

POSTA MÜZELERİNİN TİPOGRAFİK DÜZENLEME BAKIMINDAN İNCELENMESİ

(ANKARA, İSVEÇ, JAPONYA, ABD ÖRNEKLERİ)

*Müjgan Sıkkaş- Yüksek Lisans Öğrencisi- Dumlupınar Üniversitesi mujgan.gtasarim@gmail.com

ÖZET

Müzeler toplumların kültürel değerlerini koruyan, tarihe ışık tutan ve geçmişin geleceğe aktarımında rol oynayan kurumlardır. Her ülkenin ve toplumun belirli kültür yapısı ile sahip olduğu değerleri bulunmaktadır. Bu değerleri korumak ve geleceğe aktarımını sağlamak için kamu ya da özel müzeler belirli kriterler doğrultusunda oluşturulmakta ve oluşumlarına göre müzeler belirli türlere ayrılmaktadır. Bu müze türlerinden biri de posta müzeleridir. Posta kavramı olarak, doküman ve belirli ürünlerin müşteriye göre dağıtılmasıdır. Bu hizmet Türkiye’de yıllarca PTT tarafından yürütülmüş, şimdilerde ise bu görev özel şirketler tarafından da yapılabilmektedir. Dünyanın birçok ülkesinde kullanılan ve tarihi bir geçmişi olan posta hizmeti, farklı kültür göstergeleri ile değerlerini içerisinde barındırmaktadır. Diğer müzelerde olduğu gibi bu müze türleri de ziyaretçilere yönelik bilgi aktarımı yapmaktadır. Çünkü kültür aktarımının en etkili olduğu yöntemlerden biri bilgi aktarımı amacıyla kullanılan yöntemlerdir. Tam bu noktada görsel iletişim tasarımının bir alanı olan tipografi tasarımı, müze içi bilgilendirmenin, estetik ve anlaşılabilir bir yolla aktarımının anahtarı rolündedir denilebilir. Çünkü tipografik bir tasarımda amaç verilmek istenen bilgi ve mesajların algılanabilir ve anlaşılabilir olmasıdır. Estetik kaygıyı içinde barındırır da, tipografinin temel işlevi, okunabilir ve anlaşılabilir olmasıdır. Ancak bu tür müzelerde bilgilendirme tasarımlarında tipografinin nasıl kullanıldığı, özgün olup olmadıkları, ana işlevi yanında estetik kaygı güdülüp güdülmediğinin ortaya konulması bir ihtiyaç olarak görülmüştür. Bu gerekçeden hareketle bu araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda dünya genelinde dört ülkeden seçilen posta müzesi, tipografinin okunabilirlik, algılanabilirlik, özgünlük, estetiklik ve kurumsal kültüre uygunluk bakımlarından ve araştırmada incelenen tüm müzeler tipografinin, nasıl kullanıldığı, özgün olup olmadıkları okunabilir olup olmadıkları, Anlaşılabilir olup olmadıkları, kurumsal kimlik ve kültüre uygunlukları karşılaştırmalı olarak analizi yapılarak incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Müze, Mekan Tasarımı, Posta, Tipografi, Kültür

1. Giriş

1.1. Problem Durumu

Kültür toplumların kimliğidir. Tüm milletler gelecek kuşaklara kültürlerini aktarmak için çeşitli yöntemler belirler, sağlıklı bir aktarım yapabilmek için düzenlemeler oluştururlar. Müze kültürü de tüm toplumlarda yer bulmuş tarihin ve kültürün gelecek kuşağa atarımın da ki en önemli iletilicilerden biri olmaktadır. Müzeler kuruluş amaçlarına, içerisinde yer alan öğelere göre çeşitlilik göstermektedir ve içeriğine göre özel korunma, sergilenme gibi özel niteliklere sahip olmaktadır. Kültür ve sanat kavramı iç içe geçen bağlantılı kavramlardır ve sanat kültürden, kültürde sanatın dışında kalan bir kavram değildir. Tüm sanatların temelinde bir kültürel öge, bulunduğu devir, bölge ya da zihniyetin ufak bile olsa izlerine denk gelmektedir. Böyle bir etkileşimin içinde müzelerin en önemli kültür aktarımına sahip mekanlar olması müze ve sanat kavramını akla getirmektedir. Müzeler sanata olanak sağlayan önemli mekanlardır ve kişilerin müze içi bilgi aktarımına rahatlıkla ulaşabilmesi, anlaşılır ve bir o kadarda estetik kaygıyı da içinde barındırması kültürel aktarımın daha sağlıklı olmasına olanak sağlarken ayrıca müzelerin ilgi çekiciliğiyle kitlelere ulaşmasının daha fazla olması beklenmektedir. Müzelerin amacı sadece eser sergilemek değildir. Müzeler sergilemenin yanında ulaşılabilir ve bilgi aktarımın kitlelere ne kadar etkinli biçimde aktarıldığı alanlardır aynı zamanda.

