

HEDİYELİK (HATIRA) EŞYA TASARIMI: HATAY ARKEOLOJİ MÜZE MAĞAZASI İÇİN BİR UYGULAMA

Berna İLERİ

Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü, Çanakkale, berna.ileri@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2203-5696

Ezgi AYSEVER

Tasarımcı, Antakya-Hatay, ezgiaysever@gmail.com

İleri, Berna ve Aysever, Ezgi. "Hediyelik (Hatıra) Eşya Tasarımı: Hatay Arkeoloji Müze Mağazası İçin Bir Uygulama". idil, 80 (2021 Nisan): s. 563–577. doi: 10.7816/idil-10-80-02

ÖZ

Hediyeleşme, her toplumun kültüründe özel alanlarda, aile içi ilişkilerde, arkadaşlar arasında işlevsel ve sosyal bir ögedir. Hediyelik (hatıra) eşya bireylerin gittiği seyahatlerde, gezdiği yerlerden veya müze ziyaretlerinde aldığı ürünlerdir. Seyahatler sırasında alınan hediyelik eşyalar, bir yere ait tarih ve kültürün başka bir yere taşınmasında ve tanıtımında oldukça önemlidir. Özellikle son yıllarda dünyada ve Türkiye’de büyük gelişme gösteren müze mağazaları bu kültürel ve tarihsel aktarımın en önemli yerlerinden biridir. Hatay, köklü tarihi, zengin kültürel mirası ve çok çeşitli el sanatları ile ülkemizin önemli şehirlerinden biridir. Zengin mozaik koleksiyonuna sahip Hatay Arkeoloji Müzesi ise Hatay’ın arkeolojik ve kültürel mirasını gözler önüne sermektedir. Müzede ilk çağlardan, Cumhuriyet dönemine kadar çok farklı uygarlıklara ait kalıntılar yer almaktadır. Müzeye ziyarete gelen turistler, bu geniş zaman dilimine ait kalıntıları görüp, kentin tarihi hakkında fikir edinirler. Müze mağazasında yer alan hediyelerden de alarak kente dair anıları saklamak üzere yanlarında götürürlər. Bu anlamda müze mağazası için yapılan tasarımlar Hatay şehrinin tanıtımı için çok büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada, hediyelik (hatıra) eşya tasarımı ve müze mağazacılığı hakkında bilgiler verilerek, Hatay Arkeoloji Müzesi Mağazası için yapılan tasarım örnekleri ve uygulamaları anlatılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Hediyeleşme, hediyelik eşya, hatıra, tasarım, müze, müze mağazası, II. Suppiluliuma

Makale Bilgisi:

Geliş: 12 Ocak 2021

Düzeltilme: 2 Şubat 2021

Kabul: 7 Mart 2021

Giriş

Hediye alıp verme, hediyeleşme tarih boyunca insanların önemli sosyal eylemlerinden biri olmuştur. İnsanlar kendi kültür ve yaşamından izler sunan eşya ve obje gibi hediyeleri "anı" "hatıra" amaçlı paylaşarak hem kültürel kalıcılığı hem de sosyal iletişimi pekiştirmektedir. Şehirler, ülkeler arası seyahatler arttıkça ülkelerin hediyelik eşya ile kendini başka ülkelere tanıtmaları, seyahat eden kişinin gittiği yerlere ait "hatıra" eşya taşınması daha yaygın hale gelmiş, bu alana yönelik özel tasarım çalışmaları başlamıştır. Ülkelerin özelliklerini yansıtan ve tanıtımında da çok önemli rolü olan Müzeler ve müze mağazaları ise bu özel tasarımların buluşma noktasıdır. Kent simgelerinin, tarihsel ve kültürel özelliklerinin müze mağazalarında özel tasarımlara dönüşmesi örnekleri yurt dışında çok olmakla birlikte Türkiye’de de son yıllarda gelişen bir alan olmuştur (Aysever 2019)*.

Kültürel, tarihsel mirası ve zengin el sanatları ile Anadolu’nun önemli şehirlerinden biri olan Hatay ilinde bulunan Hatay Arkeoloji Müzesinde yer alan II. Suppiluliuma heykelinden yola çıkarak müze mağazası için hediyelik eşya tasarımına yönelik tasarım örnekleri sunmak bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Müze mağazası için yapılan tasarım çalışmalarında, kullanılan malzemeler ve imajlar ile Hatay’ın kent dokusu, kültürel ve tarihsel bütünlüğü vurgulanmıştır. Hatay Arkeoloji Müze Mağazasında satışta bulunan örnekler ve farklı müze mağazaları için üretilen hediyelik ürünler, tasarım özellikleri bakımından incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Pek çok müze mağazasında da görülen hediyelik eşya ürünlerinde olduğu gibi doğrudan eserlerin fotoğraf baskılarının veya replikalarının kullanılması yerine, seçilen imgelerden yola çıkarak, yaratıcı yeni tasarım ve üretimler yapılmaya çalışılmıştır. Bu durum hem mağazanın ürün kalite seviyesini artırması hem de tasarımları uluslararası bir alıcı profiline hazır hale getirebilmesi adına önemlidir. Hatıra amaçlı hediyelik ürün tasarımlarının daha nitelikli, özgün ve kaliteli olması adına yaratıcı örneklerin ortaya konması hedeflenmiştir.

Yapılan tasarımların Hatay’ın tanıtımı açısından ve şehirde hediyelik eşya üretimi açısından eksikliği gidermek için yaratıcı çözüm ve katkılar getirmesi çalışmanın önemini oluşturmaktadır. Aynı zamanda yapılan bu tasarım ve uygulamalar kültürel mirası yaşatma ve geleceğe aktarma anlamında farkındalık ortaya koyacaktır¹.

Hediyeleşme ve Hediyelik (Hatıra) Eşya

Hediyeleşme, her toplumun kültüründe farklı özellikler ve anlamlar gösteren sosyal ilişkilerde işlevsel bir öge; aynı zamanda bir iletişim biçimidir. Türk Dil Kurumuna göre hediye veya armağan kelimeleri birini sevindirmek, mutlu etmek, onurlandırmak veya anı olarak verilen şey anlamına gelmektedir.

