

İSTANBUL ŞEHİR DOKUSU İÇİNDE MÜZELER ve HALKLA İLİŞKİLER (1)

Öğr. Gör. Tülay ERGİL
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
İletişim Fakültesi

İstanbul'da yüzyıllar ötesinden gelen kültür mozağini her an hissedersiniz. Kimisini bilirsiniz, hazırlıklısınızdır, kimisi de hoş bir sürpriz olur aniden çıkar karşınıza.

Üç büyük imparatorluğa başkent olmuş İstanbul'un hemen her yerinde tarihin derinliklerinden gelen zenginliklerle her an burun buruna gelmek, bu kenti iyi tanıdığımı düşünenler için bile çoğu kez hoş bir sürprizli bir olaydır.

Belkide mimari mozağı böylesine zengin, kültür birikimi böylesine yoğun, böylesine grift bir kent daha yoktur. Kentin pek çok semtinde çeşitli dönemlere ait yapılar, birbirinin yanı başında, karşısında, iç içedir adeta.

Müzeler ise, kentin kültürel zenginliğinin bir bölümünü, sahip oldukları koleksiyonlar yoluyla ilgililere ve gelecek kuşaklara sunma görevini üstlenen en önemli merkezlerdir. Ellinin üzerinde müzesiyle İstanbul adeta bir müzeler kentidir denilebilir.

Çoğu kişi, hangi müzenin nerede olduğunu bilmez. Belkide okul sıralarında öğretmenlerin gruplar halinde müzeye götürdüğü günden bu yana müzeye belkide hiç gitmemişlerdir. Neden müzeye gidilmiyor? Neden müzeye ziyareti bir zevk bir eğlence olarak değerlendirilmiyor? Mutlaka bir sebebi olmalı.

Daha önceleri sıkıcı bir ortamı anımsatan müzelerimiz, artık dinamik, sosyal yaşamla iç içe olan, bilgilendiren bir ortama dönüşmeye başladığını

bazı müzelerimizde görüyoruz. Diğer müzelerimizin de bu amaca yönelik çalışmalar yapacaklarını umuyoruz. (2)

Sanat ve kültür konusu gündeme geldiğinde turizm konusunda beraberinde gelir. Türkiye gerek doğa olanakları, gerek çeşitli kültür çağlarından kalan arkeolojik kalıntılar ve gerek tarihi kentlerin folklorik geleneklerinin zenginliği bakımından oldukça şanslı bir ülke. O halde tarihin ve doğanın bize sunduğu zenginliği iyi değerlendirmeliyiz.

Turizmde en nazik konulardan biri de turistin her gittiği yerde, kendi ülkelerinden farklı "başkalıklar" ve "yenilikler" aramasıdır. Sanayileşmenin getirdiği birbirine benzerlik sıkıntısı ancak sanat ve kültürel değerlerle ortaya çıkan farklılaşma ile giderilebilir.

İşte müzelerimiz bu isteklere cevap verecek kültürel zenginliklerden bir bölüm.

Çağdaş anlamda müzecilik anlayışında, değerli sanat yapıtlarını kapalı bir alanda toplamasının yanı sıra, bu yapıtların insanla, sanatseverlerle, toplumla bütünleşmesi amaçlanıyor.

Müzelerimizin tanıtıma ihtiyacı varmı, yokmu? Kuşkusuz bu sorunun cevabını veya bu isteği müze yöneticilerinin vermesi gerekir. Bana göre ne kadar çok tanınırlarsa o kadar avantaj elde ederler.

İstanbul şehir dokusu içinde müzelerin işaretlendiği haritaya baktığımızda müzelerin yoğun olarak Sultanahmet ve Boğaziçi kıyılarında görülür. Boğaziçi'nin kıyıları, koruları, tarihsel önemi, sosyal olgu içinde var olmuş yalıları, devleti yönetenlerin oturduğu saraylar, bunların herbiri bir başka kültürel zenginlik yansıtır. Nevarki, her geçen gün yeni yerleşim alanlarının yaratılması, yeşil alanların üzerine binaların imar edilmesi nedeniyle, Boğaz'ın görünümü günbe gün değişikliğe uğramaktadır. Buna rağmen tarihi geçit, önemini her zaman korumuştur ve koruyacaktır.

Asya ve Avrupa kıyılarını birbirine bağlayan ulaşım hizmet veren Boğaziçi ve Fatih Sultan Mehmet köprüleri ise çağımızın yenilikleri olarak şehir dokusu içinde yer almaktadırlar.

Sultanahmet Camiinin, Alman Çeşme'sinin, Mısır Hiyeroglif yazıtlı Dikilitaş'ın, Burmalı sütunun yer aldığı alan Bizans döneminde araba yarışla-

rının yapıldığı, Osmanlı döneminde ise esnafın hünelerinin padişah huzurunda sergilendiği (hipodrom) gibi daha pek çok tarihsel ve anısal yapının yer aldığı birinci derece sit alanı olan Sultanahmet semti müzeler ve dolayısıyla turistlerin yoğun olduğu bir bölgedir.

