

Gift Tradition As A Cultural Value And Exlibris

Assoc. Prof. Ali Tomak

Ondokuz Mayıs University
Faculty of Fine Arts
Visual Communication Department
alitomak@hotmail.com

Inst. Engin Güney

Ondokuz Mayıs University
Faculty of Education
Fine Arts Education Department

Full Length Paper
Accepted 30 December 2014

Abstract

Continuing the tradition of gift in all cultures is universal although in different forms and content and delivery. This message means that It is every gift and present tradition message means that and a sense of common language. Gift to a person or an institution within the scope of a cultural value as a gift Exlibris tradition; individuals, the love between the various groups and communities, respect, trust, sincerity, solidarity, will be an enhancer of human and social relations and values such as integration and cohesion.

Keywords: Exlibris, gift, tradition, culture

İlkel Topumlardan Günümüze Hediye Kavramı

Genel olarak kültür, insan toplulukları tarafından çeşitli gerekçelerle üretilen tüm maddi, manevi değerlerin oluşturulması ve bunun karakterize edilerek kuşaklar arası biçimde sürdürülmesi şeklinde açıklanabilir. Bu sürekliliğin sağlanabilmesi için toplumsal bir alışverişin (değiş - tokuşun) yani bir etkileşimin var olması gerekir. İlkel toplumlarda değiş- tokuşa dayanan ve modern ekonomi anlayışının tersine bir sistem işletilmekteydi. Paranın kullanılmadığı o dönemlerde almak, vermek, değiş tokuş etmek gibi toplumsal ritüeller toplumsal yapıların oluşumunu sağlayan temel kavramlardı. Değiş tokuş aracılığıyla çeşitli ürünler bir takım geresinimleri karşılama için hediye olarak sunulmakta, kabul edilmekte ve karşılığı olacak diğer ürünler olarak geri verilmekteydi. Bhannan ve Glazer (1988), hediyelerin bir istem olmayıp, toplumsal zorunluluklar şebekesinin bir parçası olduğunu belirtmiştir. Yani “hediye vermek ve almak, toplumsal yapıda zorunluluğu temsil eder. Mallar, hediye yoluyla değiş tokuş edilir. Hediye alışverişi, kuramsal olarak gönüllüdür. Fakat gerçeklikte, bir zorunluluk altında alınıp verilir” (265-266). Güvenç ise (1984), ilkel toplumlarda hediye geleneğini ve hediyeleşme kültürünü inceleyen Fransız düşünür Marcel Mauss’un, bu noktada “karşılıklık” kavramını kullandığını belirterek, her türlü alışveriş ve paylaşmanın, karşılıklı olmak zorunda olduğunu, hediye alışverişi gibi duygusal ilişkilerde bile bilinçaltı bir karşılık bekleşinin olduğunu ifade etmektedir (Bkz. S.229-230). Mauss, ilkel toplumlarda hediye verme zorunluluğunun iki nedenden ötürü gerçekleştirildiğini iddia eder: “Vermeyi reddetmek veya davet etmeyi ihmal etmek, almayı reddetmek gibi savaş ilanı demektir; bu, ittifakı ve birliği reddetmektir. Ayrıca hediye vermenin bir diğer nedeni de kişinin buna zorunlu olması ve alıcının, verici konumdaki kişiye ait her şey üzerinde bir tür mülkiyet hakkına sahip olmasıdır” (Mauss, 1995, s.224-225).