Godbout (2013:203) hediyeleşmeyi, geçmiş ilişkilerin izlerini koruyan, saklayan önemli bir olgu olarak anlatmaktadır. Buna göre hediyeler, kişilerin birbirleriyle olan ilişkilerinde izler bırakan ve bellekte unutulmayan anılardır. Godbout, insan yaşamındaki anıların zaman kavramını aşabilen bir durum olduğunu vurgular (2013: 247). Hediyeleşme, hediyelik eşya anıları somutlaştırıp, manevi değerler biriktirmenin bir yöntemidir.

Sosyal antropolojinin temel konularından biri olan hediyeleşme kaynaklara göre Arkaik toplumlara kadar dayanır ve her kültürde farklılık gösterir (Augé ve Colleyn, 2004). Antropologlar yaptıkları çalışmalarda insanların hediye alıp verme eylemleri ile kendi içlerinde sosyal bağlar oluşturduklarını ve bunların da insan ilişkileri ve toplum özelliklerine dair önemli bilgiler olduğunu açıklamaktadırlar. Örneğin Arkaik toplumlarda karşımıza çıkan "potlaç", hediyeleşme ya da armağan etmeyi anlatan bir terim olmakla; hediyeleşme olgusunu, gönüllü yapılan ama gerçekte ise zorunlu (Tanrılara kurban hediye etmek gibi) olarak verilen hediyeler olarak anlatılmaktadır (Aysever, 2019: 25).

İlkel toplumlarda hediye geleneğini araştırarak bu konuda çok sayıda eser bırakan Fransız sosyolog ve antropolog Marcel Mauss; dünyada farklı toplumlar arasında hediye verme geleneğini ve toplumsal yapıları arasındaki ilişki üzerine karşılaştırmalı çalışmalar yapmıştır (Aysever: 2019, 25-26). Örneğin bir çalışmada Mauss, İskandinav uygarlığında ve diğer birçok uygarlıklarda hediyeleşmenin değiş-tokuş ve anlaşmalar biçiminde yapıldığını ifade etmektedir (Mauss, 2006: 205-207). Hediyeleşme üzerine bir diğer çalışmada Bozkurt Güvenç (2002: 209) hediyeleşmeyi hasat sonu, doğum, sünnet, evlenme, ölüm, temel atma, oruç, hac ve kurban törenlerinde yapılan önemli paylaşımlar olarak anlatırken, bu törenlerde

* Bu çalışma ikinci yazarın yüksek lisans tezinden üretilmiştir: Aysever, Ezgi. Hatay Arkeoloji Müzesi Örneğinden Yola Çıkarak Hediyelik (Hatıra) Eşya Üretiminde Kullanılmak Üzere Hazırlanan Tasarım Önerileri, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi. 2019

hediyeleşmenin ev, mal ve şölen sahibinin cömertliğinin de övüldüğünü ifade etmektedir (Aysever, 2019: 26). Hediyeleşme Türk toplumlarında Göktürklerden itibaren görülmekle birlikte, Çin kaynaklarından öğrenildiğine göre diplomatik ilişkilere dayanan ilk hediyeleşmeler 611-759 yılları arasında Çin İmparatorluğu ile ticari amaçlarla gerçekleştirilmiştir (Salman, 2007: 30). Köktürk (Göktürk) harfli Yenisey yazıtlarından altın maşrapa üzerindeki Y 81 yazıtı Eski Türklerde uygulanan bir armağan verme, hediyeleşme türünü anlatmaktadır. Maşrapa üzerindeki yazıtta okunan ‘begilükkümüştbertimiz (Armağan gümüşünü verdik)’ şeklinde okunmuştur. Bu maşrapayla üst makamda olan birilerinin alt makamda olan birine armağan, hediye, bağış verdiği düşünülmektedir. (Useev, 2012: 36 - 40).

Yazıtın anlamı bu altın kabın alt makamdaki birisinin belirli bir beye armağan edildiğini değil; tam tersine üst makamdakilerin alt makamlardakilere armağan edildiğini göstermektedir. Bu da Eski Türk toplumunda hep halktan kimselerin yöneticilere değil, yöneticilerin de halktan kimselere değerli eşyalar hediye ettiğini göstermesi açısından önemlidir. Ayrıca bu durum begilik geleneği ile yönetimdekilerin ve zenginlerin sanatkar, zanaatkar ve ozanları desteklediklerini de ortaya koymaktadır (Useev, 2012: 39,40).

Diğer yandan Osmanlı Döneminde ise hediye ve hediyeleşmenin daha çok padişah ve İslam hükümdarları, Anadolu beyleri, yabancı ülkelerdeki krallar ve yüksek makamdaki devlet adamlarına verildiği kaynaklarda geçen bilgiler arasındadır. Osmanlı saray ve konaklarında doğum gibi özel günlerde, bayram ve nevrüz gibi kutlamalarda da hediye geleneğinin olduğu bilinmektedir. Örneğin, iftara gelen konuklara kese içerisinde para verilir ve buna “dış kirası” denirdi (Tezcan, 1989: 32, Aysever, 2019: 26).

Hediyeleşme kavramı halk edebiyatı ve divan edebiyatında metinlerinde de sıkça yer almaktadır. Hediye kelimesi Arapça kökenli olup öz Türkçede metinlerde “andaç”, “andıç”, “andaş”, “angi” gibi yadigar, hatıra anlamlarına gelen kelimeler kullanılmıştır. (Naskali ve Koç, 2007: 232). Anadolu kültüründe “Çam sakızı çoban armağanı”, “Yarım elma gönül alma”, “Az olsun öz olsun” gibi atasözleri ile hediyein büyük ya da küçük, az ya da çok olmasının bir önemi olmadığı, hediyeleşen kişiler arasındaki gönül bağı vurgulanmıştır (Koç ve Mermer, 2007: 447, Aysever, 2019: 26). Örneğin Hatay yöresinde, hediye takdim edilirken “Kıymetinizden değil.” ifadesi kullanılır. Bu “Hediyein değeri sizin kıymetiniz yanında azdır.” anlamına gelir (İleri, 2017: 331, Aysever, 2019: 26).

Batı’da ise hediyeleşme genel olarak diplomatik ilişkilerde görüldüğü gibi başta Noel olmak üzere çeşitli bayramlar ve özel günlerde kişiler arasında şükran ve mutluluk gibi duyguların paylaşılmasına aracı olur (Esgin, 2012: 93).

