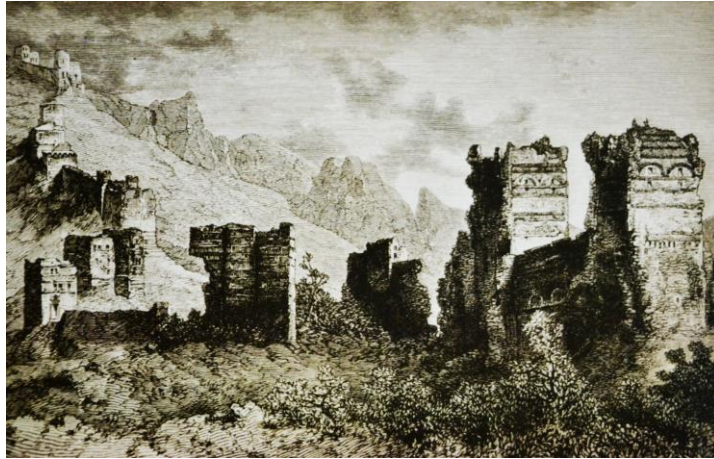


Kaynak: Özgan, 2016: 37

Hatay Arkeoloji Müzesinde sergilenen heykeller dışında, yurtdışındaki pek çok müzede Hellenistik kökenli bu heykelin Roma Dönemi kopyaları vardır. Paris Louvre Müzesi'nde bronz kopyaları, Budapeşte ve Vatikan Müzesi'nde ise büyük mermer kopyaları bulunmaktadır (Özgan, 2016: 37).

Hellenistik Dönem Tykhe heykellerinde surlar ve kulelerin betimlendiği taç, kadın figürlerinin bir belirteci olmuştur (Özgan, 2016: 36). Antiokheia Tykhesi'nde yer alan surlar, Antakya surlarını betimlemektedir. Antakya şehir surları, antik kentin günümüze ulaşan kalıntılarını oluşturmaktadır ve günümüzde toplam 8 km. kadar kısmı ulaşmıştır (Pamir, 2014: 299).

Resim- 37: Antakya Surları Kalıntıları, Hesperos, 1881-1882



Kaynak: Özdilek, 2014: 205

Heykeldeki diğer betimlemeler ise şu şekildedir; kayalıkta oturan genç kız görünümündeki Antiocheia Tykhe'si, Silpius Dağı'nda (bugünkü ismi ile Habib-i Neccar Dağı) oturmakta, Orontes'i (bugünkü ismi ile Asi Nehri) temsil eden genç delikanlı bir yüzücü üzerine ayağını uzatmaktadır. Elinde tuttuğu buğday başağı demeti de bölgenin zirai açıdan verimli olduğunu vurgulamaktadır (Önal, 2013: 269).

Şu an Hatay Arkeoloji Müzesi içerisinde yer alan bronz heykelcik, Hellenistik Dönem heykelleri bölümünde, Tykhe imgelerini içeren eserlerle birlikte özel bir bölümde sergilenmektedir. Bu bölümde Tykhe betimlemeli sikkeler ve bir adet bronz Tykhe büstü birlikte sergilenmektedir.

Resim- 38: Antiokheia Tykhe Büstü, Roma Dönemi, Bronz Heykel, Hatay Arkeoloji Müzesi



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Antiocheia Tykhe'si, müzede kent kimliğini yansıtan önemli bir parça olduğundan bu teze yönelik tasarım uygulamalarında temel imgeler arasında seçilmiştir. Bu eserle, yukarıda bahsedilen özellik ve öneminden dolayı, günümüzde hala Antakya kentinin bir sembolü olarak karşılaşılmaktadır. Kent meydanında ve Hatay Mustafa Kemal Üniversitenin Güzel Sanatlar Fakültesi önünde kopyaları bulunmaktadır. Ayrıca eser, şehirde hediyelik eşya satılan yerlerde ve müze mağazasında bazı hediyelik ürünlerde kullanılan bir imgedir.

3.1.3. Yakto Kompleksi

Antakya mozaikleri arasında özel bir yere sahip olan Yakto Kompleksi'nde bulunan villada farklı mekânlardan Megalopsykhia Mozaïği ve Tethys Mozaïği olarak iki bölüme ayrılmaktadır. 5. yüzyıl ortalarına ait Megalopsykhia Mozaïği'nin bordürü ve Antakya mozaiklerine özgü kişileştirme temalarının kullanıldığı mozaiklerden biri olması nedeniyle ayrı bir yere sahiptir. Mozaik panelinin ortasında yer alan madalyon bordür içinde yer alan Megalopsykhia (Büyük Yaratıcı Ruh) yazıtı bulunan kadın figüründen dolayı bu isimle anılmaktadır (Pamir, 2014: 80).

Resim- 39: Yakto Kompleksi, Hatay Arkeoloji Müzesi



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Büyük Ruh olarak temsil edilen kadın figürü, başında bir taç, kolye ve küpeleri ile zenginliği vurgulanmıştır. Sol elini kaldırmış elinin içerisinde sikkeler, diğer elinde de içi ağzına kadar sikke dolu bir silindirik kap taşımaktadır. Megalopsykhia'nın etrafında vahşi hayvanlar ve panelin dört kenarında sevilen mitolojik figürler olan Narkisos, Aktaion, Meleager, Atalanta, Adonis, Teiresias ve Hippolytos isimleri ile birlikte tasvir edilmişlerdir (Levi'den aktaran Özdilek, 2014: 242). Triresias bıçakla panter, Akteon mızrağıyla ayı, Adonis yaban domuzu avlarken tasvir edilmiştir. Hippolytos'un avladığı hayvan tahrir olmuştur. Meleagros dişi bir kaplana mızrağını batırmak üzere iken, Narcisos ise mızrağını erkek aslanın göğsüne batırırken tasvir edilmiştir (Levi'den aktaran Özdilek, 2014: 242-243). Bu vahşi doğa tasvirinde flora ve fauna anlatımları bulunmaktadır.

Resim- 40: Yakto Kompleksi, Magalopsykhia Mozaïği Av Sahneleri Detayları



Fotoğraf: Ezgi Aysever

Dışta yer alan bordür ise Antakya'nın Halep kapısından başlayarak Daphne'ye kadar şehir hayatını anlatır. Kent içindeki yapılar, anıt heykeller, ağaçlık mekanlar, halk hamamı, dükkanlar, villalar gibi yapılar ile sokaklardaki insanlar tasvir edilmiştir. Bir tür şehir rehberine benzeyen bu bordür Antakya'nın 5. yüzyıl ortalarındaki sosyal yaşamını da yansıtmaktadır (Levi'den aktaran Özdilek, 2014: 242-243).