Bütün kültürlerde süregelen hediye geleneği, farklı biçim ve içeriklerde olmasına ve sunulmasına karşın evrenseldir. Kültürlerin var olabilmesinin temel dayanağı, toplumsal etkileşime bağlı paylaşımların kesintisizliği ve sürekliliğidir. Bu paylaşımlar sosyal, ekonomik, bilimsel, nesnel ve sanata ilişkin olabilir. Doğal olarak sanatla ilgili etkileşim kapsamında verilen ya da alınan her hediye ve hediyeleşme geleneğinin ilettiği anlam ve duygu dili ortaktır. Bu toplumsal ilişkiler sürecinde hediye, belirleyici bir özne ve nesne durumunda görülebilir. “Hediye ilkel topluluklardan büyük medeniyetlere kadar her zaman ve coğrafyada bağış, ihsan, ödül anlamlarının yanı sıra, teşvik, takdir, yardımlaşma vb. amaçlara da hizmet etmiştir” (Önal, 2008, s.110-111). ‘Karşılıksız’ vermeye hediye etmek denir. Hediye verme, değer verilen insanları mutlu etmenin ve onlara karşı hissedilen duyguları belirtmenin etkili yöntemlerden biridir. Bir nesnenin hediye olarak verilmesi

ya da alınması, insan ve toplum ilişkilerini daha canlı ve dinamik tutar, etkili kılar. Ayrıca bir iletişim biçimi olarak düşünüldüğünde de işlevseldir. Hediye, aslında, insanlar arasında sevgi, saygı ve dostluğun belirtisi olarak ya da bir kişiyi mutlu etmek, sevindirmek ve onurlandırmak için görgü kuralları gereğince karşılıksız olarak verilen nesnedir. Hediye vermek ve almak hem kişisel bir memnuniyet duygusu yaratmak hem de o duyguyu yaşamaktır. Hediye, sevgi ve/veya saygı ifadesi olarak ya da birini sevindirmek, mutlu etmek için ve bir karşılık beklemezsizin verilen şeydir. Hediye, bireyler arası sosyal bağlar var etmek ya da geliştirmek amacıyla verilen ve karşılıklılık ilkesi her zaman esas alınmayan bir nesnedir. Hediye alma ve verme eylemleri, bireysel ya da topluluk paylaşımına dönüşebilmekte, sevgi, saygı, hoşgörü, dayanışma, bütünleşme ve bağlılık gibi etkenler ile bütünleşme ve bağlılıkların sağlanması mümkün olabilmektedir. Clarke'e göre (2007, s.9), "hediye alma ve verme davranışı, bir tüketim objesi aracılığıyla kişide hem zihinsel hem de duygusal etkiler yaratan, kişinin iç dünyasında yaşananların dışı vurulmasını sağlayan motor bir reaksiyondur". Hediye vermek, kişisel gereksinim(ler)in karşılanmasından çok, kültürel ve sosyal gereksinimlerin doyuma ulaştırılması olarak düşünülebilir. Hediye olarak belirlenen nesnenin/nesnelerin bireyler arası ya da topluluk kapsamında paylaşımı ve doğal olarak döngüyü gerçekleştirmesi, bu süreçteki katılımcıların kendilerini ifade etmelerini kolaylaştırır ve birbirlerine olan bağlılıklarını artırır. Bu kişi ya da topluluklar arasında gönüllülük ya da karşılıklılık ilkeleri gereğince, değişim eylemi giderek çeşitli zaman ve mekanlarda dinamik ve sosyal bir döngüye dönüşebilmekte ve gelişen süreçte hediye geleneği toplumsal bir olgu olarak var olabilmektedir.

Kültürel Kapsamda Hediye Geleneği

Hediyeleşmede (zaman zaman da olsa) karşılıksızlık ilkesine bağlı kalınması kültürümüzde de geçerlidir. Anadolu'nun bazı bölgelerinde yörenin kültürel özelliklerine bağlı kalınarak düğünlere gidildiğinde ya da komşu ve akrabalara verilen hediyelerde bu duruma dikkat edilir. İlk hediye getiren tarafın hediyesine denk bir hediye alınmasına özen gösterilir. Bazen kırsal kesim ve köy düğünlerinde gelin ve damada kimin nasıl bir takıyı taktığı sesli olarak duyurulur.