Günümüzde ise hediyeleşme tarihsel süreçte anlamını yitirmeden devam etmektedir. Yine özel günlerde, törenlerde verildiği gibi bireylerin günlük yaşamında oldukça sık gerçekleştirdikleri bir eylemdir. İnsanlar gittikleri yerlerde, yaptıkları seyahatlerde o yöreye özgü çok küçük de olsa bir anı eşyayı yanlarında götürerek sevdiklerine hediye ederler. Yapılan seyahatlerin hediyelik eşyalarla tamamlanması, kültürlerin bir yerden başka bir yere taşınabilmesi açısından önemlidir (Aysever, 2019: 26).

Gezilen, görülen yerin özelliklerini anlatan aksesuar, magnet, kartpostal, kitap ayracı gibi nesnelere Fransızca hatıra anlamına gelen “souvenir” adı verilmektedir. “Souvenance” sözcüğü Fransızcada hatıra ve anı kelimelerini; “souvenir” ise hatırlamak ve anımsamak kelime anlamlarını karşılamaktadır. Aynı zamanda “souvenir” hatıra, anı, hatıra eşya, hediyelik eşya anlamlarına gelmektedir. “Souvenir”, birini ya da bir yeri daha sonra hatırlamak için alınan nesneler için kullanılmakla birlikte teşekkür ya da hoşçakal hediyesi anlamına da gelmektedir. Souvenir kelimesi Fransızca sözlükte ise yaygın olarak hediyelik eşya mağazalarında satışa sunulan hatıra objeler için kullanılmaktadır (Aysever, 2019: 27).

Hediyelik eşyalar kültür turizminin önemli bir parçası olarak gezilen bölgelerin tarihsel, kültürel, sanatsal özelliklerini ve konumunu hatırlamaya aracı olan objelerdir. İnsanlar yaşamlarında özel olan olay, yer ve mekâna dair anılarını hatırlamak ve paylaşmak için bu hediye objelerini satın almaktadır. Gezilen turistik bölgelerin, müzelerin ve benzeri yerlerin imgelerinden oluşan hediyelik objeler aynı zamanda o bölgenin tanıtımı için de büyük önem taşımaktadır. Günümüzde turizm alanında tanıtım çalışmalarının ülkeler arasında büyük rekabetlere dönüştüğü düşünüldüğünde hediyelik (hatıra) eşya tasarımı ve alışverişinin önemi tanıtım anlamında öne çıkmaktadır.

Turistik ürün tanıtımlarında kullanılan imajların, yörenin kültürel tanıtım özelliklerini taşıyan doğru imaj olması, yörenin tarihi ve kimliğine dair ip uçları vermesi, estetik değere sahip olması son derece önemlidir. Turistik ürünlerin ya da herhangi bir ürünün dünyada tanınır ve bilinir olması, öncelikle o ürünün anlamını oluşturan öğelerin iyi irdelenmesi ve tasarımına gerekli önemin verilmesi ile gerçekleştirilebilir (Anholt, 2011: 54, Aysever, 2019: 27).

Hediyelik (Hatıra) Eşya Tasarım Özellikleri ve Bazı Müze Mağazalarından Örnekler

Hediyelik eşya üretimi günümüzde turizm faaliyetlerinin önemli bir bölümünü oluşturan küçük atölyeler, ev eksenli üretimler ya da daha geniş üretim sahaları ile ekonomide pay oluşturan bir sektördür. Hediyelik eşya üretiminde biçim ve içerik, kültürel, tarihsel ve estetik özellikler ön plana çıkmaktadır.

Son yıllarda Türkiye'ye yerli ve yabancı turist ilgisi artmakla birlikte ne yazık ki hediye amaçlı üretilen objeler incelendiğinde çoğunlukla yörelerin kimliğini yansıtmayan ve iyi bir tasarımın niteliklerini taşımayan kalite ve estetikten uzak ürünler karşımıza çıkmaktadır. Bir diğer üzücü durum ise el sanatlarının, işçiliğin, tarihsel ve kültürel zenginliğin bu kadar yoğun olduğu bir ülkede yurt dışı menşeli objelerin satışlarıdır. Bir yöreye gittiğinizde "Made in China, Made in Tailand" gibi yöre özelliklerinden, estetik ve tasarımdan uzak ürünler bütün satış alanlarında karşınıza çıkmaktadır. Bir bölgenin tanıtımında doğru turizm stratejilerinin kurgulanması kentsel turizmin gelişmesi için son derece önemlidir. Bu anlamda değerlendirildiğinde hediyelik eşyalar, tasarım özellikleri bakımından ele alındığında kentin kimliğini tanımlayabilen, bölgenin karakteristik özellikleriyle uyumlu özelliklere sahip olmalıdır. Hediyelik (hatıra) eşya tasarımları, tasarımsal ve anlamsal olarak tüketici için cezbedici özellikte olmalıdır. Günümüz üretim ve pazarlama sektöründeki rekabet piyasa koşullarında farklılaşmayı zorunlu hale gerektirmektedir. Hediyelik eşya tasarımlarında pazara ve siparişe göre değil, farklı, özgün ve nitelikli tasarım ürün çeşitliliği sunmak tasarımcılara düşen en önemli görevlerden biridir. 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 (Aysever, 2019: 39,40)

Besemer'e (2006: 123, 133) göre, tasarımda tarz kimlik oluşturabilmekle birlikte ürünlerin piyasada başarılı olmasına ve güç elde etmesine imkân sağlar. Dolayısıyla ürün; yenilik, orijinallik, şaşırtıcı olabileme özelliklerini içinde barındırır.

Hediyelik (hatıra) eşya tasarımı kültürle bağlantılı olmasının yanı sıra tarihsel bellek ile de ilişkilidir. Toplumların geleneksel yaşam biçimleri, kültür ve sanat anlayışları içerisinde dikkate alınması gereken özellikler vardır. Bu özellikler üretileni anlamak ve tasarımın nereye gidebileceğini görebilmemiz için bize yardımcı olur (Aysever, 2019: 39,40).