Resim- 41: Yakto Kompleksi, Megalopsykhia Mozaïği Bordürü Detaylar



Kaynak: Ezgi Aysever

Yakto Kompleksinin ikinci bölümü olan Tethys mozaïği, denizin verimliliğini simgeler.⁴ Bu mozaik üzerinde dalgalar arasından çıkan Tethys çıplak tasvir edilmiştir. Göğsünün etrafını bir yılan sarmıştır ve yüz ifadesi hüznölüdür. Saçları kabarık, rüzgardan uçmaktadır ve saçlarının arasından ıstakoz kısıkaçları çıkmaktadır. Sağ elinde dümen, sol elinde yunus balığı tutmaktadır. Etrafında yunus balığı üzerine binen çıplak çocuk eroslar (puttolar) bulunmaktadır. Sahnenin üzerinde ters resmedilmiş, sağ tarafta olta ile balık avlayan iki çocuk eros figürü bulunmaktadır. Sahnede ayrıca suyun yüzeyinde farklı balıklar ve ağ ile tutulmuş birçok balık tasvir edilmektedir (Levi'den aktaran Özdilek, 2014: 241).

Resim- 42: Yakto Kompleksi, Tethys Mozaïği



Kaynak: <http://yunanmitolojisi.com/tags/tethys.html>, (Erişim Tarihi: 18.06.2019)

Hatay Arkeoloji Müzesi'nde yer alan tüm mozaikler estetik ve artistik değerlerinin yanı sıra kentin sosyo-kültürel hayatındaki tarihsel dönüşümünün de izlenmesini mümkün kılmaktadır (Pamir, 2014: 80). Müzenin zengin mozaik koleksiyonunun içerisinde Yakto mozaik kompleksi, Antiokheia kentindeki mimari yapıları, günlük yaşamı vurgulaması açısından oldukça önemlidir. Müze mağazasındaki hediyelik eşya örneklerinde de bu eserin tasarım bakımından yorumuna değinilmemiş, bazı ürünler üzerinde yalnızca fotoğrafı kullanılmıştır. Hediyelik ürünlerde kullanılmak üzere Yakto Kompleksine ait detaylar ve kenti öne çıkaran mozaik imgeler ile çeşitli illüstrasyon uygulamaları yapılacaktır.

⁴ Tethys; Uranos'la Gaia'nın kızı, dişi Titanlardan sonuncusudur. Denizin verimliliğini simgelemesinin sebebi, Tethys tanrı Okeanos'la birleşir ve üç bini aşkın dişi varlık doğurur. Dünyanın bütün ırmakları Okeanos'la Tethys'ten doğma sayılmaktadır. (Erhat, 2007: 286-287)

3.2. TASARIM ÖNERİLERİ VE UYGULAMALARI

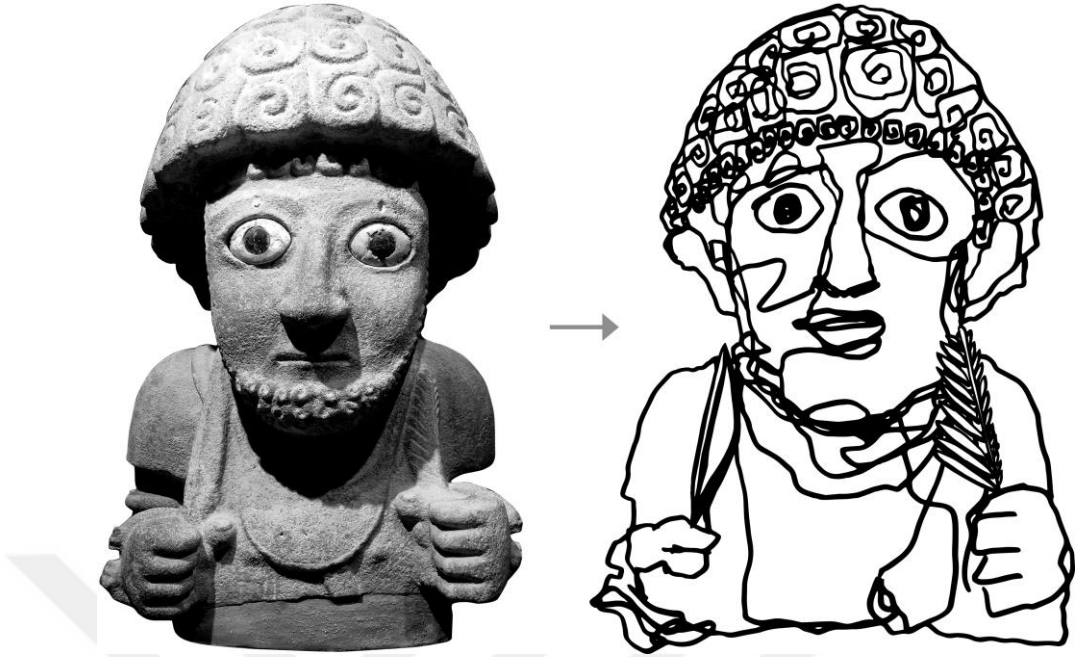
Avrupa’da ve Türkiye’deki bazı müze mağazalarından hediyelik eşya tasarımı örnekleri incelendiğinde ve Hatay ölçeğinde yapılan çalışmalarla karşılaştırıldığında eksiğin tasarım ayağında olduğu rahatlıkla görülebilmektedir. Bu sebeple, bu bölümde Hatay için hediyelik eşya tasarım önerileri sunulmuştur. Öneri olarak yapılan bu çalışmalar için Hatay Arkeoloji Müzesi kapsamında kentin tarihi, kültürel ve sosyal özellikleri değerlendirilmiştir. Çıkış noktası olarak Hatay Arkeoloji Müzesi’nden seçilen ve kenti vurgulayan eserlerin güncel bir bakış açısı ile stilize edilip tasarımlarda uygulanmasını hedefleyen bir yol izlenmiştir.

Tasarımlar, desen tasarımları olarak sunulmuş, dekoratif ürünlerden, kıyafetlere ve günlük kullanım nesnelere kadar geniş yelpazede ürünler üzerine uygulanmıştır. Bu ürünlerin yanında bölge tanıtımı ve kalkınması için oldukça önemli olan Hatay yöresine özgü malzemelere de tasarım uygulama önerileri getirilmiştir. Hatay’a özgü ipek ve pamuk dokuma kumaşlar ile uygulamalar sunulmuştur. Bölgede üretimi yapılan defne sabunu, baharatlar ve benzeri gastronomik öğeler gibi bölgeye ait ürün çeşitliliği tasarımlara yansıtılmıştır. Yerel malzemeler ile üretilen hediyelik eşyalar, özgün, doğal ve kaliteli bir seçenek oluşturmaktadır. Hediyelik eşyaları benzersiz kılan bu niteliklerin yalnızca Hatay’a özgü olduğu vurgulanarak benzeri ürünlerden ayırtılmıştır. Tasarımların tamamı basılı üretilebilen her türlü ürüne uygun biçimde tasarlanmıştır. Satın alım gücüne göre değişen farklı tarz ve malzemelerde birçok ürünün hediyelik eşya olarak üretilmesi öngörülmüştür.