Anadolu'da asker adaylarının veda ziyaretleri sırasında, akrabaları ve sevenleri tarafından kendisine para verilmesi dayanışmanın ve sevginin güzel örnekleridir. Geleneksel kültürümüzde hediye, götürülen eve alçakgönüllülikle, içtenlik ve nezaketle bırakılır. Uzağa gidilip dönüldüğünde yine hediye umut edilir. Anadolu'da bu konuda "değirmenden gelenden poğaçaya umarlar" denilir. Doğum, nişan, düğün ve ölüm gibi yaşamsal süreçte karşılaşılabilecek durumlarda dayanışma, gönül yapma ve sevginin

en güzel örnekleri verilir. Ayrıca genellikle bayramlarda büyüklere ve yeni ev alan aileye de hediye ile gidilir. Hediyeğin ne olduğu değil, bireylerin hatırlanması, sevilmesi, kendilerine değer verildiğinin hissettirilmesi ve buna benzer durumların taşıdığı anlam ve mesaj daha önemlidir. Kültürümüze özgü hediyeğin değerine ve hediyeleşmeye ilişkin bazı atasözleri ve deyişler de vardır. Örneğin, “Çam sakızı çoban armağanı”, “yarım elma gönül alma”, “az olsun öz olsun”, “bahşış atın dişine bakılmaz” bunlardan bazılarıdır. Görüldüğü üzere geleneksel kültürümüzde hediyeğin büyük ya da küçük oluşunun bir önemi yoktur. Hediyeğin değeri tamamen manevi yönüyle önemsenir. Bu deyimler hediye veren bireyin kişisel zevk ve tercihleri ile insancıl anlayışı ve sosyo-ekonomik olanakları ve beğeni tercihleri kapsamında düşünülmelidir. Ayrıca bu deyimler, küçük ya da az da olsa, sanki hediye getirebilen kişinin mahcubiyet yaşamaması için söylenmiş gibidirler. Hediye veren kişi hem kendi saygınlığının korunmasını hem de hediye verdiği kişiyi küçümsemediğini gösterebilmelidir. Büyük kentlerde ise yılbaşında, doğum gününe, evlenme yıldönümüne, anneler ve babalar gününe, sevgililer gününe özgü hediye verme ya da hediyeleşme geleneği popüler kültürün yansımaları olarak düşünülebilir. Hediye kültürel bir gösterge olarak düşünüldüğünde, bireylerin cömertlik, sosyal statü ve ekonomik kazanç değerine ilişkin bilgiler iletebilir ya da özellikle o amaçla sunuluyor olabilir.

Hediye Geleneği ve Ekslibris

Sosyal yaşam paylaşımlarının genellikle karşılıklılık üzerine kurulduğu varsayıldığında, farklı zaman ve mekânlarda yer alan bazı sosyal birlikteliklerde bir hediye ilişkisi olduğu söylenebilir. Hediye olarak verilen nesnenin (“kaz gelecek yerden tavuğun esirgenmemesi” deyiminde olduğu gibi) geri dönüşünün olacağı düşüncesi, bireye manevi baskı yükleyerek, zincirleme ilişkiler sisteminin kurulmasını tetikleyebilir. Karşılığında sosyal itibar ve sembolik tüketim bakımından ödenmesi gereken bedeller söz konusu olabilir. Çünkü zorunluluğu yaratan sosyal ilişki ağları içindeki beklentiler ve geleceğe ilişkin kişisel yatırımlardır. Dolayısıyla hediyeye hediye ile yanıt vermek, hediye almak kadar önemli bir zorunluluk olarak algılanmaktadır.

Kendisine özgü baskı tekniklerinin herhangi birisiyle uygulaması gerçekleştirilen, tarihsel bir serüveni ve geleneği olan, kişiye özgü işlevsel özelliği dışında günümüzde sanat değeri olan bir nesne olarak ekslibris, belirli özel günler (yılbaşı, bayramlar, doğum günü vb.) beklenmeksizin yalnızca sevgi, saygı, güven ve samimiyet gibi değerlerin ya da duygusal ifadelerin bir yansıması olarak hediyeleşme ritüelinde bir araç olabilir. Modern kapitalist toplumların bir göstergesi olan karmaşık sosyal ağların

ve insan ilişkilerinin yaşam alanı olan kentlerde, ağırlıklı olarak sembolik tüketim aracılığıyla ilişkilerin ve gündelik yaşamın düzenlendiği söylenebilir. Ama sanat değeri olan bir ekslibrisin hediye edilmesi; sevenlerine, gösterge okuryazarlığını kapitalizmin lehine dönüştürmeyecek kadar alçakgönüllü bir süreç yaşatır.