Tasarım Vakfı'nın kurucusu olan ve Türkiye'de birçok yerel tasarım inisiyatiflerinin kurulmasına öncülük eden Faruk Malhan: "Geleneksel düşünce tarzını yeni bir düşünce tarzı ile aşılayıp, denenmişin güvenliğinde yeni olanın vaadinde birleşebiliriz." ifadesinde bulunmuştur. Bu ifade değerlendirildiğinde geleneksel unsurlar günümüz tasarımlarında kullanılarak yeni bir öneriye dönüşmelidir. Kültürel ve yaratıcı endüstrilerdeki tasarım odaklı çalışmalar, ülkelerin ekonomik büyüme, istihdam ve sosyal uyumu oluşturabilmeleri adına stratejik bir araç olarak görülmektedir. Yerel değerlerin küresel pazarlara ulaşabilmesi, kentlerin mal ekonomisinden, ürün, hizmet ve deneyim ekonomisi aşamalarına yükselebilmesi tasarım odaklı yaratımlarla öngörülebilir (Malhan, 2017: 5, Aysever, 2019: 41).

Kültürel ve tarihsel mirasın tasarıma uygulanması açısından verilebilecek en iyi örneklerden biri Paşabahçe koleksiyonudur. Kültürel miras koleksiyonları ile ülke zenginliğini dünyaya anlatma amacını taşıyan "Paşabahçe Anadolu Medeniyetleri Koleksiyonu" ve Gaziantep Zeugma Müzesi, Hatay Arkeoloji Müzesindeki eserlerden de yola çıkılarak üretilen "Paşabahçe Mozaik Koleksiyonu" yurt içi ve yurt dışında tanınan üretimlerdir.



Resim 1. Paşabahçe Anadolu Medeniyetleri Koleksiyonu, Alacahöyük Kase, İkiz İdoller Vazo (Aysever, 2019:42)



Resim 2. Paşabahçe Mozaik Koleksiyonu, Soteria Vazo ve Çingene Kız Mozaiği - Gaia'nın Kutusu (Aysever, 2019:42)

Hediyelik eşya ürünleri genellikle müze ve ören yerlerindeki mağazalarda satışa sunulmakla birlikte, turistler ziyaret ettikleri kent veya müzelere ait ürünleri alarak anı objeleri biriktirirler. Müze mağazacılığı kültür varlıkların yaşatılması, müzenin ve bulunduğu kentin ulusal ve uluslararası tanınırlığı açısından son yıllarda artan bir öneme sahiptir. Kültürel alanlardan biri olarak kabul edilen müzeler, mağazalarında yer alan ürünler ile entelektüel bir bakış oluşturur (Aysever, 2019: 43, Eram, 2018).

Müzelerde bulunan mağazalarda yer alan hediyelik eşyalar müze içeriklerinden ve kente özgü doku ve imgelerden oluşmaktadır. Müze mağazacılığı, müze ve kent imajına katkı sağlaması amacıyla oluşturulan, üretilen ve ticarileşen bir alan olarak değerlendirilebilir. Berlin'deki Müzeler ve Miraslar Antropolojik Araştırma Merkezi Direktörü Dr. Sharon Macdonald, müze mağazaları için "gösterinin final sergisi" ifadesini kullanmaktadır. Müze mağazacılığının ilk örnekleri 1900'lerin sonlarında görülmekle birlikte bu dönemlerde yapılan sergilerde eserlerin röprodüksiyonlarının satıldığı bilinmektedir (Chernick, 2017). Bu konudaki ilk örnek, New 1870'de York'un Metropolitan Sanat Müzesi (MET)'nin kurulmasından hemen sonra müzede perakende satışına başlanmıştır. 1871 yılında ise MET'in pazarlama ve iletişim müdürü Morgan Pearce usta ressamların resimlerinin kopyalarının satın alınmasına başlamıştır. Bir süre sonra eserlerin kopyaları orijinalleri galeride sergilenmeye başlanmıştır. Bugünkü anlamıyla müze mağazacılığı 1980'lere gelene kadar çok yavaş bir gelişim göstermekle birlikte, çok göz önünde tutulan bir öneme sahip olmamıştır. 1980'lerden sonra büyüyüp çeşitlenen müze mağazacılığı bugün kültürel ticaretin önemli bir parçası olmuştur (Chernick, 2017, Aysever, 2019: 44).

Günümüzde müze mağazaları hediyelik eşya ürünlerini satın alma yöntemi ile almaktadır. Bu ürünler yerel zanaatkarlar tarafından alınabildiği gibi özel tasarımcılar veya tasarım firmaları tarafından da yapılabilmektedir. Dekoratif ya da işlevsel özelliği olan bu ürünler poster, takı, giyim aksesuarları, kitap, kırtasiye, oyuncak ve farklı tekstil ürünleri gibi geniş bir yelpaze sunmaktadır. Müzede sergilenen eserlerin özel tasarıma dönüşmüş hali olan objeler ve ürünler hem müze için hem de müze mağazası için aynı zamanda bir tanıtım aracıdır (Aysever, 2019: 44). Tate Modern (Londra), Metropolitan Museum of Art (New York), MoMA (Museum of Modern Art) (New York), 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. Yurtdışındaki birçok müze ve galerinin hediyelik eşya mağazalarında, bu tarz özenle tasarlanmış ve seçilmiş tasarım ürünleri bulunmaktadır.



Resim 3. Boutiques de Musées, Mona Lisa Yapıtından Kırtasiye Ürünleri Porselen Tabaklar, Çikolata Ambalajı (Aysever, 2019:46)

Avrupa'da müzelerin pek çoğu sergiledikleri bazı eserleri, tasarımcılar ile birlikte çalışarak mağazaya özel koleksiyon yaptırmaktadır. Bu tarz koleksiyonlar genellikle sınırlı sayıda üretilip belirli zamanlarda satışa sunulmaktadır. 2019 yılında MoMA'da düzenlenen Joan Miro'nun "Dünyanın Doğuşu" adlı sergisi için Bernardaud markası tarafından özel olarak üretilen toplamda 100 parçadan oluşan porselen tabaklar bu

koleksiyona örnektir (Aysever, 2019, 47). Türkiye’de müze mağazacılığı son yıllarda gelişim gösteren bir alandır. Özel müzeler müze mağazacılığı konusunda daha iddialı ve Avrupa standartlarıyla eşdeğer tasarımlar yaptırırken Devlet Müzelerinin mağazaları da son yıllarda büyük atılımlar yapmaya başlamıştır. İstanbul Modern Müze Mağazası, Sakıp Sabancı Müze Mağazası özel müzelere örnek sayılabilir. Diğer yandan Gaziantep Zeugma Müzesi, İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi gibi devlet müzelerinin mağazaları da çok gelişmiş ve özel bir tasarım yelpazesine sahiptir (Aysever, 2019: 47).