1.2.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, posta müzelerindeki bilgilendirme tasarımlarında kullanılan tipografinin okunabilirlik, algılanabilirlik, özgünlük, estetiklik ve kurumsal kültüre uygunluk bakımlarından karşılaştırmalı olarak analizini yapmaktır. Bu kapsamda Türkiye’den PTT Pul Müzesi, İsveç’den Postmuseum, Japonya’dan Postal Museum ve Amerika’dan Smithsonian’s National Postal Müzesi incelenmiştir.

1.3.Araştırmanın Önemi

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

1.4.Sınırlılıklar

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

2. Yöntem

2.1.Araştırma Modeli

Araştırma genel tarama modeli çerçevesinde ilgili literatürün incelenmesi ile gerçekleştirilmiş.

3. Bulgular ve Yorum

3.1. Müze Kültürü ve Türleri

Müzeler kültürel değerlerin, tarihin ve geçmişin geleceğe aktarımında rol oynayan önemli kurumlardır. Müzeler sadece kültürel aktarımda değil bunun yanında kültürün korunması, sergilenmesi gibi alanlarda büyük çabalar sarf etmektedir. Müze kavramı üzerine yapılmış birçok tanımlama mevcuttur; Allan tarafından koleksiyonların, inceleme, etüt ve zevk almak amacıyla yerleştirildiği bina olarak tanımlarken, Sözel ve Tanyeli müzeyi, sanatsal, kültürel, tarihsel veya bilimsel ürünlerin sürekli olarak sergilenmesi amacıyla yapılan ya da kendisi sıralanan bu nitelikleri nedeniyle halka açık tutulan yapı olarak tanımlamıştır. Çağdaş anlamıyla müzeler; toplumun ve gelişimin hizmetinde olan halka açık insanla ve yaşadığı çevresine tanıklık etmiş, malzemelerin üzerinde araştırmalar yapan, toplayan, koruyan, bilgiyi paylaşan ve yaşadığı çevresine tanıklık etmiş malzemelerin üzerinde araştırmalar yapan, toplayan, koruyan, bilgiyi paylaşan ve sonunda inceleme, eğitim ve zevk alma doğrultusunda sergileyen, kar düşüncesinden bağımsız, sürekliliği olan bir kurum olarak tanımlamaktadır Eğitim üzerinde de aktif rolü olan müzelerin yaşam boyu öğrenme ve kişilere birebir deneyimleme imkanı sağlaması ile de, çok yönlü bir eğitimi kapsamaktadır (Aktaran; Şahan. M.). Müzeler tarihte ilk olarak, koleksiyon oluşturmak amacıyla oluşturulmuş olsa da günümüzde müze kavramı yeni anlamlar bulmuştur. Toplama, koruma, belgeleme, sergileme ve eğitim olarak işlevlere sahip olsa da artık kişilerin keyifli vakit geçirmesini, eğlenmesini de sağlamaktadır. Müze türlerine de bağlı olarak değişiklik gösteren bu özellik çeşitliliğe göre de farklılıklar göstermektedir. Geçmiş zamanlara nazaran günümüzde müze kavramı önem kazanmakta ve sanat, kültür ve toplum yapısı üzerinde geçmiş ve gelecek arasında köprü bağı kurarak Türkiye’de müze kavramına dikkat çekmekte ve önem kazanmaktadır. Müzeler türlerine göre sınıflandırılırken müzede bulunan koleksiyonların özelliklerine bağlı olarak değişmektedir. Tüm bu özellik ve niteliklere bağlı olarak birçok müze türü vardır. Buna bağlı olarak müzelerin gruplandırılması şu başlıklar altında yapılmaktadır:

- Koleksiyonlarına Göre Müzeler

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

- Bağlı Oldukları Kurumlara Göre Müzeler

Devlet müzeleri, üniversite müzeleri, askeri müzeler, bağımsız ya da özel müzeler bu kategoride yer almaktadır. Özellikle günümüzde özel müzelerin sayıları giderek artmaktadır. Yönetimi kişilere bağlı olsada denetim yine devlet tarafından sağlanan bu müzeler için Türkiye’de ki ilk örnek 1980 yılında Sadberk Hanım adına kurulan müze olmaktadır.

- Hizmet Ettikleri Topluma Yönelik Müzeler

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

- Koleksiyonları ve Sergilendikleri Mekanlarına Göre Oluşturulan Müzeler

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

- İşlevlerine Göre Farklı Müzeler

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

3.2. Posta Müzesi nedir

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

- Sürekli pul: Çok büyük miktarlarda ve çoğunlukla iki renkli olarak basılan pullar.
- Anma pulu: Bir olayı veya kişiyi anma amacı ile çıkarılan üzerinde o olay ve kişiye ait resimler bulunan pullar.
- Ek değerli pul: PTT tarafından yılda iki defa çıkarılan ve ek gelirleri Kızılay ile Sosyal Hizmetler Çocuk Esirgeme Kurumuna verilen pullar.
- Resmi pul: Sadece resmi kuruluşlar tarafından posta ücretlerinin ödenmesi için kullanılabilen pullar.
- Uçak postası pulu: Uçak postası hizmeti ödenmesi için çıkartılan pullar. Üzerinde uçak kelimesi olabileceği gibi sadece uçak profili veya uçak resmi olan pullarda çıkartılmıştır. Amerikan Scott kataloğunda ayrı bir sınıflandırma olmasına karşılık, Avrupa ve Türkiye pul kataloglarında böyle bir sınıflandırma bulunmaz.
- Takse pulu: Posta ücreti ödenmeyen veya eksik ödenen gönderilerinden alınan cezalı posta ücretinin ödenmesi için çıkartılan pullar.
- Millî Müdafaa pulu: İkinci Dünya Savaşı döneminde devlete ek gelir sağlamak için posta gönderilerinden alınan vergilerin ödenmesinde kullanılan pullar.
- Otomat pulu: PTT tarafından bir dönem denenilen, pul veren makineler yani otomatlar tarafından basılan pullar.
- Kişisel pul: PTT tarafından gerçek ve tüzel kişiler için kişiye özel basılan, gerek postada gerekse hatıra amaçlı kullanılan pullar. Filatelistler tarafından kınanan ve pek çok sakıncası olan bu uygulama ile PTT gelir sağlamayı amaçladığı iddiasındadır.
- Yardım dernekleri pulları: 1958 öncesinde özel kanun ile bayram günleri posta gönderilerinde kullanılması zorunlu olan Kızılay, Çocuk Esirgeme Kurumu ve Türk Hava Kurumuna yardım amaçlı pullar (URL1).