Bir sanatçı, sanatsever, tasarımcı, öğretmen ya da öğrenci tarafından ekslibris hediye olarak sunulurken, alan kişide (ekonomik ya da sembolik değeri olan postmodern kültürün hediye nesnelerinde olduğu gibi) boyutu ve biçimsel yapısı nedeniyle bir mahcubiyet ve ezilmişlik duygusu yaratmaz. Aksine bir sanat dalı olarak içeriksel yapısı ve estetiğiyle, kişiye verilen değer, saygı ve sevginin göstergesi olur. Ekslibris'in bir hediye olarak verilmesi ya da alınması dostluk, arkadaşlık ve gönül bağlılığının metalaştırılmadan sağlanması ya da sürdürülmesidir. Hediye alışverişindeki karşılıklılık ilkesi ya da toplumsal zorunluluğun sıkıcı ve yapay yansımaları, bir ekslibris hediye edilirken görülmez. Çünkü ekslibris sevgisi hediyeleşme sürecinde içten yaklaşımların, ekslibris paylaşımının ve karşılıksızlığın kendisidir. Ekslibris herhangi bir ekonomik ya da sosyal çıkar amacı güdülmeksizin, iç hesaplaşmaya gidilmeksizin, beklentisizce hediye edilir, edilebilmelidir. Hediye vermek ya da almak, aslında kişiliğe atfedilen bir anlam özelliğidir. Hediye anlam olarak verilen kişiye ilişkin sembolik bir bağ taşır. Dolayısıyla bu anlam ekslibris aracılığıyla bir kişiye özgü olabilir. Diğer taraftan Anadolu kültüründe hediyein küçüğünün makbul olması, zaten boyutları kural gereği küçük olan hediye edilebilecek ekslibris için söylenmiş gibidir. Kısaca belirtmek gerekirse ekslibris, hediye edildiği bireye adına yapılmış olsun ya da olmasın, hediye edildiğinde bile manevi değeri bakımından paha biçilemez düzeydedir.

Ekslibris ile ilgili ulusal ya da uluslararası akademik içerikli etkinliklerde düzenli periyotlarla ekslibris değiş tokuşları yapılması; özellikle öğretmen ve öğretim üyelerinin ekslibrislerini zaman zaman öğrencilerine hediye etmesi, yarışmalar, atelye çalışmaları ve çalıştaylar kapsamında ekslibrisler üretilmesi ve çoğaltılarak yaygınlaştırılması bu paylaşımların artırılmasını sağlayacak ve dalga dalga bir geleneğe doğru dönüşebilmesini kolaylaştıracaktır. Böylece ekslibris severler arasındaki bağlılık, paylaşımsal süreklilik ve kalıcı iletişimselliğiyle kendisinin kültürel bir değer olarak anlam kazanmasını kolaylaştıracaktır.

Etkileşim Olarak Hediye ve Ekslibris

Ekslibris, hediyeleşme eylemi gerçekleştiren bireyler, gruplar ve topluluklar aracılığıyla estetik bir sanat nesnesi olarak seçildiğinde ve etkileşime girdiğinde anlam kazanacak ve farklı bir semantik işlevle var olmaya

devam edecektir. Hediyeyle hediye ile yanıt verme, ilkel topluluklardaki gibi karşılıklılık ilkesi nedeniyle toplumsal bir döngüye dönüşebilmekte ve bu döngü toplumsal bağın kurulmasını, korunmasını da sağlayabilmektedir. Modern toplumlarda hediye etmek için düşünülen ekslibris, birey ya da topluluk ilişkilerin devamlılığını sağlayan ve etkileşimin yarattığı dinamizme bağlı olarak dayanışmayı, bütünleşmeyi pekiştiren önemli bir kültürel değer olarak görülebilir. Dolayısıyla seçilen ekslibris hediyesi ile bireysel olarak başlatılan bir içtenlik, sevgi ya da gönül bağı, giderek toplumsal bir olguya dönüşebilir.