Resim 4: Taner Ceylan, 10. Yıl Özel Koleksiyon Yılanlı Kahve Fincanı, İstanbul Modern Mağazası (Aysever, 2019:47)

İstanbul Modern Müze Mağazası’nda yapılmış sergilerin katalogları, afişleri, sergilenen eserlerin röprodüksiyonlarıyla hazırlanmış posterler, kartpostallar, kitap ayraçları ve tekstil ürünleri gibi birçok hediyelik eşya bulunmaktadır. Müzenin 10. yılına özel hazırlanan koleksiyon için Ali Bakova, Ela Cindoruk, Erdem Akan, Kunter Şekercioğlu, Taner Ceylan ve daha birçok tasarımcının özel tasarımlarına yer verilmiştir. Ayrıca İstanbul Modern ve Vakko iş birliği ile gerçekleştirilen “Türkiye’den Modern ve Çağdaş Sanatçılar Koleksiyonu” kapsamında üretilen, baskılı eşarplar sınırlı sayıda ve belirli zaman aralıklarında mağazada yer almıştır (Aysever, 2019: 48).

İstanbul’da yer alan diğer bir özel müze olan Sakıp Sabancı Müzesi hem sergilediği özel koleksiyonlar hem de sergilere özel geliştirilen farklı konseptler ile ses getiren müzelerden biridir. Dünya çapında ünlü sanatçıları ağırlayan Sakıp Sabancı Müzesi (SSM), sergi koleksiyonlarını müze mağazası için yerli tasarımcılar ve yerel malzemelerle değerlendirmektedir (Alp, 2009). Müzede 2018-2019 yıllarında düzenlenen “Rus Avangardı Sanat ve Tasarımla Geleceği Düşünmek” sergisi yerli tasarımcıların hazırladığı özel hediyelik ürünlerde tasarıma dönüşmüştür (Aysever, 2019: 47).



Resim 5: Rus Avangardı Sanat ve Tasarımla Geleceği Düşünmek Sergisine Özel Emaye Avangard Tabak, Bardak, SSM Müze Mağazası (Aysever, 2019:48)

Türkiye’de özel müzeler, mağazacılık faaliyetlerini özel tasarımcılarla geliştirerek tasarım ve ürün yelpazesini genişletmektedir. Devlet müzelerinde bulunan mağazaların durumu ise daha farklıdır. 2009-2010 yılları arasında müze ve ören yerlerinin satış alanlarının büyük bir bölümü Döner Sermaye İşletmesi Merkezi Müdürlüğü (DÖSİMM) tarafından yürütülmüştür. Daha sonra ise Türkiye genelinde 55 müze ve ören yerinin ticari işletmesini 8 yıllık süre ile Bilkent Kültürel Girişimcilik (BKG) devralmış, 2017 yılına kadar 12 bin adet ürün üretmiştir (Eram, 2017). 2017’den beri Türkiye’deki müze ve ören yerinde bulunan mağazaları T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve DÖSİMM’in himayesinde bulunan AKG işletmektedir (Demirel, 2019). AKG yaptığı hediyelik ürün tasarımlarında, Anadolu tarihi ve kültürel mirası ile el sanatlarından esinlenerek

üretimler yapmaktadır. Yaptıkları özel koleksiyonlarda kültürel değerleri yansıtan özel tasarım cam ürünler, takılar, kupalar, çanta ve benzeri eşyalar yer almaktadır. Örneğin Topkapı Sarayı Müze Mağazası için AKG tarafından yapılan moda tasarımcı Hatice Gökçe'nin Matrakçı Nasuh'un İstanbul minyatüründen esinlenerek hazırladığı koleksiyon dikkat çekicidir. H. Gökçe'nin hazırladığı bu koleksiyon minyatürde yer alan peyzaj, hayvan ve çiçek tasvirlerinden oluşan beş parçalık kapsül koleksiyondan oluşmaktadır. (Aysever, 2019: 47).



Resim 6: Hatice Gökçe, AKG Heritage Matrakçı Nasuh Koleksiyonu (Aysever, 2019:50)

Müze mağazaları, özel tasarım hediyelik eşyaları ile müze gelirlerine katkıda bulunmakla birlikte müze ve müzenin bulunduğu kentin tanıtımında çok büyük rol oynar. Müzelerde bulunan zengin tarihsel ve kültürel mirasın hediyelik eşya tasarımlarında kullanılması ekonomik ve kültürel anlamda topluma katma değer sağlar.

Hediyelik (Hatıra) Eşya Bağlamında Hatay ve Arkeoloji Müzesi

Hatay coğrafi konumu nedeniyle önemli göç ve ticaret yolları üzerinde bulunması dolayısıyla birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış, Anadolu'nun en eski yerleşim yerlerinden biridir. Pek çok uygarlığı barındıran ve farklı imparatorluklara başkentlik yapmış olan kent, köklü bir tarihe, kültüre ve el sanatlarına sahiptir. Kültür turizmi açısından dikkat çeken kentin bir diğer özelliği Hatay'ın 2017 yılında "gastronomi" alanında Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil edilmesi ile önemli bir turizm şehri haline gelmesidir. Dolayısıyla Hatay'da önemli bir turizm hareketliği oluşmuştur. Şehre gelen turistlerin kentin dokusuna dair imajların, kente özgü el sanatları ve yerel değerlerin hediyelik eşya üretimine nasıl yansıdığı ve nasıl sunulduğu Hatay'ın kültür turizmine ve şehrin tanıtılmasına katkı sağlamaktadır. İpek dokumacılığı, ahşap oymacılığı, sepet örmeciliği, taş işlemeciliği, üfleme cam yapımı ve iğne oyası gibi çok zengin el sanatları kentte evlerde ya da küçük atölyelerde devam etmektedir. (İleri, 2015: 188). Kente ziyarete gelen turistlerin dönerken yanlarında götürmeyi tercih ettiği bazı ürünler arasında ipek dokumalar, defne sabunu, zeytin, zeytinyağı ve baharat bulunmakla birlikte bu ürünler kentin sahip olduğu kimliğin tanıtılmasında da büyük önem taşımaktadır. Bu yerel üretimlerin tasarım ve sunumunda, iyi tasarım anlayışının kullanılması kentin markalaşmasında büyük rol oynar. Kentin markalaşmasına büyük önem taşıyan bir diğer etken ise Hatay Arkeoloji Müzesi ve müze mağazasında sunulan hediyelik eşyalardır (Aysever, 2019: 52).