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

3.3. Tipografi nedir?

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

içinde güzellik ve estetik kavramları ne zaman devreye girer? Tipografi hiçbir zaman bir kozmetik malzemesi gibi kullanılmamalıdır. İyi tipografi, bilginin en doğru, en açık ve en mantıklı sunucusudur. Güzellik ve estetik tipografinin hammaddesi değil, yan ürünüdür. Ana ürün anlaşılır bir iletişimdir. Geçmişten günümüze birçok değişim ve süreçten geçen tipografi tasarımı ilk olarak Johann Gutenberg'in metal harfleri için kullanılırken zamanla el yazmalarına ve farklı biçimde yazı karakterlerine de verilen ortak isim olmaya başlamıştır. Tarihte tipografinin kullanım alanlarına bakıldığında çoğunlukla ressamılar tarafından kullanıldığı görülmektedir. Ancak değişen koşullar ve imkanlar yeni tanımlamalara ve bu tanımlamalar içinde yeni nitelendirmelere olanak sağlamaktadır. Tipografinin ilk kullanım zamanlarında ressamılar ya da hattatlar tarafından oluşturulan çalışmalar, zamanla tipograf- tipografi tasarımcısı gibi bir tanımlamayı yaratmıştır. Günümüz tipografik karakterleri, el yazılarıyla başlayan uzun bir evrim sonucunda oluşmuşlardır. Harfin temel unsuru çizgisel vuruş ve darbelerdir. Fırça, kamaş ve keski gibi yazı araçları, harf biçimlerini doğrudan etkilemiştir. Sonraları Eski Yunan ve Romalılar, harfleri temel geometrik konstrüksiyonlar üzerinde biçimlendirmeye başladı. Bütün tipografik karakterler, optik olarak hayali bir yatay çizgi (satır çizgisi) üzerine dizilirler. Tipografik karakterler et kalınlıklarına göre beş kategoriye ayrılabilir: 1- Tam beyaz (Extralight), 2-Beyaz (light), 3- Yarım siyah (Medium), 4- Siyah (Bold), 5- Tam siyah (Extrabold). (Becer,2013). Modern sanat ve gelişen sanat yapıları, teknolojinin ve yeni imkanların içinde farklı arayışlar bulmaya ve farklı disiplinlerin bir arada kullanılarak yeni tasarım model ve anlayışlarının oluşmasını sağlamıştır. Günümüz insanı, tipografik mesaj bombardımanı altındadır. Bu yoğunluk görsel kirliliğe neden olmakta, birçok tipografik mesaj işlevini yitirmektedir. Etkili tipografi, mantık ve sezginin arasındaki denge, görüntü ile söz arasında belirli bir denklemin kurulmasına bağlıdır. Tipografik simgeler, sözdizimsel ve anlamsal olmak üzere iki farklı boyutta varolur: Tipografik yaklaşım simgenin biçimiyle ilgili ise, sözdizimsel boyut ön plandadır. Ya da simgeye özel bir anlam yüklenerek etki yönü değiştirilebilir (Becer,2013). Tipografi her ne kadar saf ve esaslı olsa da, bir güzel sanat değil, bir hizmet sanatıdır. Günümüz grafik tasarımcısı, mevcut tipografik araçların artık tüketilmiş olduğunu hissediyormuş gibi görünüyor. Havada zamanımızın süratiyle hızlanmış bir heyecan arzusu var. "Yeni tarzlar"ın oluşumu umutla bekleniyor. Gerçeklerle yüz yüze gelmek kadar çarpıcı bir şey yoktur. Nedir bunlar? Hiçbir yenilik işareti olmayan bir çıkmazın sıkıcılığı mı? Ya da "yeni bir tarz" peşindeki zoraki bir değişimin ancak yüzeysel bir kazanç getireceğinin farkındalığı mı? Bu noktada 1920'li yılların yenilikçi tipografların beyanlarının temellerini hatırlamak uygun olabilir. Önceleri dili görünür kılma amacıyla büyük boyutlarda kullanılan tipografik öğelerin, özellikle de tipografik ifadeleri işaret eden, kendilerine özgü optik özellikleri olduğunun farkına varıldı. Tipograflar, tipografik malzemelerin yeni kullanımlarından derin görsel ifadeler hayal ettiler. Bu tasarımcılar, tipografik bir sayfada, açıklık, zıtlık, renklerde heyecan ve siyah-beyaz değerler aradılar. Tipografi ilk defa tecrit edilmiş bir disiplin ve teknik olarak değil, sembollerin, fotoğrafın, filmin ve televizyonun oluşturduğu daima genişleyen görsel bir tecrübenin parçası olarak duruyordu (Armstrong,2010:44-45).