3.2.1. II. Suppiluliuma Heykeli Tasarım Önerileri ve Uygulamaları

Müze’nin ilk bölümlerinde yer alan II. Suppiluliuma heykeli ihtişamı ve kendine has özellikleri bakımından müzenin en dikkat çeken eserlerinden birisidir. Özellikle kakma gözleri ile müze ziyaretçilerini oldukça etkilemektedir. Heykelin saç ve sakal betimlemesindeki düzenli kıvrımlar, izleyicilere sempatik görünmektedir. Stilize edilen Suppiluliuma uygulamalarında heykelin gözleri ve saçları vurgulanacak biçimde renklendirmeler yapılarak çeşitli kompozisyonlar oluşturulmuştur. Suppiluliuma’nın seferleri ve başarılarının anlatıldığı heykelin arkasında bulunan Luvise yazıt ise tişört tasarımlarında kullanılmış, farklı ve eğlenceli bir seçenek oluşturulmuştur. Uygulamalar, basılı üretilebilen her türlü ürüne uygun biçimde tasarlanmıştır.

Resim- 43: Suppiluliuma Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 44: Suppiluliuma 4'lü Bardak Altlığı, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 45: Suppiluliuma Magnet ve Maskot Tasarımları, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 46: Suppiluliuma Tişört ve Bez Çanta Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 47: Suppiluliuma Heykelinin Arkasında Yer Alan Luvice Yazıtlı Tişört Uygulaması, Tişörtün Ön yüz ve Arka Yüzü, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 48: Suppiluliuma Kitap Ayraçları, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 49: Suppiluliuma Gözlük Kılıfı, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 50: Yastık Kılıfı Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 51: Suppiluliuma İpek Şal Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018

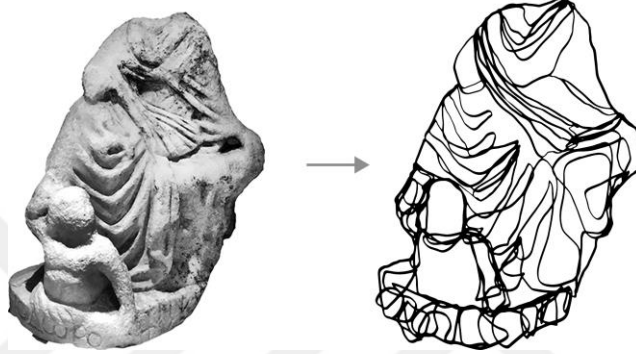
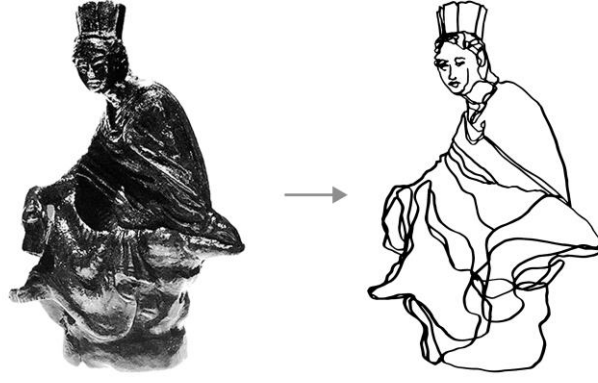


Uygulanan tekstil ürünleri için yine bölgeye özgü kumaşlara uyarlanabilecek tasarım önerileri de getirilmiştir. İpek ve pamuklu kumaşlarla ürün çeşitliliği zenginleştirilmiştir. Yapılan tasarımlarda Suppiluliuma'nın ifadesine odaklanılarak gözlerine vurgu yapılmıştır.

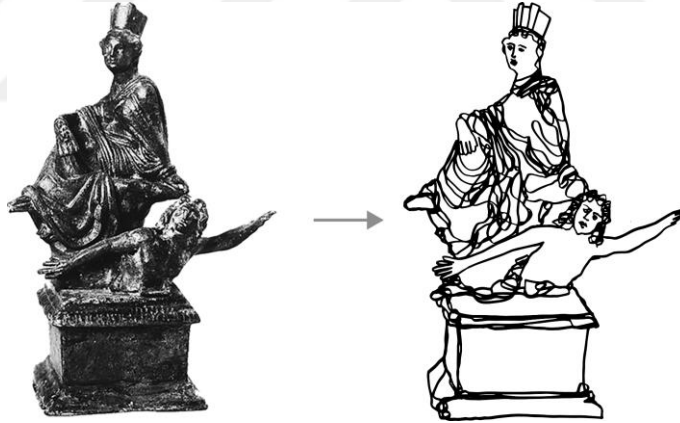
3.2.2. Antiokheia Tykhesi Tasarım Önerileri ve Uygulamaları

Tykhe Helenistik Dönemden itibaren kentin şans tanrıçasıdır ve Antakya'ya özgü sembollerle tanınmaktadır. Bu bakımdan Antakya için önemi büyüktür. Heykelin Helenistik Dönem'e ait orijinali kaybolmuştur ancak, Hatay Arkeoloji Müzesi'nde Roma Dönemi'ne tarihlenen küçük bronz kopyası, mermer kopyası, bronz büstü ve sikkeler üzerinde betimlemeleri sergilenmektedir. Ayrıca Paris Louvre Müzesi'nde yine küçük bronz kopyaları ve Vatikan Ulusal Müzesi'nde büyük mermer kopyası yer almaktadır. Bu durum Antiokheia Tykhesi'nin dünya çapında önemini vurgulamaktadır. Bütün Tykhe kopyaları karakteristik ortak özellikler taşımakla birlikte hepsi kendine özgüdür. Bu bölümde Tykhe tasarım önerileri için dört farklı Tykhe kopyası stilize edilmiştir.

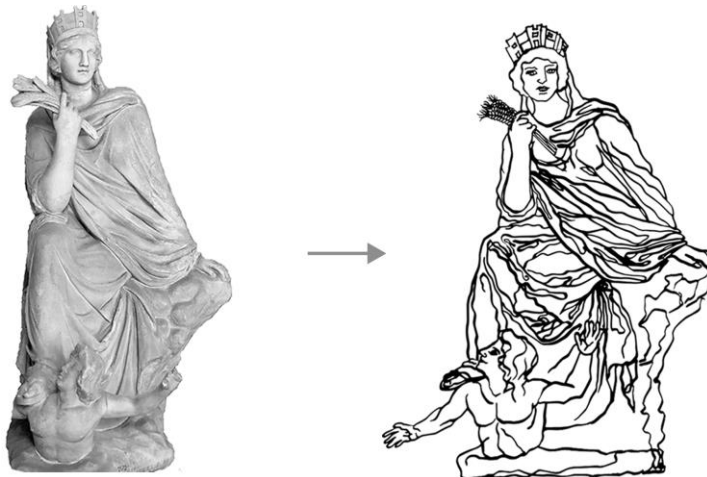
Resim-52: Hatay Arkeoloji Müzesi'nde yer alan Tykhe Stilizasyonları, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 53: Paris Louvre Müzesi'nde yer alan Tykhe Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 54: Vatikan Ulusal Müzesi'nde yer alan Tykhe Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2018



Tykhe simgeleri yalın çizgilerle stilize edilmiş, basit ve etkili bir anlatım dilinin kullanımı hedeflenmiştir. Dört farklı Tykhe simgesi hem tek başına, hem de bir bütün halinde birleştirilerek farklı renklendirmelerle tasarlanmıştır. Bu sayede çok sayıda kompozisyon yapılması ve çeşitlendirilerek ürünlere uyarlanması öngörülmüştür. Tykhe ile yapılan tasarımlar tişört, bardak altlıkları, defter, magnet, maskot ve bez çanta üzerinde basılı olarak kullanılmak üzere uygulanmıştır.