Resim 7. Hatay Arkeoloji Müze Mağazası Genel Görünümü, 2019 (Aysever, 2019:52)

Hatay Arkeoloji Müze Mağazası 2018 yılına kadar farklı işletmeler tarafından yönetilmiş, 2018 yılı itibarıyla AKG bünyesinde işletilmeye başlanmıştır. Ürünler genellikle AKG'ye ait olmakla birlikte farklı firmaların üretimleri de bulunmaktadır. Ayrıca çok az da olsa yerel işletme ve atölyelere ait ürünlerde bulunmaktadır. 2019 yılında bu çalışma yürütülürken yapılan gözlemlerde Hatay'a özgü yerel ürünlerin ve müzeye ait pek çok eserin tasarım anlayışı ile müze mağazasına uyarlanmadığı saptanmıştır. Yine müze mağazasında yapılan tespitlerde, müze koleksiyonunda yer almayan, kentle ve kültürel dokuyla ilgisi olmayan tasarımların olduğu görülmektedir. Zeugma Müzesi'nde olan "Çingene Kızı Mozaïği" ve "Mars Heykeli" replikaları veya Kütahya çinisi örnekleri bunlardan bazılarıdır (Aysever, 2019: 52). Müze mağazasında yer alan şal, fular, dekoratif amaçlı tekstil gibi ürünlerin ise gerek üzerinde kullanılan motiflerin gerekse üretim özelliklerinin Hatay'a özgü olmadığı, örneğin Uzakdoğu ülkelerine özgü motiflerin ya da heykeltıraş Lorenzo Bernini'ye ait olan Roma'da bulunan "Daphne ve Apollon" heykelinin tekstil yüzeylerinde baskı olarak yer aldığı görülmektedir. Bu gibi örnekler müzenin ve şehrin tanıtılmasına olumsuz etkileri olan ürünlerdir.



Resim 8. Müze mağazasında satışta bulunan tekstil ürünleri (Aysever, 2019:53)



Resim 9. Lorenzo Bernini'ye ait "Daphne ve Apollon" heykelinin baskı tekniği kullanılan fular üzerinde görünümü (Aysever, 2019:53)

Hatay Arkeoloji Müzesinde Sergilenen II. Suppiluliuma Heykeli ve Tasarım Örnekleri

Hatay Arkeoloji Müzesi sahip olduğu eserler ile Türkiye'nin sayılı müzelerinden biridir. Müzede yer alan kronolojik tabloya göre Paleolitik Dönem'den (M.Ö. 43.000-M.Ö. 17.000) Cumhuriyet Dönemi'ne kadar birçok döneme ait koleksiyonlar sergilenmektedir. Bu çalışma kapsamında tasarım ve uygulama yapmak için Müzede bulunan pek çok değerli arkeolojik eserin içinden II. Suppiluliuma heykeli seçilmiştir. Bu çalışmada söz konusu eserin içeriği hakkında bilgiler verilerek, tasarım önerileri ve uygulamaları anlatılmıştır.

Suppiluliuma Heykeli:

2012 yılında Antakya'nın 35 kilometre doğusunda, Antakya-Halep yolu üzerinde bulunan bölgede yürütülen Tayinat Höyük kazılarında çıkarılan II. Suppiluliuma heykeli, Hatay Arkeoloji Müzesi'nin önemli eserlerinden biridir. M.Ö. 9. ve 8. yüzyıllarda Türkiye'nin güneydoğusundaki Patina Neo-Hitit Krallığı başkenti olan Kunulua Sitadeline çıkış sağlayan anıtsal giriş kapısı kompleksinin kalıntılarının bir parçası olarak gün yüzüne çıkarılan heykelin tahminen 3,5-4 metre uzunluğunda olduğu düşünülmektedir. Heykelin yalnızca üst kısmı olan 1,5 metre yüksekliğindeki başı ve gövdesi sağlam olarak kazı çalışmaları ile çıkarılmıştır (Harrison, 2012: 50; Aysever, 2019: 55).

Kunulua Sitadeline şehir girişinde yer alan bu heykel kent için koruyucu bir figürdür. Bazalt taşından yapılmış figürün sakalları ve saçları sıralanmış kıvrımlarla betimlenirken göz yuvarlakları beyaz sabun taşından yapılmıştır. Kolları dirseklerden öne doğru bükülmüş, iki kolunda da aslan başı ile süslenmiş iki bileklik görülmektedir. Figürün sağ elinde bir mızrak ve sol elinde buğday demeti bulunurken göğsünü yarım ay biçimindeki bir kolye süslemektedir. Heykelin sırt kısmında kabartmayla yazılmış, Luvce hiyeroglif yazıt bulunmaktadır. Bu yazıtta yer alan bilgiler ve araştırmalar, figürün Pattina-Unqi krallığında hüküm süren II. Suppiluliuma olduğunu göstermektedir. Yazıt, II. Suppiluliuma'nın seferleri ve başarıları hakkında bilgiler vermektedir (Harrison, 2012: 50; Aysever, 2019: 55).