Müze mekanları son derece değerlidir. Bu mekanlarda durağan sabit sergileme ortamında canlı bir ortam yaratılması, örneğin tiyatro, sergiler., konferanslar, kokteyller, yemekler gibi organizasyonlar oldukça risklidir. Pek tabiki bu tür çalışmalarda birinci derecede sorumlu kişiler yöneticilerdir. Bu nedenle böylesine sorumluluk getiren çalışma uzmanlaşmış kişiler tarafından yapılmalıdır. Çünkü kültür ve sanat imajı farklı boyutta düşünülmelidir.

Benim hatırlıyabildiğim kadarıyla müzelerde kültürel etkinlikleri başlatan İstanbul Arkeoloji Müzeleri Müdür rahmetli Necati Dolunay olmuştur (bende o yıllarda bu çalışma ekibinde görevli idim). Yıl 1974. Çağdaş sanatçıların katıldığı açık hava sergi düzenlemeleri, bugün pek çok ünlü sanatçının biyografisinde "İstanbul Arkeoloji Müzeleri Sanat Ödülü" olarak yer almaktadır. O günlerde bu tür çalışmalar kurum için de başarılı bir şekilde yapıldı. Çünkü müzede iç iletişim, iç halkla ilişkiler, iç koordinasyon buna müsaitti. Bilindiği gibi iç halkla ilişkiler sağlanmadan iyi mesaj iletmek olanaksız. Halkla İlişkiler ilk defa müze kurumlarında Uluslararası bir sergi organizasyonunda (Avrupa Konseyi 18. Sanat Sergisi-Anadolu Medeniyetleri Sergisi) profesyonelce yer aldı. Yıl 1983. Büyük yarar sağlayan son derece nitelikli, sergiyi kalıcı kılan üç cilt katalog basıldı (3).

Artık faaliyetlerini göstermek isteyen kurumlar, kuruluşlar gibi müzelerde halkla ilişkiler hizmetlerini kendileri yapmıyorlar, PR işini bir uzman firmaya vererek işlerin daha sağlıklı yürütülmesine karar vermiş oluyorlar.

Halkla ilişkilerde en etkili unsurlar; uzun vadeli kampanyalar, basın toplantıları, basın ilişkileri, medyayla sürekli diyaloglar, kutlamalar logolar, filimler, videolardır. Yararlanılan kaynakların başında yazılı ve sözlü basın gelir. Her kuruluş gibi müzelerimizde yaptıkları çalışmalarını, başarılarını tanıtarak toplumun güvenini kazanmak ister ve medyayı ikna ederek amacına bu yolla ulaşabilirler. Bunun içinde halkla ilişkiler görevlisinin basının görevlerini ve ihtiyaçların iyi tanımak, bilmek zorundadır. Haberin basın tarafından kolayca kabul edilebilecek ve değerlendirilebilecek nitelikte gazetecinin masasına gelmesi sağlanmalı, gereğinde fotoğraf eklenmelidir. Önemli haberin verildiği bir gösteri biçimindeki basın toplantıları, kokteyl veya yemekli toplantılar biçiminde olabilir. Halkla ilişkiler yönünde yararlanabilecek di-

ğer yöntemde açılış ve kuruluş yıldönümleridir. Tanıtma broşürleri, sergiler, fuarlar, yayınlar hazırlanabilir. Tabii bu çalışmalar çok ciddi bir bütçe ihtiyacı doğurur. Günümüzde sponsorların ön plana çıkması bu alanda önemli bir destektir.

Geçtiğimiz 1991 yılında müzeciliğin 100.yılı kutlandı. Bu önemli kutlamayı fırsat bilerek "Müzeler haftası'nda kişisel olarak "HAYDİ MÜZEYE" sloganı ile sembolik bir gezi (yerli ve yabancı çeşitli gönüllü kuruluşlarının temsilcilerinin katıldığı) düzenledim. Çok olumlu bir sonuç veren bu kampanyayı daha geniş kapsamlı bir organizasyonla bu yıl yine tekrarlamak arzusundaım (4).

Bizden önce yaşamış insanların bizlere bıraktıkları mirası bilmek, hazmetmek, ancak öğrenme ile olur. Bunun yolu da bilgilendirici yayınlar hazırlamak, geniş kitlelere ulaşmasını sağlamak ve yayınlara müze gezmektir. Bu düşünceden yola çıkarak ve 100 yılı aşan müzeciliğimize İSTANBUL YILI kapsamında İstanbul müzelerini tanıtan bir kitap yayınladım. Türkçe ve İngilizce olarak hazırladığım kitabın görsel yönden zengin olması için değerli müze yöneticileri destek verdiler. Şu anda salonda bulunan değerli meslektaşlarıma katkılarından dolayı teşekkürlerimi sunmak istiyorum.