Ekslibrislerin ulusal ve uluslararası düzeyli sempozyum ve kongrelerde değiş tokuş edilmeleri ya da diğer zaman ve informel mekanlarda gerçekleşen birlikteliklerde hem çoklu etkileşim ile ortaya bir sinerji çıkartabilmekte hem de ekslibris severlerin (sanatçı, sanatsever, tasarımcı, öğrenci, koleksiyoner gibi) koleksiyonlarını nicel ve nitel açıdan değerli kılabilmekte ve kıymetini bilenler için büyük bir içsel doygunluk yaratabilmektedir. Ekslibrislerin paylaşılması, onun tükenmesini değil, aksine etkileşimlerin, sevgi, saygı ve dayanışmanın çoğalmasını sağlayabilmektedir.

Ekslibris her ne kadar karşılıksızlık ilkesi gereğince hediye edilse de, kişi, hediyeleşme geleneği kapsamında kendisine yaşatılan mutluluğu, sevgiyi, saygıyı benzer bir etkileşimle sergilemek isteyebilir. Bu etkileşimli süreç özellikle eğitim kurumlarında gerçekleştirildiğinde hem ekslibrisin Türkiye’de hızla gelişimine ve yaygın bilinirliğine ve ilgilenilmesine katkı sağlayanabilir, hem yeni görsel anlatım teknikleri, yöntemleri ve estetiği açığa çıkartabilir hem de ekslibris severler ve sevecek olanlar arasındaki sevgi, samimiyet, dostluk, dayanışma, iletişim gibi güçlü bağların oluşması daha fazla mümkün olabilir.

Ekslibris, yalnızca aynı kültürel değerlerle iç içe olan bir toplulukları birlik, beraberlik, dayanışma ve etkileşimli kılmakla kalmaz aynı zamanda farklı ülkeler ve kültürler arasında mübadele aracı olarak da bir işlev ve misyon üstlenebilir. Dünyanın farklı coğrafyalarında yaşayan ekslibris sanatçıları birbirlerini hiç görmedikleri ve daha önce bir arada bulunmadıkları hatta konuşmadıkları halde karşılıklı olarak kültürlerini anlamak ve öğrenmek girişimci davranabilmektedirler.

2010 yılında 33. FISAE Uluslararası Ekslibris Kongresi otuzaya yakın ülkeden 450 ekslibris sanatçısı ve koleksiyoncunun katılımıyla İstanbul’da gerçekleştirildi. İstanbul Ekslibris Derneği’nin 2006 yılında İsviçre’nin Nyon kentinde yapılan toplantıda 33. FISAE Ekslibris Kongresi’nin İstanbul’da organize edilmesine aday olması girişimi ve bunu gerçekleşmesi; özellikle o yılda İstanbul’un Avrupa Kültür Başkenti seçilmesi açısından da isabetli bir karardır. Çünkü

kültürlerin buluşması ve etkileşimi kapsamında 450'ye yakın ekslibris sanatçısı ve koleksiyoncusunun İstanbul'un benzersiz tarihi ve doğasıyla biraraya gelmeleri ve daha sonar birer kültür elçisi olarak ülkelerine dönmeleri, Türkiye adına önemli bir turizm yatırımı olarak düşünülebilir. Bir taraftan bu etkileşim Türkiye'de ekslibris sanatında ulaşılan noktayı uluslararası platformlara yansıtmak, zengi kültür mirasımızı ve diğer sanatlarımızı da keşfetmelerini ve tanımalarını sağlayarak kültürel bir köprü oluşturmak; diğer taraftan yurt içinde 11 büyük kentte ve KKTC, Kanada, Finlandiya, Belçika, Meksika ve Rusya gibi ülkelerde sergiler açılması, basın yayın kuruluşlarınca haber yapılması ve TV programları oluşturulması, farklı kültürlerden 450 kişiye yakın insanın ekslibris aracılığıyla bir araya gelmesi, akademik ve sanatsal düzeyde bilgi, birikim ve deneyimlerini paylaşması ve kaynaşmaları bakımından önemlidir.