Heykel Türkiye'de yapılan kazılarda bulunan eserler arasında dönem ve stil özellikleri, üzerindeki süslemeleri ve boyutları ile oldukça önemli bir örnek olup müzenin en çarpıcı eserlerindendir. Figür 2012 yılında kazılarda ortaya çıkan ve Hatay Arkeoloji Müzesinde sergilenen heykel Hatay'da pek çok alanda tanıtım amaçlı kullanılmaktadır. Müze mağazasında ise hediyelik eşya ürünlerinde fotoğraf baskısı kullanılmış ya da küçük kopyaları yapılmış ancak tasarım olarak ele alınmamıştır. II. Suppiluliuma, eser özellikleri açısından Hatay ve Türkiye için son derece önemli olmasına rağmen yeterli tanıtımı yapılmamış, hediyelik eşya ürünleri içerisinde tasarım olarak yer almamıştır. Bundan dolayı tasarım ve uygulama örneklerinden biri olarak değerlendirilmiştir.



Resim 10. Hatay Arkeoloji Müzesinde sergilenen II. Suppiluliuma Heykeli. (Aysever, 2019:56)

Hediyelek (Hatıra) Eşya Tasarım Önerileri ve Uygulamaları

Müze'nin ilk bölümünde sergilenen II. Suppiluliuma heykeli 1,5 metre yüksekliğindeki başı ve gövdesi, kocaman açılmış gözleri, saç ve sakal betimlemesindeki düzenli kıvrımlar ile oldukça dikkat çekicidir.

II. Suppiluliuma ile ilgili tasarımlarda heykelin gözleri ve saçları vurgulanacak biçimde renklendirmeler ve stilizasyonlar yapılarak çeşitli kompozisyonlar oluşturulmuştur. Heykelin arkasında bulunan, seferleri ve başarıların anlatıldığı Luvice yazıt tişört tasarımlarında kullanılmıştır. Tasarımlar basılı üretilebilen her türlü ürüne uygun biçimde tasarlanmıştır.



Resim 11. Suppiluliuma Stilizasyonu, Ezgi Aysever, 2019



Resim 12. Suppiluliuma 4'lü Bardak Altlığı, Ezgi Aysever, 2019



Resim 13. Suppiluliuma Magnet ve Maskot Tasarımları, Ezgi Aysever, 2019



Resim 14. Suppiluliuma Kitap Ayraçları, Ezgi Aysever, 2019



Resim 15. Suppiluliuma Tişört ve Bez Çanta Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2019



Resim 16. Suppiluliuma Heykelinin Arkasında Yer Alan Luvicede Yazıtlı Tişört Uygulaması, Ezgi Aysever, 2019



Resim 17. Şuppiluliuma Gözlük Kılıfı, Ezgi Aysever, 2019



Resim 18. Yastık Kılıfı Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2019

Hatay, geleneksel ipek ve pamuk dokumacılığının yaygın olarak yapıldığı bir yöredir. Yöreye özgü dokumaların yüzeyine uygulanmak üzere Suppiluliuma figürü tasarımları yapılmıştır. Fotoğraf 21’de yer alan 2 örnek Hatay’da dokunmuş ipek şal olup, şalların üzerine serigrafi baskı tekniği uygulanmıştır.



Resim 20. II. Suppiluliuma İpek Şal Uygulamaları, Ezgi Aysever, 2019

Sonuç

Müzeler bulundukları yerin zengin ve köklü tarihi mirasının sergilendiği, kentlerin tarihsel kültürünün dünyaya tanıtılmasında çok önemli bir yere sahip olan mekânlardır. Türkiye'nin pek çok önemli müzelerinden biri olan Hatay Arkeoloji Müzesi de bu anlamda ilk çağlardan Cumhuriyet Dönemine kadar geniş bir eser birikimine sahiptir. Müzeler ve müzecilik ile ilgili yurt dışında ve yurt içinde çok önemli gelişmeler olmakla birlikte bunlardan biri de müze mağazacılığıdır. Dünyada gelişen turizm ekonomisiyle birlikte müze mağazacılığı hediyelik (hatıra) eşya tasarımlarıyla, müze ve kent tanıtımında büyük role sahiptir.

Son yıllarda müzeler sergiledikleri eserler kadar, sahip oldukları mağazalar ve bu mağazalar için yapılan tasarımlarla dikkat çekmeye başlamıştır. Ziyaretçilerine tasarım ve malzeme olarak farklı ürün alternatifleri sunarak müze ve kente dair anıların taşınmasına imkân sağlamaktadırlar. Hediyelik eşya tasarımına yönelik özellikle Avrupa'da gelişen bir tasarım anlayışı olmakla birlikte Türkiye zengin kültürel, tarihsel ve el sanatları birikimine rağmen bu alanda oldukça yenidir. Özel müzeler, müze mağazacılığı ve tasarımlar konusunda daha gelişmiş durumdayken devlet müzelerine bağlı mağazalar tasarım konusunda yeni yeni adımlar attığı görülmektedir. Hediyelik (hatıra) eşya tasarımı ülkemizin tanıtımı için oldukça önemli olmakla birlikte ne yazık ki satışa sunulan objeler uzak doğu ülkelerinden ucuza gelen çoğu zaman yörenin özellikleri ile ilgisi olmayan ürünler olduğu görülmektedir. Bundan dolayı da her geçen gün yerel el sanatları, zanaat ve tasarımcıların ortak anlayış ile ortaya koydukları tasarım ürünler önem kazandığı anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada Hatay Arkeoloji Müze Mağazası için yapılan tasarım ve üretim örneği de yerel kültürel, tarihsel değerleri tasarım bilinciyle ön plana çıkaran uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin zengin eser koleksiyonuna sahip müzelerinden biri olan Hatay Arkeoloji Müzesinden sergilenen, 2012 yılında yapılan kazı çalışmalarında çıkarılan II. Suppiluliuma heykeli, hediyelik eşya tasarımı ve uygulamalarında değerlendirilmiştir. Hatay'ın kültür ve turizm tanıtımında çok önemli bir yere sahip olan eser, tasarım ilkeleri doğrultusunda hediyelik (hatıra) obje ve ürünlerinde uygulanmıştır. Kitap ayracı, anahtarlık, bardak altlığı, gözlük kılıfı, yastık kılıfı, tişört gibi ürünlere desen tasarımı yanında, yöreye özgü ipek, pamuk kumaş dokumalarına tasarım yapılmıştır. Bu şekilde yerel ve kültürel değerler, tasarım ilkeleri ile kullanılarak hem estetik bakış açısı ile hem de turistik tanıtım amacı ile birleşerek Hatay Arkeoloji Mağazası için özel üretim haline getirilmiştir.