Batı ülkeleri kendi değerlerini çeşitli türde yayınlarla belgeliyorlar. Böylece hem halkına (özellikle yetişen gençlere) sahip oldukları ortak kültürel miraslarını, hemde yaşadıkları çağın yeniliklerini taşıyorlar. İstanbul dünyada tektir. Müzelerimizin herbiri de tektir, işte yayınladığım kitap, ünlü şehrin ünlü anıt ve eserlerini ilk defa 1993'teki durumuyla, bugünün İstanbul'unu müzeleriyle anlatmış oluyor. (5)

Müze konusunda bilgilendirme ve iletişim konularındaki eksikliklerimizi gidermek için gayret gösteren kişilerden biriyim. Ayrıca görevim gereği eğitim içinde de müzelere yer vermeye ve her dönem öğrencilerin müzelere veya galerilere gitmelerini sağlamaya çalışıyorum. Fakültemizden mezun olan gençler bugün medyada görevleri başındalar. Mezun olacaklar da bu görevlere katılacaklardır. Eğitimleri sırasında müze kültürü alırlarsa veya yaptığı araştırma ile herhangi bir müzeye yakınlık kurarlarsa sonuç çok olumlu olur. Çünkü kültürel gelişme ancak dünya görüşü genişlediğinde, yeni yaşam biçimleri tanındığında yeni sorumluluklar yüklenildiğinde gelişir. Bu nedenle özellikle gençlerimizin ilgi alanlarını bu yöne çekmenin yollarını hep birlikte aramalıyız.

Halkla ilişkiler yaşandıkça öğrenilen bir meslektir. Bu alanda hizmet verenler yaptıkları organizasyonlarda özellikle yaptıkları hataları tespit ederek düzeylerini yükseltmeye çalışırlar. Sabırlı, sürekli ve planlı bir çalışma ortamı isteyen halkla ilişkiler çalışmalarını nitelikli yapmak için teknolojinin imkanlarından yararlanmak ve gereken örgütü kurmak, personel sağlamak gerekir. Bunların hiçbiri kolay değil.

İki gündür izleme fırsatını bulduğumuz bu seminer müzecilik, dolayısıyla Deniz Müzesi ve görevlilerini tanıtma fırsatını doğurdu. İşte en taze halkla ilişkiler çalışması. (6)

DİP NOTLAR:

- (1) Bu yazı 14-15 Ekim tarihlerinde Deniz Müzesi Komutanlığınca düzenlenen 1. Müzecilik Sempozyumunda verilen bildirin tam metnidir. Bu Sempozyuma benimde bir bildiri ile katılmamı sağlayan Deniz Müzesi Komutanı, Deniz Kıdemli Albay Ahmet Deniz'cinin şahsında müze yetkililerine teşekkürlerimi sunarım.
- (2) İstanbul Arkeoloji Müzesi Avrupa'da 45 müzenin katıldığı yarışmada birinci olmuş ve Avrupa Konseyince "Yılın Müzesi" seçilmiştir.
- (3) Anadolu Medeniyetleri 1, 2, 3 (22 Mayıs-30 Ekim 1983 Sergi Kataloğları)
- (4) 18-24 Mayıs tarihleri arasında ICOM tarafından "Müzeler Haftası" olarak belirlenen ve daha çok müzeye ziyaretçi gitmesini amaçlayan bu hafta kapsamında benim bu organizasyonunu yapmanın nedeni: Eski eser bakımından çok zengin olan ülkemizin sorunlarının başında "ESKİ ESER KAÇAKÇILIĞI" gelir. Bununda temel nedeni sahip olduğumuz değer hakkında bilgi eksikliğidir. Bu eksikliği giderek en etkin yol müzeleri gezip bu zengiliğe görsel olarak yaklaşmaktır. "Müzeler Haftasında" Tülay Ergil herkesi müze gezmeye çağırıyor." Ak Kadın, Sayı 50, İstanbul 1992, s.42. "Haydi Müzelere", "Antik&Dekor" sayı 15, İstanbul 1992, s. 160
"Haber bülteninde röportaj" interstar. 19 Mayıs "Cumhuriyet, Milliyet, Tercüman 20 Mayıs.
- (5) Tülay Ergil, Museums of İstanbul Müzeleri, İstanbul 1993.
- (6) Yapılan sempozyumda çok sıcak bir ortam yaratıldı. Bu tür çalışmalar hem bilimsel hemde sosyal yönden çok yarar sağlamaktadır. Devamını bekliyorum, emeği geçenlere başarılar diliyorum.