Postmodern Toplumlarda Tüketim Kültürü Olarak Hediye ve Ekslibris
Modern ve postmodern tüketiciler tüketim katedrallerinde maddi gereksinimlerini giderdikleri kadar, hatta belki bundan daha fazla, imaj tüketimi aracılığıyla duygusal pazarlama nedeniyle arzularını doyuma ulaştırmaya çalışmaktadırlar. Demez'e göre (2011, s. 95) bu durum, "tüketim toplumlarında her şeyin ve durumun maddi bedelinin net bir şekilde belirlenmiş olması, nesneye yüklenen anlamın ve gizemin yok olmasına, nesnelere ve ilişkilerin metalaşmasına yol açmaktadır". Postmodern kültürün ekonomi üzerindeki en önemli yansıması tüketimin sembolik bir görünüme kavuşmasıdır. Kişiler bireysel kimlikler oluşturma, sosyal statü gruplarına aidiyet hissetme ya da diğer kişilere ya da sosyal gruplara, sınıflara nazaran sahip olduğu farklılıkları belirginleştirme amacı ile harcamaları akılcı olmasa bile, duygularıyla sembolik tüketim eylemleri gerçekleştirebilmektedir. Günümüzde hediye olarak düşünülen bir endüstriyel ürün, duygusal pazarlama kapsamında hem marka ve imaj hem de ekonomik değer açısından, tüketim kültüründe hediye veren kişinin sosyal bir statü, cömertlik, onur ve saygınlık ya da ekonomik bir güç göstergesine dönüşebilirken, hediye alan kişi için bu süreç mahcubiyet duygusu yaşamasına neden olabilmektedir. Demez'e göre (2011, s. 95) bu, "gönüllülük" ve 'zorunluluğun', 'toplumsal beraberlik' ve 'kişisel stratejinin' birlikte var olmasını sağlayan, kimi zaman sosyal konumu ifade eden, kimi zaman verenin gücüne atıfta bulunan ve bazen de karşıdakini ezen bir süreçtir". Zorunlu gibi görünen ilke gereğince zincirleme reaksiyon olarak devam eden bu bağımlı sosyal ilişkiler ve dayatmacı yükümlülükler; topluluk bağlarını, toplumsal ve kişisel ilişkileri yıpratır ya da zayıflatabilir. Aynı zamanda karşılıklı hediye vermek zorunluluğu, ilişkinin sürekliliğini ve kalıcılığını da sağlayabilir. O nedenle karşılıklılık ilkesi nedeniyle modern toplumlarda verilen hediye kabul edilmesi, bazen ona eşit değerde ya da ondan daha değerli hediye olarak geri verilecek ekonomik gelir düzeyinde, cömertliğinde ve gücünde olmayı gerektirebilir.