3.4. Tipografik Mesaj ve Söz Dizimi

Tipografik mesaj; sözel, görsel ve seslidir: Tipografik unsurlar, okundukları ve sözel yorumlandıkları sırada izlenmekte, görsel olarak algılanmakta, duyulmakta ve işitsel olarak yorumlanabilmektedir. Tipografi, bu çok yönlü yapısıyla dinamik bir iletişim aracıdır. 20. Yüzyıl başlarında yazılı sözcüklere dışavurumcu özellikler eklenmeye başlamış; Futurizm, De Stijl, Dadaizm ve Konstrüktivizm gibi akımlar tipografiyi anlam-biçim ilişkilerine dayalı bir sanat dalı haline getirmiştir. Günümüz insanı, tipografik mesaj bombardımanı altındadır. Bu yoğunluk görsel kirliliğe neden olmakta, birçok tipografik mesaj işlevini yitirmektedir. Etkili tipografi mantık ve sezginin birleşimidir. Mantık ve sezgi arasındaki denge, görüntü ile söz arasında belirli bir denklemin kurulmasına bağlıdır. Tipografik simgeler, sözdizimsel ve anlamsal olmak üzere iki farklı boyutta varolur: Tipografik yaklaşım simgenin biçimiyle ilgili ise, sözdizimsel boyut ön plandadır. Ya da simgeye özel bir anlam yüklenerek etki yönü değiştirilebilir. Simgelere yüklenen anlamlar iki katagoriye ayrılabilir. 1- Düzanlam (Denotation): Simgenin sözlük anlamı, 2- Yananlam (Connotation): Simgenin akla getirdiği kavram ya da çağrışım. Düzanlam, simgenin nesnel anlamıdır. Örneğin; sarı renkte bir "O" harfinin denotatif yorumu; "Bu sarı renkte bir "O" harfidir. ya da "Bu, sarı bir dairedir." şeklinde olabilir. Connotatif açıdan ele alındığında ise aynı simge; güneş ortadan kesilmiş bir limon ya da altın bir yüzük olarak yorumlanabilir. Birçok sanat dalından daha evrensel niteliklere sahip olan tipografinin işlevi; okuyucu ile belirli bir amaç doğrultusunda bilgi alışverişi sağlamaktır. Sözdizimi (syntax) ; sözcüklerin doğru anlamlar oluşturacak biçimde deyimler, maddeler ve

cümleler halinde birarada kullanılma yöntemidir. Tipografik sözdizimi ise, tipografik unsurların doğru mesaj oluşturacak biçimde düzenlenmesidir. Tipografik tasarım iletişim ve sözdizimi üzerine kuruludur. Biçimle anlam arasında doğrudan ya da dolaylı olarak kurulan bağlantılar, bir tasarımı yönlendiren en önemli etkidir. Harf, sözcük, satır, sütun ve marjlar tipografinin ana unsurlarıdır. Tipografik sözdizimi, yazının en temel birimiyle başlar: Harf çevresini kuşatan boşlukla karşılıklı bir etkileşim içine giren her tipografik simge, görsel olarak dinamik bir yapıya sahiptir. Harflerin kendi aralarında kurdukları anlam-biçim ilişkisinde de bir sözdizimi olgusu vardır (Becer,2013).

3.5. PTT Pul Müzesi/ Ankara



Görsel1: PTT Pul Müzesi Karşılama



Görsel2: Ptt Pul Müzesi Logo

Görsel3: Tipografik Panel

Görsel4: Pul Sergilemesi



Görsel5: Yönlendirme.