Resim- 55: Antiokheia Tykhes İllüstrasyon Uygulaması, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 56: Antiokheia Tykhes Magnet, Bez Çanta, Maskot Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 57: Antiokheia Tykhes Tişört Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 58: “Agathe Tykhe” İllüstrasyon Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2019



Resim- 59: “Agathe Tykhe” Defter ve Tişört Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2019



Resim- 60: Tykhe Defter Kılıfları, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 61: “Agathe Tykhe” 4’lü Bardak Altlığı, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 62: Tykhe Yastık Kılıfları, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 63: “Agathe Tykhe” Kitap Ayraçları, Ezgi Aysever, 2018



Tasarımlarda kullanılan “Agathe Tykhe” yazısı şans olgusunu vurgulamaktadır. Yunanlılar şansın açık olsun yerine “Agathe Tykhe” (İyi Tykhe ile) deyimini kullanmışlardır (Erhat, 2007: 289). Bu durum ürünlere yansıtılarak ürünlerin cazibesi arttırılmıştır.

3.2.3. Yakto Kompleksi Tasarım Önerileri ve Uygulamaları

Yakto Kompleksi’ne ait Magalopsykhia Mozaïği’nde yer alan Antakya’nın 5. yüzyıl ortalarındaki sosyal yaşamını da yansıtan bordür, tasarım çalışmalarında kullanılmıştır. Mozaïğin bordürü kesitler halinde ele alınarak incelenmiş ve günlük yaşam hikâyeleri detaylarıyla stilize edilmiştir. Stilize edilen imgeler bazen renklendirilerek, bazen de tek renk halinde ürün yüzeyleri üzerinde, desen tasarımları olarak yerleştirilmiştir.

Resim- 64: Yakto Mozaïği Bordür Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2018

DAILY LIFE OF ANTIOCHEIA IN ANCIENT TIMES



Resim-65: Yakto Mozaïgi Bordür Desenli Mug, Runner Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018



Resim-66: Yakto Mozaïgi Bordür Desenli Amerikan Servisi Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018



Resim-67: Yakto Mozaïği Bordür Desenli Tişört, Bez Çanta Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 68: Yakto Mozaïği Bordür Desenli Kitap Ayraçları, Ezgi Aysever, 2018



Yakto Kompleksinin ikinci bölümü olan Tethys mozaïği ayrıca stilize edilerek ve içeriğine uygun şekilde çeşitli tasarımlarda kullanılmıştır. Deniz temasına uygun ürünlere özel öneriler geliştirilmiştir. Denizin verimliliğini simgeleyen mozaikte yer alan deniz canlılarına vurgu yapılmıştır.

Resim- 69: Yakto Tethys Mozaïği Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 70: Yakto Tethys Mozaïği Yastık Kılıfı, Bez Çanta Ezgi Aysever, 2018



Resim- 71: Yakto Tethys Mozaïği Runner, Ezgi Aysever, 2019



Resim- 72: Yakto Tethys Mozaiği Bardak Altlıkları, Ezgi Aysever, 2019



Resim- 73: Yakto Tethys Mozaiği Plaj Çantası, Peştamal Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2019



Resim- 74: Yakto Tethys Mozaiği Sabun Keseleri, Ezgi Aysever, 2019



Resim- 75: Yakto Tethys Mozaiği Çocuk Tişörtleri, Ezgi Aysever, 2019



3.2.4. Diğer Tasarım Önerileri ve Uygulamaları

Bu bölümde müzede bulunan mozaiklerde yer alan geometrik motifler ile serbest figüratif tasarımlar birlikte çalışılmıştır. Tek bir parça mozaik üzerinden değil farklı mozaiklerden yararlanılmıştır. Yapılan tez çalışması sırasında Apollon ve Daphne mozaïği de tasarımlarda kullanılmak istenilmiştir. Müzeye ait kaynaklarda Apollon ve Daphne adıyla tanımlanan mozaïğin, yapılan araştırmalar sırasında Satry ve Menad Mozaïği de olabileceği yönünde bilgiye ulaşılmıştır.

“ Satry ve Menad Mozaïği kimi yayınlarda Apollon ve Daphne olarak yorumlanmaktadır. Fakat kadın figürünün elinde müzik aleti olması ve kendi gövdesi ağaca dönüşmüş şekilde değil, önünde kendinden bağımsız olarak bir defne ağacı bulunması kadın figürünün Daphne değil de, Menad olduğunu, dolayısıyla arkasındaki figürün de Apollon değil, Satry olması gerektiğini düşündürmektedir”(Özdilek, 2014: 235).

Resim- 76: Satry ve Menad Mozaïği, Hatay Arkeoloji Müzesi



Kaynak: Özdilek, 2014: 235

Daphne ve Apollon mozaïği olarak kabul edilen eser, 1930-41 yılları arasında Antakya’da “The Committee for the Excavation and its Vicinity” isimli komitenin yaptığı kazı çalışmaları sırasında bulunmuş ve günümüzde Princeton Üniversitesi’ne sergilenmektedir (Demir, 2016; <https://artmuseum.princeton.edu/collections/objects/29457>, Erişim Tarihi: 20.06.2019).

Resim- 77: Daphne Apollon Mozaïği, Princeton Sanat Müzesi, Amerika



Kaynak: <https://artmuseum.princeton.edu/collections/objects/29457>, (Erişim Tarihi: 18.02.2019)

Bu bilgi doğrultusunda Princeton Üniversitesi Sanat Müzesi’ndeki Apollon ve Daphne mozaïği tasarım ve uygulamalarda değerlendirilmiştir.

Apollon ve Daphne Efsanesi:

Adı grekçede “defne” anlamına gelen Daphne, Apollon’un aşık olduğu bir nymphadır.⁵Efsaneye göre;

“Apollon tanrının daha çok aşk serüvenleri ünlüdür. Bunlardan en önemlisi, güzel peri kızı Daphne ile ilgilidir. Teselya ırmağı Peneus’un kızı Daphne’ye tutulur Apollon tanrı. Ne ki, yüz bulamaz kızdan. Korkup kaçmaya başlayan güzel periyle Apollon arasında çılgınca bir kovalamaca başlar. Daphne kaçır, Apollon kovalar. Daphne, tam yakalanmak üzereyken, Toprak Ana’nın, Gaia’nın yardımını diler. Dilediği anda da bir defne ağacına dönüşür. Hemen oracıkta açılan toprağa saklanan kızın ayakları kök, saçları filiz olur. Apollon, kızın soğuk kabuklu gövdesini kucakladığında, hala çarpan yüreğini duyar.”(Cömert, 2006: 45).

⁵ Nympha: Kirlarda, ormanlarda ve sularda yaşayan “genç kadınlar” (Grimal, 1997: 548)

Efsanenin geçtiği yer bugünkü Harbiye'dir. Hellenistik Dönem'de kurulan Harbiye yerleşimi ismini, bu efsanedeki defne bitkisinin kişileştirilmesinden almaktadır ve Antik Daphne yerleşimindeki Roma villaları mozaiklerine de bu mitos sıkça işlenmiştir (Özdilek, 2014:173).