Kaynaklar

- Alp, Aslı. Armağan Olsun Sana Bu Müze, Sabah Cumartesi, 25 Nisan 2009
- Anholt, Simon, Yerlerin Markalaşması Kimlik, İmaj ve İtibar, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, 2011
- Augé M. ve Colleyn J.P. Antropoloji, İsmail Yergüz (Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2004
- Aysever, Ezgi. Hatay Arkeoloji Müzesi Örneğinden Yola Çıkararak Hediyelik (Hatıra) Eşya Üretiminde Kullanılmak Üzere Hazırlanan Tasarım Önerileri, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi. 2019
- Bernardaud Joan Miro, Porselen Yemek Takımı, MoMA <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).
- Besemer, Susan. Tarz Çağında Ürünler Yaratmak, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları, 2006
- Chernick, Karen. 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) 2017
- Demirel, İdil (2019, 24 Mart). <https://www.sabah.com.tr/pazar/2019/03/24/dunyanin-en-buyuk-muzemagazazinciri-turkiyenin> (Erişim Tarihi: 03.04.2019).
- Eram, Lara. Müzelerin Perakendesi Müze Mağazacılığı. <https://kulturlimited.com/2018/02/08/muzelerin-perakendesimuzemagazaciligi/> (Erişim Tarihi: 09.05.2018).
- Esgin, Mehmet. *Hıristiyanlık'ta Noel Bayramının Ortaya Çıkışı ve Türkiye'deki Yansımaları*, Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 85-96. <https://dergipark.org.tr/download/article-file/208682> (Erişim Tarihi: 08.06.2018).2012
- Fono Fransızca– Türkçe Universal Sözlük, 2004; <https://dictionary.cambridge.org> Erişim: 08.04.2019) (<http://www.cntrl.fr/definition/souvenir> (Erişim Tarihi: 12.04.2019)
- Godbout, J.T. Armağan Dünyası, Dilek Hattatoglu (Çev.). İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2013
- Gürsoy Naskali, Emine. Hediyelik Kelimeler. Gürsoy Naskali, E., Koç, A., (Ed.) Hediye Kitabı, 233-239. İstanbul: Kitabevi Yayınları, 2007
- Harrison, T. P., Bir Hitit Kralı Suppiluliuma. Aktüel Arkeoloji, 29, 50-51, 2012
- Hatice, Gökçe. AKG Heritage Matrakçı Nasuh Koleksiyonu <https://www.muzedenal.com/tr/koleksiyonlar/kimono-matrakci-kol> Erişim Tarihi: 30.06. 2019
- İleri, Berna. Hatay El Sanatları. Eriş, M., Çoruh, H. (Ed.), 81 İlde Kültür ve Şehir- *Hatay*. 187-193, İstanbul: Boğaziçi Yayınları. 2015
- İleri, Berna. Hatay'ın Vefalı Ustaları ve Hatay El Sanatları. Hakan Mertcan (Ed.) Asi Gülüşlüm Ah Güzel Antakya, 331. İstanbul: İletişim Yayınları, 2017
- Mauss, Marcel. Sosyoloji ve Antropoloji, Özcan Doğan (Çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2006
- Mermer, A., Koç Keskin, N.. Divan Şiirinde Hediye. Gürsoy Naskali, E., Koç, A. (Ed.) Hediye Kitabı, 447-465. İstanbul: Kitabevi Yayınları, 2007
- Rus Avangardı Sanat ve Tasarımla Geleceği Düşünmek Sergisine Özel Emaye Avangard Tabak, Bardak, SSM Müze Mağazası <https://ssmshop.sabanciuniv.edu/urun/emaye-avangard-bardak> (Erişim Tarihi: 28.06.2019)
- Salman, Hüseyin. Göktürk ve Türgiş Devletlerinin Çin ile Hediyeleşmesi. Gürsoy Naskali, E., Koç, A., (Ed.) Hediye Kitabı, 3-12. İstanbul: Kitabevi Yayınları, 2007
- Tezcan, Mahmut. Folklorik ve Antropolojik Yönleriyle Hediye Geleneği ve Türk Kültüründeki Yeri, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 22 (1) DOI Number: 10.1501/Egifak_0000000869.1989
- Türkiye'den Modern ve Çağdaş Sanatçılar Koleksiyonu, İnci Eviner'in "Yeni Vatandaş I-II-III" Yapıtı baskılı Eşarp, İstanbul Modern Mağazası https://www.istanbulmodernmagaza.com/tr/vakko/esarp_1493.html, (Erişim Tarihi: 29.06. 2019)
- TDK, <http://www.tdk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 10.03.2021)
- Useev, Nurdin. Y 81 Yazıtı Üzerinde Okuma ve Anlamlandırma Önerisi ya da Eski Türklerde Armağan Etme, Hediyeleşmenin Bir Türü, Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi Sayı: 1/1, 36-41, Türkiye, 2012

GIFT (SOUVENIR) DESIGN: AN APPLICATION FOR HATAY ARCHEOLOGY MUSEUM STORE

ABSTRACT

As an important cultural element, gift giving is a communication tool between people and societies. Gifting is a functional and social element in the culture of every society, in private areas, in family relationships, and among friends. Souvenirs are products that individuals buy on their travels, places they visit or museum visits. Souvenirs bought during travels are very important in promoting the history and culture of one place to another place. Especially in recent years, museums in the world and showing great improvement stores in Turkey this is one of the most important places of cultural and historical transmission. Hatay is one of the important cities of our country with its deep-rooted history, rich cultural heritage and a wide variety of handicrafts. Hatay Archeology Museum, which has a rich mosaic collection, reveals the archaeological and cultural heritage of Hatay. In the museum, there are ruins belonging to many different civilizations from the ancient times to the Republic period. Tourists who come to visit the museum can see the ruins of this extended period and get an idea of the history of the city. They are also taken from the gifts in the museum store and taken with them to keep the memories of the city. In this sense, the designs made for the museum store are of great importance for the promotion of the city of Hatay. In this study, information about gift (souvenir) design and museum retailing will be given, and design examples and applications for Hatay Archeology Museum Store will be explained.

Keywords: Gifts, gift, souvenir, design, museum, museum store, II. Suppiluliuma