Görsel16: Bir Pulun Hikayesi

Görsel17: Baskı Makinası

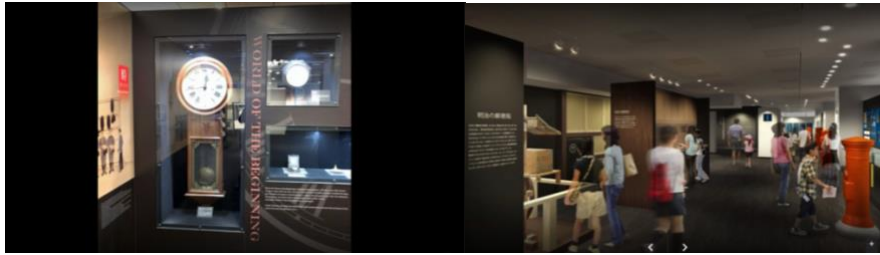
PTT Pul Müzesi; Ankara da modern müzecilik anlayışı ile tasarlanmış olan ve içerisinde Osmanlı Devleti Pulları, Anadolu Hükümeti Pulları, Türkiye Cumhuriyeti Pulları, Tematik Pullar ve Dünya Pulları ile yalnızca Türkiye içinde değil Dünya çapında bir kültürü barındırarak kültür merkezi özelliği taşımaktadır. Mustafa Kemal Atatürk'ün isteği üzerine 1926 yılında kurulan bina PTT tarafından 2013 yılında restore edilerek PTT Pul Müzesi olarak hizmete açılmıştır. Tipografik öğeler açısından incelendiğinde ilk olarak görsel2 de yer alan PTT Pul Müzesi Logosu için; PTT'nin sahip olduğu kurumsal renge bağlı olarak tasarlandığı söylenebilir. Logotype'da Sequel Sans Bold tarzı bir yazı stili seçilmiştir. Yalnızca PTT yazısının sarı olması PTT'nin kurumsallığına ve kurumsal imaj bağlamında devamlılığı sağlamaktadır. Sans serif yazı karakterlerinin yoğun

olarak kullanıldığı iç mekanda minimal bir tasarım dengesi söz konusudur. Yönlendirme ve müze içi tasarımlarında yine kurumsal renk sarının kullanımları görülmektedir. Bu kullanım hem PTT kültürü hem de modern tasarım açısından ferah bir hava yaratmaktadır. Sarı, gri ve siyah kullanımlarının hakim olduğu iç mekanda boşluk dengesine de yer verilmiştir. Kullanılan font bilgilendirmelerin okunması açısından anlaşılırdır. Tamamen modern tarzda oluşturulan iç dekor ve tasarımlar müze ve sanat birlikteliği için başarılı bir örnek oluşturmaktadır. Pul tasarımlarının sergilenmesinin gösterildiği görsel4’de kişiler için ilgi çekici olması açısından başarılı bir sunum tasarımı oluşturulmuştur. Buna benzer sergilemeler yurtdışı örneklerde yine görülmektedir. Özgün bir tasarım ve sergileme işbirliği ile oluşturulan PTT Pul Müzesi yalnızca Türkiye için değil Dünya geneli bir pul müzesi alanına hitap etmektedir.

3.6. Postal Museum/ Japonya



Görsel8: Giriş



Görsel9: Sergileme Tasarımı

Görsel10: Müze İçi

Posta ve telekomünikasyon ile ilgili koleksiyonların sergilendiği müzede yaklaşık 330.000 çeşit pul sergilenmektedir. Müzede yurtiçi ve yurtdışı birçok posta malzemesi bulunmaktadır. Dijital teknolojiyi de başarılı bir şekilde kullanan müze tasarımsal açıdan incelendiğinde özellikle kırmızı renk tonunun yoğun olduğu görülmektedir. PTT Pul Müzesi’ne göre tasarımlarda daha koyu renk temaları hakim olmaktadır. Müze içinde kırmızı ve siyah tonlarının kullanılması özellikle kırmızı rengin Japon bayrağında da yer alan Japon kültürünün bir yansıması olarak görülebilir. Siyah zemin üzerine beyaz yazı kullanımları estetik açıdan göze gelmektedir ancak bazı alanlarda yazıların inceliği okunurluk açısından zor olmaktadır.