Mozağin Antakya için önemi büyüktür. Eserdeki mitolojik öykünün ana teması olan defne bitkisi, Hatay kültüründe çok önemli bir yere sahiptir. Defne yağı ve sabun yapımı kozmetik, tıp ve yemeklerde antik dönemden günümüze kullanılmıştır.

Resim- 78: Daphne Apollon Mozaği Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2019



Resim- 79: Daphne Apollon Mozaïği Şal Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2019



Resim- 80: Daphne Apollon Mozaïği Sabun Keseleri, Ezgi Aysever, 2019



Hatay Arkeoloji Müzesi'nde bulunan mozaiklerde yer alan geometrik motifler ile müzedeki genel mozaik temasına uygun serbest tasarımlar çalışılmıştır. Tek bir mozaik eser üzerinden değil farklı mozaiklerden bölümler bir arada kullanılarak özgün ve çeşitli çalışmalar ortaya konulmuştur.

Resim- 81: Medeniyetler Kenti, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2019



Resim- 82: Mozaik Pattern-1, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 83: Mozaik Pattern-2, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2018



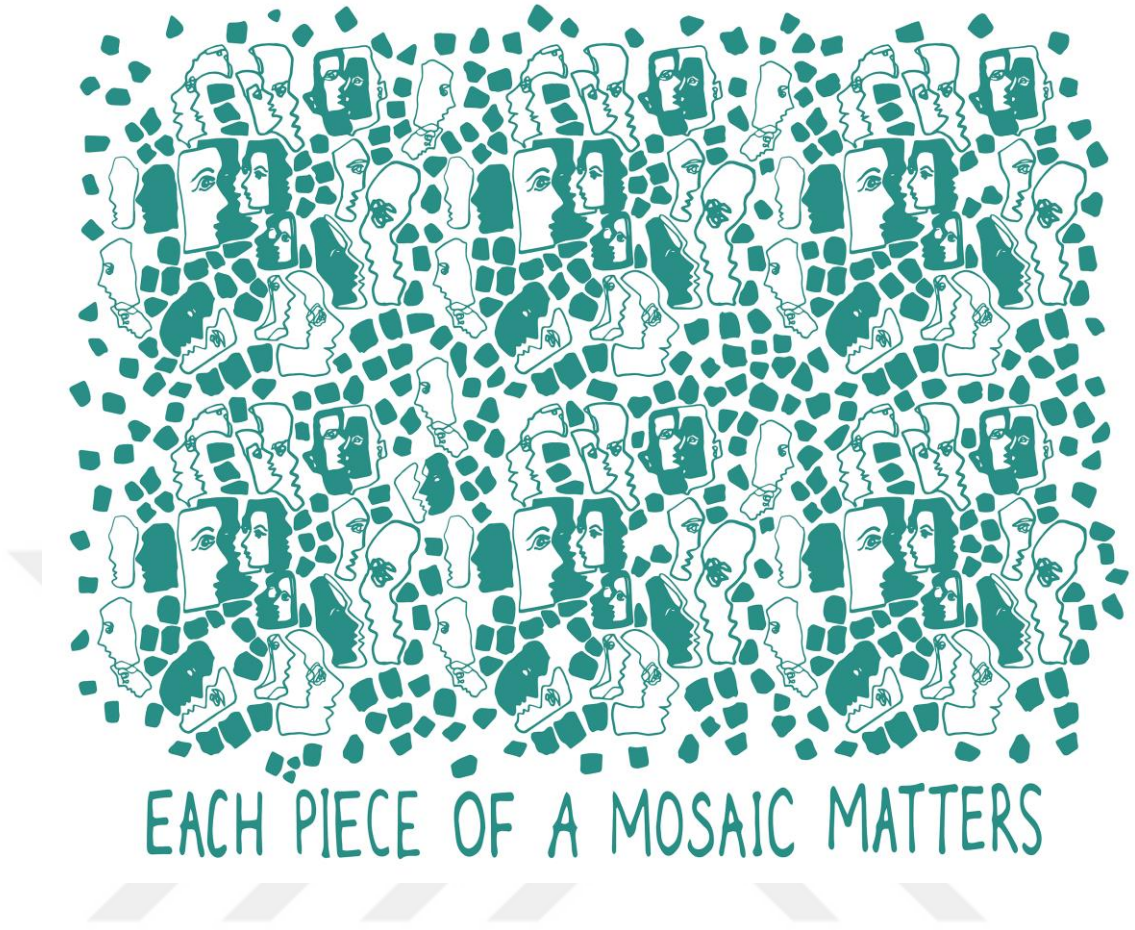
Resim- 1: Mozaik Pattern-3, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2018



Resim- 2: Suppiluliuma'nın Saçları, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2019



Resim- 3: Mozaik Pattern-4, İllüstrasyon, Ezgi Aysever, 2019



Mozaiklerin temelinde birimleri bir araya getirerek bütün oluşturma vardır. Bu fikirden yola çıkarak modern çizgiler arasında bir bağ kurulmaya çalışılmıştır. Bu noktada bu çalışmalar, geçmişin bugünle harmanlanması ve yeniden yorumlanmasıdır. Geçmiş olduğu gibi bırakmak ona sahip çıkmak demek değildir. Modern çizginin içerisinde bu mozaikleri tekrardan kullanmak bir nevi onları yeniden gün yüzüne çıkarmak demektir. Bu kaygının yer aldığı bir tasarım serisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Hatay, çok kültürlülüğü ve coğrafi zenginliği ile ön planda olan bir kenttir. Kentin kültürel mirasının büyük bir bölümü Hatay Arkeoloji Müzesi'nde muhafaza edilmekte ve sergilenmektedir. Dolayısıyla müze, kentin tarihsel kültürünün dünyaya tanıtılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Bu anlamda müze kent tarihinin ve kültürünün görünür olması açısından oldukça önemlidir. Son yıllarda ülkemizde yeni yeni gelişen, Avrupa'da ise uzun yıllardır var olan müze mağazacılığı da müze ve kent tanıtımını destekleyen unsurlardan biridir. Müze mağazacılığı ve hediyelik eşyalar ise ziyaretçilere tasarım ve malzeme olarak farklı olasılıklar sunmakta kalıcı anıların taşınmasına imkân sağlamaktadırlar.

Yapılan tez çalışması üç bölümde incelenmiştir. Birinci bölümde müzeciliğin gelişimi anlatılmış ve müzelerin bulunduğu yerin kültürünü yansıtmaları açısından önemli role sahip olduğu gözlemlenmiştir. Hatay Arkeoloji Müzesi'nde sergilenen eserlerin, Hatay kültür ve tarihinin tanıtılması açısından vurgulanmıştır.