Ekslibrisin baskı teknikleri esas alınarak çoğaltılması ve kişiye özgü yönüyle işlevsel olması, kendisini, bir taraftan grafik disiplin olarak kabul ettirirken; diğer taraftan estetik bir değer barındırdığı için bir sanat nesnesi olarak algılanmasını anlamlı kılmaktadır. Ekslibrisin kişisel ilişkilerin simgesi ve bir anlamda harekete geçiricisi olan hediye nesnesi olarak verilmesi, onun sanat boyutunun hafifsendiği ya da önemsenmediği gibi bir yanılgı ortaya koymamalıdır. Tüm sanat yapıtları gibi ekslibrisin de tecimsel yönü vardır. “Sanat değeri olan bir yapıt, hediye edilerek değersizleştirilmemeli!” ya da “bir sanat yapıtı hediye olarak verilemez!” gibi kapitalist düşünce kalıplarına belki de en iyi yanıtı: “Kendini sanatla ifade eden kurumsal firmaların özellikle yılbaşında müşterilerine şık bir hediye olarak sanat eseri vermesinin yolunu açıyoruz. Bu sene sanat hediye etme yılı olsun” diyerek Contemporary İstanbul Yönetim Kurulu Başkanı Ali Güreli vermektedir (www.haberturk.com). Her zaman metalaştırılmadan herhangi bir karşılık beklemezsiniz, soğuk çıkar ilişkileri gözetmezsiniz yalnızca sevgi, saygı ya da gönülden bağlılığın, yakınlığın içsel bir yansıması olarak ekslibrisin hediye edilmesi; kendilerini arzularının akışkanlığına kaptıran ve kimliklerini tüketim sürecinde yitiren, imajların kabile üyeliğini kabullenmiş kapitalist toplumların, toplulukların ve grupların manevi değerlere duyulan özlemi hatırlatması bakımından anlamlı olacağı bir gerçektir.

40 —

SONUÇ

Hediye, bir nesne olarak düşünüldüğünde ve tarihi, kültürel geçmişi bakımından ele alındığında; hemen her toplumda ya da toplulukta, hem sosyal ilişkilerin kurucusu, yenileyicisi, güçlendiricisi ve pekiştiricisi, hem de kişiye ve zamana göre değişiklik gösterebilen sosyo-ekonomik ve psikolojik açımları olan bir özelliğe sahip olmuştur.

Türkiye’de İstanbul Ekslibris Derneği yöneticileri, üyeleri, akademisyenler, öğrenciler ile diğer tüm ekslibris severeler ve sevecek olanlar arasında gerçekleşmeye devam eden ve edecek olan sosyal ilişkilerde, ekslibris artık olumlu rol üstlenmiş bir kültür kalıbı olarak var olmaya başlamıştır. Bu başarıda İstanbul Ekslibris Derneği ve Yönetim Kurulu’nun özverili çalışmaları küçümsenemez.

Ekslibris biçimsel yapısıyla nesnedir ve hediye edilmek üzere düşünülebilir; kişiye özgü içeriksel ve niteliksel yapısıyla da öznel bir elçidir; yeni başlangıçlar için alçakgönüllü bir rehberdir; oluşturulan sağlam arkadaşlıkların, dostlukların ve yakınlıkların hep bir pekiştirici olarak devamlılığını sağlayan süreçtir; teknik ve estetik paylaşımların hoş sohbetlerle gerçekleştiği bir samimi kaynaşmadır; sosyal ilişkiler kapsamında etkileşimli bir bağdır; kültürel değerlerin mübadele edildiği bir buluşma

köprüsüdür. Maddi bedeli ile değil, unutulamaz ve doyumsuz manevi değeri ile yüce olan, kendisini ve insan ilişkilerini metalaştırmayan, sosyo-ekonomik çıkar ve pazar ilişkilerinden arınmış ortak bir anlam ve duygu dilidir.

Kaynakça

- Bohannan, J. P., Glazer, M. (1988). High Point in Antropology, 2nd Ed. New York, USA.
- Clarke, Peter (2007). "A measure for Christmas spirit." Journal of Consumer Marketing 2 (41): 8-17.
- Demez, G. (2011). "Armağanın Değişen Sosyo-Kültürel Anlamları: Tüketim Toplumu Bağlamında Bir Hediyeleşme Örneği Olarak Çiçek Gönderme", Mediterranean Journal of Humanities, 1/2, 87-103.
- Güvenç, B. (1984). İnsan ve Kültür, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Mauss, M. (1995), Sosyoloji ve Antropoloji, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Önal, S. (2008). "Edebi Metinlere Yansıyan Yönüyle OsmanlıToplumunda Hediyeleşme", Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C: 11, S: 1.
- www.habertürk.com. Erişim: 30.12.2014, <http://www.haberturk.com/yasam/haber/1007433-taksitle-sanat-eseri-istanbulu-cazip-kiliyor>