3.7. Postmuseum/ İsveç



Görsel11: H-K



Görsel12: H-E-J

Görsel13: Yönlendirme Tasarımı



Görsel14: 2020

Görsel15: Sergileme

Görsel16: Sergileme Tasarımı

17. yüzyıldan kalma tarihi bir binada yer alan müze 1906 yılında hem posta tarihi hem de filateli olarak geniş bir koleksiyona sahiptir. Tipografik öğeler açısından incelendiğinde ise; tasarım ve dekorasyonda yoğunluklu tipografi kullanımı görülmektedir. Görsel11’de olduğu gibi bekleme salonundan, yönlendirme ve bilgi tasarımına birçok alanda tipografi kullanımı bulunmaktadır. Görsel11’de ki harflerin kullanılabilir zeminler olarak düzenlenmesi, oturma ve kitap vb objelerin konulmasına zemini olması genç, çocuk, yetişkin tüm gruplar için yaratıcı ve müzenin ilgi çekiciliğini arttırmıştır. Özellikle canlı renklerin kullanılması eğlenceli bir tasarım yaratmıştır. Müze genelinde bu tarz düzenlemelerin olduğu görülmektedir (görsel12). Yönlendirme tasarımında anlaşılır ve sade bir tipografi kullanılmıştır. PTT Posta Müzesindeki sergileme tasarımı ile benzerlik gösteren bir pul tasarım sunumu görülmektedir (görsel16). Tarihi esintilerinde oldu tasarımlarla modern tasarımın buluşması yalnızca yetişkin kitle için değil genç ve çocuklar içinde oldukça ilgi çekici haldedir.

3.8. Smithsonians's National Postal Museum/ ABD

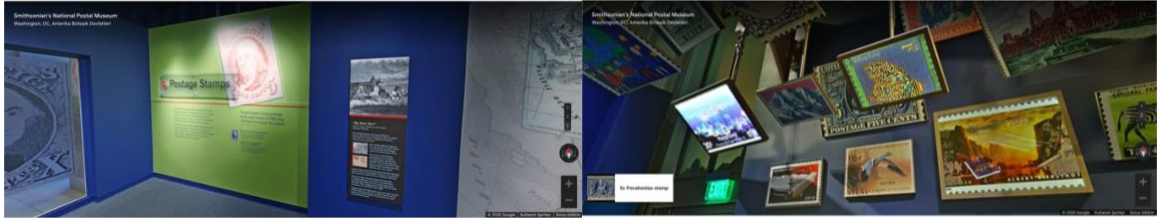


Görsel17: Barcodes



Görsel18: 1988

Görsel19: 1936



Görsel20: Postage Stamps

Görsel21: Pul Sergilemesi

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

4. Sonuç ve Öneriler

Müzeler öğrenmenin aktif olduğu alanlardır. Ancak bu öğrenmenin sağlıklı yapılabilmesi için müzenin içeriğine göre karşı tarafa aktarılacak istenen bilginin sadece uzmanlar ya da arkeologlar tarafından değil ziyaretçilerin yaş aralıklarına da uygun olarak anlaşılabilir olması gerekmektedir. Bir kişinin mutlak müzeye gitmeyi tercih etme sebepleri bulunmaktadır. Müzenin ilgi çekici, estetik göze hitap eden tasarıma sahip olmasının yanında en önemli sebeplerden biride anlaşılabilir bilgi aktarımıdır. Sanat ve müze iç içe olan alanlardır ve müzeler sanatsal yaratılara özgür olanaklar barındıran mekanlar haline gelebilmektedir. Teknolojini ve değişen koşulların etkisiyle özellikle etkileşimli müzeler tercih edilebilirlik açısından üst sırada gelmektedir. Dünyanın her yerinde, her ülkede o bölgeye ait kültürel değerlerle karşılaşılması söz konusudur. Müzeler bulundukları bölgelerin ve imaj kültür yapısından etkilenerek ve o kültürden beslenerek var olurlar. Bu amaçla müze incelemesi yapılırken salt içinde yer alan ürünlerin kategorisine göre değil, beslendiği kültür yapısı da göz önüne alınarak incelenmelidir. Bu araştırmanın konusunu oluşturan tipografi iletişim tasarımının içinde yer alan önemli bir alandır. Yine temelinde iletişimin ana ögesi olan anlaşılabilir bilgi aktarımı yer almaktadır. İnsanlar yapısı gereği anlaşılır olanı tercih ederler ve karmaşık yapılar geri planda kalır. Bu amaçla müzelerin kişiler için ilgi çekici ve tercih edilebilir mekanlar haline gelmesi için yönlendirme, bilgi aktarımı ve tarihsel gelişimlerin karmaşadan uzak anlaşılır olması gerekmektedir. Araştırma kapsamında dört bölgeden seçilen PTT Pul Müzesi/Ankara, Postalmuseum/Japonya, Postmuseum/İsveç ve Smithsonians's National Postal Museum/ ABD bölgesinden seçilen posta müzeleri sanal tur ile görüntülenerek belgelenmiştir. Her bir müze kendi kültür ve imaj olgusu üzerinde özen gösterilerek incelenmiştir. Araştırma konusunu oluşturan tipografik inceleme için; tipografinin nasıl kullanıldığı, özgün olup olmadığı, anlaşılabilirliği, kültürel ve kurumsal kimlikle olan uyumu olmak üzere dört temel kriterde incelenmiştir. Ancak incelemeler sonucunda elde edilen bulgular ile sanal tur yöntemi ile müze ziyaretlerinde tam olarak istenilen incelemeler kısmı olarak olsa da sağlıklı olarak yapılamaya bilmektedir.