İkinci bölümde hediye ve hediyeleşme olgusunun toplum içerisindeki önemi açıklanmış ve hatıra amaçlı hediye alış veriş değeri değerlendirilmiştir. Hatıra amacıyla satışa sunulan hediyelik eşya ürünleri genellikle müze ve ören yerlerindeki mağazalarda yer almaktadır. Bu ürünler gezilen yerin özelliklerini temsil eden aksesuar, magnet, kartpostal, kitap ayracı gibi nesnelerdir. Ayrıca bu ürün tasarımlarında gezilen müze veya bölgenin kimliğini yansıtan tanımlayıcı unsurlar yer alır. Hediyelik eşya üretimi bu anlamda kültürel tanıtımın bir parçasını oluşturur. Dolayısıyla, hediyelik eşya üretiminin başarılı olabilmesi öncelikle o ürünün anlamını oluşturan öğelerin iyi irdelenmesi ve tasarımına gerekli önemin verilmesi ile gerçekleştirilebilir. Bu durum ürün çeşitliliği içerisinde bir tercihte bulunacak olan tüketiciyi de doğru seçim yapmaya yönlendirmektedir.

Günümüzde kişilerin gezi deneyimlerini somutlaştırabilmeleri açısından oldukça büyük bir öneme sahip olan müze mağazaları, müze ziyaretlerinin beklenen bir parçası haline gelmiştir. Ortak mirasımız olan kültür varlıklarımızın yaşatılması ve müzelerin ulusal ve uluslararası tanınırlığı açısından bu işletmelerin değeri gün geçtikçe artmaktadır. Yurtdışındaki birçok müze ve galerinin hediyelik eşya mağazalarında, özenle tasarlanmış ve seçilmiş tasarım ürünleri bulunmaktadır. Avrupa'daki çoğu müzenin, bazı üretim firmaları veya tasarımcılarla özel koleksiyon

temaları üzerine ortak çalıştığı görülmektedir. Yurtdışındaki örneklerin bu anlamda artistik ve entelektüel bir değer öne sürerek saygınlığını arttırabilmeleri ve tanıtımlarını etkili bir biçimde yapabildikleri gözlemlenmektedir. Türkiye de ise müze mağazacılığı henüz Avrupa standartlarında olmasa da mevcut büyük ölçekli özel müzeler, müze mağazacılığının önemini farkındadır.

Tez çalışmasının konusunu oluşturan Hatay Arkeoloji Müzesi'nin mağazası incelendiğinde ise; Avrupa'da ve Türkiye'deki bazı müze mağazalarından hediyelik eşya tasarımı örnekleri ile karşılaştırıldığında özellikle tasarım, yerel ve güncel olma gibi kaygılardan uzak olduğu söylenebilir. Mağazada yer alan hediyelik eşya ürünlerinin birçoğunun sanat ve estetik değerlendirmeler açısından özenli tasarlanmadığı ve tanıtıcı unsurların vurgulanmadığı gözlemlenmiştir. Genellikle ürünlerde müze eserlerinin doğrudan fotoğraf baskıları ve replikaları kullanılmıştır. Bunun yerine, tasarım unsurları göz önünde bulundurularak eser imgeleri ile yeni tasarımların yapılması sayesinde ürünlerin daha etkili ve cazip olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda tez için yapılan araştırmaların sonucunda Hatay'ı ve müzeyi öne çıkaran değerler vurgulanmış, müze ve yerelle ilişkilendirilen yeni tasarım uygulamaları hazırlanmıştır. Hatay Arkeoloji Müzesi'nin koleksiyonundan üç eser seçilmiş ve tasarım uygulamaları sunulmuştur. Seçilen üç eser aynı zamanda kent simgesi niteliğindedir. Birinci eser, müzenin dikkat çekici yapıtlarından birisi olan II. Suppililuma heykelidir. İkincisi, kenti tasvir eden ve kentin koruyucu simgesi olan Antiokheia Tykhe'sidir. Üçüncüsü ise, mitolojik hikâyeler aracılığıyla kentin geçmişini ve hatta bugününü anlamamıza yardımcı olan Yakto Mozaïği'dir. Bu eserler stilize edilip güncel bir bakış açısı ile yeni tasarım biçimlerine dönüşmüştür. Müze mağazasında hediyelik eşya seçeneğinin genişletilmesi açısından öneri olarak getirilmiştir.

Üçüncü bölümde öneri olarak yapılan bu çalışmalar için kentin tarihi, kültürel ve sosyal özellikleri değerlendirilmiştir. Bölge tanıtımı ve kalkınması için oldukça önemli olan Hatay yöresine özgü malzemelerin ön plana çıkarılması adına yeni bakış açıları getirilmiştir. Örneğin; Hatay'a özgü ipek ve pamuk dokuma kumaşlar ile birleşen tasarım ve uygulama önerileri sunulmuştur. Bölgede üretimi yapılan defne sabunu, baharatlar ve benzeri gastronomik öğeler, tasarımlara yansıtılmış ve ürün çeşitliliği öngörülmüştür. Bölgeyi benzersiz kılan bu nitelikler ile uygulanan ürünler piyasadaki benzeri hediyelik eşya ürünlerinden ayrıştırılmıştır.

Tasarımlar, dekoratif ürünlerden, kıyafetlere ve günlük kullanım nesnelerine kadar geniş yelpazede ürünler üzerine uygulanmıştır. Satın alım gücüne göre değişen farklı tarz ve malzemelerde birçok ürünün hediyelik eşya olarak üretilmesi öngörülmüştür.

Genel olarak araştırmada ortaya konan veriler göz önünde bulundurulduğunda müze mağazacılığının, müzeciliğin önemli bir konusunu oluşturduğu görülmektedir. Müze içeriğini oluşturan kültürel zenginliklerin hediyelik eşya tasarımlarında kullanılması ile özgün değerler yaşatılmaya devam eder. Kişilerin kültürel mirasa sahip çıkması, kültürel mirasın tanıtılması ve aktarımı hediyeleşme ile sağlanabilecek yollardan biridir. Hediyelik ürün tasarımına getirilen nitelikli öneriler müze mağazacılığına yeni bir vizyon kazandıracağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T.W. (2012). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Adorno, W.T. (2007). *Walter Benjamin Üzerine*, Dilman Muradoğlu (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Akar, Murat (2014). *Bir Başkenti Tanıtmak: Yeni Hatay Arkeoloji Müzesi, Alalah Sergi Salonu*(Report No.12). Antalya: ANMED.
- Akar, M., Maloigne, H. (2015). *1930’larda Hatay Arkeolojisi ve Fotoğrafçılığı*. Aktüel Arkeoloji Dergisi, 47, 114-115.
- Alp, Aslı (2009, 25 Nisan). *Armağan Olsun Sana Bu Müze*. Sabah Cumartesi, s.19.
- Alshışanı, Kamal (2018). *Arkeolojik Alan Müzeleri Üzerine Bir İnceleme: İstanbul Arkeoloji Müzesi ve Ürdün Arkeoloji Müzesi Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi/ Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Altun, Ara (Ed.) (2007). *Türkiye’de Müzecilik*, (Cilt 2), İstanbul: Güzel Sanatlar Matbaası.
- Altunbaş, A. , Özdemir Ç. (2012). *Çağdaş Müzecilik Anlayışı ve Ülkemizde Müzeler*. Ankara.
- Ambrose, G., Billson, N. A. (2013). *Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım*. Melike Taşcıoğlu (Çev.). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Ambrose, G., Harris, P. (2013). *Yaratıcı Tasarımın Temelleri*. Adnan Tepecik (Çev.). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Ambrose, T., Crispin P. (2006). *Museum Basics*. London: Routledge.
- Anholt, Simon (2011). *Yerlerin Markalaşması Kimlik, İmaj ve İtibar*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Armstrong, Helen (2012). *Grafik Tasarım Kuram*. Mehmet Emir Uslu (Çev.). İstanbul: Espas Kuram Sanat Yayınları.
- Arıkan, Abdulgani (2008). *Grafik Tasarımda Görsel Algı*. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Artun, Ali (Ed.) (2006). *Müze ve Modernlik Tarih Sanhneleri- Sanat Müzeleri 1*,

- İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Artun, Ali (Ed.) (2006). *Müze ve Modernlik Tarih Sahneleri- Sanat Müzeleri 2*, İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Artun, Ali (Ed.). (2015). *Bir Muamma Sanat Hayat Aforizmalar*, S. Somuncuoğlu, E. Gen, N. Altınyıldız, A. Boren (Çev.). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Augé M. ve Colley J.P. (2004). *Antropoloji*, İsmail Yergüz (Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Avcıkurt, Cevdet (2005). *Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Ayık, Yücel, Fatma (Ed.) (2017). *Türk Sanatları Mozaik*. İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Yayınları.
- Baktır, Özlem (2006). *Bauhaus Felsefesi ve Endüstriyel Tasarımdaki İşlevsellik Boyutu*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Barnard, Malcolm (2010). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*. Güliz Korkmaz (Çev.). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Basalla, George (2000). *Teknolojinin Evrimi*. Cem Soydemir (Çev.). Ankara: Tübitak Yayınları.
- Baudrillard, J. (2004). *Tüketim Toplumu*, H. Deliceçaylı, F. Keskin (Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2010). *Sanat Komplosu Yeni Sanat Düzeni ve Çağdaş Estetik 1*, Elçin Gen, Işık Ergüden (Çev.).İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bayazıt, Nigan, (2004). *Tasarlama Kuramları ve Metodları*, İstanbul: Birsan Yayınevi.
- Bayazıt, Nigan, (2011). *Endüstri Tasarımı Temel Kavramları*, İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Becer, Emre (2013). *İletişim ve Grafik Tasarım*, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Besemer, Susan (2006). *Tarz Çağında Ürünler Yaratmak*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Bilgin, A.Gani (2010). *İstanbul Müzeleri*, İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları.
- Bozkurt, M., Şahin, B. (Ed), (2015). *Turizm Pazarlaması Temel İlkeler ve Genel Uygulamalar*, İstanbul: Paradigma Akademi Kitap Matbaacılık.

- Chernick, Karen (2017). *Who Decides What You Buy in Museum Gift Shops*.
<https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-decides-buy-museum-gift-shops>
(Erişim Tarihi: 02.02.2018).
- Cömert, Bedrettin (2006). *Mitoloji ve İkonografi*. Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Çal, Halit (2009). *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Müzeler*. Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, 7/14, 315-333.
- Çankaya, B., Meriç, I., Kıvanç, M. (t.y.). *Fono Fransızca – Türkçe Universal Sözlük*.
- Debord, Guy, (1996). *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, A. Ekmekçi, O. Taşkent (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Demir, Ataman (2016). *Çağlar İçinde Antakya*, Ankara: Dafne Kitap.
- Demirel, İdil (2019, 24 Mart). Dünyanın En Büyük Mağaza Zinciri Türkiye'nin.
<https://www.sabah.com.tr/pazar/2019/03/24/dunyanin-en-buyuk-muze-magaza-zinciri-turkiyenin> (Erişim Tarihi: 03.04.2019).
- Diler A. , Adıgüzel G. (2015). *British Museum'da Karia*. Aktüel Arkeoloji Dergisi, 47, 82-91.
- Dinçer, K. M. (1998). *Kişisel İmaj*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Doro, Levi (1945). *Antioch Mosaic Pavements*, Volume II, Princeton.
- Downey, Glanville (1961). *A History of Antioch in Syria from Seleucus to the Arab Conquest*, Princeton: Princeton University Press.
- Eram, Lara (2018, 8 Şubat). Müzelerin Perakendesi Müze Mağazacılığı.
<https://kulturlimited.com/2018/02/08/muzelerin-perakendesi-muzemagazaciligi/> (Erişim Tarihi: 09.05.2018).
- Eriş, M., Çoruh, H. (Ed.). (2015). *81 İlde Kültür ve Şehir- Hatay*. İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- Erhat, Azra (2007). *Mitoloji ve İkonografi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Erkmen, Nazan (2015). Bauhaus ve Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi.
A. Artun, E. Aliçavuşoğlu (Ed.), *Bauhaus: Modernleşmenin Tasarımı Türkiye'de Mimarlık, Sanat, Tasarım Eğitimi ve Bauhaus*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Ertan G., Sansarcı E. (2017). *Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı*. İstanbul: Alternatif Yayıncılık.
- Esgin, Mehmet (2012). *Hıristiyanlık'ta Noel Bayramının Ortaya Çıkışı ve*

Türkiye'deki Yansımaları, Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (s. 85-96). <https://dergipark.org.tr/download/article-file/208682> (Erişim Tarihi: 08.06.2018).

Eyüboğlu, B. Rahmi (1986). *Resme Başlarken (Bütün Eserleri 3)*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Foster, Hall (2004). *Tasarım ve Suç*. Elçin Gen (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Gavin Ambrose, Nigel Aono-Billson, (2013). *Grafik Tasarım Temelleri- Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım*, Melike Taşcıoğlu (Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.

Gavin Ambrose, Nigel Aono-Billson, (2013b). *Grafik Tasarım Temelleri- Grafik Tasarımda Renk*, Bengisu Bayrak (Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.

Gerçek, Ferruh (1999). *Türk Müzeciliği*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basım Evi.

Godbout, J.T. (2013). *Armağan Dünyası*, Dilek Hattatoğlu (Çev.). İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Göçer, Kenan (2017). *Ahiliği Potlaç Kültürü Üzerinden Yeniden Düşünmek*, SEFAD.

37. DOI Number: <http://dx.doi.org/10.21497/sefad.328641>

Güleç, E., Özer, İ., Sağır, M., Baykara, İ., Şahin, S., Açikkol Yıldırım, A., Erkman, A.C., (2014). *Anadolu'da İlk Modernler: Üçağızlı Mağarası İnsanları*.

Gündüz, A., Gökhan, İ., Hatipoğlu, S., Bahadır, G. (2013). *T.C. Hatay Valiliği*, Ankara: Anıt Matbaa.

Gürer, Latife (2004). *Temel Tasarım*, İstanbul: Birsen Yayınevi.

Gürsoy Naskali, Emine (2007). *Hediyelik Kelimeler*. Gürsoy Naskali, E., Koç, A., (Ed.). *Hediye Kitabı* (s. 233-239). İstanbul: Kitabevi Yayınları.