Kaynakça

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

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

İnternet Kaynakçası

URL1: (Erişim Tarihi: 14.05.2020)

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

Görsel Kaynakça

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

<http://www.pttpulmuzesi.org.tr/PageDetail.aspx?PID=3>

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

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

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

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

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

https://www.google.com/maps/uv?hl=tr&pb=!1s0x89b7b82731e57da1%3A0xb0c017e7a9da2822!3m1!7e115!4shhttps%3A%2F%2F5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipMcddbsrn0oVlnvmctwocouRxOFL-0JXRsvmW3e%3Dw480-h320-k-no!5s3.8.%20Smithsonian%20National%20Postal%20Museum%2F%20ABD%20-%20Google%27da%20Ara!15sCgIgAQ&imagekey=!1e10!2sAF1QipMcddbsrn0oVlnvmctwocouRxOFL-0JXRsvmW3e&sa=X&ved=2ahUKEwj5_vqK1JPqAhU14aYKHfSPA44QoiowE3oECBUQBg

AN INVESTIGATION OF MAIL MUSEUMS FROM TYPOGRAPHIC ARRANGEMENT

(ANKARA, SWEDEN, JAPAN, USA SAMPLES)

***Müjgan Sıkkaş- Kütahya Dumlupınar Univ. Graduate Education Institute, Master Of Arts And Design,
Kütahya, mujgan.gtasarim@gmail.com**

ABSTRSACT

Museums are institutions that protect the cultural values of societies, shed light on the history and play a role in transferring the past to the future. Every country and society has certain cultural structures and values. To preserve these values and to transfer them to the future, public or private museums are created according to certain criteria, and museums are divided into certain types according to their formations. One of these museum types is postal museums. The postal concept is the distribution of documents and certain products according to the customer. This service was conducted by the Post Office in Turkey for many years, it is now the task could be performed by private companies. The postal service, which is used in many countries of the world and has a historical history, contains different cultural indicators and values. Like other museums, these museum types also transfer information to visitors. Because one of the most effective methods of culture transfer is the methods used for information transfer. At this point, typography design, which is an area of visual communication design, can be said to play the key role of in-museum information transfer aesthetically and understandably. Because the purpose of typographic design is to be perceived and understandable information and messages. Although it contains aesthetic concern, the main function of typography is that it is readable and understandable. However, it has been seen as a need to reveal how typography is used in informative designs in these types of museums, whether they are original or not, besides their main function, whether they have aesthetic anxiety. Based on this reason, this research was carried out. In this context, the postal museum selected from four countries around the world, the typography's readability, perceptibility, originality, aesthetics, and suitability to corporate culture, and whether all the museum typography examined in the research are readable or not, Whether they are understandable, their corporate identity and their suitability to the culture were analyzed comparatively.

Keywords: Museum, Interior Design, Postal, Typograph, Culcer