Güvenç, Bozkurt (2002). *İnsan ve Kültür*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Grimal, Pierre (1997). *Mitoloji Sözlüğü Yunan ve Roma*. Sevgi Tamgüç (Çev.). İstanbul: Sosyal Yayınlar.

- Harrison, T. P. (2012). Bir Hitit Kralı Suppiluliuma. *Aktüel Arkeoloji*, 29, s. 50-51.
- Hitzel, Frédéric (2015). *Osmanlı Arkeolojisinin Başlangıcı Osman Hamdi Bey*. Aktüel Arkeoloji Dergi, 47,36-45.
- İleri, Berna (2015). Hatay El Sanatları. Eriş, M., Çoruh, H. (Ed.), *81 İlde Kültür ve Şehir- Hatay*. (s. 187-193).İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- İleri, Berna (2017). Hatay'ın Vefalı Ustaları ve Hatay El Sanatları. Hakan Mertcan (Ed.), *Asi Güllüşüm Ah Güzel Antakya* (s. 331). İstanbul: İletişim Yayınları.
- İsmayilov, Nergiz Gün "Modern Sanat Müzeleri ve Toplum İlişkisi" Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007, s. 18-20.
- Kasaba, Reşat, (2006). *Antakya'da Farklı Kimlikler: Tarihsel Bir Bakış Akdeniz Dünyası*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Küçük, C., Yar, M. (t.y.). *Hatay Arkeoloji Müzesi*. (Müze Kataloğu). Hatay.
- Mermer, A., Koç Keskin, N. (2007). Divan Şiirinde Hediye. Gürsoy Naskali, E., Koç, A., (Ed.). *Hediye Kitabı* (s. 447-465). İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Mauss, Marcel (2006). *Sosyoloji ve Antropoloji*, Özcan Doğan (Çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Moore J.D. (2015). *Kültür Teorileri Antropoloji'deki Başlıca Teori ve Teorisyenler*, A. Erkan Koca (Çev.). Ankara: Atıf Yayınları.
- Mozoto, Brigitte Borja (2006). *Tasarım Yönetimi*, Sibel Kaçamak (Çev.). İstanbul: Yaylacık Matbaası.
- Naskali Gürsoy, E. ve Koç, A. (Ed.) (2007). *Hediye Kitabı*, İstanbul: Kitabevi.
- Ocvirk, Otto G., Stinson, Robert E., Cayton, David L., Wigg, Philip R., Bone, Robert O. (2013). *Sanatın Temelleri*, İstanbul: Karakalem Kitabevi Yayınları.
- Önal, Mehmet (2014). *Zeugma ve Doliche Mühür Baskılarında Tykhe Betimleri*. (Sempozyum ve Bildiriler). Mustafa Kemal Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Özgan, Ramazan (2016). *Hellenistik Devir Heykeltraşlığı – II Erken Hellenistikten Yüksek Hellenistiğe*, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Özgen, Levin (2005). *Ütopya ve Tasarım Ütopya, Tasarım, Mimarlık, Planlama Üzerine*, Ankara: Ürün Yayınları.
- Özdilek, Banu (2014). Roma Dönemi Villa Mozaikleri. Özdilek, B. Özfirat, A., (Ed.). *Arkeoloji Yolculuğunda Hatay* (s. 175-194). İstanbul: Matsis Matbaa.

- Özdilek, Banu (2014). Hatbiye’de Daphne Efsanesi. Özdilek, B. Özfirat, A., (Ed.). *Arkeoloji Yolculuğunda Hatay* (s. 173). İstanbul: Matsis Matbaa.
- Özdilek, Banu (2014). Daphne Kazısı. Özfirat, A. Uygun, Ç. (Ed.). *Hatay Arkeolojik Kazı ve Araştırmaları* (s. 219-248). Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi Yayınları No:50.
- Özkasım H., Ögel S. (2005). *Türkiye’de Müzeciliğin Gelişimi*, İTÜ Dergisi, 2/1, 96-102.
- Pamir, Hatice (2014). Antakya Mozaikleri. *Aktüel Arkeoloji*, 39, s. 80-91
- Read, Herbert (1973). *Sanat ve Endüstri*, İstanbul: İTÜ Mimarlık Fakültesi Yayınları, Çeviri: Nigan Bayazıt.
- Robins, Kevin (1999). *İmaj, Görmenin Kültür ve Politikası*, Nurçay Türkoğlu (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- R.R.R. Smith (2013). *Hellenistik Heykel* İstanbul: Homer Kitabevi.
- Rüstemoğlu, Jale (2002). *Antakya Mozaikleri*, İstanbul: Promat Basım Yayım.
- Sağocak, Mehtap (2003). *Tasarım Tarihi Endüstri Ürün Tasarımında 250 yıl* Bursa: Livane Matbaacılık.
- Salman, Hüseyin (2007). Göktürk ve Türgiş Devletlerinin Çin ile Hediyeleşmesi. Gürsoy Naskali, E., Koç, A., (Ed.). *Hediye Kitabı* (s. 3-12). İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Sennett Richard, (2013). *Zanaatkâr*, Melih Pakdemir (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Shiner, Larry (2017). *Sanatın İcadı Bir Kültür Tarihi*, İsmail Türkmen (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Tekeli, İlhan (2011). *Tasarım, Mimarlık ve Mimarlar*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Tekin, Ahmet (2000). *Hatay Tarihi*. Ankara: Atatürk Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Yayını.
- Tekin, Mehmet (1994). *Kısa Hatay Tarihi*. Hatay: Kültür Basım Yayın ve Ticaret Basımevi.
- Tezcan, Mahmut (1989). *Folklorik ve Antropolojik Yönleriyle Hediye Geleneği ve Türk Kültüründeki Yeri*. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 22 (1) DOI Number: 10.1501/Egifak_0000000869.
- Timuçin, Afşar (2006). *Estetik- Felsefe Dizisi*. İstanbul: Bulut Yayınları.
- Tunalı, İsmail (2004). *Tasarım Felsefesine Giriş*. İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi

Yayınları.

Yahşi Yazıcıoğlu (2017). *Temel Tasarım*, İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.

Yaraş, Ahmet (1994), *Anadolu'daki İlk Koleksiyonculuk ve Müzecilik Faaliyetleri*.

(Bildiri Metni). Askeri Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı, İstanbul.

Yastı, M., Nalan (Ed.) (2011). *Hatay Kültür Envanteri*, (Cilt 1), Ankara: Sistem Ofset.

Yücel, Erdem (1999). *Türkiyede Müzecilik*, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

Hatay Yurt Ansiklopedisi. (1982). (1. Baskı. Cilt.5), İstanbul: Anadolu Yayınları.

Tasarım: Sanat. (2008). *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi İçinde* (2. Baskı. Cilt.3,

1476-1478). İstanbul: Yem Yayınları.

ICOM (2007). Development of the Museum Definition according to ICOM Statutes

(2007-1946). <https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/> (Erişim Tarihi: 16.02.2018)

Türkiye'de Müzecilik (t.y.)

<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-69904/turkiyede-muzecilik.html>
(Erişim Tarihi: 05.09.2018).

<http://www.cntrl.fr/definition/souvenir> (Erişim Tarihi: 15.04.2018).

<http://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 04.07